

Εγχειρίδιο Επαγγελματικής Ανάπτυξης για Συμβούλους

Στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού πιλοτικού προγράμματος
επαγγελματικής ανάπτυξης για νέους
Leonardo da Vinci (2002 – BG/02/B/F/PP - 132018)

Ευρετήριο

Εισαγωγή	4
I ΜΙΑ ΓΕΝΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΓΙΑ ΝΕΟΥΣ	6
1. Ο δημόσιος τομέας	7
2. Μη κυβερνητικός/Ιδιωτικός τομέας	8
3. ICT και Επαγγελματικές υπηρεσίες	9
II. ΓΝΩΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ	12
1. Γνωρίζοντας τον πελάτη. Επικοινωνιακά ζητήματα	12
2. Οργάνωση και στήσιμο	15
3. Εντοπίζοντας και κατανοώντας τις προσδοκίες του πελάτη	17
4. Πρόταση και συμφωνία καθοδήγησης	20
III. ΕΞΕΛΙΣΣΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ: ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	21
1. Αυτό-περιγραφή	21
2. Ψυχομετρικά τεστ – σημασία και τύποι	29
2.1. Κλίσεις - Τι μπορεί να κάνει καλύτερα;	29
2.2. Προσωπικότητα – Πως το κάνει;	32
2.3. Κίνητρα – Τι θέλει να κάνει στην πραγματικότητα;	34
IV. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΡΙΕΡΑΣ	36
1. Ταιριάζοντας τα στοιχεία της προσωπικότητας με την καταλληλότερη δουλειά	36
2. Το Σχέδιο Δράσης	56
V. ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΔΟΥΛΕΙΑ ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	61
1. Τεχνικές και διαδικασίες για ανάκτηση πληροφοριών	61
2. Τι είναι η αναζήτηση εργασίας	62
3. Αναζήτηση εργασίας και διαφορετικά μέσα	65

Content

4. Παρουσίαση πρακτορείων αναζήτησης εργασίας 74

5. Διαδίκτυο 78

VI. ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΔΟΥΛΕΙΑΣ 86

1. CV 91

2. Συνοδευτικό γράμμα 114

VII. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΔΟΥΛΕΙΑ 118

1. Στυλ συνέντευξης 118

2. Συνέντευξη ως διαδικασία 123

3. Κατευθυντήριες γραμμές 124

VIII. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΕ ΝΕΑ ΔΟΥΛΕΙΑ 135

Τελευταία λόγια 148

Εισαγωγή

Αυτό το εγχειρίδιο, που έχει συντεθεί με τη συλλογή συνεισφορών από αρκετούς συγγραφείς, έχει συλληφθεί μέσα στα πλαίσια του εγχειρήματος Leonardo da Vinci 2002-BG/02/B/F/PP-132018 και είναι θεμελιωμένο στην αυξανόμενη σημασία που έχει σήμερα η παροχή συμβουλών, όχι μόνο στις λεγόμενες μεταβατικές στιγμές, αλλά και ως σταθερό εργαλείο για ενδυνάμωση και αυτο-ανάπτυξη των ατόμων.

Οι συνεργάτες του εγχειρήματος έχουν ξεκινήσει να δουλεύουν μοιράζοντας τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παραδόσεων και πολιτισμών στις αντίστοιχες χώρες (Βουλγαρία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λετονία, Σλοβακία, Ισπανία και Σουηδία), συνειδητοποιώντας έτσι τη σημασία του θέματος και ύστερα εκτιμώντας – στα πλαίσια του εγχειρήματος – τις ανάγκες όσον αφορά στις υπηρεσίες καριέρας.

Η διαπραγμάτευση των περιεχομένων, προσεγγίσεων και μεθόδων μεταξύ των συγγραφέων έχει υπάρξει πολύ ενδιαφέρουσα, φανερώνοντας όχι μόνο μεγάλες διαφορές όσον αφορά στις δομές και διαδικασίες, αλλά και όσον αφορά στις υπηρεσίες και τους πόρους που χρειάζονται. Το αποτέλεσμα αυτής της αντιπαράθεσης ήταν ότι η παροχή συμβουλών μπορεί, σε διαφορετικά επίπεδα, να καταπιαστεί με λιγότερο ή περισσότερο ευρέα θέματα, απαιτώντας λιγότερο ή περισσότερο επαγγελματισμό (ιδιαίτερα όταν καταπιάνεται με ψυχολογικές ή άλλες πτυχές). Μία κοινή πραγματικότητα έχει αναγνωριστεί στις βασικές υπηρεσίες παροχής συμβουλών, οι οποίες λειτουργούν σε διαφορετικές πραγματικότητες (κέντρα για νέους, πανεπιστήμια, σχολεία, κυβερνητικοί ή μη κυβερνητικοί οργανισμοί) αλλά όλες ασχολούνται με αρκετά ποικίλες περιπτώσεις χρηστών και απαιτήσεων, και έτσι απαιτούν ιδιαίτερα ευέλικτες δυνατότητες. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο έχει συντεθεί αυτό το εγχειρίδιο: ως ένα εργαλείο για τους συμβούλους που εργάζονται σε βασικές υπηρεσίες καριέρας.

Ο στόχος του εγχειριδίου είναι λοιπόν οι σύμβουλοι καριέρας, ειδικοί που εργάζονται σε βασικές υπηρεσίες στους οποίους οι συγγραφείς απευθύνουν διαδικαστικές και πρακτικές συμβουλές, ευέλικτα εργαλεία για να προσαρμοστούν σε ένα αρκετά ευρύ περιβάλλον.

Το εγχειρίδιο είναι σχεδιασμένο σαν ένα ταξίδι, χαράζοντας ένα μονοπάτι για να το ακολουθήσουν οι σύμβουλοι ώστε να οδηγήσουν τον πελάτη στην απόκτηση αυτογνωσίας για τη λήψη των δικών του αυτόνομων αποφάσεων. Η δομή του εγχειριδίου συμπεριλαμβάνει λοιπόν αρκετούς τομείς, που ο καθένας διευκρινίζει συγκεκριμένα ζητήματα και διαδικασίες. Μετά από μία σύντομη περίληψη των διαφορετικών δομών που συναντούμε στο πεδίο της παροχής συμβουλών σε διαφορετικές χώρες,

Introduction

όπως αυτές που εμπλέκονται στο εγχείρημα, το εγχειρίδιο ασχολείται με την πρώτη συνάντηση με τον πελάτη, την παροχή μερικών πρακτικών συμβουλών για το πώς να επικοινωνήσετε μαζί του, να εντοπίσετε τις ανάγκες του, να κερδίσετε την εμπιστοσύνη του και να σχηματίσετε μία πρόταση για το ξεκίνημα της πορείας παροχής συμβουλών.

Το εγχειρίδιο συνεχίζει προτείνοντας μερικά πολύ πρακτικά εγχειρίδια για εκτίμηση και αξιολόγηση του προφίλ του πελάτη, εντοπίζοντας στοιχεία της προσωπικότητάς του, των κινήτρων, των κλίσεων και των αναγκών του. Κατόπιν πηγαίνει ένα βήμα μπροστά κάνοντας καλή χρήση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από την εσωτερική και εξωτερική αξιολόγηση. Ένα αντίστοιχο τμήμα διευκρινίζει πώς να ταιριάξετε το προφίλ του πελάτη με κατάλληλες εργασίες, σχεδιάζοντας όλα τα βήματα που πρέπει να γίνουν για την κατάκτηση συγκεκριμένων θέσεων.

Το να ξεκινήσει κανείς την αναζήτηση για δουλειά είναι από μόνο του μία κανονική δουλειά! Τι πρέπει να γνωρίζει γι' αυτό ο πελάτης; Το εγχειρίδιο προτείνει μία συγκεκριμένη πορεία που περνά από την πρόσβαση και κατανόηση των πηγών πληροφορίας (συμπεριλαμβανομένων και των διαδικτυακών), στην επεξήγηση των τεχνικών επαφής με έναν πιθανό εργοδότη, τα χαρακτηριστικά των βιογραφικών και συνοδευτικών γραμμάτων. Αυτό το βιβλίο παρέχει στους συμβούλους πλήρεις πληροφορίες, επιτρέποντας στο σύμβουλο να κατευθύνει τον πελάτη στη συνέντευξη και τελικά στη νέα δουλειά.

Κάθε ζήτημα αντιμετωπίζεται σε ένα γενικό επίπεδο, αλλά με ολοκληρωμένο τρόπο, προσφέροντας πολλές πρακτικές προτάσεις και οδηγίες, παρέχοντας ανακυκλώσιμα υλικά όπως τεστ, φύλλα εργασίας, μορφές βιογραφικών και άλλων γραμμάτων. Ακόμη, στο παράρτημα, οι σύμβουλοι μπορούν να βρουν μερικές συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με τους νέους ηλεκτρονικούς τύπους μάθησης και παροχής συμβουλών – τα λεγόμενα e-learning (ηλεκτρονική μάθηση) και e-consulting (ηλεκτρονική παροχή συμβουλών).

Κλείνοντας και ευχαριστώντας τους συγγραφείς για την πολύτιμη συνεισφορά τους, ελπίζουμε να έχουμε έστω εν μέρει πετύχει το σκοπό αυτού του εγχειριδίου, που συνελήφθη ως ένα εργαλείο υποστήριξης των συμβούλων που δουλεύουν σε γενικές επαγγελματικές υπηρεσίες μέσα στο πολύπλοκο επάγγελμά τους. Στη σημερινή κοινωνία, οι σύμβουλοι χρειάζονται πολύ αποδοτικά μέσα για συστηματοποίηση των πληροφοριών και των πηγών, ώστε να βοηθούν τον πελάτη να κάνει τα βήματά του σε έναν κόσμο όπου το πρόβλημα δεν είναι να βρεις πληροφορίες, αλλά να επιλέξεις ανάμεσα σε υπεράριθμα μηνύματα αυτά που πραγματικά ταιριάζουν στις ανάγκες και τους στόχους σου.

Τέλος, μία σύντομη αναφορά στον Paul Watzlavich¹ και στο ανέκδοτό του όπου ένας μεθυσμένος ψάχνει για κάτι κάτω από τα φώτα της πόλης. Ένας αστυνομικός τον ρωτά αν έχει χάσει κάτι σημαντικό. «Τα κλειδιά μου!» λέει ο άντρας. Έτσι αρχίζουν να ψάχνουν μαζί. Μετά από λίγο, χωρίς αποτέλεσμα, ο αστυνομικός θέλει να ξέρει αν είναι σίγουρος αν ο άντρας είναι σίγουρος για το μέρος που έχασε τα κλειδιά του. «Είναι εδώ, άνθρωπέ μου; Είσαι σίγουρος;», ρωτά ο αστυνομικός. «Όχι,

¹ Watzlavich P. "Istruzioni per rendersi infelici" (How to be unhappy; instructions for...). Feltrinelli, Milan, 1998, p. 22.

Introduction

για την ακρίβεια όχι εδώ...εκεί κάτω στο σκοτάδι!». Για να πας μαζί με κάποιον στο σκοτάδι, να τον κάνεις να μην το φοβάται, σημαίνει να στηρίζεις μία ενεργή στάση απέναντι στο άγνωστο και τις αλλαγές, ενδυναμώνοντας τους πόρους και τις δεξιότητες κάποιου, ασχολούμενος μαζί τους...δηλαδή ο ρόλος που έχει ένας ικανός σύμβουλος.

Μία γενική θέωρηση των επαγγελματικών υπηρεσιών για νέους

Αν και ίσως φαντάζει υπερβολικά φιλόδοξο, αυτό το κεφάλαιο στοχεύει να δώσει μία γενική επισκόπηση της κατάστασης των επαγγελματικών υπηρεσιών για νέους σε διαφορετικές Ευρωπαϊκές χώρες. Γι' αυτόν το σκοπό, οι συγγραφείς έχουν λάβει υπόψην τους τις τεράστιες διαφορές ανάμεσα στις συμπεριλαμβανόμενες χώρες, είτε πολιτισμικές είτε οργανωτικές. Είναι λοιπόν βασικό να δώσουμε προσοχή στις τρέχουσες αλλαγές που συμβαίνουν σ' αυτό το πεδίο: χώρες που έχουν ήδη μεγάλη παράδοση στον τομέα προσπαθούν κυρίως ν' ανανεώσουν τις δομές τους. Οι πιο «νεοσύλληκτες» διαχειρίζονται τους πόρους τους ώστε να εγκαταστήσουν κατάλληλες υπηρεσίες. Οι ακόλουθες σελίδες αποτελούν μία απόπειρα γενικής πληροφόρησης για τις υπηρεσίες παροχής συμβουλών, παρουσιάζοντας τα κύρια χαρακτηριστικά των υπαρχόντων θεσμών, παραγόντων και διαδικασιών. Παρολαυτά, η παρουσίαση αυτή δεν είναι εξαντλητική, γιατί πηγαιίνει πέρα από τους σκοπούς αυτού του εγχειριδίου.

Οι κύριες αλλαγές που συνέβησαν στη σύγχρονη εποχή στον τομέα της εκπαίδευσης, της οικονομίας και της αγοράς εργασίας, έχουν δημιουργήσει μεγάλο αντίκτυπο στον τρόπο που η παροχή συμβουλών κατανοείται και εφαρμόζεται.

Σε πρακτικούς όρους αυτό σημαίνει ότι νέοι παράγοντες έχουν αρχίσει να λειτουργούν σε αυτό το πεδίο, μέσω διαφορετικών διαδικασιών και μέσων. Όλες αυτές οι αλλαγές έχουν μετατρέψει την παροχή συμβουλών σε κρίσιμο εργαλείο για την ένταξη των ανθρώπων σε ένα εκπαιδευτικό και εργασιακό σύστημα.

Αν κάποιες δεκαετίες πριν οι άνθρωποι αποζητούσαν τέτοιου είδους υπηρεσίες σποραδικά, βασικά ενώ επέλεγαν την εκπαίδευση ή το επάγγελμά τους, αυτή η αρχή έχει τώρα αλλάξει δραστικά. Οι παρούσες συνθήκες έχουν επιβάλλει την αρχή της ελαστικότητας, όπερ σημαίνει ότι ο κύκλος της ζωής δε νοείται πια σαν μία γραμμική πορεία αλλά τεμαχισμένη. Αυτό πάλι σημαίνει ότι η εργασιακή ζωή, συμπεριλαμβανομένης της εξάσκησης, είναι πολύ πιο αρθρωτή: οι περισσότεροι άνθρωποι δε δουλεύουν πάνω στο ίδιο πράγμα όλη τους τη ζωή αλλά είναι πιθανό να αλλάζουν την απασχόλησή τους, και αν όχι, σίγουρα θα χρειαστεί να ανανεώσουν τις δεξιότητές τους ώστε να μπορούν να παραμείνουν στην αγορά.

Αυτός είναι ο λόγος που η παροχή συμβουλών θεωρείται όλο και λιγότερο μία απομονωμένη ανάγκη, αλλά μία υπηρεσία που στηρίζει τους ανθρώπους στο να αποκτούν ικανότητες για τη ζωή τους, να είναι ενημερωμένοι και υπεύθυνοι για λήψη αποφάσεων που επηρεάζουν τις ζωές τους.

- An overview of youth career services -

Όλες οι αλλαγές που περιγράφονται παραπάνω έχουν δημιουργήσει αντίκτυπο όχι μόνο στον όγκο των υπηρεσιών παροχής συμβουλών, την ίδια τη δραστηριότητα ή τον επαγγελματισμό που απαιτείται, αλλά επίσης, φυσικά, στον τρόπο που λειτουργούν οι θεσμοί σε αυτόν τον τομέα, όπως είναι «κτισμένοι» σε ένα σύστημα (σχολεία, πανεπιστήμια, κέντρα επαγγελματικής εξάσκησης, γραφεία / πρακτορεία απασχόλησης, γραφεία εργασίας κτλ.).

Η στενή αλληλεξάρτηση ανάμεσα στα διαφορετικά συστήματα ήταν / είναι κατά κάποιον τρόπο υπαγορευμένη από τα χαρακτηριστικά της οικονομίας και της αγοράς εργασίας. Αυτό το στοιχείο, παρολαυτά, απέχει δυστυχώς πολύ από το να μετατραπεί σε ένα αποδοτικό δίκτυο ανάμεσα σε όλα τα θέματα που εμπλέκονται. Η κατάσταση αυτή σιγά-σιγά στρέφεται προς μία επακόλουθη αλληλεξάρτηση ανάμεσα σε θεσμούς, πόρους και διαδικασίες.

Ο βασικός διαχωρισμός ανάμεσα στους θεσμούς και στους οργανισμούς που λειτουργούν στο πεδίο της παροχής συμβουλών βρίσκεται στη βάση της φύσης τους – κυβερνητική/δημόσια και μη κυβερνητική/ιδιωτική.

Ο κυβερνητικός τομέας συμπεριλαμβάνει όλες αυτές τις υπηρεσίες που λειτουργούν σε δημόσια γραφεία, υπουργεία, κοινότητες, πολιτεία και επαρχίες. Ο ιδιωτικός αποτελείται από συλλόγους, οργανισμούς και ιδρύματα. Εκτός από αυτές τις δύο ευρείες κατηγορίες υπάρχει σήμερα και το μεγάλο σύμπαν των υπηρεσιών που έχουν βάση το διαδίκτυο και παρέχουν είτε πληροφορίες είτε παροχή συμβουλών στον κυβερνοχώρο.

Πολύ σπάνια αυτοί οι τρεις τομείς λειτουργούν ως ένα σύστημα, παρέχοντας ενσωματωμένες υπηρεσίες και μεγιστοποιώντας τον επαγγελματισμό και τους πόρους. Πιο συχνά οι θεσμοί αυτοί δρουν ξεχωριστά, είτε από μόνοι τους είτε με από κοινού εγχειρήματα.

1. Ο Δημόσιος Τομέας

Σχεδόν σε κάθε χώρα, οι κυβερνητικοί θεσμοί καθορίζουν την εθνική πολιτική απέναντι στα παιδιά και τους νέους ανθρώπους. Ορίζουν τακτικές για τους νέους, εργασία πάνω σε δημόσια έγγραφα, σχεδιάζουν και συντονίζουν συγκεκριμένες δραστηριότητες και προγράμματα για νέους. Λειτουργούν ως ένα συντονιστικό σώμα για άλλους θεσμούς. Παρέχουν πληροφορίες και επαγγελματική παροχή συμβουλών στα πεδία της απασχόλησης και της εργασίας, στην εκπαιδευτική και επαγγελματική ανάπτυξη (συμπεριλαμβανομένης της αύξησης των προσόντων), συμμετέχουν στην παροχή των συμβουλών και βοηθούν τους εργοδότες στην εισαγωγή νέων εργασιακών θέσεων και προγραμμάτων ειδικά για νέους ανθρώπους.

Σε αυτόν τον τομέα υπάρχουν πιο συχνά τρεις ευρείες κατηγορίες:

- An overview of youth career services -

- Θεσμοί που υπάγονται στο Υπουργείο Παιδείας.

Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει κυρίως σχολεία, κολέγια και πανεπιστήμια. Η σύγχρονη εποχή έχει φανερώσει την ανάγκη ένταξης της παροχής συμβουλών και επαγγελματικής καθοδήγησης στο σχολικό πρόγραμμα. Αν πριν μερικά χρόνια αυτό ήταν το προϊόν κάποιων μεμονωμένων εγχειρημάτων που στόχευαν να συνδέσουν την επιμόρφωση με την αγορά εργασίας, σήμερα σχεδόν όλα τα σχολεία περιλαμβάνουν λίγο πολύ ανεπτυγμένες μόνιμες υπηρεσίες που παρέχουν υποστήριξη στους μαθητές ενώ σχεδιάζουν το μέλλον τους. Οι υπηρεσίες μπορεί να ποικίλουν πολύ στις δομές και τη διαχείρισή τους αλλά συχνά προσφέρουν δραστηριότητες όπως διοργάνωση σεμιναρίων, συναντήσεων, επισκέψεων, έκδοση υλικών, οδηγών κτλ.

- Θεσμοί που υπάγονται στο Υπουργείο Εργασίας.

Σχεδόν παντού στις χώρες που αναφέρθηκαν, τα Υπουργεία Εργασίας στοχεύουν στη μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων της παιδείας και στην ελαχιστοποίηση της ανεργίας.

Αυτό ήταν ένα πολιτισμικό και κατά κάποιον τρόπο φυσικό γεγονός. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Υπουργείο Εργασίας ήταν ο θεσμός με δικαιοδοσία να διαχειρίζεται τις εργασιακές σχέσεις, συμπεριλαμβανομένης της παροχής συμβουλών.

Σήμερα ο συγκεντρωτισμός είναι μία διαχειριστική αρχή που ουσιαστικά ανήκει στο παρελθόν. Σε πολλούς τομείς οι Πολιτείες υπαναθέτουν την εξουσία τους σε τοπικούς θεσμούς που μπορούν καλύτερα να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες ανάγκες και να αλληλεπιδράσουν με τους χρήστες.

Στον τομέα της εργασίας συμβαίνει το ίδιο. Οι κοινωνικές αλλαγές φανέρωσαν ότι ήταν καιρός όχι μόνο να ξανακτιστούν οι δομές, αλλά να υπάρξει δράση υπέρ της αυτο-ενδυνάμωσης των νέων ή άλλων δυσπραγώντων ανθρώπων και να προληφθεί η ανεργία παρά να θεραπευθεί.

Αν τα εργασιακά γραφεία ήταν πριν βασισμένα σε απλές γραφειοκρατικές διαδικασίες, τώρα υιοθετούν πιο ελαστικές μεθοδολογίες, μοιράζομενα τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τον ιδιωτικό τομέα και επιτέλους βασίζοντας τις υπηρεσίες τους στο άτομο, τις προοπτικές του, τις ανάγκες του για εκπαίδευση / εξάσκηση και τις δεξιότητές του, δηλαδή η λεγόμενη «προσωπο-προσανατολισμένη» προσέγγιση.

Αυτή η κατάσταση αποτελεί ήδη πραγματικότητα σε μερικές χώρες της Ευρώπης με μεγάλη παράδοση στο χώρο, ενώ έχει ελάχιστα χτιστεί από άλλες με συστήματα εντελώς ανεπαρκή σε σχέση με τις πιο πρόσφατες εκκλήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης που θέλει τη δυνατότερη οικονομία ως αποτέλεσμα επένδυσης στους πολίτες και τους ανθρώπινους πόρους.

- Τοπικές υπηρεσίες που υπάγονται σε δήμους ή κοινότητες.

Συγκριτικά, αυτός ο τομέας είναι πιθανόν ο πιο δύσκολος να περιληφθεί. Είναι γνωστό ότι οι κανονισμοί των τοπικών θεσμών μπορούν να ποικίλουν σε μεγάλο βαθμό από χώρα σε χώρα. Οι παράγοντες και οι θεσμοί που εμπλέκονται είναι συχνά τελείως ανομοιογενείς, ακόμα και μέσα στην ίδια χώρα.

- An overview of youth career services -

Σε γενικές γραμμές, αυτό το πεδίο συμπεριλαμβάνει όλες εκείνες τις υπηρεσίες που εφαρμόζονται από κοινότητες, επαρχίες και δήμους είτε άμεσα μέσω των γραφείων τους (κέντρων εργασίας, γραφείων απασχόλησης κτλ.) ή μέσω μικρότερων συλλόγων που χρηματοδοτούνται από τους ίδιους. Σε αυτήν την ευρεία κατηγορία, πρέπει να προστεθούν όλες οι δραστηριότητες που προσφέρονται από σωματεία και άλλους επιχειρηματικούς συλλόγους.

Τα χαρακτηριστικά αυτών των υπηρεσιών συχνά έχει τη βάση του στην περιοχή, αν και οι περισσότερες από αυτές αντιμετωπίζουν τώρα τη δυσκολία να αντιδράσουν στις πολύ γρήγορες αλλαγές που συμβαίνουν στην τεχνολογία, τους πόρους και τις διαδικασίες.

2. Μη Κυβερνητικός / Ιδιωτικός Τομέας

Οι μη κυβερνητικοί θεσμοί ορίζονται ως ένα σύστημα οργανισμών που διαφέρουν σε αριθμό και χαρακτηριστικά, στόχους και αποστολές. Η προσπάθεια να συνοψίσεις ή να παρουσιάσεις κατάλληλα τη δουλειά που γίνεται σε διαφορετικά επίπεδα από αυτούς τους οργανισμούς φαίνεται πολύ δύσκολη.

Πιθανόν ένας από τους κύριους διαχωρισμούς είναι ανάμεσα σε επαγγελματικούς και εθελοντικούς οργανισμούς, και δεύτερον, ανάμεσα σε αυτούς που περιλαμβάνουν επαγγελματικές υπηρεσίες και αυτούς που παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες ως δευτερεύουσα δραστηριότητα.

Ανάμεσα τους, τις περισσότερες φορές, παρέχουν μόνο πληροφορίες, επιμορφωτική υποστήριξη ή δραστηριότητες εξάσκησης. Γι' αυτόν το λόγο δεν μπορούν ούτε να αποκλειστούν από το πεδίο ούτε να το εκπροσωπήσουν πλήρως.

Αυτή η θεώρηση σχετικά με την αντιμετώπιση ενός ζητήματος είναι μάλλον πολύ ευρεία για τους σκοπούς αυτού του κεφαλαίου, αλλά είναι σημαντικό ν' αναφερθεί.

Στην πραγματικότητα, η ποικιλία των οργανισμών που λειτουργούν σ' αυτόν το χώρο φανερώνει από τη μία την ελαστικότητα του ιδιωτικού τομέα στο να λαμβάνει δράση απέναντι σε τέτοιες επείγουσες ανάγκες (επιμόρφωση νέων, πληροφόρηση και ανεργία). Από την άλλη, παρακινεί την ανάγκη ρύθμισης του τομέα με την εισαγωγή συγκεκριμένων προτύπων όσον αφορά στις δομές, τους πόρους και τις διαδικασίες.

Σε γενικές γραμμές, σπάνια προσφέρουν υπηρεσίες όπως αναβάθμιση καριέρας, βελτίωση τρόπου ζωής και οργάνωση δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, προστασία των νέων ανθρώπων ενάντια στη σκληρότητα και την εκμετάλλευση, παροχή εκπαιδευτικών προγραμμάτων, διαχείριση δραστηριοτήτων υποστήριξης νεαρών εργατών ή μειονεκτικών ατόμων.

3. ICT και Επαγγελματικές Υπηρεσίες

Σήμερα αρκετά σημαντικές αλλαγές έχουν προκύψει στον τομέα των υπηρεσιών παροχής συμβουλών. Ο αντίκτυπος των νέων τεχνολογιών έχει παίξει σημαντικό ρόλο σε πολλούς τομείς της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής. Αυτές οι αλλαγές έφεραν δύο κύριες συνέπειες: από τη μία σταθερά μετατρέπουν τις υπάρχουσες υπηρεσίες στον τρόπο που ορίζονται και προσφέρονται, από την άλλη

- An overview of youth career services -

απλώς επέτρεψαν τη δημιουργία νέων υπηρεσιών, τελείως διαφορετικών και ριζικά διαμορφωμένων από την τεχνολογία μέσω της οποίας προέκυψαν.

Πρώτον, οι υπάρχουσες επαγγελματικές υπηρεσίες είναι υποχρεωμένες να προσφέρουν τις δραστηριότητές τους μέσω πρόσβασης στις τελευταίες πληροφοριακές τεχνολογίες.

Αυτό έχει δημιουργήσει αρκετά σταθερές αλλαγές όσον αφορά τα εξής:

- Αγορά ή πρόσβαση σε νέα μέσα (hardware και software)
- Εκσυγχρονισμός δεξιοτήτων και ικανοτήτων
- Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- Ευκαιρία για επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο

Στη δεύτερη περίπτωση, οι υπηρεσίες με βάση το διαδίκτυο συνειδητοποιούν πριν από τις άλλες, την προοπτική των νέων μέσων, εφαρμόζοντάς τα σε επαγγελματικές υπηρεσίες για νέους όπως και σε πολλούς άλλους τομείς.

Οι πληροφοριακές τεχνολογίες σίγουρα παρέχουν σημαντική υποστήριξη στους νέους ενώ ψάχνουν για δουλειά (είτε στο εξωτερικό είτε στην πατρίδα τους).

Βέβαια, οι υπηρεσίες με βάση το διαδίκτυο δεν μπορούν να παρέχουν συμβουλές πρόσωπο-με-πρόσωπο (χωρίς την ειδική βίντεο τεχνολογία), και πιο συχνά προσφέρουν περισσότερο πηγές πληροφοριών για υπηρεσίες επαγγελματικής ανάπτυξης, εκπαιδευτικά προγράμματα και θεσμούς, προγράμματα ανταλλαγής νέων ή διασκέδαση (κυρίως παιχνίδια).

Η κλίμακα των νέων που εκμεταλλεύονται αυτές τις υπηρεσίες είναι παρολαυτά ακόμα χαμηλή, και όχι ομοιόμορφα κατανεμημένη ανάμεσα στις χώρες που περιλαμβάνονται σ' αυτήν την παρουσίαση. Η ευκαιρία να «σερφάρεis» στο διαδίκτυο είναι λοιπόν ένα προνόμιο. Εξαρτάται αυστηρά από τον τόπο διαμονής, από τους μισθούς και την κοινωνική κατάσταση των χρηστών που δουλεύουν, σπουδάζουν ή είναι άνεργοι. Παρολαυτά, στον 21^ο αιώνα, αυτές οι υπηρεσίες είναι ασύλληπτες χωρίς την υποστήριξη του ICT και μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτά τα πλεονεκτήματα στο www.careercenteronline.org και στο CD "On the job market".

Γνωρίζοντας τον πελάτη

Αυτό το κεφάλαιο αναλύει το ζήτημα της πρώτης συνάντησης με τον πελάτη. Ως η πρώτη προσέγγιση με τον χρήστη της υπηρεσίας, πρόκειται για ένα πολύ κρίσιμο βήμα. Πάνω στη στιγμή που θα χτιστεί η αμοιβαία σχέση ανάμεσα στο σύμβουλο και τον πελάτη, συντελείται η βάση για οποιαδήποτε περαιτέρω εξέλιξη.

Η πρώτη εντύπωση είναι μάλλον η βάση πάνω στην οποία ο πελάτης θα αποφασίσει αν θα προχωρήσει ή όχι. Ο σύμβουλος αναλαμβάνει όχι μόνο να κάνει ένα διαπροσωπικό στήσιμο, αλλά ακόμη να οργανώσει όλα εκείνα τα στοιχεία και τις πηγές που μπορούν να διευκολύνουν την εμπιστοσύνη και μία θετική στάση απέναντι στην υπηρεσία.

Αυτές οι σελίδες θα ασχοληθούν από τη μία με τα πολύ συγκεκριμένα ζητήματα της πρώτης συνάντησης, και από την άλλη με μεθοδολογικές και διαδικαστικές πτυχές μέσω των οποίων θα ξεκινήσει ολόκληρη η διαδικασία.

Η διαχείριση των υπηρεσιών παροχής συμβουλών, όπως αυτές που περιγράφηκαν προηγουμένως, περιλαμβάνει έναν αριθμό βημάτων-κλειδιών. Ανάμεσά τους βρίσκεται η υποδοχή του πελάτη, που μπορεί να είναι ένα μόνο μέρος των πολύπλοκων δομών ή η ίδια βασική υπηρεσία.

Με τον όρο «συνάντηση» αναφερόμαστε σε μία θετική και αποτελεσματική αλληλεπίδραση ανάμεσα στους συμβούλους και στον πελάτη. Αυτή η σχέση συμπεριλαμβάνει επικοινωνιακές και ουσιαστικές πλευρές, επηρεασμένες από περιβαλλοντικούς, οργανικούς και διαδικαστικούς παράγοντες.

Αυτό το τελευταίο κομμάτι του ορισμού μας υπενθυμίζει την ιδιαίτερη προσοχή που πρέπει να δοθεί όχι μόνο στο τι και πως λέγεται, αλλά και με ποια σειρά και ιδιαίτερη οργανωτική διάταξη.

Όσο αυτόνομο κι αν είναι, η πρώτη συνάντηση αναφέρεται στην αρχική αλληλεπίδραση ανάμεσα σε πελάτη και σύμβουλο. Η στιγμή αποκαλύπτει τη σημασία της, ενώ η περαιτέρω εμπιστοσύνη και αμοιβαία κατανόηση βασίζεται στην πρώτη εντύπωση.

Ο πελάτης ουσιαστικά δε διαμορφώνει μία απορία, αλλά αξιολογεί απαντήσεις, λύσεις και την ποιότητα της αλληλεπίδρασης όσον αφορά στην προσωπική του ικανοποίηση. Ιδιαίτερα θα λάβει υπόψη του αν η υπηρεσία είναι προσβάσιμη, καλά δομημένη και κατανοητή.

Τα περιβαλλοντικά στοιχεία (σχήμα και οργάνωση του χώρου, έπιπλα, δίκτυο πληροφοριών, εντοπισμός και προσβασιμότητα των εργαλείων για αυτο-αξιολόγηση) στην ουσία συνεισφέρουν μαζί με τις επικοινωνιακές πτυχές στη συνολική ποιότητα της υπηρεσίας.

Αυτό το κεφάλαιο θ' ασχοληθεί με τις πιο σημαντικές πλευρές της πρώτης συνάντησης, με ιδιαίτερη έμφαση στα ζητήματα οργάνωσης και επικοινωνίας.

- Meeting the client -

Για αυτήν τη συγκεκριμένη φάση ολόκληρης της διαδικασίας καθοδήγησης, ο σύμβουλος χρειάζεται συγκεκριμένες γνώσεις και ικανότητες. Η πρώτη συνάντηση στην πραγματικότητα, εκτός του ότι είναι πολύ σύντομη, απαιτεί ικανότητες για αντιμετώπιση αρκετά ευμετάβλητων χρηστών (νέοι, σε μειονεκτική θέση, φοιτητές, άνεργοι) που βρίσκονται πιθανόν σε κατάσταση άγχους και μοιράζονται τις ανάγκες τους για πρώτη φορά.

Σ' αυτό το στάδιο, ο σύμβουλος πρέπει να οργανώσει τις δραστηριότητες σύμφωνα με τα εξής στοιχεία:

- Οργάνωση κατάλληλης διάταξης
- Διαχείριση της επικοινωνιακής διαδικασίας
- Παρουσίαση των υπηρεσιών που παρέχονται
- Επεξήγηση του ρόλου και των λειτουργιών του συμβούλου
- Συστηματοποίηση των αναγκών του πελάτη
- Επεξήγηση του χρονικού και οργανωτικού πλαισίου στη διαδικασία παροχής συμβουλών
- Ανάλυση και αξιολόγηση των αναγκών του πελάτη
- Διαμόρφωση και διαπραγμάτευση μιας επαρκούς πρότασης για καθοδήγηση
- Αναβολή της διαδικασίας αν είναι απαραίτητο και συμφωνία για μία εναλλακτική ημερομηνία / ώρα

1. Συναντώντας τον πελάτη. Ζητήματα επικοινωνίας.

Η πρώτη στιγμή είναι στιγμή αμοιβαίας σύστασης και κατανόησης (ο σύμβουλος και η υπηρεσία από τη μία και ο πελάτης από την άλλη).

Η φάση αυτή απαιτεί από το σύμβουλο να δείξει:

- πλήρη διαθεσιμότητα
- ανοιχτό ενδιαφέρον
- γνήσια θέληση για κατανόηση
- μη επικριτική στάση

- Meeting the client -

- μη καθοδηγητική στάση

Αυτές οι μεθοδολογικές απαιτήσεις δείχνουν ότι ο σύμβουλος πρέπει να δημιουργήσει μία διάταξη συνεργασίας, στοχεύοντας να επικοινωνήσει ΜΕ κάποιον και όχι ΣΕ κάποιον. Αυτό σημαίνει ότι η επικοινωνιακή διαδικασία πρέπει να προσανατολιστεί όχι τόσο προς την καθοδήγηση του πελάτη («Εγώ θα σου δείξω πως / τι να κάνεις») όσο προς τη δική κινητοποίηση («Θα εξατομικεύσουμε και θα οργανώσουμε τις ανάγκες σου ώστε να βρεις το δρόμο σου»).

Σχετικά με τα περιεχόμενα της πρώτης επικοινωνιακής ανταλλαγής, ο σύμβουλος πρέπει να προσέξει τα εξής στοιχεία:

- a) αρχική / αμοιβαία πληροφόρηση
- b) οι ανάγκες του πελάτη
- c) επεξήγηση των υπηρεσιών που παρέχονται
- d) πηγές και ειδικοί που είναι διαθέσιμοι στο κέντρο ή το δίκτυο

Η αλληλεπίδραση απαιτεί από το σύμβουλο να:

- είναι φιλικός και να δείχνει ευθύτητα και ενδιαφέρον
- προσαρμόζει τη γλώσσα του (λεκτική και μη) σε αυτήν του πελάτη
- κάνει κατανοητή τη σημασία της παροχής συμβουλών (επαναλαμβάνοντας το ρόλο και τους στόχους της συνάντησης)
- προσαρμόζει τον τόνο και την ταχύτητα της ομιλίας του στις ανάγκες του πελάτη
- είναι καθαρός και συμπαθητικός
- διατηρεί οπτική και συναισθηματική επαφή
- ακούει ενεργά (να μη διακόπτει ποτέ, να δείχνει ενδιαφέρον στο τι λέγεται, να επιβεβαιώνει την κατανόηση του πελάτη, να τον βοηθά να οργανώνει τις ιδέες του, να δίνει προσοχή σε οποιοδήποτε λεκτικό ή μη στοιχείο)
- επικοινωνεί με ενδιαφέροντα και συμμετοχικό τρόπο

- Meeting the client -

- χρησιμοποιεί ανάλογη σωματική γλώσσα
- βοηθά τον πελάτη να μιλά όσο γίνεται περισσότερο
- εκφράζει συμπάθεια και κατανόηση
- ελέγχει συνεχώς την αποδοτικότητα της επικοινωνίας
- αναδιαμορφώνει έννοιες και ιδέες
- επωμίζεται την ευθύνη για λάθη ή παρεξηγήσεις
- σκέφτεται πριν δώσει feedback
- διαπραγματεύεται
- διατηρεί το ενδιαφέρον του πελάτη για μελλοντική συνάντηση

Όπως φαίνεται από αυτήν τη μακριά λίστα, τα επικοινωνιακά στοιχεία που αφορούν την πρώτη συνάντηση δεν είναι τόσο διαφορετικά από αυτά που σχετίζονται με οποιαδήποτε περαιτέρω συνεδρία παροχής συμβουλών. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι στην πρώτη συνάντηση εμφανίζονται κάπως πιο κρίσιμα. Τα ψυχολογικά εμπόδια που τίθενται λίγο πολύ υποσυνείδητα στην πρώτη συνάντηση με τον πελάτη εγκυμονούν τον κίνδυνο αναποτελεσματικότητας των προσπαθειών του συμβούλου. Αυτά μπορούν να δημιουργηθούν από το ότι ο πελάτης δε γνωρίζει το σύμβουλο, μπορεί να έχει μια θολή εικόνα για το τι θα αποκομίσει από τη συνάντηση, πρέπει να μιλά για προσωπικά / μύχια ζητήματα, δεν έχει καθαρή εικόνα για το τι να ρωτήσει κτλ. Ο σύμβουλος, πέρα από ένα ας το πούμε «άγχος των συμφραζομένων» πρέπει να είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει μία μεγάλη ποικιλία χρηστών, που ο καθένας απαιτεί ειδικές ρυθμίσεις όσον αφορά στα επικοινωνιακά και συναισθηματικά πρότυπα.

2. Οργάνωση και διάταξη.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, μία θετική διάταξη συνεισφέρει στην εγκαθίδρυση μιας καθαρής και κατανοητής επικοινωνίας. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό να είναι κανείς ενήμερος για την οργάνωση του χώρου και άλλες περιβαλλοντικές πτυχές. Ο χώρος είναι από μόνος του ένα μήνυμα προς τον πελάτη για τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται η υπηρεσία, τη σχέση που θα εδραιωθεί και τις προσδοκίες που θα δημιουργηθούν.

Ανάμεσα στους παράγοντες που πρέπει να λάβει κανείς υπόψη είναι η αρχιτεκτονική, το δίκτυο πληροφοριών, ο χάρτης, η απόσταση και άλλες λεπτομέρειες που συνεισφέρουν στη δημιουργία ενός «ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΝΗΜΗΣ» το οποίο υπενθυμίζει στον πελάτη που βρίσκεται και ποιους κανόνες –

- Meeting the client -

αυτονόητους και μη – πρέπει να σεβαστεί.

Ας δούμε τώρα τις πτυχές μια προς μια.

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ: ο όρος αυτός αναφέρεται στην οργάνωση του χώρου, στην επιλογή και τοποθέτηση των επίπλων. Στη συνάντηση, είναι σημαντικό να κάνετε τον πελάτη να νιώθει άνετα και να σέβετε την ιδιωτικότητά του.

ΔΙΚΤΥΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ: εσωτερική αρχιτεκτονική που κωδικοποιεί, οργανώνει και διευκολύνει συγκεκριμένες στάσεις, συμπεριφορές και σχέσεις. Αποφύγετε: σκαμπό, μη προσβάσιμα γραφεία ή τέτοια που υποχρεώνουν τον πελάτη να στέκεται κατά τη διάρκεια της συνεδρίας...

ΧΑΡΤΗΣ: ένα σύνολο γραπτών ή άγραφων κανόνων που η συγκεκριμένη διάταξη απευθύνει στον πελάτη. Οι κανόνες αναφέρονται στις κοινωνικές και διαπροσωπικές σχέσεις που επιτρέπονται μέσα στο δεδομένο χώρο (καθώς εισέρχεται στο χώρο, για παράδειγμα, ο πελάτης πρέπει αμέσως να καταλάβει αν χρειάζεται να περιμένει σε ουρά, αν μπορεί στο μεταξύ αυτόνομα να βρει άλλες πηγές, να μην περάσει κάποιο όριο ώστε να ενοχλήσει έναν προηγούμενο πελάτη...όλα αυτά είναι κανόνες, συχνά άγραφοι, που ο πελάτης μπορεί να διαπιστώσει ρίχνοντας απλώς μια ματιά γύρω του και παρατηρώντας τη διαχείριση του χώρου).

ΑΠΟΣΤΑΣΕΙΣ: η ανάλυση της απόστασης επιτρέπει στους συμβούλους να διαχειρίζονται καλύτερα τη σχέση τους με τον πελάτη. Όπως είναι ευρέως γνωστό, οι αποστάσεις που λαμβάνονται μπορεί να ποικίλουν πολύ ανάλογα με πολιτισμικούς, εθνικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Η ίδια στάση εφαρμοσμένη σε διαφορετικούς πελάτες μπορεί να καταλήξει πολύ κατακτητική σε ορισμένες περιπτώσεις ή πολύ ψυχρή σε άλλες. Το διάστημα που πρέπει να διατηρηθεί ανάμεσα στον πελάτη και το σύμβουλο στις αντίστοιχες θέσεις τους, μπορεί να διαφοροποιηθεί μέσω του εξής σχεδίου:

- **Οικεία:** μπορεί να διακυμαίνεται, ανάλογα με το άτομο και την κουλτούρα του, ανάμεσα σε 20 και 50 εκατοστά. Η οικεία απόσταση φανερώνει το διάστημα που κάποιος κανονικά επιτρέπει μόνο σε λίγους ανθρώπους, αυτούς με τους οποίους έχει στενές σχέσεις.
- **Προσωπική:** μπορεί να διακυμαίνεται, ανάλογα με το άτομο και την κουλτούρα του, ανάμεσα σε 50 και 120 εκατοστά. Σχετίζεται με την απόσταση που κρατούν άνθρωποι οι οποίοι γνωρίζονται μεταξύ τους καλά, αλλά χωρίς οικειότητα.
- **Κοινωνική:** μπορεί να διακυμαίνεται, ανάλογα με το άτομο και την κουλτούρα του,

- Meeting the client -

ανάμεσα σε 120 και 300 εκατοστά. Φανερώνει το διάστημα των επίσημων σχέσεων, όπου η διεύθυνση του περιβάλλοντος και της οργάνωσής του επιτρέπουν σεβασμό στους ρόλους και αμοιβαία απόσταση.

- Δημόσια: μπορεί να διακυμαίνεται, ανάλογα με το άτομο και την κουλτούρα του, ανάμεσα σε 300 και 800 εκατοστά. Κανονικά αφορά τους ανθρώπους που στέλνουν και λαμβάνουν μηνύματα σε ένα δημόσιο χώρο.

Ο σύμβουλος, χωρίς ποτέ να παραβιάζει την προσωπική απόσταση που πρέπει να τον χωρίζει από τον πελάτη, πρέπει παρολαυτά να οργανώνει το χώρο ώστε να διευκολύνεται η επικοινωνία και να αποφεύγονται εμπόδια. Για όλους αυτούς τους λόγους, ο χώρος όπου προσφέρεται η παροχή συμβουλών πρέπει να είναι ευχάριστος και να διευκολύνει τον πελάτη να βρῖκει τις κατάλληλες πηγές (εφημερίδες, διαφημίσεις, υπολογιστές) και τα μέρη που αφορούν κάθε δραστηριότητα (γραφεία για συνεντεύξεις, γραφεία για γράψιμο, καναπές ή καρέκλες για ανάγνωση...)

3. Πως να βρίσκετε και να κατανοείτε τις προσδοκίες του πελάτη.

Όπως αναφέρθηκε ἤδη η πρώτη προσέγγιση είναι αυτή όπου ο σύμβουλος και ο πελάτης συστήνονται με αμοιβαίο τρόπο. Σ' αυτό το στάδιο, ο σύμβουλος πρέπει να παρουσιάσει το ρόλο του στον πελάτη, τις υπηρεσίες που προσφέρονται, τι μπορεί να κάνει γι' αυτόν, που πρέπει να σταματήσει, το χρόνο και τις πηγές που απαιτούνται για την αποκόμιση συγκεκριμένων αποτελεσμάτων.

Έπειτα από αυτή τη φάση, ο σύμβουλος θα προχωρήσει σημειώνοντας τα προσωπικά δεδομένα και – τελικά – τις ανάγκες του πελάτη. Είναι κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης που ο σύμβουλος αποκτά χρήσιμες πληροφορίες και αρχίζει να εξερευνά τις ανάγκες του πελάτη. Ο σύμβουλος θα κρατά σημειώσεις των δεδομένων του πελάτη εξηγώντας το λόγο γι' αυτήν τη διαδικασία και ζητώντας την άδεια του πελάτη. Το να κρατά σημειώσεις κατά τη διάρκεια της συνέντευξης διευκολύνει το σύμβουλο να αντιλαμβάνεται καλύτερα την κατάσταση, να αναδιαμορφώνει συγκεκριμένες ιδέες, να εγγράφει τα δεδομένα του πελάτη για οποιαδήποτε περαιτέρω δραστηριότητα.

Η συνέντευξη πρέπει να προσανατολίζεται στο να κάνει τις ανάγκες του πελάτη κατηγορηματικές διευρευνώντας τις δραστηριότητες και τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει μέχρι τώρα, τα ενδιαφέροντα, τα κίνητρα, τα μελλοντικά σχέδια όσον αφορά στην εκπαίδευση, και τις προσδοκίες του. Ο σύμβουλος, σ' αυτό το στάδιο, έχει πολύ σημαντικό ρόλο. Πρέπει να ξεκαθαρίσει να συγκεκριμενοποιήσει οτιδήποτε λέγεται. Η χρήση διευκρινιστικών ερωτήσεων είναι, στην ουσία, ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για τη διευκόλυνση του πελάτη και την αποδοτική επικοινωνία.

Οι σύμβουλοι μπορούν να χρησιμοποιούν διαφορετικά είδη ερωτήσεων:

- Meeting the client -

a) ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

- για την απόκτηση μιας συγκεκριμένης πληροφορίας
- για την επιβεβαίωση ότι η σημείωση είναι σωστή
- αν ο πελάτης αντιμετωπίζει δυσκολίες στο να εκφραστεί
- αν ο σύμβουλος πρέπει να οδηγήσει τον πελάτη σε ένα συγκεκριμένο θέμα

b) ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Συνήθως δίνουν στον πελάτη την ευκαιρία να εκφραστεί ελεύθερα σχετικά με συνειδητές ή υποσυνείδητες ανάγκες του. Συγκεκριμένα, μπορεί να είναι χρήσιμες για:

- εντοπισμό περίπλοκων πληροφοριών
- επέκταση της κλίμακας της συνέντευξης προς ευρύτερα ζητήματα
- εκκίνηση της συνέντευξης και άμεσο εντοπισμό των απόψεων του πελάτη
- όταν ο πελάτης δείχνει αυτοπεποίθηση και προθυμία στο να εκφραστεί

c) ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Είναι ένα εργαλείο που επιτρέπει την αναδιαμόρφωση του τι έχει ήδη ειπωθεί και ιδιαίτερα για:

- αναδιατύπωση του τι ο πελάτης σκέφτεται / λέει
- κατεύθυνση του πελάτη προς μία καθαρότερη εικόνα των αναγκών και ιδεών του
- προσπέλαση γενικών και αμφιλεγόμενων δηλώσεων
- δημιουργία καθαρής εντύπωσης του τι σκέφτεται / λέει ο πελάτης και διαμόρφωση μιας συνεκτικής πρότασης

Για το σκοπό αυτό ο σύμβουλος πρέπει να:

- **Θέτει ερωτήσεις που του επιτρέπουν να συλλέξει τις πληροφορίες που**

- Meeting the client -

χρειάζεται

- μέσω ανοιχτών ερωτήσεων για να διευκολύνει την επικοινωνία
- μέσω κλειστών ερωτήσεων για να παραμένει συγκεντρωμένος
- μέσω διευκρινιστικών ερωτήσεων για να αποκομίσει συγκεκριμένες απαντήσεις και να προσανατολίσει την ανταλλαγή προς ένα συγκεκριμένο στόχο

➤ Ακούει προσεκτικά στις απαντήσεις που δίνονται

- για να επικεντρώνει την προσοχή του στο τι έχει να πει ο πελάτης
- για να αποφύγει διακοπές

➤ Θέτει συγκεκριμένες ερωτήσεις σύμφωνα με προ-ορισμένα μοντέλα

- γνωρίζοντας τι είδους πληροφορίες χρειάζονται για την κατανόηση των αποριών του πελάτη
- συνεχώς εκτιμώντας αν η πληροφορία που συλλέγονται είναι σχετικές με την πορεία καθοδήγησης
- αναδιατυπώνοντας την ερώτηση, αν η πληροφορία που λαμβάνεται είναι τμηματική ή αντιφατική

Κατά τη διάρκεια της πρώτης συνέντευξης είναι απαραίτητο να δίνεται προσοχή στην προσέγγιση που χρησιμοποιείται. Πρέπει να προσανατολιστεί προς την αυτονομία του πελάτη, με έμφαση πάντα στις πλευρές που μπορούν να κάνουν το άτομο να βασίζεται στους δικούς του πόρους, ικανότητες, αυτογνωσία. Έχοντας συγκεντρώσει τις απαραίτητες πληροφορίες, ο σύμβουλος πρέπει να προχωρήσει στην ανάλυση των αναγκών του πελάτη πάνω στη βάση των συλλεχθέντων πληροφοριών.

Η συστηματοποίηση των πληροφοριών που έχουν εγγραφεί μπορεί να απαιτεί μία επιβεβαίωση ή αναδιαμόρφωση της ερώτησης που αρχικά τέθηκε στον πελάτη: ο σύμβουλος πρέπει για παράδειγμα να λαμβάνει υπόψην του περαιτέρω στοιχεία επιπλέον ή την τροποποίηση των δεδομένων λεπτομερειών.

Ενώ αναδιατυπώνει ή συγκεκριμενοποιεί κάτι, ο σύμβουλος πρέπει πάντα να δικαιολογεί τη συμπεριφορά του δείχνοντας ότι η συνέντευξη παρείχε λόγους για να το κάνει αυτό.

Σε περίπτωση που ο χρόνος δεν ήταν αρκετός ή ο πελάτης παρουσίασε ιδιαίτερες δυσκολίες στο να εκφραστεί, μπορεί να κανονίσει μία περαιτέρω συνάντηση.

4. Η πρόταση καθοδήγησης: υπογράφοντας το συμβόλαιο με τον πελάτη.

Εφόσον η ανάγκη έχει εκφραστεί και η ανάλυση έχει γίνει, ο σύμβουλος πρέπει να διαμορφώσει μία πρόταση καθοδήγησης, επικεντρώνοντας στα βήματα που χρειάζεται και στη διαθέσιμη υποστήριξη (είτε από την υπηρεσία είτε από αλλού), ούτως ώστε να την πραγματοποιήσει. Σ' αυτό το στάδιο, είναι σημαντικό να εξηγηθεί ότι ο ρόλος του πελάτη είναι να παρουσιάζει, να επεξηγεί και να δικαιολογεί την πρόταση αναφερόμενος σε στοιχεία που έχουν δοθεί κατά τη διάρκεια της συνέντευξης. Ο σύμβουλος δεν πρέπει ποτέ να αποφασίζει μόνος, αλλά να αφήνει τον πελάτη απόλυτα ελεύθερο να εκφράσει τη συμφωνία του ή όχι.

Σε περίπτωση αποδοχής, υπάρχουν δύο επιλογές: ο σύμβουλος αναλαμβάνει το ρόλο συνοδείας του πελάτη ή παραπομπής του σε μία διαφορετική (πιο εξειδικευμένη) υπηρεσία. Η κοινή προθυμία για την πραγμάτωση της πορείας καθοδήγησης θα είναι επιβεβαιωμένη με την υπογραφή του λεγόμενου «συμβολαίου». Το να υπογράψετε ένα συμβόλαιο καθοδήγησης (δείτε το έγγραφ που συνάπτεται στο τέλος του κεφαλαίου) έχει ένα σταθερό ψυχολογικό αντίκτυπο στον πελάτη, που τον κάνει να εκφράζει μία γνήσια προθυμία και να παραμένει ενεργός μέχρι το τέλος της διαδικασίας παροχής συμβουλών. Ο σύμβουλος πρέπει να έχει υπόψην του ότι μπορεί να είναι λίγο αγχωτικό για τον πελάτη να του ζητά να υπογράψει. Μία προσεκτική προκαταρκτική επεξήγηση και σύντομη παρουσίαση των κύριων στοιχείων χρειάζονται επομένως. Τα συνημμένα παραδείγματα των «Φύλλων συνάντησης» και «Συμβολαίου» μπορούν να βοηθήσουν το σύμβουλο και σε περαιτέρω εργασία με τον πελάτη και σε διαχείριση της δικής του δουλειάς.

Η υπογραφή του συμβολαίου καθοδήγησης αντιπροσωπεύει τη λήξη της πρώτης συνάντησης. Η κατάληξη της συνάντησης παρολαυτά χρειάζεται από μόνη της ιδιαίτερη προσοχή. Αυτό το βήμα πρέπει να επικεντρωθεί σε συγκεκριμένες απαιτήσεις:

- νοητικές: ο σύμβουλος πρέπει να κάνει περίληψη των ζητημάτων που θίχτηκαν στη διάρκεια της συνέντευξης και των δραστηριοτήτων που πραγματοποιήθηκαν
- κοινωνικές: ο σύμβουλος πρέπει να ικανοποιήσει τον πελάτη
- παρακινητικές: ο σύμβουλος πρέπει να παροτρύνει τον πελάτη να παραμένει ενεργός και να εμβαθύνει στα ζητήματα που αναφέρθηκαν.

Κλείνοντας, ο σύμβουλος πρέπει να κανονίσει με τον πελάτη περαιτέρω συναντήσεις ή να τον παραπέμψει σε μία πιο εξειδικευμένη υπηρεσία (που τελικά θα του προσφέρει επαφές, διευθύνσεις, πηγές).

Εξελίσσοντας το προφίλ του πελάτη: μέθοδοι και εργαλεία

Η δική μας εξέλιξη κάνει τους επαγγελματικούς μας ρόλους και ικανότητες να απαιτούν αλλαγές γρήγορα και ριζικά. Μερικές φορές, οι αλλαγές αυτές συγχύζουν τις προηγούμενες γνώσεις και εμπειρίες μας και δημιουργούν τελείως νέες συνθήκες. Τα σύνορα ανάμεσα στα επαγγέλματα σβήνονται, νέες απασχολήσεις και αποστολές εμφανίζονται σε ένα ταχύ ρεύμα. Η ανάγκη για επιπλέον μάθηση είναι και επείγουσα και δύσκολη να τη συλλάβεις. Η γνώση γρήγορα παλιώνει και το χάσμα ανάμεσα στην υπάρχουσα ικανότητα μέσα στις τεχνολογικές και βιομηχανικές εξελίξεις αυξάνεται ανησυχητικά. Είναι πρωταρχική ανάγκη να μπορείς να χειρίζεσαι τα ζητήματα της ικανότητας όπως η εξάρτηση από ένα συγκεκριμένο χώρο εργασίας αλλά περισσότερο η απαίτηση να χειρίζεσαι επίσης τα ζητήματα αυτά για ανεξάρτητους χώρους εργασίας. Δεν είναι αρκετό να σχηματίζεις μία γνώμη για τους βαθμούς και την εμπειρία πλέον. Συχνά κουβαλούν περιττό βάρος και δεν λένε αρκετά για τις δυνατότητες ενός ατόμου να προσαρμοστεί και να πάρει την ευθύνη για τη «νέα» εργασιακή ζωή μ' αυτόν τον ρυθμό εναλλαγής, με λίγα λόγια, την ικανότητα να συμμετέχει ενεργά στην ισόβια μάθηση.

Το ακόλουθο κεφάλαιο προσφέρει μία γενική θεώρηση του επόμενου βήματος στην παροχή επαγγελματικών συμβουλών – την εξέλιξη του προφίλ του πελάτη. Ένα σύνολο πρακτικών και θεωρητικών πηγών που οδηγούν στην προσωπικότητα του πελάτη παρατίθενται παρακάτω.

1. Αυτο-περιγραφή

Θα ήταν καλό να ξεκινήσει η συζήτηση με τον πελάτη με κάποια εισαγωγή για τους στόχους των δραστηριοτήτων. Θα μπορούσε να ακολουθήσει είτε κάποιο ψυχομετρικό τεστ (δείτε περισσότερα στο σημείο 2) ή ένα σύνολο ασκήσεων όπου ο πελάτης έχει κύριο ρόλο (όπως περιγράφεται παρακάτω). Όποιο δρόμο και να ακολουθήσετε, έχετε υπόψην τα εξής:

Το κλειδί σε κάθε εργασία εξέλιξης είναι να ορίζεται η παρούσα κατάσταση, ποιος είναι ο πελάτης, σε τι είναι καλός και ποιά από τα ενδιαφέροντά του μπορούν να εξελιχθούν σε μία απασχόληση. Μερικά σημαντικά σημεία για να ορίσετε την παρούσα κατάσταση είναι:

- Ποιά είναι τα εξέχοντα προτερήματα του πελάτη;
- Ποιά είναι η εμπειρία του πελάτη;
- Ποιά είναι τα ενδιαφέροντα του πελάτη;
- Σε τι είναι καλός ο πελάτης;
- Τι πλεονεκτήματα διακρίνουν οι άλλοι στον πελάτη;

- Developing the client's profile: methods and tools -

Για να βοηθηθείτε στον ορισμό των παραπάνω σημείων εσείς ως σύμβουλος μπορείτε να δώσετε στον πελάτη αυτόν τον κατάλογο ικανοτήτων ή να του κάνετε την εξής ερώτηση σε κλίμα συνέντευξης:

Ποιά είναι τα εξέχοντα προτερήματα του πελάτη;

Ζητήστε από τον πελάτη να κάνει μία λίστα με 10 προτερήματα που τον περιγράφουν ως άτομο.

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....
- 6.....
- 7.....
- 8.....
- 9.....
- 10.....

Τι εμπειρία έχει ο πελάτης;

Η επόμενη αποστολή για τον πελάτη είναι να σημειώσει όλα τα προτερήματα που μπορεί να είναι σημασίας από επαγγελματικής άποψης και να γράψει μερικές γραμμές πάνω στο τι έχει μάθει γι' αυτό και ποιά προτερήματά του χρησιμοποίησε. Μπορεί να είναι εκπαίδευση, εργασιακή εμπειρία, ηγετικές ικανότητες, συμμετοχή σε διαφορετικούς συλλόγους, εμπειρία στο εξωτερικό, ξένες γλώσσες, χρήση υπολογιστών. Μία συμβουλή για τον πελάτη είναι να ζητήσει βοήθεια από τους φίλους ή την οικογένειά του. Ίσως κάποιος έχει δουλέψει σε παρόμοια απασχόληση.

Απασχόληση/τμήμα	Ο πελάτης έχει μάθει	Τι προτερήματα χρειάζονται;

Ενδιαφέροντα

Ζητήστε από τον πελάτη να κυκλώσει 5 πεδία που τον ενδιαφέρουν από την παρακάτω λίστα. Μπορεί ακόμη να τη συμπληρώσει με τα δικά του πεδία ενδιαφερόντων.

- Developing the client's profile: methods and tools -

Ενδιαφέροντα:

Κατασκευαστικές

εργασίες

Assembly/επισκευές/εγκαταστάσεις

Οχήματα / οδήγηση

Μαγείρεμα / provisions

Ζώα / φυτά

Φύλαξη / προστασία

/ζωγραφική

Πειράματα/έρευνα

Διερεύνηση/σχεδιασμός

Αγορά/Πώληση/marketing

Προσωπικό/Υπηρεσία διαχείρισης

Φροντίδα/Θεραπεία

Παροχή συμβουλών και υποστήριξης

Πληροφόρηση/διδασκαλία

Τέχνες/Χειροτεχνία

Θέατρο/μουσική

Ανακεφαλαιώστε τα 5 πεδία που κύκλωσε ο πελάτης κύκλωσε σε μία ή δύο προτάσεις.

.....

.....

Σε τι είναι καλός ο πελάτης;

Αφήστε τον πελάτη να κυκλώσει 10 πράγματα στα οποία είναι καλός από την παρακάτω λίστα δεξιοτήτων. Μπορεί να τη συμπληρώσει με δικές του δεξιότητες.

Ο πελάτης είναι καλός στο:

Να κάνει μαστορέματα και

επισκευές πραγμάτων

Να κατανοεί βαθιά τα πράγματα

Να διαμορφώνει ερωτήσεις

άζει νέες ιδέες

οεί το καινούριο

Να δουλεύει δημιουργικά

Τεχνολογία

Να οργανώνει τους άλλους

Να δουλεύει με

αποτελέσματα

οεί και να

ί οδηγίες

Να διδάσκει να να εξηγεί πράγματα

Να δίνει έμπνευση στους

άλλους

Να δουλεύει κάτω από πίεση

Να δουλεύει με λεπτομέρειες

Να βλέπει την πλήρη εικόνα

Να δουλεύει με νούμερα

Να δουλεύει με το σώμα

Να παίρνει αποφάσεις

Να βοηθά άλλους ανθρώπους

Να δουλεύει έξω

Να πείθει τους άλλους

Να φροντίζει τις ανάγκες των άλλων

Να παρέχει ενέργεια στην

ομάδα

Να δίνει προτεραιότητα

Να ακούει

Να γράφει

Να ολοκληρώνει εγχειρήματα

Να ξεκινά εγχειρήματα

Να διαχειρίζεται εγχειρήματα

Να αναζητά πληροφορίες

Βοηθήστε τον πελάτη να ανακεφαλαιώσει τα 10 πράγματα που κύκλωσε σε μία ή δύο προτάσεις

Σε τι είναι καλός;

- Developing the client's profile: methods and tools -

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

Feedback από τους άλλους: Τι πλεονεκτήματα βλέπουν στον πελάτη;

Για να αποκτήσετε πλήρη εικόνα του τι είναι ο πελάτης ως άτομο, είναι καλό να ρωτήσετε άλλους για τα δυνατά του σημεία. Μπορούν ίσως να διακρίνουν πλεονεκτήματα που ο ίδιος δε συνειδητοποιεί. Ζητήστε από τον πελάτη να χρησιμοποιήσετε το δίκτυο διασυνδέσεών του και αφήστε μέλη της οικογένειάς του, φίλους ή συνάδελφους να τον βοηθήσουν να διαμορφώσει τις δυνατότητές του.

Μπορεί, για παράδειγμα, να κάνει τις εξής ερωτήσεις:

- Τι βλέπετε ως τα δυνατά μου σημεία;
- Πως θα με περιγράφατε σε άλλους;
- Τι χρειάζεται να αναπτύξω;

Αποστολή 1: Αφήστε τον πελάτη να θέσει τα ερωτήματα ενός ατόμου που τον γνωρίζει πάνω από 3 χρόνια.

Ανακεφαλαιώστε τι είπε για τον πελάτη:

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

Αποστολή 2: Αφήστε τον πελάτη να θέσει τα ερωτήματα ενός ατόμου που τον γνωρίζει το πολύ 3 μήνες.

Ανακεφαλαιώστε τι είπε για τον πελάτη:

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

Ανακεφαλαίωση: Κατάλογος ικανοτήτων

Κάντε μία λίστα με 5 δεξιότητες του πελάτη:

1.....
2.....

- Developing the client's profile: methods and tools -

- 3.....
- 4.....
- 5.....

Ανακεφαλαιώστε τις δυνατότητες του πελάτη

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

Ανακεφαλαιώστε τα πεδία ενδιαφερόντων του:

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

Τι σημαίνει να έχεις μία δουλειά;

Γνωρίζεις τι έχεις αλλά όχι και τι μπορείς να πάρεις. Μία αλλαγή συχνά σημαίνει μία περίοδο αβεβαιότητας, η αβεβαιότητα σημαίνει ότι μπορεί να χάσεις το στήριγμά σου, το οποίο μπορεί να είναι δυσάρεστο για πολύ κόσμο. Βλέπεις εμπόδια, κάποια πραγματικά αλλά και κάποια που είναι απλώς στη φαντασία σου. Για να βρεις νέους τρόπους και δυνατότητες είναι σημαντικό να έχεις ευέλικτες σκέψεις. Να μπορείς να δεις νέους δρόμους και πιθανότητες. Ένας τρόπος να αποτραβήξεις τον πελάτη από παλιές συνήθειες είναι να τον εκθέσεις σε νέες εμπειρίες, ώστε να βελτιωθεί η ποιότητα ζωής του. Να μία ερώτηση που πολλοί πελάτες δεν έχουν σκεφτεί.

Τι γίνεται όταν αποκτώ μία δουλειά;

Ερωτήσεις, που μπορεί να είναι σημαντικές για ένα είδος διαλόγου με τον πελάτη, είναι:

- ο Τι κίνητρα έχεις;
- ο Ποιά είναι τα πλεονεκτήματα του να έχεις μία δουλειά;
- ο Ποιά είναι τα μειονεκτήματα;
- ο Τι πρόκειται να επηρεαστεί όταν αποκτάς μία δουλειά;
- ο Πως θα το βιώσεις αυτό;
- ο Είσαι προετοιμασμένος για τις αντιδράσεις που πρόκειται να προκαλέσει;
- ο Πως μεταβάλλει αυτό την οικονομική σου κατάσταση;
- ο Είναι σημαντικό να αρχίζεις να προετοιμάζεις αυτούς γύρω σου για πιθανές αλλαγές;

Όταν αυτά τα μέρη ενώνονται για να σχηματίσουν ένα σύνολο, σχηματίζεται μία καλή εικόνα της παρούσας θέσης του πελάτη. Αυτό το κάνει ευκολότερο για τον πελάτη ώστε να θέσει προσωπικούς

- Developing the client's profile: methods and tools -

στόχους. Όταν η παρούσα θέση είναι καθαρή είναι ευκολότερο να βρεις το σωστό επίπεδο για τον συμμετέχοντα και να αρχίσεις το κτίσιμο μιας στρατηγικής που είναι πραγματοποιήσιμη για τον πελάτη. Εδώ έχουμε την ευκαιρία να ξεκαθαρίσουμε και να αποσπάσουμε κάθε βήμα ώστε να φτάσουμε πιο γρήγορα στους στόχους και με καλύτερα αποτελέσματα. Με καθαρότητα του που βρίσκεται ο πελάτης, και ποιό είναι το επόμενο βήμα, είναι ευκολότερο να αποκτήσεις δύναμη και κίνητρα για τη σκληρή δουλειά που βρίσκεται εν όψει.

Η ατομική συνέντευξη

Με μία ατομική συνέντευξη, ο σύμβουλος μπορεί, μαζί με τον πελάτη, να συζητήσει τους στόχους ξεκινώντας από την ανάλυση της παρούσας κατάστασης. Ως σύμβουλος πρέπει να περάσετε από αυτό και να κοιτάξετε τις δυνάμεις και τις αδυναμίες και ταυτόχρονα να δώσετε feedback και υποστήριξη. Είναι τα θετικά σημεία που πρέπει να σκεφτείτε και ταυτόχρονα να οδηγήσετε τη συζήτηση ώστε το άτομο που κινητοποιείται να πάρει δυνάμεις.

Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης ορίζετε τους στόχους του πελάτη και κάνετε ένα σχέδιο που ορίζει τα στάδια από τα οποία πρέπει να διέλθει για να φτάσει αυτούς τους στόχους. Κατά τη διάρκεια περαιτέρω συνεντεύξεων πρέπει να επιτείνετε τους πρότερους στόχους και ακόμα να θέσετε καινούριους.

Ως σύμβουλοι, δεν έχετε καθόλου προκαταρκτικές λύσεις, και δεν πρέπει να αφήνετε το συμμετέχοντα να είναι προσκολλημένος σε συγκεκριμένες σκέψεις. Ο ρόλος σας είναι να κάνετε τις σωστές ερωτήσεις ώστε οι πελάτες να δουν από μόνοι τους τη λύση και ύστερα, να θέσουν τους δικούς τους στόχους. Ακόμα και αυτό μπορεί να προσδώσει υψηλότερη αυτοεκτίμηση και κινητοποίηση, όταν η απάντηση προέρχεται από τους ίδιους. Η ανάληψη ευθύνης παίζει σημαντικό ρόλο σε αυτήν τη διαδικασία. Αν οι πελάτες μπορούν να πάρουν την ευθύνη μόνοι τους για τις δικές τους σκέψεις και αποφάσεις, ενισχύεται η επιτυχία τους.

Μέθοδος συνέντευξης για εστίαση σε μία λύση

Αυτό που διαχωρίζει τη μέθοδο συζήτησης προς μία λύση από την παραδοσιακή συζήτηση είναι η δημιουργία ενός διαφορετικού τρόπου σκέψης γύρω από προβλήματα και ανησυχίες. Αντί να στριφογυρίζεις και να ρωτάς συνεχώς για το ίδιο το πρόβλημα, μπορείς να εστιάσεις και να δώσεις έμφαση στις περιπτώσεις που λειτουργούν καλύτερα όταν δεν υπάρχουν προβλήματα.

Όταν έχουμε περιγράψει τι περιέχει η μέθοδος συζήτησης γύρω από τη λύση προβλημάτων, μπορούμε κατόπιν να τη διαχωρίσουμε σε δύο μέρη: μέθοδος συζήτησης και στάσεις. Και τα δύο μέρη εμπλέκονται μεταξύ τους και η φόρμουλα λειτουργεί καλύτερα όταν κάνετε χρήση όλων των τεχνικών βελτιώσεων και εντάσσετε την προσέγγιση ως κομμάτι της κοινής στάσης.

Τα δημιουργικά ζητήματα στη μέθοδο συζήτησης διαμορφώνουν ένα αποτελεσματικό εργαλείο όταν ανακαλύπτετε τους στόχους των πελατών και τι θέλουν να πετύχουν. Μπορείτε επίσης να

- Developing the client's profile: methods and tools -

ανακαλύψετε τι έχουν πραγματοποιήσει και ποιο θα είναι το επόμενο μικρό βήμα. Μπορείτε να δουλέψετε με διαφορετικά ζητήματα σχετικά με το μέλλον και μεταξύ άλλων, πως να πραγματοποιήσετε τις επιθυμίες σας. Πρέπει να έχετε πολύ θετική ανταπόκριση σε ό,τι έχει ήδη επιτευχθεί και να επιβεβαιώσετε κάθε πρόοδο επιδοκιμάζοντας τις επιτυχίες.

Αυτή η στάση προϋποθέτει μία αξιολογική υποδοχή, προσέγγιση και εμπιστοσύνη στο ότι ο καθένας έχει θετικές προθέσεις για ό,τι κάνει. Από μία κοινή πλατφόρμα παίρνουμε μικρά βήματα προς την εργασία και τη συνεχή αξιολόγηση του τι κάνουμε, αν πηγαίνει καλά, και τι χρειάζεται για να προοδεύσουμε περισσότερο. Αυτό το κάνει δυνατό για καθένα από τους πελάτες να ακούγεται και να φαίνεται. Αυτές οι γνώσεις ενισχύουν την εικόνα του πελάτη για τον εαυτό του. Η πρώτη συζήτηση λαμβάνει χώρα στην αρχή ενός εγχειρήματος και στη συνέχεια επακολουθούν άλλες. Μ' αυτόν τον τρόπο και τα δύο μέλη μπορούν να γνωρίζονται καλύτερα. Ο σύμβουλος μπορεί να το κάνει αυτό δυνατό κάνοντας ερωτήσεις για τον τρόπο ζωής, την προσωπικότητα και τα όνειρα του πελάτη. Ο πελάτης από την άλλη έχει την ευκαιρία να ρωτά το σύμβουλο πράγματα για να δημιουργηθεί διάλογος. Ιδέες γεννώνται και επεξεργάζονται, κριτική ασκείται και προσλαμβάνεται. Το τελευταίο είναι σημαντικό εφόσον ενισχύει την εικόνα του πελάτη για τον εαυτό του. Η άσκηση θετικής κριτικής είναι επιπλέον σημαντική εφόσον ενισχύει την αυτοπεποίθηση και την κινητοποίηση για εξέλιξη. Είναι σημαντικό επίσης κατά τη διάρκεια αυτών των συνεδριών, να οργανωθεί ένα σχέδιο δράσης το οποίο μπορεί να εξελιχθεί στην επόμενη συνέντευξη.

Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, συμφωνείται πως οτιδήποτε λέγεται παραμένει ανάμεσα στον πελάτη και το σύμβουλο. Είναι σημαντικό να εξηγηθεί γιατί διεξάγουμε μία προσωπική συνέντευξη ώστε να βρισκόμαστε στο ίδιο μήκος κύματος.

Η πορεία της συνέντευξης

1. Μέσω συζήτησης αναγνωρίστε τους στόχους
 - Τι θέλετε να καταφέρετε με τη συνέντευξη;
2. Πως θα ήταν αν λυνόταν το πρόβλημα; (Ιδανική κατάσταση)
 - Αυτό μπορεί να ενισχυθεί με ερωτήσεις γύρω από το τι θα ήταν διαφορετικό την επιθυμούμενη μέρα.
3. Ερωτήσεις σχέσεων
 - Τι θα σήμαινε για τον Χ όταν πλησιάζει το στόχο του; Τι θα κάνει τότε;
 - Ποιος άλλος θα το παρατηρήσει;
4. Ζητήματα εξαίρεσης
 - Έχει ήδη συμβεί τίποτα απ' όσα συμπεριλαμβάνονταν στην επιθυμητή κατάσταση;
5. Ερωτήσεις κλίμακας
 - Πόσο κοντά βρίσκεστε στο στόχο σας σήμερα;

- Developing the client's profile: methods and tools -

(1 = καθόλου και 10 = κάνοντας κάθετι απαραίτητο για να τον πετύχετε)

6. Ερωτήσεις κινήτρων

- Πόσο είστε προετοιμασμένος να δουλέψετε για το στόχο σας;

(1 = καθόλου και 10 = κάνοντας κάθετι απαραίτητο για να τον πετύχετε)

- Πόσο πιθανό είναι να φτάσετε το στόχο σας;

(1 = καθόλου και 10 = κάνοντας κάθετι απαραίτητο για να τον πετύχετε)

7. Επόμενο βήμα

8. Παύση

9. Περίληψη

Κατά τη διάρκεια ολοκλήρωσης της συνέντευξης

- Συλλάβετε και επιβεβαιώστε τις αναγωγές που εμφανίζονται

- Επιβεβαιώστε ότι κατανοείτε τα προβλήματα, τις αρνητικές συνέπειες και ότι απαιτούνται πολλές προσπάθειες για επανόρθωση.

- Παριστάνετε ότι δε γνωρίζετε τίποτα.

- Ανακεφαλαιώστε

- Εμβαθύνετε

- Βοηθείστε τον πελάτη να τα κάνει όσο πιο απτά γίνεται.

Οδηγίες

Κάνοντας ερωτήσεις που περιέχουν πως, τι, πότε, που και πως συντελεί σε μία πιο σταθερή και βαθιά συνέντευξη. Με αυτές τις ερωτήσεις είναι αδύνατο να απαντήσεις απλά με ναι ή όχι. Από την άλλη ο πελάτης μπορεί να απαντήσει «Δεν ξέρω» και αυτός είναι ένας καλός τρόπος για συνέχιση της συνέντευξης.

Αν ο πελάτης απαντήσει «Δεν ξέρω» τότε λέτε:

- Ας υποθέσουμε ότι γνωρίζατε, τι θα λέγατε τότε;

Ή, χρησιμοποιήστε ερωτήσεις για σημαντικούς ανθρώπους στο περιβάλλον τους, για παράδειγμα:

- Developing the client's profile: methods and tools -

- Αν ρωτούσα το σύζυγό σας, τα παιδιά σας κτλ. τι θα έλεγαν;

Αν ο πελάτης παιδεύεται με τις ερωτήσεις ή λέει ότι είναι δύσκολες, συμφωνείτε και πείτε:

- Κάνω πολλές δύσκολες ερωτήσεις, με την ησυχία σας.

Αν ο πελάτης δυσκολεύεται να δουλέψει για την επιθυμητή του κατάσταση, τότε δουλέψτε με τη φόρμουλα «όταν λύνεται το πρόβλημα».

Αν ο πελάτης βρίσκεται εκτός πραγματικότητας (π.χ. θα κερδίσω το λόττο) συμφωνείτε και πείτε:

- Ναι, ωραία δε θα ήταν;

Αν ο πελάτης επιμένει, ρωτήστε:

- Πόσο μεγάλες είναι οι πιθανότητες να συμβεί, νόμιζετε;

2. Ψυχομετρικά τεστ – σημασίες και τύποι

Τα ίδια τα τεστ δεν παρουσιάζουν αλήθειες αλλά πρέπει να εμφανίζονται ως συμπλήρωμα στη συνέντευξη για περαιτέρω εμβάθυνση στη συζήτηση και για να δώσουν μία καθαρότερη εικόνα. Υπάρχουν διαφορετικά είδη τεστ, αυτά που απευθύνονται στις τεχνικές πλευρές και αυτά που απευθύνονται στην προσωπικότητα του πελάτη. Τα τεστ που δίνονται και οι επακόλουθες συζητήσεις προετοιμάζουν το έδαφος για το σχεδιασμό του σχεδίου δράσης του πελάτη. Για να φανερώσετε την προσωπική εξέλιξη του πελάτη, είναι θετικό να κάνετε το ίδιο τεστ σε διαφορετικές περιστάσεις. Έτσι θα βεβαιωθείτε αν ο πελάτης έχει σημειώσει πρόοδο ή έχει μείνει στάσιμος στην εξέλιξη του. Τα αποτελέσματα προετοιμάζουν το έδαφος για περαιτέρω συνεντεύξεις όσον αφορά επιδιώξεις, σχέδιο δράσης και κίνητρα.

2.1 Κλίσεις – τι μπορεί να κάνει καλύτερα;

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά τεστ, που αναγνωρίζουν την ικανότητα κλίσεων του πελάτη: αριθμητική λογική, μηχανική λογική, αφηρημένη λογική, σχέσεις χωρητικότητας, λεκτική λογική, χρήση γλώσσας και ορθογραφίας. Πηγές: www.career-test-advisor.com

Μηχανική Λογική

Δοκιμάζει την ικανότητα του πελάτη να κατανοεί τις αρχές που λειτουργούν πίσω από τις μηχανές. Υψηλή βαθμολογία σ' αυτό το τεστ καταδεικνύει υψηλό επίπεδο στη μηχανική δουλειά. Το τεστ ασχολείται με το αν μπορείς να πραγματευτείς μηχανικά προβλήματα με λογικό τρόπο και είναι άρα ένας χρήσιμος τρόπος μέτρησης της μηχανικής κλίσης του ατόμου. Αν ο πελάτης αποκτήσει υψηλή βαθμολογία σ' αυτό το τεστ, στις σχέσεις χωρητικότητας και την αφηρημένη λογική, μπορεί να λάβει σοβαρά υπόψη του επιστημονικές, μαθηματικές ή τεχνολογικές θέσεις και σταδιοδρομίες.

Σχέσεις Χωρητικότητας

Αυτό το τεστ είναι πιθανόν το πιο δύσκολο της σειράς. Αντιπροσωπεύει μία ικανότητα αντιμετώπισης μαθηματικών εννοιών υψηλού επιπέδου. Όταν συνοδεύεται από το τεστ μηχανικής λογικής, υψηλή βαθμολογία και στα δύο φανερώνει ότι ο πελάτης πρέπει πιθανόν να ακολουθήσει τεχνολογική ή επιστημονική σταδιοδρομία. Μία σχέση χωρητικότητας περιέχει την ικανότητα σκέψης και πειραματισμού στις τρεις διαστάσεις ή πνευματική εικονοποίηση του σχήματος, του μεγέθους και των θέσεων αντικειμένων όταν μας δείχνεται μόνο μία εικόνα ή ένα σχέδιο.

Αφηρημένη Λογική

Η κλίση αυτή έχει να κάνει με την ικανότητα του πελάτη να πραγματεύεται οπτικούς σχηματισμούς. Τα ζητήματα σ' αυτό το τεστ περιέχουν σχέδια και σειρές, που πρέπει να συμπληρωθούν. Είναι ένα μη-λεκτικό μέτρο της ικανότητας αφηρημένης λογικής και ως τέτοιο θεωρείται από πολλούς ψυχολόγους ως καλό μέτρο ευφυΐας. Το είδος των δεξιοτήτων που αναγνωρίζει αυτή η κλίση είναι χρήσιμο στην αρχιτεκτονική, το σχεδιασμό, τη ζωγραφική και το ηλεκτρονικό σχέδιο.

Χρήση Γλώσσας

Η χρήση της γλώσσας είναι η ικανότητα να επικοινωνείς σε καλά και γραμματικά ακριβή Αγγλικά. Είναι ένα μέτρο του πόσο καλά μπορεί να ξεχωρίσει κάποιος τη σωστή και τη λανθασμένη γραμματική, τονισμό και παράθεση των προτάσεων. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος πρόβλεψης της αποδοτικότητας σε πανεπιστημιακά μαθήματα. Ενώ καριέρες στο γράψιμο και τη διδασκαλία απαιτούν ειδικές γλωσσικές δεξιότητες, σχεδόν κάθε είδος δουλειάς απαιτεί μία σχετική ικανότητα σ' αυτόν τον τομέα.

Ορθογραφία

Η ορθογραφία είναι μία σημαντική ικανότητα στο σχολείο, το πανεπιστήμιο και πολλές δουλειές. Μεταξύ άλλων, αυτό το τεστ προβλέπει την ταχύτητα και την άνεση με την οποία κάποιος μπορεί να μάθει δακτυλογράφηση. Ενώ η κακή ορθογραφία δεν είναι απαραίτητα ένδειξη χαμηλού επιπέδου εκπαίδευσης, θεωρείται σίγουρα προϋπόθεση για καριέρα στη δημοσιογραφία, την ασφάλιση και τη διδασκαλία.

Λεκτική Λογική

Αναφέρεται στην ικανότητα του πελάτη να λειτουργεί τη λογική του σε λεκτικούς όρους. Να κατανοεί λεκτικές έννοιες ή ιδέες και να βλέπει τη μεταξύ τους σχέση. Οι καριέρες στις οποίες βοηθά αυτή η κλίση είναι κυρίως η Νομική, η Ψυχολογία, οι Ανθρωπιστικές σπουδές και διάφοροι τύποι management.

Αριθμητική Ικανότητα

Ο τομέας αυτός αναφέρεται στην ικανότητα πρόσθεσης, αφαίρεσης, πολλαπλασιασμού και διαίρεσης. Είναι χρήσιμος σε καριέρες λογιστικής, τραπεζικής, ασφάλισης και μηχανικών αρχών. Αυτή η άσκηση είναι ένας εύκολος τρόπος να δει κανείς ποιές κλίσεις κυριαρχούν. Πέρα από την αύξηση των κινήτρων του πελάτη δίνει επίσης μία καθαρή εικόνα αυτών των τομέων για τους οποίους πρέπει να στοχεύει ο πελάτης.

- Developing the client's profile: methods and tools -

Για περισσότερες πληροφορίες περί τεστ κλίσεων και προσωπικότητας και διαδραστικά παραδείγματα, δείτε το Εικονικό Επαγγελματικό Κέντρο στο www.careercenteronline.org .

Οι δυνατότητες του πελάτη

Δίνοντας στον πελάτη να συμπληρώσει το έντυπο ΓΧΕΕ (Γνώσεις, Χαρακτηριστικά, Εμπειρία, Ενδιαφέροντα), μπορείτε να δείτε προς τα που βαδίζει. Πρόκειται να δουλέψει με ανθρώπους, υπηρεσίες, μηχανές, παιδιά, υπολογιστές κτλ.;

10 δυνατότητες:

Ορατές απασχολήσεις, πεδία
Αόρατες απασχολήσεις, πεδία
Μερική απασχόληση σε διάφορες εταιρείες
Παροχή συμβουλών
Ιδιοκτησία εταιρείας
Μελέτη

ΓΧΕΕ: Ποιά ειδικότητα:

Γνώσεις
Χαρακτηριστικά
Εμπειρία
Ενδιαφέροντα

Ο πελάτης συγκρίνει αυτά τα στοιχεία με το περιβάλλον του.

Το τι λέει ο πελάτης για τον εαυτό του είναι το κλειδί για το πως βλέπουμε τις μελλοντικές του δυνατότητες. Συμβουλευτέ τον πελάτη να μη σκέφτεται πάρα πολύ για την εργασιακή του κατάσταση αλλά περισσότερο για τα προσωπικά του σχέδια.

Το πιο σημαντικό βήμα σ' αυτήν την αποστολή είναι:

Να δίνετε ευκαιρία σε όλες τις δυνατότητες, ο πελάτης πρέπει να σκέφτεται όλες τις πιθανότητες για τις οποίες δεν έχει εμπειρία. Προσπαθήστε να αποκτήσετε καλή εικόνα της πραγματικότητας και κάντε ερωτήσεις. Όταν ο πελάτης έχει επιλέξει μία από τις δυνατότητες, μην τον αφήσετε να εξαρτάται από πιθανά εμπόδια. Πρέπει να εστιάσει στην επιλογή του, για την οποία χρειάζεται να μάθετε όσο περισσότερα γίνεται και να είστε ενήμεροι για το τι περιλαμβάνει. Δεν αρκεί να δρας πάνω σε ό,τι έχεις ακούσει, είναι καλύτερο να ανακαλύψεις μόνος σου πως έχουν τα πράγματα.

Στόχοι

Ποιοί στόχοι ανταποκρίνονται καλύτερα στο ΓΧΕΕ του πελάτη; Ποιον εργοδότη χρειάζεται περισσότερο; Η δουλειά σε μαγαζί ίσως είναι μία δυνατότητα. Διακρίνετε σε διαφορετικούς τομείς όπως:

- Developing the client's profile: methods and tools -

- ρούχα
- παπούτσια
- προμήθειες
- μουσική
- κηπουρική
- video
- ανθοκομική
- κατασκευές
- καλλυντικά
- αυτοκίνητα κτλ...

Κάθε πιθανότητα μπορεί να διασπαστεί σε τεμάχια και είναι σημαντικό να μπορείς να το κάνεις αυτό ώστε να επιλέξεις το κατάλληλο παρακλάδι για τον πελάτη. Κάντε την επιλογή και παροτρύνετέ τον να κάνει ό,τι μπορεί για να ανακαλύψει τι περιλαμβάνει η απασχόληση. Μπορεί να είναι εκπαίδευση ή εμπειρία αλλά αυτό που είναι πιο σημαντικό είναι η προσωπικότητα, τα ενδιαφέροντα, η χημεία και οι γνώσεις του πελάτη. Σκάψτε βαθύτερα στον τομέα / παρακλάδι και αφήστε τον πελάτη να ανακαλύψει ό,τι χρειάζεται για να κατανοήσει τη λειτουργία του. Όσο πιο βαθιά προχωρά, μαθαίνει περισσότερα και αυτό τον κάνει να βλέπει ευκολότερα τις δυνατότητες και τις δυσκολίες.

Βρείτε τα προβλήματα

Υπάρχουν χιλιάδες διαθέσιμες δουλειές στην Ευρώπη. Πολλοί ίσως δουλεύουν για να λύσουν το πρόβλημα της ρουτίνας ή πολλές φορές το λάθος πρόβλημα. Ο κόσμος είναι γεμάτος δυνατότητες, παροτρύνετε τον πελάτη να τις ανακαλύψει! Ο πελάτης δεν μπορεί να μένει άπραγος και να ψάχνει για δουλειά, πρέπει να είναι ενεργητικός. Πρέπει να είναι δημιουργικός. Κάντε τον πελάτη να μάθει για τα καθήκοντα, τους συναδέλφους, πόσα άτομα προσλαμβάνονται, πότε και γιατί δουλεύουν, πως δουλεύουν κτλ. Τι θα μπορούσε ο πελάτης να συνεισφέρει;

Προσπαθήστε – χωρίς να το μάθει κάποιος άλλος – να έρθετε σε επαφή με όσο περισσότερους ανθρώπους γίνεται και να μάθετε όσο περισσότερα γίνεται. Όσο μεγαλύτερο είναι το πρόβλημα που λύνει ο πελάτης τόσο πιο πολύ θα πληρωθεί. Να θυμάστε, οι μισθοί μπορούν να σημαίνουν περισσότερα από λεφτά.

Μία διαφήμιση σε εφημερίδα έχει τρία άμεσα σήματα:

- 1 Υπάρχει ανάγκη
- 2 Κάποιος είναι διατεθειμένος να πληρώσει
- 3 Κάποιος χρειάζεται ολοκληρωμένο «προϊόν»

Με άλλα λόγια μπορεί να πει κανείς ότι η εταιρεία έχει ένα πρόβλημα που χρειάζεται λύση. Δε διαφημίζουν όλοι κατευθείαν όταν ανακαλύπτουν μία ανάγκη. Είναι άρα σημαντικό ότι ο πελάτης ενημερώνει τον εργοδότη με τρόπο που μπορεί να είναι χρήσιμος για τη λύση του προβλήματος.

Υπάρχει πάντα ένα πρόβλημα, αλλά δεν είναι πάντα σίγουρο ότι υπάρχει και κάποιος να το λύσει. Πως

- Developing the client's profile: methods and tools -

μπορεί κανείς να λύσει το πρόβλημα; Κάνοντάς το ορατό!

2.2 Προσωπικότητα – Πως το κάνει;

Ένα σημαντικό κομμάτι για να ορίσει ο πελάτης την παρούσα κατάσταση είναι να κοιτάξει την προσωπικότητά του και να δει ποιός και πως είναι και πως λειτουργεί, μόνος του και με άλλους. Όταν υπάρχει μία καθαρή εικόνα της προσωπικότητάς του θα είναι ευκολότερο για τον πελάτη να χρησιμοποιήσει τα δυνατά του σημεία για να πετύχει αυτό που θέλει. Ταυτόχρονα ο πελάτης έχει μία καλή εικόνα των αδύναμων σημείων, που του δίνει τη δυνατότητα να τα ενισχύσει. Γενικά αυτό αυξάνει την αυτοπεποίθηση και αυτοεκτίμησή του και μπορεί να δημιουργεί καταστάσεις που είναι κατάλληλες από την πλευρά της ικανότητας και των γνώσεών του.

Θα είναι ευκολότερο για τον πελάτη να κατανοήσει τον κόσμο γύρω του βλέποντάς τον μέσω του εαυτού του. Γενικά, ξέρουμε ότι δεν είναι μόνο η προσωπικότητα που είναι ο αποφασιστικός παράγοντας στο να πετυχαίνεις σε μία δουλειά, αλλά είναι ένας καθοριστικός παράγοντας στο να είσαι ικανός να χρησιμοποιείς ικανότητες που έχουν σχέση με τη δουλειά, δηλαδή ποιά στοιχεία του χαρακτήρα διευκολύνουν και βελτιώνουν, και ποιά αναχαιτίζουν την ικανότητα.

Για να γίνει αυτή η ανάλυση απαιτείται ένας δυναμικός τρόπος ένταξης της προσωπικής ανάλυσης σε μία ολοκληρωμένη εκτίμηση. Αυτό δεν μπορεί να επιτευχθεί με τη βοήθεια ενός προσωπικού τεστ εφόσον η προσωπικότητα αποτελείται από τόσες πολλές παραμέτρους που είναι περίπλοκο να μετρηθούν. Με συλλογισμό, μπορεί κανείς να δει ότι η προσωπικότητα αποτελείται από έναν αριθμό προτύπων ζωής που λειτουργούν μαζί δυναμικά σε μία διαδικασία εναλλαγής, προσαρμόζονται, ωριμάζουν, ανταποδίδουν, εξαρτώνται από την ιστορία, και το μέλλον.

Τουτέστιν είναι σημαντικό να βλέπουμε το τεστ προσωπικότητας ως ένα κόψιμο δρόμου προς το ξεκίνημα μιας συζήτησης για την προσωπικότητα του πελάτη. Για να έχετε μία λεπτομερή και όσο γίνεται καθαρή συζήτηση γύρω από την προσωπικότητα του πελάτη πρέπει να χρησιμοποιήσετε πολλά διαφορετικά σημεία προσέγγισης πάνω στα αποτελέσματα του τεστ προσωπικότητας.

Αρχικά, πρέπει να αφήσουμε τον πελάτη να επεξεργαστεί τα αποτελέσματα από μόνος του για να δει αν ανταποκρίνονται στη δική του εικόνα της προσωπικότητάς του, για να μπορούμε να αναλύσουμε την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων. Το επόμενο βήμα θα είναι να συζητήσουμε τα αποτελέσματα του τεστ με το σύμβουλο σε μία ατομική συνέντευξη για να κερδίσουμε περαιτέρω feedback που μπορεί να οδηγήσει σε μία καθαρότερη εικόνα των χαρακτηριστικών του πελάτη, των γνώσεων και των δυνατών και αδύνατων σημείων του.

Ένας άλλος τρόπος να απορροφήσουμε αυτήν την εικόνα είναι να τη συζητήσουμε σε μία ομάδα. Μία ομάδα μπορεί να αποτελέσει εξαιρετικό στάδιο για την προσωπική εξέλιξη του ατόμου. Με εργαστήριο ως βάση και μία προσαρμοσμένη «εργαλειοθήκη», ο πελάτης θα μπορεί να εξαπλώσει τα όριά του. Η

- Developing the client's profile: methods and tools -

ομάδα μπορεί να χρησιμεύσει ακόμη σαν εργαλείο και «καθρέφτης» για τον πελάτη. Έμπνευση, εμπειρίες και αυξημένη διορατικότητα είναι συχνά τα αποτελέσματα αυτών των ομαδικών συζητήσεων.

Τεστ

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά τεστ που φωτίζουν διαφορετικά μέρη της προσωπικότητας κάποιου. Ο δείκτης τύπων Myers-Briggs είναι ένα από τα ευρύτερα χρησιμοποιούμενα βοηθήματα για αύξηση της αυτογνωσίας των συνηθειών κάποιου και των ομαδικών λειτουργιών του. Είναι βασισμένος στις θεωρίες για ψυχολογικούς τύπους του Γιούνγκ. Υπάρχουν και άλλα τεστ που φωτίζουν το Ύψος Μάθησης και την ηγετικότητα. Το πρόβλημα με αυτά τα τεστ είναι ότι δεν μπορούν να παρουσιάσουν την πλήρη αλήθεια και πρέπει να λαμβάνονται μόνο σαν μία βάση για συζήτηση. Ένας διπλωματούχος διαχειριστής των τεστ πρέπει να τα διεξάγει.

Εάν ο σύμβουλος δεν έχει αυτό το δίπλωμα, μπορεί πάντα να αποκτήσει μία σίγουρη εικόνα της προσωπικότητας του πελάτη με ένα πιο γενικό τεστ, που γνωρίζει και μπορεί να ελέγχει ο σύμβουλος. Το τεστ αναλύεται εξονυχιστικά και από τον πελάτη ανεξάρτητα και μαζί με το σύμβουλο στην ατομική συνέντευξη.

2.3 Κινητοποίηση – τι θέλει να κάνει στην πραγματικότητα;

Είναι δύσκολο να μετρήσουμε τα κίνητρα μέσα από ένα τεστ. Η κινητοποίηση έρχεται όταν ο πελάτης μπορεί ο ίδιος να δράσει, προσπαθεί και νιώθει ότι πλησιάζει τους στόχους του. Αρχίζοντας από τους στόχους και βοηθώντας τον να τους διακρίνει, τα προβλήματα γίνονται προβλέψιμα και βιώσιμα. Η κινητοποίηση έρχεται όταν ο πελάτης μπορεί καθαρά να δει τι θέλει και πως να το αποκτήσει. Ο ρόλος του συμβούλου είναι να οδηγήσει τη συνέντευξη και να εστιάσει στη θετική διαδικασία. Εδώ εφαρμόζεται η μέθοδος της συνέντευξης για εστίαση στη λύση.

Υπάρχουν γενικά γεγονότα που αφορούν τα τεστ κινητοποίησης τα οποία υπάρχουν στην αγορά:

Οι εκτιμήσεις κινήτρων είναι διαφορετικές από τα τεστ κλίσεων και προσωπικότητας. Δεν εστιάζουν στο τι είδους άτομο είσαι – ούτε στις δυνατότητες ούτε στις αδυναμίες σου. Αντίθετα, τα τεστ κινήτρων επικεντρώνονται στις προτιμήσεις σου. Οι αξιολογήσεις κινήτρων συνήθως είναι σχεδιασμένες ως τεστ «αναγκαστικής επιλογής». Προοδεύεις μέσω μιας ομάδας ερωτήσεων, αναγνωρίζοντας τις δραστηριότητες που προτιμάς σε σύγκριση με αυτές που δεν προτιμάς. Για παράδειγμα: από τα παρακάτω τρία επιλέξτε μία δραστηριότητα που σας αρέσει περισσότερο και λιγότερο:

1. Οδηγώντας ένα αυτοκίνητο
2. Επισκευάζοντας ένα αυτοκίνητο
3. Σχεδιάζοντας ένα αυτοκίνητο

Αντίθετα με τις βαθμολογίες σε ένα τεστ δείκτη ευφύιας, τα αποτελέσματα στα τεστ κινήτρων δε

- Developing the client's profile: methods and tools -

μετρώνται ανάλογα με αυτά άλλων ανθρώπων, για να υπάρξει μία σχετική κλίμακα. Αντίθετα, μία εσωτερική «ακτινογραφία» των προσωπικών προτιμήσεων προβάλλεται πάνω σε μία βάση επαγγελματικών επιλογών. Χρησιμοποιώντας κάποια αρκετά περίπλοκα στατιστικά μοντέλα, οι σχέσεις όλων των επιλογών «υπολογίζονται» για να φανερώσουν τα πεδία στα οποία κάποιος είναι περισσότερο (και λιγότερο) διατεθειμένος να επιτύχει.

Υπάρχει ένα παλιό ρητό στην παροχή επαγγελματικών συμβουλών που λέει ότι οι άνθρωποι δουλεύουν με ένα συνδυασμό τριών κατηγοριών: πράγματα, δεδομένα ή άνθρωποι. Η αλήθεια είναι πολύ πιο περίπλοκη. Οποιοδήποτε καλό τεστ κινήτρων θα αξιολογήσει τους ανθρώπους μέσα σε μία πλειάδα πεδίων. Σε κάθε πεδίο υπάρχουν δεκάδες επαγγελματικά μονοπάτια.

Η γνώση και η εμπείρια αξίζουν πολλά, αλλά το να είσαι εκεί, και να δείχνεις αληθινό ενδιαφέρον μπορεί να αξίζει περισσότερα για τον εργοδότη. Δείτε την παρακάτω ιστορία. Πρόκειται για μία 50χρονη γυναίκα, που αποδεικνύει ότι όταν υπάρχει κατάλληλη προσέγγιση μία λύση μπορεί εύκολα να βρεθεί. Αυτό είναι σημαντικό ειδικά όταν δουλεύεις με νέους ανθρώπους.

Περίπτωση Πελάτισσας Χ

Μία γυναίκα ηλικίας 50 χρόνων που νωρίτερα ήταν πολύ ενεργητική στο να αναζητά εργασία δεν έχει δουλέψει για 14 χρόνια. Σε μία προσωπική συνέντευξη βγήκε στο φως ότι στο παρελθόν είχε προβλήματα πνευματικής υγείας, οικογενειακά και πόνους στο λαιμό και στους ώμους. Κατα τα άλλα ισχυρίζεται ότι είναι υγιής και ικανή να δουλέψει. Η διαγωγή της έδειξε ότι χρειάζεται εξάσκηση σε «τεχνικές συνέντευξης» μιά και αρνήθηκε να βγάλει το σακάκι της και είχε την τσάντα της γύρω από το λαιμό και πάνω στο στήθος της.

Η εκτίμηση σε αυτήν την περίπτωση ήταν ότι είναι σημαντικό γι' αυτήν να πάρει τα προβλήματά της στα σοβαρά αλλά να προπαθήσει να βρει μόνη της μία λύση αντί να συμφωνεί ότι υπάρχουν πολλά εμπόδια. Να δει τι είναι σημαντικό σε έναν αριθμό πραγμάτων και πάνω απ' όλα να δει τι θα σήμαινε για εκείνη να έχει μία δουλειά.

Για παράδειγμα, αν υπήρχε μία δουλειά, τι θα σήμαινε για τα παιδιά; Θα έπαιρναν ευθύνη για τις ζωές τους;

Όλες οι συζητήσεις περιέχουν ερωτήσεις για το πως διαφορετικά πράγματα μπορούν να οδηγήσουν στον τελικό στόχο, έχοντας μία δουλειά και μπορώντας να υποστηρίξεις τον εαυτό σου. Σήμερα έχει δουλειά και ευτυχισμένα θετικά παιδιά. Έχει ακόμα πόνους στο λαιμό και τους ώμους καμιά φορά αλλά μπορεί να ζήσει μ' αυτό. «Είναι κάτι που όλοι έχουμε, οπότε γιατί να γκρινιάζω γι' αυτό;». Η διαδικασία πήρε περίπου 5 μήνες και ήταν πολύ θετική. Προφανώς όμως δεν πάει πάντα τόσο καλά.

Στρατηγικές Σχεδιασμού Καριέρας

Το τι εννοούμε με τον όρο καριέρα διαφέρει από άτομο σε άτομο. Παρολαυτά, πολλοί υποθέτουν ότι έχουμε όλοι την ίδια εικόνα όταν συζητούμε για επαγγελματική εξέλιξη.

Είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε την ατομική κατανόηση των ανθρώπων για το τι είναι μία «πετυχημένη» καριέρα και ακόμη τη δύναμη υποκίνησης για τις δραστηριότητες των ανθρώπων. Ένας πελάτης συχνά στρέφεται προς μια καριέρα που δε συμφωνεί με τα πραγματικά του κίνητρα. Το να αυξήσετε τη διορατικότητά τους είναι ένας σημαντικός στόχος.

Βοηθώντας τον πελάτη να ανακαλύψει τι είδους επαγγελματική κατεύθυνση είναι κατάλληλη για εκείνον, οδηγώντας τον μέσα από διαφορετικούς τύπους ενασχολήσεων για να επιλέξει, τι είδους εργοδοσία επιθυμεί και απο εκεί να δημιουργήσει ένα σχέδιο δράσης, είτε πρόκειται για δουλειά, το ξεκίνημα μιας επιχείρησης ή σπουδών στο εξωτερικό – είναι μέρη μιας στρατηγικής σχεδιασμού καριέρας που θα βρείτε σ' αυτό το κεφάλαιο.

1. Ταιριάζοντας όλα τα στοιχεία της προσωπικότητας στην καταλληλότερη δουλειά

Όσοι ψάχνουν για δουλειά σήμερα πρέπει να υπολογίζουν ότι τίθενται πολλά ερωτήματα στη συνέντευξη για την ικανότητα του υποψήφιου να επικοινωνήσει.

Μία αναφορά από επαγγελματίες σε εταιρείες, αρχές και οργανισμούς δείχνει ότι αυτή είναι το πρωταρχικό πλεονέκτημα που ψάχνουν. Τι γίνεται όμως με την εκπαίδευση; Αυτή έρχεται με τη δουλειά. Προφανώς δεν μπορείς να λάβεις εκπαίδευση για να γίνεις Πολιτικός Μηχανικός σε ένα εργοστάσιο, αλλά αν είναι καθόλου εφικτό, πρέπει να αναζητήσεις ένα συνεργάτη με τα **βασικά ανθρώπινα πλεονεκτήματα που θεωρούνται σημαντικά** και μετά να του προσφέρτε εξάσκηση στο χώρο εργασίας.

Αυτό γίνεται όλο και πιο αληθινό κάθε μέρα, εφόσον η ικανότητά τους θα είναι πάντα φρέσκια.

Ένα συγκεκριμένο επίπεδο εξάσκησης θα απαιτείται πάντα, αλλά αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο τον πελάτη είναι **πόσο προετοιμασμένος είναι ο εργοδότης να εξελίξει και να ανανεώσει την ικανότητά του.**

- Searching for a job - information resources -

«Αυτό σημαίνει ότι η μακρά και πιστή υπηρεσία δεν είναι πάντα πλεονέκτημα σε ένα συνεχώς εναλασσόμενο κόσμο» *Gillis Herlitz*.

Ένα από τα πιο σημαντικά πράγματα που πρέπει να σκέφτεστε όταν ταιριάζετε ένα άτομο με μία δουλειά είναι να ενημερώνετε τον εργοδότη για το τι μπορεί να συνεισφέρει ο πελάτης ώστε η εταιρεία να έχει μεγαλύτερη επιτυχία. Αν μπορείτε να το κάνετε αυτό, ο πελάτης θα πετύχει αυτομάτως. Για να μπορέσετε να το πετύχετε αυτό, ο πελάτης πρέπει να είναι ενήμερος για το εμπόριο της εταιρείας και να δίνει περισσότερα από τη δουλειά της ρουτίνας, με άλλα λόγια, περισσότερα από όσα περιμένει ο εργοδότης (20% όλης της δουλειάς).

Ο πελάτης πρέπει επίσης να έχει μεγάλο ενδιαφέρον για το τι πρόκειται να αντιμετωπίσει στη δουλειά, γιατί αν όχι, θα είναι δύσκολο να αντιμετωπίσει τη ρουτίνα, το οποίο σημαίνει ότι θα κάνει μόνο ό,τι αναμένεται (80% όλης της δουλειάς).

Σήμερα πολλοί εργοδότες προσλαμβάνουν «γνώσεις», αλλά κάποιος πληρώνεται και για τη συμπεριφορά του!

Επαγγελματικές Κατευθύνσεις

Το τι εννοείται με τον όρο πετυχημένη καριέρα θα φέρει πολλές διαφορετικές απαντήσεις ανάμεσα σε διαφορετικά άτομα. Οι απόψεις των ανθρώπων για τις καριέρες διακρίνονται, για παράδειγμα, από το πόσο θα μείνει κάποιος στο ίδιο εργασιακό περιβάλλον ή σε ποια κατεύθυνση θα ήθελε να εξελιχθεί η καριέρα του. Αυτές οι διαφορές απόψεων αποτελούν πιθανή απειλή για τις Ανθρώπινους Πόρους. Υπάρχει μεγάλο ρίσκο να προκύψουν παρεξηγήσεις αν δεν κατανοήσει κανείς ότι οι άνθρωποι έχουν διαφορετικές απόψεις πάνω στην έννοια της ιδανικής καριέρας. Μπορεί να συμβεί να προσφερθεί σε έναν πελάτη μία επαγγελματική ευκαιρία, που παρότι είναι rewarding, μπορεί να είναι εφιάλτης για το εν λόγω άτομο.

Οι καθηγητές Michael Driver και Dr. Kenneth Brousseau έχουν αναγνωρίσει 400 τύπους επαγγελματικών κατευθύνσεων, ή απόψεων για την ιδανική καριέρα, βασισμένους στη σχεδόν 30χρονη έρευνα επαγγελματικής δυναμικής.

Η ΕΙΔΙΚΗ κατεύθυνση είναι η πιο σταθερή και ιστορικά κυρίαρχη επαγγελματική οπτική, που

- Searching for a job - information resources -

σημαίνει ότι μία καριέρα γίνεται σε ισόβια βάση μέσα στο ίδιο εργασιακό περιβάλλον. Κάποιος μπορεί να αναγνωρίσει τη δουλειά του. Επιτυχία σημαίνει ότι κάποιος συνεχίζει να μαθαίνει περισσότερα μέσα στο πεδίο της δουλειάς, όπως ικανότητα και γνώση.

Η **ΓΡΑΜΜΙΚΗ επαγγελματική κατεύθυνση** εστιάζεται στη γρήγορη αναρρίχηση στην ιεραρχία του οργανισμού. Μία πετυχημένη καριέρα σημαίνει να αναρριχάσαι όσο ψηλότερα γίνεται μέσα στον οργανισμό έχοντας όσο περισσότερη ευθύνη και εγκυρότητα γίνεται.

Η **ΕΠΕΚΤΕΙΝΟΜΕΝΗ επαγγελματική κατεύθυνση** είναι μία λιγότερο παραδοσιακή επαγγελματική οπτική όπου κάποιος ανακαλύπτει την καριέρα του μετακινούμενος σε ένα γειτονικό πεδίο. Οι αλλαγές αυτές τείνουν να οδηγήσουν σε μία εξέλιξη ευρύτερης εξέλιξης και νέων εφαρμογών σε νωρίτερες εργασιακές εμπειρίες.

Η **ΕΠΙΣΟΔΕΙΑΚΗ επαγγελματική εξέλιξη** είναι η πιο εναλασσόμενη και λιγότερο συμβατική από όλες. Οι επισοδειακοί άνθρωποι θεωρούν ότι δεν έχουν καριέρα. Όσο περισσότερα νέα πράγματα έρχονται και όσο περισσότερες αλλαγές συμβαίνουν στην εργασιακή ζωή τόσο το καλύτερο, αντίστοιχα με το «σταθερό πρότυπο των ασταθειών».

Κινητήρια Δύναμη

Οι άνθρωποι διαφέρουν στο τι τους παρακινεί στην εργασιακή ζωή τους. Άνθρωποι με Ειδική κινητήρια κινητήρια δύναμη εκτιμούν την Ειδική Γνώση και Ασφάλεια, ενώ η κινητήρια δύναμη πίσω από τη Γραμμική κατεύθυνση είναι Δύναμη και Κατόρθωμα. Προσωπική εξέλιξη και δημιουργικότητα παρακινεί αυτούς με επεκτεινόμενη κινητήρια δύναμη ενώ οι επισοδειακοί προτιμούν Ποικιλία και Ανεξαρτησία.

Μία από τις συνέπειες αυτών των ατομικών διαφορών είναι ότι μία σταθερή καριέρα, που θεωρείται ιδανική καριέρα για τον Ειδικό, μπορεί να βιωθεί ως εφιάλτης για κάποιον άλλο (για παράδειγμα, τους επισοδειακούς). Για να οδηγήσετε και να παροτρύνετε τους πελάτες σας, πρέπει να έχετε κατανόηση αυτών των ατομικών διαφορών στην κινητήρια δύναμή τους.

Η επαγγελματική εξέλιξη παρολαυτά δε σημαίνει απλά να βοηθάς τον άλλον να κατανοήσει την κινητήρια δύναμή του και να αναζητά «επιτυχία». Η επαγγελματική κατεύθυνση ορίζεται ακόμα στον οργανισμό. Η αυτοπεποίθηση σε επαγγελματικούς όρους δεν αρκεί για να είναι αποτελεσματική η

- Searching for a job - information resources -

οργάνωση, και είναι σημαντικό να εξετάζονται οι πιθανότητες που μπορούν να οδηγήσουν σε επαγγελματική εξέλιξη μέσα στον οργανισμό.

	ΕΙΔΙΚΗ	ΓΡΑΜΜΙΚΗ	ΕΠΕΚΤΕΙΝΟ- ΜΕΝΗ	ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤ ΚΗ
Επαγγελματική Κατεύθυνση	<i>Ισόβια Μάθηση</i>	Ανοδική Αναποφάσιστη	Παράπλευρη 5-10 χρόνια	Παράπλευρη Μονόπλευρη 2-4 χρόνια
Κινητήρια Δύναμη	Ειδική Γνώση Ασφάλεια	Δύναμη Αποδοτικότητα	Προσωπική εξέλιξη Δημιουργικότητα	Ποικιλία Ανεξαρτήσια
Ικανότητα	Ανάμειξη Ποιότητα Ειδικότητα	Ηγετικότητα Ανταγωνισμός Αποτελεσματικότητα	Δημιουργικότητα Συνεργασία Ευρείες Ικανότητες	Ευρύ Δίκτυο Ταχύτητα Ευελιξία

Απασχολήσεις

Υπάρχουν πολλές απασχολήσεις για να διαλέξει κανείς, αλλά όχι μόνο η επαγγελματική κατεύθυνση του πελάτη αλλά και τα ενδιαφέροντα του είναι πολύ σημαντικά όταν πρέπει να επιλέξει μία δουλειά. Υπάρχουν επίσης πολλά άλλα πράγματα που μπορεί να έχουν σημασία. Ρωτήστε τον πελάτη τι πιστεύει πως είναι σημαντικό για εκείνον και ποια απασχόληση έχει αναπτυχθεί, για την οποία υπάρχουν δυνατότητες πρόσληψης. Για να μπορεί κανείς να συλλέξει πληροφορίες είναι προτεινόμενο να επισκεφτεί διαφορετικές εταιρείες. Μ' αυτόν τον τρόπο ο πελάτης μπορεί να δείξει το ενδιαφέρον του σε έναν πιθανό εργοδότη και ακόμα να κάνει ερωτήσεις για το τι δεξιότητες χρειάζονται για να μπορεί να πραγματοποιήσει τη δουλειά των ονείρων του. Στους εργοδότες αρέσει να παρουσιάζουν τις εταιρείες τους και ακόμη ο πελάτης λαμβάνει απευθείας συμβουλές για το τι δεξιότητες χρειάζονται. Καμία πρόγνωση στον κόσμο μπορεί να ξεπεράσει αυτό το είδος πληροφορίας.

Όταν ο πελάτης έχει ορίσει τις γνώσεις, τις ικανότητες, τις εμπειρίες και τα ενδιαφέροντά του και είναι επίσης καθαρό ποιές απασχολήσεις μπορεί να τον ενδιαφέρουν, έχει ένα σημείο εκκίνησης για να χτίσει

- Searching for a job - information resources -

το μέλλον του.

Παραδείγματα διαφορετικών απασχολήσεων δίνονται παρακάτω.

Διαχείριση, οικονομία και νόμοι

Μέσα στα πεδία της διαχείρισης, της οικονομίας και των νόμων υπάρχουν πολλές δουλειές και κατευθύνσεις. Είναι σύνηθες να έχεις επαφή με το γενικό κοινό, τις αρχές, τις εταιρείες και τους συνεργάτες. Άρα ο πελάτης πρέπει να είναι ικανός να παρέχει υπηρεσία και να έχει την ικανότητα παροχής πληροφοριών γραπτά και προφορικά.

Παραδείγματα:

- Διερεύνηση
- Σχεδιασμός ή συμπλήρωση μιας δραστηριότητας, των αποτελεσμάτων και των οικονομικών.
- Λογιστική
- Ερμηνεία νόμων και κανονισμών
- Εξέταση εφαρμογών
- Παροχή συμβουλών και πληροφοριών

Ένα πτυχίο Πανεπιστημίου είναι απαραίτητο για πολλές από αυτές τις δουλειές. Για άλλες, όπως γραμματέας, υπάλληλος γραφείου και συντονιστής μεταφορών, συχνά είναι αρκετό να έχεις τελειώσει δευτεροβάθμια εκπαίδευση ή κολλέγιο. Ακόμα και αν για μία δουλειά σε τράπεζα ή ασφαλιστική εταιρεία απαιτεί πανεπιστημιακή μόρφωση, υπάρχουν πιθανότητες πρόσληψης ακόμα και μετά το κολλέγιο. Η διεθνής συνεργασία ανάμεσα σε χώρες, οργανισμούς και εταιρείες επηρεάζει τα καθήκοντα στις περισσότερες δουλειές αυτών των πεδίων. Οι γλώσσες και οι γνώσεις για άλλες χώρες και πολιτισμούς είναι πολύτιμα συμπληρώματα για την οικονομία, την κοινωνική επιστήμη ή τη νομική επιμόρφωση.

Χτίσιμο και Κατασκευές

Κάποιος μπορεί να επιλέξει διαφορετικές δουλειές και κατευθύνσεις μέσα στον τομέα των κατασκευών. Ο πελάτης πρέπει να είναι έτοιμος να μετακομίσει εκεί όπου βρίσκονται οι δουλειές. Αυτό μπορεί να

- Searching for a job - information resources -

είναι στην πατρίδα ή στο εξωτερικό. Είναι σύνηθες να ταξιδεύει κάθε βδομάδα ανάμεσα στο σπίτι και τη δουλειά. Για παράδειγμα ο πελάτης μπορεί να κατασκευάσει:

- Σπίτια
- Δρόμους
- Σιδηροδρόμους
- Γέφυρες
- Εργοστάσια

Ο πελάτης χρησιμοποιεί διαφορετικές μηχανές και τεχνολογικά προηγμένα εργαλεία. Υπάρχει ακόμη η δυνατότητα ειδίκευσης μέσα σε συγκεκριμένες δουλειές που απευθύνεται σε παλιότερες μεθόδους χειροτεχνών. Καινούρια σπίτια συνήθως χτίζονται σε μεγαλύτερες πόλεις και μέρη όπου υπάρχουν πανεπιστήμια.

Υπολογιστές / Τεχνολογία Πληροφοριών (IT)

Οι τομείς υπολογιστών και τεχνολογίας πληροφοριών είναι δυναμικοί και μεταλασσόμενοι. Περιέχουν μία βαθμιαία ένταξη σε περιβάλλον υπολογιστών με τηλεφωνικά και άλλα συστήματα επικοινωνίας. Σε μερικά πεδία οι αλλαγές είναι τόσο δυναμικές που οι γνώσεις παλιώνουν σε λιγότερο από ένα χρόνο. Τα σύνορα ανάμεσα στις διαφορετικές δουλειές αλλάζουν και ο τίτλος εργασίας του πελάτη εξαρτάται από το μέρος της δουλειάς. Το να δουλεύεις με υπολογιστές / IT συχνά περιέχει στενή προσωπική επαφή με συναδέλφους, ανθρώπους που παίρνουν παραγγελίες, παραδοτές, πελάτες και χρήστες. Υπάρχουν πολλά διαφορετικά καθήκοντα μέσα σε αυτά τα πεδία. Για παράδειγμα κάποιος μπορεί να δουλέψει

με:

- Εξέλιξη συστημάτων
- Προγραμματισμός
- Λειτουργία – διατήρηση του συστήματος και δικτύου
- Υποστήριξη στο χρήστη
- Σχεδιασμός μακροπρόθεσμων σχεδίων για χρήση IT

- Searching for a job - information resources -

- Ερωτήσεις για ασφάλεια
- Ανάπτυξη δικτυακών τόπων

Όλοι οι τομείς της κοινότητας έχουν ανάγκη από ειδικούς και η επικοινωνιακή εξέλιξη απαιτεί όλο και περισσότερο εκπαιδευμένο προσωπικό ενώ τα συστήματα IT γίνονται πιο εξελιγμένα. Αυτό σημαίνει ότι άτομα με υψηλά τεχνολογικά προσόντα θα είναι σε μεγάλη ζήτηση για πολλά χρόνια ακόμα.

Υγεία/Ομορφιά

Το ενδιαφέρον για τη φροντίδα της υγείας και του σώματος έχει αυξηθεί. Η πρόγνωση είναι ότι θα συνεχίζει να αυξάνεται. Πόσα λεφτά θα ξοδεύουν οι άνθρωποι για υγεία και ομορφιά είναι ένα λεπτό ζήτημα. Αν ο πελάτης θέλει να δουλέψει σε αυτόν τον τομέα πρέπει να έχει μεγάλο ενδιαφέρον για τους ανθρώπους και να προσφέρει καλές υπηρεσίες. Αίσθηση των χρωμάτων και των σχημάτων μπορεί να αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για μερικές από τις δουλειές σε αυτό το πεδίο. Υπάρχουν πολλές διαφορετικές ευκαιρίες μέσα σ' αυτήν την ομάδα όπως:

- Φροντίδα των ποδιών
- Θεραπεία δέρματος, μανικιούρ
- Καθοδήγηση για εξάσκηση
- Συμβουλές για τη φροντίδα της υγείας και του σώματος

Αυτές οι ομάδες είναι συχνά μικρές και χωρίς πολλή ζήτηση. Πολλοί δουλεύουν για τον εαυτό τους. Αυτό απαιτεί μία ικανότητα να σχεδιάζεις, και να ανταπεξέρχεσαι στα οικονομικά και διαχειριστικά.

Πώληση, Αγορά και Marketing

Είτε ο πελάτης πουλά αυτοκίνητα, λουλούδια, μηχανές ή ταξίδια είναι σημαντικό να είναι ευαίσθητος προς τις επιθυμίες του πελάτη. Πρέπει να ενδιαφέρεται για τους ανθρώπους και να στοχεύει στο να τους παρέχει υπηρεσίες. Αυτοί που είναι αγοραστές ή δουλεύουν στον τομέα του marketing πρέπει να γνωρίζουν την αγορά για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες για τις οποίους δουλεύουν. Είναι επίσης σημαντικό να μπορείς να προβλέψεις αλλαγές. Οι αγορές στο διαδίκτυο αυξάνονται και μπορούν να επηρεάσουν

- Searching for a job - information resources -

τα καθήκοντα και τον αριθμό υπαλλήλων σε αυτόν τον τομέα. Ιδιαίτερα η αγορά από email (ή άλλο τρόπο ηλεκτρονικής αγοράς) έχει αυξηθεί ανάμεσα στις εταιρείες. Όταν οι εταιρείες μπορούν να βρουν πληροφορίες και να παραγγέλνουν αγαθά από το Διαδίκτυο από μόνες τους, ο ρόλος του πωλητή είναι να παρέχει συμβουλές και να λύνει προβλήματα μαζί με τους πελάτες. Ως πωλητής, υπάρχουν πολλά διαφορετικά πεδία για να δουλέψει κανείς, όπως:

- Πωλητής σε κατάσταση
- Πωλητής προϊόντων που έχει κατασκευάσει η εταιρεία, όπως φάρμακα ή μηχανήματα γραφείου
- Πωλητής υπηρεσιών όπως για παράδειγμα εξάσκηση ή παροχή συμβουλών
- Αγοραστής αγαθών ή υπηρεσιών

Η ζήτηση για γνώσεις διαφέρει ανάμεσα στις διάφορες δουλειές. Σωματειακή γνώση χρειάζεται για δουλειά με Σωματεία. Υψηλότερη εκπαίδευση μπορεί να απαιτείται για αγοραστές που δουλεύουν στον τομέα του και για πωλητές εταιρειών. Για παράδειγμα πανεπιστημιακή μόρφωση με ιδιαίτερες γνώσεις στα οικονομικά.

Χειροτεχνία

Η χειροτεχνία συχνά χτίζεται πάνω σε παλιότερες τεχνικές. Ο πελάτης χρησιμοποιεί τα χέρια του και δουλεύει με διαφορετικά εργαλεία και μηχανές. Ο χειροτέχνης είναι συνήθως υπεύθυνος για το προϊόν από τις πρώτες ύλες μέχρι το ολοκληρωμένο προϊόν. Αυτό απαιτεί πρακτική εμπειρία. Συχνά χρειάζονται και καλλιτεχνικές ιδιότητες. Οι χειροτέχνες συνήθως δουλεύουν για τον εαυτό τους. Κάποιες φορές συνεργάζονται μεταξύ τους και μοιράζονται εργαλεία και μηχανήματα για να μειώσουν το κόστος. Οι δυνατότητες εξαρτώνται από τις δεξιότητές σου και από το να είσαι ικανός να πουλήσεις τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σου. Είναι πιθανό να είσαι μαθητευόμενος και με τον καιρό να αποκτήσεις ένα δίπλωμα. Η χειροτεχνία περιλαμβάνει μία ευρεία κλίμακα όσον αφορά στα εργαλεία και τις δουλειές.

Διαφορετικές εργασίες μέσα στον τομέα μπορεί να είναι οι εξής:

- Τέχνη ή μεταλλουργία
- Μεταποίηση

- Searching for a job - information resources -

- Χειροτεχνίες
- Ψωμί, μπισκότα και κέικ

Ξενοδοχεία, εστιατόρια, βιομηχανικές κουζίνες

Μέσα στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια υπάρχουν πολλές εξειδικευμένες δουλειές. Κοινή σε όλες είναι η υπηρεσία. Να συναντάς κάθε μέρα καινούριους πελάτες και να μπορείς να προσαρμόζεσαι σε διαφορετικές καταστάσεις. Αυτό ισχύει άσχετα από το αν ο πελάτης δουλεύει σε ξενοδοχείο, σχολική καντίνα ή πιτσαρία. Κάποιες δουλειές σ' αυτόν τον τομέα είναι:

- Σέρβις σε πλοίο
- Μαγείρεμα
- Υπάλληλος σε ρεσεψιόν ξενοδοχείου
- Φροντίδα καλεσμένων σε συνέδριο
- Σομελιέ σε εστιατόριο

Η δουλειά σε ένα ξενοδοχείο μπορεί να ποικίλει. Ένας σερβιτόρος μπορεί να δουλέψει και ως ρεσεψιονίστ, και ένας ρεσεψιονίστ ως σερβιτόρος ή καθαριστής δωματίων. Μετά τη βασική εξάσκηση υπάρχουν καλές πιθανότητες για περαιτέρω εξέλιξη μέσα στο πεδίο. Η ανάγκη για προσωπικό ποικίλει ανάμεσα στις διαφορετικές πόλεις και εποχές. Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης.

Υγεία και Ιατρική φροντίδα

Αυτός ο τομέας περιλαμβάνει τα πάντα από εξετάσεις, θεραπείες και φροντίδα, ακόμα και προληπτική φροντίδα. Η υγεία και η ιατρική φροντίδα δεν περιορίζεται μόνο στα ξενοδοχεία. Ο πελάτης μπορεί επίσης να δουλεύει σε κλινική, γηροκομείο, εταιρείες, σχολεία ή σε ιδιωτική κλινική. Οι γιατροί και το υπόλοιπο νοσηλευτικό προσωπικό μπορούν ακόμη να συνδέονται με εταιρείες που δανείζουν προσωπικό σε διαφορετικά ιατρικά ιδρύματα.

- Searching for a job - information resources -

Μέσα στον τομέα της υγείας και της ιατρικής φροντίδας, ο πελάτης μπορεί να δουλέψει:

- Εξετάζοντας και θεραπεύοντας τους ασθενείς
- Εκπαιδευοντας ανθρώπους με περιορισμένη κινητικότητα
- Βοηθώντας με τεστ για ανάπηρους
- Ασχολούμενος με φάρμακα
- Δίνοντας συμβουλές για διαίτα και υγεία
- Βοηθώντας ανθρώπους με προβλήματα ομιλίας, όρασης ή ακοής

Βιομηχανική παραγωγή

Η βιομηχανία παραγωγής παράγει προϊόντα που βασίζονται σε πρώτες και επεξεργασμένες ύλες. Τα προϊόντα που φτιάχνονται γίνονται ολοένα και πιο πολύπλοκα. Οι εργάτες δεν παραδίδουν απλώς τους τριβείς αλλά ένα ολόκληρο σύστημα οργάνωσης όπου οι τριβείς συμπεριλαμβάνονται μαζί με τα ηλεκτρικά. Ένας υπολογιστής χειρίζεται σχεδόν όλη την κατασκευή. Πολλές από τις μηχανές χειρίζονται από υπολογιστή. Οι χειριστές παρακολουθούν και ελέγχουν τη διαδικασία με έναν αριθμό υπολογιστών στην αίθουσα ελέγχου. Η οργάνωση στον εργασιακό χώρο είναι συνήθως μία αυτοκυβερνώμενη ομάδα με μία ευρεία ποικιλία καθηκόντων και ευθυνών.

Παραδείγματα καθηκόντων σε αυτόν τον τομέα είναι:

- Επίβλεψη και φροντίδα των μηχανών
- Ηλεκτρονικά
- Χαλιά
- Συγκολλήσεις
- Επίβλεψη βιομηχανικών επεξεργαστών

Εγκαταστάσεις, χειριστές και διατήρηση

Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει πολλούς τύπους παρακλαδιών και εμπορευμάτων όπως ηλεκτρολόγους, χειριστές μηχανών, μηχανικούς μεταφορών, κατασκευαστές τεχνολογίας και άλλους. Πολλοί μπορούν να δουλέψουν στην παραγωγή όπως και στην υπηρεσία ή την παροχή συμβουλών.

Παραδείγματα καθηκόντων μέσα σε αυτά τα πεδία είναι:

- Επισκευή αυτοκινήτων και άλλων μηχανών
- Φροντίδα κτιρίων
- Εύρεση ελαττωμάτων με υπολογιστή
- Επίβλεψη της κατασκευής
- Διαφορετικά είδη εγκαταστάσεων

Οι περιβαλλοντολογικές απαιτήσεις και οι απαιτήσεις οικονομίας της ενέργειας παράγουν δουλειές όπως ανακατασκευή, εκσυγχρόνιση, εγκατάσταση και διαχείριση μίας αποτελεσματικότερης θέρμανσης και εξαερισμού. Η φροντίδα για την τεχνολογία θέρμανσης και κατασκευών βρίσκεται περισσότερο τα χέρια των ειδικών. Γίνεται πιο ουσιαστικό για ανθρώπους με ηλεκτρονικές δεξιότητες να επισκευάζουν μηχανές.

Πολιτισμός, Μέσα, Σχέδιο

Δημιουργικά καθήκοντα είναι κοινά για πολλές από τις δουλειές στον τομέα αυτό. Για παράδειγμα:

- Φωτογραφία
- Συγγραφή
- Τραγουδι σε σκηνή μπροστά σε ανθρώπους
- Σχεδιασμός διαφημίσεων
- Ζωγραφική
- Τεχνολογική δουλειά για μία ταινία ή ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα

- Searching for a job - information resources -

Όσον αφορά στον πολιτισμό, ο πελάτης μπορεί να δουλεύει ως μέρος της ομάδας με την παραγωγή ενός θεατρικού. Άλλοι δουλεύουν μόνοι – είναι συνηθισμένο ανάμεσα στους συγγραφείς, μεταφραστές και άλλους καλλιτέχνες.

Για πολλούς ανθρώπους είναι ένα όνειρο να δουλεύουν στον τομέα του πολιτισμού, παρολαυτά είναι πολύ ανταγωνιστικό, όχι μόνο σε θέσεις εξάσκησης αλλά και σε μόνιμες δουλειές ή προσωρινές αναθέσεις. Οι ανεξάρτητες καλλιτεχνικές δουλειές απαιτούν όχι μόνο ταλέντο αλλά και επιμονή. Σε μερικές περιπτώσεις, ακόμα και μετά από μακρά εξάσκηση, μπορεί να είναι δύσκολο για τον πελάτη να υποστηρίξει τον εαυτό του.

Δημόσια εγχειρήματα παίζουν μεγάλο ρόλο για δυνατότητες εργασίας σε βιβλιοθήκη, στο θέατρο, στο ραδιόφωνο ή την τηλεόραση. Η ζήτηση για σχεδιαστές και υπηρεσίες στον τομέα της διαφήμισης ποικίλει ανάλογα με την οικονομική ανάπτυξη. Ο σχεδιασμός έχει γίνει πολύ ανταγωνιστικό και υπολογίζεται ότι θα παραγάγει περισσότερες δυνατότητες στο μέλλον.

Περιβαλλοντολογική διατήρηση, ασφάλεια, υγιεινή και καθαριότητα

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές δουλειές μέσα στους τομείς του περιβαλλόντος και της υγείας. Σε μερικές δουλειές ο στόχος είναι να δημιουργηθεί μία καλή εργασιακή ατμόσφαιρα. Κάποιοι ερευνά τα ρίσκα και τα προβλήματα και προτείνει λύσεις ή φροντίζει ότι οι εργασιακές συνθήκες είναι σύμφωνες με τις νομικές απαιτήσεις.

Σε άλλες δουλειές μπορεί κανείς να δουλέψει με:

- Φροντίδα και προστασία της φύσης
- Την επίβλεψη του αέρα, του νερού και της γης
- Την επίβλεψη της βιομηχανίας
- Τις συνθήκες επικίνδυνων δραστηριοτήτων για το περιβάλλον
- Έλεγχο των προμηθειών
- Προστασία ζώων
- Καθαριότητα, για παράδειγμα ανακύκλωση, απολύμανση, συλλογή απορριμάτων.

Η ζήτηση για εξάσκηση ποικίλει. Μία πανεπιστημιακή μόρφωση συνήθως χρειάζεται. Αυτό ουσιαστικά σημαίνει κατοχή ευρείας γνώσης, και, κατά κανόνα, επιμόρφωση στους τομείς της επιστήμης, της τεχνολογίας, της οικονομίας, της νομικής. Για την απολύμανση και την καθαριότητα συνήθως λαμβάνεις την εκπαίδευση στο χώρο εργασίας. Μία ενημέρωση για τα υλικά, την τελευταία τεχνολογία και τις μεθόδους εργασίας είναι απαραίτητη.

Φυσική Βιομηχανία

Οι συνδυασμένες ενασχολήσεις στους τομείς της γεωργίας, της δασονομίας και της φυτοκομίας μπορούν από κοινού να ονομαστούν ο πράσινος τομέας. Ένα άλλο κοινό χαρακτηριστικό είναι ότι οι προσληφθέντες συνήθως δουλεύουν κοντά στη φύση και συνήθως χρησιμοποιούν τα χέρια και το σώμα τους. Πολλές από τις ενασχολήσεις μέσα στη γεωργία και τη δασοκομία έχουν αλλάξει εξαιτίας της νέας τεχνολογίας. Οι συνθήκες εργασίας έχουν βελτιωθεί, μηχανές αναλαμβάνουν τη βαριά εργασία και η χρήση υπολογιστών έχει βοηθήσει κατά πολύ.

Παραδείγματα σε αυτά τα πεδία είναι:

- Φροντίδα ζώων ή γεωργικές συμβουλές
- Δουλειά σε φάρμα με ζώα, μηχανήματα ή φυτοκομία
- Δουλειά με άλογα ή κατοικίδια
- Φύτευση ή υλοτομία στα δάση
- Φροντίδα ή σχεδιασμός των κήπων
- Έρευνα και εξέλιξη στη γεωργία και τη δασοκομία

Επιστημονική εργασία

Η επιστημονική γνώση έχει ζήτηση στην κοινότητα. Για πολλά καθήκοντα, το να έχεις γνώσεις από άλλα πεδία μπορεί να είναι πλεονέκτημα. Η συνεργασία αυξάνεται ανάμεσα στους βιολόγους, τους χημικούς, τους μηχανικούς, τους τεχνικούς και τους ειδικούς σε υπολογιστές. Περιβαλλοντική συντήρηση, παραγωγή φαρμάκων, κατασκευή της παραγωγής και βελτίωσης των πρώτων υλών είναι σημαντικοί τομείς. Η έρευνα σε αυτά τα πεδία προοδεύει, για παράδειγμα στη μακροβιολογία και τη γενεαλογία, που σημαίνει ότι πολλές από αυτές τις δουλειές αλλάζουν όταν περαιτέρω γνώσεις

- Searching for a job - information resources -

βρίσκουν εφαρμογή.

Τα κύρια καθήκοντα σε αυτούς τους τομείς είναι:

- Έρευνα
- Ανάπτυξη
- Εξάσκηση
- Διερεύνηση

Πολλοί επιστήμονες δουλεύουν ως ερευνητές ή καθηγητές σε πανεπιστήμια. Μέσα στον τομέα της υγείας υπάρχουν νοσοκομειακοί φυσικοί που έχουν την ευθύνη να χορηγούν στους ασθενείς ακτινοβολία. Βιοϊατρικοί αναλυτές εξετάζουν τα αποτελέσματα των τεστ. Τοξικολόγοι μελετούν τα αίτια του καρκίνου. Βιοχημικοί, μικροβιολόγοι και φαρμακολόγοι κάνουν έρευνα για νέα ή περισσότερο αποτελεσματικά φάρμακα. Οι φυσικοί έχουν καθήκοντα στη βιομηχανία ενώ οι γνώσεις των γεωλόγων χρειάζονται στο κτίσιμο δρόμων και σηράγγων.

Παιδαγωγική εργασία

Το επάγγελμα της διδασκαλίας είναι ένα επάγγελμα που διαρκώς αλλάζει. Κάποιος πρέπει να είναι συνέχεια έτοιμος να μάθει καινούργια δεδομένα και μεθόδους διδασκαλίας. Με αυτά τα θέματα ως βάση μπορεί κανείς να προσαρμόσει τη διδασκαλία στις διαφορετικές απαιτήσεις των μαθητών. Ως δάσκαλος ο πελάτης μπορεί να δουλέψει με όλες τις ηλικίες, από τα πιο μικρά παιδιά στο νηπιαγωγείο μέχρι τους ενήλικες στα γυμνάσια, τα λύκεια και τα πανεπιστήμια. Το επάγγελμα περιλαμβάνει προσωπική εργασία αλλά και συνεργασία για την εξέλιξη των μαθητών.

Καθήκοντα που διαμορφώνουν μία εργασιακή ημέρα διδασκαλίας συμπεριλαμβάνουν:

- Διδασκαλία
- Σχεδιασμός μαθημάτων μαζί με την τάξη
- Διαχείριση, για παράδειγμα, προϋπολογισμός για βιβλία
- Εργασία για σπουδές εξ αποστάσεως μέσω Διαδικτύου

Κοινωνική εργασία

Υπάρχουν καλές πιθανότητες ευρέσεως διαφορετικών εργασιών στον κοινωνικό τομέα. Ο αριθμός των μεγάλων ανθρώπων αυξάνεται και πολλοί από αυτούς χρειάζονται υπηρεσίες και υποστήριξη. Με την κοινωνική εργασία οι πελάτες βοηθούν και υποστηρίζουν ανθρώπους στις ζωές τους, σε διαφορετικές καταστάσεις.

Μερικά παραδείγματα καθηκόντων:

- Παροχή βοήθειας, στήριξης και φροντίδας στους ηλικιωμένους ή ανάπηρους
- Φροντίδα μικρών παιδιών ενώ οι γονείς τους λείπουν στη δουλειά
- Επίβλεψη των κρατούμενων στις φυλακές και βοήθεια στην κοινωνική επανένταξή τους.
- Εργασία με οικογένειακη καθοδήγηση
- Εργασία με ναρκομανείς ή εφήβους που χρειάζονται βοήθεια
- Εργασία σε ένα κοινωνικό γραφείο, για παράδειγμα οικονομική βοήθεια για τους κατοίκους της κοινότητας ή διερεύνηση των προβλημάτων μέσα στις οικογένειες
- Εργασία σε ένα κέντρο νεότητας ή ως βοηθός καθηγητή σε σχολείο.

Ακόμα και το θρησκευτικό λειτούργημα περιέχεται στην κοινωνική εργασία. Οι κληρικοί παρέχουν συμβουλές και βοήθεια στα μέλη της ενορίας.

Εργασία σε θέματα ασφάλειας

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές κατευθύνσεις για να επιλέξει κανείς στον τομέα αυτό. Ο πελάτης μπορεί να έχει μία δουλειά που προλαμβάνει τα ατυχήματα και τα εγκλήματα ή που ασχολείται με αυτά αφού συμβούν. Η προσοχή γύρω από φωτιάς και γενικά πυρασφάλεια έχει αυξηθεί. Οποιαδήποτε δουλειά γύρω από την αποφυγή ατυχημάτων θα είναι η δουλειά του μέλλοντος.

Μέσα στα πεδία της ασφάλειας μπορεί κανείς να δουλέψει για:

- Φύλαξη κτιρίων και ανθρώπων
- Πρόληψη φωτιάς
- Διάσωση

- Searching for a job - information resources -

- Έλεγχος αεροδρομίων
- Φύλαξη ακτών

Η εργασία περιλαμβάνει επαφή με ανθρώπους και συνεργασία με διαφορετικά επαγγελματικά σώματα. Για παράδειγμα, η αστυνομία, το τελωνείο, το λιμενικό και ο έλεγχος των αεροδρομίων μπορούν να δουλέψουν μαζί για να καταπολεμήσουν την τρομοκρατία ή τη μεταφορά λαθραίων.

Η ζήτηση για διαφορετικούς τύπους ασφάλειας αυξάνεται πρώτ'όλα στις πόλεις και τις αστικές περιοχές. Όσον αφορά στις εξελίξεις της τεχνολογίας σε σχέση με συναγερμούς διάρρηξης η αύξηση στον αριθμό των θέσεων για φύλακες δεν αξίζει να αναφερθεί ακόμα και αν η αγορά δείχνει μία σταθερή αύξηση. Εξαιτίας των τεχνολογικών εξελίξεων μέσα σε ολόκληρο τον τομέα της ασφάλειας, τα καθήκοντα για τους φύλακες θα είναι πιο προηγμένα. Στο μέλλον υψηλότερες απαιτήσεις θα τεθούν για τις γλωσσικές ικανότητες των φυλάκων, το τεχνολογικό λεξιλόγιο και ευελιξία.

Εργασία Τεχνολογίας

Η αύξηση των υπολογιστών και των ηλεκτρονικών στοιχείων μέσα στην τεχνολογία συνεχίζεται. Η τεχνολογία στα αγαθά/υπηρεσίες προσαρμόζεται όλο και περισσότερο για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών. Αυτό δημιουργεί μεγαλύτερη ζήτηση για ευελιξία, πελατειακή ανάλυση και προγραμματισμό της παραγωγής. Οι τεχνικοί αναπτύσσουν ένα διάλογο ανάμεσα στον πελάτη και τον προμηθευτή. Δεν υπάρχει πια ένα παγκόσμιο προϊόν.

Υπάρχει ένας τεράστιος αριθμός μηχανικών κατευθύνσεων και στις περισσότερες είναι πιθανό να ειδικευτείς για παράδειγμα σε:

- Εργασία με κατασκευές
- Προγραμματισμός παραγωγής
- Έλεγχος ποιότητας

Μεταφορά

Στον τομέα της μεταφοράς προσλαμβάνονται άτομα σε πολλά διαφορετικά επίπεδα. Η γοργή εξέλιξη με τους υπολογιστές και η τεχνολογία πληροφοριών επηρεάζουν ακόμα και την επιχείρηση μεταφορών. Η τεχνολογία έχει δώσει νέες δυνατότητες για το σχεδιασμό μεταφοράς με πιο αποτελεσματικό τρόπο. Ταυτόχρονα, η ζήτηση για πιο γρήγορες και πιο ακριβείς παραδόσεις έχει αυξηθεί.

- Searching for a job - information resources -

Τα ταξίδια και οι μεταφορές λειτουργούν 24 ώρες την ημέρα. Μέσα στην επιχείρηση μεταφορών, ο πελάτης μπορεί να δουλέψει με:

- Μεταφορές
- Σιδηροδρόμους
- Πλοία
- Αεροπορία

Η ουσία του εμπορίου αλλάζει με την ίδια ταχύτητα που εξελίσσεται η τεχνολογία. Υπάρχουν πάντα νέες πληροφορίες και συστήματα επικοινωνίας, που σημαίνει ότι περισσότερες απαιτήσεις ζητούνται για κατανόηση της τεχνολογίας, των γλωσσών και των υπολογιστών. Χρησιμοποιώντας υπολογιστές οι δουλειές έχουν γίνει πιο αποτελεσματικές και ευκολότερες για οδηγούς και αποθηκάρους. Η ζήτηση για περισσότερη μεταφορά αυξάνεται και στο μέλλον θα υπάρχει ανάγκη για περισσότερους οδηγούς φορτηγών, λεωφορείων και τραίνων.

Μελλοντικές δουλειές

Νέες εξελίξεις στην τεχνολογία, για παράδειγμα, μέσα στους τομείς των υπολογιστών και της βιοτεχνολογίας θα δημιουργήσουν νέες δουλειές για το μέλλον. Επίσης μέσα στο περιβάλλον και τον τουρισμό υπάρχουν προοπτικές για νέες θέσεις. Τα σωματεία προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν αυτές τις δυνατότητες για εργοδοσία υποστηρίζοντας την έρευνα και εξέλιξη της νέας τεχνολογίας.

Εναλλακτικοί τρόποι για ένταξη στο εργατικό δυναμικό

Υπάρχουν πολλοί τρόποι να αποκτήσεις τα πλεονεκτήματα που χρειάζεται ο πελάτης για να βρει μία δουλειά. Ένας τρόπος είναι να στοχεύεις για πιο πρακτική μάθηση αντί για θεωρία. Οι πρακτικές καταστάσεις συνδέονται με την πραγματικότητα της εργασιακής ζωής και ο πελάτης θα έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει την ικανότητα που χρειάζεται και ο ίδιος και η εταιρεία.

Συμφωνία εξάσκησης /Φοίτηση

Οι συμφωνίες εξάσκησης είναι ένας καλός τρόπος να μπορείς να συνδυάζεις δουλειά και μελέτη. Αυτός ο τύπος επιμόρφωσης έχει μία μακρά παράδοση και είναι ένας δρόμος προς την εργοδοσία.

Υπάρχει μία μακρά παράδοση σε αυτές τις συμφωνίες ανάμεσα στον εργοδότη και τον εργαζόμενο. Η πρώτη εισάχθη περίπου 4000 χρόνια πριν. Ο βασιλιάς Χαμουραπί (1792-1750 π.Χ.) στη Μεσοποταμία ήταν ο πρώτος που νομιμοποίησε αυτές τις συμφωνίες εξάσκησης.

Στη Φινλανδία αυτές οι συμφωνίες χρησιμοποιούντο για χειροτέχνες στη διάρκεια του 17^{ου} αιώνα. Η αδερφότητα ανέπτυξε αυτό σε μία συστηματική δραστηριότητα εξάσκησης. Ακόμα και στη Γερμανία και άλλες Ευρωπαϊκές χώρες είναι σύνηθες να υπάρχει μία συμφωνία εξάσκησης/φοίτησης.

Η δραστηριότητα εξάσκησης εξελίσσεται συνέχεια και περιλαμβάνει επίσης οικονομική βοήθεια. Η εξάσκηση είναι κατάλληλη και για νέους και για ενήλικες. Είναι ειδικά σχεδιασμένη ώστε να καλύπτει τις ανάγκες και του εργοδότη και του εργαζόμενου. Η εξάσκηση ισοδυναμεί με τους άλλους τύπους επιμόρφωσης και στοχεύει σε βασικές ή ειδικές εξετάσεις. Η συμφωνία εξάσκησης προϋποθέτει έναν εργασιακό χώρο για την εξάσκηση. Τα Κέντρα Εξάσκησης και τα Πρακτορεία Εργασίας βοηθούν μ' αυτούς τους διακανονισμούς. Και ο φοιτητής και ο εργαζόμενος μπορούν να στραφούν σε αυτά για βοήθεια.

Ευρωπαϊκά προγράμματα μέσα στο πρόγραμμα Leonardo da Vinci στοχεύουν να βελτιώσουν την επαγγελματική εξάσκηση, κάτι που είναι πρωταρχικού ενδιαφέροντος για τον πελάτη ως υποψήφιο. Περίπου 250.000 νέοι χρησιμοποιούν αυτό το πρόγραμμα κάθε χρόνο.

Οι στόχοι για το *Leonardo* είναι:

- Να αναπτύξει μία κοινή Ευρωπαϊκή τακτική για επαγγελματική εξάσκηση,
- Να προωθήσει ανταλλαγές για φοιτητές, εκπαιδευόμενους και υποψηφίους,
- Να μπορεί να ξεπεράσει τα σύνορα στην επαγγελματική εξάσκηση

Συλλογή εμπειριών σε ένα σημαντικό εγχείρημα – Ευρωπαϊκή εθελοντική υπηρεσία για νέους

Η Ευρωπαϊκή εθελοντική υπηρεσία στοχεύει σε ανθρώπους ανάμεσα 18-25 που θα ήθελαν να

- Searching for a job - information resources -

δουλέψουν σε ένα κοινοτικό project σε χώρα της Ευρωπαϊκής ένωσης για 6 με 12 μήνες

Ο εθελοντής μπορεί να απασχοληθεί σε κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντολογικά εγχειρήματα και ταυτόχρονα να συλλέξει πολύτιμες εμπειρίες εργασίας στο εξωτερικό. Δεν κοστίζει τίποτα να πάρεις μέρος. Ο εθελοντής παίρνει επίσης χαρτζιλίκι και δωρεάν διαμονή όπως και ένα δίπλωμα. Έχετε υπόψην ότι είναι περισσότερο πρακτική εμπειρία παρά κανονική δουλειά. Είναι μία καλή περιπέτεια για φοιτητές και νέους αλλά ως εθελοντές δεν πληρώνονται.

Όροι Πρόσληψης

Υπάρχουν δύο βασικοί τύποι πρόσληψης, μόνιμος και προσωρινός. Ο τελευταίος μπορεί να έχει πολλά είδη με διαφορετικές συνθήκες.

Μόνιμος – σχεδόν πάντα ο ασφαλέστερος τύπος πρόσληψης. Οι ώρες και οι εργασιακές συνθήκες για τους προσωρινούς εργάτες πρέπει πάντα να συμφωνούνται από την αρχή ανάμεσα σε εργοδότη και εργαζόμενο.

Μία προσωρινή θέση μπορεί να έχει έναν από τους ακόλουθους τύπους:

Αντικαταστάτης – Μία θέση κατά τη διάρκεια ενός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος μπορεί κανείς να αντικαταστήσει ένα άτομο, που, για παράδειγμα, είναι σε διακοπές, ή άρρωστος, έχει πάρει άδεια ή βρίσκεται σε κάποια εξάσκηση. Ο αντικαταστάτης πρέπει να είναι ένα συγκεκριμένο άτομο που προσλαμβάνεται μέχρι να αναλάβει το «κατάλληλο» άτομο.

Περιορισμένη πρόσληψη – πρόσληψη για ορισμένο χρονικό διάστημα, όχι περισσότερο από 6 μήνες. Αυτό ισχύει όταν δεν είναι βέβαιο ότι το άτομο έχει αρκετές γνώσεις ή μπορεί να ανταπεξέλθει στα καθήκοντα που περιλαμβάνονται. Όταν η περίοδος λήγει συνήθως οδηγεί σε μόνιμη θέση, εκτός αν ο εργοδότης ή ο εργαζόμενος αποφασίσουν διαφορετικά.

Δουλειά για κάποιο έργο - πρόσληψη για ορισμένη χρονική διάρκεια για δουλειά αποκλειστικά πάνω σε ένα συγκεκριμένο έργο. Η πρόσληψη τελειώνει όταν τελειώνει το εγχείρημα.

Επιπλέον εργάτης – όταν κάποιος προσλαμβάνεται για ορισμένο χρονικό διάστημα για να βοηθήσει στην ξεκαθάριση μεγάλου όγκου δουλειάς.

Εποχιακή εργασία – επίσης για περιορισμένο χρονικό διάστημα, ανάλογα με τη δουλειά. Κάποιοι τύποι δουλειάς μπορούν να ασκηθούν κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης εποχής, για παράδειγμα,

- Searching for a job - information resources -

συγκομιδή μήλων.

Πρακτική εργασία – όταν κάποιος επιτελεί το πρακτικό μέρος της εξάσκησης του σε εργασιακό χώρο. Αυτό δεν περιλαμβάνει την ίδια ασφάλεια όπως η προσωρινή εργασία.

Θέση για υποψηφίους – είναι μία εκπαιδευτική και επιμορφωτική περίοδος που οδηγεί σε μόνιμη δουλειά. Ισχύει συνήθως για προσφάτους αποφοίτους από κολέγιο. Το μεγαλύτερο μέρος της εκπαιδευτικής πορείας στοχεύει στην πρακτική μεριά αλλά έχει και λίγη θεωρία. Πρόκειται συνήθως για μόνιμη δουλειά.

Πρόσληψη εργατικού δυναμικού

Η ζήτηση για περισσότερη ευελιξία είναι ένας από τους λόγους που αυτός ο τύπος γραφείων έχει αυξηθεί σε αριθμό. Η ιδέα αυτών των γραφείων είναι να δανείζουν το προσωπικό τους σε άλλες εταιρείες, οι οποίες χρειάζονται ανάγκη κατά τη διάρκεια μικρών ή μεγάλων περιόδων. Η εξέλιξη δεν είναι απαλλαγμένη από προβλήματα. Πολλοί από τους ανθρώπους που δουλεύουν σε τέτοιους τύπους γραφείων βρίσκονται σε μία αβέβαιη κατάσταση με αβέβαιο εισόδημα. Η δυνατότητα πρόσληψης ατόμων έχει προκαλέσει προβλήματα σε άτομα που ήδη δουλεύουν για την εταιρεία. Σε μερικές περιπτώσεις πλεονάζουν μια και προσλαμβάνονται άλλα άτομα. Εφόσον αυτά τα γραφεία έχουν μεγάλη εναλλαγή προσωπικού, δεν ανήκουν συνήθως σε σωματεία. Η φύση του τομέα σημαίνει ότι ο εργαζόμενος κάνει δουλειά για την εταιρεία, στην οποία δεν ανήκει. Αυτό προσθέτει σημαντικές επιπλοκές για τα σωματεία.

Όλο και περισσότεροι άνθρωποι έχουν προσωρινή πρόσληψη, δουλεύουν πάνω σε εγχειρήματα, ή προσλαμβάνονται μόνο όταν είναι αναγκαίοι. Μερικοί άλλοι δουλεύουν για τα Προσωρινά Γραφεία. Μπορεί κανείς να δει ότι ένα μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού δεν έχει συμβόλαιο πρόσληψης- αυτό είναι πιο σύνηθες ανάμεσα στους νέους.

2. Το Σχέδιο Δράσης

- Searching for a job - information resources -

Με την επαγγελματική εξέλιξη είναι σημαντικό ο πελάτης να έχει ξεκάθαρη και δομημένη εικόνα και του εαυτού του και του μελλοντός του. Κάνοντας ένα ξεκάθαρο σχέδιο δράσης ο πελάτης μπορεί να πάρει τη μοίρα του στα χέρια. Λαμβάνει επίσης τη διορατικότητα που χρειάζεται για την κινητήρια δύναμή του.

Το σχέδιο δράσης βοηθά τον πελάτη να μην έχει καθοδική πορεία, αλλά να δουλέψει ενεργά προς ένα θετικό μέλλον. Είναι επίσης ευκολότερο να αντιμετωπίσετε αλλαγές, παρότι στην αρχή είναι δύσκολο όταν έχει ένα στόχο στο μυαλό του και να ξεκάθαρο σχέδιο δράσης.

Αυξημένη αυτογνωσία και διορατικότητα των επαγγελματικών και προσωπικών πηγών παίζουν σημαντικό ρόλο μια και ο πελάτης διαμορφώνει ένα σχέδιο στρατηγικής για να μπορεί να ενταχθεί στο εργατικό δυναμικό. Η βοήθεια που ένας πελάτης οφείλει να παρέχει στον πελάτη, περιλαμβάνει μεταξύ άλλων:

- Γνώσεις και εξάσκηση που το κάνει ευκολότερο να βρεις δουλειά
- Ατομική εκπαίδευση
- Προσωπική στρατηγική και σχέδιο δράσης

Το σχέδιο δράσης περιέχει σταθερές προτάσεις άσχετα αν ο πελάτης θα αναζητήσει δουλειά, θα σπουδάσει ή θα ξεκινήσει τη δική του εταιρεία. Κάνοντας ένα ξεκάθαρο σχέδιο για το μέλλον του τον βοηθά να δει πιο καθαρά πως θα φτάσει τους στόχους του. Με έναν ορισμένο στόχο υπόψη και τρόπους για να τον φτάσουν μέσα σε ένα χρονικό πλαίσιο, ο πελάτης έχει μία λίστα για έλεγχο που οδηγεί πάντοτε προς το μέλλον. Η πορεία δράσης που πρέπει να ακολουθηθεί ποικίλει ανάλογα με την κατεύθυνση που έχει ο πελάτης για το μέλλον του.

Παρακάτω υπάρχουν παραδείγματα που δείχνουν πως ένα σχέδιο δράσης μπορεί να στοχεύσει σε πρόσληψη, ιδιοκτησία εταιρείας και σπουδές στο εξωτερικό.

Πρόσληψη

Ζητήστε από τον πελάτη να έρθει σε επαφή με την εταιρεία και να ρωτήσει πως σημαντικά ενδιαφέροντα, προσόντα, εμπειρίες και εκπαίδευση προσαρμόζονται στη δουλειά. Θα αποκτήσει μία

- Searching for a job - information resources -

πιο επικεντρωμένη εικόνα όσο περισσότερους ανθρώπους συναντήσει.

Ζητήστε από τον πελάτη να συγκρίνει τις δουλειές με το ΓΧΕΕ του. Αν ενδιαφέρεται για τη δουλειά, είναι φυσικό να βρίσκει πολύτιμα κοινά ενδιαφέροντα. Αν η εκπαίδευση είναι σημαντική για τη δουλειά, και ο πελάτης θέλει να σπουδάσει, ποια είναι η απόφαση, τότε και τι θέλει να σπουδάσει;

Είναι σημαντικό για τον πελάτη να ανακαλύψει ποιές είναι οι απαιτήσεις της δουλειάς αν θέλει να προσληφθεί.

Αν ο πελάτης δουλέψει αμέσως ως προς ένα στόχο κάτι ενδιαφέρον θα συμβεί!

Ο πελάτης θα παρατηρήσει ότι ξαφνικά θα γνωρίσει κόσμο, θα διαβάσει άρθρα και θα επισκεφτεί ενδιαφέροντα sites στο Διαδίκτυο, που θα τον οδηγήσουν στο στόχο του. Θα μπορούσε να βιώσει τα ίδια πράγματα χωρίς ένα στόχο υπόψη, αλλά θα του έλειπε τελείως η αυτογνωσία. Αν ο πελάτης ξέρει ποιες είναι οι προσδοκίες είναι εύκολο να κάνει αυτό το κάτι επιπλέον και να καταφέρει περισσότερα απ'ότι αναμένεται.

Τι θα κάνει ο πελάτης;

Ποιούς μετρήσιμους στόχους έχει ο πελάτης; (δουλειά, σπουδές, ξεκίνημα εταιρείας);

Ποιοί είναι οι επιμέρους στόχοι του πελάτη;

Πως θα το κάνει ο πελάτης;

Τι χρειάζεται να κάνει για να φτάσει τους στόχους του;

Πότε θα το κάνει;

Πότε θα ξεκινήσει;

Πότε πρέπει να τελειώσει;

Πότε πρέπει να φτάσει στους επιμέρους στόχους του;

Ξεκίνημα εταιρείας

Τα πλεονεκτήματα για τον πελάτη να έχει τη δική του εταιρεία είναι ότι μπορεί να έρχεται και να φεύγει όποτε θέλει και να παίρνει τις δικές του αποφάσεις. Υπάρχουν στιγμές που ο πελάτης νιώθει μόνος στο να παίρνει δύσκολες αποφάσεις και οι ερωτήσεις στριφογυρνούν στο κεφάλι του.

- Searching for a job - information resources -

Για να ξεκινήσει μία επιχείρηση ο πελάτης πρέπει να γνωρίζει τις δυνατότητες που έχει για να ανταπεξέλθει σε μία τέτοια πρωτοβουλία και να έχει βασικές γνώσεις και μία ιδέα για το πως πρέπει να μοιάζει η επιχείρηση. Το τελευταίο μπορεί να περιληφθεί στο λεγόμενο «σχέδιο επιχείρησης». Είναι ένα έντυπο που περιγράφει την επιχείρηση της εταιρείας, το περιβάλλον και την οικονομική της κατάσταση. Χρησιμοποιώντας ένα επιχειρηματικό σχέδιο, μπορεί κάποιος εύκολα να κατορθώσει τα ακόλουθα:

1. να βάλει σε σειρά όλες του τις ιδέες και πράγματα που παρέλειψε στη διάρκεια του σταδίου σχεδιασμού
2. να απαντήσει σε μερικές ερωτήσεις, και
3. να ξεκαθαρίσει ζητήματα που ίσως να μην είχε ξανασκεφτεί πριν

Το μέγεθος ενός επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να ποικίλει – από λίγες σελίδες για μία μικρή εταιρεία μέχρι ένα εξονυχιστικό και ευμέγεθες έντυπο για μία μεγάλη εταιρεία.

Συμβουλέψτε τον πελάτη να μην κάνει το λάθος να προσπαθήσει να κάνει ένα επιχειρηματικό σχέδιο μέσω του τι νομίζει ότι θα έχουν οι χρηματοδότες. Το κυριότερο είναι να το κάνει για το δικό του καλό. Ο καλύτερος τρόπος είναι να ξεκινήσει με τις δικές του πεποιθήσεις, ιδέες και οράματα – αλλά να είναι ρεαλιστικός. Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να περάσει από λεπτομερή εξέταση. Για περισσότερες πληροφορίες όσον αφορά το ξεκίνημα μιας επιχείρησης, και την προετοιμασία του επιχειρηματικού σχεδίου παρακαλούμε δείτε www.careercenteronline.org

Σπουδές στο εξωτερικό

Σήμερα ζούμε σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο και έχει γίνει ακόμα ευκολότερο να ζει και να δουλεύει κανείς στο εξωτερικό. Το να σπουδάξεις στο εξωτερικό είναι βοηθητικό και για την προσωπική εξέλιξη του πελάτη και για την καριέρα του. Σε ένα μεγάλο βαθμό οι εργοδότες ζητούν άτομα με συγκεκριμένες γνώσεις και γλώσσες και με μία διεθνή ακαδημαϊκή μόρφωση από πίσω του, ο πελάτης είναι πιο ελκυστικός για το εργατικό δυναμικό. Ο πελάτης έχει ακόμα τη δυνατότητα να βρει διεθνείς επαφές που θα του είναι χρήσιμες στο μέλλον. Σε προσωπικό επίπεδο ο πελάτης έχει την ευκαιρία να βιώσει ένα νέο πολιτισμό και περιβάλλον, και να έχει φίλους από όλον τον κόσμο. Ο καιρός που περνάμε στο εξωτερικό είναι μία πολύτιμη εμπειρία και μία ανάμνηση για όλη μας τη ζωή!

Γιατί ο πελάτης να σπουδάσει στο εξωτερικό και όχι στη χώρα του;

- Searching for a job - information resources -

Υπάρχουν πολλοί λόγοι. Ίσως δεν υπάρχει στη χώρα του ο τύπος εκπαίδευσης που έχει διαλέξει ο πελάτης. Είναι σημαντικό να σκέφτεται τι θα κάνει αφού τελειώσει τις σπουδές. Για παράδειγμα, αν ο πελάτης σπουδάζει νομική στη Γαλλία έχει αρκετές πιθανότητες να βρει δουλειά εκεί, αλλά η μόρφωσή του μάλλον δεν είναι τόσο χρήσιμη στην πατρίδα του. Αν ο πελάτης ενδιαφέρεται να δουλέψει στο εξωτερικό υπάρχουν και άλλες εναλλακτικές όπως εθελοντική δουλειά και αλλοδαπή παιδαγωγός.

Τι μελλοντικά σχέδια έχει ο πελάτης; Τι θέλει να γίνει;

Υπάρχουν πολλοί εκπαιδευτικοί τομείς για να επιλέξει. Πρέπει κανείς να διαλέξει ένα πεδίο και αυτό το κάνει ευκολότερο να αναζητήσει κανείς την κατάλληλη εκπαίδευση. Παίρνει χρόνο να βρεις πληροφορίες και απαιτούνται πολλά από τον πελάτη ώστε να πάει πιο μακριά. Τι θα σπουδάσει ο πελάτης; (Γλώσσες, επαγγελματική εξασκηση και κάτι άλλο;). Κατά κανόνα ο γρηγορότερος τρόπος είναι να εγγραφεί σε γλωσσικά μαθήματα. Αν ο πελάτης σχεδιάζει να πάει σε κολλέγιο ή πανεπιστήμιο μπορεί να χρειαστεί ένα χρόνο προετοιμασίας. Ο πανεπιστημιακός σύμβουλος θα έχει περισσότερες πληροφορίες πάνω σε αυτό.

Που θα μπορούσε να σπουδάσει ο πελάτης

Η επιλογή της χώρας συνήθως εξαρτάται από το πόσο καλός είναι ο πελάτης σε αυτήν τη γλώσσα και κατά κανόνα πρέπει να μπορεί να δείξει ότι, μέσω γλωσσικών τεστ, κατανοεί τη γλώσσα και έχει επαρκείς γνώσεις για να συμμετέχει. Εξαιρέσεις αποτελούν τα γλωσσικά μαθήματα. Ο πελάτης μπορεί να τα παρακολουθεί άσχετα αν είναι αρχάριος και ούτως ή άλλως θα βελτιωθεί.

Που θα μπορούσε να ζει και να εργάζεται ο πελάτης μετά την εκπαίδευση;

Αν ο πελάτης σχεδιάζει να ζει στο εξωτερικό μπορεί να είναι καλή ιδέα να αποκτήσει εξάσκηση στη χώρα που θα ζήσει. Αν θέλει να δουλέψει στη δική του χώρα είναι σημαντικό να μάθει, από πριν, τι θα κοστίσει η μόρφωσή του. Να μιλήσει με το ίδιο το πανεπιστήμιο, το κολλέγιο ή το τοπικό γραφείο Εργασίας γι' αυτό.

Πως έχει σκεφτεί ο πελάτης να χρηματοδοτήσει τις σπουδές του;

Πολλοί κοιτούν τις υποτροφίες που είναι διαθέσιμες. Υπάρχουν εγχειρίδια υποτροφιών στη βιβλιοθήκη και μπορεί κανείς να συμβουλευτεί και τον οδηγό υποτροφιών στο Διαδίκτυο.

Ο πελάτης μπορεί ακόμη να κοιτάξει τη λεγόμενη βάση δεδομένων NARIC <http://www.enic-naric.net/> για να δει πόσο αξίζει η κολεγιακή του εκπαίδευση στην αντίστοιχη χώρα. Εκεί μπορείτε επίσης να

- Searching for a job - information resources -

διαβάσετε τις συνηθέστερες ερωτήσεις και απαντήσεις για σπουδές στο εξωτερικό.

Σκεφτείτε

Για σπουδές που διαρκούν περισσότερο από τρεις μήνες σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο πελάτης θα χρειαστεί άδεια παραμονής. Γι' αυτήν κάνει αίτηση στη χώρα όπου θα ήθελε να σπουδάσει. Για χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο πελάτης πρέπει να γνωρίζει ότι απαιτείται βίζα. Γι' αυτήν κάνει αίτηση στην πρεσβεία της χώρας όπου επιθυμεί να σπουδάσει πριν φύγει.

Διασυνοριακή απασχόληση

Για να μπορούν να λάβουν μία καλά θεμελιωμένη απόφαση όσον αφορά στη διασυνοριακή απασχόληση, ο εργαζόμενος και ο εργοδότης πρέπει να αναζητήσουν συμβουλές για πρακτικές, νομικές και διαχειριστικές απορίες που μπορεί να έχουν. Το δίκτυο EURES για διασυνοριακές απασχολήσεις περιέχει πληροφορίες που στοχεύουν να παρέχουν βοήθεια και υποστήριξη σε ανθρώπους που επιθυμούν να μετακομίσουν σε άλλη χώρα ή να βρουν προσωπικό από άλλη χώρα.

Περαιτέρω πληροφορίες:

<http://europa.eu.int/eures/index.jsp>

<http://citizens.eu.int>

Αναζητώντας μία δουλειά – Πηγές πληροφοριών

Το κεφάλαιο «Αναζητώντας μία δουλειά» στοχεύει στην εισαγωγή των στοιχείων και χαρακτηριστικών της διαδικασίας αναζήτησης εργασίας. Πρώτ' απ' όλα, παρέχει γενικές πληροφορίες για τα κύρια και πιο δημοφιλή μέσα διεξαγωγής έρευνας για εργασία. Είναι ένα ουσιαστικό στοιχείο σε όλη τη διαδικασία της παροχής συμβουλών και υποστήριξης του πελάτη σε ένα χαλαρό και φιλικό περιβάλλον ώστε να βρει την καλύτερη δουλειά. Οι σύμβουλοι είναι αυτοί που καθοδηγούν τον πελάτη παρέχοντας κατάλληλες πηγές πληροφοριών, πρακτικά και θεωρητικά παραδείγματα και χρήσιμες συμβουλές. Ύστερα, υπάρχει μία λεπτομερής παρουσίαση των κυρίων πηγών πληροφοριών που αφορούν την έρευνα εργασίας: έντυπα υλικά, γραφεία ευρέσης εργασίας και το Διαδίκτυο. Περιλαμβάνει ακόμη συνεισφορές σε ένα καλύτερο θέμα και προσφέρει στους συμβούλους την ευκαιρία να αποκτήσουν μία ρεαλιστική άποψη της διαδικασίας αναζήτησης εργασίας. Μ' αυτόν τον τρόπο, μετά τη διεξαγωγή μιας καρποφόρας αναζήτησης, ο πελάτης μπορεί να κάνει το επόμενο βήμα στη διαδικασία εύρεσης και εκκίνησης μιας νέας δουλειάς, συγκεκριμένα την ίδια την αίτηση, που είναι το θέμα του επόμενου κεφαλαίου του εγχειριδίου.

Μετά την παρουσίαση των κύριων στρατηγικών σχεδιασμού καριέρας, τώρα είναι η ώρα να συγκεντρωθούμε στο θέμα του πού να κοιτάξουμε, τι βήματα να ακολουθήσουμε ώστε να βρούμε μία δουλειά. Το παρόν κεφάλαιο στοχεύει στην εισαγωγή των στοιχείων και χαρακτηριστικών της διαδικασίας αναζήτησης μιας δουλειάς. Πρώτ' απ' όλα, παρέχει γενικές πληροφορίες για το ποιά είναι τα κύρια και δημοφιλέστερα μέσα διεξαγωγής μίας έρευνας εργασίας. Ύστερα, υπάρχει μία σύντομη περιγραφή του τι σημαίνει «έρευνα εργασίας» και πως μία αποτελεσματική έρευνα μπορεί να διεξαχθεί.

Κατόπιν ακολουθεί μία λεπτομερής παρουσίαση των κύριων πηγών πληροφοριών όσον αφορά στην έρευνα εργασίας: έντυπα μέσα, γραφεία αναζήτησης εργασίας και Διαδίκτυο. Επίσης, υπάρχουν παραδείγματα που συντελούν στην καλύτερη κατανόηση του θέματος και προσφέρουν μία ρεαλιστική άποψη της διαδικασίας αναζήτησης εργασίας.

1. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΓΙΑ ΑΝΕΥΡΕΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Συζητώντας για την ανεύρεση πληροφοριών σχετικά με την έρευνα εργασίας, μπορεί να δηλωθεί ότι υπάρχουν αρκετοί βασικοί τρόποι για έρευνα:

- Διερεύνηση έντυπων και ηλεκτρονικών πηγών (κυρίως εφημερίδων)
- Χρήση των υπηρεσιών στα γραφεία προσλήψεων
- Πρόσβαση σε πληροφορίες στο Διαδίκτυο
- Δίκτυο με επαφές για υποκειμενικές πληροφορίες και απόψεις

Ο πελάτης πρέπει να αναλάβει όλες αυτές τις δραστηριότητες, ώστε να βεβαιώσει τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας εργασίας. Η ταυτόχρονη χρήση τους θα τον κάνει ικανό να διαμορφώσει πιο ασφαλή συμπεράσματα, διότι διαφορετικές πηγές πληροφοριών συμπληρώνουν και βελτιώνουν η μία την άλλη.

2. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΕΡΕΥΝΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;

Το να αναζητάς μία δουλειά είναι ανάμεσα στα πιο σημαντικά βήματα μέσα στη διαδικασία παροχής βοήθειας σε ένα πελάτη για να βρει μία δουλειά.

Μια και ένα αρκετά μεγάλο μέρος της εκστρατείας αναζήτησης δουλειάς επικεντρώνεται στις λεπτομέρειες, είναι χρήσιμο να το δούμε ως μία ενότητα δηλαδή να διαχειρίζεσαι τη διατήρηση μίας γενικής θεωρήσης της όλης διαδικασίας. Υπάρχουν αρκετές έννοιες-κλειδιά για να βοηθάς τον πελάτη να αναπτύσσει και να κρατά μία θετική, παραγωγική στάση στην έρευνα εργασίας.

- Η αποτελεσματική έρευνα εργασίας δεν είναι μία προβλέψιμη σειρά ασκήσεων.

Αν και υπάρχουν καλά ορισμένα βήματα στην τυπική έρευνα εργασίας, κάθε άτομο εφαρμόζει διαφορετικές προσεγγίσεις και στρατηγικές. Είναι σημαντικό να ξέρεις ότι δεν υπάρχει ένας μοναδικός,

- Searching for a job - information resources -

επιστημονικός τρόπος να διεξάγεις μία αποδοτική έρευνα, γιατί η τελευταία περιλαμβάνει εμπλοκή σε μία στρατηγική ποικιλία δραστηριοτήτων που διεξάγονται ταυτόχρονα..

- Η αναζήτηση εργασίας είναι μία διαδικασία, όχι ένα γεγονός

Ο πελάτης πρέπει να μάθει να βλέπει την αναζήτηση δουλειάς ως μία διαδικασία. Υπάρχει ανάγκη σχεδιασμού της σε ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα. Η διαδικασία πρέπει να μένει ανοιχτή, δεν υπάρχει ανάγκη τοποθέτησης προθεσμιών.

- Η στάση του πελάτη απέναντι στη διαδικασία έρευνας θα επηρεάσει τα αποτελέσματα

Κάντε τον πελάτη να συγκεντρωθεί στο να βρει το δρόμο για την ιδανική δουλειά που ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντα, τις ικανότητες και τις δεξιότητες του, ευθυγραμμίζεται με τις επαγγελματικές του αξίες και ταιριάζει στο προσωπικό του στυλ. Πρέπει να αξιολογεί κάθε ευκαιρία στο περιβάλλον των επαγγελματικών σχεδίων και να τις οραματίζεται μέσα στο ευρύτερο περιβάλλον της ζωής.

- Αυτό που μετρά περισσότερο είναι ο πελάτης

Βάλτε τα δυνατά σας για να εμφυσήσετε στον πελάτη ότι το πιο σημαντικό κλειδί στην τελική επιτυχία είναι ο εαυτός του. Κάντε τον να νιώσει πολύτιμος, απαριθμώντας τα προσόντα τους, μην τους επιτρέπετε να σπαταλούν συναισθηματική ενέργεια και χρόνο συγκρινομένοι με άλλους.

Πως να Διεξάγετε μία Αποτελεσματική Αναζήτηση Εργασίας

Πόσο προετοιμασμένος είναι ο πελάτης για το σχεδιασμό και τη διεξαγωγή μιας αποτελεσματικής έρευνας εργασίας; Οι επιτυχημένοι αναζητητές εργασίας πρέπει να έχουν και καλές πληροφορίες και αναπτυγμένες δεξιότητες για το κυνήγι της δουλειάς. Υπάρχουν τρεις σημαντικοί **παράγοντες για μία επιτυχημένη αναζήτηση εργασίας: κατανόηση της αγοράς εργασίας, μία καλά σχεδιασμένη δουλειά και γνώση των στόχων και των δεξιοτήτων.**

Τα ακόλουθα βήματα χρησιμοποιούνται για τη διεξαγωγή μιας αποτελεσματικής έρευνας εργασίας

ΒΗΜΑ 1: Αυτο-Αξιολόγηση

Ο πελάτης πρέπει να γνωρίζει καλά τις αξίες, τα ενδιαφέροντα, τις δεξιότητες, τα κατορθώματα, την εμπειρία και τους στόχους του. Αν και είναι μία διαδικασία που καταναλώνει χρόνο, η αυτοαξιολόγηση παρέχει πολύτιμες πληροφορίες για τη διευκόλυνση επαγγελματικών αποφάσεων και μελλοντικών βημάτων στη διαδικασία εύρεσης δουλειάς. Η γνώση των αξιών θα βοηθήσουν τον πελάτη στην εξερεύνηση των επαγγελματικών του στόχων και στη μεγαλύτερη ικανοποίηση για την εξήγηση του μέλλοντος της δουλειάς.

Τα ενδιαφέροντα είναι στενά συνδεδεμένα με τις αξίες και συχνά προκαλούν ανάπτυξη των δεξιοτήτων. Αναγνωρίζονται ως θέματα που επηρεάζουν τις δραστηριότητες μιας ολόκληρης ζωής.

Ένα άλλο κλειδί στην επιτυχημένη έρευνα αγοράς είναι να βοηθάς τον πελάτη να αναγνωρίζει τις θετικές δεξιότητές του. Μερικές από τις δεξιότητες που έχουν αντίκρουσμα στην αγορά είναι αυτές που είναι χρήσιμες σε μία ευρεία ποικιλία από εργασιακά περιβάλλοντα. Αυτές είναι γνωστές ως μεταβιβάσιμες δεξιότητες. Για παράδειγμα, η ικανότητα να γράφεις αποτελεσματικά, να επικοινωνείς λεκτικά, και να χρησιμοποιείς επεξεργαστή κειμένου ή λογισμικό βάσης δεδομένων είναι αξίες που εκτιμώνται στον ιδιωτικό όπως και στο δημόσιο τομέα.

Για λεπτομερείς πληροφορίες πάνω στο θέμα της αυτο-αξιολόγησης και τις στενά με αυτό συνδεδεμένες μεθόδους και τεστ, παρακάλούμε ανατρέξτε στο κεφάλαιο 3 του παρόντος εγχειριδίου.

ΒΗΜΑ 2. Έρευνα και Εξερεύνηση Επαγγελματικών Επιλογών

Το επόμενο βήμα στη διαδικασία αναζήτησης εργασίας είναι να εξερευνάς τα «ζεύγη» ανάμεσα στις αναγνωρισμένες δεξιότητες, ενδιαφέροντα, και αξίες και τις απαιτήσεις των επαγγελματικών πεδίων και οργανισμών

ΒΗΜΑ 3. Επιλέξτε ένα Επαγγελματικό Πεδίο, και κατόπιν Πιθανούς Εργοδότες

Μετά από εξονυχιστική έρευνα των πιθανών επαγγελμάτων, πολλές επιλογές πεδίων θα προκύψουν ως οι πιο ρεαλιστικές και ελκυστικές. Αυτές οι επιλογές πρέπει να γίνουν καριέρα για στόχους έρευνας εργασίας. Είναι πιθανό ότι καμία καριέρα δε θα έχει την ευκαιρία να αναπτύξει όλες τις δεξιότητες, να επιτρέψει ανάπτυξη όλων των ενδιαφερόντων, και να ενσωματώσει ένα σύστημα αξιών εντελώς συμβατό με αυτό του πελάτη. Επομένως, προσπαθήστε να τον βοηθήσετε να στοχεύσει σε ένα

- Searching for a job - information resources -

επαγγελματικό πεδίο που θα ικανοποιήσει μερικές από τις υψηλής προτεραιότητας ανάγκες του.

ΒΗΜΑ 4. Σχεδιάστε και Διεξάγετε Εκστρατεία Αναζήτησης Δουλειάς

Στη συνέχεια, βοηθήστε τον πελάτη να θέσει ως στόχο μία ημερομηνία απόκτησης της δουλειάς και αποφασίστε πόσος χρόνος μπορεί να αφιερωθεί στην έρευνα. Κάποια άτομα πιστεύουν ότι δεν μπορούν να καταναλώνουν χρόνο από τις σπουδές τους ή μία απαιτητική δουλειά. Οσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός επαφών και συνεντεύξεων που έχει ένας αναζητητής εργασίας, τόσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των προσφορών εργασίας. Επομένως, είναι λογικό να χρησιμοποιούνται πολλαπλές στρατηγικές.

3. ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

Πριν στρέψετε την προσοχή του πελάτη προς κάθεμία από τις μεθόδους για την αναζήτηση μιας δουλειάς, κάντε μία μικρή αλλά εξονυχιστική παρουσίαση των υπάρχουσών πρακτικών γενικά. Μην ξεχάσετε να αναφέρετε τους παραδοσιακούς τρόπους αναζήτησης δουλειάς που καμιά φορά παραμελούνται. Είναι καλό να τους έχετε υπόψην όταν σχεδιάζετε μία στρατηγική. Κατόπιν, δώστε ιδιαίτερη προσοχή στα πλεονεκτήματα του Διαδικτύου σε αυτήν τη διαδικασία.

Έτσι, μπορείτε να αρχίσετε με την παρουσίαση των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Τα μέσα δε μένουν μακριά από όλη τη διαδικασία της αναζήτησης εργασίας και στην πραγματικότητα παίζουν ένα συγκεκριμένο και σημαντικό ρόλο στην εγκαθίδρυση και διατήρηση της σχέσης ανάμεσα στους αναζητητές εργασίας και τους εργοδότες.

Εφημερίδες:

Τα έντυπα μέσα είναι ίσως η πιο δημοφιλής πηγή για αναζήτηση εργασίας. Είναι ένας εύκολα προσβάσιμος και άνετος τρόπος εύρεσης των απαραίτητων πληροφοριών όσον αφορά στις εργασιακές ευκαιρίες.

Το πρώτο πράγμα που ο αναζητητής εργασίας πρέπει να κάνει για να κατανοήσει τη φύση της

- Searching for a job - information resources -

διαφήμισης είναι να ανακαλύψει τι σημαίνει πραγματικά. Στις περισσότερες περιπτώσεις, αυτό δεν είναι μία δύσκολη αποστολή, αλλά μερικές φορές υπάρχουν εμπορικά «κόλπα» τα οποία πρέπει να έχει στο νου του. Γενικά υπάρχουν στοιχεία για το τι είδους εταιρεία προσφέρει τη δουλειά και τι ακριβώς ψάχνει. Τα πρώτα στοιχεία είναι που είναι δημοσιευμένη η διαφήμιση και πως φαίνεται.

Οι ευκολότερες να προσέξεις είναι οι διαφημίσεις των παλιών εταιρειών με σίγουρες δουλειές. Δημοσιεύονται με τρόπο που τις προσέχεις εύκολα. Ο υπεύθυνος επικοινωνίας παρουσιάζεται με τον τίτλο του, το όνομα του τμήματος, μαζί με έναν ακριβή επαγγελματικό προσδιορισμό και ξεκάθαρες οδηγίες για αίτηση. Η κατάσταση είναι σχεδόν ίδια με θέσεις στην κυβέρνηση και επίσημα σωματεία. Οι διαφημίσεις τους φέρουν το λογότυπο του οργανισμού και συχνά υπάρχει μία μικρή γραμμή που παρέχει πληροφορίες για τα ειδικά χαρακτηριστικά τους.

Όποτε υπάρχει ένα εντυπωσιακό πλαίσιο με φανταχτερό λογότυπο, αυτό σημαίνει ότι κάποιος προσπαθεί να εντυπωσιάσει τον αναζητητή εργασίας. Ο λόγος μπορεί να είναι είτε επειδή τα πηγαίνουν πολύ καλά ή προσπαθούν να φανούν εξαιτίας του ανταγωνισμού.

Μερικές φορές, ο αναζητητής της δουλειάς μπορεί να δει μία δουλειά που διαφημίζεται στην εφημερίδα και καλεί τους υποψηφίους να απαντήσουν σε μία ταχυδρομική θυρίδα.

Η πρώτη ερώτηση που ανακύπτει είναι ποιοί είναι αυτοί οι άνθρωποι και τι θέλουν να κρύψουν; Αυτές οι δύο ερωτήσεις κάνουν πολλούς πιθανούς υποψηφίους απλώς να απορρίπτουν την ευκαιρία αίτησης σε αυτές τις εταιρείες.

- Συμβουλές για κατανόηση της πραγματικής σημασίας της διαφήμισης

Παρακαλούμε, δώστε προσοχή στη σημασία του να καταλαβαίνεις το πραγματικό νόημα των διαφημίσεων. Γι' αυτό το σκοπό, πρέπει να προετοιμάσετε και να βρείτε επιπλέον πληροφορίες από διαφορετικές πηγές. Ύστερα, διδάξτε στον πελάτη πως να «αποκωδικοποιεί» τις πληροφορίες που παρουσιάζονται στις αγγελίες.

Υπάρχουν πολλές καταχωρημένες αγγελίες για προσφορές εργασίας στην εφημερίδα κάθε μέρα. Αλλά τι σημαίνουν στην πραγματικότητα όλες αυτές οι αγγελίες; Αυτός ο οδηγός θα βοηθήσει στην ερμηνεία μερικών από τα πιο κοινά πράγματα, και επίσης στην περαιτέρω κατανόηση για το πως λειτουργεί η

- Searching for a job - information resources -

διαδικασία. Ακολουθεί μία λίστα αρκετών παραδειγμάτων αγγελιών για διαφορετικούς τύπους εργασιακών θέσεων:

Marketing

Οι αντιπρόσωποι των πωλήσεών μας κερδίζουν πάνω από 60.000 δολάρια και παραπάνω!

Αν σας αρέσει ο αθλητισμός, μπορείτε να επωφεληθείτε από:

- Άφθονα Προνόμια
- Δωρεάν Εξάσκηση στη Δουλειά
- Ευκαιρίες για Ταξίδια
- Το να είστε το Αφεντικό του εαυτού σας

Αν είστε κουρασμένοι από την καθημερινή ρουτίνα και χρειάζεστε μία αλλαγή, τηλεφωνήστε στον John Smith στο Holiday Inn την Παρασκευή 28 Ιουλίου στο 555-1121.

Πως να το Διαβάσετε:

Οι περισσότερες δουλειές που μοιάζουν πολύ καλές για να είναι αληθινές, είναι ακριβώς αυτο: όχι αληθινές. Όταν τσεκάρετε αυτήν την αγγελία, κάντε ερωτήσεις, και μην πιεστείτε για οποιαδήποτε δέσμευση.

Προσέξτε ότι δε δίδεται όνομα ή τοποθεσία της εταιρείας, και δε σας λέει τι πουλά η εταιρεία.

ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΠΡΟΣΩΡΙΝΕΣ ΘΕΣΕΙΣ

Μεγάλες και μικρές αποστολές. Πληρωμή την ίδια εβδομάδα. Τηλεφωνείστε για ραντεβού στο 555-1121.

Πως να το διαβάσετε:

Οι υπηρεσίες προσωρινής εργασίας μπορούν να είναι ένας καλός τρόπος εργασιακής εμπειρίας. Σκεφτείτε μόνο αυτές όπου ο εργοδότης δίνει ο ίδιος την πληρωμή.

Βοηθός Ηλεκτρολόγου για να τραβά καλώδια και να βοηθά τον τεχνίτη. Αιτήσεις στις 10

- Searching for a job - information resources -

Ιουλίου στη Λεωφόρο Allison 42 ανάμεσα στις 9 και τις 12 το μεσημέρι. ΌΧΙ ΤΗΛΕΦΩΝΗΜΑΤΑ.

Πως να το διαβάσετε:

Περιορισμένες ώρες για αίτηση μπορεί να σημαίνει ότι η ταχύτητα μπορεί να είναι ένας τρόπος να νικήσετε τον ανταγωνισμό.

Να είστε εκεί νωρίς, έτοιμοι να συμπληρώσετε μία αίτηση και ντυμένοι κατάλληλα για τη δουλειά. Αν αργήσετε, οι ενδιαφερόμενοι εργοδότες μπορεί να μην είναι διαθέσιμοι.

Μην πάρετε τηλέφωνο.

Ρεσεψιονίστ—F/T, word processing, γνώσεις υπολογιστών απαιτούνται, προτιμάται προϋπηρεσία, μισθός low teens, καλά προνόμια, στείλτε περίληψη στη θυρίδα I6409 υπόψην αυτής της εφημερίδας μέχρι τις 23 Αυγούστου.

Πως να το διαβάζετε:

Αυτή η δουλειά θα απαιτήσει από σας να δουλέψετε τουλάχιστον 40 ώρες την εβδομάδα. Πρέπει να έχετε καλές δεξιότητες χειρισμού του επεξεργαστή κειμένου για να πάρετε αυτή τη δουλειά. Άνθρωποι που είχαν δουλειές ρεσεψιονίστ στο παρελθόν θα θεωρηθούν πιο ανταγωνιστικοί.

Η πληρωμή για αυτήν τη δουλειά δεν είναι πολύ υψηλή. Να φροντίσετε να ανακαλύψετε τι είναι τα «καλά προνόμια» πριν δεχτείτε τη δουλειά.

Κατασκευαστής Sandwich - Κάντε αίτηση αυτοπροσώπως μόνο. Κύριος EATS, 2702 Fastfood Blvd.

Πως να το διαβάζετε:

Μην τηλεφωνήσετε στον εργοδότη. Πηγαίντε ο ίδιος στην επιχείρηση κάποια στιγμή που ενδέχεται να είναι λιγότερο απασχολημένοι, όπως πολύ νωρίς το πρωί. Φορέστε το κατάλληλο ένδυμα για τη δουλειά όταν κάνετε αίτηση, και να είστε έτοιμοι να ξεκινήσετε τη δουλειά αμέσως.

Ταξιδιωτικές Καριέρες

Η βιομηχανία των ταξιδιών θα συνεχίζει να αναπτύσσεται στο μέλλον μια και περισσότεροι άνθρωποι ταξιδεύουν!

Χιλιάδες δουλειές αναμένονται να ανοιχτούν για τους ανθρώπους με την κατάλληλη εκπαίδευση. Κι εσείς μπορείτε να έχετε μία λαμπερή καριέρα στη βιομηχανία των ταξιδιών ως αεροσυνοδός, ταξιδιωτικός πράκτορας, ή υπάλληλος για κρατήσεις. Για περισσότερες πληροφορίες, τηλεφωνήστε στον Κύριο Lookout στο 555-1121.

ΞΕΚΙΝΗΣΤΕ ΤΗ ΝΕΑ ΣΑΣ ΚΑΡΙΕΡΑ ΣΗΜΕΡΑ!

Πως να το διαβάσετε:

Η δουλειά αυτή δεν αναφέρει ένα συγκεκριμένο άνοιγμα καριέρας. Εφόσον αναφέρει εκπαίδευση, είναι μάλλον μία σχολή που ψάχνει φοιτητές.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΦΡΑΣΕΙΣ

Όταν παρουσιάζετε στον πελάτη τα κύρια θέματα όσον αφορά στις διαφημίσεις, ενημερώστε τον για τις συγκεκριμένες κωδικοποιημένες φράσεις.

Είναι σημαντικό για τον αναζητητή της εργασίας να είναι εξοικωμένος με το συγκεκριμένο τρόπο γραφής που υιοθετείται από μερικούς διαφημιστές εργασίας. Έχουν αναπτύξει ένα σύστημα κωδικών που νομίζουν ότι οι υπόλοιποι αναγνώστες είναι πολύ χαζοί για να σπάσουν. Η ακόλουθη λίστα θα δώσει μία γενική εντύπωση των κωδικοποιημένων φράσεων, που χρησιμοποιούνται από τους εργοδότες. Δε σημαίνει όμως ότι όποιος τις χρησιμοποιεί προσπαθεί να ξεγελάσει τον αναζητητή εργασίας. Ιδού μερικά πράγματα που ένας εργοδότης μπορεί να δηλώσει ως «απαιτήσεις»:

Παροχή πρωτοβουλίας

Αυτό σημαίνει είτε ότι ο υποψήφιος θα είναι ο μόνος στο γραφείο που δουλεύει πραγματικά, ή η δουλειά προσφέρει βασικό χαμηλό μισθό με κάποιες προμήθειες αν δουλεύει κανείς πολύ σκληρά.

Καλές οργανωτικές ικανότητες

Συνήθως σημαίνει ότι ο υποψήφιος θα ασχολείται πολύ με καταχωρήσεις. Μερικές φορές, αντί για «καλές οργανωτικές ικανότητες» χρησιμοποιείται η έκφραση «καλά οργανωμένος και αποδοτικός».

Αίσθηση του χιούμορ

Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι κάποιος μπορεί να το έχει κάθε φορά που ανοίγει το πακέτο πληρωμών του, ή ότι οι εργοδότες είναι εντελώς περίεργοι.

Ο ενθουσιασμός πιο σημαντικός από την εμπειρία

Συνήθως αυτό σημαίνει ότι δεν μπορούν να βρουν κανέναν από το δικό τους χώρο ή επάγγελμα. Οι μισθοί σε αυτήν την περίπτωση είναι πολύ χαμηλοί, «λαμβάνοντας υπόψη την έλλειψη εμπειρίας».

Ικανότητα να δουλεύεις πάνω στη δική σου πρωτοβουλία

Το νόημα αυτής της φράσης σημαίνει ότι ο εργαζόμενος θα τοποθετηθεί σε ένα δωμάτιο ολομόναχος, όπου πρέπει να κάνει όλη τη δουλειά μόνος του.

Έλλειψη πλήξης

Σημαίνει ακριβώς το αντίθετο από αυτό που λέει. Η δουλειά είναι τόσο βαρετή που βρίσκει κανείς τους συνδετήρες συναρπαστικούς έχοντας δουλέψει λιγότερο από μία ώρα στην εταιρεία.

Καλές επικοινωνιακές δεξιότητες

Το πιθανότερο είναι ότι ο εργαζόμενος θα δουλέψει στο τμήμα που ασχολείται με τα παράπονα των πελατών, ή στη γραμμή εξυπηρέτησης πελατών.

Απολαμβάνει προκλήσεις

Η πρόσκληση αποτελείται από το να δουλεύεις όλη μέρα και μερικές φορές απαιτεί να μένεις παραπάνω μετά τη δουλειά. Είναι σημαντικό να δίνεις προσοχή στο μισθο όταν τέτοιες φράσεις χρησιμοποιούνται σε αγγελίες.

Ακολουθεί ένας σύντομος οδηγός που παρέχει τις αληθινές, ανάμεσα στις γραμμές, σημασίες ευρέως χρησιμοποιούμενων φράσεων.

Είναι χρήσιμο για τον πελάτη να τις γνωρίζει όλες. Μπορεί να του προσφέρουν μεγάλη βοήθεια στο να αποφασίσει να εξερευνήσει των απατηλά απλό κόσμο των διαφημίσεων πρόσληψης.

Επίπεδο Προϋποθέσεων Ένταξης

- Searching for a job - information resources -

Θα πληρώνεστε ψίχουλα και θα πρέπει να κάνετε όλη τη δύσκολη δουλειά. Στην πραγματικότητα ψάχνουμε για έναν κλητήρα, αλλά ακόμα και αυτοί έχουν κάποια στάνταρ και δε θα συγκατέβαιναν για το ποσό που προσφέρουμε. Εξάλλου, το 'Executive' θα φαίνεται πολύ ωραία στην επαγγελματική σας κάρτα!

Θέση επιπέδου ένταξης σε μία ανερχόμενη εταιρεία

Ακολουθήστε μας σε μία άθλια δουλειά όπου εσείς κάνετε τα πάντα και πληρώνεστε ελάχιστα. Αν ποτέ τα καταφέρουμε, θα αυξήσουμε το μισθό σας σε βασικό. Αν είστε τυχερός, θα είμαστε ακόμα επιχείρηση για ένα χρόνο.

Επείγουσα Ανάγκη

Ο προηγούμενος κάνει την τελευταία του μέρα πριν παραιτηθεί. Το ξεχάσαμε εντελώς και τώρα βρισκόμαστε σε πανικό πρόσληψης! Ο πρώτος που θα έρθει θα πάρει τη δουλειά!

Πρέπει να υπάρχει προσανατολισμός προθεσμιών

Υπάρχει τρομακτικός φόρτος εργασίας που περιμένουμε να ξεκαθαρίσετε μέσα σε δυο-τρεις μέρες μετά την πρόσληψή σας.

Τα καθήκοντα μπορεί να ποικίλουν

Δεν έχουμε περιγραφή της δουλειάς αυτή η στιγμή. Πιστεύουμε ότι αυτό λειτουργεί καλύτερα όταν πρέπει να σας φορτώσουμε περισσότερη δουλειά. Έτσι, ο καθένας στο γραφείο μπορεί να σας επιβάλλεται.

Σε ένα περιβάλλον γρήγορων ρυθμών

Περιμένουμε να συστηθείτε στους άλλους όταν προσληφθείτε. Δεν έχουμε ούτε χρόνο ούτε χρήμα να επενδύσουμε σε ακριβά προγράμματα προσαρμογής. Εγκλιματιστείτε γρήγορα ή εξαφανιστείτε.

Ευχάριστο Εργασιακό Περιβάλλον

Οι συνάδελφοί σας θα προσβληθούν αν δεν πιείτε μαζί τους. Θα προσβληθούν αν δεν πληρώσετε το λογαριασμό. Πιστεύουν στην καλοπέραση εις βάρος σας.

Επαγγελματική Ατμόσφαιρα

- Searching for a job - information resources -

Θα πρέπει να έρχεστε στη δουλειά με αποπνικτικά μαύρα κοστούμια, ασχέτως θερμοκρασίας. Τριγυρνάμε όλοι μοιάζοντας με παραγεμισμένους πιγκουίνους. Οι διευθυντές μπορούν να φορούν και γκρι.

Ανταγωνιστικό Περιβάλλον

Έχουμε πολλές αλλαγές. Μετά από λίγο καιρό, οι εργαζόμενοι προτιμούν να δουλεύουν με τους ανταγωνιστές που προσφέρουν καλύτερους μισθούς και προνόμια.

Ανταγωνιστικός Μισθός

Βρισκόμαστε σε δουλειά γιατί πληρώνουμε λιγότερα από τους ανταγωνιστές. Στο κάτω κάτω, πρέπει κάπως να μειώνονται τα έξοδα!

Άλλα προνόμια

Παίρνετε δύο κούπες στυφού νερού μεταμφιεσμένου σε καφέ, όσο νερό θέλετε και όσο αέρα μπορείτε να αναπνεύσετε. Οι τουαλέτες είναι συνήθως διαθέσιμες δωρεάν. Όπως και το χαρτί τουαλέτας!

Σειρά προνομίων

Εκτός από όλα τα άλλα, κόβουμε και ένα μέρος από το μισθό σας με το πρόσχημα του ΡΦ. Παρέχουμε Ασφάλιση, αλλά εσείς πληρώνετε το πάγιο. Οδοντιατρική περίθαλψη παρέχεται μόνο σε μέλη της Διεύθυνσης.

Παραδείγματα αγγελιών εργασίας:

Ακολουθούν μερικά παραδείγματα από αγγελίες από διαφορετικές πηγές: Διαδίκτυο, εφημερίδες.

Παράδειγμα 1:

Τεχνικός συγγραφέας

Θέση: συμβόλαιο για 3 μήνες

Τοποθεσία: Λονδίνο και / η Δουβλίνο

- Searching for a job - information resources -

Ημερομηνίας Έναρξης: το συντομότερο

Μισθός:

Γραφείο: Essential Data Corp.

Επικοινωνία: Thomas Walsh

Πρέπει να κατέχει ισχυρές ικανότητες χρήσης του Microsoft Office, εμπειρία σε οικονομικές ή ασφαλιστικές εταιρείες.

Ημερομηνία δημοσίευσης: 27 Οκτωβρίου 2003

Παράδειγμα 2:

ΛΟΓΙΣΤΗΣ

Προϋποθέσεις:

- Πτυχίο πανεπιστημίου στη Λογιστική ή τα οικονομικά
- Τουλάχιστον 2 χρόνια προϋπηρεσίας
- Καλή γνώση των Λογιστικών Προτύπων της Βουλγαρίας
- Καλή χρήση υπολογιστή
- Ικανότητα εργασίας υπό πίεση, καλές επικοινωνιακές δεξιότητες

Παρακαλούμε, αποστείλετε το βιογραφικό σας και μία φωτογραφία στην παρακάτω διεύθυνση:

Sofia, 35-37 Klokotnitsa street, entr. G app. 51

Ή με e-mail: annaradul@abv.bg

Για να κάνετε αίτηση on-line, παρακαλούμε επισκεφτείτε www.jobtiger.bg

- Επιλέξτε την καλύτερη διαφήμιση για την επιθυμητή δουλειά

Είναι πολύ σημαντικό να βοηθήσετε τον πελάτη στο να επιλέξει την καλύτερη διαφήμιση.

Αλλά τι σημαίνει «το καλύτερο»; Μπορεί να ερμηνευθεί με πολλούς τρόπους και να περιλαμβάνει διάφορα χαρακτηριστικά ανάλογα με την οπτική γωνία του καθενός.

Πρώτ' απ' όλα, η καλύτερη επαγγελματική ευκαιρία πρέπει να είναι μία όπου οι προσωπικές κλίσεις και

- Searching for a job - information resources -

οι συγκεκριμένοι στόχοι του πελάτη φτάνουν το υψηλότερο σημείο σύμπτωσης. Αυτό σημαίνει ότι θα έχει την ευκαιρία να επιδείξει και να εφαρμόσει τις ειδικές ικανότητές του στο πιο επιθυμητό πεδίο εργασίας.

Ταυτόχρονα, είναι ουσιώδες να βρει την καλύτερη εταιρεία που παρέχει σιγουριά και δεν περιλαμβάνει διφορούμενη χρήση των πληροφοριών όσον αφορά στη διαφήμισή της. Υπάρχει μία λίστα από προϋποθέσεις που η εταιρεία πρέπει να καλύψει ώστε να επλεχθεί ως πιθανός εργοδότης. Το όνομα και η διεύθυνση πρέπει να είναι σημειωμένα καθαρά, ή τουλάχιστον να προσφέρεται η χρήση των υπηρεσιών ενός έμπιστου πρακτορείου. Θα ήταν ακόμα καλύτερο αν ένα άτομο υπεύθυνο για την επικοινωνία, όπως και τηλέφωνο, fax, e-mail είναι διαθέσιμα. Οι πληροφορίες που αφορούν την άδεια θέσει πρέπει να παρουσιάζονται απλά, καθαρά και χωρίς περιστροφές. Κάθε είδος αφηρημένης και μη ρεαλιστικής προσφοράς εργασίας πρέπει να απορρίπτεται ως μη εμπιστοσύνης.

4. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Τα γραφεία αναζήτησης εργασίας είναι ένα άλλο μέσο βοήθειας του αναζητητή εργασίας για να βρει δουλειά. Οι εφημερίδες βρίθουν από πρακτορεία εργοδοσίας που ποδοπατούν το ένα το άλλο για να βρίσκουν δουλειά στον κόσμο. Φαίνεται πολύ εύκολο να ζητήσεις από ένα από αυτά να σου παρέχουν τη δουλειά που ταιριάζει περισσότερο με τα κριτήριά σου. Δυστυχώς, η κατάσταση δεν είναι τόσο απλή.

Η εγγραφή σε πρακτορεία εργοδοσίας μπορεί ν' αποδειχτεί πολύ χρήσιμη στην αναζήτηση μίας νέας δουλειάς. Φυσικά μπορεί να μην έχουν καθόλου κατάλληλες θέσεις, αλλά δε θα πάρει πολύ καιρό να το ανακαλύψετε.

Γενικά, τα πρακτορεία εργοδοσίας δεν πρέπει να χρεώνουν τον υποψήφιο για να του βρουν μία δουλειά. Παρολαυτά, σε μερικές περιπτώσεις χρεώνουν τον αναζητητή εργασίας ώστε να συμπεριλάβουν το βιογραφικό του σε μία συγκεκριμένη βάση δεδομένων όταν ένας εργοδότης στρέφεται σε αυτούς για βοήθεια στο να βρει άτομα για ελεύθερες θέσεις.

Ο πελάτης δεν πρέπει να στηρίζεται αποκλειστικά στην έρευνα εργασίας για να βρει δουλειά, αλλά πρέπει να δοκιμάζει και άλλες προσεγγίσεις. Είναι πάντα χρήσιμο, ει δυνατόν, να παίρνεις συστάσεις από ένα φίλο ή συνάδελφο από κάποιο καλό πρακτορείο. Πρέπει κανείς να εγγράφεται σε διάφορα

- Searching for a job - information resources -

πρακτορεία, που ειδικεύονται στο πεδίο του ενδιαφέροντός του.

Ο πελάτης πρέπει να έρχεται σε επαφή με τα πρακτορεία πριν τους στείλει ένα βιογραφικό γιατί τα ασυνόδευτα βιογραφικά μπορεί να καταλήξουν στον κάλαθο των αχρήστων! Είναι σίγουρα πλεονέκτημα να πηγαίνεις και να μιλάς αυτοπροσώπως σε κάθε πρακτορείο – τα καλύτερα πρακτορεία πρέπει να καλούν τον κόσμο για γνωριμία. Αν ειδικεύονται στο πεδίο της βιομηχανίας που ενδιαφέρει τον πελάτη, πρέπει να μπορούν να παρέχουν μερικές πολύτιμες «από μέσα» πληροφορίες για την κατάσταση της αγοράς εργασίας.

Σε γενικές γραμμές, υπάρχουν τρεις τύποι πρακτορείων εργοδοσίας:

- **Κέντρα εργασίας**
- **Πρακτορεία προσωρινής εργασίας**
- **Γραφεία προσλήψεων**
- **Κυβερνητικά Γραφεία Εξάσκησης/Εργοδοσίας**

Κέντρα εργασίας:

Είναι τα πιο ξεκάθαρα. Πώς μοιάζουν συνήθως; Βασικά ο πελάτης θα δει μεγάλες σειρές γραφείων όπου είναι καθαρά σημειωμένο τι είδους δουλειά προσφέρουν. Σε κάθε γραφείο υπάρχει μία σειρά από κάρτες, που περιέχουν γενικές πληροφορίες για τις διαθέσιμες θέσεις, οι οποίες περιέχουν συνήθως μία περιγραφή, το ωράριο, την πληρωμή και τα απαιτούμενα προσόντα.

Επίσης, υπάρχουν ειδικευμένα Εθνικά Εργασιακά Κέντρα (με τοπικά γραφεία), όπου ο άνεργος είναι εγγεγραμμένος και πληρώνεται ενώ ψάχνει για δουλειά.

Πρακτορεία προσωρινής εργασίας:

Ο αναζητητής της δουλειάς εγγράφεται και το πρακτορεία του βρίσκει δουλειά με εργοδότες που χρειάζονται ανθρώπους σε βάση μερικού ή περιστασιακού ωραρίου. Συνήθως η πληρωμή είναι υψηλή. Ο εθνικός ελάχιστος μισθός δεν υπερβαίνεται εκτός αν υπάρχουν εξαιρετικές συνθήκες ή ο πελάτης είναι επαγγελματίας εγγεγραμμένος σε ένα ειδικευμένο γραφείο. Αξίζει να εγγράφεται σε πρακτορεία τέτοιου είδους, αρκεί ο αναζητητής εργασίας να έχει επαγγελματικές δεξιότητες και προσόντα, διότι σε μερικές επείγουσες περιπτώσεις οι εργοδότες θα καλέσουν ένα πρακτορείο αφού έχουν εξαντλήσει τις προσωπικές επαφές τους.

Γραφεία εργασιακής «στρατολόγησης»:

Γενικά, υπάρχουν δύο κύριες μέθοδοι εργασίας στα γραφεία εργασιακής «στρατολόγησης». Η πρώτη είναι αυτή όπου ο πελάτης αφήνει το βιογραφικό του, το οποίο περιλαμβάνεται σε μία συγκεκριμένη βάση δεδομένων και γίνεται αναζήτηση για το είδος της θέσης που καλύπτει τις απαιτήσεις και ικανότητες του πελάτη. Όταν εμφανίζεται μία κατάλληλη θέση, το γραφείο ειδοποιεί τον πελάτη. Η δεύτερη βασίζεται στην εξής αρχή: οι εταιρείες στρέφονται στο γραφείο για να βρουν τον καλύτερο υποψήφιο για μία συγκεκριμένη θέση. Το γραφείο διεξάγει την έρευνα από μόνο του και προσφέρει στον εργοδότη τη λίστα υποψηφίων που έχουν κάνει αίτηση για τη θέση (δείτε τα παραδείγματα 3 και 4).

Υπάρχουν γνωστά γραφεία τέτοιου είδους που κάνουν ό,τι μπορούν για να αναπτύξουν και να διατηρούν το καλύτερο πακέτο υπηρεσιών για τους πελάτες (τις εταιρείες). Συνήθως, αφού μαζεύουν μία λίστα με κατάλληλους υποψηφίους, τα γραφεία αυτά πραγματοποιούν το πρώτο στάδιο, επιλέγοντας τον καλύτερο εργοδότη. Οι υποψήφιοι περνούν από συνέντευξη, κάνουν τεστ και άλλους τύπους εξετάσεων που ελέγχουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους. Με αυτόν τον τρόπο μόνο οι πιο κατάλληλοι υποψήφιοι προωθούνται στην εταιρεία.

Κάποια γραφεία προσφέρουν εκατοντάδες συναρπαστικών ευκαιριών, αλλά όταν εγγράφεται ο υποψήφιος, μπορεί σύντομα να ανακαλύψει ότι δεν υπάρχει τίποτε κατάλληλο γι' αυτόν. Ύστερα αναρωτιέται πως γίνεται αυτό. Το θέμα είναι ότι τα γραφεία αυτά παίρνουν μία προμήθεια από τις εταιρείες για να τους βρίσκουν εργαζόμενους και μερικές από τις αγγελίες σχεδιάζονται έτσι ώστε να προσελκύουν την προσοχή των εργοδοτών.

- Searching for a job - information resources -

Βρίσκοντας τον πιο κατάλληλο τρόπο συνεργασίας με τα γραφεία, είναι, στην πραγματικότητα, ένα σημαντικό κομμάτι της όλης στρατηγικής αναζήτησης εργασίας. Πρέπει να ελέγχονται προσεκτικά, ο υποψήφιος να αισθάνεται καλά ως προς αυτά, ώστε να τα αφήνει να κρατούν τα στοιχεία του κτλ.

Ένα σημαντικό ζήτημα που αφορά τα γραφεία αναζήτησης εργασίας έχει να κάνει με το κέρδος τους. Αν ο πελάτης αποφασίσει να στραφεί σε αυτά, πρέπει να λάβει υπόψην του το γεγονός ότι ένας από τους κύριους στόχους του γραφείου είναι να βγάλει λεφτά και να αυξήσει τα κέρδη του. Τα έντιμα και επαγγελματικά από αυτά έχουν υιοθετήσει την τακτική του όσο καλύτερα φροντίζεται ο πελάτης, τόσο περισσότερο θα έχουν δουλειά. Από την άλλη υπάρχουν και άλλα γραφεία που δεν τα ενδιαφέρει καθόλου πόσο θα κρατήσουν την επίχειρηση, φτάνει να βγάλουν πολλά λεφτά.

Έχοντας υπόψην τα προαναφερθέντα, είναι πολύ σημαντικό να **μπορείς να βοηθάς τον πελάτη να επιλέγει το πιο κατάλληλο γραφείο**. Δεν είναι εύκολη αποστολή και απαιτεί προετοιμασία. Σημαίνει είτε ότι έχεις μία λίστα έμπιστων και έμπειρων γραφείων ή μπορείς να παρέχεις στον πελάτη τις προϋποθέσεις που πρέπει να καλύπτει ένα γραφείο ώστε να επιλέγεται το πιο κατάλληλο.

Αν ο πελάτης αποφασίσει να χρησιμοποιήσει ένα γραφείο, προτείνετε του να ακολουθήσει αυτές τις **οδηγίες**:

- Χρησιμοποιείτε τα γραφεία μόνο ως μέρος της συνολικής εκστρατείας αναζήτησης εργασίας. Εφόσον η πιθανότητα επιτυχίας μέσω ενός γραφείου είναι χαμηλή, συνδυάστε αυτήν την οδό με άλλες στρατηγικές.
- Συνειδητοποιείτε ότι τα γραφεία οφείλουν τη λειτουργία τους στους ανθρώπους που πληρώνουν τους λογαριασμούς...τους εργοδότες! Αυτό σημαίνει ότι το γραφείο δεν ενδιαφέρεται απαραίτητα να τοποθετήσει τον πελάτη σε μία θέση που ανταποκρίνεται στις προσωπικές του δεξιότητες και ικανότητες.
- Αν βρεθεί ένα αξιότιμο άτομο σε κάποιο γραφείο, κρατήστε επαφή μαζί του. Αν το προσωπικό του γραφείου θεωρήσει τον πελάτη, είναι πιο πιθανό να τον έχουν υπόψην όταν εμφανιστούν ανοιχτές θέσεις.

5. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Εξηγώντας τη χρησιμότητα του Διαδικτύου

Παρουσιάστε στον πελάτη τα πλεονεκτήματα της χρήσης του Διαδικτύου στον τομέα αναζήτησης εργασίας. Μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο εργαλείο για διεξαγωγή έρευνας. Παρολαυτά, λάβετε υπόψη σας ότι δεν είναι προτεινόμενο για τον πελάτη να περνά πολύ χρόνο ψάχνοντας στο δίκτυο. Επίσης υπενθυμίστε του ότι ενώ αληθεύει πως το Διαδίκτυο μπορεί να περιέχει ατελείωτη ποσότητα πληροφοριών, η ποιότητα των πηγών αυτών ποικίλει σε μεγάλο βαθμό.

Χρησιμοποιώντας τις διάφορες μηχανές αναζήτησης είναι ίσως ο καλύτερος άνθρωπος να κάνετε το Διαδίκτυο να σας βοηθά ενώ διεξάγετε την έρευνα εργασίας. Βεβαιώνουν την πρόσβασή τους σε ευρετήρια πληροφοριών. Οι online πηγές αναζήτησης εργασίας συμπεριλαμβάνουν χρήσιμες ιστοσελίδες για επαγγέλματα, λίστες από δουλειές, ηλεκτρονικές αγγελίες, όπως και συγκεκριμένες εταιρικές ιστοσελίδες.

Υπάρχουν συγκεκριμένες τεχνικές για τη χρήση μηχανών αναζήτησης στον τομέα της έρευνας εργασίας, ανάμεσα στις οποίες βρίσκονται οι εξής δύο:

1. *Η Τεχνική Έρευνας της Μηχανής Αναζήτησης*

Ένα από τα πιο αποτελεσματικά στοιχεία στο Δίκτυο είναι η χρήση των μηχανών αναζήτησης ως το σημείο εκκίνησης για την έρευνα με βάση το Δίκτυο. Χρησιμοποιώντας στην έρευνα εργασίας, ο πελάτης δεν αυξάνει μόνο τη δύναμή του στο να ερευνά εταιρείες που ήδη γνωρίζει, αλλά επίσης βρίσκει εταιρείες (και δουλειές) που δεν ήξερε καν ότι υπήρχαν. Πρώτα, χρησιμοποιείτε τις μηχανές αναζήτησης ως εργαλείο έρευνας για να μαζέψετε περισσότερες πληροφορίες για έναν πιθανό εργοδότη που έχει ήδη αναγνωριστεί.

Η έρευνα μπορεί να αρχίσει με το όνομα της εταιρείας. Στη συνέχεια στα καταχωρημένα sites για περισσότερες πληροφορίες. Έχετε υπόψην ότι πολλές εταιρείες διατηρούν μία ανανεωμένη καταχώρηση από δουλειές στη σελίδα τους, που αποτελεί εξαιρετικό εργαλείο για την εύρεση

- Searching for a job - information resources -

τρεχουσών ευκαιριών. Πολλές εταιρείες διατηρούν ακόμα μία σελίδα για κολέγια για να παρέχουν πληροφορίες για εκπαιδευτικά προγράμματα. Ύστερα η έρευνα μπορεί να διευρυνθεί. Πρώτα, κάντε κλικ στην κατηγορία όπου εμφανίζεται το όνομα της εταιρείας. Αυτό θα οδηγήσει σε μία πλήρη απαρίθμηση άλλων εταιρειών σε παρόμοιες βιομηχανίες.

2. *Η Τεχνική Μηχανής Αναζήτησης με βάση Λέξη-Κλειδί*

Αφού ολοκληρωθεί η έρευνα για το όνομα του εργοδότη, ο πελάτης μπορεί να επιστρέψει στη μηχανή αναζήτησης και να κάνει έρευνα με βάση μία λέξη-κλειδί.

Για παράδειγμα, αν ο πελάτης αναζητά μία θέση διδασκαλίας στο Βερολίνο, κάνει έρευνα για «δάσκαλος Βερολίνο». Η έρευνα θα εντοπίσει όλους τους εργοδότες οι οποίοι διατηρούν σελίδες που περιέχουν αυτές τις λέξεις. Μπορεί να είναι σελίδες προϊόντων. Μπορεί να είναι δελτία τύπου. Αλλά το πιθανότερο είναι ότι είναι αγγελίες για δουλειά στη σελίδα τους. Και αυτό μπορεί να βοηθήσει τον πελάτη στο να εντοπίσει τους εργοδότες που αλλιώς μπορεί να μην έβρισκε.

Μία άλλη πτυχή του Διαδικτύου είναι το **e-mail**, η ηλεκτρονική αλληλογραφία. Πρόκειται για το σύστημα όπου στέλνονται μηνύματα σε όλον τον κόσμο μέσα σε δευτερόλεπτα. Αν ο πελάτης έχει e-mail, βρίσκεται ένα βήμα μπροστά από τους άλλους κυνηγούς δουλειάς που δεν έχουν. Διευκολύνει την επαφή με πιθανούς εργοδότες, και κάνει δυνατή την αποστολή βιογραφικών και συνοδευτικών επιστολών με πολύ ευκολότερο τρόπο από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας.

- Πεδία, όπου το Διαδίκτυο μπορεί άμεσα να βοηθήσει όσον αφορά στην έρευνα εργασίας:

- **Έρευνα** – είναι το πεδίο όπου το Διαδίκτυο έχει προβάδισμα περισσότερο από κάθε άλλη πλευρά. Ο πελάτης πρέπει να συμβουλευέται καλά ώστε να εκμεταλλεύεται αυτό το μέσο συλλογής και κοινοποίησης πληροφοριών όσο πιο γρήγορα και εύκολα γίνεται. Η διεξαγωγή της έρευνας μέσω του Διαδικτύου έχει αρκετά πλεονεκτήματα. Κατ' αρχήν, ακόμα και οι πιο μικρές εταιρείες και οργανισμοί έχουν τη δική τους σελίδα. Φυσικά, οι περισσότερες απλώς πουλάνε πράγματα, αλλά συνήθως περιλαμβάνουν μία ιστορία της εταιρείας μαζί με πλήρη στοιχεία επικοινωνίας και μερικές φορές μία λίστα θέσεων. Το δεύτερο χρήσιμο πεδίο βρίσκεται στην ποσότητα των έντυπων μέσων που υπάρχουν μόνο ως on-line χαρακτηριστικό. Σχεδόν κάθε τοπική ή εθνική εφημερίδα έχει και μία

- Searching for a job - information resources -

σελίδα στο Δίκτυο. Μερικές από τις εθνικές υποστηρίζουν και βάση δεδομένων για τις τρέχουσες θέσεις που ενημερώνεται τακτικά.

- **Συμβουλές** – Το διαδίκτυο χρησιμοποιείται επιτυχώς για να παρέχει πληροφορίες όσον αφορά σε κάθε είδος παροχής συμβουλών. Όπως και στην πραγματική ζωή, η ποιότητα των συμβουλών ποικίλει. Ο πελάτης πρέπει να γνωρίσει τους υπάρχοντες επαγγελματικούς συμβούλους στο δίκτυο, αλλά ταυτόχρονα να είναι ενήμερος για το γεγονός ότι πρέπει να συνεργάζονται προσεκτικά με τέτοιου είδους συμβούλους. Το καλύτερο μέρος για στέρεες, δωρεάν συμβουλές από επαγγελματίες είναι οι ιστοσελίδες των μεγάλων πανεπιστημίων. Υπάρχουν ειδικά επαγγελματικά κέντρα online που βοηθούν τους υποψηφίους με πληροφορίες για τις υπηρεσίες, επαγγελματικές συμβουλές και προτάσεις.

Ένα πολύ καλό παράδειγμα χρήσης του Διαδικτύου για σκοπούς e-consulting και e-learning είναι το **ΕΙΚΟΝΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ /VCC/** (www.careerceteronline.org), αναπτυγμένο στα πλαίσια του Προγράμματος Leonardo da Vinci.

Αυτή η ιστοσελίδα παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για την επαγγελματική εξέλιξη με τη χρήση νέων τεχνολογιών πληροφορίας. Είναι σχεδιασμένο για νέους ανθρώπους που προσπαθούν να χτίσουν μία καριέρα αλλά μπορεί επίσης να είναι χρήσιμο για συμβούλους που δουλεύουν σε επαγγελματικά κέντρα.

Το VCC αποτελείται από διαφορετικούς τομείς: E-consulting, E-training, και Resources. Υπάρχει ένα ειδικό κέντρο Εκπαίδευσης όπου ο χρήστης μπορεί να προχωρήσει με όλα τα απαραίτητα βήματα για το ξεκίνημα μιας δουλειάς: Αυτο-αξιολόγηση – έρευνα εργασίας – εφαρμογή εργασίας – συνέντευξη – νέος εργασιακός χώρος. Αυτά τα μέρη δεν παρέχουν μόνο θεωρία, αλλά και διαδραστικές ασκήσεις και τεστ που αναμειγνύουν αποτελεσματικά το χρήστη. Έτσι, αποκτά γρήγορα και με έναν ενδιαφέροντα και ελκυστικό τρόπο τις απαιτούμενες δεξιότητες και ικανότητες, όπως και γνώσεις ώστε να ξεκινήσει μία επιτυχημένη εκστρατεία αναζήτησης εργασίας.

- **Ανακοινώσεις για δουλειές** – οπότε ο πελάτης ψάχνει για μία συγκεκριμένη δουλειά, το Διαδίκτυο μπορεί να γίνει ένα αρκετά περίπλοκο πεδίο. Πρέπει να είναι πολύ προσεκτικός γιατί η πιθανώς εθιστική φύση του μέσου δεν οδηγεί σε απλό κινήγι εργασίας online. Στην πραγματικότητα, υπάρχουν πάρα πολλές δουλειές, ή «ανακοινώσεις», για να κοιτάξει κανείς.

- Searching for a job - information resources -

Πρέπει επίσης να ληφθεί επίσης υπόψη ότι μία μεγάλη μερίδα των ιστοσελίδων αναπαράγει τις ίδιες πληροφορίες. Φαίνεται αποδεκτό για συγκεκριμένες εταιρείες να παίρνουν ολόκληρες τις λίστες από άλλες σελίδες και να τις συμπεριλαμβάνουν στη δική τους.

Παρότι υποτίθεται ότι είναι η πιο μοντέρνα από τις τεχνολογικές επαναστάσεις, υπάρχει ένα μεγάλο μέρος από θέσεις που δεν έχει ενημερωθεί.

- **Μηχανές αναζήτησης** – πρόκειται για διαδικτυακά προγράμματα που αναζητούν και εντοπίζουν online πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο θέμα, που ζητήθηκε από το χρήστη. Υπάρχουν εκατοντάδες τέτοιων ιστοσελίδων, αλλά οι καλύτερες συνδέονται με άλλες μηχανές ώστε να βρίσκονται οι απαραίτητες πληροφορίες. Συνήθως, ο πελάτης γράφει μία λέξη-κλειδί ή μερικές λέξεις σε ένα μικρό κουτί, οι μηχανές αναμοχλεύουν τις πληροφορίες για μερικά δευτερόλεπτα και κατόπιν εμφανίζεται μία λίστα. Συμπεριλαμβάνει αριθμημένες ιστοσελίδες, οι οποίες περιέχουν τις λέξεις. Φυσικά, δε θα είναι όλες χρήσιμες στον πελάτη. Το βοηθητικό μενού που συνοδεύει κάθε μηχανή αναζήτησης θα συμβουλέψει το χρήστη για το πως να τους μιλήσει ώστε να καταλάβουν ακριβώς τι χρειάζεται.

Μερικές ιστοσελίδες προσφέρουν την υπηρεσία στο χρήστη να δημοσιεύσει το βιογραφικό του στις σελίδες τους και να τον ταιριάξουν με έναν εργοδότη. Θεωρητικά, είναι μία εξαιρετική ιδέα. Πρακτικά, όμως, ο χρήστης πρέπει να έχει πάντοτε υπόψη του ότι είναι ένας από τις χιλιάδες, ή πιθανόν εκατομμύρια ανθρώπων που κάθονται σπίτι, ελπίζοντας ότι η δουλειά των ονείρων τους θα εμφανιστεί ξαφνικά μία μέρα στο κουτί της αλληλογραφίας. Παρότι μπορεί πράγματι να συμβεί κάτι τέτοιο, δεν έχει καθόλου να κάνει με την έρευνα εργασίας, είναι απλώς ελπίδα εργασίας.

- **Δικτύωση** – είναι άλλη μία δύναμη του Δικτύου. Αν ο πελάτης ενδιαφέρεται για μία συγκεκριμένη καριέρα, ή εταιρεία, μπορεί να στραφεί στις χιλιάδες λιστών αλληλογραφίας, forum, newsgroups που καλύπτουν κάθε δυνατό θέμα που μπορεί να σκεφτεί κανείς. Με αυτόν τον τρόπο υπάρχουν ευκαιρίες όχι μόνο για έρευνα πληροφοριών, αλλά επίσης για να έρθει σε επαφή με άλλους ανθρώπους που ενδιαφέρονται για τον ίδιο τομέα. Δεν υπάρχει όριο στους έξυπνους τρόπους ευρέσεως πληροφοριών, ομιλίας στους ανθρώπους και ζήτησης συμβουλών. Οι τρεις κύριοι είναι τα προαναφερθέντα newsgroups, οι λίστες αλληλογραφίας και τα forum. Τα newsgroups δε φέρνουν απαραίτητα τα τελευταία νέα. Υπάρχει μία λίστα για κάθε ζήτημα που μπορεί να συλλάβει κανείς και μία ομάδα

- Searching for a job - information resources -

ανθρώπων που είναι εγγεγραμμένοι στο καθένα ώστε να μπορούν να εκφράζουν τις απόψεις τους, να μοιράζονται πληροφορίες, να ρωτούν πράγματα και να διατηρούν μία βάση δεδομένων. Όσο για τα δύο τελευταία, είναι αρκετά αυτονόητοι όροι και όχι πολύ δύσκολοι να τους συλλάβει κανείς.

- Πως να διαλέξετε το καλύτερο site

Πριν συστήσετε στον πελάτη τα καλύτερα sites, μην ξεχάσετε να του παρουσιάσετε τα λεγόμενα «Κριτικά Κριτήρια» για να διαλέξει το καλύτερο site.

Έχοντας υπόψη την ύπαρξη εκατοντάδων ή χιλιάδων ιστοσελίδων, είναι πιθανό ότι πολλά από αυτά δεν είναι πολύ καλά. Ο πελάτης θα σπαταλήσει λιγότερο χρόνο, αργότερα, αν έχει κάνει καλή επιλογή στην αρχή. Θα δέχεται επίσης λιγότερη άχρηστη αλληλογραφία.

Ιδού μία λίστα ερωτήσεων, που μπορεί να βοηθήσει τον πελάτη στο να διαλέξει την καλύτερη ιστοσελίδα:

1. Χρεώνει η σελίδα τον πελάτη για πρόσβαση σε εργασιακές ευκαιρίες;

Πολύ σπάνια θα έπρεπε κάποιος που ψάχνει δουλειά να πληρώνει για πρόσβαση σε ανοιχτές δουλειές, εντός ή εκτός του Διαδικτύου. Γενικά, αν υπάρχει χρέωση, μπορεί να βρει κάποια άλλη ιστοσελίδα. Μερικές σελίδες για «ειδικούς» χρεώνουν κάποιο ποσό, αλλά αναζητήστε κάποια εγγύηση της ποιότητας (και αποκλειστικότητας) των ευκαιριών και πρόσφατες συστάσεις από ικανοποιημένους πελάτες.

2. Πρέπει ο πελάτης να εγγράφεται με κάποιο προφίλ ή ρεζουμέ πριν αναζητήσει τις δουλειές;

Να είστε επιφυλακτικός για κάποιο site που δεν επιτρέπει την αναζήτηση εργασίας πριν την εγγραφή ενός προφίλ ή άλλων στοιχείων. Αυτό σημαίνει ότι το site δεν ενδιαφέρεται πραγματικά να βοηθήσει τον πελάτη ώστε να βρει δουλειά, ειδικά αν δεν έχει Privacy Policy που να λέει τι κάνουν με τις πληροφορίες. Όταν ο πελάτης βρίσκει κάποιο site όπου πρέπει να εγγράψει το προφίλ του, πρέπει να δίνουν όσο λιγότερες πληροφορίες γίνεται.

3. Είναι το site εύκολο στη χρήση;

Ο αναζητητής εργασίας πρέπει να είναι ικανός να βρίσκει εύκολα έναν τρόπο έρευνας για τις δουλειές που θέλει συγκεκριμενοποιώντας την τοποθεσία και τον τύπο της δουλειάς (με κάποια λέξη-κλειδί ή κάποια άλλη μέθοδο επιλογής).

Και πρέπει να υπάρχουν εύκολες οδηγίες σε περίπτωση συγχύσεως. Αν ο πελάτης νιώθει ή άβολα όταν χρησιμοποιεί ένα site, δεν πρέπει να το κάνει, όσο «διάσημο» ή προτεινόμενο και να είναι.

4. Λειτουργεί κανονικά το site;

Για παράδειγμα, αν η έρευνα για τη δουλειά τοποθετείται στο Λονδίνο, το site πρέπει να δίνει πληροφορίες για δουλειές στην περιοχή του Λονδίνου, αν υπάρχουν.

5. Έχει το site τις επιθυμητές δουλειές – την «κατάλληλη» βιομηχανία, επάγγελμα, εργοδότη και το τοποθεσία;

Το όνομα του site μπορεί να δώσει στοιχεία όσον αφορά στη σχέση του με την έρευνα εργασίας. Το πιο σύνηθες είναι τα sites να προσφέρουν την ικανότητα αναζήτησης εργασιών με κριτήριο την τοποθεσία, και συνήθως δεν καταχωρούν μία τοποθεσία α δεν υπάρχει τουλάχιστον μία διαθέσιμη θέση εκεί (αν και υπάρχουν εξαιρέσεις!). Πολλά sites προσφέρουν τη δυνατότητα έρευνας μέσω των καταχωρήσεων των εργοδοτών ή αναζήτησης μιας θέσης με κριτήριο τον εργοδότη.

6 Είναι οι δουλειές «φρέσκιες» ή παλιές; Κάντε μια έρευνα ή κοιτάξτε τις καταχωρήσεις.

Έχουν οι δουλειές ημερομηνίες δημοσίευσης που τις συνοδεύουν; Έχουν δημοσιευθεί πρόσφατα; Να είστε λίγο καχύποπτοι αν οι ανακοινώσεις δεν έχουν ημερομηνία ή αν όλες οι δουλειές δημοσιεύθηκαν «σήμερα»; Φυσικά, μία δουλειά που δημοσιεύθηκε την προηγούμενη βδομάδα ή τον προηγούμενο μήνα μπορεί να είναι ακόμα διαθέσιμη, και μάλιστα να είναι η κατάλληλη δουλειά. Συχνά, ο τομέας τιμών εξηγεί πόσο καιρό παραμένει ενεργή μία ανακοίνωση για δουλειά. Οι δημοσιεύσεις συνήθως κρατούν 30 ή 60 μέρες, ή μερικές φορές περισσότερο.

7 Έχει το site μία περιεκτική, φιλική Confidential Policy (Πολιτική Εχεμύθειας);

Εξηγείστε στον πελάτη ότι πρέπει πάντα να αναζητά μία Privacy Policy και να τη διαβάσει πριν εγγραφεί σε ένα site! Η Confidential Policy πρέπει να αποκαλύπτει τις πληροφορίες που συλλέγει και

ΤΙ ΚΑΝΕΙ ΜΕ ΑΥΤΕΣ.

8 Είναι οι περισσότερες δουλειές δημοσιευμένες από εργοδότες ή γραφεία που λειτουργούν εκ μέρους των;

Γενικά, οι δουλειές που δημοσιεύονται κατευθείαν από έναν εργοδότη είναι προτιμητέες διότι ο πελάτης μπορεί να έρχεται σε άμεση επαφή με τους ανθρώπους που μπορεί να τον προσλάβουν. Επιπλέον, αν ένα γραφείο στέλνει το ρεζουμέ του σε έναν εργοδότη, μπορεί να μειονεκτεί σε σύγκριση με έναν άμεσο υποψήφιο. Ο υποψήφιος που προέρχεται από ένα γραφείο θα κοστίσει περισσότερα στον εργοδότη (εξαιτίας της προμήθειας που θα πάρει το γραφείο) από έναν υποψήφιο που πηγαίνει κατευθείαν στον εργοδότη, ακόμα και αν ο μισθός είναι ο ίδιος και για τους δύο. Έτσι, είναι πιθανότερο να προσληφθεί ο άμεσος υποψήφιος παρά εκείνος που προέρχεται από το γραφείο. Φυσικά, δεν είναι πάντα δυνατό να δουλεύεις με τον εργοδότη διότι μερικοί εργοδότες προτιμούν την ανωνυμία για ανταγωνιστικούς λόγους και άλλοι εργοδότες δεν έχουν διαθέσιμο προσωπικό.

Για να ανακεφαλαιώσουμε, μπορεί να επισημανθεί ότι η έρευνα εργασίας είναι ένα ουσιαστικό στοιχείο στην όλη διαδικασία της παροχής συμβουλών και υποστήριξης του πελάτη για να βρει την καλύτερη δουλειά. Οι σύμβουλοι είναι αυτοί που καθοδηγούν τον πελάτη παρέχοντάς του κατάλληλες πηγές πληροφοριών, πρακτικά και θεωρητικά και συμβουλές. Έτσι μπορούν να είναι καλά ενημερωμένοι τουλάχιστον για τα κυριότερα γραφεία εύρεσης εργασίας, εφημερίδες και ιστοσελίδες, που προσφέρουν δουλειά και υπηρεσίες στην περιοχή όπου λειτουργούν. Μ' αυτόν τον τρόπο, μετά τη διεξαγωγή μιας καρποφόρας έρευνας, ο πελάτης μπορεί να κάνει το επόμενο βήμα στη διαδικασία ευρέσεως και ξεκινήματος μιας νέας δουλειάς, συγκεκριμένα την ίδια την αίτηση, που είναι το θέμα του επόμενου κεφαλαίου του παρόντος εγχειριδίου.

Λίστα καλών μηχανών αναζήτησης δουλειάς:

Μία λίστα καλών και χρήσιμων μηχανών αναζήτησης στον τομέα της επαγγελματικής ανάπτυξης, επιμόρφωσης και εξάσκησης, ιστοσελίδες για αναζήτηση εργασίας, ιστοσελίδες για e-Consulting και πολλές άλλες μπορούν να βρεθούν στο τμήμα των «ΠΗΓΩΝ» του Εικονικού Επαγγελματικού Κέντρου (www.careercenteronline.org).

Αναφορές:

- Searching for a job - information resources -

- A. H. Gort - Job hunting, Harper Collins Publishers , 2000 Ken Lawson , Martin Yate (foreword)

- Guide to managing your career, A dorling Kiundersley book , 2000

- www.collegerecruiter.com

- www.myjobsearch.com

- www.bradleycvs.co.uk

- www.people-one.com

- www.job-hunt.org

- www.collegeview.com

- www.collegegrad.com/jobsearch

Κάνοντας αίτηση για μία δουλειά

Συχνά λέγεται ότι το να ψάχνεις για μία δουλειά είναι από μόνο του μία κανονική δουλειά. Γιατί; Όπως σε κάθε δουλειά, απαιτεί πολλή ενέργεια και χρόνο, ενώ χρειάζονται και τα κατάλληλα εργαλεία και στρατηγικές για να είναι αποτελεσματική η έρευνα..

Ο πελάτης είναι σ' αυτό το στάδιο ενήμερος για το δικό του προφίλ όσον αφορά στα κίνητρα και τις κλίσεις του, ενώ έχει καθοδηγηθεί στο να σχεδιάσει μία στρατηγική για να πετύχει επαγγελματικό αποτέλεσμα.

Αυτές οι σελίδες αντιπροσωπεύουν ένα βήμα προς τη δράση. Τι χρειάζεται για να πραγματοποιήσει κανείς το σχέδιο καριέρας του;

Το κεφάλαιο αυτό προτείνει ένα συνθετικό χάρτη των πιθανών τρόπων πρόσβασης στην εργασιακή αγορά, επεξηγεί ορισμένες τεχνικές για να έρθει κανείς σε επαφή με έναν πιθανό εργοδότη, όπως και χαρακτηριστικά, οδηγίες και συμβουλές για τη σύνταξη ενός αποτελεσματικού βιογραφικού (με ιδιαίτερη προσοχή στην Ευρωπαϊκή μορφή), όπως και μία συνοδευτική επιστολή.

Όπως φάνηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, υπάρχουν αρκετές πηγές πληροφοριών και η καθεμία διαφέρει από την άλλη από άποψη μορφής και περιεχομένου.

Πολλές θέσεις, παρολαυτά, δεν εμφανίζονται ποτέ σε εφημερίδες ή άλλες ανακοινώσεις. Στην περίπτωση αυτή, ή για να παρακινήσετε τον πελάτη ώστε να αναλάβει δράση προς μία νέα απασχόληση, είναι σημαντικό να τον συμβουλευέτε σχετικά με την ευκαιρία του να κάνει μία απευθείας προσέγγιση στον πιθανό του εργοδότη.

Το να έρθει κανείς σε επαφή κατευθείαν με τον εργοδότη, ακόμα πριν ή χωρίς να γνωρίζει για το άνοιγμα μίας πραγματικής θέσης εργασίας, μπορεί να φανερώσει πραγματικό ενδιαφέρον και ενεργητική στάση για την απόκτηση συγκεκριμένων θέσεων. Δυστυχώς η διαδικασία αυτή μπορεί να αποβεί αρκετά μακρά, και να καταναλώσει πολλή ενέργεια και χρόνο, ή να μην είναι πάντοτε επιτυχημένη. Για το σκοπό αυτό (την αποφυγή απογοήτευσης ή εσφαλμένων προσδοκιών) είναι σημαντικό να ενημερώνεται ο πελάτης για τα θετικά και τα αρνητικά της επιλογής αυτής της πορείας.

- Applying for a job -

Το πρώτο βήμα, που είναι προαπαιτούμενο, είναι να ενημερωθεί ο εργοδότης ότι ο πελάτης διεξάγει από μόνος του μία έρευνα για την εταιρεία ή το γραφείο. Αυτό θα είναι πολύ βοηθητικό στη διαμόρφωση κατάλληλων αποριών και θα κάνει γενικά καλή εντύπωση.

Όταν ο πελάτης κατανοήσει τη σημασία του να είναι γνώστης ότι ο ίδιος είναι συνομιλητής, ο σύμβουλος πρέπει να επεξηγήσει τις διαφορετικές προσεγγίσεις επικοινωνίας με έναν εργοδότη.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ (ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ)

Αν αποφασιστεί να πάει ο ίδιος ο πελάτης να επισκεφτεί έναν πιθανό εργοδότη, είναι σημαντικό να τον κάνετε να λάβει υπόψην του τις παρακάτω πτυχές:

- Για να κάνει καλή εντύπωση, είναι σημαντικό να εμφανιστεί καθαρός και κατάλληλα ντυμένος (προσεκτικά, και λίγο πολύ επίσημα, ανάλογα και με το μέρος εργασίας που θα επισκεφτεί)
- Να ζητήσει να μιλήσει με τον υπεύθυνο προσλήψεων μέσα στην εταιρεία
- Να ακούσει προσεκτικά τι θα του πουν
- Αφού παρουσιάσει τον εαυτό του, να ρωτήσει για θέσεις εργασίας ή ευκαιρίες να δουλέψει στην εταιρεία
- Η προσεκτική ακρόαση είναι ένας καλός τρόπος να μάθει και να κατανοήσει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του εργοδότη
- Να είναι έτοιμος να δώσει συνέντευξη και να παρουσιάσει βιογραφικό
- Να πάρει μερικά αντίγραφα από τα πιο σχετικά έγγραφα και αν δεν έχουν ανοιχτές θέσεις τη συγκεκριμένη στιγμή να τους ζητήσει να αφήσει ένα αντίγραφο του βιογραφικού του για μελλοντικές ευκαιρίες
- Ευχαριστήστε το πρόσωπο με το οποίο μιλήσατε και δείξτε του την εκτίμησή σας για το χρόνο που σας αφιέρωσε.

Τηλεφωνικά

Δεν είναι σπάνιο να τηλεφωνήσετε σε έναν εργοδότη ή να δεχτείτε ένα τηλεφώνημα από αυτόν. Η πρώτη περίπτωση μπορεί να είναι ένας τρόπος απάντησης σε μία διαφήμιση, το κλείσιμο μίας συνέντευξης ή απόκτηση μίας αίτησης. Στη δεύτερη περίπτωση, μπορεί ο εργοδότης να τσεκάρει

- Applying for a job -

συγκεκριμένες ικανότητες από το τηλέφωνο (γλώσσες κτλ.) σαν ένα τεστ προεπιλογής. Και στις δύο περιπτώσεις είναι σημαντικό να εκπαιδεύσετε τον πελάτη να κάνει καλή χρήση του τηλεφώνου, για παράδειγμα σε επαγγελματικά τηλεφωνήματα ή στο να έχει καλές τηλεφωνικές τεχνικές.

Ιδού μία λίστα με χρήσιμες οδηγίες:

- Αν ο πελάτης χρησιμοποιεί ιδιωτικό τηλέφωνο, συμβουλευέστε τον να το κάνει σε ένα δωμάτιο με ησυχία όπου δεν μπορεί κανείς να τον διακόψει. Αν χρησιμοποιεί δημόσιο τηλέφωνο είναι σημαντικό να βρίσκεται σε ήσυχο χώρο, να έχει αρκετά χρήματα ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος να του τελειώσουν κατά τη διάρκεια του τηλεφωνήματος.
- Να έχει χαρτί και στυλό ώστε να μπορεί να κρατά σημειώσεις χωρίς να φεύγει από το τηλέφωνο
- Μπορεί να χρειαστεί ένα αντίγραφο του βιογραφικού και ένα ημερολόγιο για να σημειώνει ημερομηνίες
- Γενικά είναι καλή ιδέα να σημειώνει από πριν τις ερωτήσεις ή τα σημεία-κλειδιά που θα αναφερθούν στη διάρκεια του τηλεφωνήματος.
- Συμβουλευέστε τον πελάτη να τηλεφωνήσει σε κατάλληλες ώρες, αποφεύγωντας ώρες φαγητού ή διαλείμματος (Δευτέρα πρωί και Παρασκευή απόγευμα δεν είναι οι καλύτερες επιλογές)
- Ο ομιλητής πρέπει να παρουσιάσει τον εαυτό του καθαρά, λέγοντας το όνομα του και το σκοπό της συζήτησης
- Αν δεν υπάρχει ανοιχτή θέση τη συγκεκριμένη στιγμή, ο ομιλητής μπορεί να ζητήσει αίτηση από τον εργοδότη, να στείλει ένα βιογραφικό ή να ζητήσει να ενημερωθεί για το πότε μπορεί να προκύψουν ανοιχτές θέσεις.
- Είναι σημαντικό να δείξει θετική στάση ακόμα και όταν η απάντηση είναι «όχι», αλλά να μην τα παρατήσει εύκολα ή να επιμείνει πάρα πολύ.

Υπάρχουν μερικοί κανόνες που συνδέονται περισσότερο με τη συμπεριφορά γενικά, αλλά είναι σημαντικό να τους υπενθυμίσετε στον πελάτη:

- Μη διακόπτετε ποτέ τον εργοδότη
- Αποφύγετε το κάπνισμα, και την κατανάλωση φαγητού ή ποτού κατά τη διάρκεια του τηλεφωνήματος
- Ευχαριστήστε πάντοτε τον εργοδότη ή τον υπεύθυνο για το χρόνο που σας αφιέρωσε.

- Applying for a job -

- Εκτιμήστε ό,τι λέγεται κατά τη διάρκεια του τηλεφωνήματος και στείλτε είτε ένα αντίγραφο του βιογραφικού σας ή ένα ευχαριστήριο γράμμα μετά.

Ταχυδρομικά

Το να γράφει κανείς σε έναν εργοδότη είναι πιθανόν μία από τις συνηθέστερες προσεγγίσεις που χρησιμοποιούνται από άτομα που ψάχνουν δουλειά. Μπορεί να είναι ο τρόπος απάντησης σε μία ανακοίνωση ή μία ελεύθερη πρωτοβουλία. Και στις δύο περιπτώσεις είναι προτεινόμενο να το κάνετε μέσω της σύνταξης μίας συνοδευτικής επιλογής (παρακαλούμε ανατρέξτε στο τμήμα συνοδευτικής επιστολής στο τρέχον κεφάλαιο).

Συμβουλευτέ τον πελάτη ότι ένα γράμμα είναι συχνά χρήσιμο όταν κάνει αίτηση σε εταιρείες που έχουν εθνικά ή παγκόσμια παραρτήματα, ώστε να γίνει ένας τρόπος γνώσης του που και τι χρειάζεται.

Υπάρχουν μερικές γενικές υποδείξεις που θα πρέπει να κάνετε στον πελάτη:

- Ξεκινήστε πάντα με ένα πρόχειρο
- Το γράμμα πρέπει πάντα να είναι καθαρό, ακριβές και να εκφράζει το σκοπό της επικοινωνίας
- Πρέπει να γίνεται προσεκτικός γραμματικός και ορθογραφικός έλεγχος
- Αποφύγετε τη χρήση πολλών γραμματοσειρών και στυλ
- Πάντοτε συμπεριλάβετε την πλήρη διεύθυνση και το τηλέφωνο στα οποία μπορεί να βρει κανείς τον πελάτη
- Το γράμμα πρέπει να υπογραφεί προσωπικά
- Δακτυλογραφήστε το και τυπώστε το σε καλής ποιότητας χαρτί
- Ένα καλό γράμμα είναι αυτό που κάνει τον πελάτη να νιώθει αυτοπεποίθηση
- Το γράμμα πρέπει πάντα να αντιστοιχεί στον εργοδότη/θέση για την οποία γίνεται η αίτηση
- Κρατήστε αντίγραφο από ό,τι στέλνετε
- Αν αναφέρεται κάποια επισύναψη, **ποτέ** μην ξεχνάτε να τη συμπεριλάβετε!

- Applying for a job -

Με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email)

Πολλές εταιρείες ή εργασιακά κέντρα/γραφεία απαιτούν να στέλνονται βιογραφικά ή αιτήσεις μέσω του Διαδικτύου.

Η σύνθεση των κειμένων γενικά ακολουθεί τους βασικούς κανόνους που αναφέρθηκαν παραπάνω (για το κανονικό ταχυδρομείο). Παρολαυτά, η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επιβάλλει μερικές περαιτέρω οδηγίες που θα πρέπει να δοθούν στον πελάτη:

- Το κείμενο θα πρέπει να είναι μεταφέσιμο σε διαφορετικά λογισμικά, οπότε είναι σημαντικό να στείλετε απλό κείμενο ή ASCII και να αποφύγετε να το σώζετε στην τελευταία έκδοση του προγράμματος που χρησιμοποιείτε.
- Είναι σημαντικό να διατάξετε το κείμενο και τις πληροφορίες που περιέχει μέσω της χρήσης ουσιαστικών ή προτάσεων – κλειδιών διότι είναι πολύ πιθανό ότι το κείμενο θα καταχωρηθεί και θα αναζητηθεί μέσω λέξεων-κλειδιών.
- Αν το έγγραφο στέλνεται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, προτείνεται να αποφύγετε τη λίστα – η επικοινωνία με έναν πιθανό εργοδότη πρέπει να γίνεται πάνω σε μία αποκλειστική βάση.
- Είναι προτεινόμενο να στέλνετε το κείμενο στο σώμα του e-mail: η επισύναψη ίσως δημιουργήσει προβλήματα στο να αναγνωστεί.
- Κρατήστε πάντα μία τυπωμένη έκδοση από ό,τι στέλνετε.

Βιογραφικό (CV)

Μία ποικιλία εγγράφων ονομάζονται με αυτήν την έκφραση (curriculum vitae, curriculum studiorum, επαγγελματικό curriculum, ρεζουμέ) με στόχο την παρουσίαση κάποιου σε σχέση με την επιμόρφωση, την εκπαίδευση, και την εργασιακή εμπειρία.

Παρότι πολλοί επιχειρούν να εισάγουν κοινά πρότυπα, δεν υπάρχει κάποια μορφή που να είναι διεθνώς αναγνωρισμένη.

Γενικά ένα βιογραφικό είναι ένα έγγραφο που περιέχει:

- Προσωπικά δεδομένα

- Applying for a job -

- Περίληψη δεξιοτήτων/καριέρας
- Επιμόρφωση και άλλες επιτεύξεις/προσόντα
- Επαγγελματική εμπειρία
- Αναφορές, ονόματα δύο ανθρώπων που έχουν συμφωνήσει να παρέχουν περισσότερες πληροφορίες για το άτομο.

Ξεκαθαρίστε ποιοι είναι οι κύριοι σκοποί ενός βιογραφικού:

- Να παρουσιάσετε/περιγράψετε τον εαυτό σας
- Να πουλήσετε την εμπειρία/γνώση σας
- Να ανακεφαλαιώσετε σχετικές πληροφορίες
- Να κλείσετε μία συνέντευξη για δουλειά

Όπως θα συμβεί σε αυτό το εγχειρίδιο, ο πελάτης συχνά συμβουλευέται για τη σύνθεση ενός βιογραφικού μέσω της χρήσης προτύπων.

Το πρότυπο είναι ένα πολύ βοηθητικό εργαλείο για να φανερώνεται πως ένα έγγραφο πρέπει να είναι, πως να τοποθετήσετε και να μορφοποιήσετε τις πληροφορίες και να επεξηγήσετε τους πιο γενικούς κανόνες.

Παρά την πρακτική τους χρησιμότητα, τα προτυποποιημένα έγγραφα είναι πολύ περιορισμένα στο να καλύπτουν διαφορετικές ανάγκες, είτε του πελάτη είτε του εργοδότη. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό να υπενθυμίζετε στον πελάτη πως ότι δείχνεται από το σύμβουλο είναι μόνο ένα σημείο εκκίνησης που χρειάζεται περαιτέρω ανάπτυξη για να αντιστοιχεί σε πιο προσωπικούς και συγκεκριμένους σκοπούς.

Ένα άλλο σημαντικό ζήτημα για τους συμβούλους είναι να κάνουν μία κατάλληλη επιλογή όταν προτείνουν ένα πρότυπο, όντας ενήμεροι για τον πελάτη και τις ιδιαιτερότητές του.

Κάποιες μορφές απαιτούν συγκεκριμένες γνώσεις ή δεξιότητες για να καλύψουν τα κριτήρια της δουλειάς, μερικές άλλες για να ταιριάξουν σε έμπειρους ανθρώπους, επαγγελματίες, φοιτητές και τα λοιπά.

Αυτά τα τμήματα θα προτείνουν δύο πρότυπο: το πρώτο είναι το Ευρωπαϊκό βιογραφικό και το δεύτερο είναι το πρότυπο CV.

Το Ευρωπαϊκό Βιογραφικό

Να είστε καλά εξοικειωμένος με τις κύριες απαιτήσεις και το περιεχόμενο του Ευρωπαϊκού βιογραφικού. Είναι επίσης χρήσιμο να έχετε επιπλέον γνώσεις για την ανάπτυξη και προσθήκη άρθρων, ώστε να προτείνετε στον πελάτη το πιο κατάλληλο.

Ακολουθεί μία σύντομη ιστορία για την προέλευση της ιδέας και το λόγο ανάπτυξης ενός τέτοιου κοινού Ευρωπαϊκού προτύπου:

Στη διαδικασία των Ευρωπαϊκών Συμβουλιών στη Λισσαβώνα και στη Βαρκελώνη, εκφράστηκε η αναγκαιότητα για την ανάληψη δράσης ως προς τη διευκόλυνση των Ευρωπαίων πολιτών όσον αφορά στην πρόσβασή τους σε εκπαίδευση και εργασία στην Ευρώπη.

Στην πραγματικότητα, ενώ οι Ευρωπαίοι πολίτες έχουν από το νόμο δικαίωμα να σπουδάζουν ή να δουλεύουν οπουδήποτε μέσα στην Ένωση, υπάρχουν ακόμα πολλά πρακτικά εμπόδια στο να γίνει αυτή η ελευθερία αποτελεσματική. Η αναγνώριση, διαφάνεια και μεταβιβασιμότητα των προσόντων φαίνονται υπό αυτήν την έννοια μία βασική απαίτηση και το Ευρωπαϊκό Βιογραφικό είναι ένα από τα εργαλεία που δημιουργήθηκε για τη διευκόλυνση αυτής της διαδικασίας.

Αναπτύχθηκε μαζί με τις κυβερνήσεις, τους εργοδότες και τα σωματεία ώστε να χρησιμοποιείται σε μία εθελοντική βάση είτε ως έντυπο είτε σε ηλεκτρονική μορφή, μέσα στη χώρα καταγωγής ή στο εξωτερικό.

Όντας το προϊόν μίας ευρύτερης στρατηγικής, είναι πιθανό να συνδυαστεί με άλλα διπλώματα και υπηρεσίες, όπως βάσεις δεδομένων που χρησιμοποιούνται από εργοδότες και αναζητητές εργασίας.

Το Ευρωπαϊκό Βιογραφικό είναι γενικά ένα απλό και λογικό εργαλείο. Παρολαυτά μερικές πτυχές, έννοιες ή εκφράσεις ίσως απαιτούν περαιτέρω επεξηγήσεις, και είναι σημαντικό να δίδεται στον πελάτη η δυνατότητα να το χρησιμοποιεί ικανά και αυτόνομα.

Αυτός είναι ο λόγος που αυτό το τμήμα περιέχει τη μορφή, οδηγίες καθώς και ένα δείγμα. Όλα αυτά τα έγγραφα βρίσκονται στο Διαδίκτυο σε 13 διαφορετικές γλώσσες στην εξής διεύθυνση:

www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp.

- Applying for a job -

ΜΟΡΦ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ



Επιδίωξη:

Η διευκόλυνση της κινητικότητας που θα κάνει πιο εύκολο για ιδρύματα επιμόρφωσης και εκπαίδευσης αλλά και εργοδότες να αξιολογούν τις αποκτηθείσες γνώσεις,

Περίληψη:

Το Ευρωπαϊκό πρότυπο για τα βιογραφικά είναι ένα προαιρετικό εργαλείο για άτομα που επιθυμούν να δουλέψουν ή να σπουδάσουν σε μία χώρα Μέλος της Ένωσης και προτίθεται επίσης ως εργαλείο διευκόλυνσης για ιδρύματα επιμόρφωσης και εκπαίδευσης αλλά και εργοδότες να αξιολογούν τις αποκτηθείσες γνώσεις. Για να βεβαιωθεί ότι μπορεί να προσαρμόζεται σε διάφορα προφίλ και να εγγυάται απόλυτη διαφάνεια των προσόντων σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, το πρότυπο αυτό έχει σχεδιαστεί να είναι όσο πιο ευέλικτο γίνεται.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕ

Όνομα	[ΕΠΩΝΥΜΟ, άλλα ονόματα]
Διεύθυνση	[Νούμερο οικίας, όνομα δρόμου, ταχυδρομικός κώδικας, πόλη, χώρα]
Τηλέφωνο	
F	
E-m	
Εθνικότητα	
Ημερομηνία Γέννησης	[Μέρα, μήνας, χρονιά]

- Applying for a job -

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡ

- Ημερομηνίες (από – μέχρι)
- Όνομα και διεύθυνση του εργοδότη
 - Τύπος ή τομέας επιχείρησης
 - Θέση ή απασχόληση
- Κύριες δραστηριότητες και ευθύνες

ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- Ημερομηνίες (από – μέχρι)
- Όνομα και τύπος του οργανισμού που παρείχε την επιμόρφωση ή την εκπαίδευση
 - Κύρια θέματα/επαγγελματικές δεξιότητες που καλύφθηκαν
 - Τίτλος που απονεμήθηκε
- Επίπεδο σε διεθνή κατάταξη

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ Κ

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Αποκτήθηκαν στην πορεία της ζωής / της καριέρας αλλά δεν καλύπτουν απαραίτητα από επίσημα διπλώματα

ΜΗΤΡΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

ΑΛΛΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

- Δεξιότητες ανάγνωσης
 - Δεξιότητες γραφής
 - Δεξιότητες ομιλίας

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Ζωή και εργασία μαζί με άλλους ανθρώπους, σε πολυπολιτισμικό περιβάλλοντα, σε θέσεις όπου

[Καθορίστε τη μητρική γλώσσα]

[Καθορίστε γλώσσα]

[Καθορίστε επίπεδο: εξαιρετικό, καλό, βασικό]

[Καθορίστε επίπεδο: εξαιρετικό, καλό, βασικό]

[Καθορίστε επίπεδο: εξαιρετικό, καλό, βασικό]

[Περιγράψτε αυτές τις ικανότητες και καθορίστε που αποκτήθηκαν]

- Applying for a job -

*επικοινωνία είναι σημαντική ι
καταστάσεις όπου η ομαδική εργα
είναι ουσιώδ*

**ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ Κ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΙ**

*Συντονισμός και διαχείριση ανθρώπι
εγχειρημάτων και προϋπολογισμού
στη δουλειά, σε εθελοντική εργασία, σ
σπίτι, κ*

[Περιγράψτε αυτές τις ικανότητες και καθορίστε που αποκτήθηκαν]

**ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ Κ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΙ**

*Με υπολογιστές, συγκεκριμένα ει
εξοπλισμού, μηχανημάτων κ*

[Περιγράψτε αυτές τις ικανότητες και καθορίστε που αποκτήθηκαν]

**ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ Κ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΙ**

Μουσική, γράψιμο, σχέδιο κ

[Περιγράψτε αυτές τις ικανότητες και καθορίστε που αποκτήθηκαν]

**ΑΛΛΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ Κ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΙ**

*Ικανότητες που δεν αναφέρθηκ
παραπάν*

[Περιγράψτε αυτές τις ικανότητες και καθορίστε που αποκτήθηκαν]

ΑΔΕΙΑ ΟΔΗΓΗΣΙ

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ

[Συμπεριλάβετε έδω οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που μπορεί να είναι
σχετική, για παράδειγμα άτομα για επικοινωνία, συστάσεις κτλ.]

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑΤ

[ΑΠΑΡΙΘΜΗΣΤΕ ΟΠΟΙΑΔΗΠΟΤΕ ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑΤΑ.]

- Applying for a job -

ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΚΕΦΑΛΙΔΩΝ:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ (*κάντε τον πελάτη να συμπληρώσει τις ακόλουθες πληροφορίες*)

Όνομα	Δηλώστε το ΕΠΩΝΥΜΟ και άλλα ονόματα
Διεύθυνση	<p>Σημείωση: Αν έχετε πάνω από ένα άλλο όνομα, ξεκινήστε με αυτό που χρησιμοποιείτε συνήθως.</p> <p>Δηλώστε πλήρη ταχυδρομική διεύθυνση:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ο πελάτης πρέπει να δηλώσει καθαρά διεύθυνση μέσω της οποίας μπορεί να έρθει κανείς γρήγορα σε επικοινωνία μαζί του. Η μόνιμη διεύθυνσή του είναι διαφορετική από αυτή στην οποία διαμένει προς παρόν, μπορεί να σημειώσει και τις διευθύνσεις, δηλώνοντας τις ημερομηνίες όπου θα βρίσκεται στην καθεμία.• Η σειρά με την οποία εμφανίζονται στοιχεία μίας διεύθυνσης μπορεί να διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Συμβουλευτέ τον πελάτη να ακολουθήσει τους κανόνες που εφαρμόζονται στις περισσότερες περιπτώσεις. Είναι σημαντικό να μην ξεχνά τον ταχυδρομικό κώδικα κάνει αίτηση στο εξωτερικό.• Στην περίπτωση της Ιρλανδίας, της Ηνωμένου Βασιλείου και της Ολλανδίας, το όνομα της χώρας αναγράφεται πλήρως.
Τηλέφωνο	Δηλώστε τον αριθμό του τηλεφώνου όπου επιθυμεί να βρεθεί ο πελάτης. Αν είναι απαραίτητο, μπορεί να δώσει τις ώρες όπου είναι δυνατό να έρθει κανείς σε επικοινωνία μαζί του γρήγορα.
Fax	Σημειώστε τον αριθμό του φαξ χρησιμοποιώντας τους ίδιους κανόνες όπως και για το τηλέφωνο.

- Applying for a job -

E-mail	Σημειώστε πλήρως το email.
Εθνικότητα	Σημειώστε την εθνικότητα, π.χ. Ιρλανδική
Ημερομηνία Γέννησης	Σημειώστε την ημερομηνία γέννησης, π.χ. 02.04.1963

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Υπό αυτήν την κεφαλίδα, ο πελάτης πρέπει να κάνει μία ξεχωριστή καταχώριση για κάθε σχετική θέση που κατείχε, ξεκινώντας με την πιο πρόσφατη.

Κάντε τον πελάτη να δείξει ιδιαίτερη προσοχή στις ακόλουθες οδηγίες:

- Προς χάριν συντομίας, επικεντρωθείτε στην εργασιακή εμπειρία που δίνει επιπλέον αξία στην αίτηση. Η εμπειρία δεν πρέπει να παραβλεφθεί, διότι είναι ένα προνόμιο ακόμα και αν δε συνδέεται άμεσα με το προφίλ της δουλειάς για την οποία κάνει αίτηση ο πελάτης.
- Αν ο πελάτης κάνει αίτηση για δουλειά για πρώτη φορά, υπενθυμίστε του να μην ξεχάσει να αναφέρει θέσεις εκπαίδευσης που παρέχουν αποδείξεις αρχικής επαφής με τον κόσμο της εργασίας
- Συμβουλέψτε τον πελάτη να αναπαράγει τον πίνακα όσες φορές χρειάζεται. Για να διαγράψει μία κεφαλίδα, πρέπει να χρησιμοποιήσει το μενού εντολών «Πίνακα» στο λογισμικό Word.

Ημερομηνίες (από – μέχρι)

Ο πελάτης πρέπει να σημειώσει ημερομηνίες ώστε να δείξει για πόσο και κρατούσε την εν λόγω θέση, π.χ.:
Από το Μάρτιο του 1994 μέχρι
Δεκέμβριο του 1999

- Applying for a job -

Όνομα και Διεύθυνση του εργοδότη

Δηλώστε το όνομα και τη διεύθυνση τ
εργοδότη (τηλέφωνο, φαξ, e-mail κ
διεύθυνση ιστοσελίδας), π.χ.:

Anderson and Dobbs Ltd.

12 Highland Road,
Edinburgh EH3 4AB
United Kingdom

Tel.: (44-31) 123 45 67;

Fax (44-31) 123 45 68;

E-mail:jrobin@webcom.co.uk;

Website:www.anders.uk.com

Τύπος ή τομέας επιχείρησης

Δηλώστε τη φύση της επιχείρησης τ
εργοδότη, π.χ.: Μεταφορές, Κατασκευ
κτλ.

Απασχόληση ή θέση που κατείχε πελάτης

Δηλώστε τον εργασιακό τίτλο ή τη φύ
της απασχόλησης, π.χ. μηχανικός, τεχνικ
ρεσεψιονίστ κτλ.

Κύριες δραστηριότητες και ευθύνες

Δηλώστε τις κύριες δραστηριότητες κ
ευθύνες, π.χ.: Συντονισμός υπηρεσι
υπολογιστών, Επικοινωνία με προμηθευτ
Διατήρηση πάρκων ή κήπων. Αν εί
απαραίτητο, ποσολογήστε τις εύθυνες.

ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Υπό αυτήν την κεφαλίδα, κάντε μία ξεχωριστή καταχώριση για κάθε σειρά μαθημάτων που συμπληρώθηκε, ξεκινώντας με την πιο πρόσφατη.

Σημείωση:

- Applying for a job -

- Δεν είναι απαραίτητο ο υποψήφιος να φανερώσει όλα του τα προσόντα: δεν είναι απαραίτητο να ανατρέξει μέχρι το δημοτικό αν έχει ήδη πτυχίο πανεπιστημίου.
- Κάντε τον να επικεντρωθεί στα προσόντα που προσθέτουν αξία στην αίτηση.
- Συμβουλευέστε τον να αναπαράγει τον παρακάτω πίνακα όσες φορές χρειάζεται.

Ημερομηνίες (από – μέχρι)	Πρέπει να σημειώσει τις ημερομηνίες για δείξει πόσο κράτησε ή εν λόγω σειρά μαθημάτων, π.χ. από το Σεπτέμβριο του 1994 μέχρι τον Ιούνιο του 1998.
Όνομα και τύπος του οργανισμού που παρείχε την επιμόρφωση και εκπαίδευση	Δηλώστε το όνομα και τον τύπο του ιδρύματος, π.χ.: South Wales Technical College Glamorgan Place Cardiff CF1 2AB
Κύρια θέματα/ επαγγελματικές δεξιότητες που καλύφθηκαν	Αφήστε τον πελάτη να κάνει μία περίληψη των κυρίων θεμάτων και δεξιοτήτων που διδάχθηκε στη διάρκεια της εν λόγω σειράς μαθημάτων, ομαδοποιώντας τα προχάριν συντομίας, π.χ.: Γενικά <ul style="list-style-type: none">• Αγγλική γλώσσα, Ουαλική γλώσσα μαθηματικά, ξένες γλώσσες (Ισπανικά)• Φυσική αγωγή και αθλητισμός Επαγγελματικά <ul style="list-style-type: none">• Επαγγελματικές τεχνικές• Επιστήμες που εφαρμόστηκαν στο εξοπλισμό (μικροβιολογία, βιοχημική υγιεινή)• Επαγγελματική τεχνολογία (βασικές αρχές, υγιεινή και ασφάλεια)• Γνώση της επιχείρησης και του οικονομικού, νομικού και κοινωνικού περιβάλλοντός της. Σημείωση: <i>συνδυάστε στοιχεία, επικεντρωθείτε στις επαγγελματικές</i>

- Applying for a job -

δεξιότητες, που θα δώσουν επιπλέον αξία.

Επαγγελματικός τίτλος που απονεμήθηκε

Σημειώστε τον ακριβή τίτλο που απονεμήθηκε, π.χ.: National Vocational Qualification (NVQ) Level 2: Bakery Service.

Επίπεδο σε διεθνή κατάταξη

Αν το επίπεδο του τίτλου αντιστοιχεί σε ένα υπάρχον εθνικό ή διεθνές σύστημα κατάταξης, δηλώστε το επίπεδο μέσα στην κατάταξη που αφορά. Αν είναι απαραίτητο ο υποψήφιος μπορεί να ρωτήσει το σωματείο, που του απένευσε τον τίτλο. Για περισσότερες πληροφορίες, συμβουλευτείτε το σύστημα κατάταξης της UNESCO <http://www.uis.unesco.org/en/pub/pub0.htm>

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Αποκτήθηκαν στην πορεία της ζωής και της καριέρας αλλά δεν καλύπτονται απαραίτητα από επίσημα έγγραφα και διπλώματα.

Οι παρακάτω επικεφαλίδες θα σας βοηθήσουν να παρουσιάσετε στον πελάτη πως να συμπληρώσει την περιγραφή της εργασιακής του εμπειρίας, αναφερόμενος σε δεξιότητες και ικανότητες, που αποκτήθηκαν στην πορεία της εκπαίδευσης και της επιμόρφωσης (κατά τη διάρκεια των σπουδών) με ένα μη-επίσημο τρόπο.

Γενική επισήμανση: Διαγράψτε οποιαδήποτε επικεφαλίδα υπό την οποία δεν έχετε τίποτα σχετικό να πείτε.

ΜΗΤΡΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Δηλώστε εδώ τη μητρική σας γλώσσα, π.χ. **Αγγλικά**

ΆΛΛΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

- Applying for a job -

Δηλώστε εδώ την ξένη γλώσσα που σας αφορά, π.χ.:

Ισπανικά

Ανάγνωση

Δηλώστε το επίπεδο, π.χ.:

Καλό (δείτε την εξήγηση παρακάτω)

Γραφή

Δηλώστε το επίπεδο, π.χ.:

Βασικό (δείτε την εξήγηση παρακάτω)

Ομιλία

Δηλώστε το επίπεδο, π.χ.:

Εξαιρετικό (δείτε την εξήγηση παρακάτω)

Για καθεμία από τις παραπάνω επικεφαλίδες, ο πελάτης πρέπει να δηλώσει το επίπεδό του (εξαιρετικό, καλό και στοιχειώδες):

Εξαιρετικό: ένας εξαιρετικός χειρισμός της γλώσσας, που του επιτρέπει να επικοινωνεί αποτελεσματικά (είναι ικανός να κατανοεί την προφορική και γραπτή γλώσσα, να μιλά και να γράφει με ευχέρεια) σε ένα διεθνές επαγγελματικό περιβάλλον.

Καλό: ο πελάτης είναι ικανός να:

A) να κατανοεί και να διαμορφώνει μηνύματα σχετικά με την εργασία (τηλεφωνήματα, σημειώσεις κτλ.), χρησιμοποιώντας λεξικό αν χρειάζεται.

B) να παίρνει μέρος σε γενικές συζητήσεις, χρησιμοποιώντας απλό συντακτικό, και να εκφράζει μία γνώμη

Γ) να ανταπεξέρχεται ανεξάρτητα σε καθημερινές καταστάσεις όταν ταξιδεύει στη χώρα όπου χρησιμοποιείται η γλώσσα.

Βασικό: είναι ικανός να εκφράζεται σε στοιχειώδεις επικοινωνιακές καταστάσεις (π.χ. μηνύματα, σημειώσεις, ή οδηγίες), να κατανοεί απλά μηνύματα, και να ανταπεξέρχεται ανεξάρτητα σε ένα ελάχιστο επίπεδο.

Συμβουλευτέ τον να αναπαράγει τον παρακάτω πίνακα για κάθε γλώσσα που καλύπτει.

Κάντε τον πελάτη να λάβει υπόψην τις παρακάτω επισημάνσεις:

- Αν έχει ένα δίπλωμα που αποδεικνύει την ικανότητά του (όπως το TOEIC –Τεστ Αγγλικών για Διεθνή

- Applying for a job -

Επικοινωνία), ας δηλώσει το επίπεδο και την ημερομηνία απόκτησής του.

- Συμβουλευέψτε τον να μην υπερτιμήσει το επίπεδο του, που μπορεί εύκολα να ελεγχθεί στη συνέντευξη.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Κ	Για παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Ομαδικό πνεύμα• Ικανότητα προσαρμογής πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα• Επικοινωνιακές δεξιότητες (π.χ. ικανότητα να γράφει με καθαρότητα ή μεταδίδει αποτελεσματικά πληροφορίες) να δηλώσει σε ποιό περιβάλλον αποκτήθηκαν (μέσω εκπαίδευσης, εργασίας εθελοντισμού, ή διασκέδασης)
--------------------------	------------	---	--

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Κ	Για παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Ηγετικότητα• Αίσθηση οργάνωσης• Διαχείριση εγχειρημάτων ή ομάδων - , δηλώσει σε ποιό περιβάλλον αποκτήθηκαν (μέσω εκπαίδευσης, εργασίας εθελοντισμού, ή διασκέδασης)
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ			Για παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Δεξιότητες σε ένα ειδικευμένο τεχνικό πεδίο (κατασκευαστική βιομηχανία, υγειονομικές τράπεζες κτλ.)• Δεξιότητες τεχνολογίας πληροφορικής (δεξιότητες σε ειδικευμένο λογισμικό προγραμματισμό κτλ.) - να δηλώσει σε ποιο περιβάλλον αποκτήθηκαν (μέσω εκπαίδευσης, εργασίας, εθελοντισμού, διασκέδασης)

- Applying for a job -

ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	κ	Για παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Μουσική• Γράψιμο• Σχέδιο - να δηλώσει σε ποιό περιβάλλον αποκτήθηκαν (μέσω εκπαίδευσης, εργασίας, εθελοντισμού, ή διασκέδασης)
-----------------------------	------------	---	--

ΑΛΛΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	Για παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Χόμπι• Σπορ• Θέσεις ευθύνης σε εθελοντικοί οργανισμούς - να δηλώσει σε ποιο περιβάλλον αποκτήθηκαν (μέσω εκπαίδευσης, εργασίας, εθελοντισμού, διασκέδασης)
---------------------------------	--

ΑΔΕΙΑ ΟΔΗΓΗΣΗΣ	Να δηλώσει αν κατέχει άδεια οδήγησης και για ποια κατηγορία οχημάτων, π.χ. κατηγορία Β
----------------	--

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	Δηλώστε εδώ οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που μπορεί να είναι σχετική π.χ.: <ul style="list-style-type: none">• Άτομα προς επικοινωνία ή σύσταση (όνομα, τίτλος εργασίας, διεύθυνση επικοινωνίας)• Εκδόσεις ή έρευνα• Μέλος σε επαγγελματικές οργανώσεις
-----------------------------	--

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑΤΑ

Στο τμήμα αυτό πρέπει να απαριθμηθούν οποιαδήποτε στοιχεία που είναι επισυνημμένα στο Βιογραφικό του, π.χ.

- Αντίγραφα πτυχίων και άλλων προσόντων, όπως διπλώματα που απονεμήθηκαν στο τέλος μίας εκπαίδευσης
- Απόδειξη απασχόλησης ή εκπαιδευτικής θέσης
- Εκδόσεις ή έρευνα

- Applying for a job -

ΜΟΡΦ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ



ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕ

Όνομα	Betty HOBKINS
Διεύθυνση	32 Reading rd, Birmingham, B26 3QJ, United Kingdom
Τηλέφωνο	(44-1189) 12 34 56
F	(44-189) 12 15 18
E-mail	Bettyh@hotmail.com
Εθνικότητα	Βρετανική
Ημερομηνία γέννησης	07.10.1974

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΑ

- | | |
|------------------------------------|---|
| • Ημερομηνίες (από - μέχρι) | Αύγουστος 2002 και εξής |
| • Όνομα και διεύθυνση του εργοδότη | British Council, 123, Bd Ney, F-75023 Paris |
| • Απασχόληση ή θέση που κατέλα | Ανεξάρτητος σύμβουλος |
| • Κύριες δραστηριότητες και ευθύν | <i>Αξιολόγηση της Ευρωπαϊκής Κομισιόν για μέτρα υποστήριξης της εξάσκησης των νέων.</i> |

ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- | | |
|--|--|
| • Ημερομηνίες (από - μέχρι) | Μάρτιος – Ιούλιος 2002 |
| • Όνομα και τύπος του οργανισμού που παρέχει επιμόρφωση και εκπαίδευση | Σωματείο Νέων, DG Επιμόρφωση και Πολιτισμός, Ευρωπαϊκή Κομισιόν
200, Rue de la Loi, B-1049 Βρυξέλλες |
| • Κύρια θέματα/επαγγελματικές δεξιότητες που καλύφθηκαν | - Αξιολόγηση προγραμμάτων εκπαίδευσης νέων για τη SALTO UK και Συνεργασία ανάμεσα στο Ευρωπαϊκό συμβούλιο και την Κομισιόν |

- Applying for a job -

- Οργάνωση και διαχείριση ενός διήμερο εργαστηρίου για ανεπίσημη εκπαίδευση για μεγάλης κλίμακας εγχειρήματα που επικεντρώνονται στην ποιότητα, την αξιολόγηση και την αναγνώριση.

- Συνεισφορά στην Ομάδα Πλοήγησης για την εκπαίδευση και την ανάπτυξη σχεδίων δράσης για τα επόμενα 3 χρόνια. Δουλειά για τον Οδηγό Χρηστών και τα Μέτρα Υποστήριξης.

• Απασχόληση ή θέση που κατέλα

Internship

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕ

*Αποκτηθείσες στην πορεία της ζωής
της καριέρας αλλά όχι απαραίτη
καλυμμένες από διπλώματα και πτυχ*

ΜΗΤΡΙΚΗ ΓΛΩΣΣ

ΑΓΓΛΙΚΑ

ΑΛΛΕΣ ΓΛΩΣΣΕ

Γαλλικά

- Δεξιότητες ανάγνωσης
- Δεξιότητες γραφ
- Δεξιότητες ομιλ

Εξαιρετικές
Καλές
Εξαιρετικές

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕ Κ ΙΚΑΝΟΤΗΤ

*Ζώντας και δουλεύοντας με άλλ
ανθρώπους, σε πολυπολιτισμι
περιβάλλοντα, σε θέσεις όπου
επικοινωνία είναι σημαντική
καταστάσεις όπου είναι ουσιώδης (1
παράδειγμα πολιτισμός και αθλητισμό
κ*

- Ομαδική εργασία: Έχω δουλέψει σε διάφορους
Τύπους ομάδων από ερευνητικές ομάδες μέχρι την εθνική ομάδα χόκ
Για δύο χρόνια προπονούσα την ομάδα χόκεϊ του πανεπιστημίου.

- Μεσολαβητικές ικανότητες: δουλεύω στα όρια ανάμεσα στους
νέους ανθρώπους, εκπαιδευτές, τακτικές και ερευνητές για νέους. Για
παράδειγμα, διαχείριση ενός τριήμερου εργαστηρίου στο Συμπόσιο
«Δράση Νέων για Κοινωνική Αλλαγή», και η συνεχόμενη δουλειά μου κ
προγράμματα εκπαίδευσης νέων.

- Διαπολιτισμικές ικανότητες: Έχω εμπειρία από δουλειά σε Ευρωπαϊ
πλαίσια όντας μεσολαβητής σε σεμινάριο «νεολαίας ενάντια στη βί
στη Βουδαπέστη και από δουλειά με πρόσφυγες και διοργανώ
γεγονότων.

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕ

*Συντονισμός και διαχείριση ανθρώπι
εγχειρημάτων και προϋπολογισμών, κ
δουλειά, σε εθελοντική εργασία (1
παράδειγμα για πολιτισμό
αθλητισμό), στο σπίτι, κ*

- Ενώ δούλευα για ένα συνέδριο για πρόσφυγες στις Βρυξέλλ
οργάνωσα ένα «Διάλογο Πολιτών» ανάμεσα στους πρόσφυγες και το
δημόσιους υπάλληλους στην Ευρωπαϊκή Κομισιόν στις 20 Ιουνίου τ
2002.

- Κατά τη διάρκεια του διδακτορικού μου διοργάνωσα μία σειρά σεμιναρί
πάνω σε μεθόδους έρευνας

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕ Κ ΙΚΑΝΟΤΗΤ

Ικανότητα χειρισμού των περισσότερων προγραμμάτων της Microsoft κ
κάποια εμπειρία με HTML

- Applying for a job -

Με υπολογιστές, ειδικό εξοπλισμ
μηχανές κ

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ

ΕΚΔΟΣΕΙΣ

- “Νεολαία Ενάντια στη Βία», Ευρωπαϊκό Συμβούλιο (2002)
- “Πως να κάνετε Παρατηρήσεις: Δανειζόμενος τεχνικές από Κοινωνικές Επιστημές για να βοηθήσετε τους Συμμετέχοντες να κάνουν Παρατηρήσεις σε Ασκήσεις Προσομοίωσης» (2002).

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

Δημιουργία έργων τέχνης και επίσκεψη χώρων Μοντέρνας Τέχνης
Αθλητισμός, ιδιαίτερα χόκεϊ, ποδόσφαιρο και τρέξιμο. Ταξίδια και εμπειρία
από διαφορετικούς πολιτισμούς.

Διαθέσιμες αν ζητηθούν.

Συστάσε

- Applying for a job -

Πρότυπο Βιογραφικού

Όταν παρουσιάζετε στον πελάτη το πρότυπο βιογραφικού, ενημερώστε τον ότι ένα τυπικό δισέλιδο πρότυπο βιογραφικού περιέχει τα ακόλουθα τμήματα:

A) ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑ: δηλώνει καθαρά το όνομα και την πλήρη διεύθυνση του αποστολέα. Είναι καλό να τονίζεται το όνομα στο βιογραφικό, με τη χρήση μεγαλύτερου μεγέθους γραμματοσειράς, ώστε να έχει οπτικό αντίκτυπο στον αναγνώστη.

B) ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: αυτό το μέρος συμπεριλαμβάνει πλήρες όνομα, διεύθυνση, τηλέφωνο, κινητό, email. Δηλώνετε πάντα την πλήρη διεύθυνση (διευκρινίζοντας τα χρονικά πλαίσια και που και πότε μπορεί να έρθει κάποιος σε επικοινωνία μαζί του). Δεν υπάρχει διεθνής συμφωνία για το που πρέπει να συμπεριληφθούν συγκεκριμένα στοιχεία. Για πολλές χώρες/πολιτισμούς, στην ουσία, το να δηλώνεις συγκεκριμένη εθνικότητα, κοινωνική-θρησκευτική-πολιτική κατάσταση, εμφανισιακές λεπτομέρειες μπορεί να θεωρηθεί διαχωριστικό. Παρολαυτά κάποιες από αυτές τις πληροφορίες μπορεί να είναι σχετικές όταν κάνει κανείς αίτηση για συγκεκριμένες δουλειές (για παράδειγμα μπορεί να έχει σημασία να συμπεριλαμβάνεις το ύψος για αεροσυνοδούς ή το ότι είσαι μη καπνιστής για νοσοκομειακές δουλειές).

Γ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ: πρέπει πάντα να καταδεικνύει την κύρια απασχόληση μαζί με ημερομηνίες, την εταιρεία και την τοποθεσία της, τον τίτλο της δουλειάς, τις επιτεύξεις και δραστηριότητες που έχουν πραγματοποιηθεί, τα διπλώματα που έχουν αποκτηθεί. Αυτό το τμήμα πρέπει να ανακεφαλαιώνει τις σχετικές πληροφορίες για προηγούμενη εργασιακή εμπειρία σε χρονολογική σειρά. Αυτή πρέπει να επεξηγηθεί σύντομα και με ακρίβεια. Κάποιες λεπτομέρειες όμως δεν πρέπει ποτέ να αναφέρονται, όπως ο μισθός, οι λόγοι παραίτησης από μία προηγούμενη δουλειά και άλλα. Ταυτόχρονα, η περίληψη πρέπει πάντα να δίνει έμφαση σε σχετικές πληροφορίες και να αφήνει έξω αυτές που δεν προσθέτουν κάποια αξία στο βιογραφικό.

Δ) ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ: όσον αφορά στην επαγγελματική περίληψη, η εμπειρία εκπαίδευσης πρέπει να δηλώνεται με αναφορές στην ημερομηνία, την τοποθεσία, τα ιδρύματα και τον τίτλο που αποκτήθηκε. Μη συμπεριλάβετε τα μαθήματα ή τα μέρη τους που δεν έχουν σχέση με τη δουλειά ή που δείχνουν διακοπή ή αποτυχία στην παρακολούθηση. Πολύ σύντομη διδασκαλία (για παράδειγμα μισή μέρα) ή απλή συμμετοχή σε συναντήσεις δεν είναι σχετικά.

Ε) ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ: το τμήμα αυτό συμπεριλαμβάνει τα πιο σχετικά βήματα στην επιμορφωτική πορεία. Οι εργοδότες εκτιμούν μία καλή μορφωτική βάση οπότε είναι σημαντικό να τονίζετε τι έχετε κάνει και πως. Απαριθμήστε τις κύριες επιτεύξεις αναφέροντας ημερομηνίες, τοποθεσίες, ιδρύματα και τίτλους. Παρουσιάστε τα σε αντίστροφη χρονολογική σειρά, αποφεύγοντας να ανατρέχετε σε πολύ πρώιμους τίτλους. Αν κάποια μαθήματα έχουν ξεκινήσει ή ξαναρχίσει είναι σημαντικό να αναφερθούν σ' αυτό το τμήμα – υπό συγκεκριμένες συνθήκες δείχνει ενθουσιασμό για ισόβια μάθηση και βελτίωση.

- Applying for a job -

ΣΤ) ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ: ενώ αναφέρετε ένα πρόσωπο είναι σημαντικό να ενημερώνετε το συγκεκριμένο άτομο και να παίρνετε την έγκρισή τους για να το κάνετε. Συχνά είναι καλύτερο να μην αναφέρεται η ταυτότητα των προσώπων στο βιογραφικό, ενώ μπορεί και να αρκεί η αντικατάσταση των ονομάτων τους με την έκφραση «διαιτητές διαθέσιμοι αν ζητηθούν». Στην περίπτωση αυτή θα ζητήσει περισσότερες πληροφορίες ο ίδιος ο εργοδότης αν τις χρειαστεί. Η διαχείριση των διαιτητών επαφίεται πλήρως στον πελάτη, που θα πρέπει να είναι σε θέση να έρθει σε επαφή μαζί τους σχετικά με την εταιρεία, τη θέση για την οποία κάνει αίτηση και περαιτέρω λεπτομέρειες.

ΑΛΛΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: οποιαδήποτε άλλη λεπτομέρεια που μπορεί να έχει σχέση με το σκοπό (άδειες, διπλώματα, χόμπι, ενδιαφέροντα κτλ).

Ζ) ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (PRIVACY POLICY):

Σήμερα, πολλές χώρες προστατεύουν τα προσωπικά δεδομένα από μη εξουσιοδοτημένη χρήση. Για το σκοπό αυτό, όπου προβλέπεται, μπορεί να είναι απαραίτητο να αναφέρεται ο νόμος και η άδεια για τη χρήση των δεδομένων που υποβάλλονται για το σκοπό της επικοινωνίας αν και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι αρκετό να γράφεται «Προσωπικό και Απόρρητο» στην πρώτη σελίδα του βιογραφικού.

-
- ΟΝΟΜΑ του πελάτη ΕΔΩ
 - **ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΘΕΣΗ**

Βιογραφικό

Όνομα:

Επώνυμο:

Πόλη, Χώρα:

Διεύθυνση: [οικία, email]

Επαγγελματική Περιληψη: [παρούσα και προηγούμενες δουλειές. Συμπεριλάβετε ημερομηνίες, θέση, καθήκοντα]

Προσόντα: [ακαδημαϊκά & επαγγελματικά προσόντα]

Επαγγελματική Εκπαίδευση: [ειδική εκπαίδευση (πρακτική και/ή ακαδημαϊκή για εργασία ή εμπόριο)]

- Applying for a job -

Περαιτέρω Επιμόρφωση: [κολέγια, πανεπιστήμιο, ενήλικη εκπαίδευση, σειρά μαθημάτων]

Επιπλέον Πληροφορίες: [πληροφορίες που είναι ιδιαίτερα σχετικές με την απαιτούμενη θέση, όπως:

- προσωπικές εμπειρίες
- επιπλέον δεξιότητες και ικανότητες που δεν έχουν αναφερθεί παραπάνω

Συστάσεις: Διαθέσιμοι αν ζητηθούν

Elisabeth Fay

66 Downfield Drive,

Γλασκώβη G45 3D.

Tel: +44 0161 252 4848

e_fay@hotmail.com

Όνομα Elisabeth Mary Fay

Διεύθυνση 66 Downfield Drive

Γλασκώβη G45 3D

Τηλέφωνο +44 0161 252 4848 (σε ώρες φαγητού)

Κινητό +44 777 28 55 325

E- mail e_fay@hotmail.com

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

2003 Υπεύθυνη Ποιοτικού Ελέγχου

XXX Υπηρεσίες υπό το όνομα της εταιρείας YYY.

Υπεύθυνη για τις διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου

Διαχειρίστηκε μία ομάδα από 12 άτομα – τους ανέθετε αποστολές και τους παρότρυνε να τηρούν τις προθεσμίες.

- Applying for a job -

Εκπαίδευσε άλλους συνάδελφους για θέματα και διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου
Έδειχνε τις διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου στους πελάτες τις ημέρες επισκέψεων στο εργοστάσιο.

- **ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΣΤΗ LEX LTD**

Υπεύθυνη για...

Διαχειρίστηκε καταστάσεις όπως....

Πήρε μέρος σε...

Παρουσίασε ελέγχους σε....

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2002 Διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου ISO 2002 παρακολουθήθηκαν στο.... το Μάρτιο του 2002

2001 Προσεγγίσεις ποιότητας για Προμηθευτές Υπηρεσιών στο....

1999 Επικοινωνία και Ηγετικότητα παρακολουθήθηκαν στο....

1997 Διαχείριση συγκρούσεων και ομαδική δουλειά I και II στο....

ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ

1997-2001 ΔΙΕΘΝΕΣ Πανεπιστήμιο, Λονδίνο, ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Πτυχίο Master

Τίτλος Διπλωματικής: *«Η πρόκληση της ηλεκτρονικής μάθησης»*

1993- 1997 Πανεπιστήμιο της Φλωρεντίας

Bachelor στις Κοινωνικές Επιστήμες

ΔΙΑΙΤΗΤΕΣ διαθέσιμοι αν ζητηθούν

ΑΛΛΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

- Πολύ καλός χειρισμός των Ιταλικών στην ανάγνωση, γραφή και ομιλία
- Ευρωπαϊκή Άδεια Οδήγησης κατηγορία B
- ECDL απονεμηθηκε το 2002

- Applying for a job -

ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ

Το Βιογραφικό περιγράφεται ως η λογική παρουσίαση των προσωπικών δεξιοτήτων, των γνώσεων και της εμπειρίας. Η Συνοδευτική Επιστολή ασχολείται με την κάλυψη των ιδιαίτερων απαιτήσεων μίας δουλειάς. Επαναλαμβάνει, φυσικά, κάποιες από τις λεπτομέρειες που περιέχονται στο Βιογραφικό, αλλά πρέπει να τις σχετίζει με ένα συγκεκριμένο περιβάλλον. Ο σκοπός μιας συνοδευτικής επιστολής είναι να προετοιμάσει τον αναγνώστη του βιογραφικού (τον πιθανό εργοδότη), επιτρέποντας μία επιπλέον ευκαιρία για τονισμό των δεξιοτήτων και της εμπειρίας όπως και της προσωπικής παρακίνησης.

Έτσι θα μπορούσατε να παρουσιάσετε στον πελάτη την ακόλουθη περίληψη της συνοδευτικής επιστολής: το γράμμα λέει ότι κάποιος θα ήθελε να κάνει αίτηση για μία δουλειά και τους λόγους για τους οποίους το κάνει. Κανονικά χρησιμοποιείται ως εργαλείο για την αίτηση για μία δουλειά. Σπάνια, αποστέλλεται μόνο του και τις περισσότερες φορές, αν όχι πάντα, παρουσιάζει το βιογραφικό ή ένα ρεζουμέ. Μπορεί να συντάσσεται ως απάντηση σε μία διαφήμιση ή ως προσωπική πρωτοβουλία. Αν έχουν δοθεί κάποιες οδηγίες, είναι σημαντικό να τις ακολουθείτε προσεκτικά. Μπορεί να περιέχουν λεπτομέρειες για τις ακόλουθες πτυχές:

- Δακτυλογράφηση ή γραφή δια χειρός
- Τίτλος του προσώπου στο οποίο απευθύνεται
- Ο ακριβής τίτλος για την απαιτούμενη θέση
- Αριθμός αντιγράφων που απαιτείται
- Τίτλος που πρέπει να γραφτεί στο φάκελο

Σχετικά με το περιεχόμενο, το γράμμα πρέπει να δηλώνει γιατί είστε ο κατάλληλος για τη δουλειά, με έμφαση στα πιο σχετικά προσόντα για τη συγκεκριμένη θέση. Στο κλείσιμο, είναι απαραίτητο να αναφέρεται ότι επισυνάπτετε ένα Βιογραφικό ή ρεζουμέ και ότι θα εκτιμούσατε ιδιαίτερα μία συνέντευξη για να συζητήσετε περαιτέρω την καταλληλότητά σας για τη δουλειά.

Είναι σημαντικό να υπενθυμίζετε στον πελάτη ότι ο σκοπός μίας επιστολής και του Βιογραφικού δεν είναι να αποκτήσετε τη δουλειά, αλλά να έρθει κάποιος σε επαφή μαζί σας γι' αυτήν. Αυτός είναι ο λόγος που πρέπει να είναι θετικό, και να δίνει εντύπωση αυτοπεποίθησης, ενθουσιασμού και παρότρυνσης για τη δουλειά για την οποία γίνεται η αίτηση.

Η επιστολή πρέπει να είναι:

- Γραμματικά σωστή
- Επίσημα ευγενική
- Να περιέχει όνομα και διεύθυνση του αποστολέα
- Προσωπικά υπογεγραμμένη

- Applying for a job -

- Τυπωμένη σε A4, σε καλής ποιότητας λευκό χαρτί
- Ακριβής και πλήρης (περιέχοντας το υλικό που αναφέρθηκε, σεβόμενη τις προθεσμίες)
- Καθαρή

Μία πρότυπη δομή για μία συνοδευτική επιστολή πρέπει να περιέχει τα ακόλουθα στοιχεία:

- ΠΛΗΡΕΣ ΟΝΟΜΑ ΚΑΙ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΕΑ
- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ
- ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΥΠΕΥΘΥΝΟ ΠΡΟΣΩΠΟ
- ΤΟ ΘΕΜΑ / ΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΑΙΤΗΣΗ
- ΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ / ΓΙΑΤΙ ΚΑΝΕΤΕ ΤΗΝ ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ
- ΜΙΑ ΠΡΟΤΑΣΗ ΚΛΕΙΣΙΜΑΤΟΣ
- ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ:

Παράδειγμα 1:

150 Blue Street
Leeds EN 4519
Αγγλία

Προς Κύριο Brown
Διαχειριστής Ανθρώπινων Πόρων
DATA PRO
P.O. Box 666
Bradford EN 7985
Αγγλία

- Applying for a job -

Leeds, 18 Σεπτεμβρίου 2003

Αγαπητέ Κύριε,

Κάνω αίτηση για τη θέση του επεξεργαστή δεδομένων που διαφημίστηκε στην εφημερίδα Guardian στις 2 Σεπτεμβρίου του 2003.

Μετά την επιτυχημένη ολοκλήρωση των σπουδών μου, αναζητώ τώρα μία δουλειά πλήρους ωραρίου. Απολαμβάνω την εργασία ως μία σημαντική πτυχή της ζωής μου, ως έναν τρόπο βελτίωσης των γνώσεων μου και πρόκλησης της εμπειρίας μου.

Με ενδιαφέρει πολύ η επεξεργασία δεδομένων, που ήταν και το θέμα των σπουδών μου και μέρος της προηγούμενης εμπειρίας μου στο τμήμα Στατιστικής στο U.S.B. (Καλιφόρνια). Έχω βρει αυτή τη δουλειά πολύ συναρπαστική και θα ήθελα να ακολουθήσω μία καριέρα στην επεξεργασία δεδομένων.

Κατανοώ ότι είστε μία ανερχόμενη ηγετική εταιρεία στον τομέα αυτό και θα ήθελα πολύ να δουλέψω για τον οργανισμό σας.

Θα εκτιμούσα ιδιαίτερα τη διεξαγωγή μιας συνέντευξης για να επιβεβαιώσω προσωπικά την καταλληλότητά μου για τη θέση αυτή.

Ανυπομονώ να συζητήσω μαζί σας την αίτησή μου με περισσότερες λεπτομέρειες. Επισυνάπτω ένα αντίγραφο του Βιογραφικού μου.

Μετά τιμής,

John Smith

Παράδειγμα 2:

7 Apple Court
Eugene, OR 97401
503-555-0303

Προς Κύριο Archie Weatherby
California Investments, Inc.
25 Sacramento Street
San Francisco, CA 94102

Αγαπητέ Κύριε Weatherby,

- Applying for a job -

Η ανοιχτή προσωπικότητά μου, η εμπειρία μου στο χώρο των πωλήσεων, και η πρόσφατα ολοκληρωμένη επιμόρφωσή μου με κάνουν έναν ισχυρό υποψήφιο για τη θέση του ασφαλειομεσίτη στην εταιρεία California Investments, Inc.

Πρόσφατα αποφοίτησα από το Πανεπιστήμιο του Όρεγκον με πτυχίο στο marketing, όπου ήμουν πρόεδρος των Μελλοντικών Εργασιακών Ηγετών της Αμερικής και του Συλλόγου Αμερικάνικου Marketing.

Αν και αποφοίτησα πρόσφατα, δεν είμαι ένας κλασικός νέος απόφοιτος. Πήγα σχολείο στο Michigan της Arizona και στο Oregon. Έχω δουλέψει για ραδιοφωνικές διαφημίσεις, συνδρομές εφημερίδων, αλλά και σε μπαρ, εμπειρίες που ενίσχυσαν την επίσημη εκπαίδευσή μου.

Έχω την ωριμότητα, τις δεξιότητες και τις ικανότητες να ξεκινήσω μία καριέρα στις ασφάλειες, και θα ήθελα να το κάνω αυτό στην Καλιφόρνια, την πατρίδα μου.

Θα βρίσκομαι στην Καλιφόρνια στο τέλος του μήνα, και θα ήθελα πολύ να σας μιλήσω σχετικά με μία θέση στην εταιρεία σας. Θα συμπληρώσω αυτήν την επιστολή με ένα τηλεφώνημα για να δω αν μπορώ να κανονίσω μία συνάντηση μαζί σας.

Σας ευχαριστώ για το χρόνο και την εκτίμηση.

Μετά τιμής,

John Oakey

Συνέντευξη για Δουλειά

Ο σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι να παρουσιάσει σχετικό υλικό υποστήριξης για συμβούλους και να τους κάνει ικανούς να συμβουλεύουν αποτελεσματικά πελάτες που έχουν κληθεί για συνέντευξη. Διαφορετικοί τύποι συνεντεύξεων περιγράφονται όπως και οδηγίες για τη βελτίωση των ευκαιριών του πελάτη. Η μεγαλύτερη προσοχή δίνεται στην προετοιμασία του πελάτη για τη συνέντευξη με εξέταση και των δύο πλευρών που συμμετέχουν. Σαν πρακτικό εργαλείο για τους συμβούλους, παρέχονται συνηθή ερωτήματα που τίθεται από τους ενδιαφερόμενους εργοδότες και πιθανές ερωτήσεις από τους υποψηφίους.

Η λέξη interview (συνέντευξη) προέρχεται από τη Γαλλική λέξη "entrevue" που χρησιμοποιείτο το 15^ο αιώνα για να περιγράψει μία τελετουργική συνάντηση. Στη νέα χιλιετία, η συνέντευξη δε θεωρείται πια τελετουργία, αλλά για πολλούς ανθρώπους ακόμα μοιάζει σαν μία. Αν ένας υποψήφιος έχει κληθεί για συνέντευξη, ο εργοδότης προφανώς αρέσκειται στην αίτησή του. Αυτό στην πραγματικότητα σημαίνει ότι βρίσκεται στο 5% της κορυφής όλων των υποψηφίων. Οπότε πρέπει να νιώθει αυτοπεποίθηση, εφόσον η πρόσκλησή του σημαίνει ότι προφανώς είναι κατάλληλος για τη θέση. Ο εργοδότης τώρα θέλει να μάθει περισσότερα για τον υποψήφιο. Ο υποψήφιος πρέπει να βλέπει τη συνέντευξη σαν την ευκαιρία του να δείξει ότι μπορεί να ανταπαξέλθει στις προσδοκίες του.

Είναι καθήκον του υποψηφίου να κάνει τον πελάτη να νιώσει πιο σίγουρος για τον εαυτό του και να προετοιμαστεί για τη συνέντευξη.

Η άποψη του εργοδότη

Αν και υπάρχουν εντυπωσιακές αποδείξεις ότι οι συνεντεύξεις είναι ένας πολύ ανακριβής δείκτης αποδοτικότητας σε μία δουλειά, παρολαυτά η απόκτηση μιας δουλειάς περιλαμβάνει συνέντευξη σε κάποιο στάδιο. Οπότε αρχικά, μπορεί να είναι χρήσιμο να δει κανείς τη συνέντευξη μέσα από τα μάτια του εργοδότη.

Κάντε τον πελάτη να κατανοήσει ότι η πρώτη συνέντευξη είναι σχεδιασμένη να επιτρέψει στον εργοδότη να ελέγχει αν ο υποψήφιος μπορεί να ανταπαξέλθει στις απαιτήσεις της δουλειάς και να τον αξιολογήσει απέναντι στους άλλους υποψηφίους. Θα εξετάσει προσεκτικότερα τις αποδείξεις που του έχουν δοθεί στη γραπτή αίτηση και θα εξερευνήσει σε μεγαλύτερο βάθος το background του πελάτη.

Σε γενικές γραμμές, η συνέντευξη είναι πιθανόν να επικεντρωθεί στα εξής στοιχεία του πελάτη:

- Entering a new job -

- Νοητικά πρόσοντα
- Τι είδους άτομο είναι
- Πόσο ρεαλιστικά έχει αξιολογήσει τη δουλειά
- Σε ποιο βαθμό ταιριάζουν οι δεξιότητες και οι ικανότητες του πελάτη με τα κριτήρια για τη συγκεκριμένη δουλειά.

Γενικά δεν υπάρχει κάποιο μυστικό για τον αριθμό των κριτηρίων επιλογής που αναζητά ένας εργοδότης. Οι λεπτομέρειες μπορεί να διαφέρουν αλλά όλοι οι εργοδότες ενδιαφέρονται για τον ενθουσιασμό και τη δέσμευση του υποψηφίου στη δουλειά και πως αυτά φανερώνονται. Συγκεκριμένες δεξιότητες είναι πολύ σχετικές στη διαδικασία επιλογής, όπως:

- Αποτελεσματική επικοινωνία – μπορεί ο υποψήφιος να εκφραστεί καθαρά στην ομιλία και στη γραφή;
- Επιτυχής ομαδική εργασία – πόσο καλά εδραιώνει εργασιακές σχέσεις με τους άλλους;
- Διαχείριση ανθρώπων – μπορεί να οργανώνει άλλους και να θέτει επιδιώξεις;
- Δεξιότητες ανάλυσης και σύλληψης – μπορεί να δει την ευρύτερη εικόνα και να κατανοήσει την αίτηση των αποφάσεων αξιολογώντας γεγονότα και δεδομένα με ακρίβεια;
- Διαχείριση χρόνου – μπορεί να σχεδιάσει τη δουλειά, να θέσει προτεραιότητες και να φέρει σε πέρας τις επιδιώξεις του αποτελεσματικά;

ΚΥΡΙΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Κάντε τον πελάτη να κατανοήσει ότι είναι σημαντικό για τον ίδιο να αξιολογεί τις δυνάμεις του, να εξετάζει τις αδυναμίες του, και να σκέφτεται γύρω από το τι μπορεί να κάνει για να βελτιώσει την κατάστασή του. Κανείς εργοδότης δεν περιμένει υπεράνθρωπα προσόντα! Η προθυμία για εκπαίδευση και μάθηση νέων δεξιοτήτων είναι πάντοτε σημαντική. Ο εργοδότης, παρολαυτά, θα περιμένει ότι ο υποψήφιος θα έχει κάνει ανάλυση των κύριων δεξιοτήτων του στη δουλειά για την οποία κάνει αίτηση. Θα εξερευνήσει σε βάθος αυτές τις πτυχές μέσω της συνέντευξης.

Σε μία πρόσφατη έρευνα, οι εργοδότες απαρίθμησαν τις δεξιότητες που αναζητούν στους υποψηφίους όπως:

- Προθυμία για μάθηση
- Δέσμευση
- Εμπιστοσύνη
- Παρότρυνση
- Ομαδικό πνεύμα
- Καλή προφορική επικοινωνία
- Συνεργασία / Ευελιξία

- Entering a new job -

- Καθαρές και ακριβείς ικανότητες γραφής
- Ενέργεια και ώθηση
- Αυτο-διαχείριση
- Επιθυμία για επίτευξη
- Ικανότητα επίλυσης προβλημάτων

ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΣΤΥΛ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Παρουσιάστε στον πελάτη τα διαφορετικά στυλ συνέντευξης:

Η χρονολογική συνέντευξη

Πρόκειται για το παραδοσιακό στυλ συνέντευξης, που βασίζεται σταθερά σε μία γραπτή αίτηση. Είναι προβλέψιμο και περιλαμβάνει ερωτήσεις όπως «Τι σας οδήγησε να σπουδάσετε οικονομικά στο πανεπιστήμιο;», «Γιατί ενδιαφέρεστε για τη διαχείριση λιανικής πώλησης;» «Πως βλέπετε την ανάπτυξη της καριέρας σας στον οργανισμό μας;».

Η συνέντευξη με βάση την ικανότητα

Πολλοί εργοδότες χρησιμοποιούν τώρα μία δομημένη συνέντευξη βασισμένη σε κριτήρια για να εξασφαλίσουν μία πιο δίκαιη και αντικειμενικότερη αξιολόγηση των υποψηφίων. Θα έχουν αποφασίσει για τα κριτήρια επιλογής κάθε δουλειάς, και στη συνέχεια θα κάνουν παρόμοιες ερωτήσεις σε κάθε υποψήφιο ώστε να αποκτήσουν αποδείξεις για το αν έχουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να κάνουν σωστά τη δουλειά. Οι υποψήφιοι σημειώνονται σε μία κλίμακα, ανάλογα με το πόσο καλά έχουν φανερώσει ότι έχουν τις ικανότητες που απαιτούνται.

Η θεωρία υποστηρίζει ότι η παρελθοντική απόδοση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προβλέψει τη μελλοντική αποδοτικότητα του υποψηφίου στην επιλεγμένη δουλειά.

Το στυλ αυτό συνέντευξης είναι απαιτητικό και χρειάζεται προσεκτική προετοιμασία. Για παράδειγμα, αν η δουλειά απαιτεί «στενή συνεργασία με άλλους για την επίτευξη μίας επιδίωξης», οι ερωτήσεις μπορεί να είναι:

- *Πείτε μου για μία περίπτωση όπου δουλέψατε καλά μέσα σε μία ομάδα.*
- *Ποιά ήταν η προσωπική σας συνεισφορά;*
- *Χρειάστηκε να πείσετε τους άλλους για την άποψή σας; Πως το πετύχατε αυτό;*
- *Συναντήσατε καθόλου δυσκολίες; Πως τις αντιμετωπίσατε;*
- *Είσατε ικανοποιημένος με το αποτέλεσμα; Ήταν επιτυχημένο; Τι θα αλλάζατε για να το κάνετε πιο πετυχημένο την επόμενη φορά;*

Σε αυτό το στυλ συνέντευξης, οι ερωτήσεις είναι πιο λεπτομερείς και εξονυχιστικές απ' ότι στην

- Entering a new job -

παραδοσιακή μέθοδο – ο υποψήφιος θα χρειαστεί να παρέχει αποδείξεις, από τα πιο γενικά μέχρι τα πολύ συγκεκριμένα. Είναι πιθανό ότι ο ενδιαφερόμενος εργοδότης θα προκαλέσει τον υποψήφιο όσον αφορά στις απόψεις του για να ελέγξει πόσο διαμορφωμένες είναι. Είναι χρήσιμο να προετοιμάσει αρκετά παραδείγματα από διαφορετικές δραστηριότητες για να επεξηγήσει κάθε κριτήριο.

Τηλεφωνικές συνεντεύξεις

Ένας μικρός αριθμός οργανισμών διεξάγουν σήμερα τηλεφωνικές συνεντεύξεις στο πρώτο στάδιο επιλογής. Αυτές μπορεί να ποικίλουν από ένα βασικό έλεγχο του αν ο υποψήφιος καλύπτει τα κριτήρια επιλογής, μέχρι μία πολύ εξονυχιστική συνέντευξη. Οι περισσότεροι συνεντευξιζόμενοι βρίσκουν τη διαδικασία ενοχλητική διότι λείπουν τα οπτικά στοιχεία, και έτσι είναι δύσκολο να αξιολογήσει κανείς πως τα πάει. Ο καλύτερος τρόπος είναι να χαλαρώσει και να λειτουργήσει σαν να ήταν μία συνέντευξη πρόσωπο-με-πρόσωπο. Είναι σημαντικό να είναι όσο πιο ενθουσιώδης γίνεται, διότι ο interviewer έχει μόνο τη φωνή για να κρίνει.

Πως να προετοιμαστείτε για μία τηλεφωνική συνέντευξη

Δώστε έμφαση στο πόσο σημαντικό είναι να προετοιμαστείτε για την τηλεφωνική συνέντευξη. Ακολουθούν συμβουλές που μπορείτε να δώσετε στους πελάτες:

Ξεκινήστε μελετώντας την περιγραφή της δουλειάς και το προφίλ του υποψηφίου. Αυτό θα σας βοηθήσει να αναγνωρίσετε τις συγκεκριμένες ανάγκες της εταιρείας και να δείξετε ότι κατέχετε τις δεξιότητες που απαιτούνται για να τις καλύψετε.

Ανακαλύψτε όσα πολλά μπορείτε για τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, την ιστορία και την κουλτούρα της εταιρείας. Καταβάλετε ιδιαίτερη προσπάθεια να αναγνωρίσετε πεδία όπου οι δεξιότητες και η εμπειρία σας μπορεί να έχουν ιδιαίτερη αξία.

Γνωρίστε την ιστοσελίδα της εταιρείας και προετοιμαστείτε να κάνετε δημιουργικά σχόλια αν σας ζητηθεί.

Προετοιμάστε μία λίστα επιτεύξεων που ταιριάζουν με τις απαιτήσεις της εταιρείας.

Κρατήστε αυτή τη λίστα μπροστά σας κατά τη διάρκεια της συνέντευξης και ανατρέξτε σε αυτήν με κάθε ευκαιρία. Οι interviewers είναι πρόθυμοι ακούσουν για σχετικές προκλήσεις ή προβλήματα που αντιμετωπίσατε στο χώρο εργασίας, τις συγκεκριμένες ενέργειες που ακολουθήσατε, και τα μετρήσιμα αποτελέσματα που κατορθώσατε. Αναζητούν να αναγνωρίσουν κύριες ικανότητες όπως ικανότητες επικοινωνίας, αναλυτικές δεξιότητες, ομαδική εργασία, ώθηση και πρωτοβουλία. Να είστε έτοιμος να δώσετε παραδείγματα για το πότε και πως φανερώσατε αυτές τις ικανότητες.

- Entering a new job -

Για να μπειτε στο κλίμα της συνέντευξης από το τηλέφωνο, συγκεντρώστε μία λίστα πιθανών ερωτήσεων και ζητήστε από ένα φίλο να τις χρησιμοποιήσει σε μία προσομοίωση της τηλεφωνικής συνέντευξης. Προετοιμάστε τις απαντήσεις σας προσεκτικά, χρησιμοποιώντας λέξεις-κλειδιά και φράσεις από την περιγραφή της δουλειάς και το προφίλ του υποψηφίου. Μην επιχειρήσετε να σημειώσετε τις πλήρεις απαντήσεις γιατί θα φαίνονται ξύλινες και προκατασκευασμένες.

Επιλέξτε ένα ήσυχο μέρος όπου δε θα σας ενοχλήσει κανείς κατά τη διάρκεια του τηλεφωνήματος. Κρατήστε μπροστά σας το ρεζουμέ και τη συνοδευτική επιστολή, ένα αντίγραφο της διαφήμισης, και τις σημειώσεις σας.

Είναι καλή ιδέα να είστε όρθιος στη διάρκεια μιας τηλεφωνικής συνέντευξης μια και σας κάνει να ακούγεστε πιο σίγουρος για τον εαυτό σας και βοηθά στην προβολή μίας θετικής και επαγγελματικής εικόνας.

Το να ταιριάζετε τον τόνο και την ταχύτητα της φωνή σας με αυτήν του interviewer θα σας βοηθήσει να εδραιώσετε την επαφή μεταξύ σας. Επαγγελματίες εκφωνητές εγγυώνται ότι το χαμόγελο δημιουργεί μία φιλική και ενθουσιώδη εντύπωση. Οπότε κάντε μία προσπάθεια να χαμογελάτε καθώς πρέπει στη διάρκεια του τηλεφωνήματος.

Μια και είναι σημαντικό να δίνετε την εντύπωση ότι τρέφετε γνήσιο ενδιαφέρον για την εταιρεία και είστε πρόθυμος να συνεισφέρετε, κάντε αναφορές σε προέχουσες πληροφορίες που ανακαλύψατε στην πορεία της έρευνάς σας.

Ακούστε προσεκτικά τις ερωτήσεις και τις απαντήσεις του interviewer. Ανταποκριθείτε κατάλληλα σε λεκτικές ή τονικές νύξεις. Αν δεν καταλαβαίνετε κάποια ερώτηση, ζητήστε ξεκαθάριση. Παρέχετε αναπτυγμένες, ισορροπημένες και αναλυτικές απαντήσεις. Αποφύγετε μονοσύλλαβες απαντήσεις του τύπου «ναι» ή «όχι».

Αν σας ζητηθεί να εξηγήσετε τους λόγους που αφήσατε την προηγούμενη δουλειά σας, φροντίστε να έχετε προετοιμάσει θετικούς λόγους. Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να κριτικάρετε τους προηγούμενους εργοδότες ή συναδέλφους σας.

Έχοντας ερευνήσει την εταιρεία και αναλύσει την περιγραφή της δουλειάς όπως προτάθηκε, θα πρέπει να το βρείτε εύκολο να προετοιμάσετε μερικές λογικές ερωτήσεις για τον interviewer όταν σας δοθεί η ευκαιρία. Στο τέλος του τηλεφωνήματος, δώστε έμφαση στο ενδιαφέρον σας για τη δουλειά και την εταιρεία και επαναλάβετε τα προσόντα σας. Τονίστε ότι θα εκτιμούσατε την ευκαιρία μίας συνέντευξης πρόσωπο-με-πρόσωπο.

Μετά τη συνέντευξη, συντάξτε μία ευχαριστήρια επιστολή.

Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΩΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Οι εργοδότες δε θεωρούν πλέον τις συνεντεύξεις ως τον πιο αξιόπιστο τρόπο ελέγχου των δεξιοτήτων που απαιτούνται για μία συγκεκριμένη δουλειά. Κατ' αρχήν οι συνεντεύξεις συχνά χρησιμοποιούνται σαν μία διαδικασία προβολής και έπειτα ακολουθεί ένα δεύτερο στάδιο. Η μορφή του σταδίου αυτού μπορεί να ποικίλει αλλά συνήθως περιλαμβάνει ένα συνδυασμό ασκήσεων, όπως ένα κέντρο αξιολόγησης για συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις, ψυχομετρικά τεστ, παρουσιάσεις, και μία δεύτερη συνέντευξη. Χρησιμοποιώντας τεχνικές παρατήρησης ο εργοδότης αποκτά μία ευρύτερη και πιο ακριβή εικόνα των δυνάμεων και αδυναμιών του υποψηφίου.

Δεύτερες συνεντεύξεις

Κάντε τον πελάτη να κατανοήσει ότι, ως υποψήφιος, θα πρέπει να γνωρίζει όσα περισσότερα γίνεται για τον οργανισμό και οι ερωτήσεις θα είναι πιο τεχνικές και με μεγαλύτερο βάθος. Θα είναι χρήσιμο να ξέρετε ποιος θα διεξάγει τη συνέντευξη. Οι διευθυντές προσωπικού τείνουν να ενδιαφέρονται για τις φιλοδοξίες και τους μακροπρόθεσμους στόχους των υποψηφίων, ενώ οι line managers θέλουν να ξέρουν τι ο υποψήφιος μπορεί να κάνει τώρα.

Ψυχομετρικά τεστ

Πρόκειται για τεστ ικανότητας και κλίσεων που χρησιμοποιούνται από εργοδότες για σκοπούς επιλογής.

Τα ψυχομετρικά τεστ είναι προτυποποιημένα δείγματα απαντήσεων σε προσεκτικά κατασκευασμένες ερωτήσεις που είναι επιστημονικά εγκεκριμένες για να μετρήσουν ό,τι προτίθενται να μετρήσουν. Χρησιμοποιούνται από οργανισμούς σε διάφορα στάδια επιλογής. Ο υποψήφιος μπορεί να πρέπει να συμπληρώσει ένα τεστ ή μία σειρά τεστ ακόμα πριν τη συνέντευξη ή μπορεί να είναι μέρος ενός τελευταίου σταδίου του κέντρου αξιολόγησης. Υπάρχουν πολλοί τύποι ψυχομετρικών τεστ στην αγορά, αλλά αυτά που χρησιμοποιούνται περισσότερο αποτελούνται από λεκτικά και αριθμητικά τεστ, και, μερικές φορές, από λογική.

Τεστ προσωπικότητας

Ένας υποψήφιος θα ζητηθεί να συμπληρώσει απαντήσεις σε ερωτήσεις που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων. Δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

Τα ερωτηματολόγια προσωπικότητας θέτουν ερωτήσεις για το πως σκέφτεται ο υποψήφιος και πως δρα σε συγκεκριμένες καταστάσεις. Προσπαθούν να εδραιώσουν ένα προτιμητέο ύφος συμπεριφοράς, για να εξασφαλίσουν ότι δεν υπάρχει σύγκρουση με τις ανάγκες της δουλειάς για την οποία γίνεται η αίτηση. Δεν υπάρχει προετοιμασία για τα τεστ προσωπικότητας, πρέπει απλώς να

- Entering a new job -

δίνονται απαντήσεις χωρίς πάρα πολλή σκέψη.

Ομαδική συζήτηση

Οι παρατηρητές αξιολογούν τους υποψηφίους από τον τρόπο που συνεισφέρουν στη συζήτηση, τον τρόπο που αντιδρούν στις απόψεις των άλλων και πως εκφράζονται. Οι υποψήφιοι που εντυπωσιάζουν είναι αυτοί που δημιουργούν ιδέες, πείθουν τους άλλους να υιοθετήσουν τις ιδέες τους, χτίζουν πάνω στις ιδέες των άλλων, μένουν συγκεντρωμένοι στο θέμα και περιλαμβάνουν άλλους συμμετέχοντες στη συζήτηση. Οι υποψήφιοι που δεν τα πηγαίνουν καλά είναι αυτοί που δεν εκφράζονται σωστά, δεν ακούν, θέλουν να είναι το κέντρο της προσοχής, αποκλείουν τους άλλους, διακόπτουν και έχουν πολύ τραβηγμένες ιδέες.

Ομαδική εργασία

Σε μία μικρή ομάδα υποψηφίων μπορεί να δοθούν μερικά βασικά υλικά και να τους ζητηθεί να κατασκευάσουν κάτι. Ο τρόπος που συνεργάζονται τα άτομα για την επίλυση του προβλήματος είναι πιο σημαντικός από την ίδια την επίλυση. Ο υποψήφιος που προτείνει στην ομάδα πως να χειριστούν την αποστολή πριν ξεκινήσουν, που ελέγχει τις σχετικές δεξιότητες, που υπολογίζει σωστά το χρόνο είναι αυτός που θα εντυπωσιάσει τους παρατηρητές.

Παρουσίαση

Ένας υποψήφιος μπορεί να διαλέξει ένα θέμα ή να του δοθεί έτοιμο. Είναι πιθανό να πρέπει να μιλήσει με άλλους υποψηφίους και τους επιλογείς. Είναι σημαντικό να ελέγχει από πριν ότι υπάρχει κοινό ώστε η εκφώνηση να γίνεται στο κατάλληλο νοητικό επίπεδο. Στους υποψηφίους προτείνεται να προετοιμάσουν και να παρουσιάσουν μία διάλεξη σε φίλους τους για εξάσκηση και αξιολόγηση.

ΜΕΡΙΚΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΤΟΥ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥ

Προετοιμασία

Η προσεκτική προετοιμασία θα δώσει στον υποψήφιο αυτοπεποίθηση, έλεγχο και την ικανότητα να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά οποιαδήποτε ερώτηση που του γίνεται. Πρέπει να δίνετε τις ακόλουθες συμβουλές στους υποψηφίους:

"Η προσφορά σας- Ανατρέξτε στην αίτησή σας και σκεφτείτε πως επιθυμείτε να προβάλλετε αυτήν την πληροφορία στη συνέντευξη. Θυμηθείτε ότι η αίτηση θέτει την ημερήσια διάταξη για τη συνέντευξη. Προετοιμάστε τα ζητήματα που θέλετε να αναφερθούν, αυτό θα σας δώσει την ευκαιρία να δείξετε ότι ενδιαφέρεστε πραγματικά για την εταιρεία – πως είναι δομημένη, που πάει, τι θα κάνετε, πως θα μπορούσε να εξελιχθεί η καριέρα σας, και τι είδους εκπαίδευση θα λαμβάνετε.

- Entering a new job -

Σκεφτείτε για τις δεξιότητές σας. Τι είδους αποδείξεις θα χρησιμοποιήσετε στη συνέντευξη για να πείσετε τον εργοδότη ότι οι ισχυρισμοί σας να είστε καλός οργανωτής, αναλυτικός, στοχαστής, επιτυχές μέλος μίας ομάδας, ξεκάθαρος στην επικοινωνία, ή οτιδήποτε άλλο, ισχύουν; Πρέπει να προετοιμάσετε όσα περισσότερα παραδείγματα γίνεται, χρησιμοποιώντας πραγματικά γεγονότα από τη ζωή σας όπου έχετε επιδείξει αυτά τα προσόντα. Τονίστε τις προσωπικές δεξιότητες, προσόντα, γνώσεις, δέσμευση για παρότρυνση και οποιαδήποτε τεχνική ειδικευση που είναι αναγκαία στη συγκεκριμένη εταιρεία. Να γνωρίζετε πως να παρουσιάζετε λιγότερο θετικές εμπειρίες ζωής αναγνωρίζοντας πως επωφεληθήκατε από αυτές.

Προετοιμάστε μία σύντομη λέξη-εικόνα, την οποία μπορείτε να χρησιμοποιείτε στη συνέντευξη, και η οποία περιγράφει τις συνθήκες, τη δράση που αναλάβατε και τα αποτελέσματα που πετύχατε. Το παράδειγμα αυτό θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για την υποστήριξη του ισχυρισμού σας ότι μπορείτε να σκεφτείτε δημιουργικά και αναλυτικά, να οργανώσετε το χρόνο σας αποτελεσματικά και να δουλέψετε με επιτυχία για να πραγματοποιήσετε μία επιδίωξη, ένα στόχο ή μία προθεσμία.

Η εταιρεία: Προετοιμαστείτε καλά ερευνώντας την εταιρεία. Διαβάστε εξονυχιστικά όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες γύρω από τον εργοδότη. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν έναν κατάλογο προσλήψεων, μία ετήσια αναφορά και προσδιορισμό του προσωπικού. Διαβάστε εφημερίδες, σχετικά περιοδικά και φυλλάδια για τον τομέα του εργοδότη. Φροντίστε να είστε ενημερωμένοι για τα τρέχοντα γεγονότα που μπορεί να επηρεάσουν τον εργοδότη ή τη λειτουργία της δουλειάς. Βρείτε πράγματα που τους διαφοροποιούν από άλλες εταιρείες.

Η δουλειά: Αποκτήστε διορατικότητα για το εργασιακό πλάνο ή τη θέση για την οποία έχετε κάνει αίτηση. Γνωρίζετε τα προσόντα που θα πρέπει να δείξετε και τι περιλαμβάνει ο ρόλος σας; Ανακαλύψτε όσα περισσότερα γίνεται για τις λειτουργίες της δουλειάς. Ανακαλύψτε τις δεξιότητες, την εμπειρία και τις γνώσεις που αναμένονται και προετοιμαστείτε για το πως να το φανερώσετε αυτό και δώστε παραδείγματα του πως να ανταποκριθείτε στις προσδοκίες αυτές.»

Αιφνιδιαστικές ερωτήσεις

- Entering a new job -

Δώστε ιδιαίτερη προσοχή στη σημασία των αιφνιδιαστικών ερωτήσεων. Κάντε τον πελάτη να σκεφτεί τα εξής:

Αν νιώθει νευρικός, είναι καλή ιδέα να εξετάσει ό,τι σκοπεύει να απαντήσει σε προβλέψιμες ερωτήσεις όπως «Γιατί αυτός ο οργανισμός;», «Τι έχετε να προσφέρετε στη δουλειά;», «Τι σας άρεσε η δε σας άρεσε στην προηγούμενη δουλειά;».

Δυνατές ενάρξεις και θετική σκέψη

Κάντε τον πελάτη να σκεφτεί γύρω από τις πρώτες στιγμές της συνέντευξης. Πρέπει να φροντίσει να κάνει μία εξαιρετική έναρξη. Υπενθυμίστε του ότι οι πρώτες εντυπώσεις μετρούν. Συμβουλευτέ τον να εξασκηθεί με ένα φίλο ή μπροστά από τον καθρέπτη.

Βάλτε τον σε κλίμα θετικής σκέψης:

“Είμαι πολύ καλός στο...”;

“Είχα μεγάλη επιτυχία στο ...”;

“Ήμουν πολύ ικανοποιημένος από την απόδοσή μου στο...”»

Συμβουλευτέ τον να προετοιμαστεί για τις ερωτήσεις του κλεισίματος της συνέντευξης και το αναπόφευκτο «Τι ερωτήσεις θα θέλατε να μου κάνετε;». Χρησιμοποιείστε αυτήν την ευκαιρία για να αποκτήσετε πληροφορίες, που μπορεί να επηρεάσουν την απόφασή σας για τη δουλειά.

Οι λεπτομερείς ερωτήσεις δεν είναι κατάλληλες.

Ντύσιμο για επιτυχία στη συνέντευξη

Μην ξεχάσετε να αναφέρετε τη σημασία του ενδυματολογικού κώδικα για τη συνέντευξη. Λάβετε υπόψη τα εξής:

Αντρες και Γυναίκες

- Συντηρητικό επαγγελματικό κοστούμι (το σκούρο μπλε ή το γκρι είναι το καλύτερο)
- Συντηρητικό μακρυμάνικο πουκάμισο ή μπλουζ (το λευκό είναι το καλύτερο, ύστερα έρχεται το παστέλ)
- Καθαρά, γυαλισμένα, συντηρητικά παπούτσια
- Καλοχτενισμένα μαλλιά
- Καθαρά, λιμαρισμένα νύχια
- Ελάχιστη κολόνια ή άρωμα
- Άδειες τσέπες – όχι φουσκώματα ή κέρματα που κουδουνίζουν
- Όχι τσίχλες ή τσιγάρα

- Entering a new job -

- Ελαφρύς χαρτοφύλακας
- Όχι ορατά σκουλαρίκια (στη μύτη, στα φρύδια κτλ.)

Κάντε ιδιαίτερη αναφορά σε συγκεκριμένες λεπτομέρειες ανάλογα με τη διαφορά κάθε φύλου και παρουσιάστε μία από τις εξής σειρές οδηγιών:

Αντρες

- Το σχέδιο της γραβάτας πρέπει να είναι συντηρητικό
- Σκούρα παπούτσια (μαύρα με κορδόνια είναι η καλύτερη επιλογή)
- Σκούρες κάλτσες (το μαύρο είναι η καλύτερη επιλογή)
- Κουρευτείτε – τα κοντά μαλλιά είναι πάντα η καλύτερη επιλογή για τις συνεντεύξεις
- Το μουστάκι είναι ένα πιθανό αρνητικό, αλλά αν δεν μπορείτε να το αποχωριστείτε, φροντίστε να είναι καλοκομμένο και προσεγμένο
- Όχι δαχτυλίδια εκτός βέρας
- Όχι σκουλαρίκια (αν κανονικά φοράτε, βγάλτε τα)

Γυναίκες

- Φοράτε πάντα ταγιέρ, όχι φορέματα
- Παπούτσια με συντηρητικά τακούνια
- Συντηρητικό καλσόν κοντά στο χρώμα του δέρματος
- Όχι πορτοφόλια, μικρά ή μεγάλα, καλύτερα χαρτοφύλακα
- Αν φοράτε βερνίκι νυχιών, χρησιμοποιήστε ένα καθαρό ή συντηρητικό χρώμα
- Ελάχιστη χρήση μακιγιάζ (δεν πρέπει να βγάζει μάτι)
- Όχι περισσότερα από ένα δαχτυλίδι στο κάθε χέρι
- Ένα ζευγάρι σκουλαρίκια μόνο

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΜΗ ΛΕΚΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τονίστε τη σημασία του να είστε ενήμερος ότι η επικοινωνία δεν είναι μόνο το τι λέτε. Συχνά είναι η μη λεκτική επικοινωνία που παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στις συνεντεύξεις. Ακολουθούν τα κορυφαία πέντε στοιχεία της μη λεκτικής επικοινωνίας στις συνεντεύξεις, με σειρά σημασίας:

Διαστάυρωση Βλεμμάτων – Απαράμιλλη σε σημασία! Αν κοιτάτε αλλού ενώ ακούτε, δείχνει έλλειψη ενδιαφέροντος και μικρή έκταση προσοχής. Αν αποτύχετε στο να διατηρήσετε οπτική επαφή (με το

- Entering a new job -

άτομο που σας παίρνει τη συνέντευξη) ενώ μιλάτε, στην καλύτερη περίπτωση δείχνει έλλειψη πεποίθησης σε αυτό που λέτε και στη χειρότερη σημαίνει ότι λέτε ψέματα. Ρωτήστε τους άλλους αν κάποτε στερείστε κατάλληλης οπτικής επαφής. Αν απαντήσουν ότι δεν το πρόσεξαν, ρωτήστε αν ήταν κατά τη διάρκεια της ομιλίας ή της ακρόασης. Κάποιοι άνθρωποι διατηρούν τέλεια οπτική επαφή όταν ακούν, αλλά τη χάνουν όταν μιλούν, ή το ανάποδο.

Εκφράσεις προσώπου – Κάποιοι interviewers αναφέρουν ότι υπάρχουν υποψήφιοι που δεν έχουν την παραμικρή ιδέα για τη βλοσυρή, συγχυσμένη, ή ακόμα ελαφρώς υστερική έκφραση που είναι ζωγραφισμένη στο πρόσωπό τους καθ'όλη τη διάρκεια της συνέντευξης.

Έτσι λοιπόν, οι υποψήφιοι πρέπει να ρίξουν μία καλή, παρατεταμένη ματιά στον εαυτό τους στον καθρέφτη. Να δουν τον εαυτό τους όπως θα τον έβλεπαν ο άλλοι. Στη συνέχεια πρέπει να τροποποιήσουν τις εκφράσεις τους – αφαιρώντας οποιαδήποτε αρνητικά χαρακτηριστικά που μπορεί να υπάρχουν και προσθέτοντας ένα απλό χαρακτηριστικό που σχεδόν κάθε συνεντευξιζόμενος ξεχνά να συμπεριλάβει – ένα χαμόγελο! Όχι κάποιο ηλίθιο αντιπαθητικό χαμόγελο, αλλά ένα αληθινό και γνήσιο χαμόγελο που σημαίνει ότι είστε ένα ευτυχισμένο άτομο που απολαμβάνει τη συνέντευξη στην εταιρεία σήμερα.

Ο πελάτης δεν πρέπει να διατηρεί το χαμόγελο σε όλη τη συνέντευξη, αλλά να θυμάται να επιστρέφει σε αυτό.

Παράστημα – Φανερώνει αυτοπεποίθηση και προοπτική δύναμης.

Συμβουλευτέ τον πελάτη να έχει υπόψη του τα ακόλουθα: «Όταν στέκεστε, να έχετε ίσιο το σώμα. Όταν κάθεστε, φροντίστε να είστε στην μπροστινή άκρη της καρέκλας, σκύβοντας ελαφριά προς τα μπροστά».

Χειρονομίες – Αντίθετα με τη λαϊκή άποψη, οι χειρονομίες πρέπει να είναι πολύ περιορισμένες στη διάρκεια της συνέντευξης.

Οι τεχνητές χειρονομίες δεν προτείνονται, θα φαίνονται απλώς θεατρικές. Όταν ο υποψήφιος χρησιμοποιεί χειρονομίες, πρέπει να φροντίζει να είναι φυσικές και με νόημα.

Χώρος – Βοηθείστε τον πελάτη να αναγνωρίζει τα όρια του προσωπικού του χώρου και αυτού των άλλων. Προειδοποιήστε τον να μη στριμώχνει ή να απομακρύνεται από κάποιον που έχει μικρότερο προσωπικό χώρο από το δικό του. Μη μετακινείτε την καρέκλα προς τα εμπρός ή προς τα πίσω. Μην κάθεστε μέχρι να σας πουν.

Γλώσσα σώματος

Θα είναι επίσης πολύ χρήσιμο για τον πελάτη να ενημερωθεί για τη σωματική γλώσσα στη διάρκεια της συνέντευξης. Πολλοί λίγοι το σκέφτονται προκαταβολικά και αλλάζουν τη γλώσσα του σώματος για να παράγουν το πιο θετικό αποτέλεσμα. Η γλώσσα του σώματος είναι απλώς τα μικρότερα, λιγότερο προεξέχοντα συνθήματα που δίνουμε στους άλλους ενώ επικοινωνούμε. Ακολουθούν μερικές κλασικές ερμηνείες συνθημάτων σωματικής γλώσσας:

- Entering a new job -

- **Ευθύτητα και ζεστασιά:** χαμόγελο με ανοιχτά χείλη, ανοιχτά χέρια με ορατές τις παλάμες, ξεκούμπωμα παλτού αφού καθίσει.
- **Αυτοπεποίθηση:** σκύψιμο προς τα μπροστά στην καρέκλα, πηγούνι προς τα πάνω, άκρες των δακτύλων του ενός χεριού ενωμένες με τις άκρες των δακτύλων του άλλου σε στάση «προσευχής», τα χέρια ενωμένα πίσω από την πλάτη ενώ στέκεται.
- **Νευρικότητα:** κάπνισμα, σφύριγμα, τσίμπημα δέρματος, νευρικές κινήσεις, ψαχούλεμα τσέπης, πέρασμα της γλώσσας μπροστά από τα δόντια, καθάρισμα λαιμού, χέρια που αγγίζουν το πρόσωπο ή σκεπάζουν μέρος του, τράβηγμα του δέρματος ή των αυτιών, πέρασμα των χεριών ανάμεσα στα μαλλιά, δάγκωμα στυλό ή άλλων αντικειμένων, στρίψιμο των αντίχειρων, δάγκωμα νυχιών (η ίδια η πράξη ή αποδεικτικά στοιχεία της), πλατάγισμα της γλώσσας.
- **Αναξιοπιστία/Αμυντικότητα:** σούφρωμα, αλληθώρισμα, σφιγμένο χαμόγελο, χέρια σταυρωμένα στο στήθος, αποτράβηγμα, το πηγούνι κάτω, ακουμπά τη μύτη ή το πρόσωπο, γούρλωμα ματιών, χαμηλόμα ματιών στην ομιλία, σφίξιμο χεριών, χειρονομίες με τις γροθιές, χτύπημα του ενός χεριού πάνω στην ανοιχτή παλάμη του άλλου, τρίψιμο του σβέρκου, δέσιμο των χεριών πίσω από το κεφάλι ενώ γέρνει προς τα πίσω στην καρέκλα.

Πείτε του τα εξής:

«Η λίστα αυτή δίνεται ώστε να υιοθετήσετε τεχνητά τις τεχνικές θετικής σωματικής γλώσσας, αλλά περισσότερο για να σας βοηθήσει να αναγνωρίζετε και να αποφεύγετε την αρνητική. Αν συνηθίζετε να κάνετε κάτι από τα παραπάνω αρνητικά, αφαιρέστε αυτήν την ενέργεια από το πρότυπο συμπεριφοράς σας πριν στείλει το λάθος σήμα.

- Συγκεντρωθείτε στην αφαίρεσή του τώρα αντί να το σκέφτεστε στη διάρκεια της συνέντευξης. Και κρατήστε υπόψη την ανάποδη πλευρά του γραφείου. Όπως μιλάτε με τον εργοδότη, να έχετε γνώση (αλλά όχι προκατάληψη) για τη σωματική του γλώσσα και τα μη λεκτικά του συνθήματα. Μην προσπαθήσετε να διακρίνετε περισσότερα από όσα στην πραγματικότητα επικοινωνεί, αλλά προσπαθήστε να αναπτύξετε μία αίσθηση της εντύπωσης του για σας. Το πιο προφανές παράδειγμα είναι η σύνδεση μέσω του χαμόγελου, όταν το χαμόγελό σας προκαλεί χαμόγελο και σ' εκείνον. Βάλτε τα δυνατά σας να μένετε συνδεδεμένος με τον ενδιαφερόμενο εργοδότη – λεκτικά και μη».

Η διαδικασία της συνέντευξης μέσω τριών βημάτων

Μην ξεχάσετε να παρουσιάσετε στον πελάτη τα κύρια βήματα στη διαδικασία της συνέντευξης, συγκεκριμένα:

1. Εδραίωση συμπάθειας

- Entering a new job -

2. Συγκέντρωση πληροφοριών
3. Κλείσιμο

Κάντε τον να κατανοήσει πόσο σημαντικό είναι να κατανοήσει αυτά τα βασικά βήματα ώστε να είναι επιτυχημένος στη συνέντευξη. Κάθε βήμα προκαλεί μία διαφορετική εστίαση και έμφαση και έχει το πρωτόκολλο και τις απαιτήσεις του. Η επιτυχημένη ολοκλήρωση κάθε βήματος έχει κριτική σημασία για τη μετάβαση στο επόμενο βήμα, είτε είναι μία άλλη συνέντευξη είτε η πραγματική προσφορά της δουλειάς.

Στο **βήμα εδραίωσης συμπάθειας** διαμορφώνονται οι πρώτες εντυπώσεις που είναι ζωτικής σημασίας. Μερικοί εργοδότες θα μπορούν να πάρουν μία απόφαση για τον υποψήφιο μέσα σε τριάντα δευτερόλεπτα ή λιγότερο. Η εστίαση γίνεται στην εξωτερική εμφάνιση του υποψηφίου και τις αρχικές απαντήσεις του. Οι ενδιαφερόμενοι εργοδότες αναλύουν τη λεκτική άρθρωση και το λεξιλόγιο του συνεντευξιζόμενου, τη θετική στάση και αυτοπεποίθησή του.

Στο **βήμα συγκέντρωσης πληροφοριών** ο εργοδότης θα κάνει ερωτήσεις και θα ταιριάζει τις απαντήσεις σύμφωνα με τους κριτικούς παράγοντες επιτυχίας. Μερικές από τις ερωτήσεις θα έχουν κλειστή κατάληξη, άλλες ανοιχτή, όπως «Μπορείτε να μου δώσετε ένα παράδειγμα για...;». Ενώ η προετοιμασία είναι σημαντική, η ειλικρίνεια και εντιμότητα του υποψηφίου όταν απαντά πρέπει να είναι φανερές.

Στο **βήμα κλεισίματος** ο εργοδότης θα θέσει τη γέφυρα για το επόμενο βήμα. Αν ο υποψήφιος έχει πετύχει μέχρι αυτό το σημείο, η συζήτηση θα επικεντρωθεί στην ένταξή του στην εταιρεία και στα επόμενα βήματα της διαδικασίας πρόσληψης. Αν έχει αποτύχει, θα επικεντρωθεί στο ποδόσφαιρο, τον καιρό, ή οποιοδήποτε ουδέτερο βήμα που παρέχει μία ξεκάθαρη απαγκίστρωση. Αν η συνέντευξη σας ήταν πετυχημένη, θα υπάρχει συνήθως ένδειξη για μελλοντικά βήματα. Αν ο υποψήφιος αποτύχει στη συνέντευξη, μπορεί να περιμένει μία δήλωση όπως «θα εξετάσουμε τις περιπτώσεις όλων των υποψηφίων και θα σας απαντήσουμε».

Η κατανόηση των βασικών βημάτων της συνέντευξης είναι μόνο το σημείο εκκίνησης. Ο υποψήφιος χρειάζεται να είναι πλήρως προετοιμασμένος για διαφορετικά στυλ προσωπικότητας, διαφορετικά στυλ συνέντευξης, και διαφορετικές ερωτήσεις.

H ΤΕΧΝΙΚΗ «ΔΕΙΧΝΩ ΚΑΙ ΛΕΩ»

Υπογραμμίστε ότι είναι χρήσιμο για τον πελάτη να:

- *Νιώθει άνετα να φέρει δείγματα ή αντίγραφα της δουλειάς του στη συνέντευξη ως στέρεα παραδείγματα των ικανοτήτων του.*

- Entering a new job -

Θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει αναφορές, εγχειρήματα, φωτογραφίες, προγράμματα ή οτιδήποτε παρέχει χειροπιαστό παράδειγμα του τι έχει κάνει. Είναι πολύ διαφορετικό να πει κανείς «Έκανα μία έρευνα» από το να παρουσιάσει την ίδια την έρευνα.

- Να είναι πλήρως προετοιμασμένος όχι μόνο να «δείξει» αλλά και να «πει» για το δείγμα. Να είναι έτοιμος να απαντήσει οποιαδήποτε ερώτηση που μπορεί να προκύψει. Αυτό δεν πρέπει να είναι ένα τυχαίο δείγμα – πρέπει να είναι το δείγμα της καλύτερης του δουλειάς. Θα στέκεται ως σύμβολο του ποιες είναι οι δυνατότητές του. Αν είναι δυνατόν, μπορεί να θέλει να αφήσει τα δείγματα στην εταιρεία για να τα δουν αργότερα. Συνήθως δεν υπάρχει αρκετή ώρα στη διάρκεια της συνέντευξης για την πλήρη εξερεύνηση ενός τέτοιου στοιχείου. Αυτό θέτει επίσης άλλη μία «γέφυρα» για την απαραίτητη μελλοντική επαφή. Συνήθως οι εργοδότες θα ζητήσουν την παροχή επιπλέον τεκμηρίωσης για την υποστήριξη της αίτησης αν απαιτείται.

Οι οκτώ τύποι των ερωτήσεων συνέντευξης

Η συνέντευξη είναι μία μορφή ανθρώπινης επικοινωνίας που έχει σχεδιαστεί για την αύξηση της εγκυρότητας των πιθανών σχέσεων εργοδότη-εργαζόμενου.

Υπάρχουν βασικά οκτώ τύποι ερωτήσεων που μπορεί να αντιμετωπίσει ο πελάτης κατά τη διάρκεια μιας συνέντευξης:

1. Ερωτήσεις βεβαίωσης διαπιστευτηρίων

Αυτός ο τύπος ερώτησης περιλαμβάνει το «Για πόσο καιρό είσαστε...;». Ο σκοπός τους είναι να θέσει αντικειμενικά μέτρα σε χαρακτηριστικά του ιστορικού του υποψηφίου.

2. Ερωτήσεις βεβαίωσης εμπειρίας

Αυτός ο τύπος ερώτησης περιλαμβάνει το «Τι μάθατε όταν σπουδάζατε...;» και «Ποιες ήταν οι ευθύνες σας σε αυτήν τη θέση;». Ο σκοπός τους είναι να διαβεβαιώσουν εμπειρικά στοιχεία.

3. Ερωτήσεις γνώμης

Αυτός ο τύπος ερώτησης περιλαμβάνει το «Τι θα κάνατε σε αυτήν την κατάσταση;» και «Ποιες είναι οι δυνάμεις και οι αδυναμίες σας;». Ο σκοπός τους είναι να αναλύουν υποκειμενικά πως ο υποψήφιος θα ανταποκρινόταν σε συγκεκριμένες καταστάσεις.

4. Ηλίθιες ερωτήσεις

Αυτός ο τύπος ερώτησης περιλαμβάνει παράξενες ερωτήσεις του τύπου «Τι είδους ζώο θα θέλατε να είστε;». Ο σκοπός τους είναι να ανακαλύψουν αν ο υποψήφιος είναι ικανός για πρωτότυπες σκέψεις, όχι μόνο προγραμματισμένες απαντήσεις.

5. Μαθηματικές ερωτήσεις

Είναι οι ερωτήσεις όπως «Πόσο κάνει 1000 δια 73;». Ο σκοπός τους είναι να αξιολογήσουν όχι μόνο τις νοητικές δεξιότητες υπολογισμού, αλλά και τη δημιουργική ικανότητα του υποψηφίου να διαμορφώνει μία μαθηματική φόρμουλα για την παροχή μιας απάντησης.

6. Ερωτήσεις περιπτώσεων

Αυτός ο τύπος ερωτήσεων περιλαμβάνει ερωτήσεις επίλυσης προβλημάτων από το «Πόσα βενζινάδικα υπάρχουν στη χώρα;» μέχρι το «Ποια είναι η εκτίμησή σας για τη μελλοντική ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς;». Ο σκοπός τους είναι να αξιολογήσουν ικανότητες επίλυσης προβλημάτων και πως ο υποψήφιος μπορεί να αναλύει και να επεξεργάζεται πιθανές περιπτώσεις επίλυσεων προβλημάτων.

7. Ερωτήσεις συμπεριφοράς

Πιθανές ερωτήσεις μπορεί να είναι: «Μπορείτε να μου δώσετε ένα συγκεκριμένο παράδειγμα για το πως το κάνατε αυτό;» ή «Ποια ήταν τα βήματα που ακολουθήσατε για να πραγματοποιήσετε αυτήν την αποστολή;». Ο σκοπός τους είναι να προβλέπουν μελλοντικές συμπεριφορές με βάση τις περασμένες ανταποκρίσεις.

8. Ερωτήσεις ικανότητας

Αυτός ο τύπος ερώτησης περιλαμβάνει το «Μπορείτε να μου δώσετε ένα συγκεκριμένο παράδειγμα των ηγετικών δεξιοτήτων σας;» ή «Εξηγήστε μου έναν τρόπο με τον οποίο αναζητήσατε μία δημιουργική λύση για ένα πρόβλημα». Ο σκοπός τους είναι να ευθυγραμμίσουν τη συμπεριφορά του υποψηφίου στο παρελθόν με τις συγκεκριμένες ικανότητες που απαιτούνται για τη θέση.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΤΙΘΕΝΤΑΙ ΣΥΝΗΘΩΣ ΣΕ ΜΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Παρουσιάστε στον πελάτη τις πιο συχνές ερωτήσεις που θέτει κανονικά ο interviewer (για το σκοπό αυτό, θα πρέπει να έχετε επίσης επιπλέον πληροφορίες από διαφορετικές πηγές, όπως και τις δικές σας παρατηρήσεις).

Ιδού μία λίστα τέτοιων ερωτήσεων::

- Γιατί αναζητάτε μία νέα δουλειά;
- Πείτε μου για τον εαυτό σας
- Τι γνωρίζετε γι' αυτόν τον οργανισμό;
- Τι σας απασχολεί σχετικά με αυτήν την εταιρεία;
- Τι γνωρίζετε για τη θέση για την οποία έχετε κάνει αίτηση; Τι καθήκοντα νομίζετε ότι περιλαμβάνει αυτή η δουλειά;
- Αν σας προσφερόταν, πόσο καιρό θα σχεδιάζατε να παραμείνετε σε αυτήν τη θέση;

- Entering a new job -

- Που βλέπετε τον εαυτό σας σε τρία χρόνια;
- Τι είδους μισθό αναζητάτε;
- Τι νομίζετε ότι χρειάζεται για να είστε επιτυχημένος σε έναν τέτοιο οργανισμό;
- Γιατί θα θέλατε να δουλέψετε για εμάς;
- Τι προκλήσεις νομίζετε ότι θα αντιμετωπίσετε σε αυτήν τη δουλειά;
- Τι προβλήματα πιστεύετε ότι θα αντιμετωπίζετε σε αυτήν τη δουλειά;
- Πότε θα περιμένατε την επόμενη προαγωγή σας;
- Που βλέπετε να πηγαίνει αυτή η εταιρεία;
- Αν σας προσφερόταν αυτή η δουλειά, ποιοί παράγοντες θα υπαγόρευαν το αν θα τη δεχόσαστε ή όχι;
- Αυτή είναι μία πολύ μεγαλύτερη εταιρεία από όσες έχετε δουλέψει μέχρι τώρα. Πως νιώθετε γι' αυτό;
- Αυτή είναι μια πολύ μικρότερη εταιρεία από όσες έχετε δουλέψει μέχρι τώρα. Πως νιώθετε γι' αυτό;
- Τι γνωρίζετε για τα προϊόντα μας;

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΘΕΣΕΙ Ο ΠΕΛΑΤΗΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Ταυτόχρονα, κάντε τον πελάτη να κατανοήσει ότι σε μία κατάλληλα διεξαγόμενη συνέντευξη, οι υποψήφιοι μπορούν να περιμένουν μία ευκαιρία να θέσουν οι ίδιοι ερωτήματα.

Οπότε είναι σημαντικό να προετοιμαστεί για αυτήν την κατάσταση και να σκεφτεί γύρω από το τι ερωτήσεις να κάνει και γιατί. Οι ακόλουθες είναι μερικά δείγματα ερωτήσεων που μπορούν να διαμορφωθούν ανάλογα με μία συγκεκριμένη θέση για την οποία γίνεται αίτηση:

- ***Τι περιθώρια προαγωγής και ανέλιξης υπάρχουν μέσα στην εταιρεία;***
- ***Σχεδιάζει η εταιρεία κάποιες επεκτάσεις ή εξελίξεις οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε μελλοντικές επαγγελματικές ευκαιρίες;***

Αυτές οι ερωτήσεις δείχνουν το ενδιαφέρον του πελάτη στο να κάνει μακροπρόθεσμα σχέδια για να παραμείνει στην εταιρεία.

- ***Είμαι πρόθυμος να αναπτύξω περαιτέρω τις δεξιότητές μου και την εμπειρία μου. Τι ευκαιρίες υπάρχουν να το κάνω αυτό στην εταιρεία σας;***

Οι περισσότεροι εργοδότες έχουν κάποια προγράμματα εκπαίδευσης και ανάπτυξης του προσωπικού και ένας υποψήφιος που επιθυμεί συνεχή εξέλιξη θα τους φάνει πιο πολύτιμος. Στη διάλεξη, προτείνεται να συσχετίζετε την αρνητική εμπειρία του υποψηφίου σε μία προηγούμενη δουλειά.

Μετά τη συνέντευξη

Κάντε τον πελάτη να έχει καλή γνώση του γεγονότος ότι η συνέντευξη του τελειώνει μόνο όταν φεύγει από τον οργανισμό. Οποιαδήποτε ανεπίσημη ξενάγηση ή γεύμα μπορεί να είναι μέρος της

- Entering a new job -

διαδικασίας επιλογής, οπότε πρέπει να συμπεριφερθεί ανάλογα.

Πρέπει να σκεφτεί πως πήγε η συνέντευξη. Τονίστε το ότι πρέπει να την αναλύσει: να αναγνωρίσει τα σημεία όπου επιδεχόταν βελτίωση, όπως και αυτά όπου πήγε καλά. Αν έχει απορριφθεί, προδιαθέστε τον να μη νιώθει τόσο άσχημα.

Θα μπορούσατε να του δώσετε την ακόλουθη συμβουλή: «Μπορεί να είσαστε ένας από τους πολλούς ανθρώπους που πέρασαν από συνέντευξη. Τηλεφωνήστε στην εταιρεία και ανακαλύψτε γιατί αποτύχατε. Χρησιμοποιείτε την εμπειρία θετικά για την επόμενη συνέντευξη σας».

Ξεκινώντας μια νέα δουλειά

Το κεφάλαιο παρέχει στους συμβούλους χρήσιμες προτάσεις για καθοδήγηση των πελατών κατά τη διάρκεια των πρώτων ημερών τους σε μία νέα δουλειά. Το κείμενο παρέχει πληροφορίες για σημαντικά ζητήματα που συνδέονται με τη σταδιακή προσαρμογή του πελάτη σε ένα νέο περιβάλλον, οδηγίες για το τι δεν πρέπει να παραβλεφθεί, πώς να κάνει μία θετική εντύπωση σε ανώτερους και συναδέλφους, πώς να οργανώσει μία εργάσιμη μέρα, και πώς να δουλέψει για μία περαιτέρω καριέρα.

Ξεκινήστε την παρουσίαση του θέματος με έμφαση στο πόσο σημαντική είναι η αποδοχή μίας νέας δουλειάς στη ζωή κάποιου. Υπάρχουν, παρολαυτά, ακόμα μερικά βήματα πριν ξεκινήσουμε με την πρώτη μέρα στη δουλειά. Οπότε, προσπαθήστε να εστιάσετε την προσοχή του πελάτη σε ό,τι χρειάζεται να γίνει ανάμεσα στην αποδοχή της θέσης και την πρώτη μέρα της δουλειάς.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΝΤΑΞΗΣ

Οι πελάτες πρέπει να βεβαιωθούν ότι ο οργανισμός τους παρέχει κάποιον τύπο προγράμματος ένταξης. Οι μεγάλοι οργανισμοί συνήθως παρέχουν σεμινάρια δύο ή τριών ημερών που όλοι οι εργαζόμενοι αναμένεται να παρακολουθήσουν. Μικρότεροι οργανισμοί δεν έχουν κάποιο επίσημο πρόγραμμα, ή στρέφουν την προσαρμοστική εκπαίδευση τους προς αποφοίτους σχολείων ή πανεπιστημίων. Ακόμα και αν δεν υπάρχει κάποιο επίσημο πρόγραμμα, αξίζει τον κόπο να ζητηθεί κάποια μορφή παροχής ένταξης στην εταιρεία, όπως σύσταση με τους συναδέλφους, τοποθεσία της καντίνας, της τουαλέτας κτλ.

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΒΟΗΘΕΙΑΣ ΑΠΟ ΑΛΛΟΥΣ

Είναι πάντα χρήσιμο να μαθαίνει κανείς περισσότερα για την κουλτούρα και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων μέσα στην εταιρεία. Υπάρχουν ακόμα πλεονεκτήματα στο να έρχεται κανείς σε επαφή με άλλους ανθρώπους που μπορεί να προσχωρήσουν σε άλλα τμήματα του οργανισμού και που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως δίκτυο εσωτερικών επαφών. Οι δεξιότητες δικτύωσης θα έχουν βελτιωθεί στη διάρκεια της διαδικασίας αναζήτησης εργασίας και ο πελάτης θα πρέπει να τις χρησιμοποιήσει προς όφελός του.

Μπορεί να φανεί χρήσιμο να αναζητά κανείς ένα μέντορα μέσα στο πεδίο εργασίας. Ο μέντορας μπορεί να παρέχει πολύτιμες πληροφορίες «από μέσα» για τα πιο ευαίσθητα στοιχεία της δουλειάς τα οποία πρέπει κανείς να γνωρίζει, όπως ο πολιτισμός της οργάνωσης και οι μέθοδοι εργασίας, και επίσης να παρουσιάζει τις διαδικασίες διαχείρισης και τους μηχανισμούς αναφοράς.

ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Ένα μεγάλο μέρος των χρήσιμων πληροφοριών για τον οργανισμό έχει βρεθεί στη διάρκεια της έρευνας που έγινε πριν από τη συνέντευξη για τη θέση. Τα περισσότερα άτομα δε συνεχίζουν αυτήν την έρευνα αφού έχουν αποδεχτεί μία θέση, παρ' ότι οι πληροφορίες θα ήταν χρήσιμες για να τους

- Entering a new job -

βοηθήσουν να αποδώσουν στη δουλειά τους περισσότερο και να εξασκήσουν ένα μεγαλύτερο βαθμό επιρροής μέσα στον οργανισμό. Η συμβουλή μας είναι να αναζητήσετε περισσότερες πληροφορίες πάνω:

1. Στην αποστολή, τη στρατηγική, τη φιλοσοφία, και την κουλτούρα του οργανισμού. Είναι ζωτικής σημασίας ο πελάτης να είναι πλήρως εξοικωμένος με τις αξίες και τη στάση στην οποία ο οργανισμός βάζει ιδιαίτερη έμφαση, μια και είναι απίθανο να προοδεύσει αν δεν προσαρμόσει τη μέθοδο δουλειάς του ώστε να ταιριάζει με τις αξίες και την κουλτούρα του οργανισμού. Πολλοί οργανισμοί έχουν μία εξαιρετικά δυνατή κουλτούρα αυτοδιοίκησης, και αν ο πελάτης το βρει αυτό όχι τόσο της αρεσκείας του, είναι σημαντικό να αποκτήσει πλήρη γνώση της δύναμης, των οργανωτικών μεθόδων εργασίας και της ατομικής συμπεριφοράς.

Θα είναι χρήσιμο να του παρουσιάσει διαφορετικές στρατηγικές ώστε να αποφασίσει ποια να ακολουθήσει για να ανταπεξέλθει στις πτυχές για τις οποίες δεν είναι σίγουρος. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών να κάνει θετικά βήματα προς την κατανόηση της οργανωτικής ιεραρχίας και των πραγμάτων, για τα οποία πραγματικά ανταμοίβει ο οργανισμός. Είναι στη διάρκεια αυτής της περιόδου που προσφέρεται η καλύτερη ευκαιρία για μία καλή εντύπωση στα αφεντικά και τους συναδέλφους, και για να κερδίσει την αποδοχή τους.

2. Τα συστήματα επικοινωνίας του οργανισμού. Κάθε οργανισμός έχει έναν αριθμό διαύλων, επίσημων και ανεπίσημων, από τους οποίους διέρχεται η επικοινωνία μέσα στον οργανισμό. Ο πελάτης πρέπει να εξοικωθεί με όλους και να καθορίσει ποιός είναι ο πιο αποτελεσματικός γι' αυτόν. Οι μέθοδοι επικοινωνίας των οργανισμών ποικίλουν σημαντικά στην κατάσταση και τη χρησιμότητά τους.

3. Τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του οργανισμού. Αυτό είναι σημαντικό ακόμα και αν ο πελάτης δεν έχει προσληφθεί για μία θέση στο χώρο των πωλήσεων ή του marketing. Ακόμα και αν έχει προσληφθεί για μία θέση προσωπικού, είναι σημαντική μία εις βάθος κατανόηση της κλίμακας και θέσης στην αγορά των υπηρεσιών του εργοδότη και των προϊόντων. Ειδάλλως, η επαγγελματική εξειδίκευση τους χρησιμοποιείται σε άγνοια των θεμάτων που επηρεάζουν την τρέχουσα και μελλοντική απόδοση της εταιρείας.

4. Φρασεολογία του οργανισμού. Κάθε οργανισμός έχει τη δική του φρασεολογία, η οποία συχνά είναι ακατανόητη για κάποιον που μόλις έχει προσχωρήσει σε αυτόν. Είναι σημαντικό να κάνετε βήματα σε πρώιμο στάδιο στη νέα θέση για να εξοικωθείτε με τη σχετική ορολογία. Αν η επαγγελματική πορεία έχει αλλάξει σημαντικά, ο πελάτης θα χρειαστεί να αναγνωρίσει επίσης τη φρασεολογία του «τομέα της αγοράς».

ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ

Ένας από τους κύριους παράγοντες για τη διαβεβαίωση μίας επιτυχημένης αρχής στην καινούρια θέση

- Entering a new job -

είναι η ικανότητα να εδραιώνεις καλές εργασιακές σχέσεις με τους συνάδελφους σε πρώιμο στάδιο. Αυτό περιλαμβάνει τη δημιουργία επιτυχημένων επαγγελματικών σχέσεων όχι μόνο με τα άτομα του τμήματος αλλά και με άτομα από άλλα τμήματα με τους οποίους έχουν συχνά πάρε-δώσε, και που συχνά έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ικανότητα του ατόμου να πετύχει στη θέση του.

Μέσα στο νέο τμήμα ο πελάτης σας θα πρέπει να γίνει δεκτός από την ομάδα των συναδέλφων του. Είναι ζωτικής σημασίας να θυμάται ότι η αποδοχή του πρέπει να κερδηθεί και δεν θα πραγματοποιηθεί αυτόματα. Οι πρώτοι μήνες θα είναι στην πραγματικότητα μία διαδικασία μύησης την οποία πρέπει να περάσει για να κερδίσει την αποδοχή. Οι συνάδελφοι και τα αφεντικά θα τον ελέγχουν στη διάρκεια αυτής της περιόδου για να αναγνωρίσουν όχι μόνο τις τεχνικές του ικανότητες αλλά και το στυλ της δουλειάς, τη στάση του, τις αξίες και την προσωπικότητά του. Αυτό συχνά θα συμβαίνει σε υποσυνείδητο επίπεδο αλλά συμβαίνει σχεδόν πάντα. Οι συνάδελφοι πρέπει να μένουν ήσυχοι ότι οι αξίες τους είναι συμβατές με αυτές του πελάτη (του νέου τους συναδέλφου) και ότι θα συνεισφέρει στο τμήμα.

Αξίζει να κάνει κανείς βήματα για να κάνει τον εαυτό του γνωστό έξω από το τμήμα, στις υπόλοιπες μονάδες και τμήματα του οργανισμού με τα οποία είναι πιθανό να έχει παρτίδες. Ένα μεγάλο πρόβλημα στους οργανισμούς σήμερα είναι η έλλειψη αποτελεσματικής πλευρικής επικοινωνίας ανάμεσα στις μονάδες ή τα τμήματα, παρά το γεγονός ότι όλοι υποτίθεται ότι δουλεύουν για τις ίδιες επιδιώξεις. Το να κάνει προσπάθεια στη διάρκεια των πρώτων εβδομάδων της πρόσληψής του και να χτίσει μία σχέση με τους «εσωτερικούς πελάτες» μπορεί μακροπρόθεσμα να αποφέρει μερίσματα για τον πελάτη, ειδικά αν κατανοεί τις προτεραιότητές του. Παρόμοια βήματα μπορούν να γίνουν για την εδραίωση σχέσεων με εξωτερικούς προμηθευτές με τους οποίους μπορεί να έχει συχνές δοσοληψίες.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Αν κάποιος πρόκειται να αποδώσει στο μέγιστο επίπεδο μέσα στον καινούριο του ρόλο με την πρώτη ευκαιρία, είναι ζωτικής σημασίας να φέρει εις πέρας τις ευθύνες και τα καθήκοντά του στη νέα του θέση. Οι περισσότεροι οργανισμοί κανονίζουν οποιαδήποτε τεχνική εκπαίδευση, αλλά δίνουν λιγότερη προσοχή σε κάποιες από τις πιο «ευαίσθητες» δεξιότητες, για παράδειγμα τη διαχείριση και τις διαπροσωπικές δεξιότητες, που μπορεί να χρειάζονται συντονισμό. Ο πελάτης μπορεί να ζητήσει συγκεκριμένη εκπαίδευση αν τη χρειάζεται. Σκεφτείτε το σχεδιασμό ενός πλάνου εκπαίδευσης που θα καταπιαστεί με τις ανάγκες και θα λειτουργήσει ως ένα χρήσιμο πλαίσιο πάνω στο οποίο ο πελάτης θα χτίσει την προσωπική του εξέλιξη.

Στη διάρκεια της αναζήτησης εργασίας, ο πελάτης θα έχει πιθανόν αναλύσει συγκεκριμένα πεδία στα οποία ήταν δυνατός και άλλα στα οποία θα μπορούσε να επωφεληθεί από περαιτέρω ανάπτυξη. Εκπαίδευση μέσα στην εταιρεία και άλλες ευκαιρίες εξέλιξης που ο νέος εργοδότης μπορεί να προσφέρει πρέπει να λαμβάνονται σαν μία σημαντική πηγή για τη συνέχιση της επαγγελματικής εξέλιξης. Αξίζει να αναλύεται συστηματικά σε τακτικά διαλείμματα (περίπου ανά έξι εβδομάδες τους πρώτους μήνες μίας νέας δουλειάς) ποιές είναι οι ανάγκες εκπαίδευσης, και να μην εστιάσετε αποκλειστικά στις τεχνικές δεξιότητες, που συχνά απαιτούν την ελάχιστη προσοχή. Κάντε τον πελάτη

- Entering a new job -

να αναθεωρήσει το πλάνο εκπαίδευσής του ώστε να συμπεριλάβει οποιεσδήποτε πρόσφατα αναγνωρισμένες ανάγκες εξέλιξης. Συχνά το να ρίχνετε μία ματιά σε εξωτερικά μαθήματα, που προσφέρονται από εταιρείες εκπαίδευσης και επαγγελματικά ιδρύματα αξίζει τον κόπο, όπως και να ζητάτε άδεια για την παρακολούθηση σεμιναρίων και μαθημάτων ιδιαίτερου ενδιαφέροντος. Ο πελάτης θα αναμένεται να κατέχει ένα συγκεκριμένο επίπεδο ικανότητας μέσω της πετυχημένης αίτησής του για τη δουλειά, οπότε δεν πρέπει να υποβαθμίζει τη θέση του με το να ζητά πολλή εκπαίδευση στα πρώιμα στάδια. Μην ξεχνάτε ότι τα βιβλία και τα τηλεοπτικά προγράμματα είναι επίσης μία καλή πηγή εκπαίδευσης και προσωπικής εξέλιξης.

ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΗΣ ΔΟΥΛΕΙΑΣ

Οι υποψήφιοι θα έχουν αποκτήσει διορατικότητα στη διάρκεια της διαδικασίας επιλογής όσον αφορά στο ποιές θα είναι οι ευθύνες τους και η δομή αναφοράς μέσα στο τμήμα στο οποίο δουλεύουν. Παρολαυτά, είναι σπάνιο οι αρχικές εντυπώσεις από τη διαδικασία της συνέντευξης να είναι εντελώς ακριβείς ή κατανοητές. Με σκοπό να λειτουργήσει αποτελεσματικά κάντε τον πελάτη να ξεκαθαρίσει σε πρώιμο στάδιο, ιδανικά μέσα στις πρώτες έξι εβδομάδες τα εξής:

- τις ακριβείς ευθύνες του
- τις απαιτήσεις του διευθυντή και των άλλων ανώτερων
- την αρχή λήψης αποφάσεων
- τις ευθύνες προϋπολογισμού και διαχείρισης
- την τμηματική δομή
- τη θέση του τμήματος στην ιεραρχία του οργανισμού
- πως η λειτουργία του ή αυτή του τμήματος γίνεται αντιληπτή μέσα στο οργανισμό
- πλευρικές γραμμές ευθύνης και σχέσεων
- κύριοι εσωτερικοί πελάτες και προμηθευτές με τους οποίους θα πρέπει να εδραιώσει επαγγελματικά αποτελεσματικές σχέσεις.

ΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

Οι περισσότεροι οργανισμοί σήμερα λειτουργούν με συστήματα αξιολόγησης όπου τα άτομα συμφωνούν με το διευθυντή σε μία σειρά επιδιώξεων. Παρολαυτά, η διαδικασία μερικές φορές δε λειτουργεί ιδιαίτερα καλά και συχνά πέφτει σε αχρηστία.

Είναι σημαντικό, οπότε, να δίνονται στον πελάτη μερικές καθαρές παράμετροι και στόχοι για να διοχετεύει αποτελεσματικά τη συνεισφορά του. Αν δεν του παρέχονται συγκεκριμένοι στόχοι τον πρώτο χρόνο ή την αρχική περίοδο μέσα στον οργανισμό, θα πρέπει να συμφωνήσει με το διευθυντή:

- τις κύριες λειτουργίες της δουλειάς, δηλαδή τα κύρια πεδία στα οποία θα αναμένεται να κάνει μία σημαντική συνεισφορά.
- μία σειρά μετρήσιμων επιδιώξεων, που θα αναθεωρούνται σε τακτικά διαστήματα, οι οποίες σκιαγραφούν πως μπορεί να κάνει μία συνεισφορά στη γενική ανάπτυξη και βελτίωση του οργανισμού και του τμήματος συγκεκριμένα

- Entering a new job -

· πως η προσωπική απόδοση θα μετριέται μέσα στη δουλειά, και πόσο τακτικά θα αναθεωρείται αυτή η απόδοση. Είναι επίσης σημαντικό να ανακαλύπτει ποιές μετρήσεις της απόδοσης χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της τμηματικής απόδοσης, ώστε να ελέγχει ότι οι στόχοι απόδοσης είναι ρεαλιστικοί και πραγματοποιήσιμοι. Μπορεί οι στόχοι απόδοσης να συμφωνούνται έτσι ώστε το άτομο να μπορεί να έχει λίγη ή καθόλου επιρροή.

· Αν ο οργανισμός δε λειτουργεί με ένα σύστημα τοποθέτησης στόχων ή επιδιώξεων, τότε είναι καλή ιδέα να τίθεται μία σειρά στόχων για τους οποίους πρέπει να δουλέψει ο πελάτης. Ενημερώστε το διευθυντή τι είδους στόχους θέτετε. Αυτοί πρέπει να σχετίζονται με τη συνεισφορά που μπορεί να κάνει στον οργανισμό και στις πτυχές της δουλειάς που μπορεί να επηρεάσει προσωπικά ο πελάτης. Αυτός ο τύπος ανεπίσημης μέτρησης της απόδοσης μπορεί να είναι πολύτιμος για τη βοήθεια του πελάτη στο να εποπτεύει την πρόοδο του στη διάρκεια των πρώτων μηνών σε ένα νέο εργοδότη.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΡΙΕΡΑΣ

Εκτός από τα πεδία που αναφέρθηκαν προηγούμενος τα οποία σχετίζονται με την πρώιμη φάση της εγκατάστασης σε μία νέα θέση, ο πελάτης πρέπει να βάλει στην άκρη χρόνο και να αφιερώσει κάποιες προσπάθειες στο να διαχειριστεί μακροπρόθεσμα την καριέρα του. Στη διάρκεια της αναζήτησης μίας θέσης, μπορεί να έχει κάνει κάποια συστηματική ανάλυση των ατομικών επιλογών καριέρας. Είναι σημαντικό η ενεργή διαχείριση και θεώρηση της καριέρας να μη σταματά αυτομάτως όταν κάποιος ξεκινά στη νέα του θέση. Για πολλούς ανθρώπους, η ιδέα της διαχείρισης της καριέρας τους εστιάζεται εντελώς στις ευκαιρίες για προαγωγή, παρά στη θεώρηση της εξέλιξης των δεξιοτήτων και της εμπειρίας τους, κάνοντας μία σύντομη επισύναψη σε ένα εντελώς διαφορετικό είδος εργασιακού περιβάλλοντος, ή κάνοντας θετικά βήματα για τον εμπλουτισμό της υπάρχουσας θέσης τους.

Ακολουθούν μερικές προτάσεις για βήματα, που θα μπορούσατε να συμβουλέψετε τους πελάτες σας να πάρουν, ώστε να βεβαιώσουν τη διαχείριση της καριέρας τους, από το να τους οδηγεί η ίδια, όπως συχνά συμβαίνει. Δώστε τους να διαβάσουν τις ακόλουθες προτάσεις:

ΕΔΡΑΙΩΣΗ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΡΙΕΡΑΣ

Όταν έχετε εξασφαλίσει μία νέα θέση, θέστε στον εαυτό σας νέους στόχους μέσα στον οργανισμό. Αυτοί δε θα σκιαγραφούν απαραίτητα ό,τι αναμένετε ότι θα κάνετε για τα επόμενα πέντε χρόνια, αλλά παρέχουν ένα πλαίσιο από όροσημα απέναντι στα οποία μπορείτε να αξιολογήσετε την πρόδοό σας βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα. Αξίζει να αναθεωρείτε αυτό το σχέδιο κάθε έξι μήνες και τους στόχους που θέτετε, και να κάνετε οποιεσδήποτε απαραίτητες προσαρμογές για να αναλογιστείτε τους στόχους που κατορθώσατε, την προσωπική σας ανάπτυξη, όπως και τις αλλαγές μέσα στον οργανισμό.

ΚΡΑΤΗΣΤΕ ΑΡΧΕΙΟ ΤΩΝ ΕΠΙΤΕΥΞΕΩΝ ΣΑΣ

Θα έχετε ήδη αναλογιστεί ποιές ήταν οι επιτεύξεις σας στις προηγούμενες θέσεις σας και θα έχετε συμπεριλάβει μερικές από αυτές στο Βιογραφικό σας. Μπορεί να σας βοήθησαν πολύ να αποκτήσετε την παρούσα θέση σας. Είναι άρα σημαντικό να συνεχίσετε να κρατάτε αρχείο του τι πετυχαίνετε

- Entering a new job -

αφού ξεκινήσετε. Θα είναι χρήσιμο για σας την ώρα της κριτικής της απόδοσης, σαν μαρτυρία του τι επιτυγχάνετε μέσα στη δουλειά, και φυσικά, θα είναι πολύ χρήσιμο όταν μετατεθείτε σε μία άλλη θέση είτε εσωτερικά είτε για κάποιο νέο εργοδότη.

ΔΙΑΤΗΡΗΣΤΕ ΤΙΣ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΕΙΣ ΣΑΣ

Θα έχετε κάνει πολλές νέες επαφές στη διάρκεια της αναζήτησης εργασίας. Αυτό το δίκτυο διασυνδέσεων πρέπει να διατηρηθεί μετά το ξεκίνημα στη νέα σας θέση εφόσον υπάρχουν περαιτέρω ευκαιρίες να τις χρησιμοποιήσετε στο μέλλον, ίσως στην πώληση των υπηρεσιών του νέου σας οργανισμού ή σε άλλες ασκήσεις αγοράς. Είναι επίσης θέμα ευγένειας να ενημερώνετε τις διασυνδέσεις σας για το πως προοδεύετε στο νέο σας ρόλο. Θα πρέπει επίσης να είστε έτοιμοι να ανταποδώσετε κάτι στο δίκτυο που χρησιμοποιήσατε, βοηθώντας για παράδειγμα κάποιον άλλο στην έρευνα εργασίας του.

ΕΔΡΑΙΩΣΤΕ ΟΡΑΤΟΤΗΤΑ ΕΞΩ ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ

Με σκοπό να προωθήσετε περαιτέρω την καριέρα σας, είναι απίθανο να είναι αρκετό να κάνετε απλά μία καλή δουλειά. Άλλοι άνθρωποι έξω από τον οργανισμό πρέπει να είναι ενήμεροι για τις ικανότητές σας, και μπορεί μονάχα να βοηθήσει το προφίλ σας το να γίνετε γνωστός έξω από τα πεδία ευθύνης σας. Γράφοντας άρθρα για επαγγελματικά ή εμπορικά περιοδικά και παρακολουθώντας ή δίνοντας ομιλίες σε τοπικά εμπορικά ιδρύματα ή επαγγελματικούς συλλόγους μπορεί να βοηθήσει στην περαιτέρω διεύρυνση του δικτύου σας.

ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΤΕ ΠΑΝΩ ΣΤΙΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΣΑΣ

Η διαδικασία αναζήτησης εργασίας σας έκανε αναπόφευκτα να επικεντρωθείτε στις δυνάμεις και τις δεξιότητες σας. Θα έχετε προφανώς αναπτύξει μία ισχυρότερη γνώση για το τι κάνετε και απολαμβάνετε καλύτερα. Πρέπει να είστε ανοιχτοί στη μάθηση καινούριων πραγμάτων ανα πάσα στιγμή, όντας ευαίσθητος ως προς τις ανάγκες του οργανισμού και των συμπεριφορών και δεξιοτήτων που προσπαθεί να καλλιεργήσει. Οι οργανισμοί αλλάζουν πιο γρήγορα από πότε σήμερα, συχνά ως αποτέλεσμα των επιπλέον ανταγωνιστικών πιέσεων. Οπότε, όποιο άτομο δεν αναζητά να μάθει και να δουλέψει με τις αλλαγές είναι πιθανό να μείνει πίσω.

Αξίζει πάντοτε να θυμάστε ότι η αγορά εργασίας είναι μία αγορά: αν συνεχίζετε να μαθαίνετε από τις εμπειρίες σας και να αποκτάτε νέες δεξιότητες, είναι πιθανό όταν ξαναμπείτε στην αγορά εργασίας, ίσως μερικά χρόνια μετά, θα έχετε ακόμα περισσότερα να προσφέρετε σε ένα μελλοντικό εργοδότη.

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΟΧΩΝ

Τοποθέτηση Στόχων για Δραστηριότητες Εκτός Δουλειάς. Η διαδικασία αναζήτησης μίας νέας δουλειάς μπορεί επίσης να έχει βοηθήσει τους πελάτες να εστιάσουν σε ό,τι θέλουν να πετύχουν στη ζωή τους εκτός δουλειάς. Μπορεί να έχουν ήδη θέσει στόχους που θέλουν να πραγματοποιήσουν για τον εαυτό τους σε δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου και προσωπικής εξέλιξης. Θα είναι χρήσιμο να αναθεωρούν αυτούς τους στόχους σε μία περιοδική βάση και να θέτουν καινούριους όταν

- Entering a new job -

υλοποιούνται οι υπάρχοντες και πραγματοποιούνται συγκεκριμένες φιλοδοξίες. Μία σειρά χειροπιαστών στόχων που συνδέονται με δραστηριότητες εκτός της δουλειάς μπορούν να φέρουν καλύτερη ισορροπία στη ζωή των ανθρώπων και να παρέχουν μία ευκαιρία για χαλάρωση και εκτόνωση του εργασιακού άγχους. Αξίζει να αποτραβιέται κανείς κάθε έξι μήνες περίπου και να αναλύει την πρόδοό του ως προς τους στόχους και να τους προσαρμόζει προς τα πάνω ή προς τα κάτω ανάλογα με τις συνθήκες.

ΑΥΤΟΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Το κλειδί για την επιδίωξη μίας πετυχημένης καριέρας εξαρτάται βαθμιαία από την ικανότητα κάποιου να διαχειρίζεται από μόνος του την καριέρα του. Όσο πάει γίνεται λιγότερο ρεαλιστικό να περιμένει κανείς από οποιονδήποτε οργανισμό για τον οποίο δουλεύει κανείς να υποστηρίξει και να καλλιεργήσει την καριέρα του. Κάθε άτομο πρέπει να είναι έτοιμο να αναλάβει αυτήν την ευθύνη. Είναι αφελές να περιμένει κανείς ότι η πίστη σε έναν οργανισμό θα τον βοηθήσει στην ανάπτυξη των επαγγελματικών του στόχων. Αυτό που πιθανόν θα είναι το πιο σημαντικό στο μέλλον είναι η ικανότητα να προσαρμόζεσαι και να αλλάζεις ανάλογα με τις εργασιακές συνθήκες και να είσαι ευέλικτος ως προς νέες δεξιότητες, ιδιαίτερα στον καιρό αυτό της ολοένα γρηγορότερων τεχνολογικών αλλαγών.

Τα ακόλουθα είναι μία λίστα προτάσεων για τις πρώτες μέρες της δουλειάς την οποία μπορείτε να προσφέρετε στον πελάτη:

- Γνωρίστε τι κάνει η εταιρεία ή ο οργανισμός.
- Κατανοήστε το ρόλο σας στην εταιρεία.
- Βρείτε ένα αντίγραφο της πιο πρόσφατης ετήσιας αναφοράς της εταιρείας και διαβάστε το.
- Ντυθείτε συντηρητικά μέσα στον εργασιακό χώρο
- Θυμηθείτε τα ονόματα όσων σας συστήθηκαν.
- Πάρτε χρόνο για να κατανοήσετε το σχέδιο προνομίων της εταιρείας. Μην περιμένετε μέχρι να χρησιμοποιήσετε ένα από τα προνόμια για να το κατανοήσετε.
- Παρακολουθήστε και μιμηθείτε όσους είναι πετυχημένοι στην εταιρεία. Αφήστε τους να γίνουν οι μέντορές σας.
- Κάντε προσωπικό το πεδίο εργασίας, βάζοντας για παράδειγμα μία ταμπέλα με το όνομά σας στο γραφείο, ώστε όλοι να γνωρίζουν ποιος είστε.

Τέλος, παρουσιάστε στον πελάτη τις κύριες συμβουλές που θα του είναι χρήσιμες για τη δουλειά του στο νέο χώρο και την πιθανή μελλοντική επαγγελματική ανάπτυξη όσον αφορά στα:

A: Καθημερινή ρουτίνα:

- Προγραμματίστε τι χρειάζεστε να πραγματοποιήσετε κάθε μέρα στη διάρκεια της πρωινής μεταφοράς στη δουλειά.
- Αν μπορείτε να χρησιμοποιήσετε συγκοινωνία για τη δουλειά, κάντε το. Όχι μόνο γλιτώνει ενέργεια αλλά σας δίνει και χρόνο για να διαβάσετε. Να έχετε πάντα μαζί σας υλικό.
- Στο δρόμο για τη δουλειά, συνηθίστε να σημειώνετε τις σκέψεις σας και τις καθημερινές

- Entering a new job -

υπενθυμίσεις όπως σας προκύπτουν.

- Να είστε πρωϊνός τύπος και πάντα στην ώρα σας.
- Σχεδιάστε τη μέρα σας από πριν. Δέκα με δεκαπέντε λεπτά το πρωί ισοδυναμούν με μία παραπάνω ώρα περισσότερης παραγωγικότητας μέσα στη μέρα.
- Αναπτύξτε μία ρουτίνα μόνο όταν αυξάνει την προσωπική παραγωγικότητα.
- Να είστε το πρώτο άτομο που θα πει «καλημέρα» στους άλλους το πρωί. Και κάντε το με χαμόγελο.
- Να έχετε μέντες στο γραφείο σας για περίπτωση κακής αναπνοής. Και θυμηθείτε, το ότι δεν μπορείτε να μυρίσετε την αναπνοή σας, δε σημαίνει ότι είναι γλυκιά και καθαρή.
- Να έχετε ένα επιπλέον πουκάμισο στο αυτοκίνητο ή στο γραφείο. Μία επιπλέον γραβάτα ή φανέλες μπορούν να είναι επίσης διαθέσιμες.
- Τσεκάρτε πάντα την εμφάνισή σας στον καθρέφτη πριν βγείτε από το μπάνιο.
- Να φτάνετε νωρίς στις συναντήσεις. Να φέρνετε παραπάνω δουλειά που θα σας απασχολεί ενώ περιμένετε τους άλλους.
- Μην αφαιρείστε ή ονειροπολείτε στις συνεδριάσεις. Αν τα θέματα που καλύπτονται είναι εκτός του πεδίου σας, βγάλτε την ατζέντα σας και αναθεωρείστε τι πρέπει να πραγματοποιήσετε εκείνη τη μέρα.
- Φάτε μέσα στο γραφείο. Θα σας εξοικονομήσει χρόνο και χρήματα.
- Να πηγαίνετε ένα συντομο περίπατο κάθε μέρα. Παρκάρετε στην άκρη του πάρκινγκ ή τεντώστε τα πόδια σας στη διάρκεια του μεσημεριανού. Θα καθαρίσει το μυαλό σας και θα σας κάνει περισσότερο παραγωγικούς στο υπόλοιπο της μέρας.

B: Εργασιακή ηθική:

- Βάλτε ένα στέρεο ηθικό όριο και μην το περάσετε ποτέ ειδικά όταν οι άλλοι σας ενθαρρύνουν να το κάνετε.
 - Προστατεύστε την ακεραιότητά σας. Ακεραιότητα σημαίνει να κάνετε ό,τι είναι σωστό, ακόμα και αν δεν είναι δημοφιλές, στη μόδα ή κερδοφόρο.
 - Αναπτύξτε μία φήμη για ειλικρίνεια και ακεραιότητα. Αν έχετε αποτύχει σ' αυτά τα πεδία στο παρελθόν, η νέα σας δουλειά θα είναι μία ευκαιρία για νέα αρχή. Είναι μία φήμη που πρέπει να κερδίσετε με τον καιρό. Και ενισχύστε την πάντοτε, στη δουλειά και παντού.
- Μη χρησιμοποιείτε συκοφαντία, ακόμα και αν το κάνουν οι άλλοι.
- Μη λέτε ποτέ χυδαία, ρατσιστικά ή σεξιστικά ανέκδοτα. Και αγνοήστε όσους επιχειρούν να τα μοιραστούν μαζί σας.
 - Μη λέτε ψέματα, μην κάνετε απατεωνίες, μην κλέβετε, ακόμα και αν ο πειρασμός είναι μεγάλος. Σταθείτε έντιμος και ακεραίος σε ό,τι κάνετε, και θα εκπλαγείτε από το πόσο παραπάνω θα σας τοποθετήσει από τους συναδέλφους σας.
 - Κάντε υποσχέσεις που μπορείτε να τηρήσετε. Αν δεν είστε σίγουρος ότι μπορείτε να τις τηρήσετε, μην τις κάνετε.
 - Αν δεν είστε σίγουρος, μην το κάνετε. Είναι η συνειδησή σας που σας μιλά. Ακούστε προσεκτικά.
 - Αναζητήστε πάντα το καλό στους άλλους, και είναι πιθανό ότι θα το βρουν και σ' εσάς.

- Entering a new job -

Γ: Διαπροσωπικές δεξιότητες:

- Μιλάτε 20% και ακούτε 80%. Και αποφύγετε όσους μιλούν 100%.
- Αρπάζετε πάντα την ευκαιρία να επαινείτε όσους αξίζουν επαίνους. Αν κάποιος τα έχει πάει καλά, φροντίστε να τον επαινέσετε.
- Όταν κάποιος σας λέει μία ιστορία, μην τον διακόπτετε. Και προσπαθήστε να μην τον επισκιάσετε με μία δική σας ιστορία.
- Χαμογελάτε πολύ ακόμα και όταν νιώθετε κατσούφης.
- Αν κάποιος είναι επιθετικός μαζί σας, αποφύγετε τη σύγκρουση. Αφήστε χρόνο να ηρεμήσετε πριν απαντήσετε.
- Να είστε το άτομο στο γραφείο σας που κάνει όλους τους άλλους να γελούν. Όλοι αγαπούν τα εύθυμα άτομα.
- Αναζητήστε λύσεις, όχι προβλήματα. Ο καθένας μπορεί να αναγνωρίζει προβλήματα.
- Όταν κάποιος σας επαινεί για τη δουλειά σας, μη λέτε «Δεν ήταν τίποτα» ή μην προσπαθείτε να τον κάνετε να αλλάξει θέμα. Πείτε «ευχαριστώ» με χαμόγελο και προχωρήστε. Τίποτε λιγότερο, τίποτε περισσότερο.
- Η ζωή δεν είναι δίκαια. Και πολλές φορές ούτε και η δουλειά. Θα υπάρχουν μέρες όπου το απλώς να τα βγάλετε πέρα είναι το καλύτερο που μπορείτε να κάνετε. Περιμένετε μέχρι αύριο για να δείτε αν τα πράγματα καλύτερεύουν. Συνήθως αυτό γίνεται.
- Μην είστε παραπονιάρης. Κάθε εργασιακό περιβάλλον έχει ένα άτομο που νιώθει υπεύθυνο για το ρόλο του παραπονιάρη στο γραφείο. Αφήστε κάποιον άλλον να ενσαρκώσει αυτό το ρόλο. Και αγνοήστε τον αν προσπαθεί να εξασκήσει την τέχνη του πάνω σας.
- Όταν δεν είστε ευτυχισμένος μέσα σας, κάντε ό,τι μπορείτε να μένετε ευτυχισμένος απ' έξω σας. Το μέσα σας θα πιάσει στο τέλος το νόημα και θα συνέλθει..

Δ: Πολιτική του γραφείου

- Δείξτε σεβασμό για το αφεντικό σας σε ό,τι κάνουνε. Μη συμμετέχετε όταν οι άλλοι το «θάβουν». Μπορεί να γίνει κολλητικό.
- Ως υφιστάμενος, πρέπει να είστε πρόθυμος να υπακούτε στα σχέδια των άλλων. Η υποταγή δεν έγκειται στο να υπακούς σ'αυτούς με τους οποίους συμφωνείς. Η αληθινή υποταγή έγκειται στο να υπακούς σ'αυτούς με τους οποίους δε συμφωνείς.
- Μη συζητάτε ποτέ το μισθό σας με τους συνεργάτες σας.
- Όταν επαινείστε προσωπικά για κάτι που ήταν ομαδική προσπάθεια, δώστε πάντοτε κατάλληλη αναγνώριση στην ομάδα.
- Όταν οι άλλοι ξεκινούν την κριτική, καταπολεμήστε την τάση να συμμετέχετε.
- Να είστε κατασκευαστής, όχι καταστροφέας.

Ε: Επιμόρφωση και εκπαίδευση

- Γνωρίστε και κατανοήστε το πρόγραμμα εξάσκησης της εταιρείας, και εκμεταλλευτείτε το.
- Μάθετε να ταιριάζετε την εκπαίδευση με την αίτηση του ό,τι έχετε μάθει ήδη.
- Συνεχίστε την επιμόρφωσή σας. Ακόμα και αν δεν επιδιώκετε ένα επίσημο πτυχίο, κάντε τη μάθηση

- Entering a new job -

μία ισόβια κλίση. Ό,τι μαθαίνετε επηρεάζει ό,τι κερδίζετε.

- Αν είστε κακός δακτυλογράφος, μάθετε να δακτυλογραφείτε κανονικά. Θα σας εξοικονομήσει αμέτρητο χρόνο στην πορεία της καριέρας σας.
- Γίνετε πλήρως εξοικωμένος με τους υπολογιστές. Δε χρειάζεστε να είστε μάγος, αλλά πρέπει να είστε ικανός στη χρήση της τεχνολογίας στη δουλειά σας. Να μένετε μπροστά όσον αφορά στις τεχνολογικές αλλαγές.
- Μάθετε να είστε ομαδικός παίκτης. Το σχολείο ανταμοίβει την ατομική απόδοση. Οι εργοδότες ανταμοίβουν την ομαδική απόδοση.
- Πιθανόν δε γνωρίζετε τόσα πολλά όσα νομίζετε. Συχνά απαιτείται η ωριμότητα μίας ολόκληρης ζωής για να φτάσετε σε αυτή τη συνειδητοποίηση, αλλά αν είστε πρόθυμος να αναγνωρίσετε αυτό το γεγονός νωρίς στη ζωή σας, θα απολαύσετε μία ζωή μάθησης και ωρίμανσης.

ΣΤ: Οικονομικά:

- Υπάρχουν περισσότερα στη ζωή από την ατελείωτη συσσώρευση πλούτου. Πότε δε θα υπάρχουν αρκετά λεφτά. Πρέπει να βρείτε τον πλούτο κάπου αλλού στη ζωή.
- Ο πλούτος και η ευτυχία δεν είναι το ίδιο πράγμα.
- Διαβάστε την ετήσια αναφορά της εταιρείας σας κάθε χρόνο. Πρόκειται και για την ιστορία του περασμένου χρόνου αλλά και για την πρόβλεψη του επόμενου. Κρατήστε την καριέρα σας εστιασμένη στο να διαδραματίζετε το ρόλο σας ώστε να φτάνει σε αυτό το όραμα.

Z: Πρόοδος καριέρας

- Να ξέρετε ποιός είναι το αφεντικό σας. Είναι το άτομο που θα προτείνει ή θα εγκρίνει την προαγωγή σας στο μέλλον.
- Ζητείστε από το αφεντικό σας να καταδείξει πεδία για συνεχή βελτίωση.
- Γίνετε γνωστός είτε ως το άτομο που έρχεται πρώτο στο γραφείο ή το άτομο που φεύγει τελευταίο ή και τα δύο. Αλλά μην κάνετε και τα δύο για πάντα. Είναι μία καλή αρχή για την καριέρα σας, αλλά τελικά όχι μία καλή ζωή.
- Αναπτύξτε μία φήμη ως άτομο που λύνει τα προβλήματα. Αν κάποιο πρόβλημα προκύψει στο γραφείο σας, μην το μεταβιβάσετε σε κάποιον άλλον.
- Ακόμα και αν αποκτήσετε μία καλή κριτική απόδοση, ρωτήστε τι μπορείτε να κάνετε για να βελτιώσετε τη μελλοντική σας απόδοση.
- Να είστε ενημερωμένος για τη δουλειά που συμβαίνει γύρω σας. Πρόκειται για τα πεδία πιθανής μελλοντικής ανάπτυξης.
- Αποκτήστε αντίγραφα των ετήσιων αναφορών των ανταγωνιστών σας. Θα σας βοηθήσουν να είστε συντονισμένος με την εταιρεία και θα σας βοηθήσουν να κατανοήσετε καλύτερα και να εκτιμήσετε την ανταγωνιστική πλευρά της εταιρείας σας.
- Αν σας αρέσει αυτό που κάνετε, η επιτυχία θα ακολουθήσει.
- Πηγαίντε για φαγητό με άλλους από την εταιρεία για να μάθετε περισσότερα για τη δουλειά και τα τμήματά τους. Αφήστε τους να μιλήσουν. Εσείς θα ακούτε.
- Μάθετε να βρίσκεστε στο δίκτυο του γραφείου. Η επαγγελματική πρόοδος είναι περισσότερο σαν να

- Entering a new job -

σκαρφαλώνεις σε έναν ιστό παρά μία σκάλα. Φροντίστε να έχετε όσες περισσότερες διασυνδέσεις γίνεται..

- Κανείς δε σας χρωστά τη ζωή σας. Κανείς δε σας χρωστά μία δουλειά. Την κερδίζετε, κάθε μέρα, ξανά και ξανά. Και όταν σταματήσετε να κερδίζετε τη δουλειά σας σε καθημερινή βάση, θα σταματήσει και η επαγγελματική σας πρόοδος.

- Αν κάνετε περισσότερα από όσα πληρώνετε για να κάνετε, στο τέλος θα πληρωθείτε περισσότερα απ' ότι κάνετε.

- Μη ζητάτε αύξηση επειδή χρειάζεστε περισσότερα λεφτά. Ζητάτε αύξηση επειδή αξίζετε περισσότερα λεφτά.

Εκτός από τις συμβουλές για τη νέα δουλειά, μπορείτε να προσφέρετε στους πελάτες σας μία λίστα με δεξιότητες για μία ζωή. Προσπαθήστε να μιλήσετε φιλικά, όχι ηθοπλαστικά. Και πάλι, φροντίστε να έχετε ένα αντίγραφο των παρακάτω σκέψεων για να το παρέχετε στον πελάτη:

- Η ζωή δεν είναι ποτέ ό,τι θέλουμε να είναι. Είναι ότι κάνουμε για τη ζωή που θα μας φέρει πιο κοντά σε αυτό που θέλουμε να είναι.

- Είστε η καλύτερη επένδυση που θα έχετε ποτέ. Τα μερίσματα που λαμβάνετε από αυτήν την επένδυση θα σας ξεπληρώσουν για το υπόλοιπο της ζωής σας.

- Να είστε ενεργητικός στο σχεδιασμό του μέλλοντος. Για να αποκτάτε πράγματα στο μέλλον, πρέπει να τα επιδιώκετε σήμερα.

- Αναμένετε σπουδαία πράγματα από τον εαυτό σας και ελπίζετε σε σπουδαία πράγματα από τους άλλους.

- Θέστε στόχους στη ζωή σας. Διαιρέστε τους μακρυπρόθεσμους στόχους σας σε βραχυπρόθεσμους. Ύστερα χωρίστε τους βραχυπρόθεσμους σε ετήσιους. Τους ετήσιους σε μηνιαίους. Τους μηνιαίους σε εβδομαδιαίους. Τους εβδομαδιαίους σε ημερήσιους. Τους ημερήσιους σε αποστολές. Και φροντίστε να τα σημειώνετε όλα γραπτώς. Είστε στο δρόμο για την πραγμάτωση όλων των στόχων της ζωής σας. Ξεκινήστε να χρησιμοποιείτε μία ατζέντα με θρησκευτική ευλάβεια. Γρήγορα θα γίνει ο ημερήσιος οδηγός σας στο να πραγματοποιείτε όλους τους στόχους στη ζωή σας.

- Να είστε παρατηρητικός – να μαθαίνετε από τα λάθη των άλλων ώστε να μην επαναλαμβάνονται στη ζωή σας.

- Όταν κάνετε λάθη, πάρτε την ευθύνη γι' αυτά αμέσως. Η άρνηση το μόνο που θα κάνει είναι να τα επιμηκύνει και να τα ισχυροποιήσει. Αναγνωρίστε ότι είχατε λάθος και προχωρήστε. Και μην κάντε το ίδιο λάθος ξανά.

- Κάθε ταξίδι ξεκινά με ένα μοναδικό βήμα. Και με κάθε καινούριο βήμα, ο στόχος αποκτά καθαρότερη θέα.

- Πάντα να δίνετε πίσω σε αυτούς που είναι λιγότερο τυχεροί από εσάς. Όσο σκληρά και να έχετε δουλέψει για να φτάσετε εκεί που βρίσκεστε τώρα, υπάρχει πάντα κάποιος που δεν είχε τις ίδιες ευκαιρίες που είχατε εσείς στη ζωή. Βάλτε τα δυνατά σας για να ανταποδώσετε κάτι.

- Και τέλος, να θυμάστε πάντα ότι η δουλειά δεν πρέπει ποτέ να είναι ο μοναδικός σκοπός σας στη ζωή. Κανείς δεν είπε ποτέ στο νεκροκρέβατό του «'Ευχομαι να είχα περάσει περισσότερο χρόνο στο γραφείο».

25 εμπιστευτικές πληροφορίες για τη διαχείριση της καριέρας σας, βασισμένα στην προσωπική εμπειρία των επαγγελματιών συμβούλων:

Τα ακόλουθα είναι ενδιαφέροντα μαθήματα τα οποία έμαθαν οι επαγγελματικοί σύμβουλοι ακούγοντας του ανθρώπους να μιλούν για τη δουλειά τους. Αφήστε τον πελάτη να τα συγκρίνει με τις προτάσεις που απαριθμούνται παραπάνω:

1. Η επιτυχία συνήθως περιλαμβάνει θυσία. Αν ήταν πάντα εύκολο, όλοι θα οδηγούσαν Πόρσε.
2. Ακόμα και αν δουλεύεις για μία μεγάλη εταιρεία, ουσιαστικά είσαι μόνος σου.
3. Ο χώρος εργασίας μπορεί να είναι διασκεδαστικός και προκλητικός. Μπορεί όμως να είναι και δύσκολος. Ανταμοίβει την προσπάθεια, το σχεδιασμό και την εκπαίδευση αλλά τιμωρεί την αδιαφορία και την έλλειψη προετοιμασίας.
4. Αποκτήστε χρόνο για να αξιολογήσετε τις δεξιότητες, το χαρακτήρα, τις κλίσεις, τα γούστα, τις δυσαρέσκεις, και τα φυσικά ταλέντα σας. Αν θέλετε βοήθεια στο σχεδιασμό και την πραγματοποίηση του πλάνου, ζητήστε τη βοήθεια ενός επαγγελματικού συμβούλου καριέρας.
5. Η καριέρα σας μπορεί να είναι ο μεγαλύτερος οικονομικός σας πόρος. Μπορεί να πληρώνεστε ό,τι αξίζετε τώρα, αλλά ερευνήστε την αγορά. Μην υπερτιμάτε ή υποτιμάτε τον εαυτό σας.
6. Το να πηδάτε από δουλειά σε δουλειά δεν είναι καριέρα. Η καριέρα χτίζεται πάνω στον εαυτό της με τον καιρό.
7. Το να αλλάζετε πεδία, βιομηχανίες, ή λειτουργικές ειδικότητες είναι δύσκολο, και όσο μεγαλύτερη η αλλαγή, τόσο πιο δύσκολο είναι. Οπότε, επιλέξτε την κατεύθυνσή σας προσεκτικά. Όταν αφήνετε ένα επαγγελματικό μονοπάτι για να δοκιμάσετε κάτι καινούριο, μπορεί να είναι δύσκολο να ξαναγυρίσετε σε αυτό.
8. Ο απόφοιτος μηχανικός του σήμερα απαρχαιώνεται σε λιγότερο από πέντε χρόνια. Μπορεί και εσείς. Αν δε μαθαίνετε κάτι καινούριο σήμερα, μπορεί αύριο να είστε εκτός εποχής και αγοράς. Αυτό ισχύει ειδικά για όσους είναι πάνω από 40.
9. Θεωρείστε την καριέρα σας ως μία καμπάνια δημοσίων σχέσεων, σαν να είστε πολιτικός υποψήφιος. Ο στόχος σας είναι να αρέσετε σε όσους περισσότερους ανθρώπους γίνεται όσο πιο γρήγορα γίνεται. Άρα, κάθε άτομο – αρσενικό, θηλυκό, μειονότητας, γέρος, νέος – έχει σημασία. Φερθείτε σε όλους τους άλλους με ευγένεια και σεβασμό. Κάντε τη ζωή των άλλων γύρω σας λίγο ευκολότερη και η καριέρα σας θα επωφεληθεί.
10. Οι «Ανθρώπινες Δεξιότητες» είναι εξίσου σημαντικές με τις «τεχνικές δεξιότητες», διότι ακόμα και σε υψηλά τεχνικές δουλειές, πρέπει να δουλεύετε με άλλους. Είναι καλύτερα να είστε ένα άτομο «ανθρώπων» με μέτριες δεξιότητες παρά ένας γλοιώδης εξπέρ που κερδίζει εις βάρος των άλλων.
11. Να είστε προσεκτικός με το να εκφράζετε δυνατά συναισθήματα στη δουλειά, ειδικά θυμό και απογοήτευση. Επικοινωνήστε τα συναισθήματά σας ήσυχα και με ευγενικά.
12. Περάστε χρόνο με άτομα που θαυμάζετε. Η επιτυχία δεν ξεπλένεται. Δεν υπάρχει υποκατάστατο στο να «ξέρεις τους σωστούς ανθρώπους και να «είσαι στο σωστό μέρος τη σωστή στιγμή». Πάρτε ρίσκο για να έρθετε σε επαφή με κάποιον που θα θέλατε να συναντήσετε.
13. Μία ζεστή, ενθουσιώδης και θετική στάση – εξωτερικά εκφρασμένη στους άλλους – είναι η μεγαλύτερη επαγγελματική σας αρετή.

- Entering a new job -

14. Σε μία οποιαδήποτε μέρα, η παρούσα δουλειά σας μπορεί να τελειώσει, ακόμα και αν είστε ο ιδιοκτήτης της εταιρείας! Οπότε, σκεφτείτε βραχυπρόθεσμα. Μην λαμβάνετε την παρούσα ευκαιρία σας ως δεδομένη. Να ξυπνάτε κάθε πρωί νιώθοντας άνεργος, και συνεχώς να παλεύετε ώστε να βελτιώνεστε. Να εκτιμάτε τη δουλειά, αλλά να σκέφτεστε και τι θα κάνετε μετά. Είναι πάντα καλό να έχετε ένα «Σχέδιο Β».

15. Εκτός από σπάνιες περιπτώσεις, μην κάνετε μήνυση στον πρώην εργοδότη σας αν σας έχει απολύσει. Ρίξτε μία καλή, παρατεταμένη ματιά στον εαυτό σας. Ρωτήστε τον τι θα μπορούσατε να είχατε κάνει διαφορετικά. Καθορίστε με ειλικρίνεια την ευθύνη σας στη δημιουργία του προβλήματος. Ύστερα δουλέψτε για να δημιουργήσετε μία καλύτερη ζωή για τον εαυτό σας, ακόμα και αν πιστεύετε ότι έφταιγε ο εργοδότης. Μην κολλάτε στο παρελθόν. Είναι μη παραγωγικό και παρατείνει τη δυστυχία σας.

16. Αν χάσετε τη δουλειά σας, 80% του marketing για μία νέα θέση θα έχει ήδη γίνει. Η φήμη σας, τα αποτελέσματα, οι επιτεύξεις, οι δεξιότητες, οι συνεισφορές και οι φιλίες σας είναι όλα υλικό αρχείου. Αν έχετε συνεισφέρει, αν έχετε υπάρξει ευγενικός προς τους άλλους και εύκολος στη συνεργασία, θα είστε σε ζήτηση. Αν όχι, δε θα είστε.

17. Οι φίλοι σας είναι οι καλύτεροι σύμμαχοι στη ζωή και την καριέρα σας, ειδικά όταν κυνηγάτε μία δουλειά. Κανένας δε θα σας βοηθήσει περισσότερο από αυτούς που σας ξέρουν ήδη. Γι' αυτό κάντε μία παρατεταμένη λίστ των επαγγελματικών και προσωπικών σας επαφών (ουσιαστικά, όποιον ξέρετε και δεν ξέρετε) και μείνετε σε επαφή μαζί τους, ακόμα και αφού βρείτε μία καινούρια δουλειά.

18. Οι εργοδότες προσλαμβάνουν τους φίλους τους πρώτα. Μόνο όταν εξαντλούν τους γνωστούς, σκέφτονται να προσλάβουν ξένους. Όταν οι εταιρείες προσλαμβάνουν από μία ομάδα εξωτερικών ανθρώπων, ελέγχουν και παίρνουν συνεντεύξεις σε μεγάλο βαθμό. Η καλύτερη επαγγελματική στρατηγική – πέρα από το να κρατάτε τις δεξιότητές σας ψηλά και να καταφέρνετε πολλά – είναι να καλλιεργείτε βαθιές, μακράς διάρκειας φιλίες.

19. Οι επιτεύξεις σας είναι το διαβατήριό σας για το μέλλον. Θα βοηθήσουν να καθορίσετε την εμπορευσιμότητά σας. Όταν «πουλάτε» τον εαυτό σας, είναι τα αποτελέσματα που μετράνε. Προσπαθήστε να συνεισφέρετε κάτι ουσιαστικό και μετρήσιμο κάθε μέρα. Και φροντίστε να κρατάτε γραπτό αρχείο των αποτελεσμάτων σας.

20. Μην αφήσετε τον εαυτό σας να είναι άνεργος, ούτε για μία μέρα. Κάντε εθελοντική εργασία για λίγες ώρες, δουλεύετε με μερικό ωράριο ή βοηθείστε ένα φίλο με την εταιρεία του.

21. Η αγάπη, η ευτυχία, η φιλία και ο χρόνος για τον εαυτό μας είναι εξίσου σημαντικά με το να πετυχαίνεις σ' αυτόν τον κόσμο. Αν η καριέρα είναι όλη σας η ζωή, είστε ευάλωτος σε απογοήτευση και εξάντληση. Και οι εξαντλημένοι άνθρωποι είναι οι λιγότερο εμπορεύσιμοι.

22. Η πολλή επιτυχία μπορεί να σας σκοτώσει. Να ξέρετε τα όρια σας. Αν νιώθετε ότι εξαντλείστε, μπορεί να έχετε δίκιο. Οι πολύ επιτυχημένοι άνθρωποι είναι συνήθως οι πιο ευάλωτοι στην εξάντληση. Απαιτούν πάρα πολλά από τον εαυτό τους, και από τους γύρω τους. Αναζητήστε ισορροπία.

23. Μην μένετε σε μία δουλειά που μισείτε. Το να μισείτε την καθημερινή σας ρουτίνα μπορεί να καταστρέψει την υγεία σας, και μπορεί να κάνει τους πάντες γύρω σας, συμπεριλαμβανομένου του συντρόφου σας, δυστυχισμένους. Πάρτε ρίσκα! Αναλάβετε δράση! Αλλάξτε τα πράγματα!

24. Μην προβάλλετε δικαιολογίες όταν τα πράγματα πάνε στραβά. Όταν αντιμετωπίζετε προκλήσεις,

- Entering a new job -

πείτε στον εαυτό σας το εξής: «Ελέγχω το δικό μου μέλλον. Κανείς δεν μπορεί να μου αρνηθεί μία ευτυχισμένη ζωή αν αποφασίσω να τη σχεδιάσω και να δουλέψω γι' αυτήν. Τελικά, κανείς δεν μπορεί να με σταματήσει από το να γίνω πετυχημένος παρά ο εαυτός μου.»

25. Όποιες και να είναι οι γνώσεις σας, μοιραστείτε τις. Βοηθείστε τους άλλους όταν μπορείτε.

Τελευταία λόγια

Αυτό το εγχειρίδιο επαγγελματικής εξέλιξης για συμβούλους δεν υποκρίνεται ότι είναι περιεκτικό και εφαρμόσιμο σε όλες τις περιπτώσεις που μπορεί να έχουν οι σύμβουλοι. Η ζωή είναι τόσο πλούσια και οι άνθρωποι τόσο διαφορετικοί που κανένα βιβλίο ή επιστήμη δεν μπορεί να καλύψει. Θυμηθείτε, τα βιβλία μπορούν απλώς να σας δώσουν εφόδια, μία βάση για τη δουλειά σας. Ως σύμβουλος μπορείτε να μάθετε πολύ περισσότερα από τη δουλειά παρά από οποιοδήποτε εγχειρίδιο. Αλλά φυσικά, για να είστε επαγγελματίας χρειάζεστε μερικά «εργαλεία» που θα σας βοηθήσουν στη δουλειά.

Στα πλαίσια του πιλοτικού εγχειρήματος ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ (που πραγματώθηκε με την υποστήριξη του προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Leonardo da Vinci) έχουμε αναπτύξει μία σειρά από τέτοια εργαλεία που μπορεί να είναι χρήσιμα στην καθημερινή εργασία των συμβούλων. Ελπίζουμε ότι θα τα χρησιμοποιήσετε και θα συνεισφέρουν και στη δουλειά και στην επαγγελματική εξέλιξή σας.

4907 0100 0332 9005
06/04
439