РЪКОВОДСТВО

ЗА ПРОФЕСИОНАЛНИ

КОНСУЛТАНТИ

(DRAFT VERSION)

Индекс

ВЪВЕДЕНИЕ

I. ПРЕГЛЕД НА КОНСУЛТАНТСКИТЕ УСЛУГИ ЗА МЛАДЕЖИ
1. Обществен сектор
2. Неправителствен/частен сектор
3. ИКТ и услуги, свързани с развитие на кариерата

II. СРЕЩА С КЛИЕНТА
1. Среща с клиента. Комуникационни въпроси
2. Организация и методи
3. Как да открием и разберем нуждите на клиента
4. Предложение за съвместна работа

III. ИЗГРАЖДАНЕ НА ПРОФИЛА НА КЛИЕНТА: МЕТОДИ И СРЕДСТВА
1. Самоописание
2. Психометрични тестове – значение и видове

2.1 Способности – какво той може да прави най-добре?
2.2 Личност – как клиентът се справя с различни ситуации?

IV. СТРАТЕГИИ ЗА ПРОФЕСИОНАЛНО ПЛАНИРАНЕ
1. Съчетание между личностни характеристики и най-подходяща работа
2. Планът за действие

V. ТЪРСЕНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ ИЗТОЧНИЦИ, СВЪРЗАНИ С НАМИРАНЕТО НА РАБОТА
1. Техники и процедури за намиране на информация по време на процеса на търсене на работа
2. Какво означава търсене на работа?
3. Търсенето на работа и различните медии
4. Въведение в агенциите за търсене на работа
5. Интернет

VI. КАНДИДАТСТВАНЕ ЗА РАБОТА
1. Автобиография
2. Мотивационно писмо

VII. ИНТЕРВЮ ЗА РАБОТА
1. Стилове интервю
2. Интервюто като процес
3. Препоръки

VIII. ЗАПОЧВАНЕ НА НОВА РАБОТА

Финални думи

ВЪВЕДЕНИЕ

Автори:
Емануела Адзори, Марсела Мелис

Този наръчник, написан от няколко автора е заложен в рамката на проекта Леонардо да Винчи 2002-BG/02/B/F/PP-132018 и се обяснява с нарастващата полезност, която той има не само в през т.нар. моменти на преход, но и като дългосрочно средство, даващо възможност за самостоятелно развитие на индивидите.
Партньорите по проекта започнаха работа, споделяйки резултатите, получени от анализа на традиции и култури в съответните им страни (България, Гърция, Ирландия, Италия, Латвия, Словакия, Испания и Швеция) и по този начин осъществиха връзка по проекта и оценка на обхвата му, който превежда нуждата от услуги в областта на избор на кариера.
Преговорите между авторите за съдържанието, подхода и методите бяха много интересни и показаха големи разлики не само в структурата и процедурите, но и в услугите и нужните ресурси. Резултатът от тази дискусия доведоха до многофункционалност на наръчника. Той включва широк кръг от въпроси, изисква повече или по-малко професионализъм (особено що се отнася до психологически или други аспекти). Беше идентифицирана една обща цел, валидна за различни организации (младежки центрове, университети, училища, правителствени и неправителствени организации), занимаващи се с различни потребители и изисквания и нуждаещи се от специфична компетенция.
Това е целта на написването на този учебник – да осигури материал за професионалните консултанти.
Целева група на наръчника са консултанти в областта на професионалната реализация и професионалисти, работещи в сферата на консултантските услуги. Към тях авторите отправят процедурни и практически съвети и гъвкави методи, които могат да бъдат адаптирани към различен контекст.
Учебникът е замислен като пътуване, очертаващо курса, който консултантите трябва да следват, за да доведат клиента си до самоосъзнаване на неговия личен избор. Структурата му обхваща няколко сектора, всеки от които поставя различни въпроси и процедури.
След кратко резюме на различните структури, занимаващи се с консултантство в различните страни, като тези, въвлечени в проекта, учебникът подема въпроса за първата среща с клиента и предлага практически съвети как да общуваме с него, да установим нуждите му, да спечелим доверието му и как да установим сътрудничество.
После наръчникът продължава с представянето на някои практически инструмента за определяне и оценка на профила на клиента, обрисуване на неговата личност, мотивация, поведение и нужди. Следващата стъпка се занимава с това как добре да си послужим с получената информация. Специална глава илюстрира как да намерим подходяща работа за всеки клиент и всички крачки, които трябва да бъдат направени към получаване на съответната позиция.
Търсенето на работа си е същинска работа. Какво трябва да знае клиентът за това? Учебникът предлага точно описание, започващо с достъпа и разбиране на информационните ресурси (включително Интернет), илюстрира техниките за

осъществяване на контакт с потенциалния работодател и за написването на автобиография и мотивационно писмо. Книгата предоставя пълна информация на консултантите, така че да се стигне до интервю на клиента и до евентуално назначаване на нова работа.
Всяка глава съдържа цялостна информация, практически идеи и съвети и осигурява материали за многократна употреба като тестове, формуляри, шаблони за автобиография и мотивационни писма. В приложението консултантите биха могли да намерят специализирана информация, отнасяща се до нови форми на обучение и консултиране, т. нар. електронно обучение и консултиране.
Накрая благодарим на авторите за техния ценен принос и се надяваме поне отчасти да сме постигнали целта на учебника, замислен като помощно средство за професионални консултанти. В днешното общество консултантите имат нужда от ефикасно средство за систематизиране на информацията и ресурсите с цел да помогнат на клиентите си да се ориентират в свят, в който проблемът не е намирането на информация, а подбор на съобщения, които отговарят на нуждите и целите им.

И най-накрая ще цитираме Пол Вацлавич, който разказва историята за пиян човек, който търси нещо, застанал под уличната лампа. Полицай пита човека дали не е загубил нещо специално и човекът отвръща: “Ключът ми, ключът ми!” Те започват да търсят заедно и след малко полицаят иска да знае дали човекът е сигурен, че точно там си е загубил ключовете: “Това ли е мястото, сигурен ли сте?” пита той. “Не, всъщност не беше тук...ей там в тъмното!”
Да отидеш с някой в тъмното, да го накараш да не се страхува, означава да подкрепяш проактивен подход към непознатото и промените и впрягането на нечии възможности и умения в боравене с тях...каквато е ролята на компетентния консултант.

ГЛАВА I

ПРЕГЛЕД НА КОНСУЛТАНТСКИТЕ УСЛУГИ ЗА МЛАДЕЖИ

Въпреки че може да звучи прекалено амбициозно, тази глава се стреми да даде представа за състоянието на консултантските услуги за младежи в различни европейски страни. Авторите отдават нужното внимание на огромните различия, включително културни и/или организационни във всяка държава. В тази връзка се отчитат съществуващите разлики в областта: страните, които вече има силни традиции в сферата основно се опитват да осъвременят структурите си; новопристигналите се ориентират към създаване на подходящи такива.
Следващите страници са опит да се даде основна информация за консултантските услуги чрез описание на основните характеристики на съществуващите институции, участници и процедури. Все пак това представяне не е изчерпателно, защото не това е целта на книгата.

Автори:
Емануела Адзори, Марсела Мелис

Основните промени, настъпили в наши дни в сферата на образованието, икономиката и на пазара на труда оказват огромно въздействие върху начина, по който консултантските услуги се възприемат и осъществяват. На практика това означава, че нови участници са започнали да работят в тази сфера, използвайки различни процедури и средства. Всички тези промени трансформираха консултирането в основно средство за интегриране на хората в образователната и работната система.
Ако допреди няколко десетилетия хората бяха свикнали да търсят този вид услуги рядко, основно докато са избирали образование или професия, то сега този принцип е драстично променен. Сегашните тенденции наложиха принципа на гъвкавостта, което означава, че цикълът на живота не се възприема като линейна траектория, а като фрагментирана. Това отново означава, че работата, включително обучението, е много по-разчленена: повечето хора не работят една и съща работа през целия си живот и вероятно сменят заниманието си, а ако не, то със сигурност осъвременяват уменията си, за да могат да останат на пазара.
Ето защо консултирането все по-малко се възприема като изолирана нужда и все повече като услуга, подпомагаща хората в придобиване на умения, учеща ги да носят отговорност при вземането на решения, засягащи живота им.
Всички гореописани промени произвеждат ефект не само върху обема на предлаганите консултантски услуги като дейност или нужен професионализъм, но и върху начина, по който се структурират в система организациите, работещи в сферата (училища, университети, професионални центрове за обучение, агенции по заетостта и т.н.).
Тясната взаимозависимост между различните системи е взела поука от характеристиките на икономиката и пазара на труда. Въпреки всичко тази особеност за съжаление е далеч от трансформирането си в ефективна мрежа между всички засегнати участници. Ситуацията бавно се променя към последвала взаимозависимост между институции, ресурси и процедури.
Основната разлика между институциите и организациите, работещи в това поле лежи в тяхната природа – правителствени/публични или неправителствени/частни.
Правителственият сектор обхваща всички услуги, предоставени от обществените канцеларии, министерства, държавата, регионите и привинциите. Частният се състои от асоциации, организации и фондации. Освен тези две обширни категории в наши дни съществува цяла вселена от услуги, базирани на интернет, предоставящи както информация, така и консултиране онлайн.
Много рядко тези три сектора действат в система, предоставяйки завършени услуги, съчетавайки източници и професионализъм. Най-често тези институции работят индивидуално или под някаква форма на партньорство.

1. Обществен сектор

Почти във всяка страна правителствените институции определят националната политика към децата и младите хора. Те очертават младежката политика, работят върху формалните документи, планират и координират специфични младежки дейности и програми. Функционират като координационен орган на други институции; предоставят информация и професионална консултация в сферата на работните места, осигуряват методологическа подкрепа на други институции, занимаващи се с подобни дейности, образователни и професионални (включително напредване и квалифициране), участват в консултацията и

подпомагат работодателите в създаването на нови работни места и програми за млади хора.

В този сектор най-често се срещат три обширни сфери:

- Институции, зависещи от Министерствата на образованието.

Тази сфера включва най-вече училища, колежи и университети. Настоящият опит доказва нуждата от включване на консултантски напътствия в основната програма. Ако допреди няколко години това беше продукт на изолирани програми, целящи да свържат образованието с пазара на труда, в днешно време почти всички училища предлагат повече или по-малко развити постоянни консултантски услуги, подпомагащи учениците си в техния бъдещ избор. Услугите могат доста да се различават по структура и управление, но често предлагат следните дейности – организиране на семинари, срещи, посещения, издаване на материали, напътствия и т.н.

- Институции, зависещи от Министерствата на труда.

Почти в никоя от споменатите страни Министерствата на труда не целят да подобрят резултатите от образованието и да намалят безработицата. Това се счита за културен и донякъде естествен факт; докато в САЩ Министерство на труда е институцията, която осъществява връзка с пазара на труда, включително и консултантски услуги. В наши дни се смята, че централизацията е остарял управленски принцип. В много сектори Щатите предоставят властта на местните институции, които по-добре се справят със специфичните нужди и общуват с потребителите.

В полето на труда се случва същото. Социалните промени показват, че е време не само за изграждане на нови структури, но и за действия, окуражаващи младите или други хора в неравнопоставено положение, както и за предотвратяване на безработицата, а не за лекуването й.

Ако преди трудувата политика се базираше на чисто бюрократични процедури, днес се възприемат по-гъвкави методи като се споделя опитът, натрупан в частния сектор, като в крайна сметка човекът е в центъра , както и неговия потенциал, нуждите му от образование/обучение и умения, или т.нар. “персонално-центриран” подход.

Тази ситуация вече е реалност в някои части на Европа със силни традиции в сферата, докато в други още доста трудно се изгражда, тъй като системите им са напълно неадекватни на новите предизвикателства, заложени от ЕС, чийто приоритет е най-развитата икономика като резултат на инвестиране в гражданите си и човешкия ресурс.

- Местни услуги, зависещи или от общините, или от регионите.

В сравнение с другите този сектор е най-труден за обобщаване. Всъщност е известно, че регулациите на местните институции варират много от страна в страна. Замесените участници и институции често са напълно нехомогенни дори в една и съща държава.

По принцип в тази област се включват всички услуги, осъществявани от общините, провинциите и регионите директно чрез техните кабинети (центрове за намиране на работа и др.) или чрез по-малки асоциации, финансирани от тях. Към тази обширна

категория трябва да се добавят дейностите, предлагани от дружества или други инициативни асоциации.
Характерно за тези услуги е, че са свързани с определена територия, въпреки че повечето от тях сега се изправят пред трудността да реагират на постоянно променящите се технологии, ресурси и процедури.

2. Неправителствен/Частен сектор

Неправителствените институции се дефинират като система от организации, които се различават по брой и характеристики, цели и мисии. Опитът да се обобщи или да се представи работата, извършвана на различни нива от тези организации е наистина труден.
Най-голямото разделение вероятно е между професионалните и доброволчески организации. След това между тези, предлагащи услуги в областта на професионалното развитие като основна дейност или предлагащи тези услуги като второстепенна дейност.
В повечето случаи изброените организации само предоставят информация и консултации относно възможности за образование или обучение; поради тази причина те не могат да бъдат изключени от този сектор, нито го представляват напълно.
Този преглед на организации вероятно е прекалено обширен за целите на тази глава, но е важно да се спомене.
Множеството организации, работещи в този сектор всъщност показва от една страна гъвкавостта на частния сектор при ангажирането му с такива належащи нужди (младежко образование, информация или незаетост). От друга страна това подсеща за нуждата от регулиране на сектора чрез въвеждането на определени стандарти, касаещи структура, ресурси и процедури.
Общо казано НПО рядко предлагат услуги като напредване в кариерата, подобряване на жизнения стандарт, организиране на дейности за свободното време, предпазване на младежите от жестокости и експлоатация, осигуряване на образователни програми, водещи до наемане на работа, управление на дейности в помощ на млади работещи хора или хора с увреждания.

3. ICT и услуги, свързани с развитие на кариерата

В наши дни се случиха много забележителни промени в областта на консултантските услуги. Влиянието на новите технологии се наблюдава в много сектори от частния и обществения живот. Това доведе до две важни последствия: от една страна последователното модифициране на съществуващите услуги и начина, по който те се предоставят; от друга страна те просто позволяват създаването на нови услуги, напълно различни и коренно префасонирани от технологиите, чрез които се доставят.
В този първи случай организациите, занимаващи се с този вид дейност са задължени да работят чрез достъп до най-нови информационни технологии.
Това доведе до значителни промени в:
● пазаруването или достъпа до нови медии (hardware and software)
● осъвременяването на уменията и способностите
● достъпа до интернет
● възможност за комуникация в реално време.

Във втория случай провайдъри и други услуги по интернет първи се възползват от потенциала на новите медии, прилагайки го в консултантските услуги за младежи и в много други сектори.
Информационните технологии определено представляват помощ за младите хора в търсенето им на работа (както в чужбина, така и в родната им страна).
интернет услугите не могат, разбира се, да предложат консултиране на живо (без специална технология за видео конференция), но все по-често предлагат информационни източници за стандартизирани консултантски услуги, образователни програми и институции, програми за младежки обмен или развлечения (основно компютърни игри).
Процентът млади хора, които се възползват от тези услуги все пак е още нисък, нехомогенно разпределен по страни, влкючително и в тази презантация (както е показано в проучването, направено в рамките на този проект на Леонардо да Винчи – развитие на консултантски услуги за млади хора и анализ на нуждите от консултиране). По този начин сърфирането в Интернет се превръща в привилегия. То задължително зависи от местожителството (дори в рамките на една страна има разлика между градовете и провинцията), от дохода и от социалния статус на потребителите – работещи, студенти или безработни. Както и да е, през 21ви век тези услуги са немислими без помощта на информационните и комуникационните технологии. Те могат да бъдат използвани на www.careercenteronline.org и CD "На пазара на труда".

ГЛАВА II

Среща с клиента

Тази глава анализира темата за първата среща с клиента. Тя тук е описана като много съществена част от цялостния подход. Това е моментът, когато се изгражда връзката между консултант и клиент и базата за бъдещо развитие.
Тъй като първото впечатление е основата, от която вероятно клиентът решава дали да продължи или не сътрудничеството, консултантът не само трябва да общува на междуличностно ниво, но и да организира всички елементи и ресурси, спомагащи за доверието и успеха на услугата.
Тези страници ще се занимаят със спецификата на първата среща от една страна и от друга страна с процедурните и методологически аспекти, с които процесът започва.

Автори:
Емануела Адзори, Марсела Мелис

Управлението на консултантските услуги, както вече споменахме, включва известен брой основни етапи. Един от тях е посрещането на клиента, което може да е само част от комплексната структура или основна услуга само по себе си.
Под термина "среща" ние имаме предвид позитивно и ефикасно взаимодействие между консултантите и клиента. Тази връзка включва важни комуникационни аспекти, които са под влиянието на различни фактори като заобикалящата среда, инструменти и процедури.

Тази последна част от дефиницията напомня, че специално внимание трябва да бъде обърнато не само на какво и как се казва, но и в какъв ред и каква част от цялото представлява.
Както се подразбира, първата среща косвено се отнася до началното взаимодействие между клиент и консултант. Мислейки за важността на първото впечатление, виждаме как доверието и взаимното разбиране се изграждат именно на тази база.
Клиентът не само поставя някаква молба, но преценява отговорите, обратната връзка, изказаните предложения и качеството на взаимодействието от гледна точка на лично удовлетворение. Особено внимание той ще обърне на това дали услугата е достъпна, добре структурирана и разбираема.
Елементите от обкръжаващата среда (форма и организация на пространството, мебелировка, информационна мрежа, местонахождение и достъпност до средства за самооценка) всъщност допринасят за цялостното качество на услугата толкова, колкото и комуникационните методи.
Тази глава ще се занимае с най-практичните моменти от първата среща и ще отдели особено внимание на комуникационните и организационни въпроси.
За тази специфична част от целия процес консултантът се нуждае от специфични знания и умения. Въпреки че първата среща е много кратка, тя изисква способност за работа с различни групи клиенти (младежи, хора с увреждания, студенти и безработни), които се намират в стресово състояние, поради факта, че споделят проблема си с някой за първи път.

Поради тази причина консултантът трябва да организира дейността по следния начин:
- Осигуряване на подходяща обстановка.
- Водене на комуникационния процес.
- Представяне на предлаганите услуги.
- Илюстрация на ролята и функциите си.
- Систематизиране на нуждите и въпросите на клиента.
- Илюстриране на периода от време и организационната рамка на консултантския процес.
- Анализ и оценка на нуждите на клиента.
- Формулиране и осъждане на съответна стратегия.
- Отлагане на процеса в случай на нужда.

1. Среща с клиента. Комуникационни въпроси.

Първоначалната среща е тази на взаимно представяне и разбиране (консултантът и услугата от една страна и клиентът от друга).
По време на тази фаза консултантът трябва да демонстрира:

- пълно внимание
- повишен интерес
- неподправено желание за разбиране
- липса на оценяване на чутото
- лиса на напътстваща функция

Тези методологически препоръки сочат, че консултантът трябва да намери средства за сътрудничество, имащи за цел комуникация с клиента, а не неговото командване. Това означава, че комуникационният процес не трябва да бъде ориентиран само към мотивиране на клиента ("Аз ще ти кажа какво/как да направиш"), но и към неговата лична мотивация ("Ние ще определим и организираме твоите нужди, така че да намериш призванието си").

Що се отнася до съдържанието на тази първа обмяна на информация, консултантът трябва да обърне внимание на следните елементи:

а) реципрочна/въвеждаща информация
б) нуждите на клиента
в) поясняване на предлаганите услуги
г) наличните професионалисти и ресурси в мрежовия център

Взаимодействието изисква консултантът да:

- бъде общителен и да покаже искреност и интерес
- адаптира изказа си (вербален и невербален) към този на клиента
- обясни значението на консултанството (повтаряйки ролята и целите на срещата)
- приспособи тона и скоростта на речта си към нуждите на клиента
- се изразява ясно и синтезирано
- следи и поддържа емоционалния контакт
- изслушва активно (никога да не прекъсва, да показва интерес към това, за което се говори, да е сигурен, че клиентът е наясно с казаното, да помага на клиента да формулира идеите си, да обръща внимание на невербалната част от речта)
- общува по интересен и активен начин
- използва езика на тялото
- накара клиентът да говори колкото се може повече
- изрази симпатия и съпричастие
- изпробва постоянно ефикасността на общуването
- реформулира концепциите и идеите си
- винаги да поема отговорност в случай на грешка или недоразумение
- обмисля преди на отговори
- обсъжда
- поддържа интереса на клиента за следваща среща

Както се вижда от този дълъг списък, комуникационните елементи, играещи роля при първата среща, не са много различни от тези, които се отнасят и до бъдещи срещи. Въпреки всичко разликата се състои в това, че при първа среща те повече изпъкват. Психологическите бариери, които клиентът има при първа среща могат да направят ненужни усилията на консултанта. Те могат да бъдат породени от факта, че клиентът не познава консултанта, че трябва да сподели лични неща, от незнанието му какво да очаква от срещата и какво да попита и т.н. Консултантът трябва да има предвид не само временното безпокойство на клиента си, но да бъде подготвен да работи с най-различни

индивиди, към всеки от които да изготви различен комуникационен и емоционален подход.

2. Организация и методи

Както вече споменахме, позитивните методи спомагат за изграждането на ясна и разбираема връзка. Поради тази причина е важно да се погрижим за оформяне на пространството и други елементи от обзавеждането. Офисът сам по себе си е носител на информация за предлаганата услуга, връзката, която може да бъде осъществена и какво може да се очаква.
Сред факторите, на които трябва да се обърне нужното внимание са архитектурата, информационната мрежа, плана, разстоянието между двамата – въобще всички детайли, които биха допринесли за запечатване на спомен у клиента, който да му напомня за мястото, където се намира.

Нека сега разгледаме тези елементи един по един:

АРХИТЕКТУРА: това се отнася до начина, по който е организирано пространството, избора на мебели и подреждането им. Затова е важно да се избягват скрити места, трудни за достъп или липса на стени, гарантиращи комфорт на клиента.

ИНФОРМАЦИОННА МРЕЖА: вътрешно разположение, което кодира, организира и улеснява определено поведение и общуване. Да се избягват: неудобни столове, затруднен достъп до помещения и държане на клиента прав.

ПЛАН: сбор от писани и неписани правила, отнасящи се до клиента. Те идентифицират социалната и междуличностна връзка, която се осъществява още с влизането в помещението (клиентът веднага трябва да се ориентира дали трябва да чака на опашка, да не се предреди и обезпокои някой друг клиент... това са все неписани правила, които клиентът трябва да разбере само оглеждайки се наоколо и наблюдавайки аранжирането на пространството).

ДИСТАНЦИЯ: анализът на пространството позволява на консултантите по-добре да изградят връзка с клиента. Известно е, че разстоянието може много да варира според културните, етнически и социални фактори. Едно и също отношение към различни хора може в един случай да бъде прекалено дружелюбно, а в друг – студено. Следната схема показва какво точно трябва да е разстоянието, на което се намират един от друг консултант и клиент:

- Интимно: може да варира между 20 и 50 см според индивида и културата му. Под интимно разстояние се разбира това, на което човек допуска малко хора, тези, с които има близка връзка.

- Лично: може да варира между 50 и 120 см според индивида и културата му. Допуска се от близки хора, които нямат интимна връзка.

- Социално: може да варира между 120 и 300 см според индивида и културата му. То обозначава формална връзка и взаимно уважение.

- Обществено: може да варира между 300 и 800 см според индивида и културата му. Обикновено е характерно за хора, които общуват в публичното пространство.

Консултантът не бива да скъсява разстоянието, делящо го от клиента и трябва така да организира пространството, че да улесни комуникацията и да премахне бариерите. Ето затова помещението, в което се провежда консултацията трябва да е приятно и да предоставя лесен достъп на клиента до наличните ресурси (вестници, обяви, компютри) и места, където се провеждат дейностите (интервю, писане, четене...).

3. Как да открием и разберем нуждите на клиента?

Както вече беше споменато първоначалният подход е при взаимното представяне на консултант и клиент.
Консултантът тогава трябва да представи себе си, ролята си, предлаганите услуги и методи за постигане на определени резултати.
По време на тази фаза консултантът записва личните данни и нуждите на клиента.
Консултантът получава полезна информация и започва да изследва очакванията на клиента. Воденето на бележки улеснява ориентацията на консултанта в ситуацията, във формулирането на някои идеи, записвайки информация за клиента, която може да бъде използвана за в бъдеще.
Интервюто трябва да е насочено към изричното детерминиране на нуждите на клиента чрез изучаване на дейностите и резултатите, които той вече е постигнал, интересите, мотивацията и бъдещи планове свързани с обучение и/или работа.
В този първоначален стадий консултантът играе много важна роля - трябва да изясни и обобщи всичко, което е казано. Изясняването на въпросите е важно за по-нататъшната ефективна комуникация.

Консултантите могат да използват различен тип въпроси:

А). ЗАТВОРЕНИ ВЪПРОСИ

- за получаване на конкретна информация
- за изясняване и потвърждение на написаното
- при затруднено изразяване от страна на клиента
- при привличане вниманието на клиента към специфична тема

Б). ОТВОРЕНИ ВЪПРОСИ

Те обикновено дават възможност на клиента свободно да изрази своите осъзнати и неосъзнати нужди.
В частност отворените въпроси могат да са от полза:

- за изясняване на сложна информация

- за разширяване обхвата на засегнатите теми
- в началото на интервюто за долавяне мнението на клиента
- винаги, когато клиентът демонстрира увереност и желание да изкаже мнението си

В). ИЗЯСНИТЕЛНИ ВЪПРОСИ

Те са средство за различна формулировка на казаното и в частност за:

- изказване на това, което клиентът мисли/казва по различен начин
- насърчаване на клиента да изясни нуждите и идеите си
- избягване на общи и двусмислени изказвания
- изясняване на казаното от клиента и предлагане на подходящо решение

За тази цел консултантът трябва:

➢ да задава въпроси, които позволяват събиране на нужната информация

- чрез отворени въпроси за улесняване на комуникацията
- чрез затворени въпроси за задържане на вниманието върху определена тема
- чрез изяснителни въпроси за получаване на определени отговори и ориентиране на разговора върху специфичен въпрос

➢ да изслушва внимателно дадените отговори

- чрез фокусиране на вниманието върху това, което клиентът иска да каже
- чрез избягване на прекъсвания

➢ да задава насочващи въпроси според предварително зададените модели

- знаейки точно какви въпроси да зададе за да изследва нуждите на клиента
- постоянно да сравнява дали получената информация съответства на насоките, които трябва да се следват
- да реформулира въпроса си ако получената информация е непълна или противоречива

По време на първото интервю е нужно да се обърне внимание на използвания подход. Той трябва да даде свобода на клиента, като акцентът винаги се поставя на аспектите, които дават възможност на човек да разчита на собствените си възможности, способности и усещане.
Щом събере необходимата информация консултантът трябва да продължи с анализ на нуждите на клиента на тази база.
Така систематизираната първоначална информация може да изисква потвърждение или реформулиране: консултантът например трябва да вземе под внимание всяка допълнителна информация в добавка или поправка на вече получената.
Докато изследва даден аспект, консултантът е добре да аргументира нуждата от изясняването му.

В случай, че времето не е стигнало или клиентът е срещнал трудности по време на срещата, трябва да бъде насочена втора среща.

4. Предложение за съвместна работа: подписване на договор с клиента

След като консултантът определи и анализира нуждите на клиента, той трябва да отправи предложение за извършване на консултантска дейност, изяснявайки какви стъпки трябва да се предприемат и каква подкрепа може да бъде оказана. В тази връзка е важно да се напомни, че консултантската роля е да илюстрира, поясни и аргументира предложението си като се опира на информацията, събрана по време на интервюто. Консултантът ТРЯБВА да остави клиентът абсолютно свободно да реши дали иска да продължи или не.
В случай, че клиентът приеме, има две възможности: консултантът се заема със случая или насочва клиента към различна (по-специализирана услуга). Съвместното желание за продължаване на дейността бива конкретизирано с подписването на т.нар. "договор".
Подписването на договор за консултантска услуга оказва значително психологическо влияние върху клиента, като го кара да изрази изрично желание и обвързаност до приключване на консултирането. Консултантът трябва да е наясно, че подписването на договор може да е доста стресиращо за клиента. Затова е нужно предварително обстойно обяснение и кратко описание на основните елементи от договора. Приложените примери "Резюме от срещите" и "Договор" могат да улеснят консултантът както в бъдещата му работа с клиента, така и с ръководене на собствената му работа.
Подписването на договора представлява края на първата среща. Изводът от срещата заслужава специално внимание. Тази стъпка трябва да се фокусира върху определени условия:

- познавателно: консултантът трябва да обобщи разискваните по време на срещата въпроси и извършени дейности
- социално: консултантът трябва да удовлетвори клиентът
- мотивационно: консултантът трябва да мотивира клиента като поддържа интереса му и задълбочава изследваните въпроси

В заключение консултантът назначава следваща среща с клиента или го препраща към по-специализирана услуга (осигурявайки контакти, адреси, източници).

ГЛАВА III

ИЗГРАЖДАНЕ НА ПРОФИЛА НА КЛИЕНТА: МЕТОДИ И СРЕДСТВА

Личното ни развитие променя бързо и радикално професионалния ни опит и способности и понякога тези промени преобръщат по-раншните ни познания и преживявания и създават съвсем нови.
Отличителните черти на професиите вече са изтрити, бързо изникват нови.
Нуждата от преквалификация е едновременно спешна и трудно уловима.
Знанията трябва непрекъснато да се обновяват и пропастта между тях и нужните способности за работа в индустриалното и комуникационнно обкръжение тревожно нараства. Важно е човек да е способен да оцени предимствата на настоящата си работа, но да има предвид и нови възможности.
Вече не е достатъчно да се правят изводи от оценките и опитът на някой. Те не дават актуална и изчерпателна информация за способността на човек непрекъснато да се адаптира и поема нови отговорности, накратко неговото умение да учи цял живот.
Следващата глава дава основна представа за следващата стъпка в областта на консултирането
– изграждане профила на клиента. Може да се открие комплект от пркатически и теоретични материали за разкриване характера на клиента.

Автори:
Сара Пърсън, Андреас Рънсън, Малин Рейниц, Джонас Лундберг, Аско Калиониеми

1. Самоописание

Добре би било разговорът с клиента да започне с представяне целите на дейността. След това трябва да се продължи или с различни психометрични тестове (виж повече в точка 2), или със серия от интерактивни упражнения, в които клиентът заема главна роля (както е описано по-долу). Без значение кой път ще поемете, имайте предвид следното:

Ключът за цялата подготвителна работа е да се опише настоящата ситуация – кой е клиентът, в коя област е добър и кои от неговите интереси могат да се приложат в работата му. Някои основни въпроси, които трябва да бъдат поставени:

- Кои са най-харектерните качества на клиента?
- Какъв професионален опит има клиентът?
- Какви са интересите му?
- В коя област е добър?
- Какви качества виждат в него другите?

За да определите гореспоменатите точки, вие като консултант може да дадете на клиента си да попълни този списък или да му зададете въпроси по време на интевюто:

Кои са най-харектерните качества на клиента?
Помолете клиента си да попълни десет свои качества, които го описват най-добре.
1…….
2…….
3…….
4…….
5…….
6…….
7…….
8…….
9…….
10……
.

Какъв професионален опит има клиентът?
Следващата задача за клиента е да изреди всички качества, които са важни от професионална гледна точка и да опише кои от тях той е придобил и използвал. Те може да са придобити по време на образованието или професионалния му опит, от ръководенето/участието/членуването му в различни асоциациии и организации, опит, натрупан в чужбина, чужди езици, компютърни умения. Може да насочите клиента си да се допита до мнението на приятелите и семейството си. Възможно е някой да е заемал същата позиция.

Дейност/сфера	Придобити знания/умения	Какви качества са се изисквали?

Интереси
Нека клиентът ви посочи 5 области на интерес от по-долния списък.

Интереси:

Ръчна работа Монтаж/поправка/инсталация
Шофиране/управление

Готвене Животни/растения
Охраняване/сигурност

Дизайн/рисуване Експерименти/проучвания
Разследване/планиране

Даване на съвети и подкрепа Персонал/админ. услуги Грижи/лечение

Театър/музика Информация/обучение Изкуство и занаяти

Обобщете в две изречения 5те области, посочени от клиента.
……
……
……

В коя област е добър клиентът?
Нека клиентът ви посочи 10 от изброените качества, които той притежава, като може да добави и несъществуващи в списъка.

<u>Клиентът притежава следните качества:</u>

Сръчност и ловкост Способност за разбиране Формулиране на въпроси

Изпробване на нови идеи Изобретателност Лесно възприемане на нови технологии

Разрешаване на проблеми Организаторски способности Постигане на резултати

Разбиране и следване на инструкции Обучаване и обясняване Окуражаване на другите

Работа под напрежение Работа с детайли Възприемане на нещата в тяхната цялост

Работа с цифри Работа в екип Взимане на решения

Оказване помощ на другите Работа на открито Убеждаване на другите

Забелязване нуждите на другите Енергична работа в екип Определяне на приоритети

Изслушване Писане Завършване на събития

Започване на проекти Управление на проекти Търсене на информация

Помогнете на клиента си да обобщи 10те оградени качества в 1-2 изречения. В какво е добър?

……
……
……
……
……

Обратна връзка: Какви качества виждат другите в клиента?

За да се получи пълна картина за профила на клиента, добре е да се чуят мненията и на други хора. Те могат да видят качества в клиента, за които той не си дава сметка. Помолете клиента си да използва личните си контакти и нека неговите колеги и семейство му помогнат да формулира силните си страни.

Например той/тя може да зададе следните въпроси:

- ♦ Кои са силните ми страни?
- ♦ Как бихте ме описали пред някой друг?
- ♦ Какви качества трябва да развия?

Задача 1: Нека клиентът ви зададе тези въпроси на човек, който го познава поне от 3 години.

Обобщете казаното за клиента ви:
……
……
……
……
……

Задача 2: Нека клиентът ви зададе същите въпроси на някой, който го познава от 3 месеца максимум.

Обобщете казаното за клиента ви:

……
……
……
……
……

Обобщение: Списък от качества
Избройте 5 качества на клиента си:
1……
……..
2……
……..
3……
……..
4……
……..
5……
……..

Обобщете силните страни на клиента:
……
…..……
……..
……
…..
……
…..

Обобщете интересите му:
……
…..……
……..
……
…..
……
…..

Какво означава да имаш работа?

Знаете какво притежавате, но не и какво може да имате в бъдеще. Промята често означава период на несигурност, което от своя страна означава липса на опора, което е доста неприятно за голяма част от хората. Може да има пречки, някои от които истински, а други – измислени. За откриването на нови начини и възможности е важно човек да има гъвкаво мислене, за да вижда нови начини и възможности, а не само трудности. Един от начините да помогнем на клиента да се прости със старите си навици е да го подложим на нови изпитания, които да повишат качеството му на живот.

Това е въпросът, който много хора не са си задавали:
Какво се случва когато си намеря работа?

Ето някои въпроси, които могат да бъдат обсъдени с клиента по време на интервюто:

° Каква е мотивацията му?
° Какви са предимствата да имаш работа?
° Какви са недостатъците?
° Какво ще се промени когато си намерите работа?
° Как ще се справите с промените?
° Подготвени ли сте за реакциите, които ще последват?
° Как това ще промени икономическия ви статус?
° Важно ли е да започнете да подготвяте хората до вас за възможните промени?

Когато тези части се съединят и образуват цяло, това дава пълна картина на ситуацията, в която се намира клиентът. Така е по-лесно да се прецени какво иска клиентът и какви лични цели да започне да си поставя. Когато настоящето положение на клиента се изясни, тогава вече е по-лесно да се определеи неговото ниво и да се започне с изграждането на подходяща за него стратегия. По този начин повече от всякога имаме шанса да изясним и определим всяка стъпка с цел по-бързо и ефикасно постигане на целите. Знаейки къде се намира клиентът и каква е следващата стъпка, е по-лесно да се намерят сили и мотивация за трудната работа, която предстои.

Индивидуално интервю

Чрез индивидуалното интервю консултантът и клиентът заедно могат да обсъдят началните цели, опирайки се на анализа на настоящата ситуация. Като консултант вие трябва да преминете през този етап, определяйки силните и слаби страни на клиента си и оказвайки му подкрепа. Вие трябва да обърнете внимание на позитивните страни, като по този начин го мотивирате и повдигате самочувствието му.
По време на интервюто вие определяте целите на клиента и начертавате план, който описва нужните етапи за постигане на целите. През следващите интервюта вие трябва да преследвате предначертаните цели и дори да поставите нови. Като консултант вие не трябва да предлагате готови решения и да водите клиента към определена посока. Вашата роля е да зададете правилните въпроси, така че клиентът сам да достигне до някакво решение и оттам нататък да си постави цели. Когато отговорите идват от самия него, той се чувства по-сигурен и по-високо мотивиран. Поемането на отговорност играе много важана роля в този процес. Способността на клиента да поеме отговорност за собствените си мисли и решения повишава неговия шанс за успех.

Методи на интервюто за намиране на решение

Разликата между традиционния диалог и разговорът, водещ към решение, е създаването на различен начин на виждане на проблемите и притесненията. Вместо да ровите и разпитвате за самия проблем, можете да се фокусирате и наблегнете на положителната страна от въпроса.

След като опишем какви са методите за решаване на проблема, можем да ги разделим на две части: методи за водене на разговор и поведение.

Двете части се преплитат непрекъснато и методът работи най-добре, когато използвате всички усъвършенствани техники и ги прилагат като част от цялото.

Изобретателните въпроси в дискусионния метод предоставят невероятен метод след като вече сте определили целите на клиента и какво той иска да постигне. Можете също да дискутирате от какво от направеното той е доволен и каква би могла да е следващата стъпка. Задавайте различни въпроси за бъдещето, между които и такива за начините за постигане на желаното. Трябва да осигурите положителна обратна връзка за вече постигнатото и утвърдите напредъка чрез празнуване на успеха.

Това поведение предполага уважително посрещане и поведение, и уверение за позитивните намерения на всички участващи към извършената работа. Тръгвайки от общото, трябва лека по лека да работим и оценяваме резултатите и с какво трябва да продължим. Това дава възможност на всеки от клиентите ви да бъде видян и чут и това избистря картината на клиента за самия него. Първото интервю се провежда в началото на проекта и след това през известен период от време се провеждат други. По този начин двете страни се опознават по-бързо. Консултантът може да ускори този процес като задава въпроси за начина на живот, личността и мечтите на участника. Клиентът също може да задава въпроси на консултанта. Идеите се раждат и обсъждат, може да се критикува и приема критика. Последното служи за изясняване на пълния портрет на участника за него самия. Положителната критика е много важна за самочувствието на клиента, както и личната му мотивация за развитие. По време на тези дискусии трябва да се начертае план за действие, който се доразвива по време на следващите интервюта.

Прието е, че казаното по време на интервюто остава между двамата участници, освен ако те не се договорят за нещо друго. Важно е да се изясни защо провеждаме лично интервю и нашата роля в него.

По време на интервюто

1. Определяне на целите чрез дискутиране
- Какво искате да постигнете с разговора?

2. Как щеше да изглежда случаят, ако проблемът беше решен? (мечтаната ситуация)
- Тук могат да последват въпроси, свързани с това какво би се променило когато мечтаният ден настъпи.

3. Въпроси касаещи взаимоотношенията
- Какво би озбачавало за X когато вие се доближите до целта си?
- Какво друго може да се забележи?

4. Въпроси, които се задават по изключение
- Осъществило ли се е някога някое от пожеланите неща?

5. Въпроси по скалата от 1 до 10
- Колко близо сте до целта си?
(1 = въобще не и 10 = правя всичко необходимо за постигането й)

6. Въпроси за мотивацията
- В каква степен сте подготвени да постигнете целта си? (1 = въобще не съм и 10 = правя всичко необходимо за постигането й)
- Колко вероятно е да постигнете целта си? (1 = въобще не е, 10 = напълно сигурно е)

7. Следваща стъпка

8. Пауза

9. Обобщение

<u>По време на цялото интервю</u>

- Уловете и затвърдете появилите се средства
- Потвърдете, че разбирате проблемите и негативните последствия, както и че са необходими усилия това да се промени
- Правете се, че нищо не знаете
- Обобщавайте
- Разглеждайте по-подробно въпросите
- Помогнете на клиента в изясняване на нещата

<u>Съвети</u>

Задавайки въпроси, които съдържат кой, какво, кога и как, вие можете да задълбочите и конкретизирате интервюто. На този тип въпроси е невъзможно да се отговори просто с "да" или "не". От друга страна клиентът може да отговори "Не знам" и това е добър начин да се продължи интервюто.

Ако клиентът отговори "Не знам", вие може да продължите:
- Да предположим, че знаеше, какво би казал тогава?

Или задавайте въпроси за важни хора от неговото обкръжение, например:
- Ако попитам съпруга/децата ви, те какво биха казали?

Ако клиентът се затруднява с въпросите или каже, че са трудни, съгласете с него и кажете:
- Аз задавам много трудни въпроси, така че можете да си помислите.

Ако клиентът се затруднява да мисли за "мечтаната ситуация", можете да формулите фразата по следния начин: "когато въпросът е решен".

Ако клиентът ви не е реалистичен (Аз ще спечеля лотарията), съгласете се и кажете:
- Да, това би било прекрасно, нали?

Ако клиентът настоява, попитайте:
- Колко вероятно е това да се случи, какво мислите?

2. Психометрични тестове – значение и видове

Тестовете сами по себе си не представляват никакви истини и трябва да бъдат разглеждани като добавка към интервюто, която отива по-далеч и по-дълбоко в дискусията и дава по-ясна картина. Има различни видове тестове – такива, които са ориентирани към техническата част и други – към личността на клиента. Направените тестове и последвали дискусии оформят основата за изграждане на плана за действие на даден клиент. Благоприятно за отбелязяане на личното развитие на клиента се оказва повторното решаване на тестовете. Така можете да се уверите дали клиентът е извършил прогрес или стои на същото място. Резултатите ще определят нужната работа в бъдеще по отношение на поставените цели, плана за действие и мотивацията.

2.1 Способности – какво той може да прави най-добре?

Има няколко различни теста за определяне на способностите на клиента: нумерично мислене, маханично мислене, абстрактно мислене, пространствено мислене, устно представяне, употреба на езика и правопис. Източници: www.career-test-advisor.com

Механично мислене

Тези тестове изпробват способността на клиента да разбира движещите принципи на машините. Висок резултат на този тест означава, че клиентът може да е инженер или механик. Тестът определя способността за решаване на механични въпроси по логичен начин и затова е ценен метод за оценка на механичните способности. Ако клиентът получи висок резултат на този тест, както и на тези за пространствено и абстрактно мислене, той би трябвало сериозно да се замисли за научна, математическа или дейност, свързана с технологиите.

Пространствено мислене

Това може би е най-трудният тест. Той отразява способността за разбиране на математически концепции на високо ниво. Ако резултатите от тези 2 теста са високи означава, че клиентът вероятно трябва да се заеме с кариера в областта на технологиите или науката. Пространственото мислене определя способността за визуализиране, 3-D мислене или мислено рисуване и позициониране на предмети при показване само на модел.

Абстрактно мислене

Това се отнася до способността на клиента да мисли с визулани конфигурации. Въпросите от този тест съдържат модели и серии, които трябва да бъдат допълнени. Те са невербален метод на възприемане и много психолози ги използват за откриване на природна интелигентност у клиентите си. Способностите, които този тест разкрива са приложими в архитектурата, дизайна, рисуването и компютърните изкуства, като например CAD (Computer Aided Design).

Лингвистични способности

Лингвистичната грамотност е способността за добро и граматически точно общуване. Тя е показател за това дали човек прави разлика между граматически правилно и неправилно, пунктуация и начин на изразяване. Това дава отлична предтава за представянето на клиента в училище. Докато професии като писане и преподаване изискват добре развити езикови способности, почти всички дейности, изискващи висше образование предполагат едно доста добро ниво на езиково владеене.

Правопис

Правописът е важен в училище, университетската дейност и за много професии. Неговото владеене е най-добрият показател за лекотата и бързината, с които човек може да усвои машинопис и стенография. Слабият правопис не е задължително показател за ниско образование, но на него се гледа като на пречка за изява в професии като журналистика, застраховане и преподаване.

Устно представяне

То се отнася до способността на клиента да облича мислите си в думи. Устното представяне също показва умението му да разбира устно изказани концепции или идеи и да прави връзка между тях. Доброто владеене на устната реч е много ценно в правото, психологията, човешките ресурси и някои видове управление.

Нумерично мислене

То разкрива способността на индивида да събира, изважда, умножава и дели. Приложимо е в сферата на счетоводството, банково и застрахователно дело и някои инженерни дисциплини.

Това упражнение разкрива доминиращите способности на клиента. Освен че повишава мотивацията му, то дава и ясна представа към каква дейност да се стреми.

За по-подробна информация за индивидуалните способности, личностни тестове и интерактивните им варианти посетете Виртуалния Център за Развитие на Кариерата www.careercenteronline.org.

Възможности, откриващи се пред клиента

Попълвайки своето ЗХОИ (Знания, Характер, Опит, Интереси) клиентът може да се ориентира накъде да поеме. Дали ще работи с хора, услуги, машини, деца, компютри и т.н.?

10 възможности

Професии, свързани с публичност
Професии, които не са свързани с публичност
Половин работен ден в различни компании
Консултантство
Собствена компания
Обучение
ЗХОИ: Каква специалност:

Знания
Характер
Опит
Интереси Клиентът ги сравнява с обкръжението си.

Това какво казва за себе си клиентът е ключът към начина, по който гледа на бъдещите възможности. Окуражавайте клиента си не да мисли за настоящата си работа, а за неговия личен план.

Най-важната стъпка в тази задача е:

Да се даде шанс на всички възможности да бъдат обмислени, т.е. клиентът трябва да разгледа такива алтернативи, за които не се е замислял преди. Опитайте се да добиете реална представа за ситуацията и задавайте въпроси. Когато клиентът спре вниманието си на дадена възможност, не позволявайте да изпъкнат евентуалните трудности. Вместо това нека той се концентрира върху нея. Обсъдете най-обстойно избора му и изяснете какво се включва в него. Не е достатъчно клиентът да обсъжда само поднесените му възможности, много по-добре е да открие сам за себе си нови такива.

Цели

Кои цели отговарят най-добре на ЗХОИ на клиента? Какъв е най-добрият тип работодател за него? Работата в магазин може да е добра възможност. Разделете я на отделни сфери:

- дрехи
- обувки
- хранителни стоки
- музика
- градинарство
- видео
- строителни материали
- козметика
- коли и т.н.

Всяка от възможностите може да бъде разгледана по-подробно с цел да бъде избран най-подходящият отрасъл за клиента ви.
Изберете отрасъл и накарайте клиента си да направи всичко възможно, за да си изясни спецификата на дейността на тази област. Това може да е образование или опит, но по-важни даже могат да се окажат личността на клиента, интересите му и какво той знае.
Задълбайте по-основно в избраната област и оставете клиента си напълно да си изясни какво му е нужно, за да открие как тя функционира. Колкото по-дълбоко отива клиентът, толково по-лесно му е да прецени както възможностите, така и трудностите.

Открийте проблемите

В Европа се прадлагат хиляди работи. Много хора се опитват да разрешат проблема си по рутинен начин, или просто това не е точният проблем. Светът е пълен с възможности, окуражете клиента си да ги открие! Ако клиентът ви си търси работа, той трябва да е активен. Също и изобретателен. Накрайте го да проучи дейността, колегите, колко души са наети, кога и защо работят, как работят и т.н. С какво той би могъл да допринесе?
Трябва да се опитате, без никой да разбере, да се свържете с възможно най-много хора и да разберете възможно най-много.
Колкото с по-сериозен проблем се захване клиентът, толкова по-добре ще бъде платен. Запомнете, че възнаграждението не
означава само пари.

Обявата за работа във вестник сигнализира за 3 неща:

1. Съществуваща нужда
2. Някой е готов да плати за това
3. Някой се нуждае от завършен “продукт”

С други думи може да се каже, че компанията има проблем, който трябва да бъде решен. Не всеки, който има нужда от персонал пуска директно обява. По тази причина е важно клиентът ви да информира работодателят по какъв начин може да е полезен за решаване на проблема. Проблем винаги има, но не е сигурно, че там някъде съществува някой, който да го реши. Как човек може да реши проблем? Като го направи видим!

2.2 Личност – Как клиентът се справя с различни ситуации?

За да си изясни клиентът настоящата ситуация е важно да определи кой е той и как функционира както сам, така и с помощта на други хора. Веднъж това сторено ли е, много по-лесно ще му е да използва силните си страни, за да получи това, което иска. В същото време той добива представа и за слабите си страни и това му дава възможност да ги подобри. Всичко това повишава неговото самочувствие и самопреценка и той би могъл да се справи в ситуации, намиращи се в рамките на неговите способности и знание.

За клиентът ви ще е по-лесно да разбере заобикалящия го свят, ако го гледа през собствените си очи. По принцип всеки знае, че личностните характеристики не са

единственият решаващ фактор за успех в работата. Все пак те са решаващ фактор за способността на индивида да се справи с работата си, т.е. някои черти от неговия характер улесняват и подпомагат работата му, а други я ограничават.

За да направи човек цялостен анализ на личността си, трябва да се захване динамично с тази задача. Това не може да бъде постигнато само с помощта на един тест, тъй като личността се състои от много променливи. Разсъждавайки по тези въпроси стигаме до извода, че личността се състои от голям брой схеми на поведение, които динамично си взаимодействат във променящи се обстоятелства, адаптират се, развиват се и си пречат в зависимост от миналото, бъдещето и бъдещите постижения.

На тестовете трябва да се гледа като на пряк път за започване на дискусия относно личността на клиента. За да постигнете максимално задълбочен и ясен разговор за характерните му черти, трябва да изградите атаката си върху резултатите от теста. За начало оставяме клиента сам да разгледа резултатите от теста си и да сподели дали те отоварят на неговата представа за него самия. Това се прави с цел анализ на валидността на резултатите. Следващата стъпка е обсъждане на резултатите с консултанта в индивидуално интервю с цел получаване на обратна връзка, която да доведе до по-ясна представа за характерните черти на клиента, както и неговите знания, предимства и недостатъци.

Друг начин за разглеждане на тази ситуация е дискусията в група. Работата в група може е чудесен етап от личностното развитие. С набор от адаптирани средства в добавка към уъркшопа клиентът ще е способен да се пребори със собствените си бариери. Групата също може да бъде използвана като метод и “огледало” за клиента.
Най-често резултатите от работата в екип са вдъхновение, опит и изострена проницателност.

<u>Тест</u>

Има различни тестове, разкриващи отделни черти от личността. Майерс-Бригс (определяне на тип) е един от най-широко използвани тестове за собствените навици и групови функции. Тестът е разработен от Майерс и Бригс и е конструиран на базата на теориите и разработките за психологическите типове на Карл Густав Юнг (типология). Има други тестове, които подчертавт стила на учене (анализ на стила на учене) и тестове за лидерство (например PAEI). Освен гореспоменатите причини, проблемът с тези тестове, е че нито един от тях не представя пълната истина и трябва да се разглеждат само като основа за дискусии. Тестовете трябва да се провеждат от дипломиран специалист.

Ако консултантът не притежава такава диплома, той може да добие представа за характера на клиента си чрез по-общи тестове, които той познава и знае как да работи с тях. Тестът обстойно и независимо се анализира както от клиента, така и в индивидуално интервю с консултанта.

2.3 Мотивацията – какво клиентът действително иска да прави?

Трудно е посредством тест да се измери мотивацията. Тя се изявява, когато клиентът сам има възможност да действа, да опитва и почувства, че се приближава до целта си. Започвайки с целите на клиента и помагайки му да ги анализира, проблемите стават предвидими и разрешими. Мотивацията се появява, когато клиентът ясно вижда какво иска и как да го постигне. Ролята на професионалния консултант е да задвижи интервюто, да се фокусира върху позитивното и да го представи в перспектива. Тук се прилага методът на интервю за фокусиране върху решенията.

Има няколко истина за мотивационните тестове, които се предлагат:

Оценяването на мотивацията е различно от личностните и тестовете за умения. Те не се концентрират върху това какъв човек сте, нито върху силните и слабите ви страни. Вместо това те се фокусират върху предпочитанията ви. Оценяването на мотивацията обикновено е моделирано като тест за "силен избор". Преминавате през редица въпроси и посочвате кои дейности харесвате и кои - не. Например: От изброените дейности посочете тази, която най-много ви харесва, и тази която на-малко:

1. Шофиране на автомобил
2. Поправяне на автомобил
3. Конструиране на автомобил

За разлика от резултатите в тестовете за интелигентност, резултатите от мотивационните тестове не се сравняват с тези на други хора с цел принадлежност към определена група. По-скоро вътрешна "рентгенова снимка" на предпочитанията на индивида се сравнява със характеристиките на различни професии.
Посредством някои доста сложни статистически модели се изчислява връзката между дадените отговори и се разкриват областите, в които човек е най-много (и най-малко) мотивиран да успее.
Има стара поговорка в консултантските среди, че хората работят с комбинация от 3 категории: предмети, информация, хора. Истината е, че е доста по-сложно. Всеки добър мотивационен тест ще определи сферата на предпочитание на индивида, но във всяка сфера има десетки професии.

Знанието и опитът означават много, но да си мотивиран и да покажеш интерес, е по-важно за работодателя. Вижте слънчевата история по-долу. Тя се отнася за 50-годишна жена и доказва, че при съществуването на правилен подход лесно може да се намери решение. Това е важно, особено когато се работи с млади хора.

Случаят на клиент X

50-годишна жена, която преди си е търсила работа, но не е работила от 14 години.
Тя се регистрира за проекта, като заявява, че единственото нещо, от което се интересува, е да завърши шофьорския си курс. Ние се съгласяваме като уточняваме, че ще е важно да се присъедини към съвместните срещи, тъй като те се включват в проекта. От личното интервю става ясно, че по-рано тя е претърпяла някакъв неуспех, страда от чувство на

тревога, има проблеми с гърба и рамената си, а също така и с близнаците си, които не посещават училище. Иначе тя е в добро здраве и е способна да работи.
Отказва да свали ватенката си и държи чантата си провесена през врата, притискайки я в гърдите си.

Оценката в този случай беше, че за нея е важно да възприеме проблемите си на сериозно и да се опита да намери решение, вместо да се съгласява, че има много пречки. Да прецени какво действително е важно и най-вече да реши каква работа би била подходяща за нея и какви са предимствата.
Например ако работеше, това как би се отразило на децата й??? Ще поемат ли те отговорност за собствените си съдби?
Страхът й, че отново може да се провали, се трансформира в : Имаш късмет, че вече си претърпяла неуспех; вероятно знаеш как да го избегнеш следващия път. Ще си способна да идентифицираш сигналите и да го избегнеш.
Всички разговори съдържат въпроси за различни аспекти от това да имаш работа и да си способен сам да помогнеш на себе си.
Днес тя работи и децата й са щастливи. Още има същата болка във врата и раменете си, но се е примирила: "Това е нещо, от което всеки страда, така че защо да мрънкам???"

Този процес отне около 5 месеца и се оказа много плодотворен. Но не всеки път нещата се развиват толкова благоприятно.

ГЛАВА IV

Стратегии за професионално планиране

Значението на успешна каиера е различно за всеки човек. Въпреки това, смята се че всички ние описваме същата картина, когато говорим за професионалното си развитие.
Важно е да се уточни какво всеки има предвид под "успешна" кариер,а и каква е движещата му сила.Клиентите често се стремят към кариера, която е в разрез с личната им мотивация. Затова важно е да изострим тяхната интуиция.
За да помогнем на клиента да открие каква професионална посока е подходяща за него, независимо дали става въпрос за работа, започване на бизнес или обучение в чужбина, трябва да изработим план като го запознаем със спецификата на различни длъжности и уточним по какъв начин той иска да бъде нает. За всичко това можете да се консултирате в тази глава.

Автори:
Сара Пърсън, Андреас Рънсън, Малин Рейниц, Джонас Лундберг, Аско Калиониеми

1. Съчетание между личностни характеристики и най-подходяща работа

“Хората, които днес си търсят работа трябва да се подготвят да отговатят на много въпроси, свързани с уменията им да комуникират по време на интервютата.

Доклад на професионалисти по човешки ресурси от различни държавни и частни компаниии и организации показва, че това е основното качество, което се търси. Ами фирмено обучение? То идва с работата. Очевидно е, че няма да ви обучават за цивилен инженер във фабрика, но на първо време от вас ще се изисква да имате **основни качества, смятана за важни** и след това ще ви предложат обучение на работното място. Това се потвърждава с всеки изминал ден, тъй като непрекъснато се натрупват нови знания.
Известно ниво на обучение винаги се изисква, но това, от което работодателят се интересува най-много е **степента на готовност на служителя си да се развива и актуализита знанията си**. Това означава, че дългата и вярна служба не винаги са предимство в непрекъснато променящия се свят.” Джилис Херлиц

Едно от най-важните наща, за които трябва да се помисли, когато търсим най-подходящата позиция за някой е да информираме работодателя, че клиентът може да бъде полезен за успешното развитите на компанията. Ако успеете да направите това, клиентът ви автоматично ще има успех. За да изпълни това, той трябва да е наясно с дейноста на компанията и да положи повече от очакваните усилия (20% от цялата работа).
Работата също трябва да е интересна за клиента ви, а в случай, че не е, ще му е трудно да се справя с рутинната работа, което пък означава, че той ще прави само това, което се очаква от него (80%).

Днес много работодатели наемат “знания”, но на човек му се заплаща за неговото поведение!

Видове професии

Всеки човек ще ви даде различен отговор на въпроса какво е успешна кариера. Гледните точки например зависят от това колко време човек ще изкара на едно и също работно място или в каква посока би искал да се развие кариерата му.тези различия са потенциална заплаха за отделите по човешки ресурси. Рискът от недоразумения може да е много голям ако не разбирате напълно, че всеки човек има различна гледна точка за иделната работа. Понякога се случва да предложат на някой добра възможност, която на него му изглежда кошмарна.

Професор Майкъл Драйвър и Д-р Кенет Брусо са идентифицирали 400 вида професии или гледни точки за идеална кариера, базиращи се на близо 30-годишно проучване върху динамиката на различните професии.

ЕКСПЕРТНА – насоката е за най-стабилна и и исторически доминираща визия за кариера, което означава, че кариера се приема на базата на цял живот и в една и съща

работна среда. Човек може да се идентифицира с работата си. Успех означава, че той непрекъснато учи и добива повече умения в своята сфера на дейност.

ЛИНЕЙНАТА насока е фокусирана върху бързото изкачване във фирмената йерархия. Успешна кариера означава да се изкачите възможно най-високо в организацията и да имате възможно най-много отговорности.

РАЗВИВАЩАТА се професионална насока е по-нетрадиционно виждане за работа според което човек сам открива какво е призванието му (като част от ЕКСПЕРТНА, която се идентифицира с работата си и ЛИНЕЙНАТА, където човек сам изгражда кариерата си) като се движи нагоре към близка сфета на дейност (около 5-10 години). Тези промени клонят към развиване на по-широки компетенции и нови приложения на по-раншен опит.

ЕПИЗОДИЧНАТА професионална насока е най-предизвикателната и най-малко конвенционална от всички. Този тип хора смятат, че нямат определена професия. Колкото повече нови неща и промени настъпват в работата им, толкова по-добре, те се движат според принципа: ”най-постоянното нещо е непостоянството”.

Движещата сила

Хората се различават по това какво ги мотивира в работата им. Хора с Експертна насоченост ценят експертното знание и сигурността, докато движещата сила на Линейните е Силата и Постижението. Личното развитие и изобретателността мотивират тези с Развиваща се насоченост, докато Епизодичните предпочитат Разнообразието и Независимостта.

Едно от последствията за тези индивидуални различия е, че постоянната работа, възприемана като мечта от Експерта, може да се стори кошмар на някой друг (например Епизодичен). За да насочвате и мотивирате ефективно клиентите си, трябва много добре да разбирате разликите в мотивиращите фактори на всеки от тях.

Професионалното развитие не означава само да помагаме на другите да изяснят какво ги мотивира и търсенето на “успех”. Посоката на развитие също се определя от самата организация. Само вяра в собствените сили не е достатъчна за просперитета на компанията, важно е да се проучат възможности за развитие в самата компания.

	ЕКСПЕРТЕН	**ЛИНЕЕН**	**РАЗВИВАЩ СЕ**	**ЕПИЗОДИЧЕ Н**
Професионална ориентираност	Проучване За цял живот	Нагоре Нерешен	Странични дейности 5-10 години	Странични дейности 2-4 години
Движеща сила	Експертно знание Сигурност	Сила Представяне	Лично развитие Изобретателност	Разнообразие Независимост
Способности	Съпричастност	Лидерство	Изобретателнот	Широка мрежа

	Качество Специализиране	Надпревара Ефективност	Сътрудничество Отвореност Способности	Бързина Гъвкавост

Професии

Има много дейности за избор не само от професионалната насока на клиента, но и от сферата му на интереси. Много други фактори също може да са от значение при избора на работа. Накарайте клиента си да помисли какво е важно за него и кой сектор е развиващ се и къде се нуждаят от хора. Препоръчително е да посети различни компании с цел да събере информация. По този начин той може да демонстрира интереса си към перспективен работодател, както и да се осведоми какви умения се изискват от него, за да си намери мечтаната работа. Работодателите обичат да представят компаниите си и получава директно съвети за това какви способности са му необходими и никакви прогнози на света не могат да победят този вид информация.
Веднъж дефинира ли своите знания, умения, опит и интереси и изясни ли си от коя сфера на дейност се интересува, клиентът вече има началната база за моделиране на бъдещето си.

Примери за различни професии са дадени по-долу.

Администрация, финанси и право

В областта на администрацията, финансите и правото има много професии и направления. Характерна е работата с хора, представители на властта, фирми и сътрудници. По тази причина клиентът трябва да умее да общува с хора и да доставя както устна, така и писмена информация.
Примери:

- Разследване
- Планиране и проследяване на различни дейности, резултати и финансиране
- Счетоводство
- Интерпретация на закони и регулации
- Изпробване на приложения
- Доставяне на съвети и информация

За много от тези професии се изисква университетска диплома. За други позиции като секретарска, работа в офис или планиране на транспорта често е достатъчно средно образование или колеж. Дори когато се изисква университетско образование за работа в банка или застрахователна компания, има възможност да се започне дори след завършване на гимназия. Международното сътрудничество между страни, организации и компании е силно застъпено в тези дейности. Владеененто на чужди езици и познанията за други страни и култури са важен компонент към финансовото, социално и правно образование.

Строителство и конструкции

В тази област има голям избор от занимания. Клиентът ви трябва да има възможност да се мести както в собствената си страна, така и в чужбина. Той може да се занимава със строеж или конструиране на:

- Къщи
- Пътища
- Железопътни линии
- Мостове
- Заводи

Използват се различни машини и сложни инструменти. Някои дейности дават възможност за специализация в по-стари методи за ръчна изработка, това например се използва в реставрацията. Нови къщи обикновено се строят в големи градове и в такива с университети.

Компютри/ИТ

Компютърните и ИТ браншове са динамични и непрестанно променящи се. Те изискват нарастващо въвеждане на компютърни приложения, заедно с телефонни линии и комуникационни системи. В някои области промените са толкова големи, че науката изостава за по-малко от година. Границите между различните дейности се размиват и наименованието на една професия може да варира според работното място на клиента. Работата с компютри/ИТ често изисква лични контакти с колеги, поръчители, доставчици, клиенти и потребители.
В тази сфера има различни подсфери на дейност. Например може да се работи с:

- Разработване на системи
- Програмиране
- Поддръжка на системи и мрежи
- Обсужване на клиентите
- Дизайн на дългосрочни планове за ИТ употреба
- Сигурност
- Създаване на web сайтове

ИТ системите стават все по-сложни и всички сектори се нуждаят от повече специалисти. Развиващите се комуникациии също изискват все повече обучени кадри. Това означава, че през идните години активно ще се търси високо квалифициран персонал.

Здраве/Красота

Интересът към грижите за здравето и тялото се увеличава, а прогнозата е, че ще продължи да расте. Въпросът за това колко пари хората ще харчат за здраве и красота е деликатен. Ако клиентът ви предпочете да работи в тази област, той/тя трябва да е ориентиран към

работа с хора и да предлага добро обслужване. Цветоусещането и пространственото разположение са важни качества за някои от професиите в сферата. Тази група предлага много възможности:

- Грижа за краката
- Кожни процедури, маникюр
- Инструктор по тренировки и гимнастика
- Здравни консултации и грижа за тялото

Тези групи често са малки и не много известни. Много от практикуващите ги се самонаемат. Изискват се умения за планиране, управление и финансиране.

Покупки, Продажби и Маркетинг

Без значение дали клиентът ви продава коли, цветя, машини или екскурзии, той трябва да има нюх за желанията на клиентите си. Трябва да обича работата с хора и да се стреми да им предложи добра услуга. Тези, които работят в продажбите или маркетинга, трябва добре да познават пазара на стоки и услуги, с който работят. Важна е способността да се предвиждат промените. Продажбите по интернет нарастват и могат да променят структурата на заетостта в тази сфера. Особено нараснали са покупките между компании посредством електронна поща (или други ел. пътища). Когато компаниите започнат да намират информация и поръчват стоки по интернет, ролята на продавача ще е да дава съвети и решава проблеми заедно с клиента.
Продавачите могат да работят в различни области:

- Продажби в магазин или склад
- Продажба на фирмени продукти, например лекарства или офис оборудване
- Продажба на услуги, например обучение или консултации
- Купуване на продукти или услуги

Търсенето на знания е различно в различните дейности. Познаване на клоновете и сдруженията е необходимо за работа със сдружения. За купувачите е нужно по-високо образование, особено за тези, които работят в областта на маркетинга и фирмените продажби, например университетско образование по финанси.

Занаятчийство

Занайтчийството често се опира на стари техники. Клиентът използва ръцете си и работи с различни инструменти и машини. Занаятчията поема грижата за целия производствен цикъл - от намиране на първични суровини до завършен продукт.
За добрия занаятчия се изискват дълги години опит. Често са нужни и артистични наклонности. Занаятчиите обикновено работят за себе си. Понякога се обединяват и делят инструменти и машини, за да поддържат по-ниски цени. Възможностите зависят от уменията и способността са продаваш продуктите и услугите си. Може да се започне като чирак и с времето да се придобие диплома. Занайтчийството включва много дейности и инструменти.

Ето някои от тях:

- Изкуство или работа с различни метали
- Претапициране
- Ръчна изработка
- Хлебопроизводство и сладкарство

Хотелиерство, ресторантьорство и катеринг

В тази област има много специализирани дейности. Общото за всички тях е обслужването. Клиентите се срещат всеки ден с различни хора и трябва да са способни да се адаптират към различни ситуации. Това е в сила независимо дали работи в хотел, ученически стол или пицария. Някои от дейностите в тази област са:

- Персонал на кораб
- Готвач
- Рецепционист в хотел
- Разпоредител по време на конференция
- Дегустатор по ресторанти

Работата в хотел е доста разнообразна. Сервитьорът може да застъпи на рецепцията, а рецепционистът от своя страна може да помогне със сервирането на храната и почистването на стаите.
Ако човек е минал основно обучение в тази област, му се разкриват много възможности за бъдещо развитие. Нуждата от персонал варира в различните градове и по сезони. През последните години се наблюдава повишено търсене.

Здраве и медицински грижи

Това включва всичко от преглед, лечение и грижа, както и профилактика. Здравето и медицинските грижи не се ограничават само до болниците. Клиентът може също да работи в клиника, старчески дом, фирми, училища или на частно. Лекарите и друг медицински персонал могат да бъдат свързани с фирми, които наемат персонал за различни болнични заведения.
Възможни дейности:

- Преглед и лечение на пациенти
- Лечение на пациенти с нарушени двигателни способности
- Оказване помощ на инвалиди
- Работа с лекарства
- Консултации за диети и здраве
- Помощ на хора, имащи проблеми с речта, зрението или слуха

Индустриално производство

Производствената индустрия доставя първични суровини и готови стоки. Новите продукти са много сложни за производство. Работниците не само оказват поддръжка, но и участват в цялостния производствен процес. Производството, както и някои от съоръженията се контролират почти изцяло от компютри. Тези, които работят по поддръжка на машините често имат знания на програмисти. Тези, които следят производствения процес наблюдават и контролират процеса с набор от компютри от контролната зала. Организацията на работното пространство е автономна и се характеризира с голямо разнообразие от задачи и отговорности.

Примерни дейности в тази сфера:

- Надзор и грижа за машините
- Електроника
- Дърводелство
- Заваряване
- Контрол на индустриалното производство

Инсталация, експлоатация и поддръжка

Тази област включва много видове дейности като електротехник, машинен оператор, транспортен и строителен механик и др. Много хора работят в производството и комуникациите като обслужващ персонал или консултанти.

Примери:

- Автомонтьори и дриги механици
- Поддръжка на сгради
- Компютърно откриване на грешки
- Контролиране на строежи
- Различни видове инсталации

Изискванията на околната среда и пестеното на електроенергия създават дейности като реконструкция, модернизация, инсталация и поддръжка на по-икономично отопление и вентилиране. Грижата за отоплителните централи строителните технологии лежи в ръцете на специалистите. Става все по-ценно за електротехниците да могат да поправят и машини.

Култура, медии, дизайн

За медиите, културата и дизайна са характерни творчески и градивни дейности.

Примерни дейности:

- Фотография
- Изготвяне на ръкописи
- Пеен на сцен апред публика

- Изработка н ареклами
- Рисуване
- Работа с технологии за производство на филми или ТВ програми

Що се отнася до култура, клиентът може да работи като част от екип, подготвящ театрална пиеса. Обикновено писателите, преводачите и хората на изкуството работят сами.

Мечтата на много хора е да работят в сферата на културата. Има голяма конкуренция както за стажове, така и за постоянни и временни назначения. Самостоятелната работа на твореца изисква не само талант, но и постоянство. В някои случаи, дори след дълъг период на обучение, на клиента му е трудно да се справи. Обществените институции предлагат много възможности за работа в библиотеки, театри, радиа/телевизии и декориране на помещения. Търсенето на дизайнери и други сътрудници в областта на рекламата варира в съответствие с финансовата ситуация. Дизайнерската дейност бързо се развива и се предвижда все повече хора да се занимават с нея в бъдеще.

Опазване на околната среда, здравни грижи и отпадъци

В тези сектори има много дейности. Целта на някои от тях е създаването на благоприятна работна среда. Изследват се рисковете и проблемите и се издават препоръки, както и се контролира дали условията на работа са в съответствие с правните наредби. Ако клиентът работи на закрито - във фирма за почистване или пералня, се наблюдава неговото работно място (офиси, частни домове). Останалите дейности са:

- Грижа и опазване на природата
- Следене качеството на въздуха, водата и почвата
- Контрол на индустрията
- Работа с фактори, застрашаващи околната среда
- Контрол на хранителните припаси
- Защита на животните
- Отпадъци, например рециклиране, канализация, събиране и сортиране на отпадъци

Нуждата от обучение в тази област варира. Университетско образование се изисква за работа с опазване на околната среда, здравни грижи и условия на труда. Това означава, че човек трябва да има широки познания и като правило образование, свързано с естествените науки, технологии, финанси, право или информатика в комбинация с обучение по опазване на околната среда. За работа по канализацията и чистотата обикновено се предлага обучение на работното място. Нужни са познания за материалите, технологиите и нови работни методи.

Натурално стопанство

Комбинацията от селско и горско стопанство и градинарство се нарича с общото название зелен сектор. Друга обединяваща характериситика е, че това е физическа работа и заетите обикновено са в близост до природата. Много от селскостопанските и горски дейности са

претърпели промени в следствие от навлизането на по-нови технологии. Условията на труд са се подобрили, тежката работа се извършва от машини и компютъризацията предполага по-квалифицирана дейност.
Примери:

- Грижа за животни или селскостопански съвети
- Работа в стопанство с животни и машини или градинарство
- Работа с коне или домашни животни
- Засаждане или изсичане на дървета
- Грижа или проектиране на градини
- Проучвания и развитие в областта на селското и горското стопанство

Научна дейност

Обществената работа изисква научна дейност. Широката специализация е от полза в много дейности. Сътрудничеството между биолози, химици, инженери, техници и компютърни специалисти се задълбочава. Като важни дейности се възприемат опазването на околната среда, производство на лекарства, изработка и обработка на първични суровини. Изследването на тези области напредва, например в микробиологията и генеологията, а това означава, че много професии ще се адаптират с тяхното развитие.

Основни дейности в областта:
- Проучвания
- Развойна дейност
- Обучение
- Разследване

Много учени работят като изследователи и преподаватели в университети. В болниците има физици по лъчева терапия например. Биомедици анализират резултати от тестове. Токсиколози изучават причините, пораждащи рак. Биохимици, микробиолози и фармацевти разработват нови и по-ефикасни лекарства. Физиците са заети в индустрията, а геолозите използват познанията си в строежа на пътща и тунели.

Педагогическа дейност

Учителската професия е една от непрекъснато променящите се. Учителите трябва да са готови непрекъснато са добавят нова информация и осъвременяват методите си на преподаване. Също така те трябва да се адаптират към различни групи ученици. Може да се работи с всички възрастови групи – от деца в детската градина до по-големи в колежи, гимназии и университети. Тази професия изисква самостоятелност, но и отговорност за развитието на учениците. Денят на учителя включва следните дейности:
- Преподаване
- Планиране на учебната дейност с колегите
- Ръководене на бюджет, например за тетрадки
- Задочно преподаване по интернет

Социални дейности

В социалната сфера има доста възможности за работа. Броят на старите хора се увеличава и много от тях се нуждаят от грижи и подкрепа. Извършвайки социална дейност клиентът ви помага и подкрепя стари хора в различни периоди и ситуации, които те преживяват.
Характерни примери:

- Оказване на помощ, грижа и подкрепа на по-възрастни хора и инвалиди
- Грижа за малки деца, докато родителите им са на работа
- Наблюдение на затворници и прилаганите мерки за адаптирането им към света
- Семейни консултации
- Работа с пристрастени хора и младежи, нуждаещи се от помощ
- Работа в социални бюра, например финансиране на социално слаби граждани и семейни проблеми
- Работа в младежки център или като асистент на учител в училище

Дори църковните служби се включват в социалните дейности. Свещениците съветват членовете на енорията си и се занимават с лесно уязвими хора.

Сигурност/охрана

В охранителската дейност може да се избира между много занимания. Клиентът може да се занимава с предотвратяване на инциденти и престъпления, или след като вече са се случили. Забелязва се засилване на противопожарните мерки за сигурност. За в бъдеще ще се отделя все по-голямо внимание на предотвратяването на инциденти.
В областта на сигурността може да се работи:

- Охрана на сгради и хора
- Предотвратяване на пожари
- Спасителна дейност
- Контрол по летищата
- Брегова охрана

Работата включва контакт с хора и сътрудничество между различни професионални организации. Например полиция, митници, брегова охрана и летищен контрол обединяват усилията си в борбата срещу контрабандата и тероризма.
Търсенето на различни видове охрана нараства в градовете и градските зони. Поради развитието на технологиите, свързани с аларми против обири, не си заслужава да се спомене, че числото на позиции за охранители непрекъснато расте, дори когато услугите за сигурност не показват видимо развитие.
Усъвършенстването на охранителските услуги се дължи на развитието на технологиите в целия бранш. В бъдеще ще има повече изисквания към владеенето на чужди езици, техническата компетентност и адаптивност на служителите.

Технологическа работа

Броя на компютърните и електронни приложения в технологията нараства. Технологиите в стоките/услугите се адаптират все повече и повече към нуждите на съответните клиенти. Забелязва се нуждата от повече гъвкавост, анализ на клиентите и планиране на производството. Техниците са в диалог с клиенти и доставчици; няма вече масово производство.
Съществува огромен брой инженерни направления и повечето от тях са специализирани например в:

- Строителна дейност
- Планиране на производството
- Контрол на качеството

Транспорт

В областта на транспорта се наемат хора с различно образователно ниво. Бързото развитие на компютърните и информационни технологии засяга дори транспортния бизнес. Технологиите предоставят нови възможности за по-добро планиране на транспорта. В същото време изискванията за по-бързи и точни доставки нарастват. Пътуването и транспортът се осъществяват 24 часа в денонощието. В транспортния бизнес клиентът може да работи с:

- Сухопътен транспорт
- Железници
- Корабен транспорт
- Въздушен транспорт

С развитието на технологиите се променя и характера на търговията. Непрекъснато се развиват информационни и комуникационни технологии, което пък изисква по-добро владеене на технологии, чужди езици и компютри. Въвеждането на компютри улеснява и усъвършенства работата на шофьорите и работещите в складове.
Нуждата от персонал, зает в транспорта се увеличава и в бъдеще ще се търсят повече шофьори на камиони, автобуси и влакове.

Дейности от бъдещето

Развитието на нови технологии например в компютрите и биотехнологичните браншове ще създаде нови професии в бъдещето. В туризма и околната среда също има потенциал. Синдикатите се опитват да използват тези възможности за заетост като подкрепят проучването и развитието на нови технологии.

Алтернативни начини за намиране на работа

Има много начини за добиване на нужната квалификация с цел намиране на работа. Един от методите е да се наблегне на практическото познание, а не на теорията. Практическите ситуации са свързани с действителността на работата и клиентът има възможност да получи изискващите се от компанията комппетенции.

Стажуване/Чиракуване

Стажът дава възможност да се съчетаят учението и работата. Този тип обучение има дълги традиции и е път към намиране на работа.

Условията за наемане на стажанти датират от древността. Първите са били въведени преди около 4000 години. Крал Хамураби (1792 – 1750 пр.н.е.) от древна Месопотамия е първият, който легализира условията за наемане на стажанти.

Във Финландия тези споразумения се прилагат за занаятчиите през 17 век. Задругата започва да практикува тази дейност като метод за обучение. Дори в Германия и други европейски страни се срещат споразумения за наемане на стажанти/чираци.

Стажуването непрестанно се развива и включва финансова помощ. То е подходящо както за млади, така и за възрастни хора и отговаря на изискванията на работодателя и служителя. Този тип обучение съответства на други видове обучение и основно цели обмяна на опит или специфични умения. Центровете за обучение и агенциите по заетостта спомагат за осъществяване на контакт. Студентите и работодателите могат да се обърнат към тях за помощ.

Европейски проекти по програмата Леонардо да Винчи. Имат за цел да подобрят професионалната квалификация и това е от основен интерес за клиента ви, докато прави стаж. Всяка година около 250 000 младежи могат да се възползват от тази програма.
Целите на *Леонардо* са:

- Да развие обща европейска политика за професионалното обучение;
- Да даде възможност за обмен на студенти, стажанти и чираци;
- Да се излезе отвъд границите на професионалното обучение

Да събере опит по значителни проекти – Европейски доброволчески център за младежта

Европейския доброволчески център се занимава с млади хора между 18 и 25 години, които имат желание да работят по общ проект в страна от ЕО между 6 и 12 месеца.

Доброволецът може да е ангажиран в социални или културни проекти или такива, свързани с околната среда и в същото време да натрупа ценен опит с работата в чужбина. Участието е безплатно. Доброволецът получава джобни пари и осигурена квартира плюс диплома. Имайте предвид, че това е по-ценен опит от истинската работа. Ценно приключение е за студенти и младежи, но те не получават възнаграждение като доброволци.

Условия за наемане на работа

Има два типа наемане на служители – на постоянен и временен договор. Вторият начин съществува под много форми и различни условия.

- **Постоянна работа** – най-сигурният начин за наемане. Работното време и условия на временно наетите служители трябва винаги предварително да бъдат договорени между работодател и служител.

- **Временна работа** – съществува под следните форми:

- Заместник – Позиция по заместване на някой, който например е в отпуск, болен е или е на някакво обучение. Заместникът работи на мястото на определен човек или услуга, докато замествания се върне.

- Пробен период – наемане за определен период от време, но не повече от 6 месеца. Прилага се когато не е ясно дали служителят има достатъчно знания и може да се справи със задачата. След приключване на пробния период обикновено се сключва постоянен договор, освен ако работодателят или служителят не решат нещо друго.

- Работа по проекти – наемане за определен период от време за работа единствено по някакъв проект. Трудовите отношения приключват със завършване на проекта.

- Допълнителна работа – когато някой е нает за определен период от време с цел да помогне при натрупала се работа.

- Сезонна работа – за определен период от време, в зависимост от работата. Някои дейности се извършват в точно определен период от време, например бране на плодове.

- Практическа дейност – при провеждане на практическата част на обучението на работното място. Не се включват същите осигуровки както при временната работа.

- Кандидатстване – това е период на обучение, който води към постоянно работа. Обикновено се практикува от току-що завършили студенти и колежани. Обучението е с практическа насоченост, но има и теоретична част. Става въпрос за постоянна позиция.

Наемане на човешка сила

Изискването за повече гъвкавост е една от причините за увеличаване броя на консултантските агенции. Една от техните дейности е наемането на персонал за други организации, които се нуждаят от помощ за различни периоди от време. Развитието на дейността не е минало безпроблемно. Много от заетите в този вид агенции са в несигурна ситуация и с несигурен доход. Качественият подбор на персонал често пъти е труден. В някои случаи служители на консултантски агенции са уволнявани с цел наемането на нови. Всички те имат голямо текучество на персонал и най-често не членуват в синдикални организации. Характерно за бранша е, че служителят върши работа за агенция, към която не принадлежи; това представлява допълнително усложнение за синдикатите.

Все повече хора са на временна служба, работят по проекти или само когато има нужда от тях. Други са ангажирани в агенциите за временна заетост. Ясно е, че голяма част от работещите не сключват трудов договор и това е най-често разпространено при млади хора.

2. Планът за действие

За планиране на бъдещата си кариера е нужно клиентът да има ясна и структурирана картина както за собствената си личност, така и за бъдещето си. Начертавайки си план на действие, клиентът може да вземе съдбата си в собствените си ръце. Той/тя също може да получи прозрението, от което се нуждае, за да го мотивира и води.

Планът за действие ще му помогне не да върви надолу по наклонената плоскост, а активно да се потруди за успешното си бъдеще. Също е по-лесно да се справя с промените, въпреки наличието на определена цел и ясен план за действие.

Осъзнаването и прозряването на професионалните и личните качества играят важна роля за изготвянето на стратегически план за намиране на подходяща работа. Някои от нещата, за които консултантът трябва да помогне на клиента си:

° Да го запознае с възможностите и подготви за по-лесно намиране на работа
° Индивидуално напътстване
° Изготвяне на стратегия и план и за действие

Планът за действие съдържа конкретно предложение без значение дали клиентът търси работа, обучение или стартира собствен бизнес. Начертаването на такъв план ще му помагне да види по-ясно как да постигне набелязаните цели. Планът трябва да съдържа пълен списък на бъдещите цели и начините за посигането им във времето.
Времето за изпълнение варира според посоката, която клиентът си е избрал да следва в бъдеще. По-долу има примери за това как планът за действие се свързва с намиране на работа, образование в чужбина или основаване на собствена компания.

Работа

Нека клиентът ви осъществи контакт с представители на бизнеса, не влизащи в набелязанато от него група и в друг район на страната и да ги попита как си представят идеалния служител и какви са основните пречки за намирането му.

Клиентът ви трябва да проучи до каква степен интересите, квалификацията, опитът и образованието са важни за тяхната сфера на дейност. С колкото повече хора се свърже, толкова по-наясно ще е с изискванията към служителя и как той трябва да изглежда.

Помолете на клиента си да сравни получените резултати с неговото ЗХОИ (Знание, Характер, Опит, Интереси). Ако той/тя се интересува от бизнес, вероятно ще открие допирни точки. Ако образованието е важно за бизнеса и клиентът иска да учи, кой трябва да вземе решение и какво точно да учи?

Ако клиентът ни иска да бъде нает е много важно да открие какви изисквания от страна на фирмите трябва да покрие.
Ако той непрестанно се стреми към целта си, със сигурност ще се случи нещо интересно!
Клиентът ви ще забележи, че започва да се среща с хора, да чете статии по вестниците и да посещава интересни интернет страници, като всичко това буквално го приближава към целта му. Той би могъл да върши същото и без да има някаква цел наум, но няма да му обърне специално внимание. Всъщност по-важно е клиентът да разбере какви са очакванията на работодателя за обявената позиция. По този начин ще му е лесно да положи малко повече усилия от очакваното.

Какво ще прави клиентъ?
Каква е основната му цел (работа, образование, стартиране на собствен бизнес)?
Какви са частичните му цели?

Как ще ги постигне?
Какво трябва да направи, за да осъщести целите си?

Кога ще трябва да се заеме?
Кога да започне?
Кога ще трябва да приключи?
Кога ще трябва е постигнал частичните си цели?

Стартиране на собствен бизнес

Предимствата на собствения бизнес са че човек може да идва и да си отива когато поиска и сам да взима решения. Понякога клиентът може да се почувства самотен във взимането на решения и това да се повтаря.

За да започне собствен бизнес клиентът трябва да е наясно със собствените си умения да се справи с такава инициатива и да има основни познания и идея за същността на бизнеса. Последното може да е обобщено в т.нар. “бизнес план”. Това е документ, описващ дейността на компанията, финансовата й ситуация и външните фактори. Бизнес планът е полезен за лесно постигане на следното:

1. структуриране на идеите и пропуснати моменти по време на етапа на планиране
2. отговор на някои питания, и
3. изясняване на въпроси, за които клиентът дори не е и помислял преди

Обемът на бизнес плана може да варира – от няколко страници за малка фирма до обемист документ за голяма компания.

Посъветвайте клиента си да не прави грешката да изготвя подробен финансов план. Основната цел е това да бъде сторено за негова собствена сигурност. Най-добрият начин е да започне с излагането на собствениет си убеждения, идеи и виждания, но да бъде реалистичен. Бизнес планът трябва да бъде проверен обстойно. За повече информация за стартиране на бизнес и как да изготвим бизнес план вижте: www.careerceneronline.org

Образование в чужбина

Днес светът е глобализирано пространство и е още по-лесно да се учи и работи в чужбина. Обучението в чужбина е обогатяващо като за личното развитие на клиента, така и за кариерата му. До голяма степен работодателите търсят служители с определени познания и владеене на чужди езици, както и международно университетско образование. Всичко това прави клиента много по-конкурентоспособен. Клиентът има възможност да създаде международни контакти, които да са му от полза в бъдеще. На лична основа клиентът има шанс да се запознае с чужда култура и нова среда и да се сприятели с хора от цял свят. Времето прекарано в чужбина е ценен опит и спомен за цял живот!

Защо клиентът да учи в чужбина, а не в собствената си страна?

Има много причини. Може в родната му страна да няма точно специалността, която си е избрал. Важно е да си помисли какво ще прави след завършване на образованието си. Например ако учи право във Франция има големи шансове да си намери работа там, докато в собствената му страна това образование няма да е приложимо. Ако клиентът ви си търси работа в чужбина има и други алтернативи като доброволческа работа и гледане на деца.

Какви са бъдещите планове на клиента? Какъв иска да бъде?

Има много образователни профили за избор. Човек трябва да избере един и да търси подходящото обучение. Намирането на информация отнема много време и усилия. Какво ще учи клиентът? Езици, професионално обучение или нещо друго? Като правило най-бързият начин е да се запише на езиков курс. Ако планира да отиде в колеж или университет, трябва да го планира една година предварително. Консултантите в университетските информационни центрове имат повече информация за това.

Къде клиентът би могъл да учи?

Изборът на страна често зависи от степента на владеене на съответния език и възможността клиентът да докаже чрез езиков тест, че има достатъчно познания по езика и е способен да се справи. Изключение правят езиковите курсове в чужбина – клиентът може да се запише без значение дали е начинаещ или по-напреднал.

Къде клиентът би могъл да живее и работи след завършване на обучението?

Има голям интерес към това какви стипендии за образование се отпускат. По библиотеките и по интернет има справочници за консултация.
Клиентът може да погледне и т.нар. NARIC база данни http://www.enic-naric.net/, за да се информира колко ще му струва обучението в съответната страна. Там се намират и най-често срещаните въпроси и отговори свързани с “образование в чужбина”.

Помислете за това

За да учи повече от 3 месеца в страна от ЕС клиентът има нужда от разрешително за престой. Той трябва да кандидатства за него в страната, в която би искал да учи. (Citizens Europe и посолството на страната имат нужната информация). За обучение в страна извън ЕС може да е необходима виза. За нея се кандидатства в посолството на съответната страна преди заминаването.

Работа в чужбина

За да вземе обосновано решение за работа в чужбина, кандидатът, както и работодателят трябва да се посъветват относно практическата, правната и административната страна на въпроса. Порталът EURES съдържа информация за за работа в чужбина и подпомага хора, които искат да се преместят в друга страна или да наемат персонал от друга държава. http://europa.eu.inte/eures/index.jsp Друга връзка за обучение в чужбина е: http://citizens.eu.int

ГЛАВА V

Търсене на информационни източници, свързани с намиране на работа

Главата "Търсене на работа" цели да представи характерните елементи на процеса на търсене на работа. Като начало дава обща информация за основните и най-популярни средства за осъществяване на търсенето. Това е важен елемент от целия процес на консултиране и подпомагане на клиента при намеране на най-добрата за него работа. Консултантите са тези, които напътстват клиента, доставяйки му подходящи информационни източници, примери от практиката и теорията и ценни съвети. Следва подробно представяне на основните информационни източници, отнасящи се до търсене на работа: печатни материали, агенции и Интернет. То подпомага консултантите като им предлага възможност да получат реална представа за процеса на търсене на работа. По този начин след провеждане на плодотворно търсене, клиентът може да предприеме следващата стъпка от процеса на намиране и започване на работа, а по-точно самото кандидатстване, което е предмет на следващата глава от тази книга.

Автори:
Д-р Росен Петков, Светослав Димов, Цветелина Илиева

След представяне на основните стратегии за планиране на професионалното развитие е време да се концентрираме върху това къде да търсим и какво да предприемем, за да си намерим работа. Настоящата глава има за цел да представи характеристиките и елементите на процеса на търсене на работа. Първоначално дава обща информация за основните и най-популярни средства за осъществяване на търсенето. Следва каратко описание на това какво означава "търсене на работа" и как да се осъществи ефективно търсене на работа.

Подробно са представени основните информационни източници, отнасящи се до търсене на работа: печатни материали, агенции и интернет. Също така има примери, които добринасят за по-добро запознаване и разбиране на проблема и предоставят възможност на клиента да добие реална представа за процеса на търсене на работа.

1.ТЕХНИКИ И ПРОЦЕДУРИ ЗА НАМИРАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯ ПО ВРЕМЕ НА ПРОЦЕСА НА ТЪРСЕНЕ НА РАБОТА

Що се отнася до събиране на информация за предлагани позиции, можем да започнем с няколко основни начина за проучване:

- Преглаждане на печатни и електронни източници (основно вестници)
- Използване на услугите на агенция за подбор на персонал
- Търсене на информация по интернет
- Използване на мрежи от лични контакти

Клиентът трябва да е въвлечен във сички тези дейности с цел да намери подходящи резултати от търсенето. Паралелното използване на всички източници ще му помогне да достигне до ценни изводи, тъй като съчетаването на различни средства за намиране на информация дава по-пълна и достоверна картина.

2. КАКВО ОЗНАЧАВА ТЪРСЕНЕ НА РАБОТА?

Търсенето на работа е сред най-важните съпки от целия процес на консултиране на клиента.

Голяма част от от кампаниите за търсене на работа се фокусират върху детайлите и поради тази причина е полезно да се гледа на тях като на същността на целия процес. Ина няколко ключови концепции за подпомагане на клиента да си изгради положителна и плодотворна нагласа към търсенето на работа.

- <u>Ефективното търсене на работа не е предвидима поредица от упражнения, които трябва да направим</u>

Въпреки че има точно дефинирани стъпки от процеса на търсене на работа, всеки човек прилага различен подход и стратегия. Важно е да знаем, че не съществува един единствен научен начин за осъществяване на търсенето, тъй като то включва редица дейности, които се извършват едновременно.

- <u>Търсенето на работа е процес, не събитие</u>

Клиентът трябва да се научи да приема търсенето на работа като процес. Необходимо е да се планира хода на този процес във времето, като не е добре да се поставя краен срок.

- <u>Отношението на клиента към процеса на търсене оказва влияние върху резултата</u>

Накарайте клиента си да се фокусира върху намиране на идеалната работа, тази, която отговаря на интересите, способностите и уменията му, която е в съответствие с ценностите му и следва собствения му стил. Той/тя трябва да прецени как всяка възможност се вписва в рамките на настоящия и бъдещ план за професионално му/й развитие.

• Най-важен е самият клиент

Постарайте се да убедите клиента си, че най-важният ключ към успеха е той самият. Накарайте го да се почувства значим, споменавайте заслугите му и не го оставяйте да губи емоциаллна енергия като се сравнява с другите.

Как да проведем ефективно търсене на работа?

Колко подготвен е клиентът за планиране и осъществяване на ефективно търсене на работа? Успешните кандидати трябва да разполагат с информация и с добре развит ловен нюх. Има три **важни фактора за успешно търсене на работа: разбиране на пазара на труда, добре планирана** кампания и изясняване на целите и уменията.

Следващите стъки водят до ефективно търсене на работа.

1ва СТЪПКА: Самооценка

Клиентът трябва да е наясно с качествата, интересите, уменията, постиженията, опита и целите си. Въпреки че самооценката отнема доста време, тя предоставя безценна информация и улеснява вземането на решения и предприемането на бъдещи действия. Осъзнаването на собствените ценности ще помогне на клиента да си постави цели и да бъде доволен от бъдещата си работа.
Интересите са тясно свързани с ценностите и често способстват за развитието на уменията. Определят се като устойчиви и постоянни във времето. Друг ключ за успеха в търсенето на работа е изостряне на вниманието на клиента към собствените му положителни качества. Едни от най-търсените умения са тези, които са приложими в широк спектър от дейности. Те се наричат общовалидни умения. Например способността за ефективна устна и писмена комуникация, шлифованият начин на изразяване и компютърната грамотност се ценят както в частния, така и в държавния сектор.
За по-подробна информация върху самооценяването и свързани с него методи и тестове за самооценка консултирайте се с Глава 3 от настоящия наръчник.

2ра СТЪПКА: Търсене и боравене с възможностите за професионално развитие

Следващата стъпка в процеса на търсене на работа е проверка дали инентифицираните умения, интереси и ценности отговарят на изискванията на работодателите.

3та СТЪПКА: Изберете сфера на дейност и компания

След обстойна проверка на предлаганите възможности някои опции ще изпъкнат като най-реалистични и привлекателни. Те се превръщат в цели. Възможно е нито една от сферите да не се припокрива с ценностите на клиента ни, да използва всичките му умения и да развие интересите му. Въпреки това, опитайте да го насочите към избор на определена дейност, която да съответства на някои от приоритетите му.

4та СТЪПКА: Планирайте и проведете кампания за търсене на работа

Следващото нещо е клиентът ви да си определи дата за намиране на работа и да реши киолко време може да посвети на търсене. Някои хора вярват, че не могат да си позволят да отнемат време от ученето или изискващата си работа. Колкото повече контакти осъществи търсещият работа и на колкото повече интервюта се яви, толкова повече възможности се откриват пред него. Затова е добре да се съчетаят няколко стратегии.

3. ТЪРСЕНЕТО НА РАБОТА И РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИИ

Преди да привлечете вниманието на клиента към всеки един от методите за търсене на работа, направете кратка, но изчерпателна презантация на съществуващите практики. Не забравяйте да споменете традиционните, но често пренебрегвани начини за търсене на работа. Добре е и те да се имат предвид при планиране на стратегията. Обърнете и специално внимание на интернет в този процес.

И така, може да започнете с представяне на това средство за масова информация.

Медиите не се дистанцират от цялостния процес на търсене на работа и всъщност играят особена и важна роля в изграждането и поддържането на връзка между търсещите работа и работодателите.

Вестници:

Печатните медии са може би най-популярният източник за търсене на работа. Те са лесно достъпен и удобен начин за намиране на нужната информация, отнасяща се до предложения за работа.

Първото нещо, което търсещият работа трябва да направи, е да разбере същността на обявата. Това означава да се опита да открие какво всъщност се крие зад нея. В повечето случаи това не е трудна работа, но понякога работодателите използват приоми, с които трябва да сме наясно. По принцип е загатнато каква компания предлага работата и какво точно се очаква. Първото нещо, по което можем да съдим, е къде е публикувана обявата и как изглежда.

Най-лесни за разпознаване са обявите на познати и съществуващи от дълго време компании, предлагащи сигурни длъжности. Те са представени по лесен за разпознаване начин. Служителят, към когото да се обърнем е представен с името, длъжността и отдела, в който работи, заедно с точно описание на позицията и ясни правила за кандидатстване. Ситуацията е същата и със свободните места в държавни и официални учреждения.

Техните обяви носят логото на организацията и често са придружени от няколко реда информация за предмета им на дейност.

При наличието на странен дизайн и набиващ се на очи фирмен знак, това означава, че някой се опитва да впечатли търсещия работа. Това може да означава, че наистина фирмата е просперираща, или напротив – просто се опитва да демонстрира това пред конкуренти и други фирми.

Понякога търсещият работа се натъква на обяви за работа, за които е посочена пощенска кутия за връзка. Първият въпрос, който се поражда е кои са тези хора и какво се опитват да скрият? Тези две съмнения просто разколебават вероятните кандидати да се занимават с тези компании.

- Способи за разбиране на истинското значение на обявата

Моля, обърнете внимание колко е важно да се проумее истинското значение на обявата за работа. За тази цел трябва да откриете допълнителна информация от различни източници и научете клиента си как да "дешифрира" представената в обявата информация.

Всеки ден във вестниците има много класифицирани обяви за работа. Но какво всъщност означават те? Този наръчник ще ви помогне да разтълкувате най-често срещаните случаи и да разберете как работи целият процес. По-долу има списък с примери на обяви за работа за различни позиции:

Маркетинг
Нашите търговски представители печелят над 60 000 $ на година и повече!
Ако намирате спорта за мотивиращ, може би сте подходящ за нашите:
- **Щедри добавки**
- **Обучение на работното място**
- **Възможности за пътуване**
- **Бъдете си сам шеф**

Ако сте уморени от ежедневното еднообразие и имате нужда от промяна, обадете се на Джон Смит в Holiday Inn, на 28.07. Тел: 555-1121

Как да четем тези обяви:
Повечето позиции, които звучат прекалено добре, за да са истина, не са истина. Когато проверявате такъв вид обява задавайте въпроси и не бързайте да се обвързвате с нищо.

Обърнете внимание, че не са посочени нито името на компанията, нито местоположението й, не споменава и предметът на дейност.

PEOPLE POWER TEMP
Дългосрочни и краткосрочни ангажименти. Седмично заплащане. Без

удръжки. Обадете се за интервю на 55-1121.

Как да тълкуваме:
Временните назначения са полезен начин за натрупване на опит. Спрете се на такива, където работодателят плаща осигуровките.

Помощник електротехник за прокарване на жици и др. помощ. Явете се на 10.07 на ул. Алисън 42 между 9 и 12 ч. Обаждания по телефона не се приемат.

Как да тълкуваме:
Ограниченото време за кандидатстване може да означава, че компанията се опитва чрез бързина да постигне надмощие над конкурентите си.
Отидете навреме, подготвени за попълване на формуляр и в подходящо облекло. Ако закъснеете, може да не ви допуснат до интервюто.
Не звънете по телефона.

Рецепционист – пълен работен ден, текстообработка, компютърна грамотност-задълж., за предпоч. с опит, заплащане като за тийнейджъри, изгодни условия, изпратете автоб. на: п.к. 16409 до 23ти август.

Как да тълкуваме:
За тази длъжност се изисква поне 40-часова работна седмица. Трябва да владеете текстообработка, за да ви наемат. Тези, които имат предишен опит на рецепция имат повече шансове.

Заплащането няма да е много високо. Изяснете си какво се има предвид под изгодни условия преди да започнете работа. Публикуването само на п.к. крие името на работодателя. Посочването само на п.к. е законно и няма правила за разкриване на името на организацията.

Човек за приготвяне на сандвичи – Кандидатствайте лично. Г-н Иитс, бул. Фастфуд 2702

Как да тълкуваме:
Не се обаждайте по телефона на работодателя. Минете лично в по-малко натоварен момент, например рано сутринта. Облечете се подходящо като за работа и бъдете готов да започнете веднага.

Туризъм
Туристическата индустрия ще продължава да се развива в бъдеще, тъй като все повече и повече хора пътуват! Очаква се разкриване на хиляди позиции за хора с подходящо образование. Вие също можете да направите зашеметяваща кариера в туристическата индустрия като контрольор на полети, туристически агент, продавач на билети или отговорник за резервации. За повече информация, обадете се на Г-н Лукаут на 555-1121.
ЗАПОЧНЕТЕ НОВАТА СИ РАБОТА ДНЕС!

Как да тълкуваме:
Тази обява не предлага специална позиция. След като се споменава образование, много вероятно е да става въпрос за учебно заведение, набиращо студенти.

СПЕЦИФИЧНИ КЛЮЧОВИ ФРАЗИ

Когато представяте на клиента си основните моменти, свързани с обявите за работа, запознайте го със специфичните ключови фрази.
За търсещия работа е важно да свикне с определения начин на писане, характерен за някои обяви. Те са развили кодирана система, за която смятат, че останалите читатели са неспособни да разшифрират. Следният списък дава основна идея за кодовите наименования, използвани от работодателите. Това не означава, че използващите ги имат за цел да заблудят търсещия работа. Ето някои от нещата, с които служителят трябва да е наясно:

Самоинициативен
Това означава, или че кандидатът ще е единственият в офиса, който действително работи, или че заплащането е много ниско и човек получава комисионна само ако работи като куче.

Добри организаторски качества
Това обикновено включва различни дейности. Понякога вместо израза "добри организаторски умения" се използва "организиран и ефикасен".

Чувство за хумор
Това или означава, че човек трябва да прояви чувство за хумор като получава заплатата си, или че работодателите са откровени особняци.

Ентусиазъмът е по-важен от опитът
Това обикновено означава, че не могат да намерят никой, който да има подходяща квалификация. В тези случаи заплащането е ниско, защото се взима под внимание "липсата на опит".

Способен да работи самостоятелно
Тук фразата означава, че служителят ще работи сам в малка стая и ще трябва сам да се справя с всичко.

Интересна работа
Това означава точно обратно на казаното. Работата е толкова скучна, че човек се намира заровен в хартии след по-малко от час работа.

Добри комуникативни способности
Най-вероятно се работи в отдела за оплаквания или обслужване на клиенти.

Предизвикателна работа

Предизвикателството се състои в това да се работи по цял ден, а по-някога и след това. В такъв случай е важно да се обърне внимание на заплащането, ако се срещат такива кодирани думи в обявата.

Тук предлагаме кратка справка за истинското значение на най-често използваните фрази в обявите за работа.
Важно е клиентът да е запознат с тях. Те могат да са му от огромна помощ при срещането на подвеждащи фрази в обявите за работа.

Начално ниво на познания
Ще ви плащат жълти стотинки и ще вършите мръсната работа. Ние всъщност търсим куриер, но дори и те си имат изисквания и не биха стигнали дотам, че да се съгласят със заплащането, което ние предлагаме. И "Изпълнител" ще звучи толкова добре на визитната ви картичка.

Началана позиция в преуспяваща компания
Присъедини се към нас и ще получиш нещастна позиция за жълти стотинки. Ако въобще някога ти повишим заплатата, то тя ще ти стига колкото да преживяваш. Ако си късметлия, и след година ще се задържим в бизнеса.

Спешно назначение
Предишният служител кара последния си работен ден. Ние напълно бяхме забравили за това и сега отчаяно търсим нов! Първият, който се почви, печели работата!

Да спазва крайни срокове
Има огромно количество работа и разчитаме да се справите до два дена след започване.

Вариращи задължения
На този етап нямаме тояно определена позиция за вас. Смятаме, че най-добрият начин е да ти набутаме възможно най-много работа. По този начин никой в офиса не може да ти се прави на шеф.

В бързо развиващо се обкръжение
От теб очакваме да се запознаеш сам с работата. Нямаме нито пари, нито време за влагане в скъпи встъпителни дейности. Адаптирай се бързо или изгаряш.

Весела работна атмосфера
Колегите ти ще се почувстват обидени ако не пиеш с тях. Ще ти се обидят и ако не платиш сметката. Те смятат, че ще забавляват за твоя сметка.

Професионална атмосфера
Ще трябва да идваш на работа в черни строги костюми без значение колко градуса е навън. Всички ние се разхождаме наоколо и изглеждаме като задушаващи се пингвини. Старшите сътрудници се обличат в сиво.

Конкурентна среда

Имаме голямо текучество. След известно време, прекарано тук, нашите служители предпочитат да работят за конкуренцията, която им плаща по-добре и предлага по-добри условия.

Конкурентно заплащане
Ние все още сме в бизнеса, защото плащаме по-малко от конкурентите ни. Все от някъде трябва да се пести!

Допълнителни облаги
Получавате две чашки хладка чешмяна вода, които минават за кафе, а също и всичката вода, която успеете да изпиете и всичкия въздух, който успеете да вдишате. Тоалетните през повечето време са безплатни, а също и тоалетната хартия!

Редица облаги
В допълнение към гореспоменатото режем част от заплатата ти (твоя и нашия принос) под претекст, че плащаме осигуровките ти. Ние те осигуряваме, но ти плащаш вноските. Застраховката за зъболекар се покрива само ако някой от началниците реши.

Примери за обяви за работа

Ето няколко примера за обяви за работа взети от различни източници като интернет, вестници.

Пример 1:

Технически писател
Длъжност: договор за 3 месеца
Месторабота: Лондон и/или Дъблин
Започване: Възможно най-скоро
Заплата:
Агенция: Essential Data Corp.
Лице за контакт: Томас Уолш
Да може да работи с Microsoft Office, както и със сериозна техническа и процедурна документация.
Опит във финансовия или застрахователен сектор. Клиентът ни е международна презастрахователна компания.
Дата на публикуване: 27.10.2003

Пример 2:

Пример 3:

СЧЕТОВОДИТЕЛ/ реф. номер
Изисквания:
- диплома за счетодство или финанси
- мин. 2 години опит
- познаване на българските счетоводни стандарти
- добра компютърна грамотност
- способност за работа под напрежение, добри комуникативни способности

Моля, изпратете автобиография и снимка на следния адрес:

София, ул. Клокотница 35-37, вх. Г, ап. 51
Или на email annaradul@abv.bg

За да кандидатствате on-line, моля посетете www.jobtiger.bg

Пример 4:

АГЕНЦИЯ ЗА ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ ТОРО ГРУП ТЪРСИ

МЕНИДЖЪР ПРОДАЖБИ ЗА ГР. ВАРНА

НАШИЯТ КЛИЕНТ Е МЕЖДУНАРОДНА КОМПАНИЯ ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА ВИСОКОКАЧЕСТВЕНИ СТРОИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ СЪС СЕДАЛИЩЕ В ГЕРМАНИЯ И РАЗПОЛАГАЩА С 14 ОФИСА В ЕВРОПА

Основни изисквания
Сключване на договори с планьори, архитекти, търговци на строителни материали, началници на складове, строителни компании, обществени власти; създаване на търговска мрежа; планиране на доставките и техническа поддръжка; участие в панаири; асистиране на директора за България

Изисквания:
Минимум 3 години опит в продажбите, за предпочитане в строителния бизнес.
Техническо образование се счита за предимство; шофьорска книжка; английски език; компютърска грамотност – Word и Excel; гъвкавост, мобилност, отдаденост и вярност към рабоатата; висока мотивация за захващане и развитие на бизнеса в Черноморсия регион; самоинициатива и умения за убеждаване на хора.

Компанията предлага:
Фиксирана и варираща според собствените заслуги система на заплащане; служебна кола; служебен мобилен телефон; членство в голяма и развиваща се немска компания с потенциал на българския пазар.
За контакти:
Мария Симова, тел. (02) 963-38-58, 963-04-47; e-mail: hr@torogroups.com

• Изберете най-добрата обява за желаната работа

Важно е да помогнете на клиента си да избере най-добрата обява.
Но какво означава "най-добра"? Това може да се разбира по най-различни начини и да включва различни характеристики в зависимост от гледната точка.

По начало най-подходяща е тази работа, където личните виждания на клиента и целите, които си е поставил си съответстват в най-висша степен. Т.е. той ще има възможност да изрази и приложи специфичните си познания и умения в най-желаното сфера.

В същото време е важно да се попадне на най-добрата компания – такава, която вдъхва доверие и предоставя ясна и недвусмислена информация в обявата си за работа. Организацията трябва да изпълни списък с изисквания, за да бъде предпочетена като вероятен работодател. Трябва да изпише ясно името и адреса си или поне да ползва услугите на реномирана агенция за човешки ресурси. Лице за контакт, както и телефон, факс или e-mail също трябва да бъдат посочени. Информацията, отнасяща се до предлаганата позиция трябва да е представена просто, ясно и конкретно. Всякакви абстрактни и нереалистични оферти за работа се приемат като несериозни.

4. ВЪВЕДЕНИЕ КЪМ АГЕНЦИИТЕ ЗА ТЪРСЕНЕ НА РАБОТА

Агенциите за търсене на работа са друг начин за оказване на подкрепа на търсещите работа. Вестниците са пълни с имена на такива компании, които се опитват да намерят работа за самите тях. Изглежда лесно човек да се свърже с тях и те да му предложат работата, която отговаря на критериите му. За съжаление в действителност нещата не седят така просто.

Регистрирането в агенция за намиране на работа може да е много полезна стъпка в процеса на търсене на работа. Разбира се в момента може и да няма подходяща позиция, но скоро все нещо ще се появи.
По принцип клиентът не би трябвало да плаща каквото и да е на агенцията.
Все пак в някои случаи търсещият работа заплаща определена сума, за да бъде включена автобиографията му в база данни и показвана на работодатели, които търсят служител/и за свободна/и позиция/и.

Клиентът не трябва да разчита само и единствено на агенция, а трябва да опита и други начини за намиране на работа. Добре е ако е възможно някой приятел или колега да му препоръча добри агенции. Клиентът трябва да подпише договор с няколко агенции - за предпочитане такива, които работят с фирми от препдочитания му бранш/индустрия.

Преди да изпрати автобиографията си, клиентът трябва да се свърже с агенцията, защото спонтанните кандидатури често свършват в кошчето. Определено е предимство да отиде и да говори на място, като най-добрите агенции обикновено канят кандидатите на среща. Ако се занимават точно с това, от което се инетерсува клиентът, биха могли да му дадат важна вътрешна информация за състоянието на пазара на труда.

В общи линии има три типа агенции за намиране на работа:

- **Центрове по заетостта**
- **Агенции за временна заетост**
- **Агенции за подбор на персонал**

Центрове по заетостта

Те са сред най-благонадеждните. Как изглеждат обикновено? Клиентът ще забележи дълги редове от табла, където ясно е отбелязана предлаганата позиция. На всяко табло има редица оферти, съдържащи основна информация за свободните позиции с описание на задълженията, работното време, заплащането и нужната квалификация.
Също така има и специализирани национални центрове по заетостта (с регионални офиси), където безработните се регистрират и получават парична помощ докато си търсят работа.

Агенции за временна заетост

Търсещият работа подписва договор с агенция и тя му намира почасова, сезонна или работа на половин работен ден в зависимост от изискванията на работодателя. Заплащането обикновено не е високо и рядко надвишава минималната работна заплата, освен ако клиентът не е някакъв експерт или специалист. Ако клиентът притежава професионални умения или квалификация си струва да се свърже с агенция за временна заетост, защото при спешен случай работодателите се обръщат към такива агенции след като са изчерпали личните си контакти.

Агенции за подбор на персонал

Агенциите за подбор на персонал работят по два начина. Първият е когато клиентът остави автобиографията си, бива включен в определена база от данни и му се търси работа, която да отговаря на изискванията и възможностите му. Когато се появи подходяща позиция, агенцията информира клиента. Вторият начин се базира на следния принцип: фирмите се обръщат към агенциите за подбор на персонал, за да намерят най-подходящия кандидат. Агенцията извършва подбор и предлага на работодателя списък с кандидатите (вижте 3ти и 4ти пример).

Има известни и реномирани агенции, които се опитват да развият и предлагат възможно най-добри услуги на клиентите си. Обикновено след изготвянето на списък с кандидати, те провеждат и първата селекция. Кандидатите са поканени на интервю, минават тестове и други видове изпити, които проверяват уменията и способностите им. По този начин само най-подходящите кандидати са препратени към фирмите.

Някои агенции за подбор на персонал предлагат стотици вълнуващи позиции, но когато търсещият работа се запише, скоро открива, че няма нищо подходящо за него и започва да се пита как това е възможно. Работата е там, че тези агенции получават комисионна от

фирмите, за да им намерят служители и някои от обявите се пускат само за да привлекат вниманието на работодателите.

Намирането на най-подходящата формула за сътрудничество с тези агенции е важен елемент от целия процес на търсене на работа. Те трябва да се проверят и клиентът трябва да им има доверие, тъй като те ще разполагат с личните му данни.

Един от важните въпроси за тези агенции е тяхната печалба. Ако клиентът реши да се обърне към агенция, трябва да има предвид факта, че една от основните цели на тези агенции е да спечелят пари и да увеличат печалбата си. Уважаваните и професионални агенции смятат в дългосрочен план, че колкото по-добре е клиентът им, толкова по-дълго ще се задържат в бизнеса. От друга страна има друг тип агенции, които не се интересуват колко време ще се задържат в бизнеса, стига да трупат пари.

Имайки предвид гореспоменатото, важно е **да сме способни да помогнем на клиента да избере най-подходящата агенция.** Това не е лесна задача и изисква предварителна подготовка. Или трябва да дадем на клиента си списък с уважавани и изпитани агенции, или да му обясним на какви условия трябва да отговаря една агенция, за да бъде препоръчана и избрана като най-подходяща.

Ако клиентът реши да се обърне към агенция по заетостта, препоръчайте му да следва тези **насоки:**

• Използвайте агенциите за намиране на работа само като част от целия процес. Ако шансът да успеете с помощта на агенция е малък, приложете и други стратегии.
• Осъзнайте, че агенциите за намиране на работа са верни на тези, които им плащат сметките – работодателите! Това означава, че аганцията не е непременно заинтересувана да намери такава работа на клиента си, която напълно да отговаря на уменията и способностите му.
• Ако откриете служител в такава агенция, на който може да се разчита, поддържайте контакт с него. Ако персоналът от агенцията прецени, че сте съвестен, може да ви има предвид при появата на добри предложения.

5. ИНТЕРНЕТ

• Обяснете ползата от Интернет

Представете на клиента си предимствата от използването на инернет в търсенето на работа. Той може да е безценно средство за търсене. Информацията е лесна за достъп и изобилна. Все пак имайте предвид, че не е много препоръчително клиенът ви да прекарва прекалено много време ровейки в интернет. Напомнете му също, че е истина, че интернет предлага буквално неограничено количество информация, но качеството на тези източници е под въпрос.

Използването на различни търсачки е най-добрият начин за търсене на информация докато си търсим работа. Търсачките осигуряват достъп до информационни директории и

индекси. On-line ресурсите включват професионални сайтове, списъци с позиции, електронни класифицирани обяви, както и web сайтове на различни комапнии.
Има специални техники за използването на търсачките за информация, свързана с намиране на работа. Ето две по-важни:

1.Техника за използване на търсачки

Един от най-ефикасните елементи в web пространството е използването на търсачки като отправна точка за Интернет базирано търсене на информация. Тяхната употреба дава възможност на клиента да се осведоми за компании, които познава, както и да открие фирми и позиции, за които дори не е подозирал, че съществуват. Първо, използвайте търсачките като средство за събиране на повече информация за потенциален работодател, с който вече сте запознати.

Търсенето започва с издирване името на компанията. След това кликнете върху изброените сайтове за по-подробна информация. Имайте предвид, че много компании поддържат актуализирана информация за свободни позиции, което ви дава чудесно средство за намиране на нови възможности. Много организации също предлагат страница с информация за обучението, което осигуряват при започване на работа. След това можете да направите по-подробно търсене. Първо, кликнете на линията с категории, под която се е появило името на компанията. Това ще доведе до пълен списък на други компаниии в същата индустрия.

2.Техника за търсене с ключови думи

След като търсенето на имато на работодателя е приключило, клиентът може да се върне към търсачката и да въведе ключова дума.

Например ако клиентът е проверявал за учителска позиция в Берлин, трябва да въведе "учител Берлин". Това търсене ще покаже всички страници на работодатели, съдържащи тези думи. Това може да са моделирани страници, както и извадки от вестници. Но най-вероятно ще е обява за работа на техните web сайтове и би помогнало на клиента да намери работодатели, които не е успял да открие при първото търсене.

Друго приложение на Интернет е **e-mail**, или електронната поща. Това е система за изпращане на съобщения по целия свят само за няколко секунди. Ако клиентът има e-mail е крачка напред от другите търсещи работа, които нямат. Това улеснява поддържането на контакти с вероятните работодатели и изпращането на автобиография и мотивационно писмо по много по-удобен начин от традиционните средства за комуникация.

• <u>Области, в които интернет директно може да помогне що се отнася до търсене на работа</u>

- **Търсене -** това е областта, в която Интернет е първенец. Трябва да посъветвате клиента си да се възползва от това
средство за най-бързо и лесно събиране и ползване на информация. Извършването на търсене чрез Интернет има няколко предимства. На първо място дори и малките компании

и организации си имат собствен сайт. Разбира се повечето от тях просто продават нещо, но обикновено включват и история на компанията, заедно с координати, а понякога и списък със свободни позиции. Второто предимство се състои в това, че много от печатните издания съществуват в on-line вариант . Почти всеки местен, регионален или национален вестник разполага с електронна версия. Някои от националните ежедневници поддържат редовно актуализирани бази данни за текущи позиции.

- **Съвет –** Интернет успешно се използва за намиране на информация за on-line консултиране. Както и в истинския
живот качеството на услугата варира. Клиентът трябва да е запознат със съществуващите сайтове за консултации в мрежата, но в същото време трябва да осъзнава рискът от една подобна дейност. Най-доброто място, където може да получи ценен и безплатен съвет от професионалисти, са университетските сайтове. Има on-line центрове за професионално развитие, които предлагат на кандидатите информация и услуги, професионален съвет и препоръки.

Добър пример за използването на интернет за електронни консултации и обучение е **ВИРТУАЛНИЯТ ЦЕНТЪР ЗА ПРОФЕСИОНАЛНО РАЗВИТИЕ** /VCC/ (www.careercenteronline.org), разработен в рамките на проекта Леонардо да Винчи - "Развитие на професионални услуги за младежи".
Този www сайт предоставя полезна информация за професионалното развитие и връзката му с новите информационни технологии. Той е проектиран за млади хора, които се опитват да изградят кариерата си, но може да е много ценен и за консултанти и инструктори, работещи в такива центрове.

VCC е разделен на няколко части: Е-консултации, Е-обучение и ресурси. Има специален център за обучение, където потребителят може да проследи всички необходими етапи в търсенето на работа: Самооценка – търсене на работа – кандидатстване за работа – интервю – ново работно място. Тези модули предоставят както теория, така и интерактивни упражнения и тестове и карат потребителят да вземе активно участие. По този начин той се информира лесно и по интересен и привлекателен начин за изискваните умения и компетентност, както и научва всичко необходимо за провеждането на успешна кампания за търсене на работа.

- **Обяви за работа –** когато клиентът търси определена позиция Интернет може доста да го обърка. Той трябва да се
предпази от привикване към това средство. Всъщност има прекалено много свободни места и обяви за разглеждане.
Понякога дори прилагането на метода на елиминиране не е достатъчен за да спре объркването, породено от големия брой обяви.

Също трябва да се има предвид, че много от сайтовете просто повтарят една и съща информация. За някои компании изглежда е приемливо да прекопират цели списъци от други сайтове и да ги включат в собствените си.

Тъй като се смята, че интернет е най-модерната технологична революция, много от обявените позиции вече не са валидни.

- **Търсачки -** това са програми по Интернет, които търсят и локализират on-line информация по определена тема, зададена от потребителя. Съществуват стотици такива сайтове, но най-добрите между тях осъществявят връзка с други търсачки, за да намерят необходимата информация. Обикновено клиентът вкарва ключова дума/и в полето и търсачката препуска за около две секунди, след което се появява списък. Той включва номерирани web сайтове, съдържащи ключовата дума. Не всички от тях ще бъдат от полза за клиента, разбира се. Помощното меню, което придружава всяка търсачка дава съвети на потребителя как да ги използва, за да намери точната информация.

Някои сайтове предлагат да качат автобиографията на потребителя на страниците си и да търсят най-подходящия работодател. Теоретично това е превъзходна идея. На практика обаче потребителят винаги трябва да си дава сметка, че той е един от хилядите, а вероятно и милионите, които си седят вкъщи, надявайки се работата на мечтите им сама да попадне някой ден в пощенската им кутия. Е, това дори и да се случи, няма нищо общо с търсенето на работа, а е просто полет на надеждата.

- **Мрежа от контакти** – Още едно предимство на интернет. Ако клиентът се интересува от определена професия или компания може да се обърне към хилядите новинарски групи, обмяна на ел писма или форуми, които съществуват по всяка една тема. Това дава възможност не само за търсене на информация, но осъществяване на връзка с други хора, вълнуващи се от същото. Интелигентните начини з аполучаване на информация са много, например да се говори с други хора и да се поиска съвет. Основните три са гореспоменатите новинарски групи, ел. писма и форуми. Новинарските групи не изнасят непременно най-актуалната информация. Те съдържат списък с различни теми и регистрирани участници, които изказват мнението си, споделят информация, задават въпроси и поддържат база с данни. За последните два начина сами говорят за себе си и не са трудни за разбиране.

• <u>Как да изберем най-добрият сайт с предложения за работа</u>

Преди за запозанете клиента си с най-добрите сайтове не забравяйте да му представите т.нар. “Важни критерии” за избор на сайт.
Имайки предвид, че съществуват стотици хиляди сайтове за работа, можем да заключим, че болшиството от тях не са много добри. Ако направи добър първоначален избор, клиентът ви ще си спести доста време занапред, а също така и ще получава по-малко ненужни имейли и автобиографията му няма да бъде върната.

Ето списък от въпроси, които клиентът трябва да си зададе при избора на сайт:

1. Платен ли е дотъпът до сайта?
В много редки случаи търсещият работа ще се налага да заплаща, за да види обявите за работа. Ако има такса, клиентът може да потърси друг сайт. Някои сайтове за управленски позиции са платени и в такъв случай преди да се плати, трябва да се потърси писмена

гаранция за качеството и изключителността на услугата, както и пресни примери на доволни клиенти.

2. Трябва ли клиентът да попълва формуляр или да изпраща автобиографията си?
Не се доверявайте на сайтове, които изискват да се регистрирате или да изпратите CV преди да ви доставят информация за свободни позиции. Това е сигнал, че сайтът не е заинтересуван да помогне на клиента да си намери работа, особено ако не е поместена и политика за поверителност и разяснение как се използва получената информацията. Ако клиентът трябва да се регистрира, нека достави възможно най-малко информация.

3. Лесен ли е за употреба сайтът?
Търсещият работа трябва да е в съсътояние лесно да открива нужната инормация, въвеждайки местоположението си и типът работа (чрез ключови думи или друг метод по избор). В случай на объркване трябва да има лесни за следване инструкции. Ако клиентът намира сайта за труден и неудобен, трябва да го остави, независимо колко "известен" или високо препоръчван е той.

4. Добре ли функционира сайтът (т.е. способността му да търси позиции и т.н.)?
Например ако провеждате търсене на работа за Лондон, сайтът трябва да предостави информация за всички позиции в Лондон и околността му, стига да има.

5. Разполага ли сайтът с търсените професии – "точната" индустрия, професия, работодател и местоположение?
Името на сайта разкрива дали има връзка с търсене на работа. Типичните сайтове предлагат възможността да търсите работа чрез местоположение и не обявяват населено място освен ако нямат поне една позиция за него (има и изключения!). Много сайтове предоставят възможност за търсене чрез списъци с работодатели или търсене на работодател чрез обявените позиции.

6. Обявените позиции актуални ли са или не? Проучете като се разходите чрез обявите.
Има ли дата на публикуване на обявените длъжности? Скоро ли са публикувани? Бъдете подозрителни ако липсва дата или ако всички позиции са от днес. Разбира се позиция обявена миналата седмица, миналия месец и дори последните 3 месеца може още да е валидна, а дори може и да е най-подходящата. Най-често обявата е придружена от пояснение колко време ще остане публикувана. Обявите за работа обикновено се задържат от 30 до 60 дни, а понякога и по-дълго, затова трябва да погледнете откога е най-старата в сайта.

7. Има ли сайтът достъпна и благоприятна политика за поверителност на информацията?
Обяснете на клиента си, че винаги преди да се регистрира в някой сайт трябва да се запознае с правилата за поверителност на информацията! Трябва да е пояснено как се използва получената информация.

8. Публикуваните обяви от името на работодателя ли са или от името на посредническа агенция?

По принцип за предпочитане са обявите, директно публикувани от работодателя, защото по този начин търсещият работа има възможност да се свърже директно с хората, които ще го наемат. В допълнение ако агенцията изпрати CV-то му, работодателят може да предпочете някой, който директно е осъществил контакт. Освен това посредничеството на агенция излиза по-скъпо на работодателя (той плаща такса за намиране на кандидати на агенцията), отколкото ако кандидатът дойде директно при него, въпреки че и в двата случая заплатата е еднаква. Т.е. при равни други условия кандидатът, който се е свързал директно, има повече шансове да бъде нает, отколкото кандидатът, предложен от агенцията. Разбира се, не винаги е възможно да се свържете директно с работодателя, защото някои от тях предпочитат да запазят анонимност, а други нямат подготвен персонал за провеждане на интервюта.

За обобщаване на казаното в тази глава трябва да посочим, че търсенето на работа е основен елемент от целия процес на консултиране и подпомагане на клиентите в намирането им на най-подходящата работа. Консултантите са тези, които насочват клиентите, като им доставят най-точните източници на информация, практически и теоретични примери и съвети. По този начин те са наясно кои са основните агенции за човешки ресурси, вестници и web страници, предлагащи обяви за работа в съответния регион. И така, след провеждане на плодотворно търсене, клиентът е в състояние да направи следващата крачка в процеса на намиране на нова работа, т.е. самото кандидатстване, за което се говори в следващата глава на настоящия наръчник.

Списък на добри търсачки:

Списик от ефективни и полезни търсачки в областта на професионалното развитие, образование и обучение, сайтове за търсене на работа, еКонсултации, както и много други можете да откриете в глава "ИЗТОЧНИЦИ" на виртуалния център (www.careercenteronline.org).

Справка:

- **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

ГЛАВА VI

Кандидатстване за работа

Често се казва, че самото търсене на работа си е истинска работа. Защо? Както всяка работа то отнема много енергия и време и за постигане на резултат се изисква употребата на подходящи средства и стратегии, както и в другите дейности.
На този етап клиентът е изяснил собствените си качества, мотивация и способности, докато е бил напътстван в палнирането на стратегия за постигане на някои професионални резултати.
Тези страници представят първата стъпка към действието. Какво е нужно за реализиране на личния план за професионално развитие? Тази глава представя синтез на възможните начини за достъп до пазара на труда, илюстрира някои техники за осъществяване на контакт с работодателя, характеристики и съвети за писане на ефективно CV (особено внимание е обърнато на европейския формат) и мотивационно писмо.

Автори:
Емануела Адзори, Марчела Мелис

Както стана ясно в предишната глава, информационните ресурси са доста много и се различават един от друг по съдържание и формат.
Въпреки това много от свободните позиции въобще не стигат до вестниците или други средства. В такъв случай или с цел да мотивираме клиента си, трябва да го посъветваме да поеме инициативата за осъществяване на директен контакт с потенциални работодатели.
Свързването с работодател дори преди или без да знаем за актуална свободна длъжност, е доказателство за истински интерес и активно отношение за получаване на специална позиция. За съжаление този процес може да отнеме много време и енергия и не винаги завършва с успех. За тази цел (за да предотвратим разочарованието или лъжливите очаквания) е важно да информираме клиента за предимствата и недостатъците при избор на този път.

Първата стъпка, или по-точно подготвителната, за среща с работодател е да се осведомим за компанията или самия офис. От помощ ще е добре да формулираме въпросите си и да направим добро впечатление.
След като обясни на клиента си важността на срещата със събеседник, консултантът трябва да даде примери на различни подходи за осъществяване на връзка с работодател.

ЛИЧНО (КОМУНИКАЦИЯ ОЧИ В ОЧИ)

Ако клиентът реши да се срещне лично с някой работодател, консултантът трябва да го информира да има предвид следните моменти:

- Тъй като първото впечатление е визулано, важно е клиентът да се появи в чисти и подходящи дрехи (спретнато и в зависимост от обстановката – повече или по-малко официално);

- Клиентът трябва да се опита да се свърже със специалиста по човешки ресурси или да бъде представен от служител на компанията;
- Да бъде добър слушател;
- След като се представи, да попита за свободни позиции или за някаква възможност да работи за компанията;
- Внимателното изслушване е начин за научаване и изясняване на нуждите и очакванията на работодателя;
- Да бъде подготвен за интервю или да представи CV или мотивационно писмо;
- Клиентът може да остави по едно копие от най-важните документи в случай че в момента няма свободни позиции;
- Да изкаже благодарности на човека, с който е говорил и да покаже, че оценява отделеното време.

Обаждане по телефона

Много често се налага клиентът да позвъни на работодателя или той самият да се обади по телефона. В първия случай клиентът може да отговори на обява, да уговори интервю или да получи формуляр за кандидатстване. Във втория случай работодателят може да иска да провери някои наши умения (езикови познания и др.). И в двата случая трябва да научите клиента си как да говори по телефона.

Ето списък с ценни съвети:

- Ако клиентът използва личен телефон, трябва да намери спокойна стая и да е сигурен, че никой няма да го притеснява по време на разговора. А ако използва уличен телефон, нека избере тихо място и да има достатъчно монети, за да не прекъсне по средата;
- Да има лист и химикал под ръка за водене на бележки, за да не му се налага да оставя телефона;
- Добре е да има копие от автобиографията си и дневник за отбелязване на дати;
- Добре е да си запише основните въпроси, които могат да му бъдат зададени по време на разговора;
- Клиентът ви трябва да избере подходящо време за обаждането, като избягва обедните и други почивки (понеделник сутрин и петък следобед също не е най-добрият избор);
- Трябва да представи ясно името и целта на обаждането си;
- Ако в момента няма отворена позиция, клиентът може да се посъветва с работодателя да му препоръча някой друг, да изпрати CV-то си или да бъде информиран в случай, че нещо се появи.
- Важно е да демонстрира положително отношение, дори ако отговорът е “не” да не се предава, или дори по-лошо – да настоява прекалено.

Има някои общовалидни за поведението правила, които все пак е добре да напомним на клиента си:
- Никога не прекъсвайте работодателя;
- Не пушете, не яжте и не пийте по време на обаждането;

- Винаги благодарете на събеседника си за отделеното време;
- Изпълнете договореното по време на разговора и изпратете или CV-то си, или кратко благодарствено писмо след това.

Писане

Адресирането в писмен вид до работодателя е най-разпространения подход, използван от търсещите работа. То може да е в отговор на обява или свободна инициатива. И в двата случая нека е композирано като мотивационно писмо (отидете на приложението за писане на мотивационно писмо в настоящата глава).
Уточнете, че писмото е много полезно, когато се кандидатства в компании, които имат клонове в страната и чужбина и по този начин става ясно дали някъде се нуждаят от служители.

Някои основни препоръки, с които трябва да запознаете клиента си:

- Започнете с чернова;
- Писмото трябва да е кратко и ясно и да посочва с каква цел е изпратено;
- Проверете многократно грамитиката и правописа;
- Добавете пълния си адрес за контакт;
- Писмото трябва да е собственоръчно подписано;
- Напишете го на хартия с високо качество;
- Доброто мотивационно писмо кара клиента да се чувства сиурен;
- Писмото винаги трябва да посочва позицията на работодателя;
- Запазете копие на всичко, което сте изпращали;
- Ако се изисква нещо допълнително, никога не забравяйте да го добавите!

E-mail

Много компании или агенции в наше време изискват да изпратите CV-то или кандидатурата си по e-mail.

Съдържанието на писмото по принцип следва основните правила, изложени по-горе (в писане). Въпреки това използването на електронна поща налага някои особености, за които клиентът трябва да бъде информиран:

- Текстът трябва да може да бъде разчетен от различни програми и затова трябва да бъде изпратен в текстови или ASCII формат и не трябва да бъде съхранен в последната версия на използваната програма;
- Важно е текстът и информацията да бъдат наименувани по ключови думи или изречения, защото се предполага, че по-късно ще бъдат подредени и издирвани по същите показатели;
- Ако документите се изпращат по електронен път, избягвайте да изпращате писмото си до много работодатели, то трябва да е адресирано изключително до един;
- За препоръчване е текстът да бъде изпратен като част от e-mail, а не като прикачен файл, защото понякога не може да бъде отворено;

- Винаги пазете копие на изпратеното на компютъра си или принтирано.

1. Автобиография (CV)

Различните наименования (curriculum vitae, curriculum studiorum, prefessional curriculum, resume) на този документ имат за цел да представят образованието и професионалния опит на кандидата.
Въпреки че има много опити за въвеждане на единен стандарт, няма общоприет формат.

По принцип CV-то съдържа:
- Лични данни
- Умения
- Образование и допълнителна квалификация
- Професионален опит

Изяснете основните цели на автобиографията:

- Да представи/опише кандидата
- Да подчертае опита и познанията му
- Да обобщи друга полезна информация

Както и в този наръчник, много често на клиента се препоръчва за написване на резюмето си да използва списък с модели на CV-та.
Моделът е много полезен при оформяне на текста и избор на формат и показва нагледно общовалидните правила.
Въпреки че са от практическа помощ, стандартизираните документи рядко отговарят на нуждите на всички кандидати и работодатели. Поради тази причина трябва да обърнете внимание на клиента си, че моделите служат за отправна точка и трябва да бъдат персонализирани и адаптирани към специфични изисквания.

Още нещо важно – консултантите трябва да препоръчат най-подходящия модел за CV като взимат под внимание особеностите на всеки клиент.
Някои формати изискват специфичните знания или умения да бъдат попълнени самостоятелно, а други прилягат на по-опитни хора, професионалисти, студенти и т.н.
Този раздел предлага два модела: първият е европейското CV, а вторият е стандартно CV.

Европейското CV

Запознайте се с основните изисквания и съдържание на европейското CV. От полза е да сте наясно с развитието и промените му, както и да запознаете клиента с най-актуалните.
Ето кратка история на произхода на идеята и причината за развитието на общ европейски стандарт:

По време на подготвителния етап на Европейския Съвет в Лисабон и по-късно в Барселона е изразена необходимостта от предприемане на инициатива за улесняване на гражданите на Европа в достъпа им до обучение и работа на континента.

Всъщност гражданите на страните членки на ЕС имат законното право да учат и работят навсякъде в рамките на съюза, но все още има практически пречки в прилагането на тези права. Признаването, прозрачността и единността на квалификациите в такъв смисъл се явяват основни изисквания и европейското CV е един от създадените способи за улесняване на този процес (вижте ECTS и Планът за Мобилност).
Той е развит в сътрудничество между правителства, работодатели и синдикати и се използва доброволно, както на хартия, така и в електронен вид в родната страна или чужбина.
Европейското CV е продукт от мащабна стратегия и е възможно съчетаването му с други сертификати (диплома от висше образование, професионални курсове, Европас) и услуги като бази данни, използвани от работодателите и търсещите работа (EURES).
Европейският модел автобиография е общо взето опростен и логичен. Въпреки това някои части, концепции или изрази се нуждаят от по-подробно обяснение с цел клиентът да си служи компетентно и самостоятелно с тях.
Ето затова този документ съдържа формат, инструкции и пример. Той може да се ползва online на 13 езика: www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp

EUROPEAN
CURRICULM VITAE
FORMAT

PERSONAL INFORMATION

Name	**[SURNAME, other name(s)]**
Address	**[House number, street name, postcode, city, country]**
Telephone	
Fax	
E-mail	
Nationality	
Date of birth	[Day, month, year]

WORK EXPERIENCE

• Dates (from – to)	[Add separate entries for each relevant post occupied, starting with the most recent.]
• Name and address of employer	
• Type of business or sector	
• Occupation or position held	
• Main activities and responsibilities	

EDUCATION AND TRAINING

• Dates (from – to)	[Add separate entries for each relevant course you have completed, starting with the most recent.]
• Name and type of organisation providing education and training	
• Principal subjects/occupational skills covered	
• Title of qualification awarded	
• Level in national classification (if appropriate)	

PERSONAL SKILLS AND COMPETENCES *Acquired in the course of life and career but not necessarily covered by formal certificates and diplomas.*	
MOTHER TONGUE	**[Specify mother tongue]**
OTHER LANGUAGES	
	[Specify language]
• Reading skills	[Indicate level: excellent, good, basic.]
• Writing skills	[Indicate level: excellent, good, basic.]
• Verbal skills	[Indicate level: excellent, good, basic.]
SOCIAL SKILLS AND COMPETENCES *Living and working with other people, in multicultural environments, in positions where communication is important and situations where teamwork is essential (for example culture and sports), etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
ORGANISATIONAL SKILLS AND COMPETENCES *Coordination and administration of people, projects and budgets; at work, in voluntary work (for example culture and sports) and at home, etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
TECHNICAL SKILLS AND COMPETENCES *With computers, specific kinds of equipment, machinery, etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]

ARTISTIC SKILLS AND COMPETENCES *Music, writing, design, etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
OTHER SKILLS AND COMPETENCES *Competences not mentioned above.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
DRIVING LICENCE(S)	
ADDITIONAL INFORMATION	[Include here any other information that may be relevant, for example contact persons, references, etc.]
ANNEXES	[List any attached annexes.]

ПОДРОБНИ ИНСТРУКЦИИ ЗА ПОПЪЛВАНЕ НА РАЗЛИЧНИТЕ ЗАГЛАВИЯ:

ЛИЧНА ИНФОРМАЦИЯ **(нека клиентът ви попълни следната информация)**

Име	*Напишете ФАМИЛИЯТА си, името и презимето си,* *напр. СМИТ, Джон Андрю* *Забележки:* • *Ако имате повече от едно презиме, започнете с по-често използваното*
Адрес	*Напишете пълния си адрес, например ул.Хай Стрийт 12, Нютън АВ 123СД* *Забележки:* • *Отбележете адреса, на който могат да ви намерят бързо. Ако постоянният адрес е различен от този, на който живеете в момента, напишете и двата, като посочите кога можете да бъдете открит на всеки от тях.* • *Последователността не елементите от адреса варира в различните страни; приложете съответните правила,за да пристигне писмото ви бързо; не забравяйте пощенския код на страната,*

	ако кандидатствате в чужбина; • *В случай, че кандидатствате за Ирландия, Великобритания или Холандия, името на страната трябва да бъде напълно изписано:* *Dublin 2* *Ireland* *...* *London SW1P 3AT* *United Kingdom* *...* *2500 EA Den Haag* *Nederland* *За повече информация консултирайте се с междуинституционалния гайд за стилове по интернет:* *http://eur-op.eu.int/code/en/encover.htm*
Телефон	*Посочете тел. номер/а, на които искате да ви търсят; ако е необходимо посочете по кое време могат да ви намерят (така че да можете лесно да бъдете открит).* *Забележки:* • *Ако изпращате кандидатурата в чужбина, посочете в скоби телефонния код на страната и градът си. Тези два префикса трябва да са съединени с тиренце, напр. (44-20) 80 12 34 56 за номер в Лондон.* • *Разделете номера на групи от две цифри, започвайки от дясно на ляво и нека последната група се състои от три числа ако номерът съдържа нечетен брой цифри (групите числа са разделени с разстояние, не с точки), напр. (353-1) 220 20 20 20 за номер в Дъблин.* *За повече информация консултирайте се с междуинституционалния гайд за стилове по интернет:* *http://eur-op.eu.int/code/en/encover.htm*
Факс	*Ако имате факс, напишете номера му, като приложите същите правила за писане на телефонен номер*
E-mail	*Напишете пълния си e-mail адрес*
Националност	*Напишете националността си, напр. ирландец*

Дата на раждане	*Напишете датата си на раждане, напр. 02.04.1963*

ТРУДОВ ОПИТ

В тази графа клиентът трябва да опише в различни абзаци всяка позиция, на която е бил като започне с последната.

Нека клиентът ви обърне специално внимание на следните забележки:

- За да сте по-кратки, наблегнете на по-значителните умения, които сте придобили. Не пропускайте неща като време, прекарано в чужбина, публични изяви и др, защото може да се окажат важни, дори и да не са директно свързани с позицията, за която кандидатствате;
- Ако кандидатствате за работа за първи път, не забравяйте да споменете изкарани стажове като доказателство за начални контакти със света на бизнеса;
- Можете да репродуцирате формата с командата copy/paste колкото пъти ви е необходимо. За да изтриете някоя графа, използвайте помощното меню на текстовата програма.

Дати (от - до)	*Клиентът трябва да впише датите, за да поясни колко време е изпълнявал посочената длъжност, напр. от март 1994 до декември 1999*
Име и адрес на работодателя	*Посочете името и адреса на работодателя (телефон, факс, e-mail, и интернет страница), напр. 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*
Област/сектор	*Посочете в коя сфера на дейност сте работили т.е. Транспорт и логистика, Одит, Производство на автомобилни части*
Заемана позиция/	*Посочете наименованието и същността на*

длъжност	*позицията си, напр. Механик, Техник по Поддръжката, Рецепционист*
Основни дейности и задължения	*Посочете основните дейности и задължения , напр. Поддръжка на компютърни услуги, Връзки с доставчици, Поддръжка на паркове и градини.* *Ако е необходимо, пояснете количеството на отговорностите си (процент на работно време, отделеено време за всяка дейност и т.н.)*

ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ

В тази графа под различни абзаци попълнете какво сте завършили, както и всякакви курсове за квалификация, като започнете с последния.

Забележки:

- Не е нужно да споменавата всичките си квалификации: в случай, че имате висше образование не е необходимо да споменавате началното си образование;
- Фокусирайте се върху тези квалификации, които биха били предимство за позицията, за която кандидатствате;
- Можете да репродуцирате формата с командата copy/paste колкото пъти ви е необходимо. За да изтриете някоя графа, използвайте помощното меню на текстовата програма.

Дата (от – до)	*Посочете продължителността на обучението/ курса, напр.: От септември 1994 до юни 1998*
Име и вид на учебното заведение	*Цитирайте името (и адреса ако е уместно) и видът на посещаваната институция, напр.:* *South Wales Technical College* *Glamorgan Place* *Cardiff CF1 2AB*
Основни предмети/умения	*Обобщете какви предмети сте изучавали и какви умения сте придобили по време на обучението си, напр.:* ***Общи:*** • *Английски език, Уелски език, математика, чужди езици (испански)* • *Физическа култура и спорт*

	Професионални: • *Професионални техники (приготвяне на стандартен хляб, специален вид хляб, торти и пасти)* • *Приложни науки за хранителни продукти и машини (микробиология, биохимия, хигиена)* • *Професионална технология (основни принципи, хигиена и сигурност)* • *Познаване на бизнес средата и нейния икономически, правен и социален контекст.* *Забележки:* • *Комбинирайте професионалните си уменията и акцентирайте върху тези, които биха се разгледали като предимство.*
Квалификация	*Напишете точното име на квалификацията, която притежавате, напр.: Национална Професионална Квалификация (НПК) Ниво 2: Сладкарски услуги.* *Забележки:* • *Не използвайте само абревиатури (напр.: НПК)*
Ниво в националната класификация	*Ако нивото на образованието ви отговаря на съществуваща национална или международна класификационна система, цитирайте придобитото ниво. Ако е необходимо, консултирайте се с учебното заведение, което е издало дипломата ви. За повече информация за международни образователни стандарти, посетете http://www.uis.unesco.org/en/pub/pub0*

ЛИЧНИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ

Придобити с течение на времето и опита, не е задължително да имате сертификат или диплома за тях.

Следващите графи представят как клиентът отговаря на описанието на длъжността като се отнасят до професионалния му опит, умения и компетенции, придобити по време на образованието и учебните стажове, както и по страничен начин (по време на професионалните му занимания или свободно време).

Основна забележка: Изтрийте графите, под които няма какво да напишете.

МАЙЧИН ЕЗИК
Тук цитирайте майчиния си език, напр.: **английски**

ДРУГИ ЕЗИЦИ

Цитирайте чуждите езици, които владеете, напр.:

Испански

Четене	Отбележете нивото, напр.: Добро (вижте поясненията по-долу)
Писане	Отбележете нивото, напр.: Начално (вижте поясненията по-долу)
Говорене	Отбележете нивото, напр.: Отлично (вижте поясненията по-долу)

За всяка характеристика клиентът трябва да посочи нивото си на владеене (отлично, добро, начално):

Отлично: отлично владеене на езика, позволяващо свободна комуникация (способност за разбиране на писмено и устно слово и свободно изразяване) в международна професионална среда;

Добро: означава, че клиентъ е способен да:
а). разбира и да се изказва на работно ниво (телефонни обаждания, бележки и др.) като използва речник ако е необходимо;
б). взима участие в разговори на общи теми използвайки прост синатксис и да изразява мнение;
в). се справя самостоятелно в ежедневни ситуации при пътувания в страната (или в различни страни), където се използва въпросния език;

Начално: клиентът е способен да се справя с елементарни комуникационни ситуации (т.е. да дешифрира съобщения, бележки и инструкции); да разбира прости текстове и да се справя в ситуации, изискващи начално владеене на езика.

Посъветвайте клиента си да пресъздаде долната таблица, използвайки командата copy/paste от програмата за текстообработка за всеки език. За да изтрие заглавие, да използва командата “Table”.

Нека клиентът ви вземе под внимание следното:
- Ако притежава сертификат, удостоверяващ неговите знания (като TOEIC –Test of English for International Communication), нека цитира нивото си и датата на получаване;

- Тъй като нивото му лесно може да бъде проверено по време на интервюто, нека не преувеличава знанията си.

СОЦИЛАНИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ	Нека клиентът ви опише социалните си умения и компетенции, напр.: • Обича работата в екип; • Лесно се адаптира в международна среда; • Комуникативни умения (т.е., обработен стил на писане и всободно изказване); и т.н. Посочете в какъв контекст са придобити (обучение, работа, доброволческа дейност или свободно време).

ОРГАНИЗАЦИОННИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ	Тук клиентът описва организационните си умения и компетенции, т.е.: • Лидерство; • Организационни умения; • Проект за ръководене на екип и др. Тук се посочва в какъв контекст са придобити – обучение, работа, доброволческа дейност свободно време.
ТЕХНИЧНИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ	Нека клиентът опише техническите си умения и компетенции, т.е.: • Умения в специфични технически области (производство, здравеопазване и банково дело); • Владеене на информационни технологии (използване на специфичен софтуер, програмиране); посочва се в какъв контекст са придобити -обучение, работа, доброволческа дейност.

АРТИСТИЧНИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ	Тук клиентът описва артистичните си умения и компетенции, които биха послужили като предимство, напр.: • Музика; • Писане; • Рисуване; посочва се в какъв контекст са придобити -обучение, работа, доброволческа дейности и свободно време.

ДРУГИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ	Тук се посочват други умения и компетенции, които са предимство и не са споменати в друга графа, напр.: • Хоби; • Спорт; • Дейности и отговорности в доброволчески организации и др.; цитирайте в какъв контекст са придобити (обучение, работа, доброволческа дейност, свободно време).

ШОФЬОРСКА КНИЖКА/И	Посочва се откога клиентът притежава шофьорска книжка и за каква категория превозно средство, напр.: Кат. Б

ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ	Тук се посочва друга подходяща информация, напр. • Лица за контакт (име, позиция , адрес) или други препоръки; • Членство в професионални организации; Забележки: • посъветвайте клиента си да не посочва адреса на лицето за контакт без неговото изрично съгласие; може да отбележи, че при нужда разполага с препоръка, с цел да не претоварва CV-то; • ако клиентът ви има публикувани материали, нека ги опише.

АНЕКСИ	Тук се описват всякакви документи, прикачени към автобиографията, т.е.: • Копия от дипломи и други квалификации, получени след завършване на неформални курсове; • Препоръки от работодатели; • Публикации и изследвания; Забележки: • Подредете приложените документи в логичен ред (т.е. дипломите и препоръките заедно,

номерирани), за да улесните четящия.

- Никога не изпращайте оригинални дипломи и сертификати, тъй като може да бъдат загубени; за препоръчване са фотокопията.

EUROPEAN CURRICULM VITAE FORMAT

PERSONAL INFORMATION

Name	**[SURNAME, other name(s)]**
Address	**[House number, street name, postcode, city, country]**
Telephone	
Fax	
E-mail	
Nationality	
Date of birth	[Day, month, year]

WORK EXPERIENCE

• Dates (from – to)	[Add separate entries for each relevant post occupied, starting with the most recent.]
• Name and address of employer	
• Type of business or sector	
• Occupation or position held	
• Main activities and responsibilities	

EDUCATION AND TRAINING

• Dates (from – to)	[Add separate entries for each relevant course you have completed, starting with the most recent.]
• Name and type of	

organisation providing education and training

- Principal subjects/occupational skills covered
- Title of qualification awarded
- Level in national classification (if appropriate)

PERSONAL SKILLS AND COMPETENCES *Acquired in the course of life and career but not necessarily covered by formal certificates and diplomas.*	
MOTHER TONGUE	**[Specify mother tongue]**
OTHER LANGUAGES	
	[Specify language]
• Reading skills	[Indicate level: excellent, good, basic.]
• Writing skills	[Indicate level: excellent, good, basic.]
• Verbal skills	[Indicate level: excellent, good, basic.]
SOCIAL SKILLS AND COMPETENCES *Living and working with other people, in multicultural environments, in positions where communication is important and situations where teamwork is essential (for example culture and sports), etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
ORGANISATIONAL SKILLS AND COMPETENCES *Coordination and administration of people, projects and budgets; at work, in voluntary work (for example culture and sports) and at home, etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
TECHNICAL SKILLS AND COMPETENCES *With computers, specific kinds of equipment, machinery, etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]

ARTISTIC SKILLS AND COMPETENCES *Music, writing, design, etc.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
OTHER SKILLS AND COMPETENCES *Competences not mentioned above.*	[Describe these competences and indicate where they were acquired.]
DRIVING LICENCE(S)	
ADDITIONAL INFORMATION	[Include here any other information that may be relevant, for example contact persons, references, etc.]
ANNEXES	[List any attached annexes.]

Стандартно CV

Клиентът трябва да е запознат със стандартния формат CV и да знае какви графи съдържат двете страници:

А) ЗАГЛАВИЕ: напишете името и пълния си адрес. Препоръчва се да подчертаете името си чрез удебелен шрифт, за да се отличава.

Б) ЛИЧНИ ДАННИ: тази част включва и трите имена, адрес, телефон, gsm, e-mail. Винаги означавайте пълния адрес, като посочвате по кое време можете да бъдете открит.
Няма особени изисквания за включване на определени детайли. В много страни/култури всъщност отбелязването на националността, етническата група, религията и/ли политически пристрастия, физически белези и т.н. се счита за дискриминация. Въпреки това някои от тези елементи могат да са от значение за длъжността, за която кандидатствате (например ръст за стюарди/стюардеси или фактът, че сте непушачка ако кандидатствате за медицинска сестра).

В) ПРОФЕСИОНАЛНО РЕЗЮМЕ: посочвайте позициите си, добавяйки дати, името и адреса на компанията, заеманата от вас длъжност, постиженията си, извършваната дейност и сертификати. Тази графа обобщава подходящата информация за предишния ви трудов опит. Направете кратко и ясно описание, като никога не давайте подробности относно възнаграждение, причина за напускане и т.н. В същото време резюмето винаги трябва да акцентира на полезната информация и да пропуска онази, която не добавя никаква стойност към CV-то.

Г) ОБУЧЕНИЕ: както и за професионалната биография, и тук се изисква да отбележите дата, място, институция и придобита квалификация. Не съобщавайте за курсове, които

нямат връзка или са били прекъснати по някакви причини или не сте се справили и т.н. Много кратки курсове (например полудневни) или участия в срещи не са толкова показателни.

Д) ОБРАЗОВАНИЕ: тази графа съдържа описание на степените на образование. Работодателите оценяват доброто образование и затова е важно да споменете какво и как сте учили. Избройте най-важните си постижения, като посочите дата, място, институция и квалификация. Представете ги, започвайки от най-последното и не се връщайте много назад във времето. Ако сте започвали някои курсове на няколко пъти, тук е мястото да ги отбележите; по някакъв начин това показва желание за постоянно развитие и усъвършенстване.

Е) ПРЕПОРЪЧИТЕЛИ: ако ще посочвате препоръчители трябва да ги информирате предварително и да получите съгласието им. Понякога не е нужно да давата пълна информация за тях, а просто да споменете, че разполагате с такива. В такъв скучай работодателят ще ви поиска подробности в случй на нужда.
Ж). ДРУГА ИНФОРМАЦИЯ: всяка допълнителна информация, която би могла да е от полза (лицензи, сертификати, хобита, интереси и т.н.)

З). ПОЛИТИКА ЗА ПОВЕРИТЕЛНОСТ НА ИНФОРМАЦИЯТА: в днешно време в много страни личната информация е защитена от неоторизирани потребители. За тази цел, ако е предвидено, можете да се позовавате на закона предоставената от вас информация да бъде използвана само по предназначение.

ИМЕ на клиента ТУК

• ТЪРСЕНА ПОЗИЦИЯ

Curriculum Vitae

Име:
Фамилия:
Град, държава:
Адрес (домашен и електронен)
Професионален опит (настояща работа и предишен опит. Включително дати, позиция, отговорности)
Квалификация: (академични и професионални квалификации)
Професионално обучение: (специални курсове – академични и практически)
Допълнително образование: (колежи, университет, вечерно училище, курсове)
Допълнителна информация: (информация, която има връзка с желаната позиция, напр.:
- личен опит
- допълнителни умения или способности, които не са били споменати по-горе

Препоръки

Елизабет Фей
ул. Доунфайлд драйв 66
Глазгоу Г45 3Д
Тел: +44 0161 252 4848
e_fay@hotmail.com

Име Елизабет Мари Фей
Адрес ул. Доунфайлд драйв 66
Глазгоу Г45 3Д
Телефон +44 0161 252 4848 (по обед)
Мобилен: +44 777 28 55 325
e-mail: e_fay@hotmail.com

ПРОФЕСИОНАЛЕН ОПИТ

2003 Junior Quality Manager

XXX Services под името YYY
Отговорна за качеството на извършваните процедури
Управляван екип от 12 души; подпомагането им при извършване на задачите им и мотовирането им да спазват крайни срокове.

Обучаване на останалите колеги в задачи, свързани с качеството и процедурите.
Демонстриране процедурите по качеството пред клиенти, посещаващи фабриката.

- **PERSONNEL OFFICER AT THE LEX LTD**

Отговорна за…
Управление на ситуации като…

Участие в…
Одит на…

ОБУЧЕНИЕ

2002 Процедури за качество ISO 2002, от…. до … март 2002
2001 Подход към качеството за доставчици на услуги от…. до …
1999 Комуникации и лидерство от…. до …
1997 Управление на конфликтите и работа в екип 1 и 2 от…. до …

ОБРАЗОВАНИЕ

1997-2001 INTERNATIONAL University, London, UK
Магистърска степен
1993-1997 University of Florence
Бакалавър по социални науки

ПРЕПОРЪКИ при поискване

ДРУГА ИНФОРМАЦИЯ

- Много добър италиански на устно, писмено и говоримо ниво
- Европейска шофьорска книжка кат. В
- ECDL получен през 2002г.

2. МОТИВАЦИОННО ПИСМО

Автобиографията представлява логичната последователност на личните умения, знания и опит. Мотивационното писмо описва убеждението на кандидата, че той/тя отговаря на изискванията за съответната позиция. Някои от детайлите от мотивационното писмо, разбира се, се повтарят, но те трябва да се отнесат към специфичен контекст. Целта на мотивационното писмо е да подготви читателя на автобиографията (потенциалния работодател) и да изтъкне уменията и опита, както и личната мотивация.

Можете да представите на клиента си следното резюме на мотивационно писмо: писмото посочва желанието и причините за кандидастване. Обикновено се използва като средство за кандидастване на работа. Много рядко, почти никога не се изпраща самостоятелно и почти винаги придружава автобиографията. Може да бъде написано в отговор на обява или като лична инициатива.
В случай, че са дадени инструкции, то те непременно трябва да се спазят. Те могат да се отнасят за следното:

- как да бъде написано писмото – на ръка или напечатано;
- име на адресата;
- точното наименование на позицията;
- брой на изискваните копия;
- заглавие, което да бъде отбелязано отгоре.

Що се отнася до съдържанието, кандидатът трябва да посочи защо се смята за подходящ за тази позиция и да подчертае най-уместните си качества. В заключение трябва да се спомене, че има прикачено CV и че кандидатът очаква с нетърпение да бъде поканен на интервю, на което да бъде обсъдена кандидатурата му.

Важно е да припомните на клиента си, че целта на мотивационното писмо и автобиографията не е да се получи работатта, а да се осъществи контакт. За целта писмото трябва да е позитивно, уверено и да изразява желание и мотивация за длъжността.

Обърнете внимание на клиента си, че писмото трябва да бъде:

- граматически коректно;
- формално учтиво;
- да включва адрес на подателя;
- подписано лично;
- принтирано във формат А4 на бяла хубава хартия;
- точно и пълно (да включва упоменатия материал и да се съобрази с крайния срок за подаване)
- подредено.

Стандартното мотивационно писмо трябва да съдържа следните параграфи:

- ПЪЛНО ИМЕ И АДРЕС НА ИЗПРАЩАЧА
- ДАТА И МЯСТО
- ИМЕТО НА КОМПАНИЯТА И ЛИЦЕТО ЗА КОНТАКТИ
- ЗАГЛАВИЕ/ПОЗИЦИЯ
- ТЕКСТ
- ЗАКЛЮЧИТЕЛНО ИЗРЕЧЕНИЕ
- ПОДПИС

ПРИМЕРНИ МОТИВАЦИОННИ ПИСМА:

Пример 1:

Ул. Блустрийт 150
Лийдс 4519
Англия

Г-н Браун
Мениджър човешки ресурси
DATA PRO
П.К. 666
Брадфорд 7985
Англия

Лийдс, 18.09.2003г.

Уважаеми Г-не,

Кандидатсвам за обявената във в-к “Гардиан” от 02.09.03 позиция за отговорник обработка на данни.

След успешно завършване на образованието си съм в процес на търсене на работа на цял работен ден. За мен работата е важна част от живота и начин за лично усъвършенстване и натрупване на опит.

Обработката на данни дълбоко ме интересува, тъй като беше част от обучението ми, а и част от предишния ми опит в статистическия отдел на U.S.B. (Калифорния). Намирам тази работа за много вълнуваща и бих искал да направя кариера в обработката на данни.

Вашата компания е явен лидер в тази област и аз бих желал да стана част от нея.

Бих се радвал на покана за интервю, по време на което ще се убедите лично в уместността на моята кандидатура за тази длъжност.

С нетърпение очаквам среща, на която да обсъдим детайлно качествата ми.
Прилагам копие от автобиографията си.

Искрено ваш,

Джон Смит

Пример 2:

Апъл Кърт 7
Юджийн 97401
503-555-0303

Г-н Арчи Уетърби
California Investment, Inc.
Ул. Сакраменто 25
Сан Франсиско 94102

Уважаеми Г-н Уетърби,

Изключителната ми личност, опитът ми в продажбите и наскоро завършеното ми образование ме правят силен кандидат за позицията застрахователен брокер в California Investment, Inc.

Скоро завърших орегонския университет със специалност “Маркетинг”. По време на следването си бях президент на “Бъдещи бизнес лидери на Америка” и на “Американската Маркетинг Асоциация”.

Въпреки че съвсем скоро завърших, аз се различавам от останалите. Посещавах училище в Мичиган, Аризона и Орегон като междувременно работех в рекламния отдел на една радиостанция, в разпространителския отдел на един вестник и като сервитьор, като всичко това обогати опита ми.

Смятам , че имам знанията, уменията и способностите да започна кариера в застрахователния бизнес и бих искал това да стане в Калифорния, родния ми щат.

Ще бъда в Калифорния в края на месеца и много бих искал да разговарям с вас по повод обявената позиция в California Investment. След изпращането на настоящото писмо ще ви се обадя по телефона, за да уредим среща.

Благодаря за отделеното внимание и време.

Искрено ваш,
Джон Оукли

Глава VII

Интервю за работа

Целта на тази глава е да предостави подходящ основен материал за консултанти и да ги подготви ефективно да напътстват клиентите си, които се сблъскват с интервю за работа. Описани са различни видове интервюта, както и насоки за увеличване шансовете на кандидатите. Основно внимание се отделя на подготовката на клиента за интервю, като се разглеждат и двете участващи страни. С цел практическа полза за консултантите, тук са поместени най-често задаваните въпроси на интервюта.

Автор:
Теодор Хреховчик

Думата интервю идва от френската дума “entervue”, която е използвана през 15 век за описването на церемониална среща. В новото хилядолетие на интервюто вече не се гледа като на церемония, но много хораоще го възприемат по този начин. Ако кандидат е поканен на интервю, това означава, че работодателят харесва кандидатурата му. Това в действителност означава, че клиентът се намира в 5-те % одобрени. Затова той трябва да се чувства уверен, тъй като означава, че кандидатурата му е подходяща. На този етап работодателят иска да научи повече за него. Кандидатът трябва да гледа на интервюто като на възможност да покаже в каква голяма степен отговаря на очакванията на компанията.

Задачата на консултанта е да накара клиента да се чуства по-сигурен и подготвен за интервюто.

Гледната точка на работодателя

Въпреки че се шири мнението, че интервютата за работа не са показател за успешна кариера, то те са неизменна част от получаването на работа. Така че за начало може да ни е от полза да погледнем на интервюто през очите на работодателя.

Помогнете на клиента си да разбере, че първото интервю дава възможност на интервюиращия да прецени дали кандидатът отговаря на нужните изисквания и да го сравни с другите кандидати. Интервюиращият търси потвърждение на споменатите в автобиографията елементи и подробно изучава опита на кандидата.

В най-общ смисъл интервюто се спира върху следните характериситики на кандидата:
• интелектуални качества
• що за човек е
• доколко реална представа има за работата
• в каква степен посочените умения и способности отговарят на критериите на позицията

По принцип списъкът с критерии, от които се инетересува работодателят не е тайна.
Има разлики, но като цяло работодателите се интересуват от ентусиазма и отдадеността на кандидата и как тези качества се проявявват. Някои основни умения оказват влияние при вземане на решение:

• Ефективна комуникация – може ли кандидатът да се се изразява ясно в писмен и устен вид?
• Успешна работа в екип – доколко добре той/тя установява работни отношения с другите?
• Управление на хора – може ли той/тя да организира другите и да им поставя задачи?
• Аналитични и тълковни умения – може ли той/тя да разбере нещата в тяхната цялост и да намери приложение или решение, оценявайки правилно фактите и информацията?
• Управление на времето – може ли да планира работата си, да определя приоритетите и успешно да постига цели?

НАЙ-ЦЕННИ УМЕНИЯ

Накарайте клиента си да разбере, че за него е важно да оцени силните и слабите си страни и да помисли как може да подобри ситуацията. Нито един работодател не очаква изключителни качества! Желанието за обучение и усвояване на нови умения винаги е важно. Оценяващият все пак очаква, че кандидатът е наясно с нужните за позицията качества. Тази тема основно ще бъде разгледана по време на интервюто.

В наскоро провело се проучване работодателите посочват уменията, които търси в един кандидат:

- желание за учене
- отдаденост

- отговорност
- самомотивация
- работа в екип
- добър начин на изразяване
- сътрудничество
- добри писмени умения
- предприемчивост и енергия
- самоконтрол
- желание за постижения
- способност за решаване на проблеми

1. РАЗЛИЧНИ СТИЛОВЕ ИНТЕРВЮ

Запознайте клиента си с различните стилове интервю.

Хронологично интервю

Това е традиционното интервю, силно базирано на писмената кандидатура. Предвидимо е и включва въпроси като: "Защо избрахте да учите икономика в университета?"; "Защо се интересувате от продажби на дребно"?; "Как виждате професионалното си развитие в нашата организация?"

Интервю, базирано на компетенциите

Много работодатели прибягват до базираното на критерии интервю, за да постигнат по-честно и обективно оценяване на кандидата. Те имат готови критерии за всяка позиция и задават подобни въпроси на всеки кандидат с цел да проверят дали той притежава нужните качества, за да изпълни ефективно задълженията си. Кандидатите се оценяват по определена скала според това в каква степен притежават необходимите компетенции.

Смята се, че миналият опит показва бъдещата ефективност на кандидата.

Този вид интервю изисква специално обмисляне. Ако например работата изисква "да се работи в тясно съдрудничество с останалите за постигане на целта", вероятните въпроси биха били:

- *Разкажете ми за някой случай, в който добре сте работили в екип.*
- *Какъв беше личният ви принос?*
- *Налагало ли ви се е да убеждавате останалите във вашата гледна точка? Как успяхте да го направите?*
- *Срещали ли сте някакви трудности? Как се справихте с тях?*
- *Доволен ли бяхте от резултата? Беше ли успешен? Как бихте го направили по-успешен следващия път?*

В този вид интервю въпросите са по-подробни и проучващи, отколкото в традиционното интервю. Кандидатът ще трябва да се доказва, тръгвайки от общото към много по-

специфичното. Вероятно е интервюиращия да го предизвика, за да провери доколко може да се аргументира. Добре е кандидатът да помисли за примери от различни дейности, които би могъл да използва.

Телефонно интервю

Много малко на брой са организациите, които провеждат интервю по телефона при първия етап от селекцията. То може да варира от проста проверка дали кандидатът покрива критериите до много проучващо интервю.
Много от интервюираните намират този процес за твърде смущаващ, тъй като липсва визуалния контакт и трудно човек да прецени как се справя. Най-добрият начин е да се подходи спокойно и да се действа като на обикновено интервю. Важно е да се демонстрира колкото се може повече ентусиазъм, тъй като интервюиращият съди само по гласа.

Как да се подготвим за интервю по телефона

Акцентирайте на важността от подготовката за телефонно интервю. Ето няколко съвета, които бихте могли да дадете на клиентите си:

"Започнете с изучаване на описанието на работата и идеалния кандидат. Това ще ви даде възможност да определите специфичните нужди на компанията и да докажете, че притежавате необходимите качества."

Открийте възможно най-много за продуктите, услугите, историята и културата на организацията. Постарайте се да идентифицирате областите, където вашите умения и опит могат да бъдат полезни.

Запознайте се с web страницата на компанията и се подгответе да я дискутирате ако ви попитат.

Подгответе списък с ваши постижения, които отговарят на изискванията на компанията.

Дръжте списъка пред вас по време на интервюто и се консултирайте с него в случай на нужда. Интервюиращите се интересуват от сходни предизвикателства или проблеми, с които сте се справили на работното си място, мерките, които сте предприели, и резултатите, които сте постигнали. Те ще се опитат да установят дали притежавата основни качества като комуникативни и аналитични способности, работа в екип, мотивация и интуиция.

Бъдете готов да давате примери и да илюстрирате как и кога сте проявили тези основни качества.
За да добиете представа как протича интервю по телефона, направете списък с възможни въпроси и помолете приятел да ви ги зададе в инсценирано телефонно интервю. Подгответе старателно отговорите си като използвате ключови думи от

обявата за работа и описанието на идеалния кандидат. Не се опитвайте да пишете пълни отговори, защото ще прозвучат дървено и заучено.
Подберете спокойно място, където няма да бъдете притесняван по време на разговора. Дръжте пред вас CV-то си, мотивационното си писмо, копие от обявата за работа и бележките си.

По време на интервюто нахвърляйте основните моменти.

Добре е да сте прав по време на телефонно интервю, това ви прави по-уверен и помага в изграждането на позитивен и професионален имидж.

Адаптирането на вашият стил и тон на изразяване към този на интервюиращия ще ви помогне да установите връзка. Професионалните радио водещи свидетелстват, че усмивката създава приятелско и ентусиазирано впечатление, така че направете усилие да се усмихвате по време на разговора.

Важно е да създадете впечатление, че ужасно много се интересувате от компанията и искате да дадете своя принос. За тази цел споменете подходяща информация, до която сте достигнали по време на проучването ви.

Внимателно изслушвайте въпросите и коментарите на интервюиращия. Отговаряйте в подходящата вербална или тонална гама. Ако не разбирате някой въпрос, попитайте за уточнение. Давайте добре развити, балансирани и аналитични отговори. Избягвайте едносричните отговори с"да" и "не".

Ако поискат да обясните защо сте напуснали предишната си работа, подсигурете се с обяснителна и позитивна причина. По никакъв повод не бива да критикувате предишните си работодатели или колеги.

След като сте проучили компанията и анализирали обявата за работа, трябва да сте в състояние да зададете няколко задълбочени въпроса когато ви предоставят възможност.

В края на телефонния разговор подчертайте интереса си към работата и компанията и напомнете за качествата си. Наблегнете, че ще се радвате на възможноста за интервю на живо.

Напишете кратко благодарствено писмо след интервюто."

2. ИНТЕРВЮТО КАТО ПРОЦЕС

Работодателите вече не смятат, че интервюто е най-надеждният начин за проверка на изискваните за длъжността качества. Първото интервю обикновено служи за пресяване и след него следва втори етап. Неговата форма на провеждане варира, но обикновено включва комбинация от упражнения като участие в групови дискусии, психометрични

тестове, презантации и второ интервю. Прилагайки техники на наблюдение, работодателят добива по-широка и точна картина на силните и слаби страни на кандидата.

Второ интервю

Накарайте клиента си да разбере, че от него като кандидат за работа се очаква да знае възможно най-много за организацията и ще му бъдат задавани по-задълбочени и технически въпроси. Важно е да знае кой ще провежда интервюто.
Специалистите по човешки ресурси се интересуват от стремежите и дългосрочните цели на кандидата, докато мениджърите искат да знаята какво е способен да върши кандидатът.

Психометрични тестове

С цел да подберат най-подходящия кандидат работодателите използват тестове за проверка на способностите и нагласите. Психометричните тестове дават стандартизирани отговори на внимателно подбрани въпроси и научно е доказано, че адкватно се справят със задачата си. На кандидата може да му се наложи да попълни тест или серия от тестове дори преди да стигне до интервю или като краен етап на оценка на способностите му.
Има много психометрични тестове на разположение, но най-често използваните включват устни и нумерични разсъждения и понякога са придружени от логически задачи.

Личностни тестове

Кандидатът ще бъде помолен да отговори на редица въпроси от всякакво естество като няма вярни и грешни отговори.

Този тип въпросници анализират много аспекти от мисленето и действията на кандидата или как постъпва в дадена ситуация. Те се опитват да разграничат типове поведенчески стилове и да се уверят, че няма да има конфликт между тях и изискванията на длъжността.
За личностните тестове човек не може да се подготви, на тях просто трябва да се отговаря без много да се замисляте.

Групови дискусии

Наблюдаващите оценяват кандидатите по участието и приноса им в дискусията, начина, по който реагират на чуждо мнение и как се изразяват. Кандидатите, които правят впечатление са тези, които формират идеи, убеждават другите в собствените си виждания, доразвиват чуждите идеи, поддържат разговора и включват останалите в дискусията. Кандидатите, които не се представят добре са тези, които не говорят, не изслушват, искат да бъдат център на вниманието, игнорират останалите, прекъсват и имат странни идеи.

Работа в екип

На малка група от кандидати се дават материали, от които трябва да изработят нещо. Начинът, по който отделните индивиди работят заедно и решават проблеми, е по-важен от самото решение. Кандидатът, който благоприятно би впечатлил наблюдаващите, е този,

който в началото предложи план за действие на групата, проверява кой какви умения притежава и съблюдава времето за изпълнение.

Презанатация

На кандидатът се дава определена тема или той си избира някаква. Възможно е да говори пред другите кандидати и/ли журито. Преди започване е важно кандидатът да се убеди, че презантацията му е добре структурирана. На кандидатите се препоръчва да подготвят тема пред приятели, за да се упражнят и да помолят за мнението им.

3. ПРЕПОРЪКИ ЗА УВЕЛИЧАВАНЕ ШАНСОВЕТЕ НА КАНДИДАТА

Подготовка

Внимателната подготовка дава на кандидата увереност, контрол и способност да се справи с всеки въпрос. *Дайте следните съвети на клиента си:*

Вашето предложение . Погледнете отново кандидатурата си и помислете по какъв начин да представите информацията по време на интервюто. Не забравяйте, че от кандидатурата ви зависи как ще протече интервюто.
Подгответе си въпроси, които бихте искали да зададете, това ви дава възможност да покажете, че действително се интересувате от компанията – как е структурирана, как се развива, каква ще е вашата задача, как би могла да се развие кариерата ви и какво обучение ще ви предложат.

Помислете за уменията си. Как ще докажете по време на интервюто, че действително сте добър организатор и имате аналитично мислене, обичате работата в екип и добре общувате, или каквото и да е друго? Трябва да подготвите колкото се може повече примери от действителността, когато сте приложили уменията си на практика. Подчертайте личните си умения, качества, знания, мотивация и технически умения, които отговарят на необходимите. Внимателно представете позитивни ситуации и как сте взели поука от тях.

Подгответе кратко описание, което можете да използвате по време на интервюто и което описва обстоятелствата, предприетите действия и постигнатите резултати. Този пример ще е в подкрепа на твърденията ви, че имате креативно и аналитично мислене, че добре организирате екипа си и че работите успешно до постигане на целта.

Компанията. Добре проучете компанията. Прочетете внимателно всичко, което намерите за работодателя, като това може да е обявата за работа, годишен отчет и информация за персонала. Ако компанията разполага с филмов материал, изгледайте го и посетете сайта й. Четете вестници, свързани с фирмата, материали или специализирани списания, за да се запознаете с основния предмет на дейност. Следете текущите събития, свързани с организацията или естеството на работа. Открийте какво ги различава от други компании.

<u>Работата.</u> Проникнете в същината на работната схема или на позицията, за която кандидатствате. Знаете ли от какви качества се нуждаете и каква ще бъде ролята ви? Разберете колкото се може повече за изпълняваните функции.
Разберете какви умения, опит и знания се търсят и се подгответе да ги демонстрирате и да дадете примери как бихте покрили очакванията на работодателя."

Отделете време за добре подготвени въпроси. Обърнете вниманието на клиента си към следното:

"Ако се чувства нервен, добре е да упражни отговорите на предвидимите въпроси "Защо точно тази компания?"; "Какво можете да допринесете на тази длъжност?; Какво не/харесвахте по време на обучението си/предишната си работа?.

Силно начало и позитивно мислене

Накарайте клиента си да се замисли за началото на интервюто. Той трябва да се представи блестящо на старта. Напомнете му, че първото впечатление е много важно. Посъветвайте го да се упражнява с приятел или пред огледалото.

Помогнете му да мисли озитивно:
"Аз съм добър в…";
"Успял съм в…";
"Бях много доволен от представянето си в…".

Подгответе го и за финалните въпроси на интервюто и неизбежното "Какво бихте искали да знаете?". Нека използва тази възможност за получаване на информация, която би повлияла решението му за започване на работата.
Прекалено конкретните въпроси не се препоръчват.

Подходящи дрехи за успешно интервю

Не забравяйте да споменете важността на подходящото облекло за интервю. Имайте предвид следното:

Мъже и жени
- Консервативен костюм от две части (тъмно синьо или сиво е най-добрият избор)
- Консервативна риза/блуза с дълъг ръкав (бяла или в пастелен цвят)
- Чисти и лъснати консервативни обувки
- Добре оформена прическа
- Чисти и поддържани нокти
- Съвсем малко одеколон или парфюм
- Изпразнени джобове – без дреболии и дрънкащи монети
- Без дъвки и цигари
- Лека делова чанта или куфарче
- Без обеци на необичайни места (по носа, веждите и т.н.)

Обърнете внимание на особеностите, свързани с пола (мъже или жени) и обсъдете следното:

Мъже
• Копринена вратовръзка с консервативна шарка
• Тъмни обувки (с черни връзки е най-добре)
• Тъмни чорапи (най-добре черни)
• Подстрижете се; късата коса винаги изглежда най-добре на интервюта
• Мустаците правят лошо впечатление, но ако държите на тях, погрижете се да са чисти и добре поддържани
• Никакви други пръстени освен брачната халка
• Без обеци (ако обикновено носите, свалете ги)

Жени
• Винаги носете костюм от две части, а не рокля
• Обувки с нисък ток
• Консервативен трикотаж в телесен цвят
• Вместо портмоне (без значение малко или голямо), носете куфарче
• Ако се лакирате (не е за препоръчване), използвайте блед или консервативен цвят
• Съвсем малко грим (не бива да се забелязва)
• Не повече от един пръстен на ръка
• Един комплект обеци само

ПОДГОТОВКА ЗА НЕВЕРБАЛНА КОМУНИКАЦИЯ

Наблегнете на факта, че общуването не е само това, което се казва. Често невербалната комуникация играе много важна роля при интервютата. Следват петте най-важни елемента на невербалната комуникация, подредени по важност що се отнася до интервю за работа:

• Визуален контакт – Няма равен по важност! Ако докато говорите гледате на страни това показва липса на увереност в това, което казвате и даже по-лошо – отсрещната страна може да реши, че лъжете. Питайте другите за поведението си по време на разговор. Ако потвърдят, че не гледате събеседника си в очите, попитайте ги дали това става докато говорите или слушате. Някои хора поддържат контакт с очите докато изслушват, но отклоняват поглед, когато говорят, или обратното.

• Изражение на лицето – Някои интервюиращи споделят, че има кандидати, които напълно не си дават сметка за мрачното, объркано и дори леко истерично изражение на лицето си по време на цялото интервю.
Така че кандидатите трябва да се погледнат задълбочено в огледалото, както някой друг би ги гледал. Тогава трябва да моделират изражението си – отстранявайки всеки негативен елемент, който би могъл да съществува и добавяйки най-обикновена усмивка, която дори и интервюиращите забравят да сложат. Не глупаво хилене, а исинска и искрена усмивка,

която казва, че сте щастлив човек и интервюто в настоящата компания днес ви доставя удоволствие.
Вашият клиент не бива да закове на лицето си усмивка през цялото време, а да не забравя да се усмихва отвреме-навреме.

• Стойка – Тя показва самоувереност и потенциална сила.
Посъветвайте клиента си да има предвид следното: "Когато сте прав, стойте изправен. Когато седите, стойте на предната част на стола, леко наведен напред."

• Жестове – Обратно на разпространеното вярване, интервюто не трябва да изобилства от жестове. Изкуствени движения не се препоръчват, ще изглеждат театрални. Ако кандидатът жестикулира, жестовете му трябва да са естествени и пълни със смисъл.

• Разстояние – Помогнете на клиента да си изгради усещане за личното си пространство и за това на останалите. Подгответе го да не се обръща с гръб или да се отдръпва от някой, който има по-малко пространство от него самия.

Езикът на тялото

За клиента ви ще е много полезно да го запознаете с езика на тялото по време на интервюто (независимо дали се стигне до него или не), само няколко неща, които биха създали положително впечатление. Езикът на тялото е най-малкото и незначително послание, което даваме на другите, докато общуваме. Ето няколко интерпретации на елементи от езика на тялото:

• **Отвореност и топлота:** широка усмивка, разтворени ръце с показани длани, незакопчано палто, на което седим.

• **Самоувереност:** изнесено напред тяло, вирната брадичка, кръстосване на пръстите, ръце, поставени зад гърба докато се изправяме.

• **Нервност:** пушене, подсвиркване, потъркване на кожата, въртене, игра със съдържанието на джобовете, прокарване на език по горните зъби, прочистване на гърлото, ръце, докосващи лицето или закриващи част от него, подръпване на ушите, прокарване на пръсти през косата, кършене на ръцете, игра с химикал или друг предмет, въртене на палци, гризане на нокти (самото действие или намерение), цъкане с език.

• **Недоверчивост/Защита:** мръщене, коси погледи, хилене през зъби, скръстени ръце, клатене, наведена брадичка, докосване на носа или лицето, въртене на очите, поглед сведен надолу, стискане на ръцете, жестове с юмрук, сочене с пръсти, пляскане на едната ръка в орворената длан на другата, потриване на врата, притискане на ръцете зад главата докато се облягаме назад.

Кажете на клиента си следното:

“Тези насоки нямат за цел изкуственото усвояване на позитивни техники на езика на тялото, а по-скоро да ви помогнат да забележите негативните елементи. Ако имате навика да проявявате някои от горе изброените, постарайте се колкото се може по-скоро да ги отстраните, преди да са оказали отрицателно въздействие.
Концентрирайте се в отстраняването им преди да отидете на интервю. Наблюдавайте човека срещу вас. Докато говорите с интервюиращия, обърнете внимание (без да се занимавате само с това) на езика на тялото му и на невербалните елементи от разговора. Не се опитвайте да разчетете повече от това, което се казва, а се опитайте да развиете усещане за разположението на събеседника си към вас. Най-явният пример е усмивката – кога вашата усмивка е последвана от негова. Постарайте се да поддържате връзка с интервюиращия – както вербална, така и невербална.”

Трите етапа на интервюто

Не забравяйте да представите на клиента си трите основни стъпки от процеса на интервюто, а именно:

1. Установяване на връзка
2. Събиране на информация
3. Приключване

Обяснете му важността на отделните етапи за едно успешно интервю. Всяка стъпка фокусира и набляга на отделни моменти и има свои правила и изисквания. Успешното им преминаване е от основна важност за продължаване нататък- било до следващо интервю, било до покана за започване на работата.

Установяването на връзка е моментът, в който се формира важното първо впечатление. Някои работодатели са в състояние да вземат решение за даден кандидат за тридесет секунди или по-малко. Обръща се внимание на физическото присъствие на кандидата и първите му отговори. Интервюиращите оценяват артикулацията и речника на интервюирания, позитивното му отношение и увереност.

Събиранена информация – работодателят ще задава въпроси и съпоставя доколко отговорите покриват факторите за успех. Някои от въпросите ще са затворени, други – отворени, например “Можете ли да ми дадете пример за…?” Подготовката за тези въпроси е важна, но по-високо се оценява честността и искреността на кандидата.

По време на **заключителния етап** интервюиращият подготвя следващата стъпка. Ако кандидатът се е справил успешно дотук, интервюиращият ще се опита да спечели кандидата и да подготви процеса по наемането му. Ако сте се провалили, разговорът ще поеме друга насока – футбол, времето или друга неутрална тема, подготвяща оттеглянето на интервюиращия.

Ако интервюто ви е минало успешно, обикновено ще ви осведомят за следващата стъпка. На кандидатът може да му бъде дадена допълнителна информация за компанията,

достъпна само за избраните. Ако кандидатът се провали на интервюто, може да очаква да чуе следното: “Ще прегледаме всички кандидатури и ще се върнем и към вашата.”

Разбирането на основните етапи на интервюто е само началната точка. Кандидатът трябва да е подготвен да срещне различни стлове на общуване и интервюиране, както и различни въпроси.

ТЕХНИКАТА “ПОКАЖИ И КАЖИ”

Подчерайте, че за кандидата ще бъде от полза да:

- Носи примери или копия от дейността си, свидетелстващи за способностите му. Може да използва доклади, проекти, снимки, програми и др., за да покаже какво е постигнал. Едно нещо е да се каже “Написах доклад”, и съвсем друго е да бъде показан самият доклад.

- Да бъде подготвен не само да “показва”, но и да “разказва” за материалите си. Бъдете готов да отговаряте на всякакви възможни въпроси, които биха могли да възникнат. Това не трябва да е просто произволен пример, а най-доброто от вашата работа, защото ще бъде олицетворение на способностите ви. Ако е възможно, можете да оставите материалите си с цел да бъдат разгледани по-късно. Обикновено по време на интервюто няма достатъчно време да покажете и разкажете за работата си. Оставяйки нещо вие поставяте въдичката за бъдещ контакт.

Осемте вида въпроси за интервю

Интервюто е форма на човешка комуникация, моделирана за предсказване успешността на евентуалното взаимодействие между работодател и служител. Има осем основни типа въпроси, които кандидатът може да срещне по време на интервю:

1. Проверяващи и удостоверяващи въпроси
Този тип въпроси включват “Колко дълго време работихте в…?” Целта им е обективна преценка на чертите на кандидата.

2. Въпроси, проверяващи опита на кандидата
Този тип въпроси включват “Какво усвоихте докато учехте…?” и “Какви бяха отговорностите ви на еди коя си позиция?” Целта им е обективната преценка на опита на кандидата.

3. Въпроси, свързани с мнението на кандидата
Този тип въпроси включват “Какво бихте направили в такава и такава ситуация?” и “Какви са силните и слабите ви страни?” Целта им е субективно да анализират как кандидатът реагира в стандартни ситуации.

4. Отнесени въпроси

Тук се включват странни въпроси от сорта на "Какво животно бихте искали да бъдете?" Целта им е да установят дали кандидатът е способен да разсъждава оригинално, а не да дава само програмирани отговори.

5. Математически въпроси
Това са въпроси от рода "Колко е 1000 разделено на 73?" Целта им е да оценят не само способността за математическо мислене на кандидата, но и изобретателността му в намиране на математическа формула за намиране на отговора.

6. Въпроси, свързани с конкретни случаи
Този тип въпроси изискват решаването на различни казуси, например: "Колко бензиностанции са необходими в страната?", "Каква е прогнозата ви за бъдещото развитие на световните пазари?" Целта им е да оценят способността на кандидата да се справя с проблеми и да анализира и работи посредством действителни ситуации.

7. Въпроси, свързани с поведението на кандидата
Възможен въпрос е: "Бихте ли ми дали конкретен пример как се справихте с това?" или "Какви етапи следвахте при постигането на тази задача?" Целта им е да предвидят бъдещо поведение на базата на отговори, дадени във връзка с минали събития.

8. Въпроси, свързани с компетентността
Този вид въпроси включват "Бихте ли ми дали конкретен пример, илюстриращ лидерските ви способности?" или "Обяснете ми как намирате оригинално решение на проблем?" Целта им е да сравнят дали миналото поведение на кандидата отговаря на изискваните способности.

ЧЕСТО ЗАДАВАНИ ВЪПРОСИ ПО ВРЕМЕ НА ИНТЕРВЮ

Запознайте клиента си с най-често задаваните на интервю въпроси (за тази цел трябва да намерите информация от други източници, както и от собствените си наблюдения).
Ето списък с такива въпроси:
- Защо търсите нова работа?
- Какво знаете за нашата организация?
- Какво ви заинтригува в нашата компания?
- Какво знаете за позицията, за която кандидатствате? Какви задължения смятате, че ще имате?
- Ако ви наемем, колко дълго смятате да останете при нас?
- Какво смятате, че трябва да е възнаграждението ви?
- Какви качества според вас са нужни, за да успеете в нашата организация?
- Защо бихте искали да работите за нас?
- С какви предизвикателства смятате, че ще се сблъскате на тази позиция?
- Кога очаквате да бъде следващото ви повишение?
- Как виждате бъдещето на компанията?
- Ако ви предложим работата, кои фактори биха определили дали да приемете или не?

- Тази компания е много по-голяма от всички, в които сте работили досега. Какво ще кажете по въпроса?
- Тази компания е много по-малка от всички, в които сте работили досега. Какво ще кажете по въпроса?
- Какво знаете за продуктите ни?

ВЪПРОСИ, КОИТО МОЖЕТЕ ДА ЗАДАДЕТЕ ПО ВРЕМЕ НА ИНТЕРВЮ

В същото време предупредете клиента си,че по правило могат да му дадат правото да зададе въпроси.

Затова е важно да се подготви за тази ситуация и да помисли какви въпроси да зададе и защо. Ето някои въпроси, подходящи за специфична позиция:

- **Какви са възможностите за фирмено повишение и развитие?**
- **Фирмата планира ли разширяване или развитие, което би довело до повече професионални възможности?**

Тези въпроси разкриват интереса на кандидата и дългосрочните му намрения да остане в компанията.

- **Бих искал да развия допълнителни умения и опит. Какви възможности дава за това компанията ви?**

Повечето работодатели предлагат схеми за обучение и програми за развитие на персонала и на служител, който желае непрекъснато да расте и да се развива се гледа с добро око.

След интервюто

Обърнете внимание на клиента си, че интервюто приключва едва когато напусне организацията. Всяка неформална обиколка или вечеря може да е част от пробния процес, така че трябва да се действа внимателно.

Клиентът ви трябва да си помисли как е протекло интервюто. Отбележете, че е добре да си води бележки и да анализира интервюто: Да установи кое може да бъде подобрено, както и кога се е представил добре.
Ако не е бил одобрен, накарайте го да се почувства по-малко зле.
Бихте могли да му дадете следния съвет: “Ти си бил един от многото интервюирани. Позвъни на компанията и попитай защо не си одобрен. Използвай получения опит позитивно за следващото интервю.

ГЛАВА VIII

Започване на нова работа

Тази глава дава полезни препоръки на консултаните как да напътстват клиентите си по време на първите работни дни. Предоставена е информация по основни въпроси, разглеждащи постепенното адаптиране на клиента към новата заобикаляща го среда, съвети какво не трябва да се пропусне, как да създаде положително впечатление у началниците и колегите си, как да организира ежедневната си работа и как да постигне развитие.

Автор: Теодор Хреховичик

Започнете презантацията си по тази тема с това колко е важно приемането на нова работа в живота на човек. Все пак преди да започнем първия си работен ден има две неща, за които трябва да помислим. Затова, фокусирайте вниманието на клиента си върху това какво трябва да бъде направено в промеждутъка от предложението за работа и започването й.

ПРОГРАМА ЗА ВЪВЕЖДАНЕ

Клиентът трябва да е сигурен, че организацията осигурява някаква програма за обучение.
Големите организации обикновено провеждат дву- или тридневни семинари, на които всички служители трябва да присъстват. Малките компании не организират формални програми и концентрират усилията си върху дипломантите, които наемат.
Дори и да няма нищо предвидено, струва си да се попита дали компанията осигурява някаква въвеждаща програма.

ПОМОЩ ОТ ДРУГИТЕ

Винаги е от полза да научите повече за фирмената култура и ценности. Добре би било да се свържете с хора от други клонове на организацията и те да ви служат като мрежа от вътрешни контакти. Докато си търси работа клиентът ще усъвършенства комуникативните си способности и ще създаде нови контакти.
Полезно би било да си потърси ментор, който би му доставил ценна "вътрешна информация" за същността и начина на работа, фирмената култура, както и с административните процедури и механизми.

РАЗБИРАНЕ СЪЩНОСТТА НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Докато си е търсил работа и се е подготвял за интервюто, клиентът вече е намерил голямо количество полезна информация. Веднъж започнат ли работа, повечето хора преусатановяват проучванията си, въпреки че допълнителна информация би им помогнала да се справят успешно със задълженията си и да оказват влияние в компанията. Каква още информация е добре да търсите:
1. Осведомете се за мисията, стратегията, философията и културата на организацията. Важно е клиентът да е напълно осведомен за ценностите и поведението, на което

организацията отдава голямо значение, тъй като няма да му е лесно да напредва, ако не адаптира метода си на работа към изискванията на организацията. Много компании имат изключително силна фирмена култура и дори това да не е съвсем по вкуса на клиента ви, той трябва да оцени важността й за работните методи и личното поведение.

2. Комуникационната система на организацията. Всяка организация има известни канали - формални и неформални, по които преминава вертикалната и хоризонтала комуникация; клиентът ви трябва да се запознае с тях и да прецени кои са най-подходящи за него.
Комуникационните методи на организацията варират много както по вид, така и по полезност.

3. Продуктите и услугите на компанията. Те са важни дори и клиентът ви да не се занимава с продажби, маркетинг и развойна дейност. Дори например клиентът ви да е ангажиран в човешките ресурси, разбирането на пазара и къде се позиционират продуктите и услугите на фирмата е от голямо значение. В противен случй професионалните му умения няма да се използват напълно за сегашни и бъдещи дейности на организацията.

4. Фирмен жагон. Всяка организация си има специфичен език, често пъти неразбираем за току-що присъединилите се. Затова е важно в началото клиентът ви да се запознае с подходящата терминология. Ако става въпрос за определена професия, клиентът ще трябва да се запознае и с нейния специфичен жаргон.

РАЗБИРАНЕ НА ХОРАТА

Един от факторите за успешен старт на ново работно място е да се установят добри отношения с колегите от самото начало. Това включва не само установяване на работни връзки с преките колеги от отдела, но и с работещите в другите отдели, с които ще сме в контакт и които много често оказват значително влияние върху успешната ни кариера.

В новия си отдел вашият клиент трябва да бъде приет от собствения си екип. Важно е да запомни, че това приемане трябва да се спечели, а не се дава даром. Първите няколко месеца са начален процес, през който новоназаначеният трябва да си спечели добро име. Колегите и началникът му ще изпробват не само техническата му компетентност, но също и стила на работа, поведение, ценности и характер. Това често се прави на подсъзнателно ниво, но е сигурно, че ще се случи. Колегите ще искат да се уверят, че техните ценности съвпадат с тези на клиента ви (техния нов колега) и че той може да бъде полезен на отдела.

Добре е той/тя да се се запознае с хора извън отдела, с които има вероятност да работи. Основен проблем на организациите днес е липсата на ефективна странична комуникация между различните отдели, въпреки че всеки би трябвало да се стреми към изпълнението на едни и същи цели. Старанието да се създадат връзки с важните хора в компанията през първите разботни седмици многократно ще се отплати на клиента ви, особено ако той се опита да разбере какви са приоритетите им.

ОБУЧЕНИЕ

За да покаже човек най-доброто от себе си още от самото си назначаване, той трябва да е подготвен да поема отговорност и да върши задълженията си на новото си работно място. Повечето организации ще осигурят нужното техническо обучение, но може би ще обърнат по-малко внимание на други умения като например управление и междуличностни отношения, които да се доизгладят; клиентът ви може да поиска специално обучение, ако смята, че му е необходимо. Трябва да си помисли за съставянето на план за личното си развитие.

Докато си е търсил работа, клиентът ви сигурно е анализирал силните си страни и тези, които трябва да развива. На фирменото обучение и други възможности за развитие, предложени от работодателя, трябва да се гледа като на шансове за непрестанно усъвършенстване. Заслужава си систематично на редовни интервали (на всеки шест седмици от новата работа) да се анализират потребностите за обучение, като не фокусирате вниманието си само на техническите умения, тъй като те не са най-важни. Нека клиентът ви прецени дали да допълни плана си с нови умения при необходимост. Също струва си да се пита за разрешение да се посещават странични курсове, предлагани от фирми за обучение и професионални институции, в случай, че представляват интерес. От клиента ви ще се очаква да има някакво ниво на компетенция, щом е избран от всички кандидати, ето затова той не трябва да застрашава позицията си с прекалено много искания за курсове в ранния етап.

Не забравяйте, че книгите и телевизията също са много добър източник на самообучение.

РАЗБИРАНЕ СЪЩНОСТТА НА РАБОТАТА

По време на кандидастването си за дадена позиция, кандидатите добиват представа какви са техните отговорности и каква е структурата на отдела, в който ще работят. Както и да е, първоначалните впечатления от интервюто рядко да съвсем точни и пълни. За да работи пълноценно, клиентът трябва да си изясни през първите шест седмици:

- какви точно са отговорностите му;
- очакванията на началника и на други ръководни кадри;
- кой взима решенията;
- бюджетни и управленски отговорности;
- структурата на отдела;
- мястото на отдела в организационната йерархия;
- как функцията или отделът му се възприемат в организацията, т.е. важни ли са и ако не, защо;
- странични линии на отговорност и връзки;
- ключови вътрешни клиенти и доставчици, с които ще трябва да установи ефективни работни отношения.

ОЦЕНКА НА СВЪРШЕНАТА РАБОТА

Повечето организации днес прилагат система за оценка на извършената работа и на постигнатите цели. Както и да е, този процес не винаги работи особено добре и понякога излиза от употреба.

Въпреки това е важно на клиента да се поставят ясни цели и задачи, за да канализира приноса си. Ако не му бъде възложена определена мисия в рамките на първата година от работата му в организацията, той трябва да говори с началника си за:

- ключовите функции на длъжността си, т.е. основните области, в които се очаква той да даде своя принос;
- серия от измерими постижения, като това се проверява на определени интервали, очертаващи приноса на клиента към цялостната дейност и развитието на организацията и отдела в частност;
- как и колко често личното му представяне в работата ще бъде оценявано. Важно е да открие какви средства за оценка се прилагат в отдела с цел да се установи дали поставените цели са реалистични и постижими. Възможно е набелязаните цели да са поставени без участието на индивида.
- ако организацията не прилага система за поставяне на цели и определяне на задачи, добре е това да се направи. Нека клиентът е наясно какви цели си е поставил служителят. Това би се отнесло до приноса, който клиента ви може да направи за организацията и различните аспекти от работата, на които той може да влияе (включително печалба, маркетингови инициативи, продажби и т.н.). Този тип неформално измерване на постигнатото може да се окаже безценно за измерване на личното развитие през първите няколко месеца на новата работа.

УПРАВЛЕНИЕ НА КАРИЕРАТА

В допълнение към гореспоменатото, отнасящо се конкретно до началната фаза от работата си, клиентът трябва да отдели време и и да посвети усилия за планиране на кариерата си в дългосрочна перспектива. Докато си е търсил работа, той може да е анализирал систематично личните си възможности за успешна кариера. Важното е активният мениджмънт и преценка да не приключат веднага със започването на новата работа. За много хора планирането на кариерата им по-скоро напълно се изчерпва с възможността за повишение, отколкото с развитието на уменията и краткотрайна мисия в напълно различна работна среда или обогатяване на настоящата им позиция.

По-долу има предложения и стъпки, които да препоръчате на клиента си да предприеме, за да планира успешно кариерата си, а не да се оставя на течението, което най-често се случва. Запознайте го със следните пропоръки (добре би било да направите кратко представяне и да подготвите екземпляр за клиента си):

СЪЗДАВАНЕ НА ПРОФЕСИОНАЛЕН ПЛАН

След като сте си намерили нова работа, поставете си нови цели и задачи в новата организация. Това не означава точно да очертаете какво очаквате да стане през следващите пет години, но рамкирайте основните елементи, по които ще измервате успеха си за средносрочен и дългосрочен период от време. Този план и поставените цели трябва да се ревизират на всеки шест месеца и ако е нужно да се правят корекции за постигане на задачите, за лично развитие и за промени в организацията.

РЕГИСТРИРАЙТЕ ПОСТИГНАТОТО

Вие сте преценили постиженията си по време на предишните си длъжности и сте включили някои от тях в автобиографията си. Те може много да са ви помогнали за започване на настоящата ви работа. Затова си заслужава да продължавате да си водите бележки за това какво постигате след като сте започнали. Това ще ви е от голяма полза за придвижване на нова позиция както в същата организация, така и ако кандидатствате на друго място.

ПОДДЪРЖАЙТЕ КОНТАКТИТЕ СИ

Докато сте си търсили работа сигурно сте създали много контакти. Тази мрежа от познанства трябва да бъде поддържана след като започнете работа, тъй като може да ви е от полза в бъдеще, например да продавате услугите на организацията си или при други маркетингови дейности. Също е въпрос на възпитание да уведомите познатите си, че напредвате в новата си роля. Трябва да сте подготвени да върнете услугата, например да помогнете на някой друг, докато си търси работа.

ПРОЗРАЧНОСТ ВЪН ОТ ОРГАНИЗАЦИЯТА

За да напреднете в кариерата, не е достатъчно само добре да си вършите работата. Хората извън организацията трябва да са информирани за способностите ви и вашият профил трябва да стане популярен извън сферата ви на дейност. Писането на статии за професионални или други вестници, произнасяне на речи в местната търговска камара и подобни професионални изяви биха повишили бъдещите ви шансове.

ИЗГРАДЕТЕ СИЛНИТЕ СИ СТРАНИ

Търсенето на работа със сигурност е насочило вниманието ви към качествата и уменията ви. Вероятно сте наясно в какво ви бива и кое ви харесва най-много. Трябва да се отдадете на бъдещото си развитие на нови способности и компетенции и да натрупате опит. Трябва да сте готов да учите нови неща, да усещате нуждите на организацията и какви умения и поведение се поощряват. Това включва възприемането на промените в организацията като възможност за придобиване и развиване на нови умения. В днешния свят организациите се променят по-бързо от всякога, често в резултат от натиска на конкуренцията. По тази причина всеки, който не придобива нови знания и не се адаптира към промените, е много вероятно да изпадне от състезанието.
Добре е винаги да се помни, че пазарът на труда е пазар: ако се учите от опита си и добивате нови умения, следващият път, когато попаднете на пазара на труда, може би след няколко години, ще имате какво да предложите на бъдещия си работодател.

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИ

Определяне на цели и дейности извън работното място. Процесът на търсене на работа може би помага на клиентите ни да се фокусират върху това какво искат да постигнат и в личния си живот. Те може би вече са си поставили цели, които искат да постигнат в свободното си време и личното си развитие. Добре е периодично тези планове да се

ревизират и веднъж постигнати, да се поставят нови. Серия от достижими цели, свързани с извънработни дейности, балансира живота ни и ни дава възможност да почивка и освобождаване от стреса, натрупан по време на работа. На всеки шест месеца трябва да се спира, да се анализира постигнатото и да се адаптират целите ако е необходимо.

САМОУПРАВЛЕНИЕ

Ключът към успешната кариера зависи в голяма степен от способността на всеки да управлява кариерата си. Много нереалистично е да очаквате, че организацията, в която работите, ще се грижи и направлява кариерата ви. Всеки индивид трябва да е подготвен сам да поема отговорност. Наивно е да смятате, че само лоялността ви към компанията ще е достатъчна за постигане на целите ви. Като че ли най-важно за бъдещето ви е способността да се променяте и адаптирате към новите работни условия и да сте гъвкав при придобиването на нови умения, особено в тези времена на неспирни технологични промени.

Следва списък с препоръки, които можете да предложите на клиента си за първите няколко дни:

- Бъдете наясно какво прави организацията или компанията ви.
- Разберете каква трябва да е вашият принос за организацията.
- Намерете копие от годишния отчет на компанията си и го прочетете.
- Обличайте се консервативно и прилично, когато ходите на работа.
- Запомняйте имената на хората, с които се запознавате.
- Отделете време за разбиране на схемата за печалба на организацията си. Не изчаквайте да ви се наложи, за да се запознаете с него.
- Наблюдавайте и подражавайте на тези, които се справят добре. Позволете им да ви учат.
- Персонализирайте работното си място, например сложете табелка с името си на бюрото, така че всеки да знае кой сте.

И последно, но не по важност, дайте на клиента си с основните съвети, които ще са му от полза на новото работно място и за развитие на кариерата му от гледна точка на:

А. Ежедневни дейности:

- Докато пътувате за работа си преговорете какво имате да свършите през деня.
- Ако имате възможност да ходите с градски транспорт на работа, възползвайте се. Това не само спестява енергия, но и имате време да четете. Винаги носете материали за четене с вас.
- По време на работа, добийте навика да да записвате мислите и идеите, които ви идват наум.
- Бъдете точен. Ходете навреме.
- Планирайте предварително деня си. Десет – петнадесет минути сутрин ще ви спечелят един час продуктивен труд по време на деня.

• Развийте рутинни дейности, само ако ви помагат да си вършите работата по-добре.
• Поздравявайте пръв останалите сутрин. Правете го с усмивка.
• Дръжте ментови дражета в бюрото си в случай на нужда. И запомнете, че дори вие да не можете да усетите дъха си, това не означава, че е сладък и свеж.
• Дръжте допълнителна риза или блуза сгъната и прибрана в колата ви. Помислете също за допълнителна вратовръзка или чифт чорапи на разположение.
• Винаги се поглеждайте в огледалото, преди да излезете от тоалетната.
• Пристигайте навреме на събранията. Носете си нещо за правене докато чакате останалите.
• Не си губете времето и не фантазирайте по време на събрания. Ако се говори за области, в които не сте компетентен, извадете бележника си и проверете какво друго имате да вършите.
• Обядвайте в офиса си. Ще спестите време и пари.
• Правете кратка разходка всеки ден. Паркирайте малко по-надалеч сутрин или протягайте краката си отвреме навреме. Това ще ви прочисти мисълта и ще ви направи по-продуктивни до края на деня.

Б. Работна етика:

• Начертайте си строга етична линия и никога не я преминавайте. Особено когато другите ви подтикват да го направите.
• Не изневерявайте на себе си. Това означава да правите правилното, дори и да не е популярно, модерно и печелившо.
• Изградете репутация на честен и почтен човек. Ако в миналото сте се провалили да го направите, новата работа е възможност да сложите свежо начало. Тази репутация се печели с време, грижете се за нея през цялото време, на работа и навсякъде. Не ругайте, дори и другите да го правят.
• Не разказвайте мръсни, расистки или сексистки вицове. Избягвайте тези, които се опитват да ги споделят с вас.
• Не лъжете, мамете или крадете, дори когато изкушението е голямо – бъдете честен и почтен във всяка ваша дейност и ще забележите колко напред това ви изстрелва пред колегите ви.
• Спазвайте обещанията си. Ако не сте сигурен, че можете да изпълните нещо, не обещавайте.
• Ако не сте сигурен в нещо, не го правете. Съзнаниео ви ще заговори, послушайте го.
• Винаги търсете доброто в другите, и така е по-вероятно те да видят доброто у вас.

В. Умения за общуване:

• Говорете 20% и слушайте 80%. Избягвайте тези, които говорят 100%.
• Винаги се възползвайте от възможноста да похвалите тези, които го заслужават. Ако някой се е справил добре, намерете време да му направите комплимент.
• Когато някой ви разказва история, не го прекъсвайте. И не се опитвайте да разкажете по-добра история.
• Усмихвайте се. Много. Дори когато ви се плаче.

• Ако някой се опита да ви въвлече в спор, опитайте се да избегнете конфронтацията. Помислете преди да отговорите.
• Разсмивайте другите в офиса. Всеки обича лъчезарните хора.
• Търсете решения, не проблеми. Всеки може да идентифицира проблеми.
• Когато някой ви направи комплимент за работата ви, не казвайте "Това беше лесно" и не се опитвайте да смените темата. Просто кажете "Благодаря" с усмивка и отминете.
• Животът не е честен. Понякога и работата не е. Ще има дни, които просто ще трябва да изживеете. Изчакайте до утрешния ден, за да видите дали нещата са се разведрили. Обикновено така става.
• Не се оплаквайте. Във всеки офис има по някой, който се чуства длъжен да се оплаква. Нека някой друг играе тази роля. Игнорирайте го когато се опита да изпробва таланта си върху вас.
• Когато сте нещастен отвътре, опитайте се да останете щастлив отвън. Нещата могат да се обърнат.

Д. Работна политика:

• Във всяка ваша дейност показвайте уважение към началника си. Не се присъединявайте, когато другите си правят шеги с него. Това може да е заразно.
• Като подчинен, ще трябва да координирате плановете си с другите. Подчинението не се състои в слушане на другите, когато сте съгласен с тях. Истинското подчинение се основава на съобразяване с другите, когато не сте съгласен с тях.
• Никога не обсъждайте заплатата си с колегите си. Отказът ви да обсъждате този въпрос ще ги подлуди от любопитство защо изкарвате толкова повече от тях.
• Тоалетната се намира на работното ви място. Внимавайте какви разговори водите там.
• Когато ви направят комплимент за колективно свършена работа, винаги споменавайте заслугата на колегите си.
• Когато другите започнат да критикуват, не се присъединявайте към тях.
• Действайте градивно, не деструктивно.

Е. Образование и обучение:

• Проучете какво обучение предлага фирмата и се възползвайте.
• Опитайте се да приложите наученото.
• Продължете образованието си. Дори и да не получите формално образование, продължавайте да се обучавате цял живот. Това, което учите ще окаже влияние на това, което печелите.
• Ако не можете да пишете бързо, научете се. Това ще ви спести много работно време.
• Научете се напълно да боравите с компютър. Не е необходимо да бъдете компютърен специалист, но трябва грамотно да използвате техниката, с която работите. Актуализирайте техническите си умения.
• Научете са да работите в екип. В училище се поощрява личната изява. Работодателите поощряват тези, които могат да работят с останалите.

- Най-вероятно вие не знаете толкова добре всичко, което смятате, че знаете. Много често за осъзнаване на този факт ще ви трябва един живот време и колкото по-рано това стане, толкова повече време ще имате да учите и растете.

Ж. Финанси:

- Животът е много повече от натрупване на състояние. Парите никога не са достатъчно, затова намерете щастието си в нещо друго.
- Богатство и щастие са две различни неща.
- Четете годишния отчет на компанията си всяка година. Той представлява както история на миналата година, така и прогноза за следващата. Изпълнявайте задълженията си за реализиране на тази прогноза.

З. Професионално развитие

- Знайте кой е началникът на началника ви. Може би това е човекът, който ще ви препоръча за повишение в бъдеще.
- Попитайте началника си в кои области трябва непрекъснато да се усъвършенствате.
- Прочуйте се с това, че или идвате пръв на работа, или си тръгвате последен. Или и двете. Но не практикувайте и двете неща вечно. Това е добро начало за вашата работа, но в крайна сметка не води до добър живот.
- Придобийте репутация на човек, който решава проблеми. Ако се сблъскате с проблем, не оставяйте друг да се справи с него.
- Дори и добре да се справяте с работата си, питайте как да подобрите изпълнението на задълженията си в бъдеще.
- Обръщайте внимание на това, което се случва около вас. Това може да е бъдещата ви област на растеж и реализация.
- Намерете копие от годишния отчет на конкурентите си. Така ще сте наясно с нещата във вашата индустрия и по-добре ще разберете стратегията на вашата компания.
- Ако това, с което се занимавате ви харесва, успехът няма да закъснее.
- Изведете колегите си на обяд, за да научите повече за работата и отделите им. Оставете ги да говорят, а вие слушайте.
- Научете се да общувате с езика на компанията. Професионалното развитие прилича повече на изкачване на мрежа, отколкото изкачване на стълба. Създайте колкото се може повече контакти.
- Никой не е длъжен да осигурява живота ви. Никой не ви дължи работа. Трябва да се борите за това всеки ден, отново и отново. Когато престанете да полагате ежедневни усилия, ще отрежете шансовете си за развитие.
- Ако правите повече, отколкото ви плащат, в крайна сметка ще ви плащат повече за това, което правите.
- Не искайте увеличение на заплатата, защото ви трябват пари, а защото заслужавате повече.

Освен съвети, свързани с работата, можете да предоставите на клиента си списък с умения, които ще са му нужни за цял живот. Опитайте се да говорите приятелски, не поучително. И отново – запознайте клиента си със следното:

- Животът никога не е това, което ние искаме да бъде. Животът просто е такъв, какъвто е. Това, което правим ще ни заведе по-близо до това, което искаме да бъде нашият живот.
- Вие сте най-добрата инвестиция, която някога ще имате. През остатъка от живота си ще получавате дивиденти от това, което сте инвестирали в себе си.
- Бъдете проактивен в планиране на бъдещето си. За да получите нещо в бъдеще, ще трябва да се потрудите сега.
- Очаквайте големи неща от себе си и се надявайте на големи неща от другите.
- Определяйте цели в живота си. Разбийте дългосрочните си цели на по-малки краткосрочни. След това разбийте краткосрочните си цели на годишни. След това разбийте годишните си цели на месечни. След това разбийте месечните си цели на седмични, а тях на ежедневни. Разбийте ежедневните си цели на дейности. Нека всичко това бъде на хартия. След това започнете да го изпълнявате. На път сте да изпълните всички цели, които сте си поставили в живота. Започнете стриктно да използвате бележник или джобен планьор. Скоро той ще се превърне в ежедневния ви пъдеводител към постигане на житейските ви цели.
- Бъдете наблюдателен – учете от грешките на другите, за да не ги повтаряте и вие.
- Когате сгрешите, незабавно поемайте отговорност. Отричането само ще задълбочи и направи грешката по-сериозна. Анализирайте грешката си и продължете. Не правете същата грешка отново.
- Всяко пътуване започва с една стъпка. С всяка следваща стъпка целите се избистрят.
- Винаги давайте на тези, които имат по-малко от вас. Без значение колко упорито сте работили, за да достигнете до сегашноото си положение, винаги съществува някой, който не е имал същите възможности в живота като вас. Направете нещо, за да се отблагодарите.
- И накрая, винаги помнете, че работата не е единственото нещо в живота ви. Никой не е казал на смърния си одър: "Бих искал да съм прекарал повече време в офиса".

25 горещи съвета за менажиране на кариерата, базирани на личния опит на консултанти:

Следват интересни уроци, спеделени от хора, говорещи за работата си с консултанти. Нека клиентът ви ги сравни с гореизброените препоръки:

1. Постигането на успех обикновено изисква жертви. Ако беше толкова лесно, всеки щеше да кара Порше.
2. Дори и да работите в голяма компания, вие все пак сте сам.
3. Работното място може да е забавно и предизвикателно. Може и да е трудно. Усилията, планирането и обучението се възнаграждават, а безразличието и липсата на подготовка биват наказани.
4. Отделете време за оценка на уменията, темперамента, нагласите, предпочитанията, антипатиите и таланта си. Ако имате нужда от помощ при изготвяне или прилагане на плана си, потърсете съвета на професионален консултант.

5. Кариерата ви може би е най-сериозният ви финансов източник. Може би ви плащат според заслугите ви, но все пак проучвайте пазара. Не се надценявайте, нито подценявайте.
6. Скачайки от работа на работа – от продавач до представител на клиенските услуги и после учител, отговорник за персонала и технически писател – не е кариера. Започвайки като касиер, преминавайки през младши счетоводител, счетоводител, контрольор, старши финансов специалист и финансов вице-президент е кариера. Кариерата се изгражда с времето.
7. Смяната на областта, индустрията или специалността е трудна и колкото по-голяма е промяната, толкова по-трудно е. Затова изберете внимателно сферата си на дейност. Веднъж напуснете ли я, за да опитате нещо ново, после е трудно отново да се върнете.
8. Днешното инженерно образование се оказва остаряло на всеки пет години. А това може да се случи и с вас. Ако не учите нещо ново днес, може утре да не сте актуален и нужен. Това е особено валидно за хората над 40.
9. Мислете за кариерата си като за PR кампания, провеждана от политическа партия. Целта ви е да ви харесат колкото се може повече хора. (И да продължават да ви харесват.) Поради това всеки човек – мъж, жена, от малцинствен произход, стар, млад – е важен. Отнасяйте към всеки един любезно и уважително. Направете живота на хората около вас малко по-лесен и това ще се отрази благоприятно на кариерата ви.
10. "Личните качества" са толкова важни, колкото и "техническите качества", защото и в техническите професии ще трябва да работите с други хора. По-добре е да бъдете човечен със средно ниво на компетентност, отколкото изключителен експерт, който печели на гърба на другите.
11. Бъдете внимателни в изразяването на силни емоции в бизнеса, особено гняв и разочарование. Споделяте чувствата си спокойно и тактично.
12. Прекарвайте време с хората, на които се възхишавате. Успехът действително се изтърква. Няма заместител на това да познавате "точния човек" и да бъдете на "точното място в точното време". Поемете риска да се свържете с някой, който представлява интерес за вас.
13. Топло, ентусиазирано, грижовно и позитивно поведение – външно демонстрирано към другите е единственият ви голям плюс в работата.
14. Всеки един ден настоящата ви работа може да приключи – дори и да притежавате компанията! Затова мислете краткосрочно. Не приемайте настоящите си възможности като даденост. Ставайте всяка сутрин с чувството, че сте безработен и непрекъснато се доказвайте. Оценявайте работата си, но имайте наум с какво ще се занимавате по-нататък. Винаги е добре да имате резервен вариант.
15. Освен в редки случаи, не съдете бившия си работодател ако сте уволнен или съкратен. Погледнете се сериозно и задълбочено. Попитайте се какво различно сте направили. Определете честно вашата част от вината. След това работете, за да създадете по-добър живот за себе си, дори и да смятате, че грешката е била в работодателя ви. Не задълбавайте в миналото. Не е градивно и само удалжава нещастието ви.
16. Ако загубите работата си, 80% от проучването за нова работа вече е направено. Репутацията, резултатите, постиженията, личните ви качества, приноса и приятелствата ви ще работят за вас. Ако сте допринесли с нещо, ако сте били любезни с останалите и с вас се е работело лесно, ще ви търсят. И обратното – ако не, няма да питат за вас.

17. Причтелите ви са най-добрите ви съюзници в работата ви, особено когато си търсите такава. Никой няма да ви помогне повече от тези, които вече ви познават. Затова направете изчерпателен списък на професионалните и личните си контакти (всеки, който сте срещнали) и поддържайте връзка с тези хора, дори и след като сте си намерили работа.
18. Работодателите първо наемат приятелите си. Едва когато семейните ресурси се изчерпат, те прибягват до непознати. Когато компаниите наемат външни хора, те интервюират, тестват и проверяват здраво. Най-добрата ви професионална стратегия, освен да усъвременявате уменията си и да постигате нови неща, е да създадете сериозни и продължителни приятелства.
19. Постиженията ви са визитната ви картичка за в бъдеще. Те ще ви помогнат да определеите стойността си. Когато се продавате това, което тежи, са постигнатите резултати. Опитвайте се постигате нещо важно и значимо всеки ден. Водете си бележки за постигнатото.
20. Не оставаите без работа дори за ден. Работете почасово като доброволец, половин ден в някоя агенция или помагайте на приятел в неговата фирма.
21. Любовта, щастието, приятелството и времето, отделено за себе си са толкова важни, колкото и кариерата. Ако работата е целият ви живот, вие сте уязвим за разочарования и провали; провалилите се хора не се търсят толкова.
22. Прекаленият успех може да ви убие. Научете, че достатъчно е достатъчно. Ако смятате, че се проваляте, може би сте прав. Най-успелите хора са най-уязвими. Те изискват много и от себе си, и от останалите. Търсете баланс.
23. Не се задържайте на работа, която мразите. Да мразите, това, което вършите всеки ден, може да се отрази зле на здравето ви и да направи всички около вас, включително съпруг/а и семейството ви нещастни. Рискувайте! Действайте! Променете нещата!
24. Не си търсете извинения, когато нещата не вървят добре. Когато се изправите пред предизвикателство, казвайте си следното: “Аз контролирам бъдещето си. Никой не може да осуети плановете ми за щастлив живот, ако се потрудя да си го осигуря. В края на краищата никой освен мен не може да ме спре да успея.”
25. Каквото и да научите, споделяйте част от него.

Финални думи

Този наръчник за консултанти, работещи в сферата на кариерните услуги не претендира да бъде разбираем и приложим за всички случаи, които консултантите срещат. Животът е толкова многообразен и хората – толкова различни и нито една книга или наука не може да обхване всичко.

Запомнете, че книгите могат да ви дадат само основна идея за работата ви. Като консултант вие можете да научите много повече от работата си, отколкото от който и да е наръчник. Разбира се, всеки професионалият се нуждае от някои “инструменти”, които да му помагат в работата.
В рамките на пилотния проект РАЗВИТИЕ НА КАРИЕРНИ УСЛУГИ ЗА МЛАДЕЖИ (реализиран с подкрепата на програмата “Леонардо да Винчи” на ЕС) ние създадохме набор от такива помагала, които биха ви били от полза в ежедневната ви работа. Надяваме се, че ще ги използвате и че ще допринесат както за работата ви, така и за развитието на кариерата ви.