



Δράση, αποτελέσματα και τερματισμός της διαδικασίας

Δέσποινα Σιδηροπούλου-Δημακάκου

Καθηγήτρια

Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών



Τι είναι δράση;

- ο Το περιεχόμενο της **δράσης** καθορίζεται από τους στόχους της επαγγελματικής συμβουλευτικής, όπως προσδιορίζονται στο συμβόλαιο.





Πίνακας: *Διάφορα είδη δράσεων*

- Επιδίωξη εισαγωγής στο Πανεπιστήμιο
- Επιδίωξη εισαγωγής σε μεταπτυχιακό πρόγραμμα
- Αλλαγή τμήματος, αλλά σε παρόμοια εργασία.
- Αλλαγή θέσης μέσα στον οργανισμό (π.χ. από ένα λειτουργικό σε ένα διευθυντικό ρόλο).
- Αλλαγή οργανισμού, αλλά παραμονή στο ίδιο επάγγελμα.



Πίνακας: Διάφορα είδη δράσεων

- Αλλαγή από πλήρους σε μερικής απασχόλησης εργασία ή εργασία με ελεύθερο ωράριο.
- Λήψη εκπαιδευτικής άδειας.
- Κατοχή δύο θέσεων μερικής απασχόλησης.
- Έναρξη προσωπικής επιχείρησης κατά τον ελεύθερο χρόνο.
- Αλλαγή επαγγέλματος μετά από επανεκπαίδευση (π.χ. Ανοιχτό Πανεπιστήμιο).
- Αλλαγή επαγγέλματος με τη βοήθεια μεταβιβάσιμων δεξιοτήτων.



Στόχοι και βήματα δράσης

- Συχνά υπάρχει σύγχυση ανάμεσα στους όρους **«στόχος»** και **«σχεδιασμός δράσης»**.
- Οι **στόχοι** είναι συγκεκριμένες δηλώσεις για το **τι** στοχεύουν να πετύχουν οι πελάτες.
- Ο **σχεδιασμός της δράσης** αναφέρεται στο **πώς** θα ενεργήσουν οι πελάτες για να επιτύχουν τους στόχους τους. Δεν πρέπει να υποκύψουμε στον πειρασμό και να βιαστούμε να περάσουμε γρήγορα στο «πώς» χωρίς προηγουμένως να λάβουμε υπόψη μας το «τι».



«**ΕΞΥΠΝΟΣ**» ΣΤΟΧΟΣ

Ο καθορισμός των στόχων δεν είναι εύκολη υπόθεση.

Ένας «**ΕΞΥΠΝΟΣ**» επαγγελματικός στόχος είναι:

- ο **Συγκεκριμένος** - (**S**pecific)
- ο **Μετρήσιμος** - (**M**easurable)
- ο **Ελκυστικός** - (**A**tractive)
- ο **Ρεαλιστικός** - (**R**ealistic)
- ο **Χρονικά προσδιορισμένος** - (**T**ime-bound)



«έξυπνος» στόχος

- ο Συγκεκριμένος : Οι στόχοι είναι στην ουσία άχρηστοι αν διατυπώνονται με γενικούς όρους. Είναι τόσο αποτελεσματικοί όσο μια πρωτοχρονιάτικη απόφαση του τύπου «Πρέπει να κόψω το κάπνισμα». Από την άλλη, βοηθούν να ξεκινήσουμε από κάπου.
- ο Σύμβουλος μπορεί να βοηθήσει τον πελάτη να αυξήσει την ακρίβεια μιας «δήλωσης πρόθεσης» θέτοντάς του την απλή ερώτηση **«Πώς;»**.



«έξυπνος» στόχος

ο Μετρήσιμος:

Εκτός από το να είναι συγκεκριμένος, ο στόχος θα πρέπει να είναι μετρήσιμος ή επαληθεύσιμος.

Με άλλα λόγια «Θα ξέρω ότι έχω επιτύχει τον στόχο μου όταν (για παράδειγμα) θα έχω μειώσει τον αριθμό των διαφωνιών μου με τον προϊστάμενό μου».



«έξυπνος» στόχος

ο Ελκυστικός:

Ελκυστικός είναι ο στόχος στον οποίο δεσμεύονται οι πελάτες.

- Αν ο στόχος είναι κάποιου άλλου ή αν πίσω από τον στόχο που εκφράζεται υπάρχει κάποιος άλλος στόχος, τότε ο αρχικός στόχος θα παρεμποδισθεί.



«έξυπνος» στόχος

Ρεαλιστικός.

Οι στόχοι δεν θα πρέπει να βρίσκονται στη σφαίρα της φαντασίας, γιατί έτσι είναι δύσκολο να επιτευχθούν.

Ούτε όμως θα πρέπει να είναι τόσο εύκολα επιτεύξιμοι, που οι πελάτες να μην έχουν κίνητρο για δράση.

Οι στόχοι θα πρέπει να βρίσκονται μέσα στο σύστημα αξιών του πελάτη και να έχουν επαρκή σπουδαιότητα γι' αυτόν, ώστε η επίτευξή τους να αποτελέσει ανταμοιβή για τον πελάτη.



«έξυπνος» στόχος

Χρονικά οριοθετημένος.

Ο καθορισμός χρονικών ορίων για την επίτευξη των στόχων βοηθά το άτομο να επικεντρωθεί σ' αυτόν.

Τέτοιου είδους χρονικά όρια μπορούν να λειτουργήσουν από μόνα τους ως κίνητρα.

Μπορούν ακόμη να λειτουργήσουν ως ημερομηνίες ανασκόπησης (κατά τις οποίες τα άτομα θα αξιολογήσουν σε τί βαθμό έχει προχωρήσει η διαδικασία επίτευξης στόχου).



Κριτήρια που θα πρέπει να πληρούνται πριν την ολοκλήρωση των σχεδίων δράσης

- Προσδιορίζουμε τους στόχους, τους οποίους έχουμε συζητήσει μαζί με τον πελάτη διεξοδικά.
- Αφήνουμε τον πελάτη να είναι ο «ιδιοκτήτης» του σχεδίου δράσης του.
- Επισημαίνουμε στον πελάτη ότι το σχέδιο δράσης δεν είναι οριστικό, αλλά θα πρέπει να αναθεωρείται τακτικά και ίσως να χρειαστεί αναμόρφωση.
- Δίνουμε αρκετό χρόνο στον πελάτη, για να εξετάσει τους φόβους του για αλλαγή.



Ο φόβος της αλλαγής

- Δεν θα πρέπει να μας εκπλήσσει το γεγονός ότι οι πελάτες εμφανίζουν ανησυχία, όταν πλησιάζουν σε αυτό που θεωρούν ως το «κρίσιμο» σημείο, δηλαδή, στη φάση που πρέπει να ληφθεί μια απόφαση.
- Υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που εντείνουν τη διστακτικότητα των πελατών στο σημείο αυτό:



Ο φόβος της αλλαγής (παράγοντες)

- Οι πελάτες μπορεί να ανησυχούν για το γεγονός ότι η επιλογή τους πιθανόν να μην γίνει αποδεκτή από τους «σημαντικούς άλλους».
- Ίσως, π.χ. λόγω παλαιότερων εμπειριών απόρριψης, να φοβούνται τον ανταγωνισμό που υπάρχει στην αγορά εργασίας.
- Ακόμη, μπορεί να φοβούνται ότι το σχέδιο δράσης δεν θα λειτουργήσει (*για παράδειγμα, ένας συνεσταλμένος πελάτης που δυσκολεύεται να ζητήσει πληροφορίες*).



Ο φόβος της αλλαγής

- ο Πιθανόν να χρειαστεί να γίνουν κάποιες επιπλέον συνεδρίες συμβουλευτικής, προκειμένου να προετοιμασθούν οι πελάτες να υλοποιήσουν τα σχέδια δράσης.
- ο (ο πελάτης που αντιδρά στη συμβουλευτική διαδικασία)



Τερματισμός της διαδικασίας

- ο Το τέλος της σχέσης μεταξύ πελάτη και συμβούλου στην επαγγελματική συμβουλευτική μπορεί να είναι μικρότερης βαρύτητας από ό,τι το τέλος της συμβουλευτικής σχέσης σε κάποιες μορφές προσωπικής συμβουλευτικής, για τους ακόλουθους λόγους:
 1. Η επαγγελματική συμβουλευτική είναι συνήθως μια βραχύχρονη διαδικασία. Ο πελάτης έρχεται για επαγγελματική συμβουλευτική εξαιτίας ενός συγκεκριμένου επαγγελματικού ζητήματος, που ενδεχομένως απαιτεί μια απόφαση ή κάποια δράση μέσα σε σχετικά σύντομη χρονική περίοδο.



Τερματισμός της διαδικασίας

2. Ποτέ δεν ενθαρρύνεται η εξάρτηση μέσα στο πλαίσιο της σχέσης συμβούλου-πελάτη.
3. Η σειρά των συναντήσεων προγραμματίζεται έτσι, ώστε η τελευταία συνάντηση να μην απέχει πολύ από την πρώτη.
4. Η τελευταία συνάντηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένας τρόπος ανασκόπησης της διαδικασίας, όπου αντιμετωπίζεται κάθε εμπόδιο, ενδυναμώνεται η μειωμένη παρότρυνση και γιορτάζονται οι επιτυχίες.



Να θυμάστε ότι....

- Ο επαγγελματικός σύμβουλος στο πέρας της τελικής συνάντησης λέει «αντίο» στον πελάτη του, αφήνοντας τον εξοπλισμένο με κατάλληλες δεξιότητες και έχοντας εμπιστοσύνη στη δυνατότητά του να υλοποιήσει τα σχέδια δράσης του μόνος του.



Συνεχιζόμενη υποστήριξη- ανασκόπηση

Ωστόσο,

- Οι άνθρωποι χρειάζεται να έχουν τη δυνατότητα να συζητήσουν τα αποτελέσματα των ενεργειών τους (καλά ή άσχημα).
- Είναι, επίσης, ενθαρρυντικό να έχεις κάποιον να αναγνωρίζει και να επαινεί ακόμη και τις μικρές επιτυχίες και τα μικρά επιτεύγματα και στην κατάλληλη στιγμή να συμβάλλει στη χαρά της υλοποίησης του σχεδίου δράσης.



Τεχνικές για να διατηρηθεί ο πελάτης σε εγρήγορση

- ο Μετά από τη λήξη του αρχικού συμβολαίου μεταξύ συμβούλου και πελάτη, μπορεί να χρησιμοποιηθούν κάποιες τεχνικές, ώστε να γίνει προσπάθεια να διευκολυνθεί η διαδικασία της επαγγελματικής ανάπτυξης των πελατών, καθώς και να ενθαρρυνθούν και να ενισχυθούν για να υλοποιήσουν τα σχέδια δράσης τους.



Τεχνικές για να διατηρηθεί ο πελάτης σε εγρήγορση

«Πρόβα»(Δοκιμαστική εκτέλεση):

- ο Ορισμένοι πελάτες μπορεί να χρειαστούν περισσότερη βοήθεια για να «κάνουν πρόβα» για μια συνέντευξη πρόσληψης, για τρόπους με τους οποίους θα δικτυωθούν, καθώς και για την προσέγγιση εργοδοτών με στόχο την αναζήτηση εργασίας.
- ο Η «πρόβα» μπορεί να είναι εξαιρετικά ωφέλιμη για τους πελάτες που δεν έχουν αρκετή αυτοπεποίθηση, ώστε να παρουσιάσουν τους εαυτούς τους σε ένα ανταγωνιστικό και ξένο περιβάλλον.
- ο Από την τεχνική αυτή θα ωφεληθούν ιδιαίτερως οι γυναίκες που επιστρέφουν στην αγορά εργασίας ύστερα από αρκετά χρόνια απουσίας, αλλά και άτομα που δεν έχουν αναζητήσει εργασία για μεγάλο χρονικό διάστημα.



Τεχνικές για να διατηρηθεί ο πελάτης σε εγρήγορση

Χρήση της περίληψης:

- Αμέσως μετά την τελευταία συνάντηση, ο επαγγελματικός σύμβουλος μπορεί να αποστείλει στον πελάτη μια περίληψη της διαδικασίας.
- Η περίληψη αυτή μπορεί να είναι ένα έγγραφο τριών ή τεσσάρων σελίδων, όπου συνοψίζεται η πρόοδος που σημείωσε ο πελάτης κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής συμβουλευτικής, καθώς και οι ενέργειες που χρειάζεται να κάνει στη συνέχεια. Μπορεί να περιλαμβάνει τα βασικά σημεία που προέκυψαν από τις ασκήσεις, από τα τεστ και από τις συναντήσεις, μαζί με το σχέδιο δράσης.



Τεχνικές για να διατηρηθεί ο πελάτης σε εγρήγορση

Χρήση της περίληψης (συνέχεια):

- Μια εναλλακτική ή πρόσθετη προσέγγιση είναι να ζητήσουμε από τους πελάτες να γράψουν τη δική τους περίληψη.
- Για κάποιους πελάτες αυτό μπορεί να είναι ένας πρακτικός τρόπος να υπενθυμίσουν στον εαυτό τους τα βασικά σημεία της συμβουλευτικής διαδικασίας, να αναλάβουν δράση και να πάρουν απόφαση ότι η συμβουλευτική σχέση έληξε: **«Αυτή η ιστορία τελείωσε. Τώρα προχωρώ σε επόμενη φάση».**



Τεχνικές για να διατηρηθεί ο πελάτης σε εγρήγορση

Άλλοι φυσικοί παράγοντες που υπενθυμίζουν στον πελάτη το σχέδιο δράσης του:

- ο Το να καρφισώσει ο πελάτης το σχέδιο δράσης σε ένα εμφανές σημείο μπορεί να του υπενθυμίζει τις ενέργειες που πρέπει να κάνει. Οι πελάτες συχνά σκέφτονται αυθόρμητα διάφορα δικά τους κόλπα για να παροτρύνουν τον εαυτό τους σε δράση.
- ο Ορισμένοι πελάτες ξεκινούν να γράφουν ένα «*Ημερολόγιο Επαγγελματικής Ανάπτυξης*» ή χρησιμοποιούν ένα πίνακα ανακοινώσεων όπου σημειώνουν την πρόοδό τους.



Τεχνικές για να διατηρηθεί ο πελάτης σε εγρήγορση

Υποστήριξη από τους άλλους:

- Μπορεί να ζητηθεί από τους πελάτες να σκεφτούν ένα ή δύο άτομα, στα οποία μπορούν να στρέφονται, όταν χρειάζονται στήριξη στην προσπάθειά τους να υλοποιήσουν τα σχέδιά τους.
- Πιθανά άτομα που μπορούν να αναλάβουν αυτόν τον ρόλο είναι, για παράδειγμα, ένας σύντροφος, φίλος, συνάδελφος, αδελφή ή αδελφός.
- Οι πελάτες ενθαρρύνονται να συζητήσουν το σχέδιο δράσης τους με το άτομο αυτό και να προγραμματίσουν συχνές υποστηρικτικές συναντήσεις.