

Metodologia i standardy pracy
z kobietami bezrobotnymi
w Fundacji Centrum Promocji Kobiet

Opracowanie: Krystyna Klera

*Opracowanie, które Państwu prezentujemy, jest podsumowaniem, czternastoletnich już doświadczeń **Fundacji Centrum Promocji Kobiet (CPK)**. Powstało ono w ramach projektu: Fundacja Centrum Promocji Kobiet jako modelowa instytucja PHARE. Dzielimy się w nim naszymi doświadczeniami w pracy z kobietami bezrobotnymi w ramach prowadzonej przez nas działalności szkoleniowej i doradczej. Prezentujemy Państwu wypracowane w Fundacji standardy pracy osób pierwszego kontaktu, trenerów prowadzących szkolenia oraz doradców zawodowych udzielających konsultacji indywidualnych.*

Mamy nadzieję, że opracowanie to pomoże Państwu w pracy z osobami bezrobotnymi i pomoc tę uczyni bardziej efektywną.

Zapraszamy do lektury.

Zadania osoby pierwszego kontaktu

Osoba pierwszego kontaktu to w naszej Fundacji ta, która - najczęściej przez telefonumawia klientkę z doradcą zawodowym lub zapisuje na szkolenie.

Jak ta rozmowa powinna wyglądać?

Z oczywistych powodów dobrze byłoby zebrać możliwie dużo informacji o klientce, co pozwoliłoby szybciej podjąć decyzję o wyborze sposobu udzielenia jej wsparcia. Przeprowadzanie jednak w tym momencie bardziej rozwiniętego wywiadu ma szereg wad, a podstawowa to taka, że **osoba indagowana o różne, osobiste przecież kwestie przez kogoś nieznanego, czuje się tak jak w urzędzie**, a tego właśnie chcemy uniknąć. Inny powód to taki, że każda informacja zdobywana w takich warunkach może uruchamiać stereotypy u czytającego kwestionariusz, natomiast klientka podejrzewa, że jest zaszufiadkowana według kryterium zawartym w pytaniu. Wszystkie te sytuacje kłócą się z przyjętymi przez nas wartościami i stylem działania. Tak więc, **zadaniem osoby pierwszego kontaktu jest nie tyle zbieranie informacji o klientce, lecz udzielanie informacji potrzebnych klientce**.

Przygotowując osobę pierwszego kontaktu należy uwzględnić zasady tworzenia pierwszego wrażenia oraz wpływu pierwszego wrażenia na tworzenie się opinii. Kwestie te są powszechnie znane i nie ma sensu powtarzać ich w tym opracowaniu. Ważne jest, aby ten **wizerunek, jaki tworzymy podczas pierwszego kontaktu zgodny był z misją i wartościami organizacji, ze stylem jej działania, z wyobrażeniem, jakie chcemy żeby o nas mieli klienci**. Jeśli uznajemy, że każdy klient jest dla nas ważny, niezależnie od wyglądu, wykształcenia, wieku, że mamy dla niego czas i cierpliwość, że mamy dla niego szacunek i wierzymy, że sam jest potrafi sam o sobie decydować, dokonywać wyborów, że może się u nas czuć bezpiecznie, to standardy dla osoby pierwszego kontaktu stają się oczywiste. Jeśli spłoszymy klienta, niestarannie przyjmujemy, będziemy namawiać go do jakichś decyzji, to trudno będzie później zatrzeć to złe pierwsze wrażenie.

Wiemy, że osoby zgłaszające się do NGO-sów nierzadko mają za sobą złe doświadczenia, są rozczarowane sobą i instytucjami, do których wcześniej zgłaszały się szukając wsparcia. To powoduje, że bywają nadwrażliwe, a ich czujność i skłonność do wychwytywania negatywnych sygnałów z naszej strony jest

wzmoczona. Tę wiedzę musi posiadać osoba pierwszego kontaktu i być odpowiednio przygotowana.

Osoba pierwszego kontaktu ma za zadanie zaprezentować ofertę organizacji zgodnie z problemem, który klientka przedstawia jako powód przyścia do nas. Wyboru programu klientka może dokonać od razu bądź też po konsultacjach z wybranym specjalistą.

Fundacja prowadzi zajęcia grupowe oraz konsultacje indywidualne. Jaką formę wybrać?

Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na tak sformułowane pytanie, wybór zależy od wielu przesłanek.

To, co daje przewagę **szkoleniom grupowym** nad indywidualnymi to dynamika grupy, sumujące się doświadczenia uczestników dających bogate zasób, z którego czerpać mogą inni, synergia owocująca ogromną ilością pomysłów, możliwość spojrzenia na własne problemy z innej strony, przez pryzmat doświadczeń i poglądów innych osób czy też po prostu możliwość zdobycia umiejętności pracy w grupie, co przygotowuje do wejścia w sytuację zawodową, relatywizowanie własnych poglądów, ocen, w tym oceny własnego potencjału i perspektyw. Ponadto dla osób, które odwykły od wielo godzinnej pracy lub nigdy nie miały takich doświadczeń jest to możliwość wdrożenia się w ten rytm.

Konsultacje indywidualne nie mają wprawdzie takich zalet jak wymienione powyżej jednak w wielu sytuacjach są korzystniejsze dla osoby poszukującej wsparcia. Dzieje się tak przede wszystkim wtedy, kiedy klientka nie jest jeszcze gotowa do pracy w grupie. Celowe jest wówczas, aby konsultacje indywidualne poprzedzały szkolenie grupowe. Konsultacje mogą być też uzupełnieniem szkolenia i wtedy prowadzone są po jego zakończeniu. Problem klientki może być na tyle specyficzny, że szkolenie grupowe nie rozwiązałoby go. Również względy praktyczne, takie jak ograniczenia czasowe i organizacyjne, nierzadko decydują o wyborze formy współpracy. Zdarza się też, że klientki po prostu nie chcą pracować w grupie i wówczas ich wybór jest oczywisty. Generalnie przewaga tej formy wsparcia wynika z możliwości pełnego dostosowania treści, tempa, metod do indywidualnej sytuacji klientki.

Osoba pierwszego kontaktu, przy której nierzadko klientki dokonują wyboru programu, musi z dużym wyczuciem prezentować różne propozycje, uwzględniając powyższe uwagi.

I. Metodologia i standardy pracy trenerów.

Definiując standardy pracy trenerów należy wyjść od ustalenia ogólnych kryteriów oceny jakości szkolenia.

Wspólnym celem wszystkich szkoleń jest dostarczenie wiedzy w określonym zakresie oraz, a może przede wszystkim, spowodowanie zmian w postawach i zachowaniach uczestników. Często uczestnicy stwierdzają, że w zasadzie wszystko, co usłyszeli podczas szkolenia wiedzieli już wcześniej, ale po szkoleniu patrzą na to inaczej. Z zakamarków pamięci wyciągają zdobytą niegdyś wiedzę, lecz dopiero teraz dostrzegają jej przydatność, możliwość wykorzystania w życiu prywatnym bądź zawodowym. Jeśli rzeczywiście taka sytuacja ma miejsce, trener może być zadowolony z rezultatów swojej pracy. Korzyści uczestników są wówczas ewidentne, a szkolenie można ocenić pozytywnie.

Po zakończeniu każdego szkolenia niezbędne jest przeprowadzenie ewaluacji i pracy trenera.

Możemy przyjąć, iż pozytywnie można ocenić szkolenie i pracę trenera, jeśli uczestnicy:

- mogą, chcą i potrafią zintegrować wiedzę zdobytą podczas zajęć z już posiadaną, i będą ją wykorzystywać w praktyce,
- zmieniają swoją percepcję, odczucia, wartości,
- udoskonalają sposób realizacji celów,
- demonstrują gotowość i zdolność do realizacji nowych celów.

Jest wiele zasad, które powinien przestrzegać trener, aby prowadzone przez niego szkolenia były efektywne. Wśród nich wymienić należy przede wszystkim zasady:

- partycypacji i aktywności,
- bazowania na doświadczeniach,
- przekonaniu o przydatności zdobywanej wiedzy i umiejętności, motywacja do uczenia się,
- poczucia więzi z grupą,
- okazywania szacunku,

- poczucia bezpieczeństwa,
- wsparcia,
- poczucia sukcesu,
- nauczania przede wszystkim przez rozumienie a nie zapamiętywanie,
- powtarzania.

Dorośli lepiej przyswajają wiedzę, kiedy aktywnie uczestniczą nie tylko w szkoleniu, ale już w fazie precyzowania zakresu tematycznego, określania metod prowadzenia zajęć i reguł obowiązujących podczas zajęć. Wynika to między innymi z tego, że czują się odpowiedzialni za swoje decyzje. Lepiej przyswajają wiedzę, kiedy są traktowani podmiotowo, jako aktywni uczestnicy, kiedy trenerzy umożliwiają i ułatwiają im przejście od roli podporządkowanych, zależnych uczniów do roli niezależnych uczestników,

Jeśli w trakcie szkolenia stworzone są warunki sprzyjające praktycznemu wykorzystaniu zdobywanej wiedzy i umiejętności rośnie prawdopodobieństwo przyswojenia i utrwalenia nowej wiedzy. Dotyczy to nie tylko całego szkolenia, ale i poszczególnych jego etapów, gdyż zainteresowanie uczestników stracić jest nietrudno. Ważne jest też, że zdobyte na szkoleniu umiejętności powinno się móc i chcieć natychmiast wykorzystać. Dorośli są zazwyczaj słabo zmotywowani do wykorzystania swojego czasu i zasobów podczas treningu, kiedy postrzegają go jako nieprzystający do zadań, które regularnie realizują w pracy lub w życiu prywatnym.

Dorośli lepiej się uczą, kiedy ich otoczenie jest wspierające, dostarcza pozytywnych wzmocnień na przykład poprzez nagradzanie, zachęcanie, życzliwe komentarze, zadawanie pytań, na które odpowiadając uczestnik poprawia swój nastrój i samoocenę. Dotyczy to zarówno zachowań trenera jak i pozostałych uczestników.

Obowiązkiem trenera jest ciągle czuwanie nad samopoczuciem każdego uczestnika i w razie potrzeby odpowiednie reagowanie. Ważne jest, aby kończyli szkolenie z wiarą we własne możliwości, gdyż tylko wtedy będą mogli w pełni wdrażać wiedzę w działania.

Jeśli w trakcie szkolenia doświadczą sytuacji, które ocenią jako własny sukces, szanse na powracanie do przekazanych podczas szkolenia informacji są znacznie

większe. To oczywiste, że jeśli szkolenie będzie wywoływało negatywne wspomnienia, chęć zapomnienia dotyczyć może również jego treści.

Właściwie przygotowany trening stwarza możliwość budowania na posiadanych już umiejętnościach i wiedzy i dzielenia się nimi z pozostałymi uczestnikami. Pozytywna ocena posiadanej wiedzy i umiejętności uczestników pomaga im czuć się pewnie i swobodniej eksperymentować z nową wiedzą i umiejętnościami.

Ucząc osoby dorosłe trzeba pamiętać, że szczególnie w ich przypadku należy odwoływać się bardziej do rozumienia niż pamiętania. Wynika to zarówno z nierzadko słabszej pamięci jak i tego, że jedynie rozumienie daje szansę na wdrożenie w działania. Dokąd informacja pozostaje nieprzetworzona, jedynie zapamiętana, korzyść praktyczna z jej zdobycia jest żadna.

Częste powtarzanie nie tylko informacji, ale i ćwiczeń, podczas których uczestnicy wykorzystują nową umiejętność zwiększa szansę na jej utrwalenie, na zmianę postawy.

Rola trenera w poszczególnych fazach cyklu nauczania

Projektowanie szkoleń w CPK opiera się na teorii uczenia się przez doświadczenie, której autorem jest David Kolb. Zgodnie z założeniami tej teorii uczący się musi mieć wprawdzie możliwość bezpośredniego doświadczenia, później wyciąga wnioski, uogólnia i wykorzystuje zdobytą wiedzę w praktyce. Jest to odwrócenie tradycyjnego toku nauczania, w którym najpierw prezentuje się teorię, a dopiero później przechodzi do ćwiczeń praktycznych.

Nie zagłębiając się w uzasadnienie powodów przyjęcia takiej orientacji przekonującym dla nas argumentem jest zwiększenie efektywności szkoleń opartych na teorii Kolba. Mając w grupie osoby o bardzo zróżnicowanym poziomie wykształcenia i otwartości na wiedzę zdecydowanie łatwiej jest zintegrować grupę, przełamać lody, zredukować różnego rodzaju zahamowania stwarzając uczestnikom okazję do przeżycia wspólnego doświadczenia niż podając jakąś teorię.

W tak rozumianym procesie uczenia się wyodrębnia się cztery fazy.

- Faza pierwsza** - *konkretne doświadczenie*
- Faza druga** - *obserwacja i refleksja*
- Faza trzecia** - *wnioskowanie i uogólnianie*
- Faza czwarta** - *działanie i sprawdzanie*

W fazie pierwszej uczestnicy wykonują ćwiczenia wspólnie lub oddzielnie, ale wówczas muszą bazować na wspólnych dla uczestników doświadczeniach. Trener musi zorganizować aktywność grupy przedstawiając cele, wyjaśniając normy grupowe oraz dając wskazówki i program z określeniem czasu przeznaczzonego na realizację poszczególnych punktów programu. Trener prezentuje wiedzę w sposób stymulujący, wykorzystując różne metody oraz włączając uczestników poprzez zadawanie pytań i wspieranie dyskusji.

Metody przydatne w tej fazie to: burza mózgów, studia przypadków, wprowadzenia w formie krótkich wykładów ilustrowane przykładami, filmy.

W następnej fazie zadaniem trenera jest ułatwianie, wspomaganie uczestników w dzieleniu się swoimi pomysłami, odczuciami i refleksjami.

Metody przydatne w tej fazie: dyskusje i prezentacje w małych grupach.

Kolejna faza to czas, kiedy uczestnicy generalizują doświadczenie. Zdobyta wiedza może wywołać zmiany w zachowaniach, poglądach, zasadach, postawach. Jest to jakby przetwarzanie zdobytej wiedzy na język praktyki, język funkcjonowania uczestnika, przygotowanie do działania. Dzięki temu prawidłowości, które dostrzegł w konkretnym doświadczeniu, będzie mógł uogólnić na inne sytuacje, odnieść do tego, w co będzie zaangażowany. Trener powinien unikać sugerowania rozwiązań, natomiast musi motywować uczestników do samodzielnego formułowania poglądów. Uczestnicy powinni zachować niezależność we wprowadzaniu zmian, czuć się w pełni ich autorami.

Stosowane metody: dyskusje w większych grupach, demonstracje, indywidualne refleksje pisemne.

Wreszcie uczestnicy adaptują, wdrażają zdobytą wiedzę do swojej pracy lub życia prywatnego. Trener może pomagać w formułowaniu planów i zaprojektować konkretne działania prowadzące do realizacji założonych przez uczestników celów.

Szkoląc osoby dorosłe trzeba liczyć się z tym, że wiele z nich z różnych powodów odczuwa silny strach przed zmianą i wątpliwości, co do własnych możliwości przyswojenia wiedzy. Dla trenerów oznacza to, że muszą właściwie przygotować uczestników do uczenia się, zanim zaczną prezentować wiedzę. Ocena sytuacji grupy i dostosowanie metod pracy, szczególnie w fazie wstępnej jest kluczowym zagadnieniem. Błędy wówczas popełnione jest później niezwykle trudno naprawić. Zmotywowanie, "przełamanie lodów", nastawienie na odbiór informacji, otwarcie na zaakceptowanie przyjętych metod dydaktycznych to podstawowe zadania dla trenera.

Trener dysponuje wieloma metodami redukcji oporu wobec uczenia się i zmiany. Efekt ten może osiągnąć:

- przedstawiając możliwie dużo tematów do wyboru i metod realizacji szkolenia,
- prezentując, w jaki sposób wykorzystanie zdobytej wiedzy i umiejętności przyniesie uczestnikom korzyści,
- wdrażając nową wiedzę w ramach ćwiczeń, podczas wykonywania których uczestnicy sprawdzą w praktyce to, czego się nauczyli.

Takie podejście do szkolenia wzmocni jednocześnie motywację uczestników, która jest kluczem do sukcesu szkolenia. Na motywację do uczenia się wpływają takie elementy jak:

- gotowość uczenia się,
- korzyści finansowe, społeczne i inne odniesione dzięki przyswojonej wiedzy,
- ocena stopnia prawdopodobieństwa, że szkolenie zakończy się sukcesem, a zdobyta wiedza będzie wykorzystana w praktyce,
- akceptacja założeń i celu szkolenia,
- przełamanie zahamowań przed pracą w grupie.

Gotowość uczenia się to wypadkowa stanu emocjonalnego, umysłowego oraz fizycznego uczestnika. O tym trzeba pamiętać zaczynając zajęcia, ale również w trakcie ich realizacji, gdyż stan emocjonalny, umysłowy i fizyczny są zmienne.

Można zaryzykować twierdzenie, że w tzw. trudnych grupach, w których są osoby zrezygnowane, a z takimi mamy też do czynienia, gdzie gotowość do nauki jest słabsza, postawy zamknięte bardziej zakorzenione, wiara we własne możliwości i szanse na zmianę niskie, dbałość o kondycję fizyczną i psychiczną nieduża, od trenera zależy, czy uda się te osoby wciągnąć na ścieżkę ustawicznego kształcenia po zakończeniu szkolenia, czy też utrwala się dotychczasowe zachowania, uczestnicy zniechęcają się do uczenia się, jeszcze bardziej zamkną na zmiany. Umocnią się w przekonaniu, że nic dobrego w ich życiu już się nie zdarzy, nic i nikt nie jest w stanie im pomóc, a kolejnym dowodem na to jest brak korzyści z naszego szkolenia, tym bardziej, jeśli poprzednie skoczyły się podobnie. Taki może być skutek pracy złego trenera.

Odpowiedzialność trenera jest więc ogromna. Od niego, chociaż nie tylko, zależy nie tylko skuteczność danego szkolenia, ale co ważniejsze stosunek uczestnika do uczenia się po szkoleniu.

Przyjęcie postawy otwartej na ustawiczne uczenie się to wartość dodana dobrze przeprowadzonego szkolenia.

Aranżacja pomieszczenia

Przygotowania do prowadzenia zajęć powinny uwzględniać również aranżację pomieszczenia. Istotny jest wybór mebli, sposobu ich ustawienia, wykorzystania pomocy dydaktycznych.

Dobrze jest, jeśli istnieje możliwość, dowolnego, łatwego i szybkiego przestawiania mebli. Inaczej aranżujemy przestrzeń do odgrywania ról, inaczej do pracy w podgrupach, czy do przeprowadzenia ćwiczeń wymagających poruszania się. Dlatego wskazane jest, aby wyposażenie sali, łącznie z oświetleniem spełniało te warunki.

Zadaniem dla trenera przed zajęciami jest skonfrontowanie wyposażenia sali z założeniami szkolenia w tym zakresie. Może się okazać, że będzie musiał zweryfikować plany. Nie można narażać uczestników na noszenie ciężkich stołów,

tracenie czasu na szukanie warunków do pracy w podgrupie itd. Aranżacja pomieszczenia musi być stałym elementem przygotowania się trenera do szkolenia. Trzeba rozważyć, czy potrzebne są stoły a jeśli tak, to jakie. Inaczej pracuje się przy stołach okrągłych, inaczej przy konferencyjnych, a jeszcze inaczej przy małych, które można układać jak puzzle.

Ważne jest jak będą wobec siebie usadowieni uczestnicy szkolenia i jakie miejsce wyznaczy sobie trener. To jest jakby pierwszy czynnik kształtujący wzajemne relacje między uczestnikami oraz między uczestnikami i trenerem. To, czy trener zajmuje centralną pozycję, wyeksponowaną, czy siedzi wśród uczestników, czy też wręcz za nimi, ma wpływ na oczekiwania dotyczące jego roli w zajęciach.

Również wybór pomocy dydaktycznych i ich sprawdzenie, zapewnienie do nich właściwego dostępu stanowi standardowy element pracy trenera.

Przerwy w zajęciach

Trudno jednoznacznie określić, jak często powinny być ogłaszane przerwy. Generalnie uważa się, że lepiej jest robić częściej krótsze przerwy niż odwrotnie. Zbyt długie przerwy, szczególnie pod koniec dnia, powodują że uczestnicy niechętnie, jeśli w ogóle, wracają na zajęcia. Przerwa nie powinna trwać dłużej niż potrzeba czasu na realizację celu, dla którego została zapowiedziana, na przykład na tzw. rozprostowanie kości nie trzeba więcej niż 5-7 minut, na kawę 15-20. Oczywiście przerwy muszą być uwzględnione podczas projektowania szkolenia i przedstawione w programie przekazywanym uczestnikom, chociaż sztywne trzymanie się programu może ograniczać trenera. Z doświadczenia wiemy, że bardzo często odpornością. Zależy to od grupy, tematu i programu szkolenia, metod szkoleniowych, pory dnia, pogody, temperamentu trenera, stopnia zaangażowania grupy. Generalnie im lepiej prowadzone szkolenie, im większa jest dynamika grupy i silniejsze więzi między uczestnikami, im większą przyjemność sprawia uczestnikom wspólne przebywanie, im bardziej urozmaicone metody przyjęto, tym rzadziej mogą być robione przerwy. Są trenerzy, którzy robią przerwy co 1,5 godziny i grupa znosi to doskonale. Czasem jednak nawet 45 min. to za długi okres. Jedno jest pewne: przerwę należy zrobić zanim uczestnicy ostentacyjnie będą demonstrować znużenie. Nie ma również sensu zatrzymywać ich, kiedy zza drzwi dochodzą odgłosy sygnalizujące, że gorące posiłki lub napoje czekają na uczestników.

Skład grupy i wynikające z tego zadania dla trenera.

W praktyce naszej organizacji wynika, że stosowanie restrykcyjnych zasad rekrutacji nie jest możliwe. To, co jest tak bardzo istotne w takich organizacjach, a więc wyczerpanie i otwartość na wyjątkową sytuację każdego klienta powoduje, że trzeba zrezygnować z przyjętych założeń, kiedy na przykład dobro klienta wymaga jak najszybszego zapewnienia mu wsparcia. Dlatego też, aby nasze opracowanie nie miało charakteru wyłącznie teoretycznego przedstawiamy te kryteria rekrutacji, którymi faktycznie kierujemy się w naszej pracy.

Tym, co powinno być kryterium doboru uczestników, wspólnym dla każdego z uczestników powinna być zbieżność celu szkolenia z celem jednostki. Zdecydowanie korzystniej z punktu widzenia nastawienia do zajęć są przesłanki, jakimi kieruje się kandydat. Jeśli jest to własna decyzja, a nie rezultat nacisków innych osób szanse na korzyści wyniesione z poradnictwa są większe.

Istotne jest przy ustalaniu składu grupy, aby żadnego uczestnika nie skazać na izolację. Taka sytuacja może mieć miejsce, jeśli jednostka bardzo odbiegać będzie od grupy na przykład poziomem wykształcenia, doświadczeniem. Różnice między uczestnikami są źródłem dynamiki, ale mogą również prowadzić do konfliktów, których rozwiązywanie lub dylemat między różnorodnością i jednorodnością. Różnorodność, a jednorodność w grupie to kwestie, które muszą być przemyślane im są istotne przy rekrutacji uczestników i podczas adaptacji programu do warunków konkretnej grupy.

Optymalną liczebność grupy ocenia się na poziomie 8-12 osób. Zbyt mała liczba uczestników powoduje, że nie odnosi się korzyści z powstania dynamiki grupy, a zajęcia oscylują w kierunku poradnictwa indywidualnego tyle, że realizowanego w obecności innych osób. Natomiast zbyt liczna grupa niesie ryzyko wycofania się niektórych uczestników, szczególnie tych nieśmiałych i mniej aktywnych, a którzy nierzadko skierowani zostali na zajęcia po to, aby zdobyć umiejętność funkcjonowania w grupie. Brakuje czasu na wypowiedzi, niektóre zagadnienia z konieczności przerobione są zbyt pobieżnie, tworzą się podgrupy, rośnie ryzyko wybuchu konfliktu.

Tworząc grupę należy uwzględnić również, czy uczestnicy nie znali się wcześniej, a jeśli tak, to czy nie jest wskazane, aby ograniczyć kontakty między nimi. Relacje takie mogą mieć negatywny wpływ na otwarcie się tych osób, na przyjęcie nowych

wyzwań, inne, świeże spojrzenie, szanse wyrwania się z kręgu dotychczasowych wpływów.

Ważne jest, aby uczestnicy jeszcze przed spotkaniem z grupą mieli możliwość zapoznania się z programem i podstawowymi zasadami warsztatów. W takiej sytuacji ich decyzja o udziale w pracy w grupie jest świadoma i bardziej oceniana jako samodzielna, co wzmacnia motywację.

Trudne sytuacje w grupie

Każdy trener w swojej pracy miał do czynienia z trudnymi sytuacjami. Wynikają one mogą z zachowań uczestników, z powstających między nimi relacji oraz z relacji uczestnicy - trener, pomyłek, nieprzewidzianych zdarzeń.

Utrudnieniem dla trenera może być osoba nieśmiała, wycofana, znudzona, zniechęcona, gadatliwa, dominująca, blokująca zaangażowanie osób pozostałych, złośliwa, nadmiernie krytyczna.

W trakcie szkoleń uczestnicy angażują się emocjonalnie, co może mieć wpływ na powstawanie konfliktów, spowodować zaskakujące reakcje, rodzić konflikty.

Sytuacji takich może być wiele.

Najlepszym sposobem na poradzenie sobie z trudną sytuacją jest przygotowanie się do niej. Jednakże nie wszystko da się przewidzieć. To, czy trener sprosta takiej sytuacji zależy od jego doświadczeń i umiejętności wyciągania z nich wniosków, kreatywności i elastyczności.

Niezależnie od rodzaju trudnej sytuacji i przyjętych środków zaradczych, trenera obowiązuje przestrzeganie kilku podstawowych zasad.

1. Trener zawsze musi kierować się zasadą, że przyjęta przez niego metoda musi być korzystna dla możliwie największej liczby uczestników.
2. Kiedy łamane są zasady ustalone i zaakceptowane przez uczestników na początku szkolenia trener musi dyplomatycznie interweniować.
3. Kiedy uczestnik wielokrotnie prowokuje lub przerywa trenerowi, to ten powinien to głośno wyrazić, zaangażować grupę w znalezienie odpowiedzi lub skomentowanie uwag natręta.
4. Trener musi dołożyć wszelkich starań, aby żadna osoba lub podgrupa nikogo nie zdominowała, oraz aby żaden uczestnik nie czuł się wyalienowany.

5. Trener nie może prowadzić walki z grupą, na przykład starając się przeforsować swoje stanowisko. Jego rola wobec uczestników powinna być wspierająca, usłużna.

Cechy efektywnego trenera

Efektywny trener to taki, który:

1. Ma dużą wiedzę fachową i stale ją aktualizuje.
2. Chce i potrafi poznać grupę, zapamiętać imiona uczestników; dzięki czemu okazuje uczestnikom szacunek i lepiej dostosuje zakres i metody szkolenia do potrzeb i możliwości grupy.
3. Szanuje różne opinie i poglądy, nie ocenia ludzi i ich doświadczeń, stosuje jednolite zasady wobec uczestników niezależnie od ich statusu społecznego. Daje uczestnikom poczucie bezpieczeństwa.
4. Jest świadom swoich uprzedzeń, nawyków, przyzwyczajzeń, zna swoje słabe strony, które mogą się ujawnić w trakcie szkolenia oraz potrafi się kontrolować.
5. Potrafi włączyć każdego uczestnika do pracy grupy i zachęcić do dzielenia się z innymi własnymi doświadczeniami tak, aby wszyscy mieli swój udział w procesie grupowego uczenia.
6. Jest entuzjastyczny, oryginalny, kreatywny, ma poczucie humoru, potrafi utrzymać zainteresowanie uczestników i prowokować do myślenia.
7. Właściwie wykorzystuje mowę ciała.
8. Mówi w sposób jasny, zrozumiały i uporządkowany; robi podsumowania (na przykład co 20-30 minut), wykazuje związki między prezentowanymi zagadnieniami, wskazuje systematycznie na praktyczny wymiar prezentowanej wiedzy i korzyści jej wdrożenia w życie.
9. Ilustruje problemy przykładami, studiami przypadków.
10. Sprawnie i w odpowiednim zakresie posługuje się pomocami dydaktycznymi. Pamięta, że przesada w ich wykorzystaniu nuży słuchaczy, a przede wszystkim ogranicza z nimi kontakt. Nadmiar środków audiowizualny powoduje, że trener zdaje się być niepotrzebny, zastępuje go technika, a uczestnicy odnoszą wrażenie, że nie są traktowani podmiotowo.

11. Potrafi budować i wykorzystać dla zrealizowania celu szkolenia dynamikę grupy w różnych fazach jej rozwoju, rozwiązywać konflikty.
12. Jest elastyczny, potrafi adaptować założenia szkolenia do potrzeb i możliwości uczestników.
13. Ma świadomość, że nie na wszystkie pytania jest w stanie odpowiedzieć, że nie tylko uczestnicy się uczą, ale i on uczy się od uczestników.
14. Jest empatyczny.
15. Jest otwarty na informacje zwrotne i uwzględnia je w swojej pracy.
16. Potrafi zachować założone ramy szkolenia, znaleźć równowagę między elastycznością i konsekwencją w realizowaniu założeń programu.
17. Ma świadomość, że zawód trenera oznacza obowiązek ustawicznego uczenia się, zdobywania wiedzy o charakterze interdyscyplinarnym oraz doskonalenia umiejętności trenerskich.

Metodologia i standardy pracy doradcy zawodowego¹

Standardy pracy doradcy zawodowego w CPK obejmują narzędzia, metody i zasady realizowane przez doradców oraz kryteria, jakie muszą oni spełniać. Wywodzą się one z przyjętej w Fundacji koncepcji doradztwa zawodowego.

Zakres i cele doradztwa

Doradztwo zawodowe to **proces**, w którym doradca zawodowy **pomaga** klientowi w osiągnięciu lepszego **rozumienia siebie samego w odniesieniu do środowiska pracy**, aby umożliwić mu **realistyczny wybór lub zmianę zatrudnienia** lub też osiągnięcie właściwego **dostosowania zawodowego**.

Doradztwo jest **procesem**. Oznacza to, że aby było właściwie realizowane, nie może ograniczyć się do na przykład jednorazowego udzielenia informacji. Czy można nazwać doradztwem pomoc redakcyjną przy formułowaniu życiorysu bądź listu motywacyjnego?! Pozostawienie klienta, któremu poświęciło się kilkadziesiąt minut pomagając zredagować życiorys lub list motywacyjny z przeświadczeniem, że do tego ograniczają się możliwości doradcy zawodowego może okazać się wręcz krzywdzące. Rzadko jednak taka pomoc wystarczy, aby istotnie wzrosły szanse na zdobycie pracy. Tym samym pomoc doradcy okaże się nieskuteczna. Klient ocenić może swoją sytuację jako beznadziejną skoro nawet doradca zawodowy nie był w stanie mu pomóc.

W Centrum staramy się unikać takich sytuacji. Jeśli jednak z różnych powodów konieczne jest ograniczenie się do jednego spotkania, klientki są informowane o ułomnościach takiej sytuacji i o tym, na czym polega i jakie korzyści przyniosłoby jej skorzystanie z pełnego doradztwa.

Doradca zawodowy **pomaga** klientowi. Pomoc tę rozumiemy jako stwarzanie warunków zachęcających klientkę do pracy. Rolą doradcy jest przede wszystkim ustrukturalizowanie współpracy, jego udział w działaniach klienta jest pośredni, nie może wyręczać klienta w podejmowaniu decyzji i dokonywaniu wyborów.

¹ Rozważania w tej części opracowania ograniczamy wyłącznie do doradztwa indywidualnego.

Rozumienie siebie to wiedza o swoim potencjale, mechanizmach podejmowania decyzji, systemie wartości. Podniesienie poziomu samoświadomości w zakresie życia zawodowego jest kluczową kwestią dynamicznego doradztwa zawodowego.

Doświadczenia zdobyte w Centrum jednoznacznie wskazują, że wiele klientek ma niski poziom wiedzy o sobie i istotne problemy z autoprezentacją. Obniża to ich szanse na przekonanie do swojej kandydatury potencjalnego pracodawcy. Istotne jest, że przy niskim poziomie samoświadomości, możliwość podjęcia wyboru satysfakcjonujących i motywujących decyzji i wyborów zawodowych jest niewielka. Dlatego też tym problemom poświęcona jest ogromna uwaga w procesie doradczym w Fundacji.

Znajomość środowiska pracy obejmuje wiedzę o zawodzie jak i zasadach poruszania się na rynku pracy, instytucjach rynku pracy, wiedzą o wymaganiach pracodawców, prawa pracy. Oznacza to, że doradca musi posiadać wiedzę w tym zakresie, stale ją aktualizować, wiedzieć jak do niej dotrzeć i jak dzielić się nią z klientem.

Realistyczny wybór zawodu dokonany może być jedynie poprzez skonfrontowanie własnego potencjału z wymogami zawodu i konkretnego stanowiska. Realizacja wyżej omówionych elementów doradztwa zawodowego przygotowuje klienta do dokonania samodzielnego wyboru pracy im ewentualnie określenia działań, jakie powinny poprzedzić starania o pracę, aby zwiększyć szanse jej zdobycia.

Wiele klientek traktuje wybór zawodu jako jednokrotne działanie, w wyniku którego zdobędą pracę na całe życie. **Zmiana** pracy traktowana jest przez nie traktowana jako porażka, podczas gdy współczesny człowiek musi być przygotowany na wielokrotną zmianę pracy i kilkukrotną zawodu. Otwartość na zmiany i umiejętność radzenia sobie w nowych warunkach, gotowość do ciągłego uczenia się stały się podstawowymi cechami cenionymi przez pracodawców. Dla doradcy zawodowego to kolejne zadanie w pracy z klientem.

Zdobycie pracy i jej utrzymanie we współczesnym świecie wymagają ciągłego doskonalenia umiejętności i kwalifikacji. **Dostosowywanie się** do zmieniających się warunków rynku pracy w praktyce oznacza konieczność ustawicznego uczenia się,

szkolenia się. Pomoc w tym zakresie doradcy jest istotnym elementem poradnictwa zawodowego.

Niezwykle istotną kwestią jest określenie granic doradztwa, które realizujemy w naszej organizacji i poskromienie skłonności do świadczenia doradztwa psychologicznego lub pedagogicznego lub wręcz prowadzenia terapii. To należy zostawić właściwym osobom. Nierzadko dochodzi do zaburzeń w relacjach z klientem, mimo iż przesłanki jakimi kieruje się doradca są z gruntu dobre, jednakże nie do końca profesjonalne. W przypadku osób nieposiadających przede wszystkim wystarczającej wiedzy psychologicznej, o niedojrzałej postawie, pojawia się bardzo realne zagrożenie uzurpowania sobie przez doradcę prawa do oceniania klienta, uogólniania, etykietowania, decydowania za niego, pouczania. To są najistotniejsze zagrożenia w procesie doradczym.

Podstawowe cele doradztwa zawodowego realizowanego w Centrum to:

- **odzyskanie przez uczestniczki wiary w siebie i własne możliwości**
- **poznanie i nazwanie, określenie własnego potencjału**
- **budowanie aktywnej postawy życiowej**
- **wykształcenie umiejętności mówienia o sobie w kategoriach: potrafię, chcę**
- **zmobilizowanie uczestniczek do aktywnego poszukiwania pracy**
- **wskazanie metod i możliwości znalezienia pracy**
- **przygotowanie do wypracowania potrzebnych dokumentów**
- **wykształcenie umiejętności czytania ogłoszeń prasowych i formułowania własnej oferty**
- **wsparcie w podejmowaniu decyzji o wyborze zawodu, szkolenia**
- **pomoc w dotarciu do potrzebnych informacji**
- **wyposażenie w wiedzę i metody radzenia samodzielnego radzenia sobie na rynku pracy**
- **przejęcie kontroli nad przebiegiem kariery zawodowej, planowanie rozwoju zawodowego, tworzenie ścieżki kariery zawodowej**

- ***budowanie postawy otwartej na zmianę, zmniejszenie obaw przed zmianą, w tym przygotowanie na zmianę pracy, zawodu wynikające z ogólnych tendencji w tym zakresie***
- ***umiejętność i chęć stawiania sobie celów***
- ***zdobycie umiejętności znajdowania nowych sposobów wyjścia z trudnej sytuacji***

Narzędzia i techniki stosowane przez doradców

Wśród narzędzi standardowo stosowanych w Centrum wymienić należy przede wszystkim ankietę oraz portfolio.

Ankieta

Ankieta zbudowana została w oparciu o wieloletnie doświadczenie w pracy z naszymi klientkami. Proces jej tworzenia był ani krótki, ani prosty. Wielokrotnie dyskutowana i weryfikowana i w dzisiejszej formie wykorzystywana jest od dwóch lat. Zawiera, oprócz podstawowych danych osobowych, 16 pozycji. Część z nich dotyczy klientek (między innymi szeroko rozumianych doświadczeń zawodowych, wiedzy i doświadczeń z zakresu poszukiwania pracy), część zaś obserwacji poczynionych przez doradcę podczas spotkania.

Podstawowe korzyści, jakie daje właściwie przygotowana ankieta, uwzględniająca specyfikę konkretnego środowiska, w jakim działa organizacja, to:

1. Rejestrowanie informacji o kliencie.
2. Daje możliwość zachowania większego obiektywizmu i dystansu wobec otrzymywanych informacji. Hamuje nadmierną skłonność do interpretowania wobec konieczności przedstawiania materiału zgodnie z pewnym schematem.
3. Pozwala na unikanie powracania do omówionych spraw z powodu zapomnienia. Doradca ma różnych klientów, przerwy między spotkaniami mogą się wydłużać, zrozumiałe jest, że nie wszystko jest w stanie zapamiętać, a klient nie czuje się dobrze, jeśli musi powtarzać.
4. Jest podstawą do przygotowania się do kolejnego spotkania.

5. W razie konieczności umożliwia przejęcie klienta przez innego doradcę bez konieczności powrotu do wcześniej omówionych problemów.
6. Organizuje proces doradczy, ale pozostawia sporą swobodę każdemu doradcy, ale z drugiej strony nakłada na doradcę obowiązek realizacji określonych zadań, ale w sposób i w kolejności dostosowanej do sytuacji klienta. Spełniony jest dzięki temu wymóg elastyczności.

Wypełnianie ankiety realizowane musi być z uwzględnieniem kilku zasad:

1. Klient musi być poinformowany, że taka ankieta będzie prowadzona i musi wyrazić zgodę.
2. Podczas spotkania z klientem doradca sporządza notatki nie w ankiecie. Ankieta wypełniana jest po rozmowie, nie w obecności klienta. Chodzi tu o samopoczucie klienta. Możemy sobie wyobrazić, jak czułby się, gdyby widział, kiedy dla jego osobistych, indywidualnych, nierzadko zaskakujących jego samego odpowiedzi, znajdujemy miejsce w gotowej rubryce.
3. Robienie notatek nie powinno odbywać się kosztem kontaktu z klientem.
4. Ankieta powinna być wypełniona bezpośrednio po rozmowie doradczej. Błędem jest odkładanie tej czynności na koniec dnia. Istnieje jednak zagrożenie, że wówczas to, co będziemy pamiętać ze spotkania z konkretnym klientem, przefiltrowane zostanie przez wrażenia, jakie pozostawili inni klienci. Mamy bowiem skłonność do relatywizowania opinii.
5. Przed kolejnym spotkaniem doradca powraca do ankiety klienta i przygotowuje cele i plan rozmowy, a jednocześnie „odświeża pamięć”.

Portfolio (Mój portret)

Stworzenie pełnego portfolio (mojego portret) pochłania dużo czasu oraz wymaga ogromnego zaangażowania klienta. Jednakże korzyści wynikające ze starannie przygotowanego portfolio nie da się przecenić. Nasze klientki zdobywają wiedzę o sobie, rośnie ich poczucie własnej wartości, potrafią dokonać rozsądnych wyborów, wyznaczać cele i plany życiowe oraz zawodowe. Ponadto zebranie i uporządkowanie informacji znakomicie ułatwi i przyspieszy przygotowania do pisania życiorysów, listów motywacyjnych oraz do spotkania z pracodawcą.

Portfolio składa się z następujących części:

- przebieg pracy zawodowej,
- kwalifikacje,
- umiejętności,
- mocne i słabe strony,
- osiągnięcia,
- zainteresowania,
- wartości.

Przebieg pracy zawodowej z analizą wykonywanych czynności, osiągnięć, zdobywanych w pracy doświadczeń, sprecyzowaniu tego, co lubiło się w pracy, co robiło się dobrze i co zyskało uznanie, a co stanowiło trudność i czego nie chciałoby się więcej wykonywać. Ważne jest również przypomnienie, w jaki sposób zdobywało się kolejne prace i z jakiego powodu zmieniał. Przygotowanie tej i pozostałych części portfolio wymaga „zajrzenia do szuflad”, wydobycia z nich dokumentów i uporządkowania informacji.

Kwalifikacje. Nie wchodząc w dyskusję, czym są kwalifikacje dla naszych potrzeb możemy przyjąć, że kwalifikacje to wiedza zdobyta w sposób formalny, a więc w szkołach, na uczelniach, kursach i szkoleniach. W portfolio powinny znaleźć się takie informacje jak np. czas trwania nauki, nazwa instytucji organizującej, tytuł, tematyka, rodzaj świadectwa ukończenia.

Umiejętności. Skłonienie klienta do mówienia o sobie w kategoriach umiejętności nie zawsze jest proste. Bariery tę trzeba jednak przełamać podczas procesu doradczego, ponieważ szanse zdobycia pracy osoby, która jeszcze siebie nie przekonała, że coś potrafi nie są duże. Praca nad tą częścią portfolio jest skomplikowana, ale ostatecznie ogromnie satysfakcjonująca dla obu partnerów procesu doradczego. Sukces w realizacji tego zadania wyraźnie odbija się w zmianie postawy, zachowania klienta. Pomocne może być przygotowanie bardzo bogatego spisu różnorodnych umiejętności bez jakiegokolwiek wartościowania ich.

Mocne i słabe strony. Ta część portfolio kolejny raz zmusza klienta do autorefleksji. Jest poza tym niezbędna przed spotkaniem z potencjalnym pracodawcą, bo on nierzadko jest tym zainteresowany

Osiągnięcia. Mówienie o własnych osiągnięciach na początku procesu doradczego jest dla klienta zazwyczaj trudne. Jednakże stopniowo jest on do tego przygotowany. Kiedy przeanalizował już kolejne etapy swojego życia, wie, jak wiele potrafi, zdecydowanie łatwiej dostrzega swoje sukcesy i potrafi o nich mówić. A taką umiejętność musi posiadać, aby zdobyć akceptację pracodawcy.

Zainteresowania. Posiadanie i pielęgnowanie zainteresowań wiele mówi o człowieku. Na podstawie zainteresowań pracodawca wyciąga daleko idące wnioski o postawie kandydata do pracy. Dodatkową korzyścią dla klienta doradcy zawodowego może być powrót do zaniedbanych lub wręcz porzuconych pasji i dzięki temu wzbogacenie nie tylko swojego wizerunku w oczach pracodawcy, ale przede wszystkim własnego życia.

Wartości. Łatwo dokonać błędnych wyborów, kiedy nie wie się, co w życiu jest dla nas najistotniejsze. Człowiek działający niezgodnie ze swoim systemem wartości rzadko osiąga w życiu i w pracy satysfakcję i zadowolenie. Omawianie wartości w środowisku kobiecym, chociaż mamy nadzieję, że nie tylko, powinno uwzględniać możliwość godzenia wartości zawodowych i rodzinnych.

Pytania w doradztwie zawodowym

Niezwykle istotnym założeniem, które musi być przestrzegane przez każdego doradcę, jest uznanie, iż zadaniem doradcy nie jest bezpośrednia ingerencja ani rozwiązywanie problemów klienta, gdyż dobremu doradcy musi zawsze towarzyszyć przekonanie, że każdy klient posiada potencjalną zdolność rozwiązywania problemów. Udzielanie rad, sugestii, perswazji jest sprzeczne z dynamicznym traktowaniem doradztwa, którego istotą jest nie tylko doraźna pomoc klientowi, lecz wyposażenie go w wiedzę, która niejako uzbraja na przyszłość i umożliwia samodzielne radzenie sobie z różnorodnymi problemami zawodowymi, a przede

wszystkim stworzenie wizji własnego rozwoju zawodowego. Dlatego też za podstawowe narzędzie pracy doradcy zawodowego należy uznać pytania.

Pytania służą:

- zdobyciu informacji niezbędnych dla procesu doradczego,
- pomagają klientowi otworzyć się,
- właściwie ustrukturalizowane pomagają nadawać kierunek rozmowie,
- pomagają koncentrować się na zasadniczym problemie,
- pomagają zrozumieć klienta i zdobyć informacje.

Zadając pytania należy pamiętać o następujących kwestiach:

1. Pierwsze pytanie nie może być trudne ani zbyt ogólne, aby klienta nie spłoszyć.
2. Na raz można zadawać tylko jedno pytanie. Inaczej, kiedy stawiamy kilka pytań jednocześnie, niektóre mogą zostać pominięte lub nie wystarczająco wnikliwie potraktowane. Klient może się poczuć zagubiony.
3. Zadawać należy pytania tak, aby klient nie czuł się popędzany. Nie można zadawać ich zbyt pośpiesznie, nie wysłuchując do końca odpowiedzi.
4. Pytanie bardzo ogólne na przykład: „Jak pani/pan sobie wyobraża swoje dalsze życie zawodowe?” zadane za wcześnie może klienta niewyrobionego speszzyć i zniechęcić.
5. Jeśli pytanie sprawia klientowi trudność trzeba je uszczegółowić, przeformułować. Pamiętać należy, że klienci mający problemy z werbalizacją wolą odpowiadać na pytania konkretniejsze i w ich przypadku droga wiedzie od szczegółu do ogółu.
6. Nie ulegaj pokusie zadawania niepotrzebnych pytań. Pytania nie służą zaspokojeniu Twojej ciekawości, a wyłącznie realizacji procesu doradczego. To, co ostatecznie zostanie sformułowane przez klienta musi przybliżyć do celu spotkania.
7. Nie można zadawać zbyt dużo pytań, gdyż wówczas rozmowa przekształca się w wywiad, formę wypełniania kwestionariusza, przesłuchanie.

Rodzaje pytań

Rozróżnić można pytania:

- zamknięte
- otwarte
- drażące
- alternatywne
- sugerujące

Pytania zamknięte - dają jasną i jednoznaczną odpowiedź, ale ograniczają udział klienta, nie angażują, sprowadzają go do roli biernej.

Pytania otwarte - angażują, zachęcają do samodzielnej wypowiedzi. Ponieważ wymagają bardziej rozbudowanej odpowiedzi dostarczają doradcy informacje również pośrednio. Dzięki nim doradca dowiaduje się jak klient operuje słowem, czy potrafi jasno, logicznie formułować myśli, jak radzi sobie z emocjami, jakie są jego opinie w różnych kwestiach. Jeśli tylko jest to możliwe należy stawiać właśnie pytania otwarte. Pamiętać należy, że pytania otwarte mogą być bardziej lub mniej ogólne. Wybór zależy od przebiegu rozmowy i skłonności klienta do mówienia.

Pytania drażące - zaczynają się na przykład od: dlaczego?, po co? - zmierzają do dotarcia do przyczyny i celu. Skutek takiego pytania może być jednak niewielki. Jest ono odbierane jako wyzywające, przypominające przesłuchanie. Ponadto osoba, która nie jest przyzwyczajona do analizowania swoich motywów może je uznać za zbyt trudne. W rezultacie uzyskamy odpowiedzi powierzchowne, wymijające, odcięta zostaje możliwość dotarcia do odpowiedzi prawdziwej.

Pytania alternatywne - polegają na tym, że dajemy dwie propozycje albo-albo. Daje to wprowadzić możliwość wyboru, ale bardzo ograniczoną.

Lepiej zaproponować trzy możliwości, a najlepiej jeszcze więcej, aby klient nie przywiązał się do żadnej propozycji, a z faktu ich mnogości wyciągnął wniosek, że rozwiązań jest wiele, może to go zachęci do poszukiwania własnego, ale nawet jeśli nie, to rośnie prawdopodobieństwo, że wybrana z przedstawionych jest bliższa własnej.

Pytania sugerujące - podsuwają odpowiedź, pytający chce nakłonić do potwierdzenia swojego stanowiska. Ograniczają samodzielność i skłonność klienta do refleksji. Klienci stosunkowo łatwo ulegają sugestii, gdyż doradca najczęściej jest dla nich autorytetem.

Charakterystyka doradcy zawodowego w CPK

Skuteczność doradztwa zawodowego zależy od przygotowania profesjonalnego doradcy, jego cech osobistych oraz jakości relacji z osobą korzystającą z pomocy.

Doradca w naszej Fundacji musi mieć wykształcenie wyższe (psychologiczne, socjologiczne lub pedagogiczne) oraz ukończone wewnętrzne szkolenie.

Doradca, poza wiedzą na temat procesu doradczego, musi posiadać wiedzę z zakresu:

- prawa pracy,
- sytuacji na rynku pracy,
- instytucji rynku pracy,
- zawodoznawstwa,
- funkcjonowania firm,
- rynku szkoleniowego,
- metod poszukiwania pracy,
- formułowania dokumentów aplikacyjnych, rozmowy kwalifikacyjnej.

Zasadnicze pytanie, które powinien sobie postawić nie tylko początkujący, ale co jakiś czas wracać do niego powinien każdy doradca, brzmi: dlaczego chcę pomagać innym? W przypadku NGO-sów kwestia ta jest jeszcze bardziej złożona, gdyż nierzadko działalność doradców ma charakter wolontariacki. Trzeba wiedzieć, jakimi motywami się kierują, bo ma to wpływ na jakość działań. Powody, dla których ludzie chcą w takiej formie pomagać innym są różnorodne. Niektórzy chcą w ten sposób zdobyć akceptację, inni sympatię, inni znów szacunek. Istotne jest, aby nasza motywacja była zgodna z ideą doradztwa. Potrzeba akceptacji, skądinąd naturalna, może spowodować, że podejmowane działania jej będą podporządkowane a nie potrzebom klienta. Nietrudno wyobrazić sobie, jakie mogą być rezultaty takiego

doradztwa. Chęć podzielenia się z innymi swoimi doświadczeniami, które wprawdzie ułatwiają rozumienie innych ludzi, z drugiej strony może prowadzić do próby narzucenia innym naszych rozwiązań. W rezultacie sytuacja klienta jeszcze się pogorszy. Osłabimy w nim chęć - jakże często i tak wątplą - poszukiwania własnych rozwiązań, pogłębi się poczucie bezradności u osób przeżywających trudne chwile, zrodzić może zależność od doradcy, a więc będzie to sprzeczne z ideą doradztwa, którego celem przecież jest usamodzielnianie się klientów, wzrost poczucia wpływu na własny los, wzrost wiary we własny potencjał, możliwości.

Doświadczenia z jednej strony nas wzbogacają, pomagają zrozumieć innych i im pomagać. Jednakże stanowią mogą zagrożenie dla relacji z klientem, jeśli nie jesteśmy ich świadomi, jeśli nie zanalizujemy naszych zachowań, stereotypów, uprzedzeń, które możemy przenosić na klientów. Kiedy mówimy o etyce doradcy zawodowego zacząć musimy od wyjaśnienia tych kwestii po to, aby nie wpływały one na nasze relacje z klientami. nierozwiązane problemy osobiste mogą przeszkadzać w pomaganiu ludziom, mogą przenosić się na rozmowę doradczą i mieć wpływ na jej przebieg.

Doradcę zawodowego powinna charakteryzować:

1. Świadomość własnych uprzedzeń, stereotypów i potrzeb.
2. Zrównoważenia emocjonalne, samoakceptacja, trwałość przekonań.
3. Twórcza postawa, wyobraźnia, otwartość, umiejętność samodzielnego, nieschematycznego myślenia, elastyczność.
4. Odpowiedzialność za własne postępowanie.
5. Szacunek dla innych, poszanowanie odmiennych systemów wartości, poglądów, religii, akceptacja cudzej indywidualności.
6. Zrozumienie problemów klienta, zdolność do przejawiania odpowiedniej formie, empatii i neutralności.
7. Zdolność do komunikowania się z osobami w różnym wieku i o różnym poziomie wykształcenia.
8. Zdolność do nawiązywania trwałych związków z klientami na bazie akceptacji i otwartości.

9. Zdolność do zachowania obiektywnego wymiaru stosunków z klientami, do utrzymania odpowiedniego dystansu i wyznaczania granic współpracy.
10. Ciągłe uczenie się i szkolenie, samodyscyplina.
11. Umiejętność prowadzenia wywiadu i formułowania pytań.
12. Umiejętność motywowania i wspierania klientek w identyfikowaniu ich potencjału i dokonywaniu wyborów.
13. Przestrzeganie tajemnicy zawodowej.
14. Dobra pamięć, podzielność uwagi, zdolność skupienia się na klientce.
15. Umiejętność słuchania i obserwacji, ciekawość ludzi, cierpliwość.
16. Umiejętność radzenia sobie ze stresem.
17. Łatwość wypowiedzania się w mowie i na piśmie.
18. Gotowość skierowania klienta do innych instytucji, nie-uzależnianie klienta od siebie.

Podczas pierwszego spotkania doradca musi poinformować klienta, jaki jest zakres jego pracy, jakie są zasady i warunki.

W naszej Fundacji nie wprowadzamy żadnych ograniczeń, co do ilości spotkań, również jeśli klientka chce podjąć współpracę z inną doradczynią, ma taką możliwość. Jeśli chodzi o długość spotkania, jest ona z góry ustalona, najczęściej 50-60 minut. Częstotliwość spotkań jest określana indywidualnie, zależy od potrzeb klientki i możliwości doradczyni.

Niezależnie od tego, ile planuje się spotkań, jaki jest problem klientki, jaki będzie zakres współpracy, z każdego spotkania nasza klientka musi wyjść z nadzieją. Swoim zachowaniem, postawą ciała, wyrazem twarzy, sposobem słuchania i mówienia, przekazywanymi treściami doradca okazuje klientce szacunek i akceptację.