

**Karjeras attīstības rokasgrāmata  
konsultantiem**

## Saturs

### **IEVADS**

#### **I. JAUNIEŠU KARJERAS IESPĒJU PĀRSKATS**

1. Valsts sektors
2. Nevalstiskais / Privātais sektors
3. ICT un karjeras pakalpojumi

#### **II. TIKŠANĀS AR KLIENTU**

1. Tikšanās ar klientu. Saskarsmes jautājumi
2. Organizēšana un vide
3. Klienta reakcijas uztvere un izpratne
4. Piedāvājuma un vienošanās ieteikumi

#### **III. KLIENTA PROFILA ATTĪSTĪŠANA: METODES UN LĪDZEKĻI**

1. Pašraksturojums
2. Psihometriskie testi – Nozīme un tipi
3. Noslieces – Ko viņš var izdarīt vislabāk?
4. Personība – Kā viņš to dara?
5. Motivācija – Ko viņš patiesi vēlas darīt?

#### **IV. KARJERAS PLĀNOŠANAS STRATĒGIJA**

1. Personības iezīmju saderība ar atbilstošu darbu
2. Rīcības plāns

#### **V. DARBA INFORMĀCIJAS AVOTU MEKLĒŠANA**

1. Informācijas iegūšanas tehnika un procedūras
2. Ko nozīmē darba meklēšana?
3. Darba meklēšana un dažādi mediji
4. Iepazīšanās ar darbā iekārtošanas aģentūrām
5. Internets

#### **VI. PIETEIKŠANĀS DARBAM**

1. CV
2. Motivācijas jeb pieteikuma vēstule

#### **VII. DARBA INTERVIJA**

1. Interviju stili
2. Intervija kā process
3. Daži ieteikumi

#### **VIII. JAUNA DARBA UZSĀKŠANA**

#### **Nobeigums**

## Ievads

Šī rokasgrāmata, kas sarakstīta, apkopojot vairāku autoru ieguldījumu, ir iecerēta kā Leonardo da Vinči 2002-BG/02/B/F/PP-132018 projekta struktūras ietvars un ir balstīta uz ieteikumu pieaugošo nozīmi mūsdienās ne tikai padomu veidā īslaicīgai lietošanai, bet arī kā līdzeklis indivīda spēju un sevis attīstīšanā visas dzīves garumā.

Šī projekta partneri sāka strādāt, apkopojot rezultātus, kas iegūti, analizējot tradīcijas un kultūru viņu valstīs (Bulgārijā, Grieķijā, Īrijā, Itālijā, Latvijā, Slovākijā, Spānijā un Zviedrijā), tādā veidā apzinoties sakarības un pēc tam novērtējot vajadzības, kas vēlāk izteiktas karjeras pakalpojumu terminos.

Pārrunas par iegūtajiem rezultātiem, autoru atšķirīgās pieejas un metodes bija ļoti interesantas, parādot nozīmīgas atšķirības ne tikai struktūrā un procedūrās, bet arī nepieciešamajos pakalpojumos un resursos. Šīs konfrontācijas rezultātā radās rokasgrāmata, kas operēja ar dažādām reālijām (jaunatnes centri, universitātes, skolas, valstiskas un nevalstiskas organizācijas), bet kam bija nosprausts viens konkrēts mērķis. Tāds ir iemesls, kādēļ vispār radās šī rokasgrāmata – lai būtu palīglīdzeklis konsultantiem, kas strādā karjeras pakalpojumu sniegšanas iestādēs.

Tādējādi šīs rokasgrāmatas mērķauditorija ir karjeras konsultanti, profesionāļi, kas strādā karjeras pakalpojumu sniegšanas iestādēs. Grāmatas autori viņiem adresē procesuālus un praktiskus padomus, piemērotus līdzekļus, kas adaptēti tik plašam kontekstam.

Rokasgrāmata ir konstruēta kā ceļojums, iezīmējot taku, pa kuru konsultants ved klientu pretī pašapziņas iegūšanai, izraugoties jau viņa / viņas pašas autonomu ceļu. Tādējādi rokasgrāmatas struktūra ietver atšķirīgus sektorus, no kuriem ikviens ilustrē specifiskas tēmas un procedūras. Pēc īsa kopsavilkuma, kas apkopo projektā iesaistīto valstu atšķirīgās karjeras padomu sniegšanas struktūras, rokasgrāmata dodas uz pirmo tikšanos ar klientu, piedāvājot praktiskus padomus, kā komunicēties, kā noteikt viņa / viņas vajadzības, iegūt uzticību un noformulēt piedāvājumu.

Tālāk rokasgrāmata turpina ar praktisku iemaņu piedāvāšanu, lai novērtētu un konkretizētu klienta personību, motivāciju, spējas un vajadzības. Tālākie soļi rāda, kā gūt praktisku labumu no rezultātiem, kas iegūti ar paša klienta novērtējumu un novērtējumu no malas. Cita nodaļa ilustrē klienta spēju saderību ar piemērota darba(-u) iespējām.

Darba meklēšana pati par sevi ir īsts darbs! Kas klientam par to ir jāzina? Rokasgrāmata piedāvā precīzu ceļu, kas ved no izpratnes par informācijas iespējām (ietverot internetu) līdz tehnikai, kontaktējoties ar potenciālo darba

devēju, CV niansēm un motivācijas vēstulēm. Konsultantiem šī grāmata sniedz pilnīgu informāciju, ļaujot padomdevējam vadīt klientu uz interviju un beigās arī uz jaunu darbu.

Ikvienu tēmu ir aprakstīta vienkāršā, bet pilnīgā veidā, piedāvājot praktiskus ieteikumus un norādes, tādus konsultantam nepieciešamus palīgmateriālus kā testi, CV un motivācijas vēstulju formāti. Pielikumā konsultanti var atrast specifisku informāciju par jaunām apmācības un konsultēšanas formām – tā saukto e-apmācību un e-konsultēšanu.

Pašās beigās neliela atsauce uz Polu Vaclaviču, kurš stāsta par piedzērušos vīru, kurš stāv ielas laternu gaismā un kaut ko meklē. Policists viņam jautā, vai vīrs esot kaut ko pazaudējis. “Savu atslēgu! Savu atslēgu!”, atsaucas vīrs. Tad viņi abi turpina meklēšanu. Pēc brīža, kad nekas nav atrasts, policists grib zināt, vai vīrs ir pārliecināts, ka tieši šeit viņš pazaudējis savu atslēgu. “Nē, patiesībā šeit nē... Tur lejā, tumsā!” Iet tumsā kopā ar kādu, likt viņam / viņai no tās nebaidīties – tas nozīmē atbalstīt viņu ceļā pretī nezināmajam un pārmaiņām, iedrošināt viņu. Citiem vārdiem sakot, tā ir loma, kas jāuzņemas kompetentam konsultantam.

## I NODAĻA

### Jauniešu karjeras iespēju pārskats

Kaut arī tas var izklausīties pārāk ambiciozi, bet šīs nodaļas mērķis ir sniegt pārskatu par jauniešu karjeras iespēju pakalpojumiem dažādās Eiropas valstīs. To darot, autori ir ņēmuši vērā milzīgās atšķirības starp ietvertajām valstīm gan kultūras, gan organizatoriskajā ziņā. Te pirmām kārtām būtu jāpievērš uzmanība notiekošajām izmaiņām šajā laukā: valstis, kurās jau pastāv spēcīgas tradīcijas, lielākoties mēģina modernizēt savas struktūras; jaunpienācējas valstis mēģina sakārtot savus resursus, lai piedāvātu pakalpojumus uz vispārējā fona kļūtu pienācīgi.

Turpmākajās lappusēs mēģināts sniegt pamata informāciju par konsultēšanas pakalpojumiem, ilustrējot esošo institūciju un procedūru galvenās iezīmes. Tomēr prezentācijas uzdevums nav sniegt vispārīgu informāciju, jo tas pārsniegtu rokasgrāmatas mērķus.

Nozīmīgākās izmaiņas, kas mūsdienās vērojamas izglītības, ekonomikas un darba tirgus jomās, ir radījušas lielu triecienu konsultēšanā kā sapratnē un izpildē. Praktiski tas nozīmē, ka šajā jomā ir sākuši strādāt jauni darbinieki, turklāt izmantojot jaunas procedūras un mediju darbu. Visas šīs izmaiņas ir pārvērtušas konsultēšanu par izšķirošo līdzekli cilvēku integrēšanā izglītības un darba sistēmā.

Ja pirms dažiem desmitiem gadu cilvēki konsultējās tikai darba vai izglītības izvēles jautājumos, konsultēšanas principi mūsdienās ir krasi mainījušies. Tagad tiek piemērots elastības princips, kas nozīmē to, ka dzīves cikls vairs nenozīmē lineāru, bet gan fragmentāru ceļu. Tas, savukārt, nozīmē, ka cilvēka darba mūžs, ieskaitot apmācību, ir skaidrāk formulēts: lielākā daļa cilvēku vairs visu mūžu nestrādā vienā jomā, bet lielākoties cenšas mainīt nodarbošanos, bet, ja ne, tad vismaz uzlabo savas iemaņas, lai spētu dzīvot līdzīgi tirgus prasībām.

Tas arī ir iemesls, kādēļ konsultēšana arvien mazāk un mazāk tiek uztverta kā izolēta vajadzība, bet gan kā pakalpojums, kas atbalsta cilvēkus viņu spēju noteikšanā un kas ir atbildīgs par ieteikto karjeras izvēli un ceļu.

Visas aprakstītās izmaiņas ir ietekmējušas ne tikai konsultēšanas pakalpojumu iestāžu skaitu vai nepieciešamo profesionalitāti, bet, protams, arī visu sistēmu, uz ko tās ir balstītas (skolas, universitātes, arodu apmācību centri, darbā iekārtošanas aģentūras un tā tālāk).

Ciešo savstarpējo atkarību starp dažādajām sistēmām ietekmēja un vēl joprojām ietekmē ekonomiskās izmaiņas un darba tirgus. Diemžēl šīs iezīmes bieži vien ir visai tālas no efektīvas sadarbības ar iesaistītajiem subjektiem.

Situācija pretī savstarpējai saskaņotībai starp institūcijām, resursiem un procedūrām tomēr pagaidām mainās ļoti lēni.

Galvenā atšķirība starp institūcijām un organizācijām, kas darbojas konsultēšanās sfērā, ir balstīta uz to izcelsmi – vai tā ir valstiska / publiska, vai nevalstiska / privāta.

Valsts sektors ietver visus tos pakalpojumus, ko vada publiskie biroji, ministrijas, reģioni un provinces. Privātais sektors sastāv no asociācijām, organizācijām un fondiem. Mūsdienās bez šīm divām galvenajām kategorijām pastāv arī plašs pakalpojumu spektrs, ko piedāvā internets – tās var būt gan tiešsaistes konsultācijas, gan informācija.

Ļoti retos gadījumos visi trīs minētie sektori darbojas kā vienota sistēma, piedāvājot sabalansētus pakalpojumus un palielinot profesionalitāti un resursus. Lielākoties šīs institūcijas darbojas individuāli, tikai dažreiz apvienojot spēkus kopīgās partnerorganizācijās.

## **1. Valsts sektors**

Gandrīz ikvienā valstī nacionālo politiku attiecībā par bērniem un jauniešiem nosaka valsts institūcijas. Tās nosaka jaunatnes politiku, plāno un koordinē specifiskas jauniešu aktivitātes un programmas. Tās funkcionē kā koordinējoša organizācija citām institūcijām, piegādā informāciju, jauniešiem sniedz profesionālas konsultācijas par nodarbinātību un citām šajā sfērā iesaistītajām institūcijām – metodisku atbalstu, līdzdarbojas konsultēšanā un darba meklēšanas / izglītības konsultāciju programmās jo īpaši jauniem cilvēkiem.

### **Šajā sektorā visbiežāk ir trīs plašas sfēras:**

- Institūcijas, kas atkarīgas no Izglītības ministrijām.

Šis apakšsektors parasti ietver skolas, koledžas un universitātes. Jaunākie pētījumi ir parādījuši nepieciešamību konsultēšanu un karjeras ieteikumus ietvert skolas pamatprogrammā. Ja pirms dažiem gadiem tas vēl bija izolēts projekts ar mērķi apvienot izglītību ar darba tirgu, mūsdienās gandrīz visas skolas ietver vairāk vai mazāk attīstītus regulārus pakalpojumus, atbalstot studentus viņu nākotnes plānošanā. Šie pakalpojumi pēc savas struktūras un menedžmenta ir ļoti atšķirīgi, bet lielākoties tie piedāvā semināru organizēšanu, tikšanās, vizītes, informatīvu materiālu izplatīšanu un tā tālāk.

- Institūcijas, kas atkarīgas no Labklājības ministrijām.

Gandrīz visās iepriekš minētajās valstīs Labklājības ministriju mērķis ir darboties, lai maksimalizētu izglītības un nodarbinātības rezultātus un samazinātu bezdarbu.

Ja agrāk dabā iekārtošanas aģentūras bija balstītas uz birokrātiskām procedūrām, mūsdienās tās pieņem arvien elastīgākās metodes, apkopojot no privātā sektora iegūtos rezultātus un balstot savus pakalpojumus uz pašu personu, viņa / viņas potenciālu, izglītību / apmācību un iemaņām, vai pielietojot tā saukto “uz personību orientēto” pieeju.

Šī situācija daudzās Eiropas daļās jau ir realitāte, turklāt bieži vien ar spēcīgām tradīcijām šajā sfērā.

- Vietējie pakalpojumi, kas atkarīgi no pašvaldībām vai reģionālajām pārvaldēm.

Droši vien, ka salīdzinoši šis aspekts visgrūtāk pakļaujas rezumēšanai. Ir skaidri zināms, ka vietējo institūciju noteikumi katrā valstī ir ļoti atšķirīgi. Darbinieki un iesaistītās institūcijas bieži vien ir ļoti neviendabīgi pat vienas valsts robežās.

Galvenokārt te būtu minami pakalpojumi, ko piedāvā pašvaldības un reģionālās pārvaldes (darbā iekārtošanas biroji, karjeras centri) vai nelielas to finansētas asociācijas. Tā ir visai plaša kategorija, kurai pievienojamas arī dažādas apvienības vai citas uzņēmēju asociācijas.

Šo pakalpojumu raksturojums bieži vien ir atkarīgs no teritorijas, kaut arī daudzi no tiem šobrīd saskaras ar grūtībām, jo neliet līdzī straujajām pārmaiņām, kas norisinās tehnoloģiju, resursu un procedūru sfērā.

## **2. Nevalstiskais / Privātais sektors**

Nevalstiskās institūcijas tiek definētas kā organizāciju sistēmas, kas atšķiras pēc skaita un raksturojuma, mērķiem un misijām. Mēģinājums apkopot vai pienācīgi prezentēt darbu, kas dažādos līmeņos veikts šajās organizācijās, ir visai grūts uzdevums.

Droši vien, ka lielākā atšķirība ir starp profesionālajām un brīvprātīgajām organizācijām. Otrkārt, atšķirība ir starp tām organizācijām, kurās karjeras pakalpojumi ir ietverti starp galvenajām aktivitātēm, un tām, kurās šie pakalpojumi ir sekundāra nodarbe. Pēdējās lielākoties tikai sniedz informāciju, atbalstu izglītībā vai profesionālajā apmācībā. Šī iemesla dēļ tās nevar nedz izslēgt no šīs jomas saraksta, nedz arī pilnvērtīgi tajā iekļaut.

Šajā nozarē strādājošo organizāciju daudzveidība, no vienas puses, parāda privātā sektora elastību, darbojoties tik nozīmīgā jomā (jaunatnes izglītība, informācija vai bezdarbs), bet, no otras, mudina noregulēt sektoru, ieviešot struktūrās, resursos un procedūrās noteiktus standartus.

Pamatā tomēr tie reti sniedz tādus pakalpojumus kā progresīvas karjeras iespējas un dzīvesveids, brīvā laika aktivitāšu organizēšana, jauniešu

aizsargāšana no vardarbības un izmantošanas, izglītības programmu izstrādāšana, aktivitātes cilvēkiem ar īpašām vajadzībām un tā tālāk.

### 3. ICT un karjeras pakalpojumi

Mūsdienās konsultēšanas pakalpojumu sfērā ir norisinājušās nozīmīgas pārmaiņas. Moderno tehnoloģiju ietekme jūtama daudzos privātās un sabiedriskās dzīves sektoros. Šīs pārmaiņas radījušas divas nozīmīgākās sekas: no vienas puses, tās nepārtraukti pārveido pastāvošos pakalpojumus, bet, no otras, tās vienkārši ir ļāvušas izveidoties jauniem pakalpojumiem, kas ir absolūti atšķirīgi un radikāli iezīmē tehnoloģijas, ar kuru palīdzību paši tiek piedāvāti. Te noteikti būtu minamas ar pasaules tīmekli saistītās informāciju tehnoloģijas (sk. [www.careercenteronline.org](http://www.careercenteronline.org)).

Viss iepriekšminētais radījis ievērojamas izmaiņas:

- jauno mediju pirkšanā vai pieejā tiem (programmu nodrošinājums)
- uzlabojumu iemaņas un kompetence
- pieeja internetam
- reālās komunikāciju iespējas

Otrā gadījumā pasaules tīmekļa piegādātājs pirms citiem apzinās jauno mediju potenciālu daudzos sektoros, tajā skaitā arī jauniešu karjeras iespēju sfērā. Patiesi informāciju tehnoloģijas jauniem cilvēkiem piedāvā nozīmīgu atbalstu darba meklējumos gan ārzemēs, gan viņu pašu valstīs.

Protams, ka tīmekļa pakalpojumi nespēj nodrošināt tiešu konsultāciju (izņemot speciālu video konferenču tehnoloģiju), un lielākoties jauniešiem tiek piedāvāti informatīvi resursi standartizētām karjeras attīstības iespējām, jauniešu apmaiņas un izglītības programmām, kā arī izklaides jomā (galvenokārt datoru spēles).

Tomēr jauniešu skaits, kas izmanto šos pakalpojumus, vēl joprojām ir neliels, turklāt nevienmērīgi izplatīts pat tajās valstīs, kas iekļautas šajā prezentācijā (par to liecina Leonardo da Vinči projekta pārskats un citu karjeras iespēju analīze). Tātad iespēja lietot pasaules tīmekli vēl joprojām ir privilēģija. Tā lielākoties ir atkarīga no valsts (arī pilsētas un lauku rajonu atšķirības), ienākumu līmeņa un no sociālā statusa (students, strādājošais vai bezdarbnieks). Lai vai kā, bet XXI gadsimtā šie pakalpojumi ir neiedomājami bez ICT atbalsta, un tiem, kam ir iespēja izmantot šīs priekšrocības, iesakām [www.careercenteronline.org](http://www.careercenteronline.org) un kompaktdisku "Darba tirgū".



## II NODAĻA

### Tikšanās ar klientu

Šī nodaļa analizē tādu tēmu kā pirmā tikšanās ar klientu. Tā kā tas ir pats pirmais kontakts ar pakalpojumu lietotāju, tas ir ļoti nozīmīgs solis. Tas ir brīdis, kad tiek veidotas savstarpējas attiecības starp konsultantu un klientu un kad tiek apgūti bāzes priekšnoteikumi turpmākajai attīstībai.

Pirmais iespaids ir bāze, pēc kuras klients, visticamāk, spriež, vai turpināt attiecības, vai nē. Turpretī, konsultants ir atbildīgs ne tikai par pirmā iespaida radīšanu par sevi, bet arī par visu pakalpojumu sniegšanas sfēru, un tādēļ viņam ir jāizraisa uzticība un pozitīva attieksme. Šīs lappuses, no vienas puses, apraksta visai specifiskas tēmas, kas attiecināmas uz pirmo tikšanos ar klientu, un, no otras, ar metodoloģisko un procedurālo aspektu, ar kuru sākas viss process.

Kā jau iepriekš aprakstīts, konsultēšanas pakalpojumu vadīšana ietver ievērojamu skaitu pamatsoļu. Starp tiem ir klienta uzņemšana, kas ir tikai viena daļiņa no kompleksās struktūras ne tikai šajā jomā vien, bet vispār visā pakalpojumu sfērā.

Ar terminu “tikšanās” mēs domājam pozitīvu un efektīvu saskarsmi starp konsultantiem un klientu. Šīs attiecības ietver saskarsmes un komunikatīvos aspektus, kurus abus ietekmē apkārtējās vides, instrumentālie un procedurālie faktori.

Definīcijas pēdējā daļa liek mums pievērst īpašu uzmanību ne tikai veidam, kā visu teikto realizēt, bet arī kādā kārtībā un secībā. Pirmās tikšanās brīdis atklāj saistību starp konsultantu un klientu, bet vienmēr ir jāpatur prātā, ka uzticēšanās nākotnē un abpusēja sapratne ir bāzēta tieši uz šo brīdi.

Patiesībā klients ne tikai vienkārši formulē savus jautājumus, bet arī izvērtē atbildes, atgriezenisko saiti, risinājumus un saskarsmes kvalitāti. Viņš / viņa paralēli domā arī par to, vai pakalpojums ir pieņemams, labi strukturēts, viegli saprotams un uztverams.

Apkārtējās vides elementi (telpas iekārtojums, mēbeles, atrašanās vieta un pieejamība) vienmēr tiek uztverti kopā ar komunikācijas aspektiem, un kopā tie veido pakalpojuma kvalitāti.

Šī nodaļa vēstīs par būtiskākajiem pirmās tikšanās aspektiem, specifisku uzmanību veltot organizācijas un komunikācijas tēmām.

Šai īpašajai fāzei visā vadības procesā konsultantam ir jābūt specifiskām zināšanām un kompetencei. Patiesībā pirmais iespaids ir ne tikai vien īss; netieši tas liecina par spējām strādāt ar visdažādākajiem klientiem (jaunieši, cilvēki ar īpašām vajadzībām, studenti, bezdarbnieki).

Šajā brīdī konsultantam savas aktivitātes ir jāorganizē saskaņā ar sekojošiem elementiem:

- Piemēroti jāsakārto apkārtnē
- Jāvada sarunas process
- Jāprezentē piedāvāto pakalpojumu spektrs
- Jāilustrē konsultanta loma un funkcijas
- Jāsistematizē klienta vēlmes un interesējošie jautājumi
- Jāilustrē konsultēšanas procesa laiks un sadarbības detaļas
- Jāizanalizē un jāizvērtē klienta vajadzības
- Jānoformulē un jāvienojas par adekvātu palīdzības piedāvājumu
- Ja nepieciešams, process jāatliek un jāvienojas par alternatīvu datumu / laiku.

## 1. Tikšanās ar klientu. Saskarsmes jautājumi

Pats pirmais brīdis ir abpusējas iepazīšanās un sapratnes moments (konsultants un pakalpojums no vienas puses un klients no otras puses).

Šajā fāzē konsultantam ir jāizrāda:

- Pilnīga pieejamība
- Neviltota interese
- Patiesa vēlme saprast
- Nenosodoša attieksme
- Nenorādoša attieksme

Šīs metodoloģiskās prasības norāda uz to, ka konsultantam ir jārada sadarbībai atvērta vide, ar mērķi RUNĀT ar kādu, nevis STĀSTĪT kādam. Tas nozīmē, ka saskarsmes procesam nav jābūt orientētam tikai uz klienta motivāciju (“Es jums pateikšu, ko / kā darīt”), bet gan uz viņa / viņas pašas motivāciju (“Mēs individualizēsim un organizēsim jūsu vajadzības, lai jūs pats spētu atrast risinājumu”).

Kas attiecas uz pirmās saskarsmes apmaiņas saturu, konsultantam jāpievērš uzmanība sekojošiem elementiem:

- a) abpusēja informācijas apmaiņa
- b) klienta vajadzības
- c) piedāvāto pakalpojumu ilustrācija
- d) profesionāli un resursi, kas pieejami centrā vai datu bāzē

Savstarpējās saskarsmes laikā konsultantam:

- jābūt draudzīgam un jāizrāda atvērtība un interese
- jāpielāgo klientam valoda (gan verbālā, gan neverbālā)
- jāpadara saprotama konsultācijas nozīme (atkārtojot tās lomu un mērķus)
- jāpielāgo valodas tonis un ātrums klienta valodai
- jābūt līdzjūtīgam un iejūtīgam

- jāsglabā acu kontakts un jāuztur emocionālais kontakts

- aktīvi jāklausās (nekad nepārtraucot, izrādot interesi par sacīto, pārbadot saprasto, palīdzot klientam organizēt viņa / viņas idejas, pievēršot uzmanību neverbālajiem un nepateiktajiem elementiem)

- jāpiedalās sarunā interesantā veidā

- jāizrāda konsekventa ķermeņa valoda

- jāpalīdz klientam runāt pēc iespējas vairāk

- jāizpauž simpātija un empātija

- regulāri jāpārbauda komunikācijas efektivitāte

- atkārtoti jāformulē koncepti un idejas

- vienmēr jāuzņemas atbildība par kļūdām un pārpratumiem

- jāpadomā pirms atgriezeniskās saites došanas

- jāvienojas

- jāuztur klienta interese nākotnes sadarbībai

Kā redzams no šī garā saraksta, komunikatīvie elementi, kas attiecināmi uz pirmo tikšanās brīdi, nemaz nav tik atšķirīgi no tiem, ar ko jāsaskaras turpmākajā konsultācijas gaitā. Psiholoģiskās barjeras starp konsultantu un klientu pirmajā tikšanās reizē parādās vairāk vai mazāk neapzināti, un, jo šīs barjeras nepārvaramākas, jo mazāk efektīvi ir konsultanta centieni. Barjeras var rasties no tā, ka klients nepazīst konsultantu, no neprecīzas idejas par konsultācijas mērķi, nevēlēšanās runāt par privātām / intīmām tēmām, nespējas uzdot jautājumus un atbildēt uz tiem... Nerunājot par tā sauktajām klienta "kontekstuālajām bažām", konsultantam jābūt gatavam strādāt ar visdažādākajiem cilvēkiem, no kuriem katram ir savas specifiskas vēlmes, kā arī komunikatīvas un emocionālas īpatnības.

## 2. Organizēšana un vide

Kā jau minēts, pozitīva vide un atmosfēra nodrošina skaidru un saprotamu komunikāciju. Ir ļoti svarīgi, lai organizējot konsultēšanas apstākļus, tiktu ņemta vērā telpa un citi apkārtējās vides apstākļi. Pati vieta ir ziņojums, kas informē klientu par to, kādā veidā pakalpojums ir organizēts un kādas cerības tas viņā vieš.

Starp citiem rādītājiem, kas rūpīgi jāapsver, ir arī interjers, komfortabla atmosfēra, karte, distances un citas detaļas, kas klientam atgādina par to, kur viņš / viņa atrodas un kādi noteikumi jāievēro.

**INTERJERS.** Šis termins attiecināms uz telpas iekārtojumu, mēbeļu izvēli un izvietojumu. Ir ļoti svarīgi, lai tikšanās laikā klients justos komfortabli un droši.

**KOMFORTABLA ATMOSFĒRA.** Te būtu minama klienta konkrētā atrašanās vieta konsultācijas laikā. Jāizvairās ne neērtiem sēdekļiem, neaizsniedzamiem priekšmetiem un tamlīdzīgām neērtībām.

**KARTE.** Rakstītu un nerakstītu likumu apkopojums, kas jāievēro konsultantam un klientam. Šie likumi attiecas uz sociālajām un starppersonu attiecībām noteiktā telpā (piemēram, ienākot telpā, klientam uzreiz ir jāsaprot, vai viņam / viņai ir jāgaida uzgaidāmajā telpā vai rindā utt.) Lielākoties tie visi ir nerakstīti likumi, kuri klientam ir jāsaprot, apskatoties apkārt un vērojot situāciju telpā.

**DISTANCES.** Distanču analīze ļaus konsultantam labāk izprast attiecības ar klientu. Kā zināms, atkarībā no kultūras, etniskajiem un sociālajiem faktoriem distances var būt ļoti atšķirīgas. Vienāda attieksme pret dažādiem klientiem vienā gadījumā var būt patīkama, bet citā – uzmācīga. Attālumu starp klienta un konsultanta atrašanās vietām iespējams izteikt ar sekojošu shēmu:

Intīmā distance: saskaņā ar indivīdu un viņa / viņas kultūru tā variē no 20 līdz 50 centimetriem. Intīmā distance rāda attālumu, ko cilvēks parasti ļauj tikai dažiem, ar ko viņam ir tuvas attiecības.

Personīgā distance: tāpat kā intīmā distance arī personīgā distance ir atkarīga no cilvēka kultūras īpatnībām, un tā svārstās no 50 līdz 120 centimetriem. Tā iezīmē attālumu, ko ietur cilvēki, kas viens otru pazīst pietiekami labi, bet ne intīmi.

Sociālā distance: tā svārstās no 120 līdz 300 centimetriem. Tas ir normāls attālums, kādā parasti notiek formāla komunikācija starp cilvēkiem. Lielākoties apkārtējās vides apstākļi un telpu iekārtojums pieļauj tieši šādu saskarsmes distanci.

Publiskā distance: svārstās no 300 līdz 800 centimetriem. Parasti tā attiecināma uz cilvēkiem, kas nodod / saņem ziņas publiskā vietā.

Konsultantam, nepārkāpjot personīgo distanci, kas viņu atdala no klienta, sava darba telpa un vieta jāiekārto tā, lai distances ievērošana palīdzētu pārvarēt iespējamās psiholoģiskās barjeras. Visu šo iemeslu dēļ, vietai, kur notiek konsultācija, jābūt ērtai (lai klienta var aizsniegt laikrakstus, reklāmas brošūras, datoru utt.), patīkamai, piemērotai ikvienai aktivitātei (gaidīšanai, intervijai, rakstīšanai).

### **3. Klienta reakcijas uztvere un izpratne**

Kā jau minēts, pirmais tikšanās brīdis ir laiks, kad klients un konsultants savstarpēji iepazīstas. Sākumā konsultants klientam prezentē piedāvājamās pakalpojumus, iespējas, limitē laiku un resursus, kas nepieciešami klienta specifiskās vēlmes izpildei.

Nākamajā fāzē konsultants pieraksta klienta personiskos datus un viņa vēlmes. Tieši šajā fāzē konsultants izšķiro informāciju un sāk pētīt klienta vajadzības. Pierakstus konsultants drīkst veikt vienīgi tad, kad ir izskaidrojis klientam to nepieciešamību un palūdzis atļauju. Pierakstu veikšana intervijas laikā atvieglo konsultanta darbu, precizējot situāciju, formulējot specifiskās vēlmes, pierakstot klienta datus, kas nepieciešami nākamajām tikšanās reizēm.

Intervijai jābūt orientētai tādā veidā, lai detalizēti izpētītu klienta intereses, motivāciju, nākotnes plānus un iecerētos mērķus. Intervijas laikā konsultantam ir ārkārtīgi svarīga loma. Viņam / viņai ir jāprecizē viss teiktais. "Precizējošo" jautājumu lietošana ir svarīgs līdzeklis efektīvā komunikācijā.

Konsultants var uzdot dažāda veida jautājumus:

a) SLĒGTIE JAUTĀJUMI

- kad ir nepieciešama specifiska informācija
- lai pārbaudītu un pārliecinātos, vai iepriekš noskaidrotais ir precīzs
- ja klientam ir īpašas grūtības savu vajadzību izskaidrošanā
- ja nepieciešams noskaidrot kādas specifiskas nianšes

b) ATVĒRTIE JAUTĀJUMI

Parasti atvērtie jautājumi ļauj klientam brīvi izpaust viņa / viņas apzinātās un neapzinātās vajadzības. Tie var būt noderīgi šādos gadījumos:

- komplicētu jautājumu uztverei
- padarot intervijas amplitūdu daudz plašāku
- intervijas sākumā izprotot klienta viedokli
- ik reizi, kad klients jūtas pašpārliecināts un labprāt stāsta detalizētus faktus

c) PRECIZĒJOŠIE JAUTĀJUMI

Tie lietojami, kad jāpārformulē vai jāprecizē jau pateiktais:

- lai citos vārdos pateiktu klienta domu
- lai precizētu pagaidām neskaidri noformulētās klienta idejas
- lai pārskatītu vispārīgus un neskaidrus pieņēmumus
- lai noskaidrotu, ko klients saka / domā un formulētu konkrētu piedāvājumu

Šim nolūkam konsultants:

- **uzdod jautājumus, kas viņam / viņai ļauj apkopot nepieciešamo informāciju**

- ar atvērtajiem jautājumiem komunikācijas atvieglināšanai
- ar slēgtajiem jautājumiem, lai nenovirzītos no tēmas
- ar skaidrojošajiem jautājumiem specifisku atbilžu iegūšanai un sarunas ievirzīšanai vajadzīgajā gultnē

- **uzmanīgi klausās sniegtajās atbildēs**

- lai fokusētos uz klienta teikto
- lai izvairītos no pārtraukšanas

- **pēc iepriekš definētiem modeļiem uzdod fokusētus jautājumus**

- zinot, kāda informācija ir nepieciešama, lai izprastu klienta šaubas
- pastāvīgi izvērtējot apkopoto informāciju, kas ir būtiska tālākajai konsultācijas gaitai
- pārfrāzējot jautājumu, ja iegūtā informācija ir nepilnīga vai neskaidra

Pirmās intervijas laikā ļoti svarīgi ir pievērst uzmanību lietotajai pieejai. Tai jābūt orientētai uz klienta autonomiju, vienmēr liekot uzsvāru uz tiem aspektiem, kas cilvēkam sniedz iespēju paļauties uz viņa / viņas pašas resursiem, spējām, pašapziņu. Kad nepieciešamā informācija ir iegūta, balstoties uz to, konsultantam jāsāk analizēt klienta vajadzības.

Iegūtās informācijas sistematizēšana ir viens no svarīgākajiem konsultācijas elementiem. Gadījumā, ja noteiktais laiks klientam nav bijis pietiekams vai klientam bijušas grūtības ar savu mērķu formulēšanu, viņš / viņa var nozīmēt nākamo tikšanās reizi.

#### **4. Piedāvājuma un vienošanās ieteikumi: kontrakta parakstīšana**

Kad vajadzība ir izteikta un analīze veikta, galīgā rezultāta sasniegšanai konsultantam ir jānoformulē piedāvājuma ieteikums, uzsverot tālāko konsultācijas attīstības gaitu un pieejamo atbalstu (vai no pakalpojumu biroja, vai citas vietas). Šajā brīdī ļoti svarīgi ir izstāstīt, ka konsultanta loma ir



ilustrēt, izskaidrot un paskaidrot piedāvājumu, kāds iespējams atkarībā no intervijas laikā iegūtajiem rezultātiem. Konsultants NEKAD nedrīkst izlemt vienpersoniski, nedodot klientam iespēju izteikt savas domas par vienošanos un piekrišanu / nepiekrišanu.

Piedāvājuma pieņemšanas gadījumā ir divas iespējas: konsultants uzņemas klienta pavadona lomu vai arī norīko viņu uz citu servisu, kas specializējas tieši šādos gadījumos. Kopīga vienošanās ir panākama, parakstot tā saukto “kontraktu”. Kontrakta parakstīšanai ir konsekventa psiholoģiska ietekme uz klientu, liekot viņam / viņai izpaust neviltotu vēlēšanos un uzņemties saistības līdz konsultācijas beigām. Konsultantam ir jāpatur prātā, ka parakstīšanās uz kontrakta klientam var izraisīt neapzinātu stresu. Te būtu nepieciešami iepriekšēji paskaidrojumi un īsa galveno elementu prezentācija.

Paraksts uz kontrakta nozīmē pirmās tikšanās beigas. Tomēr tikšanās nobeigums pats par sevi pelna īpašu uzmanību. Šim solim jāfokusējas uz precīzām prasībām jeb aspektiem:

- kognitīvais aspekts: konsultantam jāsummē intervijā apspriestās tēmas un veiktās darbības;

- sociālais aspekts: klientam ir jābūt apmierinātam ar konsultantu;

- motivējošais aspekts: konsultantam ir jāmotivē klients, atgādinot par izrunāto tēmu sīkāku apspriešanu nākotnē.

Nobeigumā konsultantam ir jāpaziņo klientam par nākamās tikšanās laiku vai jānosūta viņš / viņa uz specializētu dienestu (protams, paziņojot atrašanās vietu un kontaktpersonas).

### III NODAĻA

#### Klienta profila attīstīšana: metodes un līdzekļi

Mūsu pašu attīstība prasa, lai mūsu profesionālās lomas un spējas mainītos un attīstītos ātri un radikāli, un reizēm šīs izmaiņas traucē mūsu iepriekšējām zināšanām, radot pilnīgi jaunus nosacījumus. Robežas starp iepriekšējām nodarbēm ir izdzēstas, un straujā tempā pieaug jauni profesiju un iemaņu veidi. Nepieciešamība pēc jaunām zināšanām ir neatliekama un reizē arī apgrūtinoša. Bet jaunās iemaņas drīz vien atkal noveco.

Sekojošā nodaļa piedāvā pārskatu par nākamo soli karjeras konsultēšanā – klienta profila attīstīšanu. Turpmākajās lappusēs ir apkopots saraksts ar praktiskiem un teorētiskiem resursiem, kas palīdz klienta personības izpētē.

#### 1. Pašraksturojums

Sākot sarunu ar klientu, ļoti labi ir sniegt nelielu ievadu par turpmāko darbību mērķi. Pēc tam ieteicams lietot kādu no psihometriskajiem testiem, kuri būs apskatīti 2. apakšnodaļā, vai interaktīvos uzdevumus, kuros klientiem ir atvēlēta galvenā loma. Vienalga, kuru no diviem jūs izvēlaties, ir jāpatur prātā sekojošais:

Atslēga uz visu darbu attīstību ir šībrīža situācijas definēšana: kas ir klients, ko viņš / viņa prot, kuras no klienta interesēm un spējām var tikt pielietotas nākamajā darbā. Dažas svarīgas norādes, kā definēt šībrīža situāciju, ir:

- Kādas ir klienta labākās īpašības?
- Kāda ir klienta pieredze?
- Kādas ir klienta intereses?
- Kādās jomās klientam ir īpašas spējas?
- Kādas īpašības viņā saskata citi?

Lai definētu šos punktus, jums kā konsultantam ir iespēja pajautāt klientam par viņa / viņas īpašībām, vai arī palūgt viņu aizpildīt nelielu anketu.

#### **Kādas ir klienta labākās īpašības?**

Palūdziet klientam, lai viņš aizpilda sarakstu ar 10 īpašībām, kas viņu raksturo kā personu.

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

- 6.....  
 7.....  
 8.....  
 9.....  
 10.....

### **Kāda ir klienta pieredze?**

Nākamais klienta uzdevums ir uzrakstīt tās viņa / viņa īpašības un mākas, kas varētu būt nozīmīgas no darba perspektīvas, jo īpaši uzsverot, ko klients iemācījies un guvis no attiecīgās situācijas, un dažos vārdos tās aprakstīt. Tās varētu būt saistītas gan ar izglītību un darba pieredzi, gan ar līderību un līdzdalību dažādās asociācijās, pieredzi ārzemēs, valodu prasmes un datorprasmes utt. Konsultants var lūgt klientu šo nelielo anketu aizpildīt mājās, kur ir iespēja uzrakstīt objektīvas atbildes ar ģimenes un draugu palīdzību.

Nodarbošanās / nozare	Ko klients guvis?	Kādas īpašības bija nepieciešamas?

### **Intereses**

No zemāk dotā saraksta palūdziet klientam apvilkt piecas nozares, kuras viņam interesē visvairāk. Klients tās var papildināt arī ar viņa / viņas paša izvēlētām interešu sfērām.

#### Intereses:

- |                    |                   |                         |
|--------------------|-------------------|-------------------------|
| Ražošana           | Remontdarbi       | Automašīnas vadīšana    |
| Pavārmāksla        | Augi un dzīvnieki | Aizsardzība / apsardze  |
| Dizains / zīmēšana | Eksperimentēšana  | Izmeklēšana / plānošana |

Pirkšana / pārdošana    Administratīvie darbi    Veselības aprūpe

Konsultēšana    Mācīšana / informēšana    Māksla

Teātris / mūzika

Summējiet piecas klienta izvēlētās jomas vienā vai divos teikumos.

.....  
.....

### **Kādās jomās klientam ir īpašas spējas?**

No apakšā dotā saraksta ar iemaņām palūdziet klientam apvilkt 10 lietas, kas viņam / viņam padodas vislabāk. Klients var sarakstu papildināt pats.

Klientam labi padodas:

Tehniskie darbi	Dziļa lietu izpratne	Jautājumu formulēšana
Ideju ģenerēšana	Radoša domāšana	Izpratne par jauno
Problēmu risināšana	Darba organizēšana	Rezultātu apstrāde
Instrukcijas	Lietu izskaidrošana	Citu iedvesmošana
Saspringts darbs	Detalizēta plānošana	Kopskats
Darbs ar skaitļiem	Darbs ar ķermeni	Lēmumu pieņemšana
Palīdzība citiem	Darbs svaigā gaisā	Citu pārliecināšana
Vajadzību izprašana	Uzmundrināšana	Prioritātes došana
Klausīšanās	Rakstīšana	Projektu realizācija
Projektu uzsākšana	Projektu izstrāde	Informācijas meklēšana

Palīdziet klientam summēt 10 viņa / viņas apviltās lietas vienā vai divos teikumos. Tātad – kas klientam labi padodas?

.....  
.....  
.....  
.....

### **Atgriezeniskā saite no citiem: Kādas īpašības citi saskata klientā?**

Lai pilnībā apzinātos, kāds cilvēks ir klients, par viņa stiprajām pusēm ir labi pajautāt citiem. Iespējams, ka citi viņā saskata īpašības, ko viņš / viņa pats neapzinās. Palūdziet klientam sazināties ar viņa ģimenes locekļiem, draugiem vai kolēģiem, lai viņi palīdzētu noformulēt labās īpašības.

Viņš / viņa var uzdot, piemēram, šādus jautājumus:

- Ko tu uzskati par manām stiprajām pusēm?
- Kā tu mani aprakstītu citiem?
- Kas man būtu jāattīsta?

1. uzdevums. Palūdziet klientam, lai viņš / viņa uzdod jautājumus par savām stiprajām un vājajām pusēm kādam cilvēkam, kurš viņu pazīst vairāk kā 3 gadus.

Apkopojiet, ko viņš / viņa teica par klientu:

.....  
.....  
.....  
.....

2. uzdevums. Palūdziet klientam, lai viņš / viņa uzdod jautājumus par savām stiprajām un vājajām pusēm kādam cilvēkam, kurš viņu pazīst mazāk kā 3 mēnešus.

Apkopojiet, ko viņš / viņa teica par klientu:

.....  
.....  
.....  
.....

Apkopojums: Spēju saraksts

Uzrakstiet 5 lietas, kas klientam labi padodas:

1.....  
2.....  
3.....  
4.....  
5.....

Apkopojiet klienta stiprās puses:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Apkopojiet viņa / viņas interešu sfēras:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

### **Ko nozīmē, ja cilvēkam ir darbs?**

Tu zini, kas tev ir, bet nezini, ko vari iegūt. Pārmaiņas bieži nozīmē šaubu un nenoteiktības periodu, šaubas nozīmē, ka tu vari zaudēt stabilitāti, bet zaudēt stabilitāti lielākajai daļai cilvēku ir ļoti nepatīkami. Tu redzi šķēršļus – reizēm īstus šķēršļus, bet bieži vien arī iedomātus. Lai atrastu jaunus ceļus un iespējas, cilvēkam jāpieņem ļoti elastīgai domāšanai. Lai būtu spējīgs atrast atkal jaunus ceļus un iespējas. Viens veids, kā atturēt klientus no vecajiem ieradumiem, ir piedāvāt viņam jaunu pieredzi, lai tā uzlabotu viņu dzīves kvalitāti.

Te būs jautājums, par ko daudzi klienti nav domājuši.

Kas notiks, kad es iegūšu darbu?

Lūk, jautājumi, kurus ir svarīgi uzdot klientam dialoga laikā:

- Kāds ir jūsu vadmotīvs?
- Kādas priekšrocības ir strādājošam cilvēkam?
- Kādas negatīvas puses?

- Ar ko jūs aizrausieties, kad sāksiet strādāt?
- Kā jūs ar to tiksiet galā?
- Vai esat gatavs tikt galā ar reakciju, ko izraisīsiet?
- Kā tas ietekmēs jūsu ekonomisko stāvokli?
- Vai ir svarīgi sākt gatavoties iespējamajām pārmaiņām?

Kad no šiem jautājumiem ir izkristalizējusies kopaina, tā lieliski parāda klienta šībrīža situāciju. Tas konsultantam atviegļina iespēju saskatīt, ko klients vēlas, bet viņam / viņai pašai – uzstādīt tuvākos nākotnes mērķus. Kad klienta šībrīža situācija ir noskaidrota, ir vieglāk noteikt pareizo līmeni un sākt plānot stratēģiju, kas klientam būs jāpilda. Ar šī kopsavilkuma palīdzību daudz vieglāk un ātrāk iespējams izplānot nākamos soļus, bet, savukārt, ar zināšanām par klienta spējām un nākamajiem soļiem – gūt spēkus un motivāciju smagajam darbam, kas vēl tikai priekšā.

### **Individuālā intervija**

Individuālās intervijas laikā konsultants kopā ar klientu var apspriest klienta mērķus no sākuma punkta līdz šībrīža situācijas analīzei. Kā konsultantam tev ir jānorāda uz klienta stiprajām un vājajām pusēm, tajā pašā laikā sniedzot atgriezenisko saiti un atbalstu. Tev ir jādomā par pozitīvajiem aspektiem, tomēr jāvada intervijas gaita tā, lai neizlaistu no redzes loka ne motivāciju, ne mērķus.

Intervijas laikā tu definē klienta mērķus un ieskicē plānu, kas viņam / viņai nepieciešams, lai šie mērķi tiktu sasniegti. Nākamo interviju laikā tev ir jāseko iepriekšējiem mērķiem un jāuzstāda jauni.

Kā konsultantam tev nav nekādi iepriekšēji risinājumi un arī klientam tu nedrīksti ļaut apstāties pie kādas vienas idejas. Tava loma ir uzprasīt pareizos jautājumus, lai klients pats saskatītu risinājumu un attiecīgi izvirzītu savus pašā mērķus. Pat tas var vairot pašapziņu un motivāciju, ja atbilde nāk no pašā klienta. Uzņemties atbildību – tā ir svarīga konsultanta loma, bet, ja klients to var izdarīt pats, tas tikai vairo viņa iespējas.

### **Intervijas metode, fokusējoties uz risinājumu**

Tradicionālu sarunu no diskusijas metodes, kas virzīta uz risinājumu, atšķir cita pieeja problēmām un rūpēm. Ja klientam nav problēmu ar motivāciju un mērķiem, tā vietā, lai izprašātu viņu par pašas problēmas būtību, tu vari fokusēties uz risinājumu un izmantot izdevību, kas šajā gadījumā būtu daudz piemērotāka.

Diskusijas metodes laikā radoši jautājumi ir efektīvs līdzeklis, kad jānoskaidro, kādi ir klienta mērķi un kā viņš / viņa plāno tos sasniegt. Tāpat jūs varat noskaidrot, kā tieši klients domā pielietot savas labās īpašības un spējas.

Jūs varat daudz strādāt ar dažādiem jautājumiem par nākotni, plāniem, mērķiem, vēlmju sasniegšanu. Jums jāsniedz pozitīva atgriezeniskā saite ikvienā konsultācijas periodā un jāapzinās, ka šāda taktika noteikti vainagosies ar progresu un panākumiem.

Šī attieksme prasa pozitīvu pieeju, pieņemšanu un uzticēšanos it visās jomās. Zināšanas par nākotnes iespējām stiprina klienta ticību pašam sev. Te abām pusēm ir iespēja vienai par otru uzzināt daudz vairāk. Konsultants to sasniedz, iztaujājot klientu par viņa dzīves stilu, personību un sapņiem. Lai nostiprinātu dialogu, arī klients var konsultantam uzdot jautājumus. Te dzimst idejas, tās tiek apspriestas un kritiski izvērtētas. Pozitīva kritika ir ļoti nozīmīgs faktors, jo tā stiprina klienta ticību nākotnes plānu nopietnībai. Šo sarunu laikā ieteicams veikt pierakstus, par kuriem runāsim turpmāk.

Intervijas laikā svarīgi ir vienoties par to, ka viss pateiktais netiks izpausta tālāk, ja vien puses nav atsevišķi vienojušās par pretējo.

### **Intervijas virziens**

1. Diskusijas laikā jānoskaidro mērķus
  - Ko jūs gribas iegūt no intervijas?
2. Kā būtu, ja jūsu problēma atrisinātos? (Ideālā situācija)
  - Šis jautājums var sekot citiem par tēmu, kas mainītos šajā vēlamajā dienā.
3. Attiecību jautājumi
  - Ko tas nozīmētu X, ja jūs nokļūtu tuvāk savam mērķim? Ko tad viņš / viņa darītu?
  - Kurš vēl to ievēros?
4. Izņēmuma jautājumi
  - Vai kaut kas no tā, kas iekļauts vēlamajā situācijā, jau ir noticis?
5. Ranga jautājumi?
  - Cik tuvu savam mērķim jūs esat šodien?  
(1 = esmu tālu un 10 = daru visu nepieciešamo, lai to sasniegtu)
6. Motivācijas jautājumi
  - Cik ļoti esat gatavs, lai strādātu pie sava mērķa sasniegšanas?  
(1 = esmu tālu un 10 = daru visu nepieciešamo, lai to sasniegtu)
  - Cik liela iespējamība ir tam, ka jūs sasniegsiet savu mērķi?  
(1 = nav nekādas, 10 = absolūti pārliecināts)
7. Nākamais solis



8. Pauze

9. Kopsavilkums

### **Visas intervijas laikā**

- Izprotiet un apstipriniet visu uzņemto informāciju
- Apstipriniet, ka jūs saprotat problēmas, negatīvās sekas un grūtības to novēršanā
- Izliecieties, ka ne visu zināt
- Apkopojiet
- Jautājiet arvien specifiskākus jautājumus
- Palīdziet klientam visu padarīt, cik vien iespējams taustāmu

### **Padomi**

Uzdodot jautājumus, kas sākas ar kurš, kas, kad, kur un kā, intervija kļūst arvien dziļāka, jo uz šiem jautājumiem nav iespējams atbildēt ar jā vai nē. No otras puses, klients var atbildēt "Es nezinu", bet tas tikai paver ceļu intervijas turpināšanai.

Ja klients atbild "Es nezinu", jūs sakiet:

- Ko jūs teiktu, pieņemot, ka jūs to zināt?

Vai arī uzdodiet jautājumus par svarīgiem cilvēkiem, kas ir klienta dzīvē, piemēram:

- Ja es to jautātu jūsu vīram, bērniem utt., ko tad viņi teiktu?

Ja klientam ir grūtības atbildēt uz uzdotajiem jautājumiem vai viņš / viņa atbild, ka grūti tiem piekrist, sakiet:

- Es uzdošu pārāk daudz sarežģītu jautājumu; nesteidzieties un padomājiet!

Ja klientam ir grūtības iedomāties vēlamu situāciju, strādājiet ar tādu jautājumu formulējumu, it kā problēma jau būtu atrisināta.

Ja klienta atbildes ir nereālas (piemēram, es drīz laimēšu loterijā), piekrīti un sakiet:

- Jā, tas gan būtu jauki, vai ne?

Ja klients negrib piekāpties, pajautājiet:  
- Cik lielas, jūsuprāt, ir iespējas laimēt?

## **2. Psihometriskie testi – nozīme un tipi**

Atsevišķi testi neparāda nekādu patiesību, bet to kopums aplūkojams kā papildinājums intervijai, lai tā kļūtu dziļāka un specifiskāka un sniegtu skaidrāku priekšstatu par personu. Ir divu veidu testi: tie, kas orientēti uz tehniskajām iemaņām, un tie, kas orientēti uz klienta personību. Turpmāk minētie testi ir domāti kā pamats, lai būvētu klienta rīcības plānu. Ļoti vērtīgi ir dažus testus pielietot atkārtoti; tas nepieciešams, lai saskatītu klienta personības attīstību. Tā jūs varat pārlicināties, vai klienta progresē vai arī nav virzījies savā attīstībā. Iegūtie rezultāti izmantojami turpmākajā darbā gan intervēšanā, gan plānošanā, gan motivācijas izpētē.

### **2.1. Spējas – ko viņš / viņa prot vislabāk?**

Šeit būtu minami vairāki dažādi testi, kas apvieno klienta spēju noteikšanas iespējas: matemātiskās spējas, mehāniskā spriestspēja, abstraktā domāšana, telpiskās attiecības, verbālā spriestspēja, valodas pielietošana un pareizrakstība. Resursi meklējami [www.career-test-advisor.com](http://www.career-test-advisor.com) adresē.

#### ***Mehāniskā spriestspēja***

Ar šo testu iespējams noteikt klienta spējas izprast mašīnērijas un mehānikas pamatprincipus. Labi rezultāti šajā testā norāda uz prasmēm mehanizētā darbā. Ja labi rezultāti tiek uzrādīti arī telpisko attiecību un abstraktās domāšanas testos, ir nopietni jāapsver iespēja izvēlēties ar zinātni, matemātiku vai tehnoloģijām saistītu karjeru.

#### ***Telpiskās attiecības***

Droši vien, ka šis ir visgrūtākais no šeit minētajiem testiem. Tas atspoguļo spējas visaugstākajā līmenī izprast matemātiskās koncepcijas. Labi rezultāti šajā un matemātiskās spriestspējas testā norāda, ka klientam vajadzētu apsvērt tehnoloģiskās var zinātniskās karjeras iespējas. Telpisko attiecību tests norāda uz spējām vizualizēt un domāt trīs dimensijās – domās iztēloties objektus telpā.

### ***Abstraktā domāšana***

Šim testam ir sakars ar klienta spējām izprast vizuālās konfigurācijas. Te jānovērtē dažādi uzdevumi, kas klientam ir jāpapildina vai jāatrisina. Tas ir neverbāls paņēmiens, kā noteikt cilvēka domāšanas spējas un "tīru" inteligenci. Ļoti bieži šo testu izmanto praktizējoši psihologi. Iemaņas šajā jomā ir pielietojamas arhitektūrā, dizainera darbā, zīmēšanā, datorgrafikā un citās sfērās.

### ***Valodas pielietošana***

Valodas pielietošana nozīmē spējas komunicēties labā, izkoptā literārajā valodā. Ar šī testa palīdzību var noteikt to, vai klienta spēj saskatīt atšķirību starp pareizu un nepareizu gramatiku, interpunkciju un stilistiku. Ja cilvēka darbs saistīts ar rakstīšanu vai mācīšanu, īpaši attīstīta valodas prasme ir obligāts priekšnoteikums, tomēr zināmai kompetencei šajā jomā ir jāpiemīt praktiski visu profesiju pārstāvjiem.

### ***Pareizrakstība***

Pareizrakstība ir nozīmīga iemaņa, kas jāapgūst skolā un augstākajās mācību iestādēs, taču tā ir nepieciešama ļoti daudzās profesijās. Šīs iemaņas ļoti palīdz, lai atvieglinātu un paātrinātu tādus darbus kā mašīnrakstīšana un stenografēšana. Kaut arī ne vienmēr slikta pareizrakstība norāda uz zemu izglītības līmeni, tā noteikti ir nepieciešama žurnālistikā, apdrošinātāja un skolotāja darbā.

### ***Verbālā spriestspēja***

Šis tests nosaka klienta spējas loģiskos domu gājienus ietērt verbālos terminos, uztver teikto un redzēt savstarpējās sakarības starp teikto un dzirdēto. Īpaši šīs spējas ir nepieciešamas jurisprudencē, psiholoģijā, administratīvajos darbos.

### ***Matemātiskās spējas***

Šis tests parāda klienta spējas saskaitīt, atņemt, reizināt un dalīt. Šīs iemaņas ir nepieciešamas tādu profesiju pārstāvjiem kā, piemēram, grāmatveži, banku darbinieki, apdrošinātāji, mašīnbūves speciālisti.

Šis vingrinājums ir vieglākais veids, kā noteikt, kuras spējas cilvēkam ir dominējošās. Tāpat kā pārrunas par klienta motivāciju arī šāds testu apkopojums sniedz lielisku priekšstatu par to, kādā nozarē klients varētu strādāt.

Tālākajai informācijai par spējām, personības testiem un to interaktīvajiem piemēriem apmeklējiet mūsu mājas lapu [www.careercenteronline.com](http://www.careercenteronline.com)

### **Klienta spējas**

Ļaujot klientam izpildīt zināšanu, raksturojuma, pieredzes un interešu uzdevumus, viņš / viņa labāk spēj saskatīt savas iemaņas un iespējas. Vai klients strādās ar cilvēkiem, pakalpojumu sfērā, ar mašīnām, bērniem, datoriem? Ir vairākas iespējas: darbs klātienē, darbs neklātienē, nepilna laika darbs vairākās firmās, konsultācijas u.c.

Ko klients saka par sevi, tā ir atslēga uz iespējām, kādas konsultants viņam / viņai saskata nākotnē. Iedrošini klientu pārāk daudz nedomāt par viņa nākamo darbu, bet vairāk par viņa paša plāniem.

Pats svarīgākais solis tajā ir:

Dot iespēju izpausties visām situācijām – lai klients domā par iespējām, kādas viņš līdz šim nav pieredzējis. Mēģiniet labi saskatīt reālo situāciju un uzdosiet jautājumus. Kad klients ir izvēlējis kādu no iespējām, neļaujiet viņam / viņai apstāties pie iespējamajiem apstākļiem. Tā vietā klientam jāfokusējas uz viņa / viņas paša izvēli. Nav jau nekādas vainas par visu spriest pēc nostāstiem, tomēr labāk ir visu uzzināt pašam – pārbaudīt, kā tas ir patiesībā.

### ***Mērķi***

Kuri mērķi vislabāk saskan ar no intervijām un testiem izsecināto? Kuram darba devējam klients būs visnepieciešamākais? Viens no iespējām ir strādāt veikalā. Iedaliet šādu iespēju vairākos segmentos, piemēram:

- apģērbs
- apavi
- pārtika
- mūzika
- dārzkopība
- video
- ziedi
- celtniecība
- kosmētika
- mašīnas utt.

Katra no iespējām var tikt sadalīta segmentos, un tas ir ļoti svarīgi, lai izvēlētos klientam piemērotāko nodarbošanās nozari.

Iedziļinieties katras nozares / segmenta niansēs un ļaujiet klientam izprast visu, kas nepieciešams, lai izprastu darbības principus. Jo vairāk klients iejutīsies situācijā, jo vieglāk viņa būs izprast gan iespējas, gan grūtības.

### ***Saskatiet problēmu***

Eiropā ir tūkstošiem darba vakanču. Visa pasaule ir iespēju pilna, jums tikai jāiedrošina klients tās atklāt! Klients nevar sēdēt, rokas klēpī salicis, viņam / viņai aktīvi jādarbojas. Viņam / viņai jābūt radošai. Lieciet klientam uzzināt par viņa / viņas kolēģiem, cik daudz cilvēki strādā, kad un kāpēc viņi

strādā, kā viņi strādā utt. Kādā sfērā klients spēs dot ieguldījumu? Lai viņš / viņa kontaktējas ar tik daudziem cilvēkiem, cik vien iespējams, un uzzina tik daudz, cik iespējams. Jo lielāka atrisinātā problēma, jo labāka par to pienākas samaksa. Atceries, ka samaksa var nozīmēt vairāk nekā alga.

Reklāma laikrakstā dod trīs tiešus signālus:

- 1 Ir vajadzība
- 2 Kāds ir gatavs par to maksāt
- 3 Kādam ir vajadzīgs gatavs “produkts”

Citiem vārdiem sakot, firmai ir problēma, kas jāatrisina. Ne visi uzreiz, kad atklājuši problēmu, sniedz reklāmu. Tieši tādēļ ir ļoti svarīgi, ka klients darba devēju informē savlaicīgi, kādā veidā viņš / viņa var būt noderīgs problēmas risināšanā.

Problēmas ir vienmēr, bet ne vienmēr ir kāds, kas to var atrisināt. Kā tad ir iespējams atrisināt problēmu? Padarot to redzamu!

## **2.2. Personība – Kā viņš / viņa to dara?**

Lai definētu šībrīža situāciju, ļoti svarīga lieta klientam ir paskatīties uz viņa / viņas pašas personību, lai noskaidrotu, kas viņš / viņa ir un kā spēj saprasties ar citiem cilvēkiem. Kad par viņa / viņas personību ir iegūts skaidrs priekšstats, viņam / viņai būs vieglāk izmantot savas stiprās puses un panākt vēlamo rezultātu. Tajā pašā laikā klients gūst ieskatu par savām sliktajām īpašībām un iemaņām, bet tam jāķļūst par pamatu iespējai viņu stiprināt. Kopumā visi testi un intervijas nostiprina klienta pašapziņu, un no savu spēju un zināšanu perspektīvas viņš / viņa spēj modelēt sev piemērotāko situāciju.

Pasauli klientam ir vieglāk izprast, ja viņš / viņa skatās uz to caur savu prizmu. Protams, ka ne tikai personība nosaka cilvēka spējas strādāt vienu vai otru darbu, tomēr tas ir viens no izšķirošajiem faktoriem. Personības analīze ne vienmēr cilvēkam ir patīkama, jo tā prasa plašu izpēti. Skaidrs, ka to nevar izdarīt ar vienu pašu personības testu, jo personība sastāv no neskaitāma daudzuma komponentiem.

Visa iepriekšminētā dēļ ļoti svarīgi ir personības testu uztvert tikai kā vienu mazu soli pirms intervijas sākšanas. Balstoties uz personības testa rezultātiem, lai izvērstu detalizētu un skaidru diskusiju par klienta personību, jums nepieciešams pielietot vairākus atšķirīgus paņēmienus.

Iesākumā jāļauj klientam pašam izskatīt viņa / viņas sasniegtos testa rezultātus, lai saprastu, vai viņš / viņa apzinās kopainu un ir spējīgs / spējīga analizēt rezultātu ticamību. Nākamais solis ir testa rezultātu apspriešana individuālas intervijas veidā, kas ļauj saskatīt kopainu par klienta raksturojumu, zināšanām, stiprajām un vājajām pusēm.

Cits veids, kā apkopot ziņas par klientu, ir grupas diskusija. Grupa var būt lielisks atspēriena punkts cilvēka personīgajai attīstībai. Darba grupa var tikt izmantota arī kā “spogulis” klientam. Grupu diskusijas rezultāts lielākoties ir iedvesma, jauna pieredze un pieaugoša izpratne.

### Tests

Ir vairāki atšķirīgi testi, kas atspoguļo vienas personības atsevišķas daļas. Maijersa - Brigsa tipu indikators ir viens no pasaulē visplašāk lietotajiem palīgiem, lai palielinātu sapratni par kāda cilvēka paražām un grupas funkcijām. Šis tests ir balstīts uz Karla Gustava Junga teoriju par psiholoģiskajiem tipiem. Pastāv arī citi personības testi (piemēram, Iemācīšanās stila analīzes tests un Līderības tests). Ikvienu testa problēma ir tāda, ka viens pats tas nespēj atspoguļot absolūtu patiesību un ir uztverams kopā ar diskusijām.

Šis tests ir jāveic sertificētam administratoram. Ja konsultantam nav atbilstoša sertifikāta klienta personības noteikšanai, vienmēr ir iespējams izlīdzēties ar daudz vispārinātāku testu, kuru konsultants pārzina. Vēlāk testa analīze klientam ir jāveic gan atsevišķi, gan kopā ar konsultantu.

### **2.3. Motivācija – Ko viņš / viņa patiesi vēlas darīt?**

Ir ļoti grūti ar testa palīdzību noteikt motivāciju. Motivācija parādās, kad klients spēj paša / pašas spēkiem darboties, mēģināt un sajūst, ka ir nonācis / nonākusi tuvāk saviem mērķiem. Motivācija parādās, kad klients skaidri zina, ko viņš / viņa vēlas un kā to realizēt. Karjeras konsultanta loma šajā procesā ir vadīt interviju un fokusēties uz pozitīvajiem procesiem.

Ir daži vispārīgi fakti, kas attiecināmi uz motivācijas testiem:

Atkarībā no personības testiem vai spēju testiem motivācijas vērtēšana ir atšķirīga. Tie nefokusējas uz to, kāds cilvēks ir klients, kādas ir viņa vājās vai stiprās puses. Motivācijas testi fokusējas uz klienta izvēli, un visbiežāk tie izpaužas kā “piespiedu izvēles” testi. Klientam ir jāatbild uz vairākiem jautājumiem, no kuriem ir jāizvēlas sev patīkamākais vai nepatīkamākais variants. Piemēram, no trim dotajiem variantiem jāizvēlas viens, kurš patīk visvairāk:

1. Braukt ar mašīnu
2. Labot mašīnu
3. Konstruēt mašīnu

Atšķirībā no rezultātiem IQ (inteliģences kvotas noteikšanas) testā, motivācijas testa vērtējums netiek salīdzināts ar citu cilvēku motivāciju. Cilvēka “rentgena staru projekcija” drīzāk ir projicēta attiecībā pret karjeras

iespējām. Izmatojot visai sarežģītus statistiskos modeļus, tiek izkalkulētas jomas, kurās klients ir visvairāk (vai vismazāk) motivēts gūt panākumus.

Karjeras konsultantu vidū ir veca paruna, ka viņi strādā ar triju kategoriju kombināciju: lietām, datiem un cilvēkiem. Patiesībā ir krietni vien sarežģītāk. Ikviens motivācijas tests atspoguļo cilvēku no visdažādākajiem skatpunktiem. Un katrā no tiem ir dučiem karjeras virzienu.

Zināšanas un pieredze ir ārkārtīgi vērtīgas, bet darba devējam svarīgāk tomēr ir motivācija un patiesa interese par darbu. Tūlīt varēsiet iepazīties ar kādu pamācošu stāstu. Tas ir par kādu 50 gadus vecu sievieti, un tas parāda, cik viegli var rast risinājumu, ja ir piemērota pieeja. Tas ir īpaši nozīmīgi, ja strādājat ar jauniem cilvēkiem.

### ***Gadījums ar klientu X***

Aptuveni 50 gadus veca sieviete bija ļoti aktīva darba meklējumos, kaut arī nebija strādājusi pēdējos 14 gadus. Individuālajā intervijā noskaidrojās, ka viņai ir bijušas garīgās veselības traucējumi, šobrīd ir problēmas ģimenē, kā arī ar kaklu un pleciem. Jebkurā citā ziņā viņa teica, ka problēmu nav un ka viņa ir gatava strādāt. Viņas izturēšanās gan liecināja, ka nepieciešami šādi tādi treniņi, jo viņa atteicās novilkt savu biezo žaketi un rokassomiņu nēsāja ap kaklu. Vērtējums šajā gadījumā bija tāds, ka viņai nevajadzētu attaisnoties ar dažādiem blakus apstākļiem, bet gan visas problēmas uztvert pietiekami nopietni, bet galvenais – izprast, ko viņai nozīmētu darbs un nākotnes pārmaiņas.

Piemēram, ja viņai būtu darbs, ko tas nozīmētu viņas bērniem?

Visa saruna sastāvēja no jautājumiem, kā atšķirtos viņas dzīve, sasniedzot savu iedomāto mērķi. Šodien viņai ir darbs un apmierināti bērni. Brīžiem vēl joprojām sāp kakls un pleci, bet viņa ar to ir samierinājusies. “Mums visiem ir kādas nelielas problēmas, bet vai tāpēc par to pārlietu satraukties?”

Viss process aizņēma apmēram 5 mēnešus un izrādījās ļoti auglīgs. Protams, ka ne vienmēr izdodas tik gludi.

## IV NODAĻA

### Karjeras plānošanas stratēģija

Viena cilvēka veiksmīga karjera ļoti atšķiras no kāda cita karjeras. Par spīti tam, daudzi uzskata, ka, apspriežot karjeras attīstību, mēs visi esam vienā izejas situācijā.

Ir ļoti svarīgi noteikt katra cilvēka individuālo izpratni par to, kas ir “veiksmīga” karjera. Bieži vien klients tiecas pēc karjeras, kas nesaskan ar viņa patieso motivāciju. Ļoti nozīmīgi ir izprast šo atšķirību.

Kā palīdzēt klientam noskaidrot, kādai karjerai viņš / viņa ir piemērota, ļaut izvēlēties no daudzajām darba iespējām, pēc viņa / viņa vēlmēm sastādīt plānošanas stratēģiju, vai tas būtu darbs, biznesa uzsākšana vai mācības ārzemēs – lūk, tēmas, kuras ir aprakstītas šajā nodaļā.

#### 1. Personības iezīmju saderība ar atbilstošu darbu

“Tie, kas meklē darbu šodien, var rēķināties ar lielu skaitu jautājumu, uz ko nāksies atbildēt intervijā par piemērotību vienai vai otrai karjerai.

Profesionāli, kas strādā darbā iekārtošanas birojos un organizācijās, atzīst, ka tā ir principiāli nozīmīgākā īpašība. Bet kā tad ar izglītību? Tā nāk reizē ar darbu. Skaidrs, ka jūs nevarat iemācīties inženiera darbu, strādājot pie konveijera, bet **cilvēciskās īpašības tiek vērtētas tikpat augsti kā zināšanas.**

Noteikts iemaņu līmenis ir nepieciešams jebkurā gadījumā, bet visvairāk darba devējs būs ieinteresēts tajā, **cik ļoti darbinieks ir gatavs attīstīt un papildināt savas iemaņas.** Tas nozīmē, ka ilgstoša un uzticama strādāšana vienā darba vietā ne vienmēr ir rādītājs šajā mūžam mainīgajā pasaulē.” *Džiliss Herlics.*

Viena no svarīgākajām lietām, par ko jādomā, piemeklējot cilvēkam atbilstošu darbu, ir informēt darba devēju par to, ka klients spēj dot ieguldījumu kompānijas attīstībā. Ja jūs to izdarīsiet, klientam automātiski būs vieglāk gūt panākumus. Lai to panāktu, klients nedrīkst strādāt tikai rutīnas darbu, viņam ir jādara vairāk kā darba devējs sagaida (vismaz par 20%).

Tāpat klientam ir jābūt ļoti ieinteresētam, kāds tieši darbs viņam / viņai būs jādara, jo pretējā gadījumā viņam / viņai būs grūti tikt galā ar rutīnas darbu, bet tas, savukārt, nozīmē, ka klients spēs izdarīt tikai to, ko no viņa gaida (80% visa darba).

**Mūsdienās daudzi darba devēji nolīgst “zināšanas”, bet cilvēkam tiek maksāts par viņa uzvedību!**

#### Karjeras virzieni

Cilvēkiem ir ļoti atšķirīgi viedokļi par to, ko sauc par veiksmīgu karjeru. Vienam liekas, ka veiksmīga karjera ir ilgstoša strādāšana tajā pašā darba vidē,



citam, – kādā virzienā tā attīstās. Tieši no šiem atšķirīgajiem viedokļiem bieži vien rodas dažādi pārpratumi. Var notikt tā, ka klientam ir piedāvāta bagātīgi atalgota iespēja karjeras attīstībai, taču viņam pašam kā personībai tāds darbs ir īsts murgs.

Balstoties uz gandrīz 30 gadu ilgiem pētījumiem, profesors Maikls Draivers un doktors Kenets Bruso ir izdalījuši 400 karjeras attīstības tipus jeb skatpunktus uz ideālu karjeru.

**EKSPERTA virziens** ir visstabilākais un vēsturiski dominējošais uzskats par veiksmīgu karjeru. Tas nozīmē, ka karjera ir balstīta uz mūža ieguldījumu vienā un tajā pašā darba vidē. Cilvēks tiek identificēts ar viņa darbu. Panākumi nozīmē to, ka cilvēks turpina mācīties darba vietā, kur arī uzkrāj visas savas zināšanas, kas nepieciešamas “ekspertam”.

**LINEĀRAIS virziens** ir fokusēts uz ātru virzību augšup pa organizācijas hierarhijas kāpnēm. Veiksmīga karjera nozīmē, ka cilvēks cik vien iespējams augstu kāpj tās pašas organizācijas ietvaros un uzņemies maksimāli daudz atbildības un varas.

**IZVĒRSTAIS virziens** ir netradicionālāks skats uz karjeru. Saskaņā ar to, cilvēks pa karjeras kāpnēm virzās nevis tajā pašā lauciņā, bet gan tuvākajā. Šī virzība aizņem 5-10 gadus, un izmaiņas paplašina kompetenci, kā arī veicina jaunu iepriekšējās pieredzes pielietojumu.

**EPIZODISKĀ attīstība** ir vismainīgākā un neparastākā pieeja. Cilvēki uzskata, ka viņiem nav karjeras. Saskaņā ar “konsistentu nekonsistenču modeli”, epizodiskās karjeras attīstības piekritēji uzskata, ka, jo vairāk jaunu lietu darbā un vairāk izmaiņu dzīvē, jo labāk.

### **Vadmotīvs**

Tāpat ļoti atšķirīgi ir arī cilvēku uzskati par to, kas viņus darba vietā motivē. Cilvēki, kuriem piemīt eksperta vadmotīvs, augstāk vērtē eksperta zināšanas un drošību, turpretī, ja vadmotīvs ir lineārs, pirmajā vietā tiek likta vara un sasniegumi. Izvērstā virziena piekritējus motivē personīgā attīstība un izpausmes brīvība, bet epizodiskajā karjerā primārās ir izmaiņas un neatkarība.

Viens no šo atšķirību rezultātiem var būt tāds, ka stabila karjera, kas ekspertam šķiet viņa sapņa iemiesojums, kādam citam (piemēram, uz epizodisko karjeru balstītam) var būt īstas ciešanas. Lai efektīvi vadītu un motivētu savus klientus, jums jāpārzina un jāizprot individuālās atšķirības vadmotīvos.

Karjeras attīstība nekādā gadījumā nenozīmē, ka cilvēkam ir jāpalīdz vienīgi viņa / viņas vadmotīva izprašanā. Karjeras terminoloģijā runājot, ar

pašapziņu vien nepietiek, lai darbs organizācijā būtu efektīvs, tāpēc svarīga lieta ir izsekot iespējām, kas nosaka karjeras attīstību organizācijas ietvaros.

	<b>EKSPERTS</b>	<b>LINEĀRAIS</b>	<b>IZVĒRSTAIS</b>	<b>EPIZODISKAIS</b>
<b>Karjeras virziens</b>	Meklējumi Mūža ilgumā	Augšup Neizlemts	Laterāls un relaterāls 5-10 gadi	Laterāls un unilaterāls 2-4 gadi
<b>Vadmotīvs</b>	Eksperta zināšanas Drošība	Vara Izrādīšanās	Personīgā attīstība Izpausmes brīvība	Mainīgums Neatkarība
<b>Spējas</b>	Līdzdalība Kvalitāte Specialitāte	Līderība Izpratne Efektivitāte	Radošums Plašs spēju spektrs	Plaša sadarbība Ātrums Elastīgums

### **Nodarbošanās**

Ir ļoti daudz nodarbošanās veidu, no kuriem iespējams izvēlēties, turklāt ne tikai klienta izvēlētajā karjeras virzienā, bet arī atbilstoši viņa / viņas interesēm. Pajautājiet klientam, lai viņš / viņa padomā par to, kāda nozare pēdējā laikā ir attīstījusies un kurā nepieciešami jauni, perspektīvi darbinieki. Iesakiet klientam apmeklēt dažas kompānijas un painteresēties par tur esošo situāciju. Klients var noskaidrot, kādas īpašības ir nepieciešamas, lai viņš / viņa varētu strādāt darbu, par ko ir sapņojis. Darba devējiem patīk prezentēt viņu kompānijas, un no darba devējiem vienmēr nāk precīzākās norādes par to, kādas iemaņas ir nepieciešamas attiecīgajā darbā. Nekādas prognozes nespēj atspēkot šo informāciju, kas nāk no paša darba devēja.

Kad klients ir apzinājies savas zināšanas, spējas, pieredzi un intereses, definējis, kāda veida darbs viņam būtu piemērotākais, ir laiks sākt mērķtiecīgi plānot viņa / viņas nākotni.

Turpmāk būs minēti dažādu nodarbošanās vaidu piemēri.

### **Administrācija, finanses un jurisprudence**

Administratīvajā, finanšu un juridiskajā sfērā ir ļoti daudz darba iespēju un virzienu. Lūk, daži piemēri: izmeklētājs, finanšu plānotājs, grāmatvedis, likumu un normu skaidrošana, iesniegumu izskatīšana, padomu un informācijas sniegšana.

Lielākajā daļā gadījumu šiem darbiem ir nepieciešama augstākā izglītība. Ar vidējo izglītību parasti pietiek tādiem darbiem kā sekretāre, biroja darbinieks un autovadītājs. Pat, ja bankas ierēdņa vai apdrošināšanas kompānijas reklāmā ir norādīts, ka nepieciešama prasība ir augstākā izglītība, tur noteikti ir iespējas strādāt arī uzreiz pēc vidusskolas beigšanas.

Tāpat minētajās nozarēs bieži ir nepieciešami speciālisti sadarbībā ar citām organizācijām un kompānijām, kā arī ar ārvalstīm. Te finansista, sociālo

zinātņu vai juridiskā izglītība būtu papildināma ar svešvalodu un ģeogrāfijas zināšanām.

### **Celtniecība un būvniecība**

Pastāv iespēja izvēlēties dažādus darbus arī celtniecības nozarē. Atkarībā no attiecīgā objekta atrašanās vietas klientam jābūt gatavam strādāt dažādās vietās. Klients var būt iesaistīts māju, ceļu, dzelzceļu, tiltu un rūpnīcu celtniecībā.

Šāda tipa darbos klientam ir jāprot strādāt ar dažādām mašīnām un tehniskiem instrumentiem. Ir iespēja specializēties arī dažādos amatnieka darbos, piemēram ēku restaurācijā.

### **Datorzinības un informācijas tehnoloģijas**

Datorspecialitātes un informāciju tehnoloģijas ir dinamiskas un mainīgas. Tās sastāv no datoru vides integrācijas ar komunikāciju sistēmām. Dažās nozarēs attīstība un izmaiņas ir tik straujas, ka zināšanas noveco jau gada laikā. Darbs ar datortehniku un informācijas tehnoloģijām bieži vien ir saistīts ar ciešu sadarbību kolēģu starpā, ar pasūtītājiem, piegādātājiem, lietotājiem u.c. Šajās nozarēs ir daudz dažādu darba iespēju, piemēram, sistēmu un datoru tīkla administrācija, programmēšana, lietotāju apkalpošana, tehnoloģiju pielietošanas ilgtermiņa plānošana, drošības jautājumi, mājas lapu veidošana utt.

Mūsdienās gandrīz ikvienā sfērā ir nepieciešami speciālisti datorzinībās un informāciju tehnoloģijā, jo darbs ar datorsistēmām kļūst arvien izsmalcinātāks un specifiskāks. Tas nozīmē, ka augstas klases speciālisti būs vajadzīgi un pieprasīti vēl ilgu gadus.

### **Veselības aprūpe un skaistumkopšana**

Pēdējā laikā ievērojami ir pieaugusi cilvēku interese par veselības un skaistumkopšanas problēmām. Prognozē, ka interese turpmāk tikai pieaugs. Ļoti delikāts jautājums ir, cik daudz naudas cilvēki tērē savas veselības un izskata kopšanai. Ja klients vēlas strādāt šajās jomās, viņam / viņai jābūt lielai interesei par cilvēkiem un jāpiedāvā laba pakalpojumu kvalitāte. Svarīga īpašība šāda veida darbos ir krāsu un formu izjūta. Klientam ir iespējas strādāt, piemēram, kāju un pēdu aprūpē, par ādas terapeitu, manikīru, frizieri, masieri, aerobikas treneri un citās profesijās.

Ļoti daudz no šajā sfērā strādājošajiem ir individuālā darba veicēji, bet tam, savukārt, ir nepieciešamas spējas plānot laiku un finanses, tikt galā ar administratīvajiem un reklāmas jautājumiem utt.

### **Pirkšana, pārdošana un mārketing**

Vai klients pārdod automašīnas, ziedus, tehniku vai ceļojumu iespējas, ļoti svarīga īpašība ir iejūtība pret klienta vēlmēm. Viņam / viņai jābūt ieinteresētam kvalitatīvu pakalpojumu sniegšanā. Tiem, kas nodarbojas ar mārketingu, labi ir jāpārziņa situācija tirgū, kura ietvaros viņi strādā. Ļoti

svarīgi ir arī spēt paredzēt iespējamās izmaiņas. Pēdējā laikā strauji attīstās pirkšana un pārdošana internetā. Kaut arī kompānija pati internetā spēj atrast nepieciešamās preces, pārdevēja loma vairāk saistās ar konsultēšanu un pakalpojuma nodrošināšanu. Kā pārdevējam klientam ir iespējas strādāt vai nu veikalā, vai kā komivojažierim. Pārdot un pirkt var ne tikai materiālas lietas, bet arī pakalpojumus (piemēram, veselības aprūpe, tūrisms, drošība utt.).

Nepieciešamās zināšanas dažādās jomās var būt ļoti atšķirīgas. Ja klients vēlas strādāt par mārketinga speciālistu, ieteicama augstākā izglītība, piemēram, banku zinībās vai finansēs.

### **Daiļamatniecība**

Amatu prasme bieži vien ir balstīta uz senākām tehnikām. Klients strādā ar savām rokām un izmanto dažādas iekārtas un mašīnas. Amatnieks parasti ir atbildīgs par visu produktu, sākot no izejmateriāla un beidzot ar gatavu preci.

Lai būtu labs amatnieks, nepieciešama ilga praktiska pieredze, bieži vien arī mākslinieka dotības. Amatnieki parasti ir individuālā darba veicēji, bet reizēm, lai samazinātu izmaksas, apvienojas un izmanto tos pašus instrumentus. Panākumi šajā jomā ir atkarīgi no paša iemaņām un spējām pārdot savus produktus un pakalpojumus. Ir iespējas kādu laiku strādāt par mācekli un pēc tam saņemt diplomu. Amatniecības diapazons ir visai plašs, un strādāt var ar metālu, koku, konditorejas izstrādājumiem utt.

### **Viesnīcu un restorānu bizness**

Arī viesnīcu un restorānu biznesā ir daudz darba iespēju. Tos visus apvieno apkalpojošā sfēra. Katru dienu nākas sastapties ar jauniem klientiem un pielāgoties dažādām situācijām, turklāt nav svarīgi, vai cilvēks strādā viesnīcā, skolas ēdnīcā vai picērijā. Dažas iespējas strādāt šajā jomā ir, piemēram, apkalpojošais personāls uz kuģa, pavārs, reģistrators viesnīcā, viesu uzraugs konferencē u.tml.

Darbs viesnīcā arī var būt dažāds. Viesmīlis var palīdzēt reģistratūrā, un administrators – palīdzēt ēdienu pasniegšanā vai numuru uzkopšanā.

Pēc treniņa viesnīcas pamata darbos ir labas iespējas tālākajai karjeras attīstībai šajā biznesā. Pieprasījums parasti ir atkarīgs no pilsētas un sezonas. Pēdējos gados ir novērots pieprasījums pēc darbiniekiem šajā nozarē.

### **Veselības un medicīniskā aprūpe**

Šī joma ietver gan apmācību, ārstēšanu un aprūpi, gan arī profilaksi. Veselības un medicīniskā aprūpe neattiecas vienīgi uz slimnīcām. Klients var strādāt arī klīnikā, veco ļaužu pansionātā, skolā, kādā sporta komandā vai privātajā biznesā. Klients var strādāt arī aptiekā, pārbaudīt analīzes, pasniegt cilvēkiem pirmās medicīniskās palīdzības kursu, sniegt padomus diētas jautājumos, palīdzēt cilvēkiem, kam ir problēmas ar valodu, redzi vai dzirdi.

### **Industriālā ražošana**

Industriālā ražošana attiecināma uz preču ražošanu no neapstrādātiem izejmateriāliem. Gatavie produkti ir kompleksa darba rezultāts, bet visu mašīnērijas sistēmu kontrolē datori. Te darba vietas var atrast datorspeciālisti un programmētāji. Kontroles telpā strādā procesu operatori. Organizācija darba vietā bieži vien ir pašpārvalde, kam ir plašs uzdevumu un atbildības spektrs.

Lūk, daži piemēri no industriālās ražošanas sfēras: strādnieku un mašīnērijas uzraugs, elektronikas speciālists, namdaris, metinātājs, ražošanas procesu pārraudzība un daudzi citi.

### **Remonts un apkalpe**

Šī sfēra ietver daudzus virzienus transporta mehānikā, celtniecības tehnoloģijā, elektrisko sistēmu un mašīnērijas apkalpošanā. Ir iespējas strādāt gan ražošanā, gan apkalpojošajā sfērā, gan konsultēšanā.

Daži no darbiem šajās nozarēs: automašīnu un citas motorizētās tehnikas apkope un remonts, ēku pārraudzība, datorsistēmu drošības uzraudzība, elektrosistēmu uzstādīšana un daudzi citi darbi. Vēl iespējams darbu atrast celtnu restaurēšanā vai modernizācijā, siltuma un ventilācijas sistēmu administrācijā. Citiem vārdiem sakot, iespējas šajā sfērā ir gandrīz neierobežotas.

### **Kultūra, mediji, dizains**

Strādājot kultūras, mediju un dizaina jomās, ir nepieciešamas tādas īpašības kā izteiksmes spējas un radoša pieeja. Arī šajās jomas nepieciešami visdažādākie speciālisti, piemēram, fotogrāfi, mašīnrakstītāji, dziedātāji, dizaineri, gleznotāji, televīzijas un kino operatori, dažādi darbinieki teātrī utt.

Daļā profesiju nākas strādāt komandē, bet citi (bieži vien rakstnieki, tulki un mākslinieki) strādā vienatnē. Daudziem cilvēkiem sapņu darbs ir strādāt tieši kultūras jomā, tomēr te gandrīz vienmēr ir liela konkurence, it īpaši, ja vēlas pretendēt uz pastāvīgu darbu. Neatkarīgajiem māksliniekiem nepieciešams ne tikai liels talants, bet arī neatlaidība. Ja klientam ir grūtības strādāt publikas priekšā, viņš / viņa var izvēlēties darbu, piemēram, radio vai bibliotēkā. Prasības dizaineriem variē atkarībā no firmas popularitātes, pieprasījuma un finansiālajiem apstākļiem, tomēr darbs ar reklāmu un dizainu kļūst aizvien populārāks un tajā parādās lielas karjeras izaugsmes iespējas.

### **Apkārtējās vides aizsardzība un drošība, atkritumu pārstrāde**

Arī apkārtējās vides aizsardzības, kopšanas un drošības jomā ir daudz darba iespēju. Klients var strādāt tādu darbu, kurā apzinās apkārtējās vides riska faktorus un problēmas, kontrolē situāciju un izstrādā dažādus risinājumus. Daži no darbiem šajās sfērās var būt, piemēram, dabas aizsardzība, ūdens, vēja un nokrišņu mērīšana, bīstamo dabas zonu pārraudzība, pārtikas produktu kontrole, dzīvnieku aizsardzība, atkritumu pārstrāde u.c.

Nepieciešamās iemaņas šiem darbiem ir atšķirīgas. Augstskolas diploms vajadzīgs darbā ar dabas aizsardzību un veselības aprūpi. Efektīvākais darbs šajās jomās var būt, ja klientam ir izglītība dabaszinātnēs, tehnoloģijās,

jurisprudencē. Dabas kopšanai nepieciešamās iemaņas cilvēks parasti iegūst darba vietā. Kā papildus zināšanas būtu jāmin izpratne par dabu, jaunajām tehnoloģijām un darba metodēm.

### **Dabas industrija**

Par “zaļo sektoru” nosacīti varētu saukt darbus, kas saistīti ar lauksaimniecību, mežsaimniecību un dārzkopību. Vienojošs faktors šiem darbiem ir tāds, ka cilvēkiem bieži nākas strādāt cieši pie dabas, izmantojot savas rokas un ķermeni. Daudzas darba metodes lauksaimniecībā un mežsaimniecībā ir mainījušās līdz ar moderno tehnoloģiju ienākšanu. Darba apstākļi kļuvuši labāki, bet smago darbu padara mašīnas.

Daži piemēri iespējām strādāt šajās nozarēs: darbs ar dzīvniekiem vai augiem, darbs fermā, darbs ar zirgiem un citiem mājdzīvniekiem, mežu ciršana, dārzu kopšana un apsaimniekošana, lauksaimniecības un mežsaimniecības izpēte un attīstība.

### **Zinātniskais darbs**

Lai strādātu zinātniskos darbus, nepieciešamas speciālas zināšanas, bet jebkuras citas iemaņas var būt tikai priekšrocības. Sadarbība norisinās starp bioloģiem, ķīmiķiem, inženieriem, tehniķiem un datort speciālistiem. Dabas aizsardzība, medikamentu izstrāde, jaunu tehnoloģiju ieviešana – tās visas ir ļoti nozīmīgas jomas. Pētījumi tajās attīstās lielā ātrumā, piemēram, mikrobioloģijā un ģeoloģijā, un tas nozīmē, ka vienmēr ir vajadzīgi labi sagatavoti speciālisti.

Daudzi zinātnieki strādā arī par pētniekiem un pasniedzējiem augstskolās. Fiziķi un biomedīķi analizē starojuma iedarbību uz cilvēkiem, toksikologi pēta vēža iemeslus, mikrobiologi un farmakologi izgudro arvien efektīvākus medikamentus, ģeologu zināšanas ir nepieciešamas ceļu un tuneļu būvniecībā...

### **Pedagoģiskais darbs**

Skolotāja profesija arī ir viena no tām, kas nepārtraukti mainās. Pasniedzējam visu laiku jābūt gatavam uzzināt jaunus faktus un apgūt jaunas metodes – tas ir obligāts priekšnoteikums šajā darbā.

Skolotājs var strādāt ar visdažādākā vecuma audzēkņiem – sākot no mazajām silītes grupām un beidzot ar studentiem augstskolās. Šīs profesijas ietvaros jāprot strādāt gan patstāvīgi, gan uzņemt atbildību par skolēnu attīstību. Lūk, dažas lietas, kas raksturo skolotāja darba dienu: mācīšana, stundu vai lekciju plānošana, darbs ar tālmācības studentiem ar interneta starpniecību utt.

### **Sociālais darbs**

Arī sociālajā jomā ir lielas iespējas atrast darbu. Veco ļaužu skaits arvien pieaug, un daudziem no viņiem nepieciešama aprūpe. Lūk, daži piemēri no sociālā darbinieka pienākumiem: palīdzēt, atbalstīt un aprūpēt vecākus cilvēkus

un cilvēkus ar īpašām vajadzībām; pieskatīt mazus bērnus, kamēr viņu vecāki ir darbā; pārliecināties, vai cietumnieki ir apsargāti un palīdzēt viņiem ieņemt vietu sabiedrībā; darbs ar atkarīgiem jauniešiem vai bērniem no nelabvēlīgām ģimenēm; darbs jauniešu klubā; darbs par skolotāja asistentu u.c.

Pie sociālā darba pieskaitāma arī palīdzība dažādām reliģiskajām draudzēm.

### **Drošības darbs**

Ir liela daudzveidība, no kuras klientam izvēlēties kādu no drošības darbiem. Klients var strādāt tādu darbu, kas saistīts ar drošības pasākumiem un noziegumu novēršanu, vai arī tādu, kad jau notikuši negadījumi un noziegumi jāizmeklē. Pēdējā laikā pieaugusi vajadzība pēc ugunsdrošības pasākumiem. Te būs daži piemēri, kādās jomās var strādāt, ja klients ir izvēlēties kādu no drošības darbiem: ēku un cilvēku aizsardzība, ugunsdzēsšana, glābšanas darbi, lidostu kontrole, krasta apsardze.

Šajā darbā nepieciešams pastāvīgs kontakts ar cilvēkiem un citiem profesionāļiem, piemēram, policiju, muitu, pretterorisma organizācijām.

Lielākoties šāda veida darbi ir pieprasīti pilsētās un piepilsētu reģionos. Kaut arī pēdējā laikā ir ieviestas modernas apsardzes ierīces, kārtības sargu darbs vienmēr ir pieprasīts, turklāt tagad vajadzīgi speciālisti, kas uzstāda un apkalpo šīs drošības sistēmas.

### **Tehnoloģiju darbs**

Datorizācija visās sadzīves un tehnoloģiju jomās pieaug ļoti straujos tempos. Šajā sakarā arī klienti ir kļuvuši prasīgāki, un serviss apkalpojošajā sfērā ir ārkārtīgi nozīmīgs, tāpat kā arī elastīgums, apkalpošanas analīze un plānošana. Tehniķi nodrošina dialogu starp klientu un piegādātāju. Te būs daži no lielā skaita novirzieniem, kuros klientam iespējams specializēties un strādāt: produkcijas plānošana, kvalitātes kontrole utt.

### **Transports**

Arī transporta sfēra piedāvā darbu visdažādākajos līmeņos. Skaidrs, ka straujā datortehnoloģiju attīstība ir ienākusi arī transporta biznesā. Modernās tehnoloģijas sniedz jaunas iespējas transporta satiksmes plānošanai daudz efektīvākā veidā. Ir pieaudzis arī pieprasījums pēc ātrākas un precīzākas piegādes.

Ceļošana un transporta pakalpojumi notiek 24 stundas diennaktī. Transporta biznesā klientam ir iespējas strādāt, piemēram, ar pārvadāšanu saistītos darbos, uz dzelzceļiem, kuģiem, lidmašīnās, tāpat arī par autobusa vai vilciena vadītāju.

Tāpat kā jaunās tehnoloģijas attīstās arī preču apmaiņa. Visu laiku nāk klāt dažāda papildus informācija un komunikāciju sistēmas, kas prasa tehnoloģiju, valodu un datoru zināšanas.

### **Nākotnes darba iespējas**

Nākotnē jaunas darba vietas un iespējas radīsies, piemēram, ar datoriem un biotehnoloģiju saistītās sfērās. Ievērojams darba potenciāls sagaidāms arī apkārtējās vides un tūrisma jomās.

### **Alternatīvi ceļi, ka pievienoties strādājošajiem**

Pastāv ļoti daudz iespēju, kā palīdzēt klientam iegūt kvalifikāciju, kas nepieciešama darbam nākotnē. Viens no veidiem ir koncentrēties uz praktiskajiem treniņiem, jo praktiskās nodarbības ir vairāk saistītas ar reālo darba situāciju nekā teorija.

### **Pārbaudes laiks un mācekļa gadi**

Noslēgt vienošanos uz treniņa laiku ir ļoti laba iespēja apvienot darbu ar studijām. Tādas vienošanās starp darba devēju un darbinieku pastāv jau ļoti sen. Pirmā liecība par tādām ir aptuveni 4000 gadus vecu. Mezopotāmijas valdnieks Hammurapi (1792.-1790. g. p.m.ē.) bija pirmais, kas legalizēja šādas vienošanās.

Somijā šādas vienošanās starp amatniekiem pastāv jau no XVII gadsimta. Pateicoties dažādām savienībām, arī daudzās citās Eiropas valstīs ir ierasts noslēgt šādu vienošanos uz pārbaudes laiku vai mācekļa gadiem.

Treniņa veidi visu laiku attīstās, un daudzos gadījumos darba devējs māceklim sniedz finansiālu atbalstu. Ja vien darba devējam nav iebildumu, treniņš ir piemērots gan jauniem cilvēkiem, gan pieaugušajiem. Pastāv iespēja apmācības laiku pavadīt arī ārvalstīs.

**Eiropas projekti Leonardo da Vinči programmas ietvaros** piedāvā aroda apmācības, un māceklim šāda iespēja ir principiāli nozīmīga. Katru gadu šajā programmā iesaistās apmēram 250 tūkstoši jauniešu un pieaugušo. Lūk, daži no šīs programmas mērķiem: attīstīt vienotu Eiropas politiku aroda treniņiem; sekmēt apmaiņas starp studentiem, strādājošajiem un mācekļiem u.c.

### **Eiropas brīvprātīgais darbs jauniešiem**

Eiropas brīvprātīga darba programmu mērķauditorija ir jaunieši vecumā no 18 līdz 25 gadiem, kas vēlas strādāt kopienas projektos Eiropas Savienības valstīs no 6 līdz 12 mēnešiem.

Brīvprātīgais var tikt iesaistīts sociālajos, kultūras, vides aizsardzības projektos, tajā pat laikā uzkrājot vērtīgu pieredzi ārzemēs. Šis projekts ir bezmaksas, turklāt dalībnieks saņem kabatas naudu, apmaksātu naktsmītni un diplomu. Paturiet prātā, ka tā ir daudz praktiskāka pieredze nekā reālais darbs. Tā ir laba iespēja studentiem un jauniešiem, bet kā brīvprātīgajiem viņiem netiek maksāts.



### ***Nodarbinātības termiņi***

*Ir divi galvenie nodarbinātības termiņi – pastāvīgais un uz laiku. Pēdējais var būt ar dažādiem atšķirīgiem noteikumiem.*

**Pastāvīgais termiņš** – iespējams, ka drošākais nodarbinātības veids.

**Laicīgā termiņa** sākumā starp darba devēju un darbinieku tiek noslēgta vienošanās par darba ilgumu un darba apstākļiem. Ir vairāki laicīgā termiņa veidi:

**Aizvietotājs** – postenis, kas noteiktā ilgumā tiek aizvietota kāda persona, kas, piemēram, ir slima, atvaļinājumā, treniņā vai uz laiku nestrādā kāda cita iemesla dēļ. Aizvietotājam ir jādara visi aizvietotās personas darbi tik ilgi, kamēr “pareizā” persona atgriežas darbā.

**Pārbaudes termiņš** – tās ir darba attiecības uz limitētu laiku, kas nepārsniedz 6 mēnešus. Bieži vien šādas vienošanās tiek noslēgtas, ja nav pārliecības, vai darbiniekam ir pietiekamas zināšanas un spējas pildīt prasītos darbus. Pēc pārbaudes termiņa beigām parasti tiek noslēgts līgums uz pastāvīgu laiku, ja vien darba devējs vai darbinieks nevienojas par pretējo.

**Projektu darbs** – nodarbinātība uz noteiktu laiku, lai izpildītu kādu specifisku projektu. Darba attiecības beidzas pēc projekta pabeigšanas.

**Palīgstrādnieks** – ja cilvēks tiek nolīgts uz kādu laiku, lai palīdzētu izdarīt kādu papildus darbu.

**Sezonas darbs** – darba attiecības, kas ir limitētas noteiktā laikā. Tās var atšķirties atkarībā no darba, piemēram, darbs viesnīcā tūrisma sezonas laikā vai augļu novākšanas ražas laikā.

**Kandidāta postenis** – tas ir treniņš vai apmācības periods, kas parasti beidzas ar pastāvīga darba līguma parakstīšanu. Tāda situācija bieži vien ir studentiem augstskolas mācību laikā vai īsi pēc tās pabeigšanas. Lielākā daļa šāda veida situāciju ir orientētas uz darbinieka praktisko iemaņu nostiprināšanu.

**Darbaspēka nolīgšana.** – Pastāv speciālas aģentūras, kas citām kompānijām nolīgst personālu, kas nepieciešams kādam noteiktam laika periodam. Lielākā problēma ir tāda, ka bieži vien šādiem strādniekiem nav pastāvīga darba un noteiktu ienākumu. Turklāt šādās aģentūrās vienmēr noris regulāra personāla nomaiņa.

Arvien vairāk un vairāk cilvēku ir laicīgi nodarbināti, iesaistās dažādos projektos vai papildus darbus uz nepilnu slodzi. Citi strādā aģentūrās, kur tiek

piedāvāti dažādi laicīgi darbi. Problēma bieži vien ir tajā apstākļī, ka daudzi cilvēki strādā bez konkrēta darba līguma.

## **2. Rīcības plāns**

Karjeras attīstības plānošanā klientam ļoti svarīgi objektīvi ir saskatīt savas spējas un nākotnes potenciālu. Vislabāk to panākt, karjeras plānu strukturējot pa punktiem vai pat uzzīmējot.

Rīcības plāns klientam palīdz neapstāties pie sasniegtā, bet gan aktīvi strādāt pozitīvās nākotnes labā. Tā ir arī vieglāk tikt galā ar pārmaiņām, kaut arī pašā sākumā tas nekad nav viegli, jo klienta prātā ir vienīgi mērķis un skaidrs darbības plāns.

Ļoti liela nozīme ir tieši tam, vai pats klients apzinās stratēģijas plānu, kā pievienoties strādājošajiem. Lai klientam palīdzētu, cita starpā konsultantam ir jāpiedāvā:

- apmācības un treniņu, kas darba meklēšanu padara vieglāku
- individuālo apmācību
- personīgo stratēģiju un rīcības plānu

Neatkarīgi no tā, vai klients vēlas strādāt, mācīties vai uzsākt savu biznesu, rīcības plāns sastāv no konkrētiem piedāvājumiem. Strukturējot to, klientam ir vieglāk saskatīt, kā sasniegt iecerēto mērķi. Rīcības virziens, kas jāietur, atšķiras atkarībā no klienta izvēlētajā mērķa nākotnē. Zemāk ir minēti daži piemēri, kā sastādīt rīcības plānu, uzsākot darbu, privāto biznesu vai mācības ārzemēs.

### **Nodarbinātība**

Palūdziet klientam kontaktēties ar kompānijām, kuru nozarē viņš / viņa vēlētos strādāt, un noskaidrot, cik svarīgas šajā darbā ir intereses, kvalifikācija, pieredze un izglītība. Jo lielāks skaits cilvēku, ar kuriem klientam izdosies kontaktēties, jo precīzāku ainu viņš / viņa spēs uztvert.

Palūdziet klientam salīdzināt konkrētā biznesa prasības ar viņa / viņas pašas zināšanām un pieredzi. Ja klients ir patiesi ieinteresēts, būs ļoti dabiski, ja viņš / viņa spēs atrast kopīgas vērtīgas intereses. Ja darbam šajā nozarē nepieciešama speciāla izglītība, tad kur un ko viņš / viņa vēlas studēt? Klientam ir ļoti svarīgi noskaidrot, vai viņa izraudzītajā darbības sfērā ir nepieciešama speciāla izglītība vai papildus apmācība.

Ja klients strādā tieši izraudzītā mērķa labā, kaut kas interesants noteikti notiks! Klients pamanīs, ka ir sācis satikt vairāk cilvēku, lasīt rakstus un apmeklēt interesantas mājas lapas internetā. Ja klients apzinās, ko sagaida, ir vieglāk izdarīt kaut ko papildus un arī kaut ko papildus iegūt.

### **Ko klients darīs?**

Kādi fundamentāli mērķi ir klientam? Darbs, studijas, privātais bizness?  
Kādi ir klienta mazie mērķi ceļā uz lielajiem?

### **Kā klients to darīs?**

Kas viņam / viņai jādara, lai sasniegtu savus mērķus?

### **Kad klients to darīs?**

Kad viņa / viņa sāks?

Kad pabeigs?

Kad viņš / viņa sasniegs savus mazākos mērķus?

### **Privātā biznesa uzsākšana**

Priekšrocības gadījumā, ja klients gatavojas uzsākt savu biznesu, ir tādas, ka viņš / viņa var nākt un iet, kad grib, pieņemot savus lēmumus. Tomēr bieži vien rodas pārāk daudz jautājumu, tādēļ klients nāk pie konsultantiem vai citiem speciālistiem.

Lai uzsāktu savu biznesu, klientam ir jābūt pārliecinātam par savām spējām tikt galā ar šo iniciatīvu, bez tam jābūt kādām priekšzināšanām par konkrēto biznesu, kādā viņš vēlas darboties. Pēdējais var tikt apkopots kā t.s. “biznesa plāns”. Tas ir dokuments, kas aprasta kompānijas biznesu, nākotnes plānus un finansiālo situāciju. Izmantojot biznesa plānu, klients vienlaicīgi var:

1. sastrukturēt savas idejas un pamanīt izlaistos posmus
2. atbildēt uz daudziem jautājumiem
3. noskaidrot lietas, par kurām pirms tam pat nebija domājis

Biznesa plāns apjoms var būt ļoti dažāds – no dažām lappusēm nelielai kompānijai līdz pamatīgam dokumentu apkopojumam lielākai firmai.

Galvenais, ka klients savu biznesu uzsāk sevis paša labā. Labākais veids ir uzsākt ar savu pārliecību, idejām un vīzijām, bet, galvenais, jābūt reālistiskam. Biznesa plānām jābūt sastādītām ļoti rūpīgi. Lai uzzinātu vairāk informācijas par to, kā uzsākt savu biznesu un sagatavot biznesa plānu, apmeklējiet adresi [www.careercenteronline.org](http://www.careercenteronline.org)

### **Studijas ārzemēs**

Šodien mēs dzīvojam globalizētā pasaulē, tādēļ studijas ārzemēs kļuvušas daudz vieglāk nokārtojamas. Mācoties ārzemēs, cilvēks iegūst lielisku pieredzi gan sev pašam, gan nākotnes karjerai. Liela daļa darba devēju meklē tieši tādus darbiniekus, kas papildus individuālajai ieguvuši akadēmisku izglītību ārzemēs, kas pārvalda specifiskas zināšanas un svešvalodas. Klientam ir iespējas arī iegūt starptautiskus kontaktus, kas būs nepieciešami nākamajā darbā. Paša attīstībai cilvēks ir iespēja pieredzēt citu kultūru aspektus, iegūt draugus

dažādās pasaules malās. Laiks, kas pavadīts ārzemēs, ir vērtīga pieredze un atmiņas uz visu mūžu!

### **Kāpēc klientam būtu jāstudē ārzemēs nevis pašā / pašas valstī?**

Tam ir ļoti daudz iemeslu. Iespējams, ka savā valstī nav tādas specifiskas izglītības, kādu klients labprāt izvēlētos. Ir ļoti svarīgi padomāt par to, ko viņš / viņa darīs pēc studiju beigšanas. Piemēram, ja klients studē jurisprudenci Francijā, viņam / viņai ir labas iespējas uzsākt darbu tur, bet šī izglītība lielākoties ir nepiemērota viņa / viņas pašas valstī. Ja klients ir ieinteresēts strādāt ārzemēs, pastāv vēl arī tādas iespējas kā brīvprātīgais darbs vai studentu apmaiņas programmas (*au pair*).

### **Kādi klientam ir nākotnes plāni? Par ko viņš / viņa vēlas kļūt?**

Ir ļoti daudz izglītības iespēju, no kurām izvēlēties, tomēr tas ir darbietilpīgs process ievākt par tām informāciju. Ko klients mācīsies? Valodas, kādu arodu vai ko citu? Kā likums, ātrākais veids ir pierēģistrēties uz valodu kursiem. Ja klients plāno mācīties augstskolā, viņam / viņai vajadzētu izdomāt vismaz vienu gadu uz priekšu. Par to sīkāk pastāstīs universitātes konsultants.

### **Kur klients var studēt?**

Valsts izvēle bieži vien ir atkarīga no tā, cik labi klients pārvalda attiecīgo valodu. Viņam / viņai tas jāpierāda ar valodas testu. Izņēmumi ir valodu kursi. Klients var tajos piedalīties gan no nulles līmeņa, gan jau ar priekšzināšanām.

### **Kur klients dzīvos un strādās pēc apmācībām?**

Ja klients plāno dzīvot ārzemēs, viņam / viņai būtu ieteicams apmācīties tajā valstī, kuru viņš / viņa ir izvēlējusies. Ja klients vēlas strādāt savā valstī, ļoti svarīgs jautājums ir uzzināt, cik lielas izmaksas nepieciešamas izglītības iegūšanai. Ir jākonsultējas ar izvēlēto universitāti, koledžu vai vietējo darbā iekārtošanas biroju.

### **Kā klients gatavojas apmaksāt studijas?**

Protams, ka lielākā daļa vēlas studēt par valsts vai augstskolas budžeta naudu. Par šādām iespējām, kā arī nepieciešamajām izmaksām, informāciju var atrast bibliotēkā vai internetā. Tāpat klients var interesēties adresē <http://www.enic-naric.net/>, kur iespējams atrast visai plašu informāciju par dažādām augstskolām un mācību maksu. Tāpat ieteicamās adreses internetā par darbu un studijām ārzemēs ir šādas: <http://europa.eu.int/eures/index.jsp> un <http://citizens.eu.int>.

## V NODAĻA

### Darba informācijas avotu meklēšana

Šīs nodaļas mērķis ir iepazīstināt ar darba meklēšanas procesa pazīmēm un elementiem. Pirmām kārtām, tā sniedz galveno informāciju par populārākajiem meklēšanas līdzekļiem. Visā konsultēšanas procesā tas ir ļoti nozīmīgs faktors – klienta draudzīga un mierīga atbalstīšana piemērotākā darba meklēšanā. Konsultants ir cilvēks, kas piedāvā cilvēkam piemērotus informācijas resursus, praktiskos un teorētiskos piemērus, vērtīgus padomus. Beigās konsultants klientam detalizēti prezentē informāciju par darba meklēšanu: tie ir drukāti materiāli, darbā iekārtošanas biroji, internets.

Pēc galveno karjeras plānošanas stratēģiju prezentācijas ir pienācis laiks koncentrēties uz tēmu, kur meklēt. Šī nodaļa atspoguļo darba meklēšanas procesa elementus. Pirmkārt, tā sniedz ieskatu par to, kādi ir populārākie darba meklēšanas veidi. Pēc tam seko neliels apraksts, ko tas īsti nozīmē “darba meklēšana” un kā jānorisinās efektīvai darba meklēšanai.

Tad seko detalizēta informācija par to, kas ir galvenie darba meklēšanas resursi. Nodaļā ir minēti piemēri, lai labāk varētu izprast tēmu un piedāvāt klientam iespēju gūt reālistisku ieskatu darba meklēšanas procesā.

#### 1. Informācijas iegūšanas tehnika un procedūras

Runājot par darba meklēšanas informācijas iegūšanas tehniku, jāteic, ka pastāv daži galvenie veidi, kā vislabāk meklēt:

- drukāto un elektronisko avotu pētīšana (lielākoties laikraksti);
- darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumu izmantošana;
- informācijas meklēšana internetā;
- apjautāšanās paziņām un tieši darba vietās.

Klientam vajadzētu būt iesaistītam visās šajās aktivitātēs, lai pārliecība par pozitīvu rezultātu meklējumos būtu garantēta. Paralēla tehniku izmantošana veicinās klientu izdarīt ticamākus secinājumus, jo atšķirīgi informācijas avoti viens otru papildina un apstiprina.

#### Ko nozīmē darba meklēšana?

Darba meklēšana ir viens no nozīmīgākajiem soļiem visā konsultanta palīdzības procesā klientam.

Tā kā liela daļa darba meklēšanas kampaņas ir balstīta uz detaļām, ļoti svarīgi ir uz to lūkoties arī kā uz kopumu, t.i., visu laiku menedžēt visa procesa

pārskatu. Ir dažādi veidi, kā palīdzēt klientam attīstīt un uzturēt pozitīvu, produktīvu perspektīvu darba meklēšanas laikā.

- Efektīva darba meklēšana nav paredzama uzdevumu sērija

Kaut arī tipiskā darba meklēšanas procesā ir precīzi definēti soļi, katrs klients īsteno atšķirīgas pieejas un stratēģijas. Ir svarīgi apzināties, ka nepastāv tikai viens, zinātnisks ceļš, lai realizētu efektīvu meklēšanu, jo stratēģijas daudzveidība un paralēla meklēšana vairākās jomās ir labāka panākumu atslēga.

- Darba meklēšana ir process nevis notikums

Klientam jāiemācās darba meklēšanu uztvert kā procesu, turklāt šim procesam ir jābūt atklātam, bez noteikta beigu termiņa.

- Klienta attieksme pret meklēšanas procesu ietekmēs iznākumu

Lūdziet klientam fokusēties uz ideāla darba meklēšanu – tāda darba, kas atbilst viņa / viņas interesēm, spējām un iemaņām, ir saskaņā ar viņa / viņas karjeras vērtībām un personisko stilu. Ikvienu iespēja karjeras plānu kontekstā viņam / viņai jānovērtē tāpat kā visas dzīves kontekstā.

- Vissvarīgākais ir klients

Dariet visu, lai pārliecinātu klientu, ka vissvarīgākā loma veiksmīga rezultāta sasniegšanā ir viņš / viņa pati. Lieciet viņam / viņai justies vērtīgai, uzskaitiet labās īpašības, neļaujiet viņam / viņai tērēt emocionālo enerģiju un salīdzināt sevi ar citiem.

## **Kā vadīt efektīvu darba meklēšanu**

Cik labi klients ir sagatavots efektīvas darba meklēšanas plānošanai un vadīšanai? Veiksmīgiem darba meklētājiem ir jābūt labi informētiem un ļoti mērķtiecīgiem. **Ir trīs svarīgi faktori veiksmīgā darba meklēšanā:** izpratne par darba tirgu, labi izplānota darba meklēšanas kampaņa un mērķa apzināšanās.

Sekojošie soļi ir izmantojami efektīvas darba plānošanas vadīšanā:

### **1. SOLIS. Pašnovērtējums**

Klientam ir jāapzinās savas vērtības, intereses, iemaņas, pieredze un mērķi. Kaut arī tas ir darbietilpīgs process, pašnovērtējums sniedz vērtīgu informāciju karjeras lēmumu atvieglināšanai un nākamajiem soļiem darba

meklēšanā. Vērtību apzināšanās palīdzēs klientam viņa / viņas karjeras mērķu pētīšanā. Intereses ir cieši saistītas ar vērtībām un bieži attīsta iemaņas. Tās tiek raksturotas kā nezūdošas tēmas visa mūža garumā.

Vēl viens paņēmieni veiksmīgā darba meklēšanā ir palīdzēt klientam apzināties viņa / viņas pozitīvās iemaņas. Vispieprasītākās īpašības un iemaņas ir tās, kas var būt noderīgas daudzveidīgā darba vidē, piemēram, efektīva rakstīšana, lieliska verbālā komunikācija, labas iemaņas darbā ar datoru, jo visas tās ir noderīgas gan privātajā, gan valsts sektorā.

## **2. SOLIS. Karjeras iespēju izpēte**

Nākamais solis darba meklēšanas procesā ir karjeras iespēju izpēte jeb “sakarības” atrašana starp iemaņām, interesēm, vērtībām un karjeras prasībām. Par to sīkāk aprakstīts nodaļā par karjeras plānošanas stratēģijā.

## **3. SOLIS. Karjeras lauciņa un darba devēja izvēlēšanās**

Pēc pamatīgas iespējamo darbu / karjeru izpētes, dažas iespējas liksies pašas reālākās un pievilcīgākās. Visticamāk, ka nebūs izkristalizējusies viena pati iespēja, bet gan vairākas. Konsultanta uzdevums šajā brīdī ir palīdzēt viņam / viņai izvēlēties karjeras lauciņu, kas vislabāk apmierinās prioritārās vajadzības.

## **4. SOLIS. Darba meklēšanas kampaņas plānošana un vadīšana**

Nākamais solis ir palīdzēt klientam noteikt darba meklēšanas laika ilgumu. Tiesa, ne visi vēlas ieplānot kādu termiņu. Jo lielāks skaits kontaktu un interviju, jo darba meklētājam lielāka iespēja atrast darbu. Tātad ir jēga daudzveidot stratēģiju.

## **3. Darba meklēšana un dažādi mediji**

Pirms jūs vēršat klienta uzmanību uz katru darba meklēšanas metodi, veiciet nelielu, bet visaptverošu pastāvošo iespēju prezentāciju. Neaizmirstiet pieminēt tradicionālos ceļus darba meklēšanā, kas bieži vien nepamatoti tiek noniecināti. Beigās īpašu uzmanību pievērsiet internetam.

Mediji neturas tālu no visa darba meklēšanas procesa un, patiesībā, spēlē specifisku un nozīmīgu starpnieka lomu starp darba meklētāju un darba devēju.

### **Laikraksti:**

Iespējams, ka drukātie mediji ir populārākie darba meklēšanas avoti. Tas ir visvieglāk pieejamais un komfortablākais veids, kā atrast nepieciešamo informāciju ar darba vakanču piedāvājumiem.

Pirmā lieta, kas darba meklētājam būtu jāsaprot, ir reklāmas sludinājumu mērķis un to patiesā nozīme. Lielākoties tas nav grūti izdarāms, bet reizēm ir iekļauti dažādi viltīgi zemūdens akmeņi, no kuriem vajadzētu uzmanīties. Parasti reklāmās ir norādes, kādas kompānijas piedāvā darbu un kādu tieši darbu. Tas saprotams no tā, kur reklāma publicēta un kāda tā izskatās.

Visvieglāk pamanīt ir pieklājīgu, sen pazīstamu kompāniju reklāmas, kas piedāvā drošu darbu. Tās ir publicētas vietās, kur viegli pamatīt. Kontaktpersona ir norādīta kopā ar amata nosaukumu un tālruna numuru, bet darba apraksts ir skaidrs un precīzs. Līdzīga situācija parasti ir arī ar valsts un pašvaldību darba vietām. Reklāmai ir pievienots organizācijas logotips, un zem līnijas ir lasāms detalizēts vakantā amata apraksts.

Ja izceltā rāmī redzat raibu firmas logotipu, tas nozīmē, ka kāds uz darba meklētāju vēlas atstāt iespaidu. Iemesls var būt tāds, ka viņiem patiesi klājas labi, vai arī, tieši pretēji, – ka firma vēlas izrādīties un tādā veidā apiet konkurentus.

Reizēm darba piedāvājumos norādīts, ka atpakaļ atbilde ir jānosūta nevis uz kādu konkrētu adresi, bet gan uz pasta kastīti. Pirmais jautājums, kas tādās reizēs ienāk prātā, ir – kas gan ir šie cilvēki un kas viņiem slēpjams? Šie divi jautājumi lielākoties mudina darba meklētāju vienkārši ignorēt šādus piedāvājumus.

- Spējas izprast reklāmu patieso nozīmi

Lūdzu, īpašu uzmanību pievērsiet reklāmas patiesās nozīmes izprašanai. Lai to panāktu, jums jābūt gatavam un citos avotos jāatrod papildus informācija. Tad arī iemāciet klientam “atkost” reklāmās ietverto informāciju.

Ik dienu laikrakstos un žurnālos redzam neskaitāmas reklāmas ar darba piedāvājumiem. Bet ko gan tās visas patiesībā nozīmē? Šis palīgīdzeklis centīsies interpretēt dažas pierastākās un biežāk sastopamās lietas, kā arī izprast vairāk par visu reklāmdošanas procesu. Te būs saraksts ar dažiem darba piedāvājumu reklāmu piemēriem:

#### **Tirdzniecība**

**Mūsu tirdzniecības pārstāvji gadā pelna 30 000 un vairāk latu! Ja esat gatavs pieņemt izaicinājumu, mēs piedāvājam:**

- bagātīgus ienākumus
- bezmaksas apmācību



- iespēju ceļot
- būt noteicējam pār savu laiku

**Ja esat noguris no ikdienas rutīnas un vēlaties pārmaiņas, zvaniet 9009009 Jānim Bērziņam piektdienās no 10:00 līdz 17:00.**

Šī reklāma jālasa:

Lielākā daļa darba piedāvājumu, kas izklausās pārāk labi, tādi arī ir: nepatiesi. Ja zvanāt pārbaudīt šo reklāmu, uzdodiet jautājumus un neuzsāciet nekādas saistības. Ievērojiet, ka nav norādīts ne kompānijas nosaukums, ne tās atrašanās vieta, ne arī pārdodamā prece.

**Vajadzīgs elektriķa palīgs, lai asistētu kvalificētam strādniekam. Pieteikties Barona ielā 123 no 9:00 līdz 12:00.**

Šī reklāma jālasa:

Ierobežotās pieteikšanās stundas var nozīmēt to, ka precizitāte konkurencei ir nozīmīgs faktors. Ierodieties agri, esiet gatavs aizpildīt pieteikuma veidlapu, saģērbieties atbilstoši darbam. Ja nokavēsiet, darba devēja vairs var nebūt uz vietas.

**Tā kā arvien vairāk cilvēku izvēlas ceļošanu, tūrisma biznes nākotnē strauji attīstīsies. Parādīsies tūkstošiem jaunu darba vietu, kur pēc atbilstošas apmācības strādāt cilvēkiem. Arī tev var būt satriecoša karjera tūrisma biznesā kā stjuartam, ceļošanas aģentam vai gidam. Sīkākai informācijai zvaniet Arnim Krūmiņam 9009009.**

**SĀC SAVU JAUNO KARJERU JAU ŠODIEN!**

Šī reklāma jālasa:

Šim darbam nav nepieciešamas speciālas iemaņas, jo patiesībā te tiek piedāvātas vairākas dažādas vakances. Tā kā minēta ir apmācība, šī varētu būt lieliska iespēja studējošajiem.

### ***SPECIFISKAS FRĀZES***

Kad prezentējat klientam galvenās tēmas reklāmas sakarā, iepazīstiniet viņu arī ar specifiskajām frāzēm.

Darba meklētājam ir ļoti svarīgi, lai viņš zinātu to rakstīšanas veidu, kas ir raksturīgs darba reklamētājiem. Viņi ir izgudrojuši speciālu kodu sistēmu, kuru, viņuprāt, lasītāji savas muļķības dēļ nespēj atšifrēt. Sekojošais saraksts sniegs vispārīgu iespaidu par kodu frāzēm, ko lieto darba devēji. Tas, protams, nenozīmē, ka ikviens, kas lieto šāda veida valodu, mēģina darba meklētāju maldināt. Lūk, daži raksturīgākie piemēri:

### **Iniciatīva**

Tas nozīmē, ka pretendents būs vai nu vienīgais, kas birojā tiešām strādā, vai arī atalgojums ir visai mazs, un iniciatīva būs jāizrāda, lai saņemtu komisijas naudu.

### **Labas organizatoriskās iemaņas**

Parasti tas nozīmē daudz nodarboties ar papīru darbu. Reizēm šīs frāzes vietā lieto citu – “labi organizēts un prasmīgs”.

### **Humora izjūta**

Tas nozīmē, ka pretendents humora izjūtai jāpiemīt tad, kad darba devējs ver vaļā maku, vai arī viņš patiesi ir visai dīvains.

### **Entuziasms**

Entuziasms pieredzes vietā lielākoties nozīmē to, ka darba devējs nespēj atrast nevienu ar atbilstošu kvalifikāciju. Ja ņem vērā pieredzes trūkumu, alga noteikti būs visai niecīga.

### **Labas komunikācijas iemaņas**

Vislielākā iespēja, ka jums būs jāstrādā nodaļā, kas uzklausa klientu sūdzības.

### **Izaicinājums**

Izaicinājums ir strādāt visu dienu un bieži vien palikt pēc darba laika. Ja tiek lietoti šādi kodi, ļoti svarīgi ir noskaidrot par gaidāmās algas apmēriem.

### **Iesācēja līmenis**

Jums maksās niecīgu algu un liks darīt visu melno darbu.

### **Augoša kompānija**

Būs jādara nožēlojams darbs par nieka grašiem. Ja kādreiz kļūsim par pieaugušu kompāniju, algu noteikti palielināsim – pagaidām galvenais ir pacietība!

### **Steidzami vajadzīgs darbinieks**

Iepriekšējais darbinieks strādā pēdējo dienu. Kurš pirmais atnāks, tad dabūs darbu!

### **Mainīgi pienākumi**

Šobrīd mums nav konkrēta amata apraksta. Mēs atklājam, ka tas ir izdevīgāk, ja uz kādu jānogrūž visi darbi.

### **Strauja darba vide**

Ja reiz esi sācis te strādāt, iepazīsties ar pārējiem. Mums nav ne laika, ne līdzekļu nekādām iepazīšanās procedūrām.

### **Jautra darba vide**

Kolēģiem piemētīsies insults, ja ar viņiem kopā nedzersi. Viņi tic, ka par taviem līdzekļiem viņiem visu laiku būs jautri.

### **Profesionāla atmosfēra**

Tev būs jānāk uz darbu melnā uzvalkā, lai cik arī ārā nebūtu karsts. Staigāsi apkārt kā dekorēts pingvīns. Pēc kāda laika varēsi pāriet uz pelēkiem uzvalkiem.

### **Konkurējoša vide**

Mums ir liela kadru mainība. Pēc kāda laika pretendenti sāk konkurēt uz darbu ar lielāku atalgojumu.

### **Konkurētspējīgas algas**

Mēs esam biznesā, jo maksājam mazāk nekā konkurenti. Galu galā, uz kaut ko taču ir jāietaupa!

### **Citi pabalsti**

Tev pienāksies pāris tasītes šķīstošās kafijas, viss pieejamais ūdens un gaiss. Tāpat nav jāmaksā par labierīcībām. Un tualetes papīru!

## **Te būs daži darba piedāvājumu reklāmu paraugi, kas ņemti no laikrakstiem vai interneta:**

### 1. Piemērs:

Tehniskais darbinieks

**Amats: kontrakts uz 3 mēnešiem**

**Darba vieta: Rīga un / vai Rīgas rajons**

**Sākšanas laiks: cik vien drīz iespējams**

**Alga: pēc vienošanās**

**Kompānija: Essential Data Corp.**

**Kontaktpersona: Juris Puķītis**

Pretendentam jābūt iemaņām darbā ar *Microsoft Office*, tehnisko dokumentu noformēšanu. Pieredze finanšu var apdrošināšanas sfērā tiks uzskatīta par priekšrocību. Klients ir starptautiska pārapsrošināšanas kompānija.

Pieteikuma iesniegšanas termiņš: 2004. gada 22. aprīlis.

### 2. piemērs:

## **Grāmatvedis**

Prasības:

- augstākā izglītība finansēs vai banku sfērā
- minimums 2 gadu pieredze
- laba grāmatvedības programmu pārzināšana
- ļoti labas iemaņas darbā ar datoru
- spējas strādāt saspringtos apstākļos, labas komunikācijas iemaņas

Savu CV un foto, lūdzu, sūtiet uz norādīto adresi:

*Dainas iela 165, Rīga, LV-1001* vai pa e-pastu: [karlis@firma.lv](mailto:karlis@firma.lv)

### 3. piemērs:

Firma meklē tirdzniecības menedžeri darbam Rīgā

## **Mūsu klients ir starptautisks augstas kvalitātes celtniecības materiālu ražotājs ar galveno mītni Vācijā un vietējiem birojiem Eiropā**

*Firmai vajadzīgs:*

Arhitektu un pārdevēju darba plānotājs, izstāžu organizators, preses sekretārs.

*Prasības:*

Vismaz trīs gadu pieredze tirdzniecībā, ieteicams celtniecības materiālu biznesa joma. Tehniskās universitātes izglītība tiks uzskatīta par priekšrocību; vadītāja apliecība; labas angļu valodas zināšanas; iemaņas darbā ar datoru; elastīgs, mobils, uzticams un lojāls; augsti motivēts biznesa attīstībā; ar iniciatīvu un cilvēku pārliecināšanas spējām apveltīts.

*Kompānija piedāvā:*

Stabilu atalgojuma sistēmu un prēmijas atkarībā no paveiktā; darba automašīnu; mobilo telefonu.

*Kontaktinformācija:*

Maija Smiltiņa, tālrunis 9009009, e-pasts: [maija@firma.lv](mailto:maija@firma.lv)

### • Izvēlieties labāko reklāmu vēlamajam darbam

Ir ļoti svarīgi palīdzēt klientam labākās reklāmas izvēlē. Bet ko gan nozīmē "labākā"? Tas var tikt skaidrots dažādos veidos un no dažādiem skatpunktiem.

Pirmkārt, labākā darba iespēja ir tā, kurā klienta personīgās spējas, iemaņas un izglītība visvairāk atbilst reklāmā minētajām. Tas nozīmē, ka viņam / viņai būs iespēja izpaust un pielietot savas specifiskās īpašības vēlamajā darbā.

Tajā paša laikā, ir ļoti svarīgi atrast labāko kompāniju, kas izraisa uzticību un savās reklāmās netieši nenorāda uz divdomīgu attieksmi. Te būs saraksts ar prasībām, kas nepieciešamas, lai kompānija tiktu izvēlēta kā potenciāls darba devējs – skaidri jābūt salasāmam kompānijas nosaukumam un atrašanās vietai; tāpat jābūt norādītai kontaktpersonai, tālrunim vai e-pastam; informācijai par vakanto pozīciju jābūt formulētai skaidri un nepārprotami. Visiem abstraktajiem un nereālajiem darba piedāvājumiem vajadzētu tikt noraidītiem kā nederīgiem.

#### **4. Iepazīšanās ar darbā iekārtošanas aģentūrām**

Darbā iekārtošanas aģentūras ir cita veida palīglīdzekļi, meklējot darbu. Laikraksti ir pilni ar šāda veida aģentūru reklāmām, kas visas sola palīdzēt darba meklēšanā. Šķiet ļoti viegli kādai no tām pajautāt, lai tā piemeklē darbu atbilstoši jūsu kritērijiem. Diemžēl situācija nav tik vienkārša.

Sadarbība ar darbā iekārtošanas aģentūrām var būt ļoti noderīga. Protams, viņiem var nebūt jums piemērotu vakancu, bet to var diezgan ātri noskaidrot. Lielākoties šādas aģentūras no darba meklētājiem naudu neņem, tomēr zināmu samaksu prasa, piemēram, par CV ievietošanu kādā noteiktā datu bāzē.

Klientam nevajadzētu paļauties vienīgi uz darba meklēšanu pēc šiem standarta veidiem, bet izmantot arī kādas citas metodes. Vienmēr iespējams saņemt labu padomu no kāda drauga vai paziņas, kas bijis līdzīgā situācijā. Darba meklētājs var pieteikties vairākās aģentūrās, turklāt ieteicams tādās, kas darbojas viņa / viņas interešu laukā.

Pirms CV nosūtīšanas klientam vajadzētu sazināties ar aģentūru, jo neprasīti dokumenti lielākoties nonāk atkritumu spainī. Tā noteikti ir priekšrocība – ar katru aģentūru aprunāties personīgi. Labākās aģentūras noteikti uzaicinās pašas. Ja tās specializējas jūsu interešu lauciņā, te būs iespēja uzzināt ko vairāk par šībrīža situāciju tirgū. Lūk, daži izplatītākie aģentūru veidi:

#### **Darba centri**

Tie ir visvienkāršākie. Kā tie parasti izskatās? Lielākoties klients ieraudzīs garas dēļu rindas, pie kuriem piestiprinātas kartiņas ar pieejamajām vakancēm, kas papildinātas ar darba aprakstu, stundu skaitu, samaksu un nepieciešamo kvalifikāciju. Pastāv arī valsts vai pašvaldības līmeņa darba centri, kuros reģistrēti bezdarbnieki. Darba meklēšanas laikā valsts viņiem izmaksā pabalstu.

#### **Pagaidu darba aģentūras**

Darba meklētājs piesakās, un aģentūra atrod viņam / viņai darbu uz pusslodzi vai īsu laika sprīdi. Parasti maksa nav visai liela. Šādās aģentūrās var pieteikties arī kvalificēti darbinieki, jo reizēm firmām rodas nepieciešamība steidzami atrast kādu speciālistu, tādēļ tās sazinās ar pagaidu darba aģentūrām.

### **Vervēšanas aģentūras**

Īsos vārdos, pastāv divas galvenās vervēšanas aģentūru darbības metodes. Pirmais ir šāds: klients atstāj savu CV, tas tiek iekļauts kāda datu bāzē, un tad konsultants piemeklē darbu atbilstoši kompānijas prasībām un klienta spējām. Kad parādās piemērota vakance, vervēšanas aģentūra informē darba meklētāju. Otrs veids balstīts uz sekojošu principu: kompānijas griežas pie aģentūras ar prasību atrast labāko kandidātu noteiktai pozīcijai.

Ir dažas populāras vervēšanas aģentūras, kuras savu slavu ieguvušas, klientiem un kompānijām piedāvājot labāko apkalpošanas kvalitāti. Parasti aģentūra izvēles dažus piemērotākos kandidātus noteiktai pozīcijai, intervē un testē viņus, lai noteiktu viņu spējas un atbilstību konkrētajam darbam. Pēc tam tālāk uz firmu tiek nosūtīti vienīgi paši atbilstošākie kandidāti.

Dažas vervēšanas aģentūras piedāvā simtiem lielisku iespēju, bet, kolīdz darba meklētājs ir pierēģistrējies, viņš / viņa drīz vien atklāj, ka nekas daudz viņam / viņai nav piemērots. Tas viņš / viņa jautā, kā gan tas var būt? Patiesībā lieta tāda, ka kompānijas šādām aģentūrām maksā komisijas naudu, un aģentūru reklāma nereti ir domāta, lai uzķertos tieši darba devējs.

Izvēlēties piemērotāko darbā iekārtošanas aģentūru ir svarīgs solis visā darba meklēšanas stratēģijā. Aģentūras ir rūpīgi jāpārbauda, tām jābūt uzticamām gan klienta datu saglabāšanas ziņā, gan visās pārējās.

Nozīmīgs jautājums darbā iekārtošanas aģentūru sakarā ir par to ienākumu gūšanas avotu. Ja klients izlemj griezties šāda veida aģentūrā, viņam jāpatur prātā, ka tās galvenais mērķis ir gūt ienākumus. Respektablākās un profesionālākās aģentūras ir izvēlējušās ilgtermiņa stratēģiju: jo labāk tās izturēsies pret klientu, jo ilgāk paliks šajā biznesā. No otras puses, protams, ka pastāv aģentūras, kas ir priecīgas par iespēju tieši šobrīd var saraust naudu.

Paturot prātā visu iepriekš minēto, ir ļoti **svaīgi palīdzēt klientam izvēlēties piemērotāko darbā iekārtošanas aģentūru**. Tas nav viegls uzdevums, kas prasa iepriekšēju sagatavotību. Tas nozīmē, ka konsultantam ir saraksts ar pieredzes bagātākajām un drošākajām aģentūrām vai arī viņš ir spējīgs ieteikt klientam piemērotāko atbilstoši viņa / viņas prasībām, spējām un vēlmēm.

Ja klients izvēlas griezties darbā iekārtošanas aģentūrā, iesakiet viņam / viņai izmantot šādus **ieteikumus**:

- Neizmantojiet darbā iekārtošanas aģentūras kā vienīgo līdzekli, bet gan kā daļu no darba meklēšanas kampaņas. Tā kā iespēja iegūt darbu ar aģentūras palīdzību nav liela, apvienojiet to ar kādu citu stratēģiju.

- Apzinieties, ka aģentūras lojalitāte ir cilvēkiem, kas tām maksā... darba devējiem. Tas nozīmē, ka ne vienmēr aģentūra ir ieinteresēta piemeklēt klientam viņa spējām un pieredzei atbilstošāko darbu.

- Ja aģentūrā izdodas atrast saprotošu personu, uzturiet ar viņu sakarus. Ja aģentūras darbinieks ievēros, ka klients ir apzinīgs, viņš noteikti piemērotā brīdī atcerēsies tieši par jums!

## **5. Internets**

- Interneta noderīguma izskaidrošana

Iepazīstiniet klientu ar interneta lietošanas priekšrocībām darba meklēšanas procesā. Tas var izrādīties nenovērtējams instruments. Patiešām nav sarežģīti tiešaistē iegūt un apkopot informāciju. Tomēr iegaumējiet, ka klientam nenāks par labu, ja viņš / viņa pārāk daudz laika pavadīs, meklējot interneta resursus. Tāpat atgādiniet viņam / viņai, ka, lai arī internetā virtuāli ir iespējams sameklēt gandrīz neierobežotu daudzumu informācijas, šo resursu kvalitāte ir ļoti atšķirīga.

Iespējams, ka labākais darba meklējumu vadīšanas veids ir dažādu informācijas meklēšanas programmu izmantošana. Tiešaistes darba meklēšanas resursi ietver karjeras padomu adreses, darba vakanču sarakstus, elektroniski klasificētas reklāmas, kā arī specifiskas kompāniju mājas lapas.

Ir divas populārākās metodes, kā internetā meklēt jums nepieciešamo informāciju par darbu:

### *1. Meklēšanas programmas ar izpētes tehniku*

Viens no efektīvākajiem elementiem tīmeklī ir informācijas meklēšanas programmu izmantošana, kas balstīta uz interneta resursiem. Lietojot šīs programmas, klients iegūs jaunu informāciju ne tikai par jau zināmām, prātā turētām kompānijām, bet arī par tādām, par kurām pirms tam nebija dzirdējis. Pirmkārt, par potenciālo darba devēju ir jāievāc maksimāli daudz informācijas.

Meklēšana var sākties ar kompānijas nosaukuma ievadīšanu programmā. Pēc tam izskatiet visas ar šo vārdu saistītās adreses. Paturiet prātā, ka daudzas kompānijas savās mājas lapās ievieto informāciju par vakantajām darba vietām. Citas, savukārt, var ievietot informāciju par iesācēja līmeņa treniņu programmu. Tālāk meklēšana var tikt paplašināta. Vispirms uzklikšķiniet uz

kategorijas, kas parādās zem izvēlētās kompānijas interneta adreses. Tas meklēšanu paplašinās līdz pilnīgākam sarakstam par firmām, kas darbojas līdzīgās nozarēs.

## *2. Meklēšanas programmas ar atslēgas vārda tehniku*

Kad meklēšana pēc darba devēja nosaukuma ir pabeigta, atgriezieties atpakaļ meklēšanas programmas sākumā. Tagad var sākt informācijas meklēšanu pēc atslēgas vārda.

Piemēram, ja klients meklē skolotāja vietu Berlīnē, viņš / viņa var meklēt pēc atslēgas vārdiem "skolotājs Berlīne". Šīs meklēšanas rezultātā jums tiks piedāvātas daudzas adreses ar šiem atslēgas vārdiem. Tās var būt pārtikas produktu lapas. Tās var būt preses relīzes. Tās var būt arī adreses ar darba piedāvājumiem skolotājiem Berlīnē. Un tas var palīdzēt klientam atrast potenciālo darba devēju, ko savādāk nevarētu izdarīt, nezinot organizācijas nosaukumu.

Cits interneta aspekts ir elektroniskais pasts jeb **e-pasts**. Tā ir sistēma, kuras ietvaros cilvēki dažu sekunžu laikā viens otram var nosūtīt dažādus ziņojumus. Ja klientam ir e-pasts, viņš ir soli priekšā tiem darba meklētājiem, kuriem tā nav. Tas atvieglo iespēju kontaktēties ar potenciālajiem darba devējiem, ļauj nosūtīt savu CV un motivācijas vēstuli. Citiem vārdiem sakot, e-pasts ir daudz vieglāks komunikācijas veids nekā daudzi tradicionālie.

### • Sfēras, kur internets var tieši palīdzēt darba meklēšanā

- **Meklēšana** - šī ir joma, kurā internets ir krietni pārāks par jebkuru citu aspektu. Konsultantam un klientam ir jābūt ļoti sagatavotiem, lai izmantotu priekšrocību sameklēt un apkopot informāciju, cik vien ātri un viegli iespējams. Pirmkārt, mūsdienās pat vismazākajām firmām ir savas mājas lapas. Tiesa, lielākoties tur atrodams pārdodamo preču saraksts, bet bieži vien ir aprakstīta arī kompānijas vēsture, kontakttālruni un reizēm arī vakantās pozīcijas. Otrkārt, liela daļa drukāto mediju informāciju paralēli ievieto arī tiešsaistē, un gandrīz ikvienam vietējā, reģionālā un valstiskā mēroga laikrakstam ir sava elektroniskā versija.

- **Padoms** - Internets veiksmīgi tiek lietots, lai nodrošinātu informāciju par visiem tiešsaistes konsultāciju tipiem, tomēr, tieši tāpat kā tas notiek reālajā dzīvē, padomu kvalitāte ir ļoti atšķirīga. Ar eksistējošajiem karjeras padomdevējiem klients var iepazīties tīmeklī, bet nedrīkst aizmirst, ka ar šādā veidā iepazītiem konsultantiem ir jābūt ļoti uzmanīgam. Labākās adreses internetā, kur meklēt pamatotus bezmaksas padomus, ir tās, kas atvasinātas no lielāko augstskolu mājas lapām. Pastāv speciāli tiešsaistes karjeras centri, kas



kandidātiem palīdz ar informāciju, profesionāliem padomiem un rekomendācijām.

Ļoti labs interneta izmantošanas piemērs e-konsultācijām un e-apmācībai ir **virtuālais karjeras centrs** ([www.careercenteronline.org](http://www.careercenteronline.org)), kas izstrādāts Leonardo da Vinči “Jaunatnes karjeras pakalpojumu attīstības” projekta ietvaros.

Izmantojot jaunākās informāciju tehnoloģijas, šī mājas lapa piedāvā vērtīgu informāciju par karjeras attīstību. Tās mērķauditorija ir jaunieši, kas gatavojas uzsākt karjeru, bet ievietotā informācija var būt noderīga arī karjeras centros strādājošajiem konsultantiem un treneriem.

Virtuālais karjeras centrs sastāv no vairākām atšķirīgām sekcijām: e-konsultēšana, e-apmācība un resursi. Pastāv speciāls Apmācību centrs, kurā klients var iziet visus nepieciešamos soļus darba uzsākšanas procesā: pašnovērtējums – darba meklēšana – iesniegums – intervija – jaunā darba vieta. Šie moduļi piedāvā ne tikai teoriju, bet arī interaktīvus vingrinājumus un testus, kas efektīvi palīdz klientam. Tā viņš / viņa vieglā, interesantā un atraktīvā veidā iegūst nepieciešamās iemaņas un zināšanas, kas nepieciešamas veiksmīgā karjeras plānošanas kampaņā.

**Sludinājumi** - kur vien klients meklē specifisku darbu, internets var kļūt par visai mulsinošu lauciņu. Viņam / viņai jāuzmanās, lai internets, kas ir kaitīga ieraduma veicinošs medijs, nekļūtu par laika kavēkli, bet gan vienīgi par instrumentu darba meklēšanā vai darbā.

Vēl jāņem vērā, ka daudzas meklējamās adresēs vienkārši dublē vienu un to pašu informāciju, kā arī fakts, ka mūsdienu moderno tehnoloģiju revolūcijas laikmetā daudzas vakances vienkārši ir novecojušas.

- **Meklēšanas programmas** - tās ir interneta programmas, kas meklē un lokalizē tiešsaistes informāciju par specifiskām tēmām, kuras izvēlēties lietotājs. Parasti klients mazā lauciņā ieraksta vienu vai vairākus atslēgas vārdus, un meklēšanas programma dažū sekunžu atlasa vairākus simtus adrešu, kur iespējams meklēt nepieciešamo informāciju. Protams, ka ne visas klients var izmantot.

Dažas saites piedāvā iespēju darba meklētājam ievietot noteiktas firmas mājas lapā viņa / viņas CV un pēc tam piemeklēt atbilstošu darba devēju. Teorētiski tā ir ģeniāla ideja. Praktiski pretendētājam vienmēr jāpatur prātā, ka viņš ir tikai viens no tūkstošiem vai miljona, kuri sēž mājās, cerot, ka drīz vien ar e-pastu saņems uzaicinājumu sākt strādāt savu sapņu darbu. Protams, ka pastāv iespēja šādu darbu dabūt, bet tam ir maz sakara ar darba meklēšanu – tā ir tikai cerēšana uz darbu.

Tīklošana – tā ir vēl viena no interneta stiprajām pusēm. Ja klients ir ieinteresējies par noteiktu karjeru vai kompāniju, viņš var iesaistīties kādā no tūkstošiem t.s. čatu, diskusiju grupu, forumu, kurā var apskatīt jebkuru

iedomājamo tematu. Šādā veidā pastāv iespēja ne vien iegūt informāciju, bet arī jaunus paziņas, kas ieinteresēti par attiecīgo tēmu. Ļoti vienkārši un anonīmi var pajautāt citiem cilvēkiem, ko viņi domā par vienu vai otru niansi, vai arī tieši prasīt padomu. Lielākoties šādi forumi saistīti ar jaunumiem pasaulē, taču bieži vien ir arī speciālas tematiskas grupas, kurās var apspriest interesējošos jautājumus.

- Kā izvēlēties labāko darba saiti

Pirms klienta iepazīstināšanas ar labākajām interneta adresēm par darba meklēšanu. Ņemot vērā to, ka eksistē simtiem un tūkstošiem dažādu darba meklēšanas saišu, ir nojaušams, ka daudzas no tām nav pārāk labas. Laba izvēle meklēšanas sākumā ļaus ietaupīt daudz laika beigās.

Te būs saraksts ar jautājumiem, kas var palīdzēt klientam izvēlēties labāko tīmekļa saiti darba meklēšanai:

### **1. Vai ir jāmaksā par iespēju piekļūt darba piedāvājumiem?**

Darba meklētājs par piekļūšanu šāda rakstura informācijai maksā ļoti reti. Īsāk sakot, ja jums prasa maksāt, izvēlieties citu adresi. Ja tomēr esat gatavs maksāt par kādu pakalpojumu, pieprasiet rakstisku garantiju par kvalitāti un pēdējās atsauksmes no apmierinātiem klientiem.

### **2. Vai pirms darba meklēšanas uzsākšanas klientam ir jāreģistrējas?**

Esi aizdomīgi pret saitēm, kuras neļauj izskatīt darba piedāvājumus pirms reģistrācijas vai anketas aizpildīšanas. Tam vajadzētu būt LIELAM sarkanam karogam, ja saite nav nopietni ieinteresēta palīdzēt atrast klientam darbu. Tas attiecas arī uz gadījumu, ja nav norādīts, ko viņi dara ar informāciju. Ja klients ir atradis, kur reģistrēt datus par sevi, sākotnēji vajadzētu norādīt pēc iespējas mazāk kontaktu.

### **3. Vai saite ir viegli lietojama?**

Darba meklētājam jābūt iespējai ātri un kvalitatīvi meklēt viņu interesējošo darbu (izmantojot atslēgas vārda vai kādu citu metodi). Neskaidrību gadījumā vajadzētu būt vienkāršām norādēm. Ja klients tomēr nespēj atrast vēlamu informāciju vai ievadīt datus, viņam to nevajadzētu darīt, neraugoties uz to, cik šī saite ir “slavena” vai bieži ieteikta.

### **4. Vai saitē atrodami vēlamie darbi – “pareizā” nozare, profesija, darba devējs un atrašanās vieta?**

Saites nosaukums var norādīt uz saistību ar darba meklēšanu. Parasti darbu klasifikācija izstrādāta pēc to atrašanās vietām, un lielākoties vieta nemaz netiek uzrādīta, ja viņiem tajā nav nevienas vakances (protams, ir arī izņēmumi!). Daudzas saites piedāvā darbu meklēt pēc darba devēja vai vēlamās pozīcijas.

### **5. Vai darbi ir “svaigi” vai veci?**

Vai blakus darbiem ir pievienots anketas iesūtīšanas termiņš? Vai reklāmas ir ievietotas nesen? Esiet aizdomīgs, ja darbu saraksts ir novecojis, vai visas jaunās vakances ir ievietotas tieši “šodien”. Protams, ka sludinājums, kas ievietots pagājušajā nedēļā, mēnesī vai pat ceturksnī, var būt vēl aktuāls un arī derīgs. Bieži tiek norādīts, cik ilgi vakance vēl būs aktīva. Lielākoties darba sludinājumi ir vērtīgi 30 – 60 dienas, dažreiz ilgāk, tomēr pārāk liela vilcināšanās nav ieteicama.

### **6. Vai saitē tiek iedāvāta visaptveroša, darba meklētājam labvēlīga konfidencialitātes politika?**

Paskaidrojiet klientam, ka viņam / viņai vienmēr vajadzētu rūpēties par datu konfidencialitāti un pirms reģistrēšanās visu par to izlasīt. Normālā situācijā jābūt rakstītam, kādus datus saite apkopo un ko dara ar iegūtajiem rezultātiem.

### **7. Vai lielākā daļa aģentūru strādā darba devēja uzdevumā?**

Darbiem, kurus piedāvā pats darba devējs, ir lielāka priekšrocība, jo tādos gadījumos darba meklētājs kontaktējas tieši ar cilvēku, kurš viņu varētu nolīgt. Ja aģentūra darba devējam nosūta kāda klienta pieteikumu, priekšroka tomēr tiks dota tiešam kontaktam. Darbinieks, kas atrasts caur aģentūru, tomēr izmaksā vairāk (jo aģentūrai ir jāmaksā par darbinieka sameklēšanu) nekā klients, kas nāk tieši pie darba devēja, kaut arī abiem alga ir vienāda. Tātad pie vienādiem apstākļiem un noteikumiem priekšroka tiks dota kandidātam, kas nācis pats nevis ar aģentūras starpniecību. Protams, ne vienmēr iespējams strādāt tieši ar klientu, jo daudzi darba devēji konkurences dēļ vēlas saglabāt kandidātu anonimitāti.

Apkopojot nodaļu, būtu vēlreiz jāuzsver, ka darba meklēšana ir nozīmīgs elements visā konsultēšanas un klienta atbalstīšanas procesā, lai viņš / viņa spētu atrast piemērotāko darbu. Konsultanti ir tie, kas vada klientu, piedāvājot viņiem piemērotus informācijas resursus, praktiskus un teorētiskus piemērus un padomus. Viņiem jābūt ziņoņiem par galvenajām darbā iekārtošanas aģentūrām, reklāmu laikrakstiem un interneta saitēm, kas piedāvā darbu. Pēc auglīgas meklēšanas procedūras klients var spert nākamo soli, uzsākot nākamo etapu, proti, iesnieguma rakstīšanu, kas ir šīs rokasgrāmatas nākamās nodaļas tēma.

Lūk, labākās interneta adreses, kurās meklēt darbus lokālā un starptautiskā mērogā, kur aprakstītas apmācību un izglītības iespējas, e-konsultēšana un daudz citu noderīgu resursu:

[www.careercenteronline.org](http://www.careercenteronline.org)  
[www.collegerecruiter.com](http://www.collegerecruiter.com)

[www.myjobsearch.com](http://www.myjobsearch.com)  
[www.bradleycv.com](http://www.bradleycv.com)  
[www.people-one.com](http://www.people-one.com)  
[www.job-hunt.org](http://www.job-hunt.org)  
[www.collegeview.com](http://www.collegeview.com)  
[www.collegegrad.com/jobsearch](http://www.collegegrad.com/jobsearch)

## VI NODAĻA

### Pieteikšanās darbam

Bieži tiek lietots teiciens, ka darba meklēšana pati par sevi ir īsts darbs. Kāpēc tā? Kā jau ikviens darbs arī tā meklēšana prasa daudz enerģijas un laika, un ar darbu saistītās aktivitātes prasa izmantot piemērotu, efektīvu stratēģiju.

Šajā brīdī klients jau apzinās savu motivāciju un spējas. Turpmākās lappuses attēlo soli darbībā. Kas ir nepieciešams, lai realizētu karjeras plānu? Šī nodaļa piedāvā karti ar iespējamām pieejām, lai piekļūtu darba tirgum, ilustrē tehniku, kā kontaktēties ar potenciālo darba devēju, instrukcijas un ieteikumus, kā uzrakstīt efektīvu CV (īpašu uzmanību pievēršot Eiropas formātam) un pieteikuma vēstuli.

Kā redzams iepriekšējā nodaļā, pastāv ļoti daudz informācijas resursu, kas viens no otra atšķiras gan pēc satura, gan formas.

Ne velti daudzas vakances nekad neparādās ne laikrakstos, ne citos reklāmas izdevumos. Šādos gadījumos ir ļoti svarīgi motivēt klientu darboties vēlamajā virzienā, dot padomu, kā panākt tiešu pieeju potenciālajam darba devējam.

Tieša kontaktēšanās ar darba devēju (pat pirms patiesās vakances parādīšanās vai vispār nezinot par tādu) var parādīt ieinteresētību un aktīvu attieksmi, meklējot specifisku pozīciju. Diemžēl šis process var būt visai ilgstošs, laiku un enerģiju izsmelošs un ne vienmēr veiksmīgs. Šo iemeslu dēļ (lai izvairītos no pārdzīvojumiem vai veltīgām cerībām) ir ļoti svarīgi brīdināt klientu par šī ceļa izvēlēšanās pozitīvajiem un negatīvajiem aspektiem.

Pirmā prasība ir informēt darba devēju par to, ka tieši pats klients nodarbojas ar darba meklēšanu un ir atradis / atradusi informāciju par kompāniju. Tas palīdzēs izkļaidēt šaubas un atstāt labu iespaidu.

Kad klients apzinās, cik svarīgi ir būt labi informētam par savu sarunu biedru, konsultantam jāizstāsta par dažādām pieejām, kā kontaktēties ar darba devēju.

#### Tieša komunikācija

Ja klients ir nolēmis pats personīgi apmeklēt potenciālo darba devēju, ieteicams viņam / viņai ņemt vērā sekojošus aspektus:

- Lai atstātu labu iespaidu, ir svarīgi ierasties tīri un kārtīgi ģērbtam (vairāk vai mazāk formāli, atkarīgs no vietas, ko klients apmeklē);
- Ienākot kompānijā, pajautājiet kādam, ka vēlaties runāt ar atbildīgo par pieņemšanu darbā;
- Uzmanīgi jāklausa, lai nebūtu jāpārjautā;

- Pēc tam, kad esat stādījis priekšā, pajautājiet par darba vakancēm vai nākotnes iespējām strādāt šajā kompānijā;
- Jābūt gatavam intervijai vai sava CV un motivācijas vēstules prezentēšanai;
- Ja kompānijai šobrīd nav vakanču, palūdziet darbinieku atstāt jūsu CV kopiju nākotnes iespējām;
- Izsakiet pateicību personai, ar kuru runājāt, par jums veltīto laiku.

### Zvanišana

Nav nekāds retums, kad klients zvana darba devējam vai saņem zvanu no kādas kompānijas. Pirmā lieta, kas jādara, zvanot sakarā ar darba piedāvājumu, būtu intervijas sarunāšana vai ieteikuma formas saņemšana. Iespējams arī, ka darba devējs pa telefonu veic pirmos atlasē soļus, pārbaudot kādas specifiskas kandidāta zināšanas (valodas un tamlīdzīgi). Katrā gadījumā konsultanta uzdevums būtu izstāstīt klientam par iespējamiem gadījumiem un dot kādu padomu:

- Ja klients izmanto stacionāro telefonu, iesakiet viņam / viņai izmatot istabu, kur ir kluss un neviens nevar pārtraukt;
- Vienmēr turiet līdzās papīru un pildspalvu, lai nepieciešamības gadījumā tie nebūtu jāmeklē;
- Nav slikti, ja galvenie jautājumi, ko klients vēlas uzdot darba devējam, ir iepriekš sagatavoti un pierakstīti;
- Iesakiet klientam zvanīt piemērotos laikos (t.i. nezvanīt pusdienas laikā, pirmdienas rītā vai piektdienas vakarā);
- Runātājam savs vārds un zvanīšanas mērķis ir jāpasaka ļoti skaidri un nepārprotami;
- Ja dotajā brīdī nav vakanču, klients var uzzināt par iespējām nākotnē, palūgt pieteikuma formu, nosūtīt savu CV utt.
- Ļoti svarīgi ir saglabāt pozitīvu attieksmi, pat saņemot atteikumu, bet nevajag padoties pārāk viegli. Tiesa, arī pārāk uzmācīgs kļūt nedrīkst.
- Te būs daži vispārīgi un vispārzināmi noteikumi, taču nenāktu par ļaunu klientam tos vēlreiz atgādināt:
  - Darba devēju nekad nedrīkst pārtraukt;
  - Zvanīšanas laikā izvairieties no smēķēšanas, ēšanas vai dzeršanas;
  - Vienmēr pateicieties otram cilvēkam par jums veltīto laiku.

### Rakstīšana

Iespējams, ka rakstīšana darba devējam ir visbiežāk pielietotā darba meklētāju metode. Rakstīt var, gan atbildot uz sludinājumu, gan arī no brīvas iniciatīvas. Jebkurā gadījumā ir ieteicams pievienot pavadvēstuli (par to būs rakstīts turpmākajās lappusēs).

Te būs daži ieteikumi, ar kuriem ieteicams iepazīstināt klientu:

- Rakstīt vienmēr sāciet ar melnrakstu;
- Vēstulei jābūt skaidrai, kodolīgai un jāizpauž rakstīšanas mērķis;
- Rūpīgi jāpārbauda pareizrakstība un gramatika;
- Izvairieties lietot pārāk daudz izcēlumus un nevienādus burtus;
- Vienmēr iekļaujiet pilnu adresi un tālruņa numuru;
- Vēstule jāparaksta personiski;
- Vēstulei jābūt drukātai uz labas kvalitātes papīra;
- Vēstulē jābūt norādītai pozīcijai, uz ko pretendējat, vai darba devēja vārdam;
- Saglabājiet nosūtītās vēstules kopiju;
- Ja pieminēts kāds pielikums, neaizmirstiet to pievienot!

### Elektroniskais pasts

Daudzas darbā iekārtošanas aģentūras un kompānijas mūsdienās priekšroku dod CV un motivācijas vēstules nosūtīšanai pa e-pastu. Pamata noteikumi e-pasta sūtīšanā ir tādi paši kā rakstītai vēstulei, tomēr ir dažas specifiskas atšķirības, par kurām klients būtu jāinformē:

- Tekstam jābūt uztveramam, neraugoties uz programmatisko nodrošinājumu, tāpēc lietojiet vienkāršākās programmas, turklāt izvairieties no pēdējām to versijām;
- Ja vēstule tiek nosūtīta pa e-pastu, raugieties, lai netiktu uzradītas citas adreses, uz kurām sūtāt to pašu informāciju. Kontaktam ar potenciālo darba devēju jābūt ekskluzīvam.;
- Ieteicams tomēr izvairīties no pielikumu sūtīšanas, jo vienmēr var rasties problēmas to atpazīšanā;
- Vienmēr glabājiet nosūtītā teksta elektronisku vai drukātu kopiju.

### *Curriculum vitae (CV)*

Ar šo teicienu (*curriculum vitae, curriculum studiorum, professional curriculum*) tiek aizstāta virkne dokumentu, kas atspoguļo kāda izglītības, apmācības un / vai darba aprakstu. Kaut arī daudzi cenšas ievērot kādus kopējus standartus, tomēr nepastāv viens universāli noformēts paraugs.

Vispārīgos vilcienos, CV ir dokuments, kas ietver:

- Personiskos datus
- Karjeras un iemaņu apkopojumu
- Izglītību un cita veida kvalifikāciju
- Profesionālo pieredzi
- Atsauksmes no diviem cilvēkiem

CV galvenie mērķi ir:

- Prezentēt / aprakstīt kādu
- “Pārdot” pieredzi un zināšanas
- Apkopot nozīmīgāko informāciju
- Nonākt līdz darba intervijai

Turpmākajās lappusēs piedāvātie paraugi ir ļoti noderīgs instruments, kā jāizskatās CV, kā tas jānoformē utt. Kā jau minēts, nav viena veida, kā būtu jāraksta CV, turklāt tie atšķiras pēc formās, nozīmes, mērķa. Konsultantam ir jāpaskaidro klientam, ka pastāv divu veidu modeļi: pirmais ir Eiropas CV un otrs ir standarta CV.

### Eiropas CV

Jums ir labi jāpārzina Eiropas CV galvenās prasības un sastāvdaļas, kā arī jābūt papildu zināšanām par tā attīstību un uzlabojumiem, lai iepazīstinātu klientu ar piemērotāko variantu.

Te būs īsa idejas izcelsmes vēsture un kopīga Eiropas standarta izstrādāšanas iemesls:

Eiropas Padomes iesākumā Lisabonā un pēc tam Barselonā šī nepieciešamība tika izteikta, kā padarīt par iespējamu un atvieglot Eiropas pilsoņu pieeju apmācībai un darbam Eiropā.

Patiesībā, kamēr Eiropas pilsoņiem tiek legāli piešķirtas tiesības jebkur Savienības ietvaros studēt un mācīties, jau pastāv daudz praktisku apstākļu, kas šo brīvību padara efektīvu. Kvalifikāciju atpazīšana un salīdzināšana šajā ziņā ir pamata prasība, un Eiropas CV ir viens no instrumentiem, kas radīts, lai šo procesu atvieglinātu.

Kopā ar valdību, darba devējiem un arodbiedrībām tika detalizēti izstrādāts, kā lietot: uz papīra vai elektroniskā veidā, kā savā valstī un kā ārzemēs.

Eiropas CV ir liela stratēģiska nozīme, bet to iespējams kombinēt ar citiem augstākās izglītības vai amatu prasmes sertifikātiem, kā arī datubāzēm, ko lieto darba devēji un darba meklētāji.

Eiropas CV ir vienkāršs un loģisks instruments, tomēr daži fragmenti, koncepcijas un izteikumi ir jāpaskaidro sīkāk, lai klients šo formātu varētu izmantot pilnīgi un patstāvīgi.

Tieši tādēļ šajā rokasgrāmatā ir iekļauts formāts, instrukcijas un paraugs. Internetā visi šie dokumenti trīspadsmit valodās ir pieejami adresē: [www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp](http://www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp)

## **EIROPAS CURRICULUM VITAE FORMĀTS**



### Mērķis:

Lai sekmētu mobilitāti, izglītības, apmācības institūcijām un darba devējiem padarot vieglāku nepieciešamo zināšanu novērtēšanu.

### Pārskats:

*Curriculum vitae* Eiropas modelis ir fakultatīvs instruments tiem, kas vēlas strādāt vai studēt kādā Eiropas Savienības dalībvalstī, kā arī, lai nepieciešamo zināšanu novērtēšanu padarītu vieglāku izglītības un apmācības institūcijām un darba devējiem. Lai būtu pārliecība, ka šis modelis var tik adaptēts un garantētu kvalifikāciju salīdzināmību Eiropas līmenī, tas ir padarīts cik vien iespējams elastīgs.

## **PERSONISKĀ INFORMĀCIJA**

Vārds [Uzvārds, vārds (vārdi)]  
Adrese [Mājas adrese atbilstoši tās pieraksta prasībām  
konkrētā valstī]  
Tālrunis  
Fakss  
E-pasts  
Tautība  
Dzimšanas datums [Diena, mēnesis, gads]

## **DARBA PIEREDZE**

- Datumi (no – līdz) [Atsevišķās rindās pievienojiet visus nozīmīgākos darbus, sākot ar nesenāko]
- Darba devēja nosaukums un adrese
  - Darbības veids
  - Ieņemamais amats
- Galvenie pienākumi un darbības jomas

## **IZGLĪTĪBA UN APMĀCĪBA**

- Datumi (no – līdz) [Atsevišķās rindās pievienojiet visus nozīmīgākos pabeigtos kursus, sākot ar nesenāko]
- Izglītības vai apmācības iestādes nosaukums
  - Galvenie apgūtie priekšmeti un iemaņas
  - Iegūtās kvalifikācijas nosaukums
- Līmenis starptautiskajā klasifikācijā (ja tāds ir)

## **PERSONĪGĀS IEMAŅAS UN PRASMES**

Dzīvē un darbā nepieciešamās iemaņas, kurām nav obligāti jābūt apstiprinātām ar formālu sertifikātu vai diplomu

DZIMTĀ VALODA [Norādiet dzimto valodu]  
CITAS VALODAS

- [Norādiet valodu]
- Lasītprasme [Precizējiet līmeni: teicams, labs, pamata]
  - Rakstītprasme [Precizējiet līmeni: teicams, labs, pamata]
  - Verbālās iemaņas [Precizējiet līmeni: teicams, labs, pamata]

<p><b>SOCIĀLĀS IEMAŅAS UN PRASMES</b></p> <p>Multikulturālā vidē dzīvojot un strādājot ar citiem cilvēkiem, pozīcijas, kurās komunikācija ir svarīga, un situācijas, kurās komandas darbs ir primārais (piemēram, kultūras pasākumos un sportā), u.c.</p>	<p>[Aprakstiet šīs prasmes un norādiet, kur tās tika iegūtas]</p>
<p><b>ORGANIZATORISKĀS IEMAŅAS UN PRASMES</b></p> <p>Cilvēku, projektu un budžeta koordinēšana un administrēšana gan darbā, gan brīvprātīgajā darbā (piemēram, kultūras pasākumos un sportā), gan mājās u.c.</p>	<p>[Aprakstiet šīs prasmes un norādiet, kur tās tika iegūtas]</p>
<p><b>TEHNISKĀS IEMAŅAS UN PRASMES</b></p> <p>Iemaņas darbā ar datoru, mašīnēriju, specifiskām ierīcēm</p>	<p>[Aprakstiet šīs prasmes un norādiet, kur tās tika iegūtas]</p>
<p><b>MĀKSLINIECISKĀS IEMAŅAS UN PRASMES</b></p> <p>Mūzika, rakstīšana, dizains utt.</p>	<p>[Aprakstiet šīs prasmes un norādiet, kur tās tika iegūtas]</p>
<p><b>CITAS IEMAŅAS UN PRASMES</b></p> <p>Prasmes, kas netika norādītas iepriekš</p>	<p>[Aprakstiet šīs prasmes un norādiet, kur tās tika iegūtas]</p>
<b>VADĪTĀJA APLIECĪBA(S)</b>	
<p><b>PAPILDU INFORMĀCIJA</b></p>	<p>[Te miniet jebkādu informāciju, kas var būt nozīmīga, piemēram, kontakpersonas, atsauksmes u.c.]</p>
<p><b>PIELIKUMI</b></p>	<p>[Miniet ikvienu klātpievienotu dokumentu]</p>

## **EIROPAS CURRICULUM VITAE FORMĀTS**

### **PERSONISKĀ INFORMĀCIJA**

Vārds	Baiba
Adrese	Avotiņa
Tālrunis	(371) 9292929
Fakss	(371) 7021450
E-pasts	Baiba.Avotina@hotmail.com
Tautība	Latviete
Dzimšanas datums	07.10.1974.

### **DARBA PIEREDZE**

- Datumi (no – līdz) No 2002. gada augusta

- Darba devēja nosaukums un adrese Lielbritānijas konsulāts, Kaļķu iela 48, Rīga, LV-1005
- Ieņemamais amats Neatkarīgais konsultants
- Galvenie pienākumi un darbības jomas Eiropas Komisijas jaunatnes apmācību atbalsta novērtēšana

### IZGLĪTĪBA UN APMĀCĪBA

- Datumi (no – līdz) 1998. gada septembris – 2002. gada jūlijs
- Izglītības vai apmācības iestādes nosaukums Latvijas Universitāte
- Galvenie apgūtie priekšmeti un iemaņas Ekonomika un ar to saistītie priekšmeti
- Iegūtās kvalifikācijas nosaukums Ekonomikas bakalaurs
- Līmenis starptautiskajā klasifikācijā (ja tāds ir)

### DZIMTĀ VALODA **Latviešu** CITAS VALODAS

- Lasītprasme Teicams līmenis
- Rakstītprasme Labs līmenis
- Verbālās iemaņas Teicams līmenis

**SOCIĀLĀS IEMAŅAS UN PRASMES** Darbs grupā: trenera palīgs vietējā universitātes basketbola komandā  
Starpkulturālās iemaņas: strādāju par reportieri seminārā Budapeštā “Jaunatne pret vardarbību”

**ORGANIZATORISKĀS IEMAŅAS UN PRASMES** Kā nevalstiskās jauniešu organizācijas dalībniece Briselē organizēju “Civilo dialogu” starp bēgļiem un sociālajiem darbiniekiem

**TEHNISKĀS IEMAŅAS UN PRASMES** Iemaņas darbā ar vairumu *Microsoft* datoru programmām, biroja tehniku u.c.

**MĀKSLINIECISKĀS IEMAŅAS UN PRASMES** Studiju laikā Latvijas Universitātē līdzdarbojos dzejas lasītāju pulciņā

**VADĪTĀJA APLIECĪBA** B1 kategorija

**PAPILDU INFORMĀCIJA** **PUBLIKĀCIJAS**  
“Jaunatne pret vardarbību”, laikraksts “Diena” (2001)

#### **PERSONĪGĀS INTERSES**

Modernās mākslas izstāžu apmeklēšana, futbola spēļu skatīšanās, ceļošana, citu kultūru iepazīšana

Ieteikumi Pēc pieprasījuma

### Standarta CV

Kad iepazīstināt klientu ar standarta CV, izstāstiet viņam / viņai, ka tipisks divu lappušu CV satur sekojošu informāciju:

A) VIRSRAKSTS: skaidri salasāms sūtītāja vārds un adrese. Lai atstātu vizuālu iespaidu uz lasītāju, vārdu ieteicams izcelt, lietojot lielāku burtu izmēru.

B) PERSONISKIE DATI: šī daļa iekļauj pilnu vārdu(s), mājas adresi, mājas un mobilā tālruņa numuru, e-pasta adresi. Vienmēr norādiet pilnu adresi (ja ir noteikti laika limiti, kad ar jums var kontaktēties, norādiet to pavadvēstulē nevis CV).

Nav universālas vienošanās ar to, vai iekļaut dažādas specifiskas detaļas. Daudzās valstīs par diskrimināciju tiek uzskatīta tautības, etniskās piederības, politiskās pārliecības vai veselības stāvokļa norādīšana. Tomēr dažas detaļas var būt nozīmīgas, ja pretendējat uz specifisku darbu (piemēram, ja vēlaties būt stjuarts, nepieciešams norādīt augumu, bet, ja aukle, – nesmēķētājiem noteikti būs priekšrocības).

C) PROFESIONĀLAIS PĀRSKATS: tas vienmēr norāda galvenos darbus kopā ar datumiem, kompāniju, atrašanās vietu, amata nosaukumu, pienākumiem, atbildību un sertifikātiem. Šajā sadaļā hronoloģiskā secībā jābūt summētai galvenajai informācijai par iepriekšējo darba pieredzi. Visam jābūt atspoguļotam īsi un precīzi. Tomēr dažām detaļām jāpaliek neminētām, piemēram, alga, aiziešanas iemesls no iepriekšējās darba vietas u.c.

D) APMĀCĪBAS: tāpat kā ar profesionālo pārskatu arī apmācību laikiem jābūt sakārtotām pēc datumiem, jābūt minētām vietām, institūcijām un iegūtajām kvalifikācijām. Neietveriet kursus vai to daļas, kas nav nozīmīgi vai kas netika pabeigti. Īsi kursi (pusi dienas vai pat visu dienu) lielākoties nav vērtā ņemami.

E) IZGLĪTĪBA: Šī sadaļa ietver nozīmīgākos soļus izglītības ceļā. Darba devēji augsti vērtē labu izglītības standartu, tāpēc jo svarīgāk ir izcelt, kas un kā ticis izdarīts. Sastādiet sarakstu ar galvenajiem veikumiem, sakārtojiet tos apgrieztā hronoloģiskā secībā, izvairoties pieminēt pārāk senu kvalifikāciju. Tāpat kā iepriekš norādiet datumus, vietas un iegūtos diplomus. Neaizmirstiet minēt kursus, ja tieši šobrīd tos esat iesācis, bet vēl neesat pabeidzis; tas norāda uz entuziasmu un vēlēšanos mācīties ilgtermiņā.

F) ATSAUKSMES: Ļoti svarīgi ir minēt personas, kas par jums varētu pozitīvi atsaukties, taču noteikti šīm personām jābūt lietās kursā par jūsu nodomiem. Bieži vien labāk ir nemaz neminēt vārdus, bet šo sadaļu CV aizstāt ar teikumu “atsaukmes pēc pieprasījuma”. Ja būs nepieciešams, darba devējs jums pajautās sīkāk. Kā darba meklētājs izmanto atsauksmju devējus, absolūti ir viņa paša pārziņā – var gan palūgt ieteikuma vēstuli, gan nepieciešamības gadījumā zvanīt utt.

G) CITA INFORMĀCIJA: jebkura cita informācija, kas var būt nozīmīga jūsu mērķim (autovadītāja apliecība, sertifikāti, hobiji, intereses un tā tālāk).

H) PILNVAROŠANA DATU AIZSARDZĪBAI: mūsdienās daudzās valstīs personiskos datus aizsargā no neautorizētas izmantošanas. Šajā sakarā jūs varat gan citēt attiecīgo likuma pantu no kodeksa vai arī vienkārši ierakstīt savā CV: “Privāti un konfidenciāli”.

- 
- Klienta vārds
  - **VĒLAMĀ POZĪCIJA**

Curriculum Vitae

**Vārds:**

**Uzvārds:** [ģimenes uzvārds]

**Pilsēta, valsts:**

**Adrese:** [mājas un e-pasta adrese]

**Profesionālais pārskaits:** [tagadējais darbs un iepriekšējie]

**Kvalifikācija:** [akadēmiskā un aroda kvalifikācija]

**Aroda apmācības:** [praktiskās un profesionālās apmācības]

**Tālākā izglītība:** [koledža, universitāte, specializētie kursi]

**Papildu informācija:** [informācija, kas varētu būt nozīmīga vēlamajai pozīcijai, piemēram, īpaša pieredze, iepriekš neminētas papildu iemaņas]

**Atsauksmes:** pēc pieprasījuma

***Jānis Kaziņš***

Marijas iela 123-21

Rīga, LV-1000

Tel.: +371 9889889

[Kazins@riga.lv](mailto:Kazins@riga.lv)

---

Vārds: Jānis Kaziņš

Adrese: Marijas iela 123-21, Rīga, LV-1000

Tālrunis: +371 9889889

E-pasts: [Kazins@riga.lv](mailto:Kazins@riga.lv)

PROFESIONĀLĀ PIEREDZE

2002 - 2003 Kvalitātes menedžeris firmā XXX, atbildīgs par..., apmācīju citus..., piedalījos...

#### APMĀCĪBA

2002 Kvalitātes procedūras noteikšanas kursi  
2001 Komunikācijas un līderības kursi  
1999 Konflikta menedžments un darba grupās

#### IZGLĪTĪBA

1997-2001 Latvijas Universitāte  
Maģistra grāds  
Maģistra darbs: “*E-apmācības priekšrocības*”  
1993-1997 Valmieras Universitāte  
Bakalaura grāds ekonomikā

ATSAUKSMES pēc pieprasījuma

#### CITA INFORMĀCIJA

- lieliskas itāļu valodas zināšanas
- B1 kategorijas autovadītāja apliecība

#### PIETEIKUMA VĒSTULE

CV ir kāda cilvēka iemaņu, zināšanu un pieredzes loģiska prezentācija. Pieteikuma jeb motivācijas vēstule atspoguļo šī cilvēka vēlmi strādāt kādu konkrētu darbu. Protams, ka tā atkārtο dažas CV detaļas, bet tām jābūt saskaņotām specifiskā veidā. Pieteikuma vēstules mērķis ir sagatavot CV lasītāju (potenciālo darba devēju), ļaujot pirms iemaņu un pieredzes apraksta ziņot par personīgo motivāciju.

Pāris vārdos jūs savam klientam varat šādi prezentēt pieteikuma vēstuli: tajā rakstīts, ka kāds vēlas pieteikties darbam, un paskaidro savas izvēles iemeslus. Lielākoties pieteikuma vēstule tiek iesniegta kopā ar CV, bet reizēm (tāpat kā arī CV) var būt atsevišķi. Tā var būt rakstīta gan kā atbilde uz laikraksta sludinājumu, gan arī pēc personīgās iniciatīvas.

Šajā gadījumā ir ļoti svarīgi sekot nedaudzajām instrukcijām. Tās varētu būt saistītas ar šādiem aspektiem:

- Datorraksts vai rokraksts;
- Adresēta uzruna;
- Precīzs vēlamās pozīcijas nosaukums;

- Nepieciešamo kopiju skaits;
- Uzraksts uz aploksnis.

Runājot par saturu, vēstulei ir jāatspoguļo, kāpēc jūs esat piemērots šim darbam, uzsverot nozīmīgākās īpašības, kas būtu nepieciešamas šajā pozīcijā. Nobeigumā jāpiemin, ka pievienots ir arī CV vai kopsavilkums un ka jūs ļoti novērtētu iespēju piedalīties intervijā, kurā pierādītu savu noderību kompānijai.

Ir ļoti svarīgi atgādināt klientam, ka pieteikuma vēstules un CV mērķis nav iegūt darbu, bet gan nokļūt kontaktā ar potenciālo darba devēju. Tieši tādēļ vēstulei jābūt pozitīvai, pašpaļāvīgai, tai jāizpauž entuziasms un droša motivācija.

Pievērsiet klienta uzmanību tam, ka pieteikuma vēstulei jābūt:

- Gramatiski pareizai;
- Formāli pieklājīgai;
- Jāietver sūtītāja vārds un adrese;
- Personīgi parakstītai;
- Drukātai uz A4 formāta, baltas, labas kvalitātes lapas;
- Precīzai un tiešai (iekļaujot minētos pielikumus, respektējot termiņus);
- Gaumīgai.

Pieteikuma vēstules standarta struktūra izskatās šādi:

- SŪTĪTĀJA PILNS VĀRDS UN ADRESE
- VIETA UN LAIKS
- KOMPĀNIJA UN ADRESĀTS
- VĒLAMĀ POZĪCIJA
- TEKSTS, KĀDĒĻ PIESAKĀTIES DARBAM
- NOBEIGUMS
- PARAKSTS

PIETEIKUMA VĒSTUĻU PARAUGI:

### ***1. paraugs***

Dzirnavu iela 143-45  
Rīga, LV-1765  
Latvija

Krūmiņa kungam  
Kompānijas menedžerim  
DATA PRO

Duntes iela 23  
Rīga, LV-1009  
Latvija

Rīga, 2004. gada 17. janvāris

A. god. kungs!

Saskaņā ar reklāmu laikrakstā "Diena" 2004. gada 10. janvārī, es rakstu, lai pieteiktos darbam Jūsu firmā par datu operatoru.

Pēc veiksmīgas studiju beigšanas, es šobrīd meklēju pilnas slodzes darbu. Darbu uzskatu par svarīgu savas dzīves aspektu, iespēju pierādīt savas zināšanas un pielietot pieredzi.

Esmu ļoti ieinteresēts datu apstrādē, par ko mācījos augstskolā, kā arī ieguvu pieredzi dažādos līgumdarbos. Šāda veida darbs man šķiet ļoti aizraujošs, tādēļ savu karjeru vēlētos saistīt ar šo nozari.

Apzinos, ka Jūs esat daudzsološas kompānijas vadītājs, tādēļ vēlētos strādāt tieši Jūsu organizācijā.

Būtu ļoti pateicīgs, ja Jūs noteiktu intervijas laiku, kurā es personīgi varētu pierādīt savu atbilstību šim darbam.

Vēstulei ir pievienots arī mans CV.

Ar cieņu,

Jānis Kurmis

## **2. paraugs:**

Skudru iela 7-5  
Cēsis, LV-4569  
Latvija

Kārlim Lidiņa kungam  
Baltijas apdrošināšana  
Brīvības iela 45  
Rīga, LV-1076  
Latvija

Dārgais Lidiņa kungs,

Manas personības iezīmes, iepriekšējā darba pieredze un neseno pabeigtā izglītība ļauj kļūt par spēcīgu kandidātu uz apdrošināšanas brokera pozīciju firmā "Baltijas apdrošināšana".



Nesen esamu beidzis studijas Daugavpils Universitātē, kur apguvu zināšanas mārketingā un ekonomikā. Kaut arī bakalaura grādu ieguvu nesen, es neesmu tipisks augstskolas beidzējs. Pirms tam esmu apmeklējis skolas Rīgā, Cēsīs un Jelgavā, kurās esmu ieguvis noderīgu pieredzi dažādās jomās.

Man piemīt gatavība, iemaņas un spējas uzsākt apdrošināšanas brokera karjeru, un vēlos to darīt savā dzimtajā pilsētā Rīgā.

Šī mēneša beigās būšu Rīgā un būšu ļoti pateicīgs, ja atradīsiet iespēju pārrunāt par manu iespēju strādāt "Baltijas apdrošināšanā". Kad būsiet saņēmis šo vēstuli, es Jums piezvanīšu un, ja būsiet ieinteresēts, norunāsim intervijas laiku.

Paldies par Jūsu laiku un izpratni.

Ar cieņu,

Pēteris Zirnis

## VII NODAĻA

### Darba intervija

Šīs nodaļas mērķis ir prezentēt nozīmīgu materiālu par darba intervijām, kas paredzēts konsultantiem, lai viņi, savukārt, varētu efektīvi sagatavot savus klientus. Te tiks aprakstīti dažādi interviju tipi, bet galvenā uzmanība ir fokusēta uz klienta sagatavotību intervijai. Praktiski noderīgi padomi būs biežāk uzdotie jautājumi no darba devēja puses un jautājumi, kurus ieteicams uzdot darba meklētājam.

Vārds “intervija” nāk no franču valodas, kurā jau kopš XV gadsimta vārds “*entrevue*” tiek lietots, lai aprakstītu ceremoniālu tikšanos. Kaut arī jaunajā tūkstošgadē intervija sen vairs nav ceremonija, daudzi cilvēki to tomēr tā uztver. Ja kandidāts tiek uzaicināts uz interviju, jāsaprot, ka līdz šim darba devējam viņa / viņas kandidatūra šķiet piemērota. Patiesībā tas nozīmē, ka uzaicinātā persona ietilpst aptuveni 5% no labākajiem, jo parasti tik daudzi tiek aicināti uz interviju, un tādēļ vien kandidātam būtu jājūtas pārliecinātam. Tagad darba devējs vēlas uzzināt par šo kandidātu vairāk, un kandidātam intervija būtu jāuztver kā iespēja parādīt viņa / viņas piemērotību attiecīgajam darbam.

#### Darba devēja skatpunkts

Kaut arī ir pastāv viedoklis, ka intervija ir droša garantija, ka kandidāts ir piemērots attiecīgajam darbam, tas ir kļūdainis un maldīgs uzskats. Pamēģināsim uz interviju paskatīties ar intervētāja (potenciālā darba devēja) acīm.

Lieciet klientam noprast, ka pirmā intervija ļauj darba devējam noskaidrot, vai kandidāts adekvāti atbilst savam iesūtītajam CV un pieteikuma vēstulei un kāds viņš / viņa ir salīdzinājumā ar citiem pretendentiem. Tieši tādēļ intervētājs bieži ielūkojas šajos dokumentos un jautā kandidātam jau smalkākas detaļas par viņa / viņas iepriekšējo pieredzi.

Vispārīgi runājot, intervijas laikā uzsvars tiek likts uz to:

- Kādas ir kandidāta intelektuālajās kvalitātes
- Kāds cilvēks viņš / viņa ir
- Cik ļoti viņš / viņa ir piemērota darbam
- Cik ļoti norādītās iemaņas un spējas atbilst darba specifikas kritērijiem

Parasti nav nekāds noslēpums par to, kādi ir šie specifikas kritēriji, kurus sagaida darba devējs. Īpašības var būt ļoti atšķirīgas, bet visi darba devēji būs ieinteresēti kandidāta entuziasmā un atdevē darbam. Izvēles procesā nozīmīgas ir dažas galvenās iemaņas:

- Efektīva komunikācija – vai kandidāts ir spējīgs skaidri izteikties gan verbāli, gan rakstiski?
- Veiksmīgs komandas darbs – cik labi viņš / viņa ir gatavs strādāt kolektīvā ar citiem cilvēkiem?
- Cilvēku vadīšana – vai viņš / viņa spēj organizēt citus?
- Analītiskās iemaņas – vai viņš / viņa spēj saskatīt kopainu?
- Laika plānošana – vai viņš / viņa spēj plānot laiku, noteikt prioritātes un efektīvi sasniegt mērķus?

## **GALVENĀS IEMAŅAS**

Lieciet klientam apzināties, ka ļoti svarīgi ir izprast viņa / viņas stiprās puses, kā arī, protams, vājās, un padomāt par to, kas šajā situācijā būtu darāms. Neviena darba devējs negaida pārcilvēciskas īpašības! Vēlēšanās apgūt un mācīties jaunas iemaņas vienmēr ir ļoti svarīga, tomēr darba devējs gaidīs, lai jūs būtu izkristalizējis dažas galvenās iemaņas, kas būtu nepieciešamas darbā, uz ko viņš / viņa pretendē. Tieši šīs īpašības tiks apspriestas intervijas laikā.

Lūk, dažas īpašības, ko darba devējs lielākoties uzskata par nozīmīgākajām: vēlme mācīties, lojalitāte, uzticība, pašmotivācija, darbs grupā, labas komunikācijas spējas, elastīgums, labas rakstiskās iemaņas, azartiskums, laika plānošana, motivācija, spējas risināt problēmas.

### **1. Interviju stili**

Iepazīstiniet klientu ar dažādiem interviju stiliem:

#### ***Hronoloģiska intervija***

Tas ir tradicionāls intervijas stils, kas pamatā balstīts uz rakstisko pieteikuma vēstuli. Tā ir paredzama un iekļauj apmēram šādus jautājumus: “Kas jūs pamudināja studēt tieši ekonomiku?”, “Kāpēc esat ieinteresēts strādāt tieši šajā sfērā?”, “Kā jūs redzat savas karjeras attīstību mūsu firmā?”

#### ***Uz kompetenci orientēta intervija***

Mūsdienās daudzi darba devēji pielieto strukturētu, uz noteiktiem kritērijiem balstītu interviju, kas ļauj drošāk un objektīvāk novērtēt kandidātus. Noteiktam darbam ir izdomāti specifiski kritēriji, tādēļ visiem kandidātiem tiek uzdoti līdzīgi jautājumi. Pēc tam pretendenti tiek sarindoti tādā secībā, kā saskaņā ar iegūtajām atbildēm viņi atbilst prasītajai kompetencei.

Uz kompetenci orientētai intervija prasa labu sagatavotību. Ja darbs prasa, piemēram, ka “mērķa sasniegšanai jāstrādā kolektīvi”, jautājumi var būt aptuveni šādi:

- Pastāstiet par gadījumiem, kad jums ir izdevies lielisks grupas darbs.
- Kāds bija jūsu personīgais ieguldījums?

- Vai jums par savu viedokli nācās pārliecināt citus? Kā jūs to panācāt?
- Vai jūs saskārāties ar kādām grūtībām? Kā tās pārvarējāt?
- Vai jūs bijāt apmierināts ar iznākumu? Vai tas bija veiksmīgs? Ko jūs mainītu, lai nākamajā reizē iznākums būtu vēl veiksmīgāks?

Šajā intervijas stilā jautājumi ir detalizētāki un dziļāki nekā tradicionālajā piegājienā, un kandidātam jāprot no atbildēt uz visdažādākajiem jautājumiem – no vispārīgiem līdz ļoti specifiskiem. Pirms šādas intervijas ieteicams sagatavot dažādus piemērus ar katru no iespējamajiem kritērijiem.

### ***Telefoniskas intervijas***

Nav bieži, bet gadās, ka pirmā intervijas stadija norisinās telefoniski. Tā var būt gan ļoti vienkārša, lai pārbaudītu, vai kandidāts atbilst dažiem noteiktiem kritērijiem, vai arī visai dziļa un specifiska. Daudzi intervējamie šāda veida intervijas uzskata par visai mulsinošām, jo šādos gadījumos trūkst paša galvenā – vizuālā kontakta. Labākais veids ir nomierināties un rīkoties tā, it kā tā būtu parasta intervija divatā. Ļoti svarīgi ir izrādīt entuziasmu, kaut arī tikai ar balsi tas nav viegls uzdevums.

### **Kā sagatavoties telefoniskai intervijai**

Te būs daži padomi, ko jūs kā konsultants varat ieteikt saviem klientiem:

*“Sāciet ar darba apraksta un kandidatūras studēšanu. Tas sekmēs kompānijas specifisko prasību identificēšanu un demonstrēs jūsu spējas apgūt iemaņas, kas nepieciešamas attiecīgajā darbā.*

*Uzziniet visu, kas iespējams, par kompānijas produktiem, pakalpojumiem, vēsturi un kultūru. Īpaši papūlieties identificēt tās jomas, kurās jūsu pieredzei un iemaņām būtu īpaša vērtība.*

*Iepazīstieties ar kompānijas mājas lapu un nepieciešamības gadījumā esiet gatavs konstruktīvi to komentēt.*

*Sagatavojiet sarakstu ar jūsu īpašībām, kas visvairāk atbilst kompānijas minētajām prasībām.*

*Telefoniskās intervijas laikā šo sarakstu turiet sev priekšā un ielūkojieties tajā pie katras izdevības. Intervētāji īpašu vērību piešķir problēmām, kuras jūs esat atrisinājuši darba vietā, un mērāmiem rezultātiem, ko esat sasnieguši. Viņi cenšas jūsos saskatīt galvenās kompetences: komunikācijas un analītiskās iemaņas, komandas darbu, entuziasmu un iniciatīvu. Esiet gatavs atbildēt, kur un kā jums ir sanācis pielietot šīs īpašības.*

*Lai labāk izprastu, kāda ir sajūta telefoniskas intervijas laikā, sagatavojiet jautājumus un palūdziet draugam improvizēt līdzīgu interviju. Saskaņā ar prasībām reklāmām rūpīgi sagatavojiet atbildes, lietojiet frāzes no darba apraksta un prasībām kandidātam. Protams, ka necentieties atbildēt vārds vārdā, jo tas var izklausīties kokaini un samāksloti.*

*Izvēlieties klusu vietu, kur intervijas laikā jūs neviens netraucēs. Priekšā turiet savu CV, pieteikuma vēstules kopiju, reklāmas lapiņu un savus pierakstus. Intervijas laikā pierakstiet nepieciešamos sīkumus.*

*Telefoniskas intervijas laikā ir ieteicams stāvēt, jo tad jūsu balss izklausās pārlicinātāka, palīdzot radīt pozitīvāku un profesionālāku imidžu. Smaidiet! Profesionāli radio reportieri apgalvo, ka smaidīšana rada draudzīgu un entuziasma pilnu iespaidu. Intervijas laikā smaidiet!*

*Ir ļoti svarīgi izteikt to, ka esat patiesi ieinteresēts kompānijas darbībā un kārojat dot tajā ieguldījumu. Balstieties uz saviem iepriekš veiktajiem pētījumiem par kompānijas darbību.*

*Uzmanīgi klausieties intervētāja jautājumos un piebildēs. Ja nesaprotat jautājumu, nekautrējieties pārprasīt. Sniedziet plašas, sabalansētas un analītiskas atbildes. Izvairieties no vienzilbes vārdiem “jā” un “nē”.*

*Ja jums jautā par iepriekšējās darba vietas pamešanas iemeslu, pārlicinieties, ka jums ir pozitīva atbilde šajā sakarā. Nekādā gadījumā nekritizējiet savus iepriekšējos darba devējus un kolēģus.*

*Kad kompānijas darbība ir izpētīta un amata apraksts izanalizēts, jums nesagādās nekādas grūtības uzdot kādu nozīmīgu jautājumu intervētājam. Tas jādara intervijas izskaņā. Pašās beigās uzsveriet savu ieinteresētību darbā un kompānijā, kā arī uzsveriet savu gatavību strādāt šajā pozīcijā. Sakiet, ka būtu ļoti pateicīga, ja tiktu uzaicināts uz nākamo intervijas kārtu.*

*Pēc intervijas uzrakstiet īsu pateicības vēstuli.”*

## **2. INTERVIJA KĀ PROCESS**

Darba devēji vairs pašu interviju neuzskata par visdrošāko veidu, kā pārbaudīt kandidāta piemērotību konkrētajam darbam. Pirmās intervijas bieži vien ir ļoti vispārīgas. Otrā etapa formāts var būt visai atšķirīgs, bet parasti tas ietver dažādus uzdevumus, piemēram, grupu diskusijas, psihometriskos testus, prezentācijas un otrās intervijas. Izmantojot novērošanas tehniku, darba devējs iegūst plašāku un precīzāku ainu par katra kandidāta stiprajām un vājajām pusēm.

### ***Otrās intervijas***

Paskaidrojiet klientam, ka viņam / viņai kā kandidātam ir jāzina pēc iespējas vairāk gan par nākamo darbu, gan par organizāciju, jo otrās intervijas laikā jautājumi paliks arvien dziļāki un tehniski specifiskāki. Liela priekšrocība ir tad, ja kandidāts zina, kurš viņu intervēs, jo vadītājiem parasti vairāk interesē, ko pretendents spēs izdarīt ilgtermiņā, turpretī menedžeriem, – ko tūlīt.

### ***Psihometriskie testi***

Šos testus darba devējs lieto, lai noteiktu kandidāta prasmes un piemērotību darbam. Psihometriskie testi ir rūpīgi sastādīts jautājumu kopums, kas ir zinātniski standartizēts un kas nosaka kādas konkrētas cilvēka īpašības aspektu ticamību. Organizācijas tos pielieto visdažādākajā veidā. Šie testi vai testu grupas var būt aizpildāmi pat pirms intervijas, kā arī tie var būt iekļauti pārbaudes pēdējā kārtā. Ir ļoti daudz psihometrisko testu, bet visbiežāk šādos gadījumos tiek izmantoti verbālie un skaitļu testi, dažreiz arī loģiskie testi.

### ***Personības testi***

Kandidāts var tikt lūgts aizpildīt jautājumus par dažādām tēmām. Uz šiem jautājumiem nav ne pareizu, ne nepareizu atbilžu. Parasti šādos testos tiek iekļauti jautājumi, kā kandidāts rīkoties vienā vai otrā konkrētā situācijā. To mērķis ir noskaidrot, vai pretendents piemīt darba devējam vēlamais darba stils un vai viņš / viņa ir piemērots savam izvēlētajam darbam. Personības testiem negatavojas, bet gan bez ilgas domāšanas atbild uz jautājumiem.

### ***Grupu diskusijas***

Novērotāji vērtē kandidātus pēc tā, kā viņi iekļaujas diskusijās, kā reaģē uz citu cilvēku viedokli, kā izpauž savus uzskatus. Kandidāti, kas atstāj iespaidu, ir tie, kas ģenerē idejas, pārliecina citus par savu uzskatu pareizību, iesaista diskusijā citus dalībniekus utt. Tiem, kas neiesaistās sarunās, neklausās, vēlas būt uzmanības centrā, ignorē citus, pārtrauc, protams, ir krietni vien mazākas iespējas iegūt vēlamo darbu.

### ***Darbs grupā***

Nelielai kandidātu grupai var tikt iedots neliels daudzums izejas materiāla un lūgts no tā kaut ko izveidot. Veids, kā viņi spēj sastrādāties, šoreiz ir svarīgāks par iegūto rezultātu. Priekšrocības ir tiem pretendentiem, kas nāk klajā ar oriģinālām idejām, spēj iejusties situācijā, saliedēt kolektīvu utt.

### ***Prezentācija***

Kandidātam var tikt iedota kāda tēma, vai arī viņam ļauj izvēlēties vienu no vairākām. Tad viņam / viņai par šo tēmu ir jāpastāsta citiem kandidātiem un vērtētājiem. Atsevišķos gadījumos kandidāti prezentāciju var sagatavot iepriekš. Tādās reizēs prezentāciju var gatavot kopā ar draugiem un no viņiem uzzināt atgriezenisko saiti.

### 3. DAŽI IETEIKUMI

#### **Sagatavošanās**

Rūpīga sagatavošanās kandidātam dos pārlicību, kontroli, spējas atbildēt uz ikvienu jautājumu. Šos ietikumus jums ir jāadresē kandidātiem:

*“Jūsu piedāvājums. Palūkojieties uz savu pieteikumu un padomājiet par to, kā jūs intervijas laikā vēlētos šo informāciju prezentēt. Atcerieties, ka pieteikuma vēstule šobrīd kalpo kā pielikums intervijai. Sagatavojiet jautājumus, par kuriem vēlētos runāt. Tas dos iespēju izrādīt patiesu ieinteresētību kompānijas darbā – kā tā strukturēta, kādi ir tās mērķi, kāda vieta paredzēta jums, kā var attīstīties jūsu karjera, kādas apmācības tiks piedāvātas...*

*Padomājiet par savām iemaņām. Kādus pierādījumus jūs sniegsiet intervētājam, lai pārlicinātu viņu, ka esat labs organizators, analītisks domātājs, veiksmīgs komandas loceklis? Jums jāsaprot pēc iespējas vairāk piemēru, minot patiesus notikumus, kur jums bijusi iespēja izmantot šīs īpašības. Uzsveriet savas iemaņas, labās īpašības, zināšanas, motivāciju – visu, kas var derēt kompānijas specifiskajām prasībām.*

*Kompānija. Esiet labi informēts par kompānijas darbību. Izlasiet visu pieejamo informāciju par darba devēju. Tā var būt kāda brošūra, reklāmraksts vai gada atskaite. Rūpīgi izpētiet kompānijas mājas lapu. Lasiet laikrakstus, žurnālus un interneta rastus par attiecīgo darbības nozari. Pārlicinieties, ka jums ir zināmi pēdējie jaunumi par notikumiem firmā un atbilstošajā jomā.*

*Darbs. Gūstiet ieskatu par konkrētā darba specifiku un pozīciju, uz kuru pretendējat. Vai zināt, kādas īpašības jums būs jāizrāda? Uzziniet visu, kas vien iespējams, par nākamā darba funkcijām. Uzziniet, kādas iemaņas, pieredze un zināšanas viņi gaida, un esiet gatavs tās pilnvērtīgi demonstrēt.”*

#### **Tiešie jautājumi**

Īpašu uzmanību veltiet tiešu jautājumu svarīgumam. Lieciet klientam padomāt par sekojošo:

*Ja viņš / viņa jūtas nervozi, ir ļoti vērtīgi padomāt par to, ko nāksies atbildēt uz paredzamajiem jautājumiem “Kāpēc tieši šī organizācija?”; “Ko jūs varat kompānijai piedāvāt?”; “Kas jums patika / nepatika jūsu iepriekšējā darba vietā vai studijās?”.*

#### **Pozitīva domāšana**

*Iesakiet klientam padomāt intervijas sākuma brīdi. Viņam / viņai jābūt pārliecinātam, ka sākums būs izdevies. Atgādiniet klientam, ka pirmais iespaids ir ārkārtīgi svarīgs. Iesakiet viņam / viņai patrenēties ar draugu spoguļa priekšā.*

*Ievirziet viņu pozitīvas domāšanas gultnē:*

*“Es esmu lielisks...”*

*“Es esmu veiksmīgs...”*

*“Esmu lepns par saviem sasniegumiem...”*

*Sagatavojiet klientu intervijas noslēguma jautājumiem un neizbēgamajam “Kādus jautājumus jūs vēlētos uzdot mums?”. Izmantojiet šo iespēju, lai iegūtu papildu informāciju – tas var ietekmēt intervētāja izvēli, tomēr neuzdodiet pārāk detalizētus jautājumus.*

### ***Kā gērbties uz interviju***

Neaizmirstiet atgādināt klientam par to, cik intervijas laikā nozīmīgs ir apģērbs. Atcerieties sekojošo:

#### *Vīrieši un sievietes*

- Konservatīvs biznesa uzvalks (vislabāk tumši zils vai pelēks)
- Konservatīvs krekls / blūze ar garām piedurknēm (vislabāk balts vai pastelkrāsā)
- Tīras, pulētas konservatīvas kurpes
- Labi sasukāta frizūra
- Tīri pirkstu nagi
- Minimāls daudzums odekolona vai smaržu
- Tukšas kabatas – lai nekas neizspiežas vai negrab
- Bez košļājamajām gumijām vai cigaretēm
- Viegls portfelis
- Bez redzamiem ķermeņa pīrsingiem (riņķi degunā vai uzacīs utt.)

Tāpat atgādiniet klientam par gērbšanās specifiku atkarībā no dzimuma:

#### *Vīrieši*

- Kaklasaitei jābūt ar konservatīvu rakstu
- Tumšas kurpes
- Tumšas zeķes (vislabāk melnas)
- Vislabāk, ja ir īss matu griezumš
- Labāk, ja nav ūsu, bet, ja ir, tad tām jābūt labi koptām
- Nekādu gredzenu, izņemot laulību gredzenu
- Bez auskariem (ja parasti nēsājat, izņemiet)

#### *Sievietes*



- Vienmēr velciet blūzīti un žaketi
- Apavi ar konservatīviem papēžiem
- Konservatīva trikotāža
- Bez maziem vai lieliem makiem; labāk nēsājiet portfeli
- Ja jums ir lakoti nagi (nav ieteicams), lietojiet konservatīvu krāsu
- Minimālu grima kārtu (lai nebūtu pārāk uzkrītoši)
- Ne vairāk kā viens gredzens katrā pirkstā
- Viens pāris auskaru

## SAGATAVOŠANĀS NEVERBĀLAI KOMUNIKĀCIJAI

*Uzsveriet klientam apstākli, ka ļoti nozīmīgi ir zināt, ka komunikācija ir vairāk nekā tas, ko jūs sakāt. Intervijās lielu lomu bieži vien spēlē tieši neverbālā komunikācija. Te būs pieci svarīgākie elementi, kas sakārtoti pēc to nozīmīguma:*

- Acu kontakts. – Nozīmes ziņā šis elements ir nepārspējams. *Ja klausoties jūs nelūkojaties runātājam acīs, tas parāda intereses un uzmanības trūkumu. Ja sarunas laikā nespējat noturēt acu kontaktu, tas liecina par pārlicības trūkumu vai, vēl ļaunāk, par to, ka jūs melojat. Pajautājiet citiem, vai jums ir pienācīgs acu kontakts. Ja citi to ir pamanījuši, pajautājiet, vai tas notiek klausoties, vai runājot. Daži cilvēki spēj saglabāt acu kontaktu klausoties, bet nespēj runājot, un otrādi.*

- Sejas izteiksme. – Daži intervētāji stāsta, ka ir kandidāti, kas visas intervijas laikā pat nenojauš, cik viņu sejas ir īgnas, apmulsušas un pat viegli histēriskas. *Tātad pirms intervijas kandidātiem vajadzētu nopietni, ilgi palūkoties uz sevi spogulī, mēģinot izskaust visas negatīvās emocijas, kas tajā redzamas, un paust to, ko gandrīz neviens nespēj atcerēties intervijas laikā, – smaidu! Nevis mulķīgu smīnu, bet patiesu smaidu, kas parāda laimīgu personu un prieku par to, ka izbauda intervētāja kompāniju. Protams, ka arī visas intervijas laikā smaidīt nav ieteicams.*

- Stāja. – Tā parāda pašpārlicību un spēka potenciālu. *Doties savam klientam šādu padomu: “Kad stāvi, nostājies taisni. Kad sēdi, sēdi ar taisnu muguru un lūkojies tieši uz priekšu.”*

- Žesti. – Pretstatā populārajam uzskatam intervijas laikā žestus vajadzētu ierobežot. *Nav ieteicami ne mākslīgi, ne teatrāli žesti. Ja reiz kandidāts sācis žestikulēt, viņam / viņai jābūt pārlicinātam, ka tie ir dabiski un nozīmes pilni.*

- Attālums jeb telpa. – Palīdziet klientam izšķirt personisko jeb intīmo attālumu no pārējo attāluma. *Iesakiet viņam / viņai neatkāpties un nenovērsties, ja kāda cilvēka personiskais attālums ir mazāks par viņa paša. Neapsēdieties, pirms jums ir piedāvāts to darīt.*

## ***Ķermeņa valoda***

Tāpat ļoti nozīmīgi ir iepazīstināt klientu ar ķermeņa valodas īpatnībām (vienalga, vai viņš / viņa tās apzinās, vai nē), kaut arī retais par to domā, bet šis aspekts spēj atstāt ļoti pozitīvu iespaidu. Ķermeņa valoda ir gandrīz nemanāmi, neverbāli mājieni, ko viens otram dodam komunikācijas laikā. Lūk, daži tipiskākie ķermeņa valodas mājienu interpretācijas piemēri:

- **Atklātība un siltums:** plats smaids, rokas ar redzamām plaukstām, apģērba atpogāšana pirms apsēšanās.
- **Uzticēšanās:** liekšanās uz priekšu, zods uz augšu, saskaršanās ar roku pirkstiem kā “līgšanā”, stāvēt rokas sadotas aiz muguras.
- **Nervozitāte:** smēķēšana, svilpošana, ādas knaibīšana, dīdīšanās, kabatas satura pārbaudīšana, mēles kustības pie priekšzobiem, rīkles “tīrīšana”, sejas daļu aiztikšana ar rokām, pirkstu braucīšana caur matiem, roku izgriešana, košana pildspalvā un citos objektos, īkšķu grozīšana, nagu kodīšana, mēles klakšķināšana.
- **Neuzticams / Aizsardzības pozīcijā:** drūms skatiens, greizs skatiens, smīnēšana, uz krūtīm sakrustotas rokas, atvirzīšanās, zods uz leju, deguna vai sejas aiztikšana, lūkošanās grīdā, žesti ar dūrēm, rādīšana ar pirkstiem utt.

Pasakiet viņam / viņai sekojošo:

“Šis saraksts nav publicēts tādēļ, lai jūs mākslīgi apgūtu pozitīvu ķermeņa valodas tehniku, bet drīzāk, lai jūs to atpazītu un izvairītos no negatīvas ietekmes. Ja jums ir paradums darīt kaut ko negatīvu no minētā, pacentieties to izskaust no savas uzvedības. Tas nav viegli, bet ir iespējams. Koncentrējieties uz to tūlīt, lai par to nebūtu jādomā intervijas laikā.

Un paturiet prātā arī pretējo. Kad runājat ar intervētāju, pievērsiet uzmanību (tikai ne pārspīlēti un uzkrītoši) viņa ķermeņa valodai un neverbālajiem mājieniem. Necentieties nolasīt visu no viņa žestiem, bet centieties izjust intervētāja attieksmi pret jums. Visdrošākais piemērs ir smaids – ja jūsu smaids arī intervētājā izraisa smaidu. Dariet visu iespējamo, lai panāktu pozitīvu saskaņu ar intervētāju – gan verbālā, gan neverbālā līmenī.”

## **Trīs soļu intervijas process**

Neaizmirstiet klientu iepazīstināt ar trim galvenajiem soļiem intervēšanas procesā, proti:

1. Sakara izveidošana

2. Informācijas apkopošana
3. Noslēgums

**Sakara izveidošanas solis** ir tas, kurā formējas pirmais iespaids. Daži darba devēji jau pirmajās trīsdesmit sekundēs nosaka, vai kandidāts ir piemērots darbam, vai nav. Uzsvars tiek likts uz kandidāta fizisko parādīšanos un pirmajām atbildēm. Intervētājs analizē kandidāta verbālo artikulāciju un vārdu krājumu, viņa / viņas pozitīvo attieksmi un pašapziņu.

**Informācijas apkopošanas soli** darba devējs uzdod jautājumus un salīdzina atbildes ar saviem kritiskajiem veiksmes faktoriem. Daži jautājumi var būt slēgtie, daži atklātie, piemēram, “Vai varat man minēt piemēru...?” Kaut arī gatavošanās var palīdzēt, godīgums un patiesums atbildēs ir acīmredzams.

**Noslēdzošais solis** ir tad, ja intervētājs pats sāk stāstīt par turpmāko darbību un nākamajiem soļiem, kas veicami darba uzsākšanas procesā. Ja jūs neesat nonācis līdz šim solim, saruna būs par laiku, futbolu vai jebkuru citu neitrālu tēmu, kas apliecina vēlēšanos atbrīvoties un pieklājīgi beigt interviju. Ja intervija bijusi veiksmīga, jūs saņemsiet norādes par turpmāko darbību. Kandidātam tiek piedāvāta informācija par kompāniju, kas ir domāta tikai dažiem. Ja kandidāts nav izturējis pārbaudījumu, viņš / viņa var sagaidīt aptuveni šādu paziņojumu: “Mēs izskatīsim jūsu kandidatūru un dosim atbildi”.

### **Astoņi intervijas jautājumu tipi**

Intervija ir komunikācija starp cilvēkiem, šajā gadījumā, lai noteiktu iepriekš paredzamu ticamību potenciālā darba devēja un darba meklētāja attiecībās. Parasti ir astoņi jautājumu tipi, ar ko kandidātam jāsaskaras intervijas laikā:

#### **1. Diploma pārbaudes jautājumi**

Šis jautājumu tips ietver “Cik ilgi jūs..?” To mērķis ir objektīvi novērtēt un pārbaudīt kandidāta kvalifikāciju.

#### **2. Pieredzes pārbaudes jautājumi**

Šis jautājumu tips ietver “Ko jūs mācījāties studiju laikā?” un “Kādi bija jūsu pienākumi...?”. To mērķis ir pārbaudīt pretendenta iepriekšējo pieredzi.

#### **3. Viedokļa jautājumi**

Šis jautājumu tips ietver “Ko jūs darītu tādā situācijā?” un “Kādas ir jūsu stiprās un vājās puses?” To mērķis ir subjektīvi analizēt, kā kandidāts rīkotos standarta situācijās.

#### **4. Muļķīgie jautājumi**

Šis tips ietver tādus divvainus jautājumus kā “Kāds dzīvnieks jūs vēlētos būt?”. Mērķis ir noskaidrot, vai kandidāts ir spējīgs uz oriģinālu domāšanas veidu nevis uz iepriekš ieprogrammētām atbildēm.

### **5. Matemātiskie jautājumi**

Tie ir apmēram šādi jautājumi “Cik ir 1000 dalīts ar 73?”. To mērķis ir ne tikai novērtēt matemātisko darbību spējas prātā, bet arī noteikt kandidāta radošo potenciālu matemātisko formulu izteikšanā atbildot.

### **6. Gadījuma jautājumi**

Šis jautājumu tips ietver problēmu risināšanas jautājumus, kas variē no “Cik daudz degvielas uzpildes staciju ir valstī”? līdz “Kāds ir jūsu vērtējums par tirgus situāciju pasaulē?”. Šo jautājumu mērķis ir noskaidrot, kā kandidāts spēj analizēt nejaušas gadījuma situācijas.

### **7. Uzvedības jautājumi**

Iespējamie jautājumi var būt: “Vai varat precizēt, kā tieši to darījāt?” un “Ko darījāt, lai sekmīgi atrisinātu to problēmu?”. Šo jautājumu mērķis ir paredzēt nākotnes uzvedību, balstoties uz iepriekšējo pieredzi.

### **8. Kompetences jautājumi**

Šī tipa jautājumi ir: “Vai arat pastāstīt par savām līderības iezīmēm?” vai “Izstāstiet, kā jūs atradāt radošu risinājumu šai problēmai”. To mērķis ir salīdzināt jūsu iepriekšējo uzvedību ar specifiskām iezīmēm, kādas nepieviešamas jūsu izvēlētajā darbā.

## **JAUTĀJUMI, KAS PARASTI TIEK UZDOTI INTERVIJĀS**

Iepazīstiniet klientu ar biežāk uzdotajiem jautājumiem, ko izmanto intervētājs. Lai papildinātu zemāk minēto sarakstu, jums jābūt arī papildu informācijai, kā arī jāizmanto savi novērojumi. Lūk, šis saraksts:

- Kāpēc jūs meklējat jaunu darbu?
- Pastāstiet kaut ko par sevi!
- Ko jūs zināt par mūsu organizāciju?
- Ko jūs zināt par pozīciju, uz kuru pretendējat?
- Kādi pienākumi, jūsu prāt, jums būs jāpilda šajā darba vietā?
- Kur jūs redzat sevi pēc trim gadiem?
- Kādu algu jūs vēlētos saņemt?
- Ko, jūsu prāt, nozīmē būt veiksmīgam šajā organizācijā?
- Kāpēc jūs vēlētos strādāt pie mums?
- Ar kādām grūtībām, jūsu prāt, nāksies sastapties šajā darbā?
- Pēc cik ilga laika jūs sagaidāt paaugstinājumu?
- Kāda, jūsu prāt, ir šīs kompānijas nākotne?

- Šī ir daudz lielāka (mazāka) kompānija par to, kurā strādājāt iepriekš. Kā jūtaties šajā sakarā?
- Ko jūs zināt par mūsu izstrādājumiem?

## **JAUTĀJUMI, KO UZDOT INTERVIJĀS**

Tajā pašā laikā izskaidrojiet klientam, ka labi organizētā intervijā pretendents var sagaidīt iespēju pats uzdot jautājumus intervētājam. Tāpēc ļoti svarīgi ir šādai situācijai sagatavoties un padomāt par jautājumiem, kurus uzdosiet. Te būs daži jautājumu piemēri, daži no kuriem jāielāgo jūsu konkrētajai situācijai:

- *Vai šajā kompānijā ir iespējams izaugsmes progress un paaugstinājums?*
- *Vai kompānija plāno paplašināšanos, kas varētu radīt papildu karjeras iespējas?*

Šie jautājumi parāda kandidāta ieinteresētību veidot ilgtermiņa darba attiecības ar šo kompāniju.

- *Nākotnē esmu nodomājis attīstīt savas iemaņas un pieredzi. Vai šajā kompānijā ir kādas iespējas to realizēt?*

Daudziem darba devējiem ir izstrādātas dažādas apmācību shēmas un darbinieku attīstības programmas, un kandidāts, kas vēlas turpināt savu izaugsmi, viņiem noteikti liksies vērtīgāks. Atsevišķos gadījumos, salīdzināšanas nolūkos ir pieļaujams mutiski pastāstīt par negatīvo pieredzi iepriekšējā darba vietā.

### **Pēc intervijas**

Izskaidrojiet klientam, ka viņa / viņas intervija ir beigusies vienīgi tad, kad viņš / viņa ir atstājis organizāciju. Jebkura informatīva tūre vai maltīte ir ietverta atlases procesā, tā kā uzvedieties atbilstoši.

Klientam jādomā par to, kā pagājusi intervija. Viņam / viņai vajadzētu izanalizēt situāciju: kas intervijā izdevās labi, kas vēl būtu uzlabojams. Ja klients ticis atraidīts, noskaņojiet viņu pārlieku nepārdzīvot. Varat dot viņam / viņai šādu padomu: “Jūs bijāt viens no daudziem cilvēkiem, kas piedalījās intervijā. Piezvaniet firmai un pajautājiet, kas tieši viņus neapmierināja. Iegūto pieredzi izmantojiet pozitīvi savai nākamajai intervijai!”

## VIII NODAĻA

### Jauna darba uzsākšana

Rokasgrāmatas pēdējā nodaļa konsultantiem piedāvā noderīgus ieteikumus, lai vadītu klientus viņu pirmajās dienās jaunā darbā. Tekstā apskatīti galvenie aspekti, ar ko cilvēks saskaras jaunā darba vietā – darba ētika, biroja politika u.c.

#### **Lūk, ieteikumu saraksts, ko varat piedāvāt savam klientam viņa / viņas pirmajās darba dienās:**

- Uzzināt, ar ko jūsu kompānija vai organizācija nodarbojas.
- Izprast jūsu lomu kompānijas ieguldījumā.
- Sameklēt kompānijas pēdējā gada atskaiti un to izlasīt.
- Ģērbties konservatīvi un neuzkrītoši.
- Atcerēties to cilvēku vārdus, ar kuriem esat iepazīstināts.
- Vērot un līdzināties tiem, kas šajā kompānijā ir realizējuši veiksmīgu karjeru. Ļaujiet viņiem būt jūsu skolotājiem.
- Sakārtojiet savu darba vietu tā, lai citi zinātu, kas jūs esat, piemēram, noliekot uz galda plāksnīti ar jūsu vārdu.

#### **Ļoti svarīgi ir iepazīstināt klientu ar galvenajiem padomiem, kas var būt noderīgi viņa / viņas jaunajā darba vietā un iespējamajā nākotnes karjeras attīstībā.**

##### **A: Ikdienišķa rutīna:**

- No rītiem atkārtojiet, kas šodien būs darāms un kādi darbi jāpabeidz.
- Nekavējiet! Esiet vienmēr laikā.
- Jau iepriekš izplānojiet dienu. Desmit minūšu ilga plānošana palīdzēs ietaupīt laiku dienā.
- Esiet pirmais, kas no rītiem pasveicina citus. Dariet to ar smaidu sejā!
- Nepatīkamam starpgadījumam dēļ glabājiet darbā lieku kreklus, kaklasaiti un zeķu pāri.
- Pirms tualetes atstāšanas vienmēr aplūkojiet sevi spogulī.
- Uz tikšanās ierodieties laikā vai pat nedaudz ātrāk. Paņemiet līdzi darba materiālus, ko studēt gaidīšanas laikā.
- Sapulču laikā nesnaudiet un nesapņojiet. Ja apspriežamā tēma uz jums neattiecas, piezīmju grāmatiņā pierakstiet turpmākos darbus.
- Ēdiet vietējā ēdnīcā. Tas ļaus ietaupīt gan naudu, gan laiku.
- Katru dienu pēc pusdienām dodieties īsā pastaigā. Tas atsvaidzinās galvu un ļaus produktīvi strādāt atlikušajā dienas daļā.

##### **B: Darba ētika:**

- Izstrādājiet savu darba ētiku un centieties to nekad nepārkāpt.

- Rūpējieties par savu godīgumu. Tas nozīmē darīt pareizas lietas pat tad, ja tas nav pieņemts, nav moderni vai nav ienesīgi.

- Radiet par sevi gadīga cilvēka reputāciju. Ja iepriekš šajā jomā jums īsti nav izdevies, šobrīd ir īstais laiks visu sākt no jauna. Tā ir grūti iegūstama reputācija, bet, ja reiz esat ieguvis, dzīvojiet ar tādu gan darbā, gan ārpus tā.

- Nekad nestāstiet rupjus, seksuāla rakstura vai rasistiskus jokus. Ignorējiet tos, kas vēlas jums tādus stāstīt.

- Nemelojiet, nekrāpieties, nezodiet, pat ja kārdinājums ir liels – palieciet godīgs un vēlāk brīnīsieties, cik lielas dividendes nes godīgums.

- Turiet savus solījumus. Ja neesat pārliecināts, ka spēsiet ko izdarīt, nesoliet.

- Vienmēr meklējiet labo citos cilvēkos, un visticamāk, ka viņi darīs to pašu ar jums.

### **C: Attiecības ar personālu:**

- Vienmēr paslavējiet otru, ja ir vērts slavēt. Neglaimojiet par velti.

- Ja kāds jums ko stāsta, nepārtrauciet. Un necentieties stāstītāju pārspēt ar labāku notikumu.

- Daudz smaidiet, pat tad, ja esat nomākts.

- Ja kāds ar jums strīdas, izvairieties no konfrontācijas. Nomierinieties un tad atbildiet.

- Esiet tā persona birojā, kas citiem liek smaidīt. Visiem patīk jautri cilvēki.

- Meklējiet risinājumus nevis problēmas. Problēmas atrast spēj ikviens.

- Ja kāds jums izteicis komplimentu, neatbildiet “Ak, tas jau nekas”. Sakiet “Paldies!” un turpiniet darbu.

- Dzīve nav taisnīga. Un bieži vien arī darbs. Ja gadās kādas nepatīkšanas, sagaidiet rītdienu. Parasti tad kļūst labāk.

- Nesūdzieties. Katrā darba vietā ir kāds, kam liekas, ka vajag par visu sūdzēties. Lai tad kāds cits arī ieņem šo lomu.

- Ja esat nelaimīgs, necentieties to izrādīt citiem.

### **D: Biroja politika:**

- Respektējiet savu bosu, lai ko viņš darītu. Neiejaucieties, ja viņš ko pārmet citiem.

- Katrā darba vietā pastāv noteikta subordinācija. Necentieties ikvienam pakalpot – tas var būt lipīgs paradums!

- Nekad neapspriediet algu ar citiem darbiniekiem.

- Ja kāds jums izsaka komplimentu par darbu, ko darījuši vairāki cilvēki, neļaujiet slavēt sevi vienu.

- Kad citi sāk kaut ko kritizēt, pārvariet sevī vēlmi pievienoties.

- Esiet cēlājs, nevis jaucējs.

### **E: Izglītība un apmācība:**

- Uzziniet visu par kompānijas apmācības programmu un piedalieties tajā.

- Turpiniet savu izglītību. Pat, ja nesaņemsiet formālu diplomu, mācīties vajag visu mūžu. No tā, ko iemācīsieties, atkarīgs, cik pelnīsiet.
- Ja lēni rakstāt ar datoru, iemācīties to darīt ātrāk. Visa mūža laikā tas jums ietaupīs neizmērojamu laika daudzumu.
- Tāpat iemācīties strādāt ar datoru. Jums nav jābūt nekādam burvim, bet jums jāprot apieties ar visu darbā pieejamo tehnoloģiju.
- Mācīties būt komandas spēlētājs. Skolā atbalsta individuālas uzstāšanās. Darbā atbalsta komandas uzvaras.

### **F: FINANSIĀLAIS ASPEKTS:**

- Nekad nav pietiekami daudz naudas. Mācīties saskatīt skaisto ne tikai algas apmēros.
- Pārticība un laime nav viens un tas pats.
- Katru gadu izlasiet savas kompānijas atskaiti. Tā ir vienlaicīgi pagājušā gada vēsture un nākamā gada vīzija. Fokusējiet savu karjeru uz šīs vīzijas sasniegšanu.

### **G: KARJERAS ATTĪSTĪBA:**

- Uzziniet, kas ir jūsu bosa boss. Tā ir persona, kas var jūs paaugstināt vai ieteikt kādam to izdarīt.
- Kļūstiet pazīstams kā cilvēks, kurš pirmais nāk uz darbu vai pēdējais aiziet. Var arī apvienot. Taču nedariet vienmēr abas lietas. Tas ir labi karjeras sākumā, bet tas atņem daudz privātā laika.
- Iekarojiet problēmu risinātāja reputāciju. Necentieties savas problēmas novelt uz citiem.
- Pat tad, ja saņemat labu atsauksmi par darbu, jautājiet, ko nākamajā reizē varētu izdarīt labāk.
- Esiet informēts par darbu, kas notiek jums apkārt. Tas ir jūsu nākotnes potenciāls.
- Ja jums patīk tas, ko darāt, veiksmē ir garantēta.
- Ar cilvēkiem no citiem departamentiem ejiet pusdienās. Lai viņi ko vairāk pastāsta par savu darbu. Jūs klausieties.
- Ja šobrīd darāt vairāk nekā jums maksā, vēlāk jums maksās vairāk nekā darīsiet.
- Neprasiet algas pielikumu tāpēc, ka jums vajag vairāk naudas. Prasiet tāpēc, ka esat vairāk vērts.

### **25 aktuāli padomi jūsu karjerai, kas balstīti uz karjeras konsultantu personīgās pieredzes:**

1. Veiksmes sasniegšana parasti prasa upurus. Ja tas būtu viegli, ikviens braukātu ar mersedesu.
2. Pat, ja strādājat lielas kompānijas labā, patiesībā jūs strādājat sev.
3. Darba vieta var kļūst gan jautra, gan izaicinoša. Tas nav viegli, bet ir iespējams. Pacientieties gūt maksimālu prieku no sava darba.



4. Nesteidzieties novērtēt savas iemaņas, temperamentu, spējas un talantus. Ja tomēr pats nespējat izsecināt, meklējiet profesionāla karjeras konsultanta padomu.
5. Jūsu karjera var kļūt par lielāko jūsu finansiālo resursu, tomēr nevajag sevi ne pārvērtēt, ne arī novērtēt par zemu.
6. Lēkāšana no viena darba uz otru nav karjera. Karjera ir kāpšana pa hierarhijas kāpnēm vienas nozares ietvaros.
7. Sfēru, industriju, specializāciju mainīšana ir apgrūtināša un nevajadzīga, tāpēc savu karjeras virzienu jāizvēlas ļoti rūpīgi. Ja reiz esat ko mainījis un novirzījies, būs grūti atkal atsākt.
8. Ja nesekojat līdzī jaunākajām tehnoloģijām, ātri vien varat izkrist no aprites, jo ik pēc 5 gadiem tehnika ir ļoti novecojusi. Īpaši svarīgi tas ir tad, ja jums jau ir pāri 40.
9. Domājiet par savu karjeru kā par sabiedrisko attiecību kampaņu. Jūsu mērķis ir pēc iespējas īsākā laikā iepatīties pēc iespējas vairāk cilvēkiem. Tātad ikviens – vecs, jauns, sieviete, vīrietis – ir svarīgs.
10. “Cilvēciskās iemaņas” ir tikpat svarīgas kā “tehniskās iemaņas”, jo ikviens darbs, kas saistīts ar tehniku, tāpat saistīts arī ar citiem cilvēkiem.
11. Esiet uzmanīgs ar pārmērīgu emociju izpaušanu biznesā, jo īpaši neizrādiet dusmas un vilšanos. Izpaužiet savas sajūtas klusi un taktiski.
12. Pavadiet laiku ar cilvēkiem, kas jums patīk, nevis tiek, kuriem vajadzētu patikt.
13. Lielākais ieguldījums karjerā – silta, entuziasma pilna un pozitīva attieksme pret darbu un cilvēkiem.
14. Kādu dienu jūs varat palikt bez darba, kaut arī šobrīd esat kompānijas vadītājs. Tāpēc savu šībrīža situāciju neuzskatiet par galīgu. Katru rītu mostieties kā bezdarbnieks un ik dienu mēģiniet pierādīt, ka esat šī darba vērts.
15. Nepārmetiet nevienam, ja jums neveicas. Paskatieties uz sevi no malas, pajautājiet citiem, ko varētu uzlabot jūsu darbā vai attieksmē. Nežēlojieties par pagājušajām dienām.
16. Ja tomēr zaudēsiet darbu, 80% no priekšdarbiem jau būs paveikti. Tie ir reputācija, rezultāti, paveiktais, iemaņas, pieredze, pazīšanās un draudzība. Tagad jums jaunu darbu atrast būs nesalīdzināmi vieglāk.
17. Labākie sabiedrotie jūsu dzīvē, karjerā un jo īpaši darba meklēšanā ir jūsu draugi. Neviena jums nepalīdzēs vairāk kā tie, kas jūs jau pazīst. Nesabojājiet draudzību, ja esat atradis lielisku darbu.
18. Darba devēji vispirms nolīgst savus draugus. Jūsu kārtā pienāks tad, kad viņiem aprūksies pazīstamu seju. Tāpēc lieliska taktika ir uzturēt ilgstošas attiecības ar lielu skaitu cilvēku.
19. Padarītie darbi ir jūsu vizītkarte nākotnē, tāpēc ik dienu mēģiniet paveikt ko paliekošu un nozīmīgu. Un neaizmirstiet to reģistrēt.
20. Neesiet bez darba nevienu dienu. Pāris stundas strādājiet kā brīvprātīgais, strādājiet uz pusslodzi, palīdziet draugiem viņu firmās.

21. Mīlestība, laime, draudzība – šīs vērtības stāv pāri jebkuram darbam, lai cik ļoti jums tas patiktu. Ja karjera ir visa jūsu dzīve, jūs kļūstat ievainojams un varat izdegt.
22. Pārāk daudz veiksmes nogalina. Iemācieties, kad jāapstājas. Ja domājat, ka esat uz izdegšanas robežas, tā noteikti arī ir. Meklējiet balansu.
23. Nepalieciet darbā, ko ienīstat. Naidis sagraus jūsu veselību, bet tas, savukārt, nenāks par labu ne jūsu ģimenei, ne apkārtnējiem, ne pašam. Riskējiet! Mainiet darbu!
24. Nemeklējiet attaisnojumus, ja neveicas. Saki sev: “Es kontrolēju savu nākotni. Neviens man nevar liegt dzīvot laimīgi, tātad neviens, izņemot mani pašu, man nevar traucēt būt veiksmīgam.”
25. Lai kāda būtu jūsu erudīcija, dalieties ar citiem. Palīdziet, kad vien iespējams.

### **Nobeiguma vārdi**

Šī karjeras attīstības rokasgrāmata neizliekas esam visaptveroša vai piemērojama visām dzīves situācijām. Dzīve ir tik piesātināta un cilvēki tik dažādi, ka neviena grāmata vai zinātne nevar būt universāla.

Atcerieties, ka grāmatas var sniegt jums tikai ieskatu, pamatu turpmākajam darbam. Kā konsultants jūs vairāk varat iemācīties nevis no rokasgrāmatas, bet gan no sava darba. Protams, lai būtu īsts profesionālis savā jomā, jums nepieciešami “instrumenti”, kuros ieskatīties, ja kas piemirsies. Ceram, ka konsultanta ikdienas darbā šī rokasgrāmata būs lielisks instruments, ar kura palīdzību daudzi klienti būs veiksmīgi savā turpmākajā karjerā.