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

**Σε τι είναι καλός ο πελάτης;**

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

Ο πελάτης είναι καλός στο:

| | | |
|---|---|---|
| Να κάνει μαστορέματα και επισκευές πραγμάτων | Να κατανοεί βαθιά τα πράγματα | Να διαμορφώνει ερωτήσεις |
| Να δοκιμάζει νέες ιδέες | | Να δουλεύει δημιουργικά |
| Να κατανοεί το καινούριο | | Τεχνολογία |
| Να λύνει προβλήματα | Να οργανώνει τους άλλους αποτελέσματα | Να δουλεύει με |
| Να κατανοεί και να ακολουθεί οδηγίες | Να διδάσκει να να εξηγεί πράγματα | Να δίνει έμπνευση στους άλλους |
| Να δουλεύει κάτω από πίεση | Να δουλεύει με λεπτομέρειες | Να βλέπει την πλήρη εικόνα |
| Να δουλεύει με νούμερα | Να δουλεύει με το σώμα | Να παίρνει αποφάσεις |
| Να βοηθά άλλους ανθρώπους | Να δουλεύει έξω | Να πείθει τους άλλους |
| Να φροντίζει τις ανάγκες των άλλων | Να παρέχει ενέργεια στην ομάδα | Να δίνει προτεραιότητα |
| Να ακούει εγχειρήματα | Να γράφει | Να ολοκληρώνει |
| Να ξεκινά εγχειρήματα | Να διαχειρίζεται εγχειρήματα | Να αναζητά πληροφορίες |

Βοηθήστε τον πελάτη να ανακεφαλαιώσει τα 10 πράγματα που κύκλωσε σε μία ή δύο προτάσεις
Σε τι είναι καλός;

.....

.....

.....

.....

***Feedback από τους άλλους: Τι πλεονεκτήματα βλέπουν στον πελάτη;***

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

Μπορεί, για παράδειγμα, να κάνει τις εξής ερωτήσεις:

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

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

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

Ανακεφαλαιώστε τι είπε για τον πελάτη:

……
……
……
……
……

Αποστολή 2: Αφήστε τον πελάτη να θέσει τα ερωτήματα ενός ατόμου που τον γνωρίζει το πολύ 3 μήνες.
Ανακεφαλαιώστε τι είπε για τον πελάτη:
……
……
……
……
……

Ανακεφαλαίωση: Κατάλογος ικανοτήτων

Κάντε μία λίστα με 5 δεξιότητες του πελάτη:
1……
2……
3……
4……
5……

Ανακεφαλαιώστε τις δυνατότητες του πελάτη
……
……
……
……

Ανακεφαλαιώστε τα πεδία ενδιαφερόντων του:
……
……
……
……

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

**Τι σημαίνει να έχεις μία δουλειά;**

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

Τι γίνεται όταν αποκτώ μία δουλειά;

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

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

Όταν αυτά τα μέρη ενώνονται για να σχηματίσουν ένα σύνολο, σχηματίζεται μία καλή εικόνα της παρούσας θέσης του πελάτη. Αυτό το κάνει ευκολότερο για τον πελάτη ώστε να θέσει προσωπικούς στόχους. Όταν η παρούσα θέση είναι καθαρή είναι ευκολότερο να βρεις το σωστό επίπεδο για τον συμμετέχοντα και να αρχίσεις το κτίσιμο μιας στρατηγικής που είναι πραγματοποιήσιμη για τον πελάτη. Εδώ έχουμε την ευκαιρία να ξεκαθαρίσουμε και να αποσπάσουμε κάθε βήμα ώστε να φτάσουμε πιο γρήγορα στους στόχους και με καλύτερα αποτελέσματα. Με καθαρότητα του που βρίσκεται ο πελάτης, και ποιό είναι το επόμενο βήμα, είναι ευκολότερο να αποκτήσεις δύναμη και κίνητρα για τη σκληρή δουλειά που βρίσκεται εν όψει.

**<u>Η ατομική συνέντευξη</u>**

Με μία ατομική συνέντευξη, ο σύμβουλος μπορεί, μαζί με τον πελάτη, να συζητήσει τους στόχους ξεκινώντας από την ανάλυση της παρούσας κατάστασης. Ως σύμβουλος πρέπει να περάσετε από αυτό και να κοιτάξετε τις δυνάμεις και τις αδυναμίες και ταυτόχρονα να δώσετε feedback και υποστήριξη. Είναι τα θετικά σημεία που πρέπει να σκεφτείτε και ταυτόχρονα να οδηγήσετε τη συζήτηση ώστε το άτομο που κινητοποιείται να πάρει δυνάμεις.
Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης ορίζετε τους στόχους του πελάτη και κάνετε ένα σχέδιο που ορίζει τα στάδια από τα οποία πρέπει να διέλθει για να φτάσει αυτούς τους στόχους. Κατά τη διάρκεια

περαιτέρω συνεντεύξεων πρέπει να επιτείνετε τους πρότερους στόχους και ακόμα να θέσετε καινούριους.

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

**<u>Μέθοδος συνέντευξης για εστίαση σε μία λύση</u>**

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

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

Τα δημιουργικά ζητήματα στη μέθοδο συζήτησης διαμορφώνουν ένα αποτελεσματικό εργαλείο όταν ανακαλύπτετε τους στόχους των πελατών και τι θέλουν να πετύχουν. Μπορείτε επίσης να ανακαλύψετε τι έχουν πραγματοποιήσει και ποιο θα είναι το επόμενο μικρό βήμα. Μπορείτε να δουλέψετε με διαφορετικά ζητήματα σχετικά με το μέλλον και μεταξύ άλλων, πως να πραγματοποιήσετε τις επιθυμίες σας. Πρέπει να έχετε πολύ θετική ανταπόκριση σε ό,τι έχει ήδη επιτευχθεί και να επιβεβαιώσετε κάθε πρόοδο επιδοκιμάζοντας τις επιτυχίες.

Αυτή η στάση προϋποθέτει μία αξιοσέβαστη υποδοχή, προσέγγιση και εμπιστοσύνη στο ότι ο καθένας έχει θετικές προθέσεις για ό,τι κάνει. Από μία κοινή πλατφόρμα παίρνουμε μικρά βήματα προς την εργασία και τη συνεχή αξιολόγηση του τι κάνουμε, αν πηγαίνει καλά, και τι χρειάζεται για να προοδεύσουμε περισσότερο. Αυτό το κάνει δυνατό για καθένα από τους πελάτες να ακούγεται και να φαίνεται. Αυτές οι γνώσεις ενισχύουν την εικόνα του πελάτη για τον εαυτό του. Η πρώτη συζήτηση λαμβάνει χώρα στην αρχή ενός εγχειρήματος και στη συνέχεια επακολουθούν άλλες. Μ' αυτόν τον τρόπο και τα δύο μέλη μπορούν να γνωρίζονται καλύτερα. Ο σύμβουλος μπορεί να το κάνει αυτό δυνατό κάνοντας ερωτήσεις για τον τρόπο ζωής, την προσωπικότητα και τα όνειρα του πελάτη. Ο πελάτης από την άλλη έχει την ευκαιρία να ρωτά το σύμβουλο πράγματα για να δημιουργηθεί διάλογος. Ιδέες γεννώνται και επεξεργάζονται, κριτική ασκείται και προσλαμβάνεται. Το τελευταίο είναι

σημαντικό εφόσον ενισχύει την εικόνα του πελάτη για τον εαυτό του. Η άσκηση θετικής κριτικής είναι επιπλέον σημαντική εφόσον ενισχύει την αυτοπεποίθηση και την κινητοποίηση για εξέλιξη. Είναι σημαντικό επίσης κατά τη διάρκεια αυτών των συνεδριών, να οργανωθεί ένα σχέδιο δράσης το οποίο μπορει να εξελιχθεί στην επόμενη συνέντευξη.

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

**Η πορεία της συνέντευξης**

1. Μέσω συζήτησης αναγνωρίστε τους στόχους
   Τι θέλετε να καταφέρετε με τη συνέντευξη;

2. Πως θα ήταν αν λυνόταν το πρόβλημα; (Ιδανική κατάσταση)
   Αυτό μπορεί να ενισχυθεί με ερωτήσεις γύρω από το τι θα ήταν διαφορετικό την επιθυμούμενη μέρα.

3. Ερωτήσεις σχέσεων
   Τι θα σήμαινε για τον Χ όταν πλησιάζει το στόχο του; Τι θα κάνει τότε;
   Ποιος άλλος θα το παρατηρήσει;

4. Ζητήματα εξαίρεσης
   Έχει ήδη συμβεί τίποτα απ' όσα συμπεριλαμβάνονταν στην επιθυμητή κατάσταση;

5. Ερωτήσεις κλίμακας
   Πόσο κοντά βρίσκεστε στο στόχο σας σήμερα;
   (1 = καθόλου και 10 = κάνοντας κάθετι απαραίτητο για να τον πετύχετε)

6. Ερωτήσεις κινήτρων
   Πόσο είστε προετοιμασμένος να δουλέψετε για το στόχο σας;
   (1 = καθόλου και 10 = κάνοντας κάθετι απαραίτητο για να τον πετύχετε)

   Πόσο πιθανό είναι να φτάσετε το στόχο σας;
   (1 = καθόλου και 10 = κάνοντας κάθετι απαραίτητο για να τον πετύχετε)

7. Επόμενο βήμα

8. Παύση

9. Περίληψη

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

**<u>Κατά τη διάρκεια ολόκληρης της συνέντευξης</u>**

Συλλάβετε και επιβεβαιώστε τις αναγωγές που εμφανίζονται

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

Παριστάνετε ότι δε γνωρίζετε τίποτα.

Ανακεφαλαιώστε

Εμβαθύνετε

Βοηθείστε τον πελάτη να τα κάνει όσο πιο απτά γίνεται.

**<u>Οδηγίες</u>**

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

Αν ο πελάτης απαντήσει «Δεν ξέρω» τότε λέτε:

Ας υποθέσουμε ότι γνωρίζατε, τι θα λέγατε τότε;

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

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

Αν ο πελάτης παιδεύεται με τις ερωτήσεις ή λέει ότι είναι δύσκολες, συμφωνείστε και πείτε: Κάνω πολλές δύσκολες ερωτήσεις, με την ησυχία σας.

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

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

- Ναι, ωραία δε θα ήταν;

Αν ο πελάτης επιμένει, ρωτήστε:

Πόσο μεγάλες είναι οι πιθανότητες να συμβεί, νόμιζετε;

## 2. Ψυχομετρικά τεστ – σημασίες και τύποι

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

### 2.1 Κλίσεις – τι μπορεί να κάνει καλύτερα;

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

***Μηχανική Λογική***

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

**Σχέσεις Χωρητικότητας**

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

**Αφηρημένη Λογική**

Η κλίση αυτή έχει να κάνει με την ικανότητα του πελάτη να πραγματεύεται οπτικούς σχηματισμούς. Τα ζητήματα σ' αυτό το τεστ περιέχουν σχέδια και σειρές, που πρέπει να συμπληρωθούν. Είναι ένα μη-λεκτικό μέτρο της ικανότητας αφηρημένης λογικής και ως τέτοιο θεωρείται από πολλούς ψυχολόγους

ως καλό μέτρο ευφυίας. Το είδος των δεξιοτήτων που αναγνωρίζει αυτή η κλίση είναι χρήσιμο στην αρχιτεκτονική, το σχεδιασμό, τη ζωγραφική και το ηλεκτρονικό σχέδιο.

**Χρήση Γλώσσας**

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

**Ορθογραφία**

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

**Λεκτική Λογική**

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

**Αριθμητική Ικανότητα**

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

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

**Οι δυνατότητες του πελάτη**

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

**10 δυνατότητες:**

Ορατές απασχολήσεις, πεδία
Αόρατες απασχολήσεις, πεδία
Μερική απασχόληση σε διάφορες εταιρείες

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

Παροχή συμβουλών
Ιδιοκτησία εταιρείας
Μελέτη

ΓΧΕΕ: Ποιά ειδικότητα:

Γνώσεις
Χαρακτηριστικά
Εμπειρία
Ενδιαφέροντα Ο πελάτης συγκρίνει αυτά τα στοιχεία με το περιβάλλον του.

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

Το πιο σημαντικό βήμα σ' αυτήν την αποστολή είναι:

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

***Στόχοι***

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

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

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

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

***Βρείτε τα προβλήματα***

Υπάρχουν χιλιάδες διαθέσιμες δουλειές στην Ευρώπη. Πολλοί ίσως δουλεύουν για να λύσουν το πρόβλημα της ρουτίνας ή πολλές φορές το λάθος πρόβλημα. Ο κόσμος είναι γεμάτος δυνατότητες, παροτρύνετε τον πελάτη να τις ανακαλύψει! Ο πελάτης δεν μπορεί να μένει άπραγος και να ψάχνει για δουλειά, πρέπει να είναι ενεργητικός. Πρέπει να είναι δημιουργικός. Κάντε τον πελάτη να μάθει για τα καθήκοντα, τους συναδέλφους, πόσα άτομα προσλαμβάνονται, πότε και γιατί δουλεύουν, πως δουλεύουν κτλ. Τι θα μπορούσε ο πελάτης να συνεισφέρει;
Προσπαθήστε – χωρίς να το μάθει κάποιος άλλος – να έρθετε σε επαφή με όσο περισσότερους ανθρώπους γίνεται και να μάθετε όσο περισσότερα γίνεται. Όσο μεγαλύτερο είναι το πρόβλημα που λύνει ο πελάτης τόσο πιο πολύ θα πληρωθεί. Να θυμάστε, οι μισθοί μπορούν να σημαίνουν περισσότερα από λεφτά.

Μία διαφήμιση σε εφημερίδα έχει τρία άμεσα σήματα:

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

Με άλλα λόγια μπορεί να πει κανείς ότι η εταιρεία έχει ένα πρόβλημα που χρειάζεται λύση. Δε διαφημίζουν όλοι κατευθείαν όταν ανακαλύπτουν μία ανάγκη. Είναι άρα σημαντικό ότι ο πελάτης ενημερώνει τον εργοδότη με τρόπο που μπορεί να είναι χρήσιμος για τη λύση του προβλήματος. Υπάρχει πάντα ένα πρόβλημα, αλλά δεν είναι πάντα σίγουρο ότι υπάρχει και κάποιος να το λύσει. Πως μπορεί κανείς να λύσει το πρόβλημα; Κάνοντάς το ορατό!

## 2.2 Προσωπικότητα – Πως το κάνει;

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

αυξάνει την αυτοπεποίθηση και αυτοεκτίμησή του και μπορεί να δημιουργεί καταστάσεις που είναι κατάλληλες από την πλευρά της ικανότητας και των γνώσεών του.

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

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

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

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

Ένας άλλος τρόπος να απορροφήσουμε αυτήν την εικόνα είναι να τη συζητήσουμε σε μία ομάδα. Μία ομάδα μπορεί να αποτελέσει εξαιρετικό στάδιο για την προσωπική εξέλιξη του ατόμου. Με εργαστήριο ως βάση και μία προσαρμοσμένη «εργαλειοθήκη», ο πελάτης θα μπορεί να εξαπλώσει τα όριά του. Η ομάδα μπορεί να χρησιμεύσει ακόμη σαν εργαλείο και «καθρέφτης» για τον πελάτη. Έμπνευση, εμπειρίες και αυξημένη διορατικότητα είναι συχνά τα αποτελέσματα αυτών των ομαδικών συζητήσεων.

<u>Τεστ</u>

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά τεστ που φωτίζουν διαφορετικά μέρη της προσωπικότητας κάποιου. Ο δείκτης τύπων Myers-Briggs είναι ένα από τα ευρύτερα χρησιμοποιούμενα βοηθήματα για αύξηση της αυτογνωσίας των συνηθειών κάποιου και των ομαδικών λειτουργιών του. Είναι βασισμένος στις θεωρείες για ψυχολογικούς τύπους του Γιούνγκ. Υπάρχου και άλλα τεστ που φωτίζουν το Ύφος Μάθησης και την ηγετικότητα. Το πρόβλημα με αυτά τα τεστ είναι ότι δεν μπορούν να παρουσιάσουν

την πλήρη αλήθεια και πρέπει να λαμβάνονται μόνο σαν μία βάση για συζήτηση. Ένας διπλωματούχος διαχειριστής των τεστ πρέπει να τα διεξάγει.

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

**2.3 Κινητοποίηση – τι θέλει να κάνει στην πραγματικότητα;**

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

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

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

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

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

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

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

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

***Περίπτωση Πελάτισσας Χ***

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

Η εκτίμηση σε αυτήν την περίπτωση ήταν ότι είναι σημαντικό γι' αυτήν να πάρει τα προβλήματά της στα σοβαρά αλλά να προπαθήσει να βρει μόνη της μία λύση αντί να συμφωνεί ότι υπάρχουν πολλά εμπόδια. Να δει τι είναι σημαντικό σε έναν αριθμό πραγμάτων και πάνω απ' όλα να δει τι θα σήμαινε για εκείνη να έχει μία δουλειά.
Για παράδειγμα, αν υπήρχε μία δουλειά, τι θα σήμαινε για τα παιδιά; Θα έπαιρναν ευθύνη για τις ζωές τους;
Όλες οι συζητήσεις περιέχουν ερωτήσεις για το πως διαφορετικά πράγματα μπορούν να οδηγήσουν στον τελικό στόχο, έχωντας μία δουλειά και μπορώντας να υποστηρίζεις τον εαυτό σου. Σήμερα έχει δουλειά και ευτυχισμένα θετικά παιδιά. Έχει ακόμα πόνους στο λαιμό και τους ώμους καμιά φορά αλλά μπορεί να ζήσει μ' αυτό. «Είναι κάτι που όλοι έχουμε, οπότε γιατί να γκρινιάζω γι' αυτό;». Η διαδικασία πήρε περίπου 5 μήνες και ήταν πολύ θετική. Προφανώς όμως δεν πάει πάντα τόσο καλά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

# Στρατηγικές Σχεδιασμού Καριέρας

*Το τι εννούμε με τον όρο καριέρα διαφέρει από άτομο σε άτομο. Παρολαυτά, πολλοί υποθέτουν ότι έχουμε όλοι την ίδια εικόνα όταν συζητούμε για επαγγελματική εξέλιξη.*
*Είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε την ατομική κατανόηση των ανθρώπων για το τι είναι μία «πετυχημένη» καριέρα και ακόμη τη δύναμη υποκίνησης για τις δραστηριότητες των ανθρώπων. Ένας πελάτης συχνά στρέφεται προς μια καριέρα που δε συμφωνεί με τα πραγματικά του κίνητρα. Το να αυξήσετε τη διορατικότητά τους είναι ένας σημαντικός στόχος.*
*Βοηθώντας τον πελάτη να ανακαλύψει τι είδους επαγγελματική κατεύθυνση είναι κατάλληλη για εκείνον, οδηγώντας τον μέσα από διαφορετικούς τύπους ενασχολήσεων για να επιλέξει, τι είδους εργοδοσία επιθυμεί και απο εκεί να δημιουργήσει ένα σχέδιο δράσης, είτε πρόκειται για δουλειά, το ξεκίνημα μιας επιχείρησης ή σπουδών στο εξωτερικό – είναι μέρη μιας στρατηγικής σχεδιασμού καριέρας που θα βρείτε σ΄ αυτό το κεφάλαιο.*

## 1. Ταιριάζοντας όλα τα στοιχεία της προσωπικότητας στην καταλληλότερη δουλειά

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

Μία αναφορά από επαγγελματίες σε εταιρείες, αρχές και οργανισμούς δείχνει ότι αυτή είναι το πρωταρχικό πλεονέκτημα που ψάχνουν. Τι γίνεται όμως με την εκπαίδευση; Αυτή έρχεται με τη δουλειά. Προφανώς δεν μπορείς να λάβεις εκπαίδευση για να γίνεις Πολιτικός Μηχανικός σε ένα εργοστάσιο, αλλά αν είναι καθόλου εφικτό, πρέπει να αναζητήσεις ένα συνεργάτη με τα **βασικά ανθρώπινα πλεονεκτήματα που θεωρούνται σημαντικά** και μετά να του προσφέρετε εξάσκηση στο χώρο εργασίας.
Αυτό γίνεται όλο και πιο αληθινό κάθε μέρα, εφόσον η ικανότητά τους θα είναι πάντα φρέσκια.
Ένα συγκεκριμένο επίπεδο εξάσκησης θα απαιτείται πάντα, αλλά αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο τον πελάτη είναι **πόσο προετοιμασμένος είναι ο εργοδότης να εξελίξει και να ανανεώσει την ικανότητά του**.
«Αυτό σημαίνει ότι η μακρά και πιστή υπηρεσία δεν είναι πάντα πλεονέκτημα σε ένα συνεχώς εναλασσόμενο κόσμο» *Gillis Herlitz.*

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

Ένα από τα πιο σημαντικά πράγματα που πρέπει να σκέφτεστε όταν ταιριάζετε ένα άτομο με μία δουλειά είναι να ενημερώνετε τον εργοδότη για το τι μπορεί να συνεισφέρει ο πελάτης ώστε η εταιρεία να έχει μεγαλύτερη επιτυχία. Αν μπορείτε να το κάνετε αυτό, ο πελάτης θα πετύχει αυτομάτως. Για να μπορέσετε να το πετύχετε αυτό, ο πελάτης πρέπει να είναι ενήμερος για το εμπόριο της εταιρείας και να δίνει περισσότερα από τη δουλειά της ρουτίνας, με άλλα λόγια, περισσότερα από όσα περιμένει ο εργοδότης (20% όλης της δουλειάς).
Ο πελάτης πρέπει επίσης να έχει μεγάλο ενδιαφέρον για το τι πρόκειται να αντιμετωπίσει στη δουλειά, γιατί αν όχι, θα είναι δύσκολο να αντιμετωπίσει τη ρουτίνα, το οποίο σημαίνει ότι θα κάνει μόνο ό,τι αναμένεται (80% όλης της δουλειάς).

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

**Επαγγελματικές Κατευθύνσεις**

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

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

**Η ΕΙΔΙΚΗ κατεύθυνση** είναι η πιο σταθερή και ιστορικά κυρίαρχη επαγγελματική οπτική, που σημαίνει ότι μία καριέρα γίνεται σε ισόβια βάση μέσα στο ίδιο εργασιακό περιβάλλον. Κάποιος μπορεί να αναγνωρίσει τη δουλειά του. Επιτυχία σημαίνει ότι κάποιος συνεχίζει να μαθαίνει περισσότερα μέσα στο πεδίο της δουλειάς, όπως ικανότητα και γνώση.

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

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

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

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

**Κινητήρια Δύναμη**

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

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

Η επαγγελματική εξέλιξη παρολαυτά δε σημαίνει απλά να βοηθάς τον άλλον να κατανοήσει την κινητήρια δύναμή του και να αναζητά «επιτυχία». Η επαγγελματική κατεύθυνση ορίζεται ακόμα στον οργανισμό. Η αυτοπεποίθηση σε επαγγελματικούς όρους δεν αρκεί για να είναι αποτελεσματική η οργάνωση, και είναι σημαντικό να εξετάζονται οι πιθανότητες που μπορούν να οδηγήσουν σε επαγγελματική εξέλιξη μέσα στον οργανισμό.

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

| | **ΕΙΔΙΚΗ** | **ΓΡΑΜΜΙΚΗ** | **ΕΠΕΚΤΕΙΝΟ-ΜΕΝΗ** | **ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΙ-ΚΗ** |
|---|---|---|---|---|
| **Επαγγελματική Κατεύθυν-ση** | *Ισόβια Μάθηση* | Ανοδική<br><br>Αναποφάσιστη | Παράπλευρη<br>5-10 χρόνια | Παράπλευρη και Μονόπλευρη<br>2-4 χρόνια |
| **Κινητήρια Δύναμη** | Ειδική Γνώση<br><br>Ασφάλεια | Δύναμη<br><br>Αποδοτικότητα | Προσωπική εξέλιξη<br><br>Δημιουργικότη-τα | Ποικιλία<br><br>Ανεξαρτήσια |
| **Ικανότητα** | Ανάμειξη<br>Ποιότητα<br>Ειδικότητα | Ηγετικότητα<br>Ανταγωνισμός<br>Αποτελεσματικό-τητα | Δημιουργικότη-τα<br>Συνεργασία<br>Ευρείες Ικανότητες | Ευρύ Δίκτυο<br>Ταχύτητα<br>Ευελιξία |

**Απασχολήσεις**

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

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

Παραδείγματα διαφορετικών απασχολήσεων δίνονται παρακάτω.

**Διαχείριση, οικονομία και νόμοι**

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

Παραδείγματα:

Διερεύνηση

Σχεδιασμός ή συμπλήρωση μιας δραστηριότητας, των αποτελεσμάτων και των οικονομικών.

Λογιστική

Ερμηνεία νόμων και κανονισμών

Εξέταση εφαρμογών

Παροχή συμβουλών και πληροφοριών

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

**Χτίσιμο και Κατασκευές**

Κάποιος μπορεί να επιλέξει διαφορετικές δουλειές και κατευθύνσεις μέσα στον τομέα των κατασκευών. Ο πελάτης πρέπει να είναι έτοιμος να μετακομίσει εκεί όπου βρίσκονται οι δουλειές. Αυτό μπορεί να είναι στην πατρίδα ή στο εξωτερικό. Είναι σύνηθες να ταξιδεύει κάθε βδομάδα ανάμεσα στο σπίτι και τη δουλειά. Για παράδειγμα ο πελάτης μπορεί να κατασκευάσει:

- Σπίτια
- Δρόμους
- Σιδηροδρόμους
- Γέφυρες
- Εργοστάσια

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

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

**Υπολογιστές / Τεχνολογία Πληροφοριών (IT)**

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

Εξέλιξη συστημάτων

Προγραμματισμός

Λειτουργία – διατήρηση του συστήματος και δικτύου

Υποστήριξη στο χρήστη

Σχεδιασμός μακροπρόθεσμων σχεδίων για χρήση IT

Ερωτήσεις για ασφάλεια

Ανάπτυξη δικτυακών τόπων

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

**Υγεία/Ομορφιά**

Το ενδιαφέρον για τη φροντίδα της υγείας και του σώματος έχει αυξηθεί. Η πρόγνωση είναι ότι θα συνεχίζει να αυξάνεται. Πόσα λεφτά θα ξοδεύουν οι άνθρωποι για υγεία και ομορφιά είναι ένα λεπτό ζήτημα. Αν ο πελάτης θέλει να δουλέψει σε αυτόν τον τομέα πρέπει να έχει μεγάλο ενδιαφέρον για τους ανθρώπους και να προσφέρει καλές υπηρεσίες. Αίσθηση των χρωμάτων και των σχημάτων μπορεί να αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για μερικές από τις

δουλειές σε αυτό το πεδίο. Υπάρχουν πολλές διαφορετικές ευκαιρίες μέσα σ' αυτήν την ομάδα όπως:

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

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

**Πώληση, Αγορά και Marketing**

Είτε ο πελάτης πουλά αυτοκίνητα, λουλούδια, μηχανές ή ταξίδια είναι σημαντικό να είναι ευαίσθητος προς τις επιθυμίες του πελάτη. Πρέπει να ενδιαφέρεται για τους ανθρώπους και να στοχεύει στο να τους παρέχει υπηρεσίες. Αυτοί που είναι αγοραστές ή δουλεύουν στον τομέα του marketing πρέπει να γνωρίζουν την αγορά για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες για τις οποίους δουλεύουν. Είναι επίσης σημαντικό να μπορείς να προβλέψεις αλλαγές. Οι αγορές στο διαδίκτυο αυξάνονται και μπορούν να επηρέασουν τα καθήκοντα και τον αριθμό υπαλλήλων σε αυτόν τον τομέα. Ιδιαίτερα η αγορά από email (ή άλλο τρόπο ηλεκτρονικής αγοράς) έχει αυξηθεί ανάμεσα στις εταιρείες. Όταν οι εταιρείες μπορούν να βρουν πληροφορίες και να παραγγέλνουν αγαθά από το Διαδίκτυο από μόνες τους, ο ρόλος του πωλητή είναι να παρέχει συμβουλές και να λύνει προβλήματα μαζί με τους πελάτες. Ως πωλητής, υπάρχουν πολλά διαφορετικά πεδία για να δουλέψει κανείς, όπως:

Πωλητής σε κατάστημα

Πωλητής προϊόντων που έχει κατασκευάσει η εταιρεία, όπως φάρμακα ή μηχανήματα γραφείου

Πωλητής υπηρεσιών όπως για παράδειγμα εξάσκηση ή παροχή συμβουλών

Αγοραστής αγαθών ή υπηρεσιών

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

**Χειροτεχνία**

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

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

- Τέχνη ή μεταλλουργία
- Μεταποίηση
- Χειροτεχνίες
- Ψωμί, μπισκότα και κέικ

**Ξενοδοχεία, εστιατόρια, βιομηχανικές κουζίνες**

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

Σέρβις σε πλοίο

Μαγείρεμα

Υπάλληλος σε ρεσεψιόν ξενοδοχείου

Φροντίδα καλεσμένων σε συνέδριο

Σομελιέ σε εστιατόριο

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

**Υγεία και Ιατρική φροντίδα**

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

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

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

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

**Βιομηχανική παραγωγή**

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

Παραδείγματα καθηκόντων σε αυτόν τον τομέα είναι:

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

**Εγκαταστάσεις, χειριστές και διατήρηση**

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

Παραδείγματα καθηκόντων μέσα σε αυτά τα πεδία είναι:

Επισκευή αυτοκινήτων και άλλων μηχανών

Φροντίδα κτιρίων

Εύρεση ελαττωμάτων με υπολογιστή

Επίβλεψη της κατασκευής

Διαφορετικά είδη εγκαταστάσεων

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

**Πολιτισμός, Μέσα, Σχέδιο**

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

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

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

Για πολλούς ανθρώπους είναι ένα όνειρο να δουλεύουν στον τομέα του πολιτισμού, παρολαυτά είναι πολύ ανταγωνιστικό, όχι μόνο σε θέσεις εξάσκησεις αλλά και σε μόνιμες

δουλειές ή προσωρινές αναθέσεις. Οι ανεξάρτητες καλλιτεχνικές δουλειές απαιτούν όχι μόνο ταλέντο αλλά και επιμονή. Σε μερικές περιπτώσεις, ακόμα και μετά από μακρά εξάσκηση, μπορεί να είναι δύσκολο για τον πελάτη να υποστηρίξει τον εαυτό του.

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

**Περιβαλλοντολογική διατήρηση, ασφάλεια, υγιεινή και καθαριότητα**

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

Σε άλλες δουλειές μπορεί κανείς να δουλέψει με:

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

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

**Φυσική Βιομηχανία**

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

βελτιωθεί, μηχανές αναλαμβάνουν τη βαριά εργασία και η χρήση υπολογιστών έχει βοηθήσει κατά πολύ.
Παραδείγματα σε αυτά τα πεδία είναι:

Φροντίδα ζώων ή γεωργικές συμβουλές

Δουλειά σε φάρμα με ζώα, μηχανήματα ή φυτοκομία

Δουλειά με άλογα ή κατοικίδια

Φύτευση ή υλοτομία στα δάση

Φροντίδα ή σχεδιασμός των κήπων

Έρευνα και εξέλιξη στη γεωργία και τη δασοκομία

**Επιστημονική εργασία**

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

Τα κύρια καθήκοντα σε αυτούς τους τομείς είναι:

- Έρευνα
- Ανάπτυξη
- Εξάσκηση
- Διερεύνηση

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

**Παιδαγωγική εργασία**

Το επάγγελμα της διδαδσκαλίας είναι ένα επάγγελμα που διαρκώς αλλάζει. Κάποιος πρέπει να είναι συνέχεια έτοιμος να μάθει καινούργια δεδομένα και μεθόδους διδασκαλίας. Με αυτά τα

θέματα ως βάση μπορεί κανείς να προσαρμόσει τη διδασκαλία στις διαφορετικές απαιτήσεις των μαθητών.
Ως δάσκαλος ο πελάτης μπορεί να δουλέψει με όλες τις ηλικίες, από τα πιο μικρά παιδιά στο νηπιαγωγείο μέχρι τους ενήλικες στα γυμνάσια, τα λύκεια και τα πανεπιστήμια. Το επάγγελμα περιλαμβάνει προσωπική εργασία αλλά και συνεργασία για την εξέλιξη των μαθητών.

Καθήκοντα που διαμορφώνουν μία εργασιακή ημέρα διδασκαλίας συμπεριλαμβάνουν:

Διδασκαλία

Σχεδιασμός μαθημάτων μαζί με την τάξη

Διαχείριση, για παράδειγμα, προϋπολογισμός για βιβλία

Εργασία για σπουδές εξ αποστάσεως μέσω Διαδικτύου

**Κοινωνική εργασία**

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

Μερικά παραδείγματα καθηκόντων:

Παροχή βοήθειας, στήριξης και φροντίδας στους ηλικιωμένους ή ανάπηρους

Φροντίδα μικρών παιδιών ενώ οι γονείς τους λείπουν στη δουλειά

Επίβλεψη των κρατούμενων στις φυλακές και βοήθεια στην κοινωνική επανένταξή τους.

Εργασία με οικογένειακη καθοδήγηση

Εργασία με ναρκομανείς ή εφήβους που χρειάζονται βοήθεια

Εργασία σε ένα κοινωνικό γραφείο, για παράδειγμα οικονομική βοήθεια για τους κατοίκους της κοινότητας ή διερεύνηση των προβλημάτων μέσα στις οικογένειες

Εργασία σε ένα κέντρο νεότητας ή ως βοηθός καθηγητή σε σχολείο.

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

**Εργασία σε θέματα ασφάλειας**

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές κατευθύνσεις για να επιλέξει κανείς στον τομέα αυτό. Ο πελάτης μπορεί να έχει μία δουλειά που προλαμβάνει τα ατυχήματα και τα εγκλήματα ή που ασχολείται με αυτά αφού συμβούν. Η προσοχή γύρω από φωτιές και γενικά πυρασφάλεια έχει

αυξηθεί. Οποιαδήποτε δουλειά γύρω από την αποφυγή ατυχημάτων θα είναι η δουλειά του μέλλοντος.

Μέσα στα πεδία της ασφάλειας μπορεί κανείς να δουλέψει για:

Φύλαξη κτιρίων και ανθρώπων

Πρόληψη φωτιάς

Διάσωση

Έλεγχος αεροδρομίων

Φύλαξη ακτών

Η εργασία περιλαμβάνει επαφή με ανθρώπους και συνεργασία με διαφορετικά επαγγελματικά σώματα. Για παράγειγμα, η αστυνομία, το τελωνείο, το λιμενικό και ο έλεγχος των αεροδρομίων μπορούν να δουλέψουν μαζί για να καταπολεμήσουν την τρομοκρατία ή τη μεταφορά λαθραίων.
Η ζήτηση για διαφορετικούς τυπούς ασφάλειας αυξάνεται πρώτ'απ'όλα στις πόλεις και τις αστικές περιοχές. Όσον αφορά στις εξελίξεις της τεχνολογίας σε σχέση με συναγερμούς διάρρηξης η αύξηση στον αριθμό των θέσεων για φύλακες δεν αξίζει να αναφερθεί ακόμα και αν η αγορά δείχνει μία σταθερή αύξηση. Εξαιτίας των τεχνολογικών εξελίξεων μέσα σε ολόκληρο τον τομέα της ασφάλειας, τα καθήκοντα για τους φύλακες θα είναι πιο προηγμένα. Στο μέλον υψηλότερες απαιτήσεις θα τεθούν για τις γλωσσικές ικανότητες των φυλάκων, το τεχνολογικό λεξιλόγιο και ευελιξία.

**Εργασία Τεχνολογίας**

Η αύξηση των υπολογιστών και των ηλεκτρονικών στοιχείων μέσα στην τεχνολογία συνεχίζεται. Η τεχνολογία στα αγαθά/υπηρεσίες προσαρμόζετα όλο και περισσότερο για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών. Αυτό δημιουργεί μεγαλύτερη ζήτηση για ευελιξία, πελατειακή ανάλυση και προγραμματισμό της παραγωγής. Οι τεχνικοί αναπτύσσουν ένα διάλογο ανάμεσα στον πελάτη και τον προμηθευτή. Δεν υπάρχει πια ένα παγκόσμιο προϊόν. Υπάρχει ένας τεράστιος αριθμός μηχανικών κατευθύνσεων και στις περισσότερες είναι πιθανό να ειδικευτείς για παράδειγμα σε:

- Εργασία με κατασκεύες
- Προγραμματισμός παραγωγής
- Έλεγχος ποιότητας

**Μεταφορά**

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

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

- Μεταφορές
- Σιδηροδρόμους
- Πλοία
- Αεροπορία

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

**Μελλοντικές δουλειές**

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

**Εναλλακτικοί τρόποι για ένταξη στο εργατικό δυναμικό**

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

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

**Συμφωνία εξάσκησης /Φοίτηση**

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

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

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

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

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

Οι στόχοι για το *Leonardo* είναι:

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

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

Η Ευρωπαϊκή εθελοντική υπηρεσία στοχεύει σε ανθρώπους ανάμεσα 18-25 που θα ήθελαν να δουλέψουν σε ένα κοινοτικό project σε χώρα της Ευρωπαϊκής ένωσης για 6 με 12 μήνες

Ο εθελοντής μπορεί να απασχοληθεί σε κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντολογικά

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

***Όροι Πρόσληψης***

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Πρόσληψη εργατικού δυναμικού**

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

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

**2. Το Σχέδιο Δράσης**

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

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

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

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

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

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

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

**Πρόσληψη**

Ζητήστε από τον πελάτη να έρθει σε επαφή με την εταιρεία και να ρωτήσει πως σημαντικά ενδιαφέροντα, προσόντα, εμπειρίες και εκπαίδευση προσαρμόζονται στη δουλειά. Θα αποκτήσει μία πιο επικεντρωμένη εικόνα όσο περισσότερους ανθρώπους συναντήσει.

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

Είναι σημαντικό για τον πελάτη να ανακαλύψει ποιές είναι οι απαιτήσεις της δουλειάς αν θέλει να προσληφθεί.
Αν ο πελάτης δουλέψει αμέσως ως προς ένα στόχο κάτι ενδιαφέρον θα συμβεί!
Ο πελάτης θα παρατηρήσει ότι ξαφνικά θα γνωρίσει κόσμο, θα διαβάσει άρθρα και θα επισκεφτεί ενδιαφέροντα sites στο Διαδίκτυο, που θα τον οδηγήσουν στο στόχο του. Θα μπορούσε να βιώσει τα ίδια πράγματα χωρίς ένα στόχο υπόψην, αλλά θα του έλειπε τελείως η αυτογνωσία. Αν ο πελάτης ξέρει ποιες είναι οι προσδοκίες είναι εύκολο να κάνει αυτό το κάτι επιπλέον και να καταφέρει περισσότερα απ'ότι αναμένεται.

**Τι θα κάνει ο πελάτης;**

Ποιούς μετρήσιμους στόχους έχει ο πελάτης; (δουλειά, σπουδές, ξεκίνημα εταιρείας);
Ποιοί είναι οι επιμέρους στόχοι του πελάτη;

**Πως θα το κάνει ο πελάτης;**

Τι χρειάζεται να κάνει για να φτάσει τους στόχους του;

**Πότε θα το κάνει;**

Πότε θα ξεκινήσει;

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

Πότε πρέπει να τελειώσει;
Πότε πρέπει να φτάσει στους επιμέρους στόχους του;

**Ξεκίνημα εταιρείας**

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

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

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

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

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

**Σπουδές στο εξωτερικό**

Σήμερα ζούμε σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο και έχει γίνει ακόμα ευκολότερο να ζει και να δουλεύει κανείς στο εξωτερικό. Το να σπουδάζεις στο εξωτερικό είναι βοηθητικό και για την προσωπική εξέλιξη του πελάτη και για την καριέρα του. Σε ένα μεγάλο βαθμό οι εργοδότες ζητούν άτομα με συγκεκριμένες γνώσεις και γλώσσες και με μία διεθνή ακαδημαϊκή μόρφωση από πίσω του, ο πελάτης είναι πιο ελκυστικός για το εργατικό δυναμικό. Ο πελάτης έχει ακόμα τη δυνατότητα να βρει διεθνείς επαφές που θα του είναι χρήσιμες στο μέλλον. Σε

προσωπικό επίπεδο ο πελάτης έχει την ευκαιρία να βιώσει ένα νέο πολιτισμό και περιβάλλον, και να έχει φίλους από όλον τον κόσμο. Ο καιρός που περνάμε στο εξωτερικό είναι μία πολύτιμη εμπειρία και μία ανάμνηση για όλη μας τη ζωή!

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

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

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

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

**Πως έχει σκεφτεί ο πελάτης να χρηματοδοτήσει τις σπουδές του;**
Πολλοί κοιτούν τις υποτροφίες που είναι διαθέσιμες. Υπάρχουν εγχειρίδια υποτροφιών στη βιβλιοθήκη και μπορεί κανείς να συμβουλευτεί και τον οδηγό υποτροφιών στο Διαδίκτυο.

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

Ο πελάτης μπορεί ακόμη να κοιτάξει τη λεγόμενη βάση δεδομένων NARIC http://www.enic-naric.net/ για να δει πόσο αξίζει η κολεγιακή του εκπαίδευση στην αντίστοιχη χώρα. Εκεί μπορείτε επίσης να διαβάσετε τις συνηθέστερες ερωτήσεις και απαντήσεις για σπουδές στο εξωτερικό.

**Σκεφτείτε**

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

**Διασυνοριακή απασχόληση**

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

Περαιτέρω πληροφορίες:

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

http://citizens.eu.int