

## Kontrakt procesu coachingowego z udziałem Sponsora

Zawarty w dniu .....

pomiędzy:

Sponsorem procesu (przedstawiciel organizacji):

.....  
zwanym dalej „Sponsorem”

a

.....  
Imię i Nazwisko Klienta procesu coachingowego

zwany dalej „Klientem”

a

Towarzystwem Handlowo – Consultingowym Jastor G.F. Sp. z o.o., z siedzibą przy ul. Sarmackiej 4, 40 – 607 Katowice, NIP 646 – 032 – 91 – 24,

Reprezentowanym przez Coacha – Danutę Janas – Sitkowską  
zwaną dalej „Coachem”

1. Niniejsza umowa zawarta pomiędzy Cochem, Klientem, Sponsorem i wchodzi w życie z dniem podpisania, a dotyczy rozpoczęcia procesu coachingu, który będzie obejmował 7 sesji, +/- 2 sesje, dookreślone po ustaleniach stron umowy.
2. Coach zobowiązuje się do ścisłego zachowania poufności – żadne informacje przekazywane przez Klienta nie będą przekazywane komukolwiek, włącznie ze Sponsorem. Jakikolwiek informacje przekazane mogą być Sponsorowi wyłącznie pod warunkiem uzyskania wcześniejszej zgody Klienta.
3. Każda sesja trwać będzie 90 minut. Przewiduje się, że spotkania będą odbywały się w odstępach jedno lub dwutygodniowych, lub w innych w terminach uzgodnionych z Klientem.
4. Coach zobowiązuje się do świadczenia usług w formie spotkań bezpośrednich oraz udostępnia możliwość kontaktu między sesjami coachingowymi przez cały okres trwania procesu coachingowego w postaci: kontaktu telefonicznego pod numerem:  
+ 48 695 896 260 lub przez e-mail: [Danuta.Sitkowska@jastor.pl](mailto:Danuta.Sitkowska@jastor.pl)  
zgodnie z ustaleniami z Klientem.
5. Klient zobowiązuje się wspólnie z Coachem do określenia, z co najmniej tygodniowym wyprzedzeniem kolejnej sesji coachingowej oraz wspólnej akceptacji terminu.
6. Sponsor jest zobowiązany do uregulowania należności za odbytą sesję na podstawie wystawionej faktury VAT (Sponsor upoważnia Coacha do wystawienia faktury bez jego podpisu) w ciągu 14 dni od daty wystawienia faktury, przelewem na konto podane w fakturze.  
Koszt jednej sesji wynosi.....brutto.
7. W przypadku odwołania/zmiany terminu sesji Klient/Sponsor oraz Coach zobowiązują się do powiadomienia drugiej strony z co najmniej 48 godzinnym wyprzedzeniem. Powiadomienie powinno mieć charakter telefoniczny lub mailowy.
8. W przypadku odwołania/zmiany terminu sesji coachingowej w czasie krótszym niż 48 godzin przed jej datą przez Coacha, zobowiązuje się on do przeprowadzenia bezpłatnej sesji coachingowej w terminie ustalonym przez Klienta.
9. W przypadku odwołania/zmiany terminu sesji coachingowej w czasie krótszym niż 48 godzin przed jej datą przez Klienta/Sponsora, zobowiązuje się on do zapłaty pełnego wynagrodzenia za odwołaną sesję coachingową na zasadach określonych w pkt. 6.
10. Sponsor zobowiązuje się do możliwie jak najbardziej precyzyjnego dookreślenia celów organizacji na proces coachingu wraz z wskaźnikami realizacji tych celów, przedstawienia ich bezpośrednio Klientowi

przed podpisaniem niniejszego kontraktu oraz uzyskania jego zgody i akceptacji tych celów. W przypadku braku akceptacji celów przez Klienta, Coach ma prawo odmówić kontynuowania procesu coachingu.

11. W przypadku kiedy cele określone na proces coachingu przez Sponsora i/lub Klienta godzą w system wartości, zasady etyczne Coacha, ma on prawo w każdym momencie procesu coachingu odmówić jego prowadzenia.
12. W trakcie trwania umowy Coach będzie przeprowadzał z Klientem szczerze i osobiste rozmowy. Klient może liczyć na uczciwość i bezpośredniość w zadawaniu pytań i stawianiu wymagań. Ponadto, Coach ma prawo do zadawania międzysesyjnych zadań rozwojowych.
13. Materiały w postaci: notatek coacha, filmów video dokonanych w trakcie sesji coachingowych mogą zostać przekazane Klientowi bądź zniszczone przez Coacha zgodnie z życzeniem Klienta.
14. Coaching nie ma funkcji doradczej ani terapeutycznej, może dotyczyć spraw i planów zawodowych oraz osobistych Klienta. Dodatkowo, po ustaleniach z Klientem, może przyjąć formę o charakterze szkoleniowym.
15. W zakres usług wchodzić może pomoc w określaniu wartości, uświadamianiu wszystkich możliwości, przygotowywaniu planów działania, zadawanie pytań pomocniczych i wspieranie Klienta poprzez proponowanie mu różnych zadań.
16. Klient rozumie, że skuteczność coachingu zależy głównie od niego samego i zobowiązuje się, że uczyni wszystko, aby relacja między nim a Coachem była jak najlepsza. Jeżeli Klient uważa, że coaching nie sprawdza się i nie przynosi spodziewanych rezultatów, powinien o tym poinformować Coacha i podjąć działania, które pozwoliłyby przywrócić skuteczność przedsięwzięciu.
17. W przypadku kiedy w trakcie procesu coachingu, pojawią się symptomy, iż Klientowi potrzebna jest inna forma pomocy np. terapia, Coach otwarcie poinformuje o tym Klienta. W takiej sytuacji proces coachingu może być kontynuowany bądź przerwany po wspólnych uzgodnieniach między Coachem i Klientem.
18. Sponsor i Klient wyrażają zgodę na ujawnienie nazwy firmy w której proces coachingu jest realizowany w materiałach reklamowych np. lista referencyjna, CV Coacha, strona internetowa itp.

Podpisy Coacha Klienta, Sponsora na tym dokumencie oznaczają,  
iż Strony w pełni rozumieją przedstawione tu warunki i je akceptują.

Sponsor

Klient

Coach