TIME OUT – Change the Game
součást vedení týmu a komunikace

Školení trenérů licence B – hokejbal – Praha, 2. 12. 2017

TOKYO

Time Out - Change the Game

- **Různé cesty, jak přistoupit k TO:**

- ve špatných dnech, kdy je trenér frustrovaný
- někdy musíte pohladit a zvednout sebevědomí
- někdy musíte věnovat čas specifickým situacím
- někdy musíte vzít odpovědnost na sebe, abyste ulevili hráčům

-- **URČITĚ ALE:**

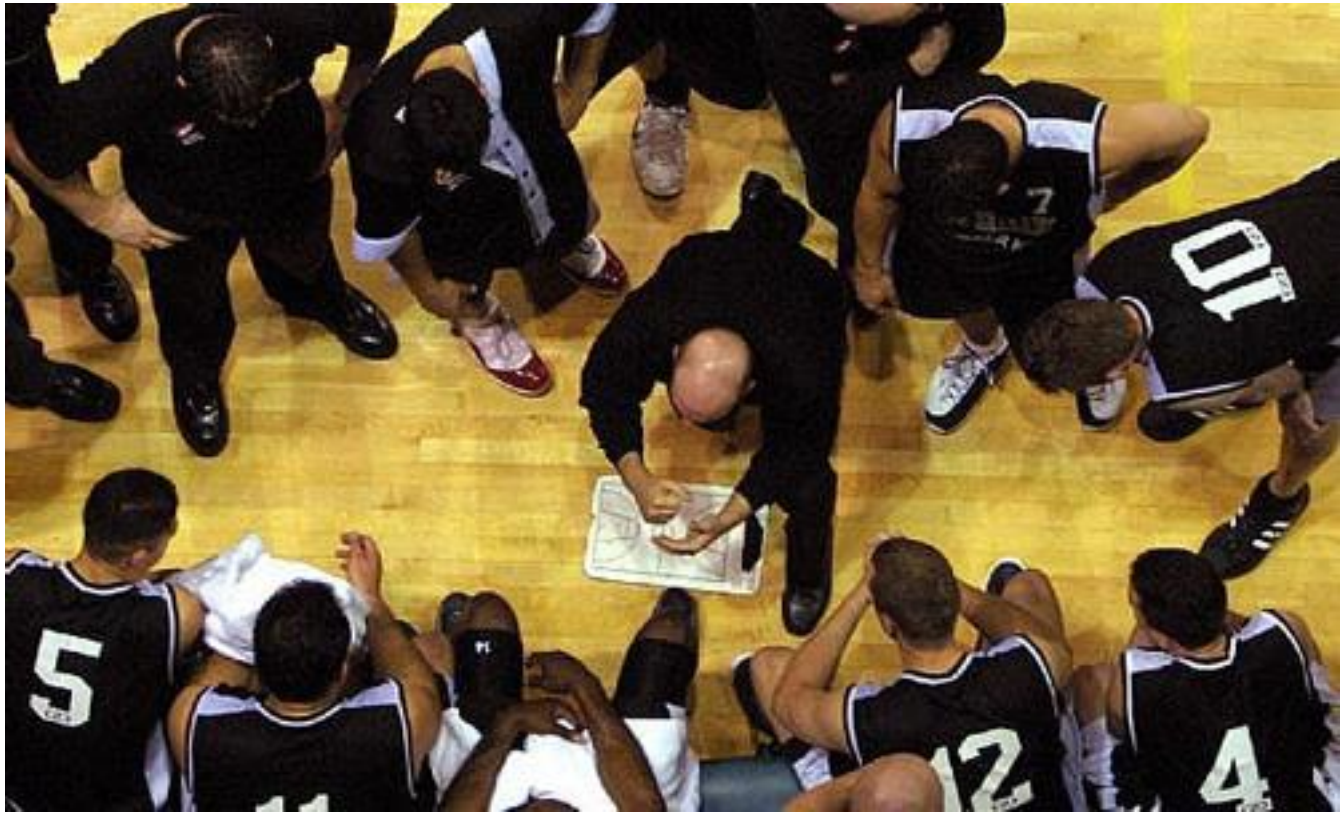
- méně znamená více
- jasné sdělení
- vždy mějte plán B

Fakta

- 5 (2 + 3) během utkání + komerční
  - při každém prodloužení 1
- délka trvání 30 / 60 / 90 s
- v kompetenci hráče nebo trenéra či obou

Cíl

- předat hráčům informace relevantní k průběhu utkání



Struktura

- jasně předem daná trenérem
- každý musí znát a dodržovat svoji roli

Komunikace
hlavní trenér a asistenti

Komunikace
hlavní trenér - sdělení hráčům

0 — **10-20 s** — **50 s** — **50-60 s**

Čas pro lékaře, fyzioterapeuty a maséry

Oddech pro hráče

Proč?

- zastavit skórování soupeře v řadě
- změna systému hry (OF/DEF)
- individuální úkoly
- motivace hráčů
- zranění hráče
- jasně cílené kombinace (poslední střela)
- odpočinek
- poděkování

Z praxe

- maximální stručnost (čas)
- naprostá nedvojnázornost předávaných informací
- zaměřte se na budoucí činnost a změny
- zamezte konfliktu mezi hráči
- Nepodávejte nic neříkající informace („co jste tam dělali, jak to hrajete,...“)
- prostor pro pokyny jednomu a více hráčům
- prostor pro zařazení určité herní situace a kombinace (trenér vs trenér, obrana vs útok)
- dívejte se na hráče a vnímejte jejich oči
- promyslete kde, kdo bude sedět, stát (hráči, trenéři, staff) – určení rolí - (jak u dětí?)
- buďte věrohodní a jistí
- mluvte stručně, jasně a když je to třeba i adresně

Co ovlivňuje Time Out

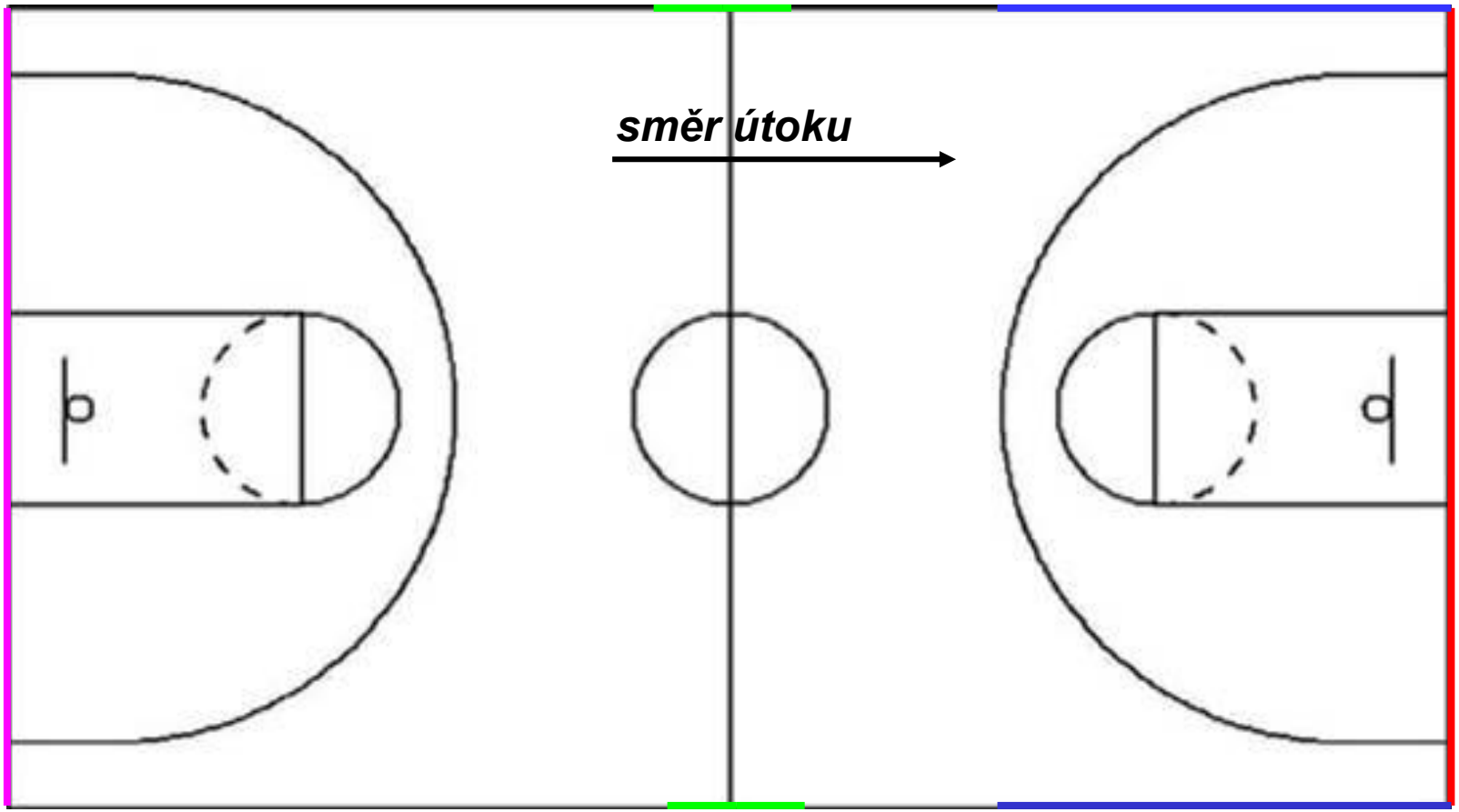
- emoce hráčů, trenérů, fanoušků
- fyzická a psychická únava
- čas
  - délka oddechového času
  - ve vztahu k časovému průběhu utkání
- TV (mikrofon, kamera, reportér)
- jazyk komunikace (účast cizinců v týmu)

Koncovka utkání

- zařadit TO do tréninku zejména při kreslení herních kombinací(HK) směřujících ke konkrétnímu řešení

- připraveny různé varianty HK na základě času, prostoru, odkud se vyhazuje a prostoru, odkud se bude zakončovat

Koncovka utkání



6 otázek pro Time Out

- **PROČ** je to důležité?
- **KDY** svolám Time Out?
- **CO** chci v Time Out říci?
- **JAK** informaci sdělím?
- **KDE** se budou z pohledu hry (útok, obrana, zakončení) informace používat?
- **KDO** – určení rolí hráčů?

KOMUNIKACE
N.I.T.E.

- **N**AME
- **I**NFO
- **T**ONE
- **E**YE CONTACT

Generace Y - Millennials

Boomer	Gen X	Millennial (Y)	Gen Z
1945-1964	1964-1980	1980-2000	post-millen., igen, plurals founders, homeland gen.
face 2 face or call loyal to job	e-mail work to live	just text me play then work	lidé narození po roce 1995 (v ČR 22 % populace)
print me a copy	send me a copy	I´ll google myself	Neznají život bez moderních technologií a internetu -základní rozdíl s generací Y
respect my title focus on process work comes first	respect my ideas focus on results family comes first	respect my skills focus on involvement friends come first confident open to change connected	sociální média jsou nedílnou součástí jejich života (on line 24/7, okamžitě sdílí poznatky a informace + psaný text, obrázky, videa a GIFy) TV sledují minimálně, pokud ano, tak formou ivysílání - spíše používají you-tube chtějí informace, chtějí se vzdělávat, chtějí být vedeni

KOMUNIKACE

mnoho informací, které předáváme jsou nonverbální – body language

KOMUNIKACE

mnoho informací, které předáváme jsou nonverbální – body language –

video Kestas Kemzura

MŮŽETE KOMUNIKOVAT BEZ MOTIVACE,

ALE

NEMŮŽETE MOTIVOVAT BEZ KOMUNIKACE!