

МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ЗАЙНЯТОСТІ
УКРАЇНИ

Заклад післядипломної освіти
«Центр підвищення кваліфікації служби зайнятості»

**ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ З
КЛІЄНТАМИ СЛУЖБИ
ЗАЙНЯТОСТІ.
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ**

ПОРАДНИК
ДЛЯ ФАХІВЦІВ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ



КИЇВ – 2025

УДК 005.57(159.9)

Д 46

Рекомендовано до друку Навчально-методичною радою Закладу післядипломної освіти "Центр підвищення кваліфікації служби зайнятості" (протокол № 3 від 23 червня 2025 р.).

Рецензенти:

Васильсва В.А., Директор Департаменту реалізації політики зайнятості Державного центру зайнятості.

Сінчишена Н.Л., Директор Департаменту управління персоналом Державного центру зайнятості.

Д 46 Ділове спілкування з клієнтами служби зайнятості. Психологічні особливості. Порадник для фахівців служби зайнятості / Автори-упорядники: *І. Бондіні*, начальник управління сприяння працевлаштуванню Департаменту реалізації політики зайнятості Державного центру зайнятості, *Н. Пішко*, викладач вищої категорії ЗПДО ЦПКСЗ, *В. Штагер*, викладач вищої категорії ЗПДО ЦПКСЗ. – Київ : ЗПДО ЦПКСЗ, 2025. – 46 с.

Порадник має на меті познайомити працівників служби зайнятості з інструментами розвитку навичок клієнтоорієнтованого ділового спілкування. У посібнику наведені практичні рекомендації та універсальні приклади спілкування з клієнтами. Ключові етапи співбесід з прикладами висловлювань і варіанти ведення ділового спілкування різними фахівцями стануть у нагоді фахівцям і керівникам центрів зайнятості.

Підготовлений матеріал є доповненням до Комунікаційних стандартів обслуговування клієнтів Державної служби зайнятості, затверджених наказом Державного центру зайнятості від 28.09.2023 № 105.

УДК 005.57(159.9)

Д 46

© І.А.Бондіні, Н.В.Пішко, В.В.Штагер,

© Заклад післядипломної освіти

«Центр підвищення кваліфікації служби зайнятості», 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
Загальні положення	5
Основні принципи ділового спілкування	5
Ключові комунікаційні навички для успішного ділового спілкування	7
Структура ділової співбесіди фахівця з клієнтом центру зайнятості	12
Фрази, які не рекомендується застосовувати при спілкуванні	14
Додатки:	
Шаблони співбесід фахівців центру зайнятості з клієнтами	19
На завершення	45

ВСТУП

Ділове спілкування – це головний інструмент для професійної взаємодії фахівця з клієнтом служби зайнятості, підвищення довіри та досягнення реальних результатів у працевлаштуванні.

Правильне спілкування – це підґрунтя успішної роботи. Саме через неї формується перше враження, будується довіра, зменшується напруга, підтримується мотивація, надається підтримка. Спілкування – це не просто обмін словами. Саме від того, наскільки ефективно фахівець вміє комунікувати, залежить, чи почує його клієнт, чи зможе довіритися й рухатися у напрямі працевлаштування або розвитку.

Мета цього посібника – надати фахівцям Державної служби зайнятості практичні інструменти для розвитку навичок та побудови професійної та клієнтоорієнтованої комунікації, яка сприятиме продуктивній співпраці, підвищенню ефективності роботи та задоволеності клієнтів.

Цей посібник розроблено для надання конкретних рекомендацій фахівцям служби зайнятості, які безпосередньо обслуговують клієнтів. Тут ви знайдете практичні рекомендації та універсальні фрази для спілкування з клієнтами, а також небажані формулювання, яких варто уникати. Окрім того, наведені типові реакції клієнтів, ключові етапи співбесід з прикладами висловлювань і варіанти ведення ділового спілкування різними фахівцями.

Наведені приклади розмов не є універсальними для всіх клієнтів і ситуацій. Проте, вміле поєднання цих фраз допоможе фахівцям гнучко та професійно підходити до спілкування з різними клієнтами, виявляючи повагу та увагу до співрозмовника.

Даний матеріал є доповненням до Комунікаційних стандартів обслуговування клієнтів Державної служби зайнятості, затверджених наказом Державного центру зайнятості від 28.09.2023 № 105.



ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Ділове спілкування – це цілеспрямована взаємодія, яка має конкретну мету та відбувається в межах професійної діяльності. У контексті служби зайнятості – це один із основних інструментів роботи з клієнтом: за його допомогою фахівець інформує, консультує, підтримує, координує, допомагає приймати рішення.

Ціль ділового спілкування – досягти результату з урахуванням потреб і контексту співрозмовника. Втім, недостатньо лише передати інформацію. Потрібно зробити це зрозуміло, професійно та з повагою до іншої сторони.

Ділове спілкування завжди має:

- мету** (наприклад, зацікавити роботодавця співпрацею, допомогти клієнту зрозуміти свій шлях до працевлаштування, узгодити дії з партнером тощо);
- формат** (регламентований, усний / письмовий, особистий / дистанційний, офіційний / напівформальний);
- рольову структуру** (працівник виступає як експерт, фасилітатор, координатор або сервісний провідник – залежно від ситуації);
- обмеження в часі** (результативність важлива, як і повага до часу всіх учасників).

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Розглянемо ключові принципи ділового спілкування, які впливають на його результативність в контексті взаємодії фахівця центру зайнятості з клієнтом:

1. Доступність

Спілкування має бути зрозумілим. Використання складних термінів, довгих конструкцій, шаблонних фраз створює бар'єр між фахівцем і клієнтом. Завдання фахівця – не вразити клієнта складними словами, а допомогти прийняти рішення і рухатися вперед. "Говорити мовою клієнта" та "бути на відстані витягнутої руки" – один із принципів взаємодії.

2. Конструктивність

У центрі будь-якої розмови має бути пошук рішень. Якщо клієнт скаржиться, не розуміє або заперечує – це не "складний клієнт", а людина з невирішеним питанням. Конструктивна позиція працівника – вміння сфокусуватися не на проблемі, а на можливості її вирішення (тобто, на результаті, який отримує клієнт, співпрацюючи зі службою зайнятості).

3. Сервісність та повага до клієнта

Кожен, хто звертається до центру зайнятості – не "заявник", а людина з історією, потребами та емоціями. Поважне ставлення, доброзичливий тон, увага до деталей – усе це підвищує довіру, навіть коли ми не можемо запропонувати миттєве рішення.

4. Конкретність

Інформація, яку ми надаємо, має бути зрозумілою, структурованою та адаптованою до ситуації. Чіткість та ясність у спілкуванні надає клієнтові поштовх для того, щоб впевнено рухатися вперед, спираючись на експертність фахівця.

5. Професійна компетентність

Знання нормативної бази, процедур та фактичних можливостей організації – інструмент впевненості фахівця. Разом з тим, важливо поєднувати ці знання з людяністю. Ми скоріше довіряємо тим, хто не просто "знає все", а вміє пояснити складне простими словами та надає доцільні рекомендації.

6. Зворотний зв'язок

Зворотний зв'язок – основа якісної комунікації. Це ключ до того, щоб спілкування дійсно "працювало". Це перевірка нашого розуміння, емоційного стану, сприйняття інформації. Без нього ми "мовимо в порожнечу" й не можемо бути впевнені, що розуміємося зі співрозмовником.

Як це виглядає на практиці? – Через прості запитання:

- ❓ *"Чи все Вам зрозуміло? Можливо, щось варто повторити?"*
- ❓ *"Як Ви ставитеся до такого варіанту?"*
- ❓ *"Що Ви плануєте зробити після розмови?"*
- ❓ *"З чим Ви погоджуєтесь у даній ситуації?"*
- ❓ *"Що Ви зрозуміли з того всього, що я проговорив(ла)?"*

Ці запитання не тільки дають нам уявлення про сприйняття, але й залучають клієнта у процес прийняття рішень, зміцнюють його відповідальність та мотивацію.

КЛЮЧОВІ КОМУНІКАТИВНІ НАВИЧКИ ДЛЯ УСПІШНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Наведені у цьому розділі комунікаційні навички мають стати у нагоді фахівцям при спілкуванні з клієнтами. Це основні навички ділового спілкування.



Навичка 1. Активне слухання

Це не просто слухання та кивання у відповідь. Це глибока присутність у діалозі, уважне ставлення до змісту, тону, емоцій і підтексту звернення клієнта.

Це намагання зрозуміти контекст та передати клієнту сигнал: "Я з тобою, я розумію тебе".

Активне слухання:

- Допомагає зменшити тривожність клієнта.
- Підвищує рівень довіри: *"Мене тут справді чують"*.
- Дозволяє зібрати точнішу інформацію, бо клієнт відкривається.
- Покращує ефективність рекомендацій та порад, які базуються на реальних потребах клієнта.



Які інструменти допоможуть розвивати цю навичку?

1. **Перефразування:** *"Як я розумію, Ви...?", "Тож, у Вас зараз...?"*
2. **Рефлексія емоцій:** *"Ви маєте розгублений/схвильований вигляд – я правильно відчуваю?", "Я розумію Ваш гнів. На Вашому місці я можливо також розгнівався(лась). Разом з тим я розумію, що спокій та здоровий глузд допоможе нам швидше розібратись у цій ситуації. Згодні?"*
3. **Запитання на уточнення:** *"Що Ви маєте на увазі під...?"*
4. **Пауза:** дайте людині час подумати та висловитись.



Важливо: людина, яку слухають уважно, починає говорити правду.

А правда – це ключ до якісної допомоги.



Навичка 2. Чіткість у комунікації

Це здатність формулювати свої думки без двозначностей, зайвих складних термінів чи емоційних нашарувань. Це про те, щоб клієнт **не здогадувався**, що ви мали на увазі, а **точно знав**, що робити, чого очікувати і на якому етапі він зараз знаходиться.

Чіткість у комунікації:

- Будує відчуття професійності та надійності.
- Знижує тривожність клієнта та зменшує кількість уточнюючих запитань.
- Прискорює процес прийняття рішень.
- Спрощує усвідомлення очікувань та результату.

Які інструменти допоможуть розвинути цю навичку?

- 1** **Правило "теза-пояснення-приклад":** спочатку головне, потім коротко чому, і за потреби – приклад.
- 2** **Мапа розмови:** "Зараз ми поговоримо про три речі..." – створює структуру.
- 3** **Контрольні фрази:** "Чи зрозуміло пояснив(ла)?", "Підсумую коротко...", "Отже, Ваш наступний крок – ..."

Використання простих слів (враховуючи рівень обізнаності співрозмовника) – навіть замість "рекрутинг" можна сказати "пошук працівника".

Важливо: неясна комунікація – це запрошення до непорозуміння.
Ясність = довіра + впевненість у взаємодії.

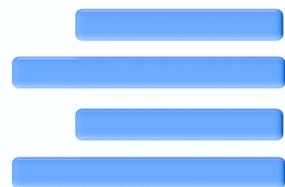


Навичка 3. Емпатія

Емпатія – це не "пожаліти", а "побачити ситуацію" очима клієнта. Це вміння відчувати, зрозуміти та прийняти емоційний стан і потреби іншої людини, не намагаючись одразу дати пораду чи рішення. Це про те, щоб побачити ситуацію очима клієнта, залишаючись при цьому в професійній позиції.

Емпатія:

- Допомагає встановити довіру й безпечний простір.
- Сприяє глибшому розумінню потреб клієнта (іноді справжні запити звучать між рядками)
- Підвищує залучення клієнта до процесу, знижує емоційне напруження.
- Покращує клієнтський досвід: людина не просто "отримує послугу", а відчуває підтримку.



Інструменти прояву емпатії:

- 1** Техніка "pause and feel" – перш ніж щось відповідати, зробити паузу і відчути, що клієнт переживає.
- 2** Запитання для уточнення емоцій:
 - "Як Ви почуваетесь з цим рішенням?"
 - "Що саме Вам найбільше не дає спокою?"
 - "Чи було щось у попередньому досвіді, що зараз впливає на це?"
- 3** Віддзеркалення: "Звучить, ніби Вам було важко...", "Я відчуваю роздратування у ваших словах", "Так, дійсно, це може бути страшно...".

Важливо: емпатія – не про "погодитись із клієнтом", а про "бути з клієнтом у моменті". Проговорювання емоцій відкриває новий рівень довіри й ефективності.



Навичка 4. Конструктивне вирішення конфліктів

Це здатність виявляти та ефективно вирішувати ситуації непорозуміння чи напруги у взаємодії з клієнтом, зберігаючи повагу до себе і до іншої сторони. Це не про уникнення, а про здатність залишатися спокійним, бачити суть питання, відділяти емоції від фактів і шукати рішення, а не винного.

Конструктивне вирішення конфліктів:

- Мінімізує емоційне виснаження й незадоволення клієнта.
- Дозволяє зберігати професійний імідж навіть у складних ситуаціях.
- Допомогає знизити ризик ескалації конфлікту або втрати клієнта.
- Підвищує лояльність і довіру: людина відчуває, що з нею не сперечаються – її чують.

Які інструменти допоможуть?

- 1** Техніка "Я-повідомлення":
 - "Я бачу, що ситуація викликає напругу...",
 - "Я хочу краще зрозуміти, як ми можемо це вирішити",
 - "Для мене важливо щоб ми дійшли згоди, проте зараз я відчуваю роздратування. Пропоную узгодити це питання спокійно на наступній зустрічі у вівторок".

2 Техніка рефреймінг:

- замість "Ви вимагаєте", сказати: "Розумію, що для Вас це критично важливо. Давайте разом знайдемо прийнятне рішення".
- замість "Ви спричиняєте конфлікт", сказати: "Ваша наполегливість змушує мене шукати інші варіанти. Давайте ще раз розглянемо, що ми можемо зробити в рамках Закону та моїх компетенцій".

3 Завжди пропонуйте вибір або наступний крок:

"Можемо або переглянути критерії підбору, або змінити підхід. Що Вам ближче?"



Важливо: конструктивність – це зрілість і стабільність, що допомагають зберігати спокійний діалог з клієнтом, навіть коли ситуація стає напруженою.



Навичка 5. Адаптивність

Адаптивність – це здатність змінювати стиль спілкування, темп, форму подачі інформації та підходи до роботи відповідно до типу клієнта, його запиту, емоційного стану або контексту ситуації. Це гнучкість без втрати цінностей і якості.

Для чого її застосовувати?

- Створюються комфортні умови для спілкування з клієнтом, з ним взаємодіють уважно та гнучке.
- Мінімізується опір та напруга в комунікації.
- Зберігається результативність навіть у складних чи нестандартних умовах.
- Підвищується довіра та відчуття безпеки у взаємодії.

Як проявляється в спілкуванні з клієнтом?

- **Зміна стилю мовлення:** з ділового на більш людський – або навпаки.
- **Підбір термінології:** складна чи спрощена, залежно від бекграунду клієнта.
- **Формати взаємодії:** комусь комфортніше в месенджері Zoom, комусь – у WhatsApp, а хтось обирає тільки особисту взаємодію в офлайн-режимі.
- **Адаптація темпу й обсягу:** клієнт втомлений – зменшити інтенсивність або дати паузу. Клієнт хоче все й одразу – описати ситуацію цілком та пояснити кроки до досягнення мети, встановити терміни.



Важливо: адаптивність – це не втрата себе, підлаштування чи "прогинання під клієнта", це – уміння *розширювати свою палітру комунікації*, щоби бути зрозумілим, доречним і ефективним у кожному контакті.



Навичка 6. Повага до клієнта

Повага до клієнта – це не просто ввічливість, а ставлення до клієнта як до рівного, незалежно від ситуації. Це визнання цінності людини, її досвіду, часу, почуттів і потреб у будь-якій формі взаємодії. Повага проявляється в тому, як ми говоримо, скільки часу виділяємо, як слухаємо і як реагуємо. Це ставлення, яке неможливо підробити – клієнт відчуває його на рівні мікродій, інтонацій, пауз.

Для чого її застосовувати?

- Створюється безпечне середовище для спілкування, де клієнт розкривається.
- Формується довіра, навіть якщо клієнт скептично налаштований.
- Активне включення клієнта в спілкування
- Уникнення конфліктів, токсичної комунікації, формальності.

Як проявляється в спілкуванні з клієнтом?

1 Фрази, які транслюють повагу:

- "Ціную Ваш час, тому одразу до суті..."
- "Дякую, що поділилися – це важлива інформація"
- "Чи зручно Вам зараз говорити?"
- "Можу надати кілька варіантів, а Ви оберете комфортний для Вас".

2 Дії, що формують відчуття поваги:

- Прийти на зустріч вчасно.
- Надіслати підсумок співпраці / сесії / розмови, або проговорити наступні кроки після взаємодії.
- Відреагувати з розумінням, без тиску, якщо клієнт щось відмінив чи переніс на інший час.
- Запропонувати клієнту час на роздуми і усвідомлення, а не вимагати рішення "тут і зараз".

Важливо: відчувши поважне ставлення до себе, клієнт розкривається, і ділові відносини набувають характеру співробітництва.

Ці навички спілкування розвиваються з практикою. Чим частіше їх використовувати, тим легше буде спілкуватися і тим сильніше буде вплив на рішення клієнта.



СТРУКТУРА ДІЛОВОЇ СПІВБЕСІДИ ФАХІВЦЯ З КЛІЄНТОМ ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ

Співбесіда є головною формою взаємодії між фахівцем і клієнтом центру зайнятості в процесі надання послуг. Базуючись на принципі клієнтоорієнтованого підходу фахівець завжди аналізує реальний запит клієнта, виявляє його потреби, наміри можливості та спільно обирає найефективніший шлях допомоги в досягненні намічених цілей.

Успішна співбесіда має завершитися розробкою спільної стратегії розв'язання проблеми, з якою клієнт звернувся до центру зайнятості.

Умовно співбесіду можна розділити на три етапи:



Такий структурований підхід дає змогу чітко визначити призначення, зміст та особливості кожного етапу, допомогти спеціалістам ЦЗ, які як правило не є психологами за фахом, опанувати в найкоротший термін техніку проведення співбесіди.

Початок співбесіди спрямовується на встановлення довірливих відносин, позитивного емоційного контакту з клієнтом, формування ефективного зворотного зв'язку.

На цьому етапі співбесіди дуже важливо виявити увагу і доброзичливість. Таку тактику доцільно використовувати протягом всієї співбесіди.

Що сказати:

- "Дякую, що знайшли час – як у Вас настрій перед розмовою?"; "Добрий день, як Ваш настрій сьогодні?";*
- "Як Ви до нас дістались?"; "Як Вам наш новий сервіс? Чи довго довелося чекати?"*
- "Чи зручно Вам зараз говорити?"; "Чи можете приділити мені 10 хвилин для спілкування?"*

Розвиток співбесіди включає чотири основні змістовні елементи:

-  з'ясування причини звернення клієнта до центру зайнятості, уточнення запиту;
-  розкриття можливостей служби зайнятості стосовно конкретного запиту клієнта;
-  усвідомлений вибір шляхів реалізації запиту;
-  узгодження плану подальших дій.

Що сказати:

- "Розкажіть, з чим Ви сьогодні до нас звернулися?", "Яка ситуація у Вас зараз з роботою або пошуком?"; "Чим я можу бути для Вас корисним(ою) сьогодні?"*
- "Що саме хотілося б змінити або покращити завдяки цій зустрічі?"; "Чого очікуєте від нашої взаємодії?"*
- "Мені важливо переконатися, що я правильно зрозумів(ла) Вас..."*
- "Якщо коротко підсумувати – хочете знайти нові можливості для... Це так?"*
- "Під час цієї зустрічі ми можемо сфокусуватися на трьох основних моментах..."*
- "То наша мета сьогодні – розглянути, що саме можна зробити в цій ситуації?"*
- "Які варіанти вже пробували – і що з цього спрацювало/не спрацювало?"*
- "Який варіант із запропонованих Вам більше підходить?"*
- "Я пропоную зробити таким чином... Як Вам ідея?"*
- "Що могло б бути найменшим першим кроком у цьому напрямку?"*
- "Хочете, я допоможу Вам з прикладом резюме?"*

На **завершення співбесіди** підводяться підсумки, фіксуються домовленості, використовуються додаткові аргументи для мотивації, визначаються конкретні дати та час.

Що сказати:

- "Домовимось, що Ви спробуєте... і ми на зв'язку до..."*
- "Отже, домовилися, що Ви подивитесь ось ці вакансії, а я...(вказати, що саме)"*
- "Якщо виникнуть запитання – звертайтеся. Завжди готові допомогти!"*
- "Після погодження зателефонуйте мені до..."*

На цьому етапі принципово важливим є отримання від клієнта ствердної відповіді на питання *"Чи будете Ви робити це?", "Чи все Вам зрозуміло? Можливо, щось варто повторити?"*.

Завершення бесіди має проходити в доброзичливій і оптимістичній атмосфері, що сприятиме підвищенню впевненості клієнта у можливості вирішення його запиту.

Що сказати:

- "Цінюю Вашу відкритість – ми з Вами плідно попрацювали"*
- "Дякую за продуктивну взаємодію"*
- "Було приємно поспілкуватися. Бажаю Вам удачі на цьому етапі"*
- "Сподіваюся, що зустрінємось знову з гарними новинами"*.

ФРАЗИ, ЯКІ НЕ РЕКОМЕНДУЄТЬСЯ ЗАСТОСОВУВАТИ ПРИ СПІЛКУВАННІ

"Як /Чим я можу Вам допомогти?" – Це загальна та широко вживана фраза, яка зазвичай неефективна, якщо клієнт не знає, чого саме він хоче. Ця фраза може звучати надто загально та не вказувати на те, що саме Ви можете запропонувати клієнту. Краще запропонувати конкретні послуги або спитати про конкретну проблему.

"Ми завжди це робимо так." – Ця фраза може звучати диктаторськи та несприйнятливо до інших ідей. Це може викликати відчуття, що клієнт не має власної думки та вільного вибору. Краще спробуйте зрозуміти позицію клієнта та знайти компромісну точку зору.

"Це неможливо." – Ця фраза може відвернути клієнта та спричинити відчуття безнадії. Краще спробуйте запропонувати альтернативу або спробувати знайти рішення разом з клієнтом.

"Що Ви хочете від мене?" – Така фраза може сприйматися як обвинувачення та вказівка на те, що клієнт вже щось вимагає.



"Я не знаю." – В цілому, ця фраза демонструє готовність чесно визнати обмеженість у знаннях та готовність до навчання. Але у випадку обслуговування клієнтів, вона є виявленням некомпетентності фахівця та небажання шукати шляхи вирішення проблеми/питання, з якими клієнт звертається за допомогою. Натомість, в ситуації коли Ви дійсно не володієте інформацією з озвученого питання, краще визнати обмеження власного кола компетенцій та коректно запропонувати клієнтові звернутися до фахівця/установи відповідного напрямку роботи, або запропонувати джерела інформації, де клієнт може отримати офіційну інформацію.

"Ми обов'язково Вам допоможемо." – Ця фраза надає безпідставну надію на вирішення усіх озвучених і не озвучених питань/проблем клієнта. Ви можете запропонувати клієнтові допомогу з визначеного кола питань, попередньо з'ясувавши це коло.

"Це не в нашій компетенції." – Ця фраза відвертає клієнта від подальшої взаємодії. Натомість доцільно обумовити коло компетенцій організації, яку Ви представляєте, і запропонувати клієнтові вирішення питань у компетенції Вашої організації та запропонувати сприяння у вирішенні питань, які дотичні до його запиту, надавши контакти компетентних організацій або супровід клієнта у спілкуванні з цими організаціями.

"Не переживайте. Ми все зробимо." – Ця фраза з розряду тих, що надають безпідставну надію на вирішення усіх проблем/питань клієнта. Цією фразою Ви позбавляєте клієнта відповідальності за власне життя. Ви об'єктивно не в змозі зробити усе для вирішення його питань/проблем. Натомість, з'ясуйте конкретні питання/проблеми, за вирішенням яких звертається клієнт, співставте з Вашими/Вашої організації компетенціями, та запропонуйте конкретні кроки вирішення озвучених питань/проблем клієнта.

"У Вас недостатній пакет документів для реєстрації." – Така фраза наштовхує клієнта на думку, що Ви/Ваша організація занадто забюрократизовані і не бажаєте йому допомогти. Натомість запропонуйте сьогодні той перелік послуг та інформації, які клієнт може отримати без необхідного пакету документів, надайте перелік документів, які необхідні для вирішення його питань, знайдіть у графіку прийому найближчий вільний час і, узгодивши його з клієнтом, призначте прийом.

"Приходьте завтра." – Вислів, який викликає роздратування у будь-якої людини при зверненні в державну установу. У випадку, якщо об'єктивно немає вільного фахівця на сьогоднішній день, виявіть зацікавленість допомогти клієнтові саме сьогодні, запропонуйте ту інформацію та послуги, які він може отримати зараз, стисло поясніть принципи формування графіку прийому та знайдіть найближчий час прийому у необхідного фахівця, і, узгодивши його з клієнтом, призначте прийом.

"Це не наша відповідальність." – Ця фраза може звучати безініціативно та несприйнятливо до проблем клієнта. Краще спробуйте знайти рішення або направити клієнта до фахівців, які можуть допомогти.

"Ви виглядаєте занадто молодим/старим на таку роботу." – Така фраза може спричинити образу та негативні емоції у клієнта, адже звучить як дискримінаційна та така, що позбавляє людину права вибору.

"Ви повинні..." – Така фраза може сприйматися як наказ чи диктат.

"Ви не повинні цього робити." – Ця фраза може звучати відчужуюче та надто директивно. Краще запропонувати інші можливості або надати пораду, як краще діяти в конкретній ситуації.

"Я не знаю, що з Вами робити." – Це прояв некомпетентності, якому можна протиставити готовність шукати шляхи вирішення та запропонувати спільні дії у пошуку таких шляхів.

"У нас немає для Вас вакансій." – Відсутність вакансій у базі даних служби зайнятості не означає відсутність таких взагалі. Натомість слід запропонувати пропрацювати самостійно клієнтові або спільно з консультантом можливі джерела інформації з вакансіями.

"Не може нічим допомогти." – Вирішення питань, з якими звернувся клієнт, завжди має декілька варіантів. Якщо вичерпані усі можливі варіанти вирішення з боку служби зайнятості, слід запропонувати можливості інших державних установ, соціальних партнерів тощо.

"Я б на Вашому місці..." – Ваш досвід є Вашим особистим, і ніколи не може бути схожим на досвід іншої людини. Наразі Ви і Ваш клієнт робите те, що відповідає вашим соціальним ролям і місцю в суспільстві. І, відповідно, необхідно вибудовувати взаємодію з клієнтом, виходячи з цього місця.

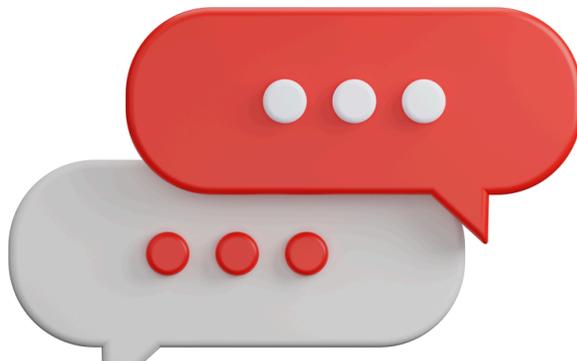
"Ви неправі." – Ця фраза показує зневагу до позиції клієнта у даному питанні. Ніхто не може обмежувати іншого у праві мати власну думку/точку зору. Натомість, висловити незгоду з позицією клієнта можна іншим чином, не принижуючи його право на власну думку.

"Ця робота не для Вас." – Лише клієнт має право вирішувати, яка робота для нього є прийнятною, навіть якщо він не має формального права претендувати на запропоновану роботодавцем позицію. А роботодавець, у свою чергу, має виключне право приймати рішення щодо прийняття на роботу того чи іншого претендента.

"Все буде добре." – Ця фраза не враховує попереднього життєвого досвіду клієнта. Отже, Ви не можете знати напевне, чи буде добре саме для нього те, що відбувається зараз або може відбутися у майбутньому.

"Я Вас розумію." – Ви не можете зрозуміти життєвого досвіду й емоційного стану клієнта, навіть якщо пережили схожі події. У будь-якому випадку, людина оцінює події крізь призму власного досвіду.

"Я Вам співчую, але..." – Клієнт звертається до служби зайнятості не за співчуттями, а за конкретною допомогою у пошуку роботи та/або матеріальною підтримкою. Тож варто зосередитися на пошуку варіантів вирішення заявленої проблеми/питань. Проте, важливо в якості виявлення емпатії висловити повагу та готовність допомогти.



ЧИМ ЗАМІНИТИ:

- "Я радий(а) Вас бачити. З якими питаннями Ви до нас завітали?"
- "Що саме Вас привело до нашого центру зайнятості? Розкажіть мені більше про свої потреби."
- "Я хочу краще зрозуміти Ваші цілі та потреби, щоб допомогти Вам знайти відповідну роботу."
- "Ми можемо обговорити різні варіанти та знайти той, який підходить саме для Вас."
- "Я готовий(а) допомогти Вам вирішити цю проблему та знайти рішення, яке задовольнить Ваші потреби та бажання."
- "Якщо Ви згодні, я можу запропонувати Вам відвідування на _____ дату/час? Вам зручно?"
- "На жаль, зараз усі консультанти зайняті. Якщо Вам зручно, можу запропонувати почекати до _____ часу."
- "Час очікування Ви можете провести, скориставшись нашою інформацією на стендах з вакансіями або на комп'ютері вільного доступу. Пройдіть, будь ласка, _____."
- "На жаль, Ви не маєте права на реєстрацію у службі зайнятості як безробітний. Але це не обмежує Вас в отриманні консультацій з пошуку роботи. Зараз є вільний час у консультанта _____."
- "Я не можу Вам запропонувати того, чого у мене/нас немає. Але, я намагатимуся обрати для Вас найкраще з того, що у нас є."
- "Заповнення анкет і форм допоможе нам зрозуміти, як краще Вам допомогти."



ШАБЛони СПІВБЕСІД ФАХІВЦІВ ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ З КЛІЄНТАМИ

Адміністратор Центру зайнятості

Кілька фраз, які може використовувати Адміністратор, щоб привернути увагу клієнта до важливої інформації:

- "Прошу звернути увагу на важливе оголошення: ..."
- "Важлива інформація для наших клієнтів: ..."
- "Маю важливу інформацію, якою Ви могли би зацікавитися: ..."
- "Обов'язково зверніть увагу на: ..."
- "Увага! У нас є важлива інформація: ..."
- "Вам може бути цікаво знати, що ми: ..."
- "Не пропустіть наше важливе повідомлення: ..."



Деякі фрази, які людина може вживати, щоб спинити отримання інформації від Адміністратора, можуть бути такими:

- "Дякую, мені цього достатньо."
- "Я розумію, що Вам треба доповнити інформацію, але мені зараз це не потрібно."
- "Вибачте, але я не маю часу на це зараз."
- "Я вже знаю все, що мені потрібно знати."
- "Я більше не хочу отримувати жодної інформації на цю тему."
- "Дякую, але я вже знайшов(ла) потрібну інформацію."
- "Я не цікавлюся цією темою."
- Адміністратор:
- Добре. Якщо Вам буде потрібно дізнатися щось важливе, Ви можете звернутися знову до мене або до Вашого консультанта. Ми будемо раді допомогти.

Є кілька можливих ознак того, що людина вже не сприймає інформацію:

Відсутність уваги: людина може проявляти відсутність уваги до інформації, не слухати або не читати уважно; відволікатися, відмовлятися від участі в дискусіях або проявляти зневагу до того, що говориться; здаватися заспаною, нудитися або перестати реагувати на співрозмовника; може використовувати зворотній зв'язок, який говорить про її невпевненість у зрозумінні отриманої інформації або неухважність до того, що їй було сказано.

Адміністратор:

- Вам щось незрозуміло? Я можу повторити. Чи Вам зручніше самостійно ознайомитися з цією темою?

Безперервне переключення уваги: людина може швидко переключати увагу з однієї теми на іншу без глибокого осмислення інформації; може бути поспішною і непослідовною у своїх відповідях або коментарях; може повторювати одні й ті ж або схожі фрази, які вже були сказані, не вносячи жодних нових деталей.

Адміністратор:

– *Я так розумію, що інформації занадто багато. Я можу запропонувати Вам ознайомитися з цією інформацією самостійно вдома або ось тут: _____.* Якщо виникнуть питання, звертайтеся.

Відчуття байдужості: якщо людина не сприймає інформацію, вона може виявляти ознаки байдужості або незацікавленості; може не виявляти емоційного відгуку на нову інформацію або не проявляти цікавості у глибшому розумінні теми.

Адміністратор:

– *Вам не потрібна ця інформація? Добре. Я готовий(а) відповісти на Ваші конкретні питання?*

Відкидання нових ідей або поглядів: якщо людина ставиться вороже до нової інформації, вона може відкидати або відхиляти нові ідеї, погляди або докази, не засновані на власних переконаннях; може захищати свої власні думки без обґрунтування або аналізу; може зупиняти співрозмовника посеред інформації, тим самим затримуючи розмову.

Адміністратор:

– *Я так розумію, що Ви не готові зараз сприймати те, що я говорю. Добре. Пропоную Вам самостійно почитати тут _____.* Якщо будуть необхідні додаткові роз'яснення або виникнуть питання, звертайтеся знову до мене або до Вашого консультанта. Ми будемо раді допомогти.

Заперечення або ігнорування фактів: людина може заперечувати факти, які суперечать її власним уявленням або переконанням; ігнорувати докази, які суперечать її вже сформованим думкам, і наполягати на своїх переконаннях; не реагувати на інформацію, яка не співпадає з її власними переконаннями, відхиляючи її без додаткового обговорення; може стати більш імпульсивною або роздратованою, якщо розмова продовжується, тому що вона не хоче слухати або реагувати на інформацію.

Адміністратор:

– *Добре. Я не збираюся зараз сперечатися з Вами. Ви можете самостійно ознайомитися з питанням ось тут _____.* Якщо Вам буде потрібно дізнатися щось важливе, Ви можете звернутися знову до мене або до Вашого консультанта. Ми будемо раді допомогти.

Шаблон співбесіди Адміністратора центру зайнятості.

Адміністратор:

- Добрий день! Я радий(а) вітати Вас у нашому центрі зайнятості. Я адміністратор центру зайнятості, мене звати _____ (ім'я, прізвище).
- З яким питанням Ви до нас завітали?

Клієнта-роботодавця (або його представника) спрямовуємо до відділу або консультанта по роботі з роботодавцями:

- Зверніться, будь ласка, до консультанта по роботі з роботодавцями, кабінет № _____.

Люди, які шукають роботу або бажають отримати статус зареєстрованого безробітного і, відповідно, допомогу по безробіттю, зазвичай точно знають, для чого вони прийшли у центр зайнятості. Тому і спілкування з такими особами має бути максимально конкретним з точними відповідями на точно поставлені питання.

Але при цьому необхідно знайти момент у розмові, коли можна додати до запиту клієнта інформацію про інші можливості служби зайнятості, адже більшість людей не знають про них.

Запропоновані варіанти співбесід не можуть обмежувати запити клієнтів і варіанти взаємодії, тому є орієнтовними та такими, що матимуть своє продовження відповідно до ситуації.

Клієнт-шукач роботи (варіант 1):

- Добрий день. Я шукаю роботу.

Адміністратор:

- Я вас зрозумів(ла). Чи бажаєте Ви зареєструватися як безробітний?

Клієнт:

- Так. Що для цього потрібно?

Адміністратор:

- Я спрямую Вас до кар'єрного радника, який буде в подальшому з Вами працювати? Найближчий вільний час сьогодні _____. Ви можете прийти на призначений час або почекати і ознайомитися з вакансіями або іншою інформацією ось тут: _____. Якщо виникнуть якісь питання, не соромтеся, звертайтеся до мене.

Клієнт-шукач роботи (варіант 2):

– Добрий день. Я шукаю роботу.

Адміністратор:

– Чи бажаєте Ви зареєструватися як безробітний?

Клієнт:

– Ні.

Адміністратор:

– Я спрямую Вас до рекрутера, який буде в подальшому з Вами працювати? Найближчий вільний час сьогодні _____. Ви можете прийти на призначений час або почекати і ознайомитися з вакансіями або іншою інформацією ось тут: _____. Якщо виникнуть якісь питання, не соромтеся, звертайтеся до мене.

Клієнт-шукач роботи (варіант 3):

– Добрий день. Я хочу оформити допомогу по безробіттю.

Адміністратор:

– Я вас зрозумів(ла). Для того, щоб оформити допомогу по безробіттю, Вам необхідно зареєструватися як безробітний. Чи бажаєте Ви зареєструватися?

Клієнт:

– Так. Що для цього потрібно?

Адміністратор:

– Я спрямую Вас до кар'єрного радника, який буде в подальшому з Вами працювати? Найближчий вільний час сьогодні _____. Ви можете прийти на призначений час або почекати і ознайомитися з вакансіями або іншою інформацією ось тут: _____. Якщо виникнуть якісь питання, не соромтеся, звертайтеся до мене.

Клієнт-шукач роботи (варіант 4):

– Добрий день. Мені потрібна довідка.

Адміністратор:

– Яка саме довідка Вам потрібна?

Клієнт:

– ...

Адміністратор:

– ... Ваша довідка буде готова _____ (дата/час). Якщо Вам зручно, можете почекати або прийти на цей час, якщо ні, приходьте у будь-який робочий день/час. Звертайтеся до мене, я Вам видам Вашу довідку. Чи залишилися у Вас ще якісь питання?

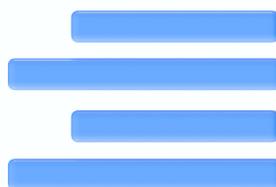
Варіанти подання інформації про послуги служби зайнятості

Варіант 1.

Служба зайнятості – це державна установа, яка надає послуги, що сприяють зайнятості громадян. Її основні функції полягають у підтримці працевлаштування, підвищенні кваліфікації працівників, підтримці самозайнятих осіб та наданні інших послуг, пов'язаних із зайнятістю.

Основні послуги, які може надати служба зайнятості:

- 1 Пошук роботи** – надання інформації про вакансії, які відповідають професійним навичкам та інтересам клієнта, поради щодо пошуку роботи, допомога у складанні резюме.
- 2 Підвищення кваліфікації** – надання можливості пройти навчання, що дозволить підвищити кваліфікацію та конкурентоспроможність на ринку праці.
- 3 Підтримка самозайнятих осіб** – надання консультацій щодо створення та розвитку власного бізнесу, надання фінансової допомоги для початку власного бізнесу.
- 4 Інформаційна підтримка** – надання інформації про ринок праці, тенденції розвитку галузей, професій, мережу центрів зайнятості, розмір та умови заробітної плати у провідних галузях економіки.
- 5 Психологічна підтримка** – надання консультацій та підтримки в пошуку роботи, підвищення самооцінки та впевненості в собі.
- 6 Допомога при звільненні** – надання консультацій та підтримка при звільненні, допомога у пошуку нової роботи, підвищення кваліфікації та консультації з розвитку кар'єри.



Варіант 2.

Служба зайнятості – це державна установа, яка надає безкоштовні послуги для допомоги людям знайти роботу. Основні послуги, які може надати служба зайнятості, включають наступне:

- 1 Консультації та підтримка:** служба зайнятості пропонує індивідуальні консультації та підтримку для допомоги у пошуку роботи. Ці послуги можуть включати рекомендації щодо підвищення кваліфікації, поради щодо написання резюме та листів-мотивацій, а також інформацію про потенційні робочі місця.
- 2 Пошук вакансій:** служба зайнятості має базу даних вакансій, яку можна використовувати для пошуку робочих місць. Вона містить інформацію про вакансії відповідно до кваліфікації, досвіду роботи та інших вимог.
- 3 Послуги з підвищення кваліфікації:** служба зайнятості може допомогти у підвищенні кваліфікації або перекваліфікації, щоб збільшити шанси на отримання високооплачуваної роботи. Ми надаємо інформацію про курси, навчальні заклади та програми підвищення кваліфікації.

Варіант 3.

Служба зайнятості – це державна установа, яка надає різноманітні послуги з метою сприяння зайнятості громадян.

Основна мета служби зайнятості полягає у забезпеченні працевлаштування безробітних та допомоги у пошуку роботи для осіб, які її шукають. Також служба зайнятості проводить професійну орієнтацію, допомагає з підготовкою резюме, підвищує кваліфікацію та організовує навчання для тих, хто має бажання змінити робочу спеціальність.

Для того, щоб скористатися послугами служби зайнятості, необхідно визначитися з питанням реєстрації. Після реєстрації Вам будуть доступні всі послуги, що надаються службою зайнятості. Проте, якщо Ви не бажаєте реєструватися, то маєте право на отримання будь-якої інформації у сфері зайнятості та консультації з пошуку роботи та розвитку кар'єри.

До послуг служби зайнятості також можуть входити підтримка у створенні власного бізнесу, допомога в отриманні соціальних послуг та пільг, а також розвиток мережі професійних контактів та підтримка в пошуку робочих місць за кордоном.

Варіант 4.

Служба зайнятості – це державна установа, яка надає різноманітні послуги з метою сприяння зайнятості громадян.

Основна мета служби зайнятості полягає у забезпеченні працевлаштування безробітних та допомоги у пошуку роботи для осіб, які її шукають. Також служба зайнятості проводить професійну орієнтацію, допомагає з підготовкою резюме, підвищує кваліфікацію та організовує навчання для тих, хто має бажання змінити робочу спеціальність.

Для того, щоб скористатися усім спектром послуг служби зайнятості, необхідно зареєструватися як безробітний. Після реєстрації вам будуть доступні всі послуги, що надаються службою зайнятості.

До послуг служби зайнятості також можуть входити підтримка у створенні власного бізнесу, допомога в отриманні соціальних послуг та пільг, а також розвиток мережі професійних контактів та підтримка в пошуку робочих місць за кордоном.

Усі послуги служби зайнятості є безкоштовні/безоплатні.



КАР'ЄРНИЙ РАДНИК (СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ КАР'ЄРНИЙ РАДНИК)

Співбесіда кар'єрного радника (спеціалізованого кар'єрного радника) (далі – Консультант) щодо пошуку роботи складається з чотирьох основних етапів:

- Етап 1. Спостереження. Збір інформації.
- Етап 2. Аналіз ситуації.
- Етап 3. Оцінка можливостей.
- Етап 4. Вибір.



Етап 1. Спостереження. Збір інформації.

Типи і види питань першого етапу:

- закриті для збору первинної інформації (*Хто? Коли? Де? Який? Що?*);
- відкриті для уточнення та розширення інформації (*Як? Чому? Навіщо? Яким чином? Що?*);
- сильні питання для виявлення потреб (*Розкажіть мені про себе... Яку конкретно роботу Ви шукаєте? Які конкретно цілі Ви перед собою ставите? Що Ви вже зробили для досягнення цих цілей? Як ми будемо оцінювати успіх нашої співпраці? Чого Ви очікуєте від служби зайнятості і мене як Вашого консультанта?*).

Фрази, які допоможуть виявляти потреби клієнта:

- "З якими основними проблемами Ви стикаєтеся у пошуку роботи?"
- "Яку саме роботу Ви шукаєте?"
- "Що Ви бачите результатом нашої співпраці?"
- "Що є для Вас найважливішим, коли ми розглядаємо рішення про підбір для Вас роботи?"
- "Які варіанти або можливості працевлаштування Ви вже розглядали?"
- "Які конкретні дії Ви очікуєте від мене як Вашого консультанта?"
- "Якими критеріями Ви керуєтеся, коли вибираєте роботу?"
- "Як Ви оцінюєте ефективність або успішність нашої співпраці?"



Етап 2. Аналіз ситуації.

Види питань другого етапу.

Формулювання правильних питань клієнту може допомогти провести аналіз процесу пошуку роботи та зрозуміти його потреби і пріоритети. Ось кілька питань, які можна поставити клієнтові для аналізу його пошуку роботи:

- *"Які професійні навички та досвід у Вас є?"* – Це допоможе з'ясувати, які навички та досвід клієнт може використовувати при пошуку роботи і в яких галузях він найбільш компетентний.
- *"Які сфери чи галузі Вас цікавлять?"* – Це питання допоможе з'ясувати, в яких сферах клієнт зацікавлений і в яких галузях він бажає займатися своєю професійною діяльністю.
- *"Які критерії для Вас є найважливішими у новій роботі?"* – Це дозволить клієнту визначити/усвідомити свої пріоритети, такі як заробітна плата, розташування місця роботи, режим роботи, можливості кар'єрного зростання тощо.
- *"Які види компаній Вам цікаві?"* – Це питання допоможе з'ясувати, чи клієнт бажає працювати в стартапі, великій корпорації, неприбутковій організації або можливо організувати власну справу.
- *"Які локації чи місця роботи Вам більше підходять?"* – Це питання допоможе з'ясувати, чи клієнт шукає роботу в певному місті, країні або готовий розглядати роботу в різних місцях.
- *"Які Ваші кар'єрні цілі та плани на майбутнє?"* – Це допоможе з'ясувати, які довгострокові цілі має клієнт і чи відповідає обрана робота його кар'єрним планам.
- *"Які форми роботи Вам більше підходять (повна зайнятість, неповна зайнятість, фріланс тощо)?"* – Це допоможе з'ясувати, яка форма зайнятості найкраще відповідає потребам та очікуванням клієнта.

Ці питання можуть служити основою для аналізу пошуку роботи клієнта та надання більш точних рекомендацій та порад щодо ваших спільних подальших кроків. Важливо також доповнювати їх іншими питаннями, які видаються Консультантові важливими для конкретного клієнта та його ситуації.

Також на цьому етапі доцільно використовувати такі техніки кар'єрного консультування як **"Воронка пошуку роботи"** та **"Техніка SMART"**, які є простими в опануванні та застосуванні.

Методика "Воронка пошуку роботи" є підходом до систематизації та керування процесом пошуку роботи з метою досягнення успішних результатів. Цей підхід базується на концепції воронки продажів, де кандидати на роботу розглядаються як потенційні клієнти, а роботодавці – як продавці.

Основна ідея методики "Воронка пошуку роботи" полягає в послідовному переході через кілька етапів, від початкового пошуку вакансій до отримання пропозиції про працевлаштування. Кожен етап має свої цілі, стратегії і завдання, які допомагають клієнтові просунути вперед у процесі пошуку роботи.



Основні етапи методики "Воронка пошуку роботи" можуть включати наступні:

1. Самоаналіз: Клієнт проводить оцінку своїх професійних навичок, цілей, інтересів і визначає, які види роботи йому підходять найбільше.

– *Яку саме роботу Ви шукаєте? Що для Вас є важливим у новій роботі?*

2. Розробка персонального бренду: Клієнт створює привабливий професійний образ, який включає резюме, профіль у Facebook, Instagram, портфоліо тощо.

– *Чи є у Вас шаблон резюме? Чи умієте Ви адаптувати Ваше резюме до кожної вакансії? Чи є у Вас шаблон супроводжувального/ мотиваційного листа?*

– *Якщо немає, я готовий(ва) Вам допомогти. Для цього нам необхідно виділити час для індивідуальної консультації або тренінгу.*

Це може бути прямо зараз, якщо є час, або інший день/час. Узгодити це з клієнтом. Провести консультацію або узгодити/призначити інший час для консультації/тренінгу. Повідомити про форму тренінгу (в приміщенні центру зайнятості або онлайн).

3. Пошук вакансій: Клієнт активно шукає вакансії на різних джерелах, таких як робочі майданчики, сайти роботодавців, професійні мережі тощо.

– *Які джерела вакансій Ви використовуєте при пошуку роботи? Які джерела вакансій Ви знаєте? Назвіть принаймні п'ять.*

– *Скільки вакансій таким чином Ви знайшли протягом останнього тижня/місяця?*

4. Підготовка документів: Клієнт готує своє резюме та супровідний лист, які відповідають вимогам вакансій, на які він подає заявки.

– *Скільки резюме Ви направили на знайдені вакансії протягом останнього тижня/місяця?*

5. Подача заявок: Клієнт активно подає заявки на відповідні вакансії і взаємодіє з рекрутерами чи роботодавцями.

– *Скільки запрошень на співбесіду Ви отримали у відповідь на Ваші резюме?*

6. Відбір і співбесіда: Клієнт готується до співбесіди, досліджує компанії, вивчає інформацію про посаду і готує відповіді на типові питання співбесіди.

– *Чи готові Ви вже сьогодні відвідати роботодавця? Чи є у Вас досвід участі у співбесідах з роботодавцями?*

– *Якщо немає, я готовий(ва) Вам допомогти. Для цього нам необхідно виділити час для індивідуальної консультації або тренінгу.*

Це може бути прямо зараз, якщо є час, або інший день/час. Узгодити це з клієнтом. Провести консультацію або узгодити/призначити інший час для консультації/тренінгу. Повідомити про форму тренінгу (в приміщенні центру зайнятості або онлайн).

7. Остаточні етапи: Клієнт пройшовши через співбесіди, отримує пропозиції про працевлаштування та проводить остаточну оцінку, порівнюючи умови, переваги і недоліки різних пропозицій.

– *Скільки співбесід Ви пройшли протягом останнього тижня/місяця? Скільки пропозицій роботи Ви отримали?*

– *Чи готові Ви обговорити відмови роботодавців Вам у роботі?*

Методика "Воронка пошуку роботи" допомагає клієнтові створити систематичний і структурований підхід до пошуку роботи, що полегшує організацію, визначення пріоритетів і ефективність пошуку. Вона також надає клієнту більший контроль над процесом та допомагає зосередитися на найбільш перспективних вакансіях та можливостях працевлаштування.

"Техніка SMART" є ефективним інструментом для встановлення міток та формулювання цілей. Коли застосовується до пошуку роботи, SMART допомагає зробити цілі конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними та окресленими часовими межами.

Основні компоненти SMART:

1. Конкретні (Specific): цілі повинні бути чіткими і специфічними. Замість загальних заяв, необхідно сформулювати конкретні цілі, що охоплюють область пошуку роботи, наприклад, "Отримати позицію маркетингового менеджера в інтернет-компанії".

– *Яку саме роботу Ви шукаєте (професія, спеціальність, посада, місцезнаходження, рівень заробітної плати тощо)?*

2. Вимірювані (Measurable): цілі повинні бути вимірюваними, щоб була можливість оцінити свій прогрес. Необхідно визначити кількісні показники або критерії, за якими буде оцінено власні досягнення, наприклад, "Отримати принаймні п'ять запрошень на співбесіди протягом наступних двох місяців".

– *Скільки співбесід Ви плануєте пройти протягом тижня/місяця? Скільки пропозицій роботи Ви плануєте отримати до (дата)? Коли Ви плануєте працевлаштуватися (дата)?*

SMART

3. Досяжні (Attainable): цілі повинні бути досяжними і реалістичними. Необхідно врахувати власні навички, досвід та ресурси. Поставлені цілі мають бути досяжними, враховуючи обставини, але в той же час необхідно ставити перед собою виклики, які спонукатимуть до росту і розширення.

- Скільки вакансій Вам необхідно опрацювати, щоб отримати запрошення на співбесіду?
- Скільки резюме необхідно написати, щоб отримати запрошення на співбесіду?
- Скільки співбесід необхідно проходити за тиждень/місяць, щоб отримати омріяну роботу?
- Чи готові Ви розглядати пропозиції роботи за межами населеного пункту, де Ви проживаєте? В якому місті Ви могли би працювати? Чи є можливість жити в цьому місті на ту зарплату, на яку Ви розраховуєте?
- Яку роботу/посаду необхідно шукати, щоб заробляти (конкретна сума) на місяць/рік?
- Чи готові Ви до навчання за іншою професією або для підвищення кваліфікації? Це навчання має проходити у тому населеному пункту, де Ви проживаєте, чи в іншому? Чи можливе навчання онлайн? Чи є обставини, які можуть перешкоджати/сприяти навчанню? Як Ви використаєте результати навчання для пошуку омріяної роботи?

4. Релевантні (Relevant): цілі повинні бути пов'язаними з кар'єрними амбіціями та потребами. Вони мають мати значення для професійного розвитку і відповідати особистим цілям.

- Для чого конкретно Вам необхідні ці кроки? Що саме Ви отримаєте в кінці цього шляху? Ви реально саме цього хочете?

5. Часові (Time-bound): цілі повинні бути визначеними в часових рамках. Необхідно встановити конкретний термін, до якого планується досягти своїх цілей, наприклад, "Знайти нову роботу протягом трьох місяців".

- Скільки часу Ви собі відводите на пошук роботи?
- Скільки часу Ви собі відводите на професійне навчання?

Використання техніки SMART допомагає зрозуміти, чітко сформулювати та систематизувати свої цілі щодо пошуку роботи. Вона допомагає зосередитися на досяжних та реалістичних цілях, що сприяє більш успішному та ефективному пошуку роботи.





Етап 3. Оцінка можливостей.

Для оцінки можливостей пошуку роботи клієнта можна поставити такі питання:
– *"Які ресурси Ви вже використовуєте для пошуку роботи?"* – Це допоможе з'ясувати, які канали та інструменти клієнт вже використовує для пошуку роботи й оцінити їх ефективність.

– *"Які професійні мережі Ви використовуєте або можете використати для пошуку роботи?"* – Це дозволить визначити, чи клієнт активно використовує професійні/соціальні мережі, такі як LinkedIn, Facebook, Instagram або які інші мережі можуть бути йому корисними.

– *"Які у Вас є контакти в галузі, в якій Ви шукаєте роботу?"* – Це питання допоможе з'ясувати, які особи вже є в мережі знайомств клієнта, які можуть надати йому рекомендації або вказівки щодо можливостей пошуку роботи.

– *"Які професійні навички та досягнення Ви можете висвітлити у своєму резюме або профілі?"* – Це допоможе з'ясувати, які сильні сторони та досягнення клієнта можуть бути використані для привернення уваги потенційних роботодавців.

– *"Які інші ринкові тенденції або нові можливості Ви враховуєте при пошуку роботи?"* – Це дозволить з'ясувати, чи клієнт враховує нові тенденції або можливості на ринку праці, такі як розвиток конкретної галузі, збільшення попиту на певні навички тощо.

– *"Які перешкоди або виклики Ви зустрічаєте при пошуку роботи?"* – Це допоможе з'ясувати, які фактори можуть ускладнювати пошук роботи клієнта, такі як конкуренція на ринку праці, відсутність певних навичок або проблеми з резюме.

– *"Які додаткові навички або підвищення кваліфікації Ви розглядаєте для покращення своїх можливостей пошуку роботи?"* – Це питання допоможе з'ясувати, чи клієнт розглядає можливості навчання, підвищення своїх професійних навичок або отримання сертифікатів для поліпшення своїх шансів на ринку праці.

– *"Яким є Ваш резервний план?"* – Таке питання дозволить клієнтові усвідомити та сформулювати альтернативи заявлених цілей, а Консультантові – допомогти побудувати нові стратегії пошуку роботи/зайнятості у разі невдачі реалізації заявлених цілей.

Ці питання допоможуть зрозуміти клієнта, його потреби та обмеження, а також зосередитися на конкретних аспектах, що можуть впливати на його пошук роботи.

Приклади фраз, які може використовувати Консультант при оцінці можливостей клієнта:

- "Що Ви робите краще за інших?"
- "Які Ваші конкурентні переваги?"
- "Які ресурси у Вашому розпорядженні?"
- "За що Вас хвалили попередні роботодавці?"
- "Що Ви робите погано?"
- "Які переваги у Ваших конкурентів в обраній сфері діяльності?"
- "Яких ресурсів Вам не вистачає?"
- "Які претензії були до Вас у Ваших попередніх роботодавців?"
- "Яка "вартість" Вашої робочої сили (на яку реально зарплату Ви розраховуєте)? Що на неї впливає (вік, освіта, досвід, тривалість пошук роботи тощо)?"
- "Хто може скласти мені конкуренцію?"
- "Які нові учасники ринку з'явилися у цьому сегменті діяльності?"

Додатково Консультант може використовувати кілька мотивуючих фраз, які можуть допомогти стимулювати пошук роботи:

- "Кожен день – це можливість знайти свою ідеальну роботу."
- "Знайти роботу, яка Вас надихає, це крок до щастя у Вашому житті."
- "Не чекайте на можливості – створіть їх, починаючи зі свого пошуку роботи."
- "Ваша майбутня кар'єра чекає на Вас. Почніть пошук прямо зараз."
- "Не дозволяйте обставинам визначати Вашу кар'єру. Знайдіть своє місце у цьому світі."
- "Кожна спроба знайти роботу – це шанс на відкриття нових дверей і можливостей."
- "Знайти роботу, яка відповідає Вашим потребам і бажанням, може змінити Ваше життя назавжди."
- "Шукайте роботу з ентузіазмом та відкритим розумом, а результати не змусять себе чекати."
- "Прийміть виклик і знайдіть свою омріяну роботу. Це можливо, якщо Ви почнете прямо зараз."
- "Знайти роботу може бути викликом, але ніщо не варте, щоб зупинятися на шляху до Вашої мети."



Етап 4. Вибір.

Етап вибору у процесі пошуку роботи може включати розгляд різних можливостей та оцінку пропозицій. Для цього можна поставити такі питання:

- "Чи відповідає ця робота Вашим кар'єрним цілям і амбіціям?"
- "Які можливості для професійного розвитку надає ця позиція або компанія?"
- "Які вимоги й очікування пов'язані з цією роботою?"
- "Які переваги і недоліки має ця пропозиція порівняно з іншими, які Ви розглядаєте?"
- "Які переваги має ця компанія у сфері робочого середовища, культури та корпоративній філософії?"
- "Які можливості для збалансованого життя та робочого графіку надає ця робота?"
- "Які умови праці, заробітна плата та пакети компенсації надаються цією компанією?"
- "Які перспективи кар'єрного росту і просування є в цій компанії?"
- "Які можливості для співпраці та спілкування з іншими професіоналами є в цій компанії?"
- "Які ризики і виклики пов'язані з цією роботою і чи готові Ви їх прийняти?"

Ці питання допоможуть клієнтові ретельно проаналізувати різні пропозиції та компанії, порівняти їх і зробити обґрунтований вибір, який відповідає його потребам і кар'єрним цілям.

Шаблони співбесід кар'єрного радника (спеціалізованого кар'єрного радника)

Варіант 1.

1. Привітання/знайомство:

– Добрий день, пане(пані) _____ (ім'я). Я радий(а) з Вами познайомитися. Чи не проти, якщо ми почнемо зі створення контексту нашої співбесіди? Які Ваші основні цілі у пошуку роботи?

2. Обговорення потреб:

– Які Ваші основні критерії пошуку роботи? Чи важлива для Вас заробітна плата, місцезнаходження чи розвиток кар'єри? Чи є якісь інші критерії, які Ви хотіли врахувати?

3. Оцінка компетенцій:

– Які Ваші найсильніші компетенції та як Ви їх розвивали? Які навички Вам допомагають у пошуку роботи?

4. Співпраця та допомога:

– Як я можу Вам допомогти у Вашому пошуку роботи? Я можу порекомендувати підходящі вакансії або надати поради зі складання резюме та супроводжувальних листів. Ви бажаєте, щоб я Вам допоміг(ла) у чомусь конкретному?

5. Завершення:

– Дякую за витрачений час та співпрацю. Не забудьте зберегти наші контакти та звернутися до нас, якщо виникнуть будь-які питання чи потреба в допомозі. Ще раз дякую і бажаю успіхів у Вашому пошуку роботи!

Варіант 2.

1. Привітання та пояснення мети співбесіди.

– Добрий день! Я радий(а) вітати Вас. Я кар'єрний радник і допомагаю людям знаходити роботу, яка відповідає їхнім потребам та бажанням. Мета нашої співбесіди – дізнатися більше про Вас та Ваші кар'єрні цілі, щоб виробити рекомендації щодо наступних кроків.

2. З'ясування питань про досвід роботи та навчання.

– Розкажіть мені, будь ласка, про свій досвід роботи та навчання? Які з них Вам сподобалися, а які – ні?

3. Обговорення кар'єрних цілей та інтересів.

– Які Ваші кар'єрні цілі та інтереси? Яка робота Вам подобається більше? Яку роботу Ви хотіли би мати?

– Можливо, є те, що Вам не подобається робити? Тоді ми виключимо ці сфери професійної діяльності з пошуку.

4. Пошук можливостей.

– Які кроки Ви вже зробили щодо пошуку роботи? Чи знаєте Ви про будь-які відкриті вакансії, які можуть Вас зацікавити? Які ще можливості Ви розглядаєте?

– Які варіанти Ви ще не розглядали?

5. Підтримка та поради.

– Які перешкоди виникають у Вас під час пошуку роботи? Як я/ми можемо допомогти Вам їх подолати? Чи маєте Ви якісь питання або потребуєте поради?

6. Заключні питання та домовленості.

– Чи маєте Ви ще якісь питання до мене? Якщо ні, то давайте узагальнимо нашу розмову та обговоримо наступні кроки.

Що робити, якщо не знаєш, що спитати?

- "Яке найкраще питання я можу Вам поставити зараз?"
- "Яке найголовніше на зараз питання Ви могли би поставити мені?"
- "Я не знаю, куди йти далі. Куди б Ви пішли?"
- "Що Ви можете зробити вже сьогодні?"
- "Як те, що Ви дізналися сьогодні, допоможе Вам у пошуку роботи?"
- "Що Ви вважаєте найкориснішим із сьогоднішньої зустрічі?"

Що робити, якщо клієнт говорить "Я не знаю".

- "Не спішіть. Просто подумайте над цим секунду."
- "Що Ви відчуваєте прямо зараз?"
- "Скільки часу Вам необхідно, щоб обміркувати це?"
- "Дайте мені знати, коли будете готові відповісти на моє питання."
- "Я готовий(ва) обговорити це іншим разом. Скажіть, коли?"
- "Яку пораду Ви б надали мені в такій ситуації?"



КОНСУЛЬТАНТ ПО РОБОТІ З РОБОТОДАВЦЯМИ

При співпраці служби зайнятості з роботодавцем, важливо звернути увагу на наступні особливості, що знаходять своє відображення у конкретних фразах:

1. Розуміння потреб роботодавця:

– *Ми вивчаємо деталі і вимоги компанії, щоб належним чином зрозуміти, яких працівників Ви потребуєте/шукаєте, а також специфіку Вашої галузі або бізнесу.*

2. Перевірка кваліфікацій та досвіду:

– *Ми володіємо навичками щодо ефективного процесу підбору претендентів, який включає перевірку кваліфікацій, досвіду та навичок кандидатів, щоб забезпечити їх відповідність Вашим потребам.*

3. Рекрутингові послуги:

– *Ми надаємо рекрутингові послуги, такі як розміщення вакансій, оголошень та рекламних матеріалів, щоб залучити більше потенційних кандидатів для Вашої компанії.*

4. Проведення співбесід:

– *Ми можемо взяти на себе організацію та проведення співбесід з кандидатами, включаючи перші етапи відбору, попередні співбесіди та тестування.*

5. Поради щодо ринку праці:

– *Ми можемо надати Вам інформацію про актуальний стан ринку праці, зокрема про тенденції в оплаті праці, конкуренцію та інші фактори, що можуть впливати на пошук та збереження перспективних працівників.*

6. Підтримка після працевлаштування:

– *Ми можемо надавати підтримку Вашій компанії після працевлаштування претендента/укладення трудової угоди, включаючи моніторинг інтеграції нових працівників, отримання зворотного зв'язку та вирішення можливих проблем.*

7. Партнерство та довіра:

– *Ми прагнемо побудувати ефективну співпрацю з Вами, що ґрунтується на взаємній довірі та партнерстві. Важливо, щоб ми співпрацювали активно та відкрито, обмінювалися інформацією та здійснювали ефективну комунікацію.*

Варіант 1.

Консультант роботодавця:

- Добрий день! Я представляю _____ центр зайнятості і хочу поінформувати Вас про наші послуги, що пов'язані з пошуком підходящих кандидатів для Вашої компанії. Ми прагнемо допомогти роботодавцям знайти найбільш підходящих претендентів для заявлених вакансій.
- Мене цікавить Ваше підприємство й очікування від потенційних кандидатів. Якщо Ви детально розкажете мені про вакансію, яку Ви хочете заповнити, я зможу запропонувати Вам відповідні послуги та рішення, які могли би бути корисними для Вашої компанії.
- На підставі Ваших відповідей я зможу визначити коло наших послуг, які відповідатимуть потребам Вашої компанії, та обговорити подальші кроки нашої співпраці. Наша мета – допомогти Вам знайти найбільш підходящих кандидатів і забезпечити взаємовигідне співробітництво. Буду радий(а) відповісти на Ваші питання.

Декілька питань, які допоможуть розпочати обговорення:

- Яку посаду Ви плануєте заповнити у Вашій компанії?
- Які навички і кваліфікації Вам потрібні у потенційного кандидата?
- Які особливості Вашої компанії можуть бути важливими для потенційних претендентів?
- Які терміни Ви розглядаєте для заповнення цієї вакансії?
- Це буде повна чи часткова зайнятість?
- Чи є особливості у нарахуваннях/виплатах зарплати? Чи є додаткові бонуси, соціальний пакет тощо?
- ...
- Я зберу всю цю інформацію та підготую опис вакансії. Якщо у Вас виникнуть будь-які додаткові питання або якщо Ви бажаєте отримати статистику про кандидатів, будь ласка, звертайтеся до мене. Ми зробимо все можливе, щоб знайти найкращих кандидатів для Вашої компанії.



Варіант 2.

Консультант роботодавця:

– Добрий день! Я – представник _____ центру зайнятості. Мене звати _____ . Як/чим я можу Вам допомогти сьогодні?

Роботодавець:

– Добрий день! Я представник компанії _____ і ми зацікавлені у співпраці зі службою зайнятості. Ми шукаємо нових працівників для нашого бізнесу.

Консультант роботодавця:

– Дуже приємно познайомитися, пане(пані) _____. Я радий(а) почути, що Ви зацікавлені у співпраці з нами. Ми завжди стараємося знайти найкращі рішення для роботодавців і безробітних. Чим саме Ви займаєтесь і які вакансії Ви пропонуєте?

Роботодавець:

– Ми є виробниками електроніки і маємо кілька вакансій, які потребують заповнення. Ми шукаємо операційних менеджерів, інженерів з якості та продавників.

Консультант роботодавця:

– Розумію. Ваші потреби звучать цікаво. Ми маємо доступ до бази даних кваліфікованих працівників та інструменти для підбору відповідних кандидатів. Які конкретні вимоги та кваліфікації Ви маєте на увазі для цих вакансій?

Роботодавець:

– Для операційних менеджерів нам потрібні люди з досвідом управління виробництвом та знанням логістики. Щодо інженерів з якості, нам потрібні фахівці з досвідом у впровадженні систем якості та аудиту. А продавникам необхідні навички ведення переговорів, здатність досягати поставлених цілей та досвід роботи в сфері продажів.

Консультант роботодавця:

– Дякую за цінну інформацію. Запевняю Вас, ми знайдемо найбільш підходящих кандидатів для цих вакансій. Які форми співпраці Ви розглядаєте? Чи бажаєте Ви провести співбесіди з потенційними кандидатами у нашому офісі або бажаєте самостійно вибрати найбільш підходящих кандидатів для Вашої компанії, а ми організуємо зустрічі?

Роботодавець:

– Ми готові розглянути обидва варіанти. Важливо, щоб ми отримали достатньо інформації про кандидатів та їхні навички перед прийняттям остаточного рішення. Ми також бажаємо оцінити їхні комунікативні навички та вміння працювати в команді.

Консультант роботодавця:

– Розумію. Ми можемо організувати співбесіди з кандидатами та провести перевірку їх відповідності, а також можемо надати Вам документи з їхніми резюме та рекомендаціями. У разі проведення співбесід у нашому офісі, ми надамо Вам всю необхідну інформацію щодо дат та часу.

Роботодавець:

– Чудово, це підходить нам. Які деталі щодо процедури підбору та співпраці Ви пропонуєте?

Консультант роботодавця:

– Якщо у Вас є хвилин 30-40 часу, то можемо обговорити деталі прямо зараз. Якщо, ні, то ми можемо обговорити більше деталей процедури підбору та співпраці в окремій зустрічі або за допомогою електронної пошти. Я надішлю Вам нашу презентацію, в якій будуть вказані всі необхідні кроки й умови співпраці. Також ми можемо обговорити питання, які Вас цікавлять та знайти найкращий спосіб задовольнити Ваші потреби.

Роботодавець:

– Дуже добре. Я з нетерпінням чекаю на Вашу презентацію та подальшу співпрацю. Дякую за Ваш час та допомогу!

Консультант роботодавця:

– Радий(а) був(ла) з Вами спілкуватися. Ми зробимо все можливе, щоб забезпечити Вам найкращих кандидатів. Будь ласка, не соромтеся звертатися до нас з будь-якими питаннями або уточненнями. До зустрічі!



Варіант 3.

1. Привітання та пояснення мети розмови.

– Добрий день, шановний пане(пані) _____. Я радий(а) знову вітати Вас.

У разі телефонної розмови:

– Чи зручно Вам зараз говорити? Телефоную з наступного питання _____.

2. З'ясування основних питань.

– Наразі одним із основних напрямів роботи служби зайнятості залишається залучення роботодавців до активних програм на ринку праці, метою яких є створення нових та збереження існуючих робочих місць, а також сприяння працевлаштуванню окремих категорій громадян. Чи бажаєте більш детально дізнатися про такі програми?

3. Обговорення програм.

– Яка програма Вас найбільше зацікавила?

4. Співпраця та допомога.

– Ми можемо більш детально обговорити з Вами питання щодо _____.

5. Заключні питання та домовленості.

– Чи маєте Ви ще додаткові питання до мене? Якщо ні, то давайте підведемо підсумки нашої розмови та обговоримо подальші кроки.

Варіант 4 (телефонна розмова).

1. Привітання та пояснення мети розмови.

– Добрий день! Вітаю Вас. Я _____, працівник _____ центру зайнятості, є Вашим особистим консультантом. Чи зручно Вам зараз говорити?

2. З'ясування основних питань.

– Насамперед, я би хотів(ла) з'ясувати Ваші потреби як роботодавця, та яким чином служба зайнятості може Вам допомогти у Вашій діяльності. Чи маєте Ви 10-15 хвилин вільного часу для розмови?

3. Обговорення цілей та інтересів роботодавця.

– Коротко поінформую Вас про основні послуги, що пропонуються службою зайнятості роботодавцям. В першу чергу, це послуги з добору необхідних працівників. Чи маєте потребу у підборі кадрів? Яких саме працівників Ви потребуєте?

4. Пошук можливостей.

– Чи знаєте Ви про можливості служби зайнятості щодо швидкого пошуку працівників на безоплатній основі?

5. Уточнення вимог.

– Ми можемо з Вами обговорити більш детально пошук підходящих кандидатів для Вашої компанії. Ми прагнемо допомогти роботодавцям знайти найбільш підходящих претендентів.

6. Заключні питання та домовленості.

– Чи маєте Ви ще якісь питання до мене? Не забудьте зберегти наші контакти та звернутися до нас, якщо виникнуть будь-які питання чи потреба в допомозі. Дякую за приділений час і бажаю успіхів Вашому бізнесу!

Приклад телефонного скрінінгу:

Консультант роботодавця:

– Добрий день. Мене звати _____. Я фахівець _____ центру зайнятості, здійснюю добір працівників на вакансію _____, яку хочу Вам запропонувати. Чи зручно Вам зараз говорити?



Клієнт-шукач роботи:

– Ні, не зручно. Я зайнятий(а).



Консультант роботодавця:

– Підкажіть, будь ласка, коли і на який номер телефону Вас набрати, щоб обговорити ці питання?

– ...

Клієнт-шукач роботи:

– Так, вітаю Вас.

Консультант роботодавця:

– Приділіть мені, будь ласка, 7-10 хвилин Вашої уваги.



– Хочу розповісти Вам коротко про роботодавця та продукт діяльності компанії _____. Компанія працює над створенням програмного продукту – віртуальних кімнат даних; реалізувала різноманітні інноваційні технології у використанні даних кімнат. Шукає людину, яка може ефективно проводити онбордінг клієнта, активувати продукт, проводити навчання з його використання, впроваджувати нестандартні удосконалення. Ретельно вивчила Ваше резюме, дозвольте мені поставити Вам декілька уточнюючих питань...

– ...

Консультант роботодавця:

– Як часто Ви користуєтеся англійською та французькою мовами у Вашій професійній діяльності? Розкажіть більш детально, як Ви використовували свої мовні навички на Вашому останньому місці роботи?

– Потрібна команда людей, які будуть постійно працювати з клієнтами. Розкажіть про свій досвід у цьому напрямі. Які методи комунікації з клієнтами Ви використовували? Як будували зв'язок з новими клієнтами?

– Який розмір заробітної плати Ви готові розглянути?

– Дякую за Ваші відповіді і за детальну інформацію. Я обговорю інформацію, яку Ви озвучили, з роботодавцем та надам Вам зворотній зв'язок до _____ (дата, час).

Приклад телефонного інтерв'ю:

– Добрий день, пане(пані) _____! Я _____, фахівець _____ центру зайнятості. За попередньою домовленістю телефоную Вам для отримання більш детальної інформації і пропоную Вам наступний формат нашої взаємодії сьогодні. Нам потрібно приблизно 30-40 хвилин Вашого часу для того, щоб на конкретних прикладах розібрати та оцінити Ваші ключові компетенції, щоб мати повну та більш детальну інформацію.

– Яким чином Ви адаптувалися на новому місці роботи, як швидко вдалося увійти в курс справ?

– Які завдання перед Вами поставали та яка специфіка роботи, що Ви виконували?

– Яким чином налагоджували контакт з клієнтами?

– Чи працювали Ви зі специфічними (непростими) клієнтами (чи надходили нестандартні запити від клієнтів)?

– Яким чином Вам вдалося вирішувати такі ситуації?

– Чи був у Вас досвід презентаційної роботи з клієнтами?

– Яким чином будували взаємодію з клієнтом?



- Наведіть приклад, коли Вам вдалося переконати клієнта.
- Наведіть, будь ласка, приклад з недавньої практики (останні 1-2 роки), яким чином здійснювалися комунікації в компанії, в якій Ви працювали чи працюєте.
- Відомо, що практики бувають як позитивні, так і негативні. Наведіть приклад, коли критичну ситуацію вдалося вирішити позитивно.
- Якими були ключові показники ефективності Вашої роботи?
- Наведіть приклад завдання, що вдалося реалізувати успішно.
- Це призвело до бажаного результату для роботи компанії в цілому?
- Добре! Дякую! Я роблю певні записи і помітки для себе, щоби не упустити важливих деталей. Отже, в рамках виконуваних завдань, розкажіть, яким чином Вам доводилося працювати з обробкою інформації?
- Наведіть приклад ініціатив, які Вам вдалося реалізувати.
- Уточніть, оскільки не дуже зрозуміло, до чого це призвело?
- З чим це пов'язано?
- Прошу Вас конкретизувати на прикладі.
- Чи будуть у Вас до мене питання?
- Дуже вдячний(на) Вам. Я отримав(ла) всю необхідну інформацію. Дякую за приділений час і такі детальні ситуативні описи. Я повинен(на) обговорити з роботодавцем Вашу кандидатуру та подати звіт щодо проведеної співбесіди з Вами. Я надам Вам відповідь до _____ (дата, час).

СПРЯМУВАННЯ КЛІЄНТА ДО ІНШОГО ФАХІВЦЯ.

Якщо Ви потребуєте спрямувати клієнта до іншого фахівця, ось кілька кроків, які можуть допомогти Вам зробити це коректно:

- 1. Слухайте уважно:** вислухайте потреби та запити клієнта. Переконайтеся, що розумієте, якого саме спеціаліста потребує Ваш клієнт.
- 2. Поясніть причину "переадресації":** відкрито поясніть клієнту, чому Ви вважаєте, що інший фахівець може надати більш належну допомогу в його конкретній ситуації. Наголосіть, що Ваша мета – забезпечити найкращий результат для клієнта.
- 3. Рекомендуйте:** вкажіть клієнту конкретного фахівця або команду, яка спеціалізується на потребах або проблемах, що стосуються клієнта. Розкажіть про їхні кваліфікації та досвід, що робить їх ідеальним вибором для його потреб.

4. Зробіть запит на спрямування: запитайте клієнта, чи бажає він отримати контактні дані або підключення до іншого фахівця. Впевніться, що Ви чітко розумієте, яку допомогу він очікує та на який тип спеціаліста він розраховує.

5. Запропонуйте підтримку: виразіть готовність продовжити підтримку клієнта після спрямування до іншого фахівця. Надайте контактні дані або розкажіть, що Ви залишитеся доступними для будь-яких додаткових питань або уточнень.

Ось кілька фраз, які можуть вказувати на обмеження компетентності фахівця або організації:



- *"Це не входить у нашу сферу компетенції."*
- *"Ми не маємо достатнього досвіду у цій області."*
- *"На жаль, ми не можемо надати необхідну експертизу у цьому питанні."*
- *"У нас відсутні необхідні ресурси або знання для розв'язання цього завдання."*
- *"Ми рекомендуємо звернутися до спеціалізованої організації або фахівця, який має досвід у цій галузі."*
- *"На жаль, ми не здатні надати потрібну допомогу через обмеження наших можливостей."*
- *"Ми не є експертами у цій конкретній області і не можемо надати Вам детальну консультацію."*

Використовуючи ці фрази, фахівець або організація визнають свої обмеження і чесно вказують, що не можуть виконати певну роботу або надати потрібну експертизу.



... НА ЗАВЕРШЕННЯ

Методичні рекомендації, стандарти, шаблони, інструкції тощо мають цінність насамперед для підвищення компетентності фахівця, і не замінять емпатії та бажання допомогти. Але і компетентність, в свою чергу, потребує певного усвідомлення та постійного розвитку.

Ось декілька тез щодо компетентності, яка означає, що кожна людина повинна мати достатні знання, навички, уміння та ресурси для ефективного виконання певної ролі або завдання.

Основні аспекти принципу компетентності включають:

- 1 Знання:** фахівці мають широкий спектр знань у сфері надання соціальних послуг, включаючи теорію та практику, розуміють принципи та методи роботи з клієнтами, а також мають знання про соціальні проблеми, які можуть виникнути у різних груп населення.
- 2 Навички:** компетентні працівники мають необхідні навички для ефективного виконання своїх обов'язків. Це може включати навички спілкування, слухання, планування та координації дій, ведення документації, оцінку потреб та ресурсів, розробку та реалізацію інтервенцій та підтримку клієнтів у досягненні їх цілей.
- 3 Етичність:** компетентність також передбачає дотримання професійних етичних стандартів та принципів у роботі з клієнтами. Компетентні фахівці свідомі своїх обов'язків і відповідальностей, дотримуються конфіденційності, поваги до прав та гідності клієнтів, а також виявляють справедливість та солідарність у своїй роботі.
- 4 Постійне навчання:** у зв'язку зі змінами в суспільстві та потребами клієнтів, фахівці Служби повинні постійно підтримувати та оновлювати свої знання та навички. Це може включати участь у професійних тренінгах, семінарах, курсах або післядипломній освіті для забезпечення актуальності своїх компетенцій.

Але будь-які рекомендації щодо організації та проведення співбесіди спрацюють лише у випадку, якщо Ви як фахівець:

- ✓ щиро прагнете допомогти Вашому клієнтові,
- ✓ бачите у своєму клієтові особистість і індивідуальність,
- ✓ чесно визнаєте свої можливості й обмеження,
- ✓ цінуєте свій час і час Вашого клієнта,
- ✓ бережете власну репутацію і репутацію Державної служби зайнятості.

Навчально-практичне видання

І.А. Бондіні

Н.В. Пішко

В.В. Штагер

**ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ З
КЛІЄНТАМИ СЛУЖБИ
ЗАЙНЯТОСТІ.
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ**

**ПОРАДНИК
ДЛЯ ФАХІВЦІВ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ**

Друкується за авторською редакцією

Верстка та оформлення — Д.С. Дайомов

