

Бюджетное учреждение Омской области
"Центр социальной помощи семье и детям (с социальной гостиницей)"

**Технология эффективной проактивной коммуникации с семьей
в условиях Семейного многофункционального центра**

Омск 2024

Введение

В условиях современного общества оказание социальных услуг играет ключевую роль в обеспечении благосостояния семей с детьми. Однако, эффективность таких услуг во многом зависит от качества коммуникации между поставщиками услуг и их получателями. В этой связи, применение технологии проактивной коммуникации при оказании социальных услуг становится актуальной задачей.

Проактивность – это способность принимать инициативу, предвидеть возможные проблемы и действовать, чтобы их предотвратить. В контексте взаимодействия с семьями с детьми, проактивный подход означает активное включение в жизнь семей, предлагая им не только реактивную помощь при возникновении проблем, но и предупредительные меры, направленные на поддержку и развитие.

В процессе проактивной коммуникации специалисты стремятся побудить заявителей к взаимодействию и эффективному сотрудничеству. Они активно предлагают различные возможности и ресурсы для достижения общей цели. Поддержка и мотивация со стороны специалистов могут стать важным побудительным фактором для клиента, стимулирующим его деятельность и участие.

Технология проактивной коммуникации способствует выстраиванию долгосрочных отношений между специалистами и заявителями социальных услуг, формированию доверия и понимания через постоянное общение и взаимодействие, а также использование различных инструментов технологии.

Таким образом, проактивная коммуникация основывается на инициативе, активном обсуждении проблем, побуждении к взаимодействию и установлении отношений. Этот подход является неотъемлемой частью эффективной работы в данной сфере и способствует достижению наилучших результатов для всех участников процесса.

Проактивный подход в условиях Семейного многофункционального центра

Семейный многофункциональный центр (далее – Семейный МФЦ) создан с целью оказания социальных услуг по принципу "одного окна" семьям с детьми в различных жизненных ситуациях и/или нуждающимся в социальном обслуживании. Одним из основных принципов его деятельности является проактивность, т.е. инициативное информирование граждан о возможности получения тех или иных услуг. Такой подход позволяет предугадывать вероятные проблемы и находить решения до того, как они возникнут.

Проактивный подход в работе с семьей в условиях Семейного МФЦ предполагает активное выявление потребностей и проблем семей, а также оказание им поддержки и помощи в их решении. Это включает в себя проведение консультаций, предоставление информации о доступных услугах и ресурсах, содействие в получении необходимых документов и разрешений, а также поддержку в развитии и воспитании детей.

Особенности проактивного подхода в условиях Семейного МФЦ:

Регулярное общение. Специалисты Семейного МФЦ устанавливают регулярные контакты с семьями, чтобы поддерживать открытую и доверительную коммуникацию: через звонки, электронную почту или личные встречи. Регулярное общение поможет специалистам Семейного МФЦ быть в курсе изменений в семье и обеспечит возможность своевременной поддержки и помощи.

Индивидуальный подход. Применение индивидуального подхода к каждой семье, учет их уникальных потребностей и ситуаций проявляется в составлении индивидуальных программ семьи или индивидуальной программы предоставления социальных услуг каждому отдельному ее члену, а также в предоставлении индивидуальных консультаций и ресурсов.

Предложение поддержки и ресурсов. Семейный МФЦ предлагает семьям различные виды поддержки и помощи для успешного воспитания и развития детей, по вопросам семейных отношений и родительства. К ним относятся консультации психолога, юриста, специалиста по социальной работе, организация информационных мероприятий для семей с детьми в виде лекций, семинаров, вебинаров или тренингов, на которых представлены полезные сведения, рекомендации и практические навыки по воспитанию и развитию детей.

Повышение осведомленности семей. Семейный МФЦ проводит кампании и акции, направленные на повышение осведомленности семей о доступных им ресурсах и поддержке через распространение информационных брошюр, организацию тематических мероприятий и создание онлайн-платформы с полезными материалами.

Активное вовлечение семей в процесс принятия решений. Проактивный подход также предполагает активное вовлечение семей в процесс принятия

решений, касающихся помощи в их ситуации. Это может быть осуществлено через проведение совместных семейных консультаций, где семьи могут высказывать свои мнения и предложения, а также участвовать в разработке индивидуальных планов и программ.

Содействие взаимодействию с другими организациями. Семейный МФЦ устанавливает партнерские отношения с другими организациями, которые также предоставляют поддержку семьям с детьми. К таковым относятся школа, детский сад, медицинские учреждения и другие социальные службы. Сотрудничество с такими организациями позволяет семьям получить всестороннюю поддержку и помощь.

Анализ данных и прогнозирование потребностей семей с детьми на основе полученной ранее информации. Семейный МФЦ может использовать данные о ситуации семей, перечень полученных ранее услуг, предпочтения семьи для предложения наиболее подходящих услуг. Это поможет улучшить персонализацию и предоставление релевантных предложений.

Таким образом, проактивный подход предполагает активное взаимодействие с семьей и позволяет повысить уровень их удовлетворенности за счет удовлетворения ее потребностей.

Основы проактивной коммуникации с семьей

Оказание социальных услуг как процесс построения гармоничных отношений с семьей непрерывно связано с коммуникацией – двухсторонним процессом передачи и обмена различного рода информацией. Так целью коммуникационного процесса в деятельности Семейного МФЦ является обмен информацией для выявления и решения проблем, создание индивидуального маршрута, направленного на улучшение качества жизни отдельной семьи.

Выделяют реактивную и проактивную коммуникацию. Первый вид означает ответ на запрос семьи после ее обращения или обсуждение уже произошедшей ситуации или возникшей проблемы. Проактивная коммуникация предполагает пресечение потенциальных проблем еще до их возникновения. Это означает мониторинг, анализ и решение возможных проблем на ранних стадиях.

Проактивная коммуникация специалистов с семьей является основополагающим принципом эффективной работы в данной сфере. Она включает инициативный подход к общению с клиентом, основанный на активном обсуждении важных для них проблем. Специалисты стремятся побудить семью к взаимодействию и выстраиванию долгосрочных отношений, осознавая, что только совместными усилиями можно достичь наилучших результатов. Специалисты не только слушают их мнения и требования, но и проявляют интерес к ним, задают вопросы и стимулируют более глубокое изучение ситуации. Такой подход позволяет более полно понять потребности семьи и предложить ему наилучшие решения.

Принципы проактивной коммуникации:

1. Инициатива предполагает активное общение со стороны специалиста, создание участия и доверия у клиента.
2. Актуальность обеспечивает своевременную и информативную коммуникацию, учитывая потребности конкретной семьи.
3. Эмоциональность – коммуникация построена на эмоциональном контакте с клиентом, индивидуальном подходе к каждому получателю услуг.

Ключевые аспекты проактивной коммуникации при оказании социальных услуг:

1. Предложение помощи. Специалисты должны активно предлагать свою помощь и поддержку клиентам, даже если они не выразили явного желания получить помощь. Это может быть вопрос о том, как они справляются с текущей ситуацией или о возникших у них трудностях. Такой подход помогает клиентам чувствовать, что их проблемы важны и что они могут рассчитывать на поддержку.

2. Активное слушание. При проактивной коммуникации важно активно слушать клиентов, проявлять интерес к их мнению и предложениям. Это позволяет лучше понять их потребности и адаптировать предлагаемые услуги под них. Слушание также помогает установить доверие и укрепить отношения с клиентами.

3. Предоставление информации. Специалисты должны быть готовы предоставить клиентам полезную информацию о доступных им услугах, правах и возможностях. Это может включать в себя информацию о мерах поддержки, программах и проектах, социальных услугах и другое. Предоставление информации позволяет клиентам принимать осознанные решения и делать выбор, основанный на их потребностях и целях.

4. Разработка информационных материалов. Создание и распространение информационных буклетов, памяток, содержащих полезную информацию о доступных услугах. В данном случае важна ясность и доступность представленной информации.

5. Активное общение с клиентами. Специалисты инициируют контакт с семьями через телефонные звонки, электронные письма или личные встречи, предлагают им свою помощь и отвечают на все их вопросы.

6. Регулярные обновления и проверки. Важно поддерживать постоянную коммуникацию с клиентами, предоставлять им регулярные обновления о состоянии их дел и проверять, все ли у них в порядке. Это помогает убедиться, что клиенты получают необходимую помощь и услуги, и поощряет их обратную связь и участие в процессе.

7. Решение проблем и конфликтов. Специалисты должны быть готовы эффективно решать проблемы и разрешать конфликты, которые могут возникнуть в процессе оказания услуг. Включает в себя слушание сторон, поиск компромисса и предложение решений, которые учитывают интересы клиентов.

Преимуществом проактивной коммуникации при оказании социальных услуг является увеличение доступности услуг и расширение круга пользователей за счет предоставления информации и поддержки клиентам, которые не обращаются самостоятельно. Кроме того, активное общение с клиентами и предоставление им необходимой информации создает доверие и уверенность в организации или службе. Некоторые клиенты могут испытывать страх или неуверенность в обращении за помощью. Проактивная коммуникация помогает снизить эти барьеры и побудить клиентов обратиться за поддержкой. Также благодаря проактивной коммуникации Семейный МФЦ может получить обратную связь от клиентов и улучшить качество предоставляемых услуг.

Таким образом, проактивная коммуникация специалистов с заявителями социальных услуг основывается на инициативе, активном обсуждении проблем, побуждении к взаимодействию и установлении отношений. Этот подход является неотъемлемой частью эффективной работы в данной сфере и способствует достижению наилучших результатов для всех участников процесса.

Цель, задачи и этапы внедрения технологии проактивной коммуникации

Технология проактивной коммуникации в контексте социального обслуживания направлена на улучшение качества жизни и благополучия семей с детьми, нуждающихся в помощи и поддержке. Она предполагает активное и инициативное взаимодействие работников сферы социального обслуживания с клиентами, а также их семьями и ближайшим окружением.

Задачи данной технологии заключаются в следующем:

1. Устанавливать и поддерживать доверительные и долгосрочные отношения между специалистами Семейного МФЦ и клиентами. Это позволяет своевременно выявлять и решать возникающие проблемы и потребности клиентов, а также предупреждать возможные трудности и конфликты.
2. Оказать помощь в определении и достижении индивидуальных целей и задач клиентов. Проактивная коммуникация помогает специалистам понять и учесть потребности, желания и ожидания клиентов, определить конкретные цели и стратегии их достижения.
3. Оказать поддержку и помощь в решении различных проблем и вопросов, связанных с повседневной жизнью семьи (бытовые, медицинские, психологические и т.д.). Применение проактивной коммуникации позволяет специалистам быть в курсе актуальных потребностей своих клиентов и оказывать им помощь в нужный момент.
4. Повысить уровень удовлетворенности и благополучия клиентов. Установление проактивного взаимодействия со специалистами может

способствовать повышению самооценки и уверенности клиентов, улучшению их эмоционального состояния и качества жизни в целом.

Технология проактивной коммуникации включает следующие этапы:

1. Сбор информации о клиенте и его потребностях. На этом этапе специалисты Семейного МФЦ проводят интервью, анализируют документы и другие данные, чтобы получить полную картину о клиенте и его ситуации. Семья должна быть вовлечена в этот процесс и четко проинформирована о возможных услугах.
2. Определение целей и задач клиента. Специалисты вместе с клиентом определяют цели, а также перечень социальных услуг для решения ситуации.
3. Разработка плана действий. На основе полученных данных и целей клиента разрабатывается план действий, который включает в себя конкретные шаги и мероприятия для достижения поставленных целей.
4. Реализация плана действий. Специалисты помогают семье реализовать разработанный план, предоставляя необходимую поддержку и консультации.
5. Мониторинг и оценка результатов. На протяжении всего процесса работники социальной службы следят за прогрессом клиента и оценивают результаты выполненных мероприятий. При необходимости вносятся коррективы в план действий.

Инструменты технологии проактивной коммуникации

Инструменты проактивной коммуникации помогают установить положительные и продуктивные отношения специалиста Семейного МФЦ и семьи, успешно решать конфликты и достигать поставленных целей. Ниже рассмотрим инструменты технологии проактивной коммуникации

1. Методы и приемы установления доверительных отношений и эмоционального контакта с семьей

Психологические приемы

Установление доверительного контакта с семьей является одним из важных аспектов работы специалиста. Это процесс, в котором необходимо проявить внимание, понимание и эмпатию к семье, чтобы создать атмосферу взаимного доверия и сотрудничества.

Первоначальное установление доверительного контакта начинается с того момента, когда специалист встречается с семьей впервые. Важно встретить клиентов с доброжелательной и искренней улыбкой: позитивный настрой располагает и вызывает симпатию.

Иногда короткий разговор на отвлечённые темы поможет установить первый контакт с клиентом. Можно спросить о погоде, как он добирался до

офиса, предложить отдохнуть и выпить чая, рассказать интересный факт. Главное – избегать спорных тем и не нарушать личные границы.

Необходимо проявить искренний интерес к проблемам и потребностям семьи, для этого можно использовать следующие приемы: утвердительно кивать, развернуть тело в сторону клиента и немного наклониться вперед, смотреть в глаза (но не дольше 7-10 секунд), хвалить ранее сделанные действия или выбор, не перебивать, важно не высмеивать и не обесценивать доводы клиента. Лучше избегать жестов, которые интерпретируются большинством людей, как скука: постукивание ногой о пол, щелкание колпачком авторучки, рассматривание ногтей, машинальное рисование на бумаге и прочие посторонние действия; опущенные руки, блуждающий взгляд.

Для того чтобы показать свою заинтересованность необходимо задавать уточняющие вопросы, используя формулировки: "Правильно ли я понял?", "Как вы считаете?", "Почему?". У клиента появится ощущение, что вы хотите решить его проблему.

Использование приема "Мы-высказывание" поможет клиенту почувствовать причастность к делам и ценностям Семейного МФЦ, что вызовет доверие. Для этого специалисту необходимо подчеркнуть, что они с клиентом объединены общими целями, используя фразы: "Мы с вами решим", "Наша цель – это...".

В процессе общения с клиентом специалист может использовать прием "отзеркаливание", т.е. повторять позу, мимику, жесты клиента. Если специалист проанализирует поведение собеседника и подстроится под его настроение, темп и манеру речи, то клиент почувствует себя комфортно, а деловой разговор станет намного приятнее.

На установление доверительных отношений влияет релевантная информация, т.е. предлагаемая помощь должна отвечать целям, нуждам, ожиданиям и запросам семьи. Это поможет клиенту увидеть в специалисте эксперта в своей области и создаст дополнительные основания для сотрудничества.

Для установления доверительных отношений и эмоционального контакта необходимо проявить эмпатию. Специалист должен понять, что семья может испытывать различные эмоции, связанные с проблемами, с которыми они обращаются за помощью. Важно проявить понимание и поддержку, чтобы семья почувствовала, что их проблемы важны и серьезно воспринимаются. Кроме того, специалист должен быть готов к тому, что семья может испытывать недоверие к нему или к процессу помощи в целом. В таких случаях важно проявить терпение и готовность работать над установлением доверия.

Важно помнить, что каждый клиент – это личность с уникальным набором потребностей и вопросов. Уважение, понимание и готовность идти навстречу создадут благоприятную атмосферу для разговора. В целом, установление доверительных отношений и эмоционального контакта между

специалистом МФЦ и семьей является ключевым фактором для успешной работы и достижения результатов в решении проблем семьи.

Техника активного слушания

Активное слушание – это процесс активного восприятия информации, передаваемой собеседником. Активное слушание включает в себя умение концентрироваться на собеседнике, не прерывать его, задавать уточняющие вопросы и проявлять эмпатию. Такой подход позволяет лучше понять точку зрения другого человека и установить более глубокую связь.

Активное слушание предполагает, что в процессе общения внимание обращается не только на то, что говорят, но и на то, как говорят, в каком эмоциональном состоянии находится клиент. Данная техника включает принятие специалистом ответственности за то, что он слышит, путем подтверждения, уточнения, проверки значения и цели получаемого от другого сообщения.

Следствием плохого слушания является утрата необходимой информации, нанесение ущерба отношениям с клиентом (чувство обиды, унижение достоинства). Отсутствие умения слушать приводит к ошибочности решений, так как они основаны на неполной информации. Выделяются следующие факторы, препятствующие слушанию: сосредоточение на собственных заботах, неприятностях; оценивание или осуждение в ходе слушания того, что говорит клиент; сосредоточение на том, что и как ответить клиенту; собственная неуверенность и тревожность.

Выделяют два типа активного слушания: нерефлексивное и рефлексивное.

Нерефлексивное слушание – это слушание без анализа (рефлексии), дающее возможность клиенту высказаться. Оно состоит в умении молчать внимательно слушая. Здесь важны оба слова: молчать – так как клиенту хочется, чтобы его услышали, и меньше всего интересуют замечания; внимательно – иначе человек обидится и общение прервется. При неререфлексивном слушании клиента можно стимулировать словами: "Я вас слушаю"; "Продолжайте, пожалуйста"; "Ага, угу".

Рефлексивное слушание предполагает активную работу с информацией, которую сообщает партнер по общению, при этом используются следующие приемы:

Парафраза – формулирование мысли клиента другими словами, прием предназначен для прояснения, уточнения смысла того, что говорит клиент. Пример: "Вы сказали: ..."; "Правильно ли я Вас понял(а)? Вы сказали ..."; "Исправьте меня, если я ошибаюсь...".

Эхо – повторение последних слов клиента для уточнения сказанного. Пример: "За два последних месяца?"; "С января по март?".

Применение открытых вопросов. Пример: "Как?... ", "Кто...?", "Что?... ", "Почему?.."

Уточнение – просьба уточнить отдельные моменты высказываний, если сомневаетесь, что правильно их поняли, чтобы получить подробную

информацию по отдельным вопросам, выразить заинтересованность. Пример: "Это очень интересно, могли бы вы уточнить..."; "Вы могли бы уточнить, что для вас означает... "; "Будьте, пожалуйста, со мной откровенны, что вас не устраивает в полной мере?"

Отражение чувств и состояний – высказывание о том, как вы поняли чувства клиента. Пример: "Мне кажется, вы чувствуете себя несколько..."; "Вы, видимо, переживаете..."; "Внешне кажется, что вы весьма ...; "Мне кажется, вас это очень огорчает".

Суммирование – акцентирование внимания на основных моментах и подведение разговора к логическому завершению. Пример: "Итак, мы с вами определились – один..., два..., три... И теперь нам остается решить последний вопрос...".

Подведение итогов – повторение всех важных идей в сжатом, обобщенном виде. Пример: "Таким образом, мы выяснили, что ..."; "Обобщая то, что вы сказали, можно прийти к выводу, что вы бы хотели...".

Таким образом, техника "Активное слушание" позволяет сконцентрироваться на беседе, уточнять детали, переспрашивать, тем самым глубже разобраться в ситуации семьи и выявить ее потребности. Эта технология дает клиенту возможность почувствовать готовность специалиста помочь ему, а также побуждает его к взаимодействию и включенности в решение своей ситуации.

2. Методы выявления потребностей семьи с детьми

Методы анализа данных и прогнозирования потребностей семей

Методы анализа данных и прогнозирования потребностей семей являются важным инструментом для развития и улучшения качества социальных услуг, так и качества жизни современных семей. Семейные потребности могут быть различными, и их понимание играет ключевую роль в создании эффективных программ и услуг, направленных на удовлетворение этих потребностей.

Для анализа данных и прогнозирования потребностей семей с детьми можно использовать следующие методы:

- *Анкетный опрос*

Анкетный опрос при анализе потребностей семей с детьми является важным инструментом для понимания и удовлетворения потребностей этой категории населения. Семьи с детьми имеют свои особенности и требуют особого внимания со стороны Семейного МФЦ.

Первоначально, анкетный опрос позволяет собрать информацию о семьях с детьми, их составе, возрасте детей, образовании и доходах родителей. Эти данные помогают определить социально-экономический статус семей и выявить основные потребности, с которыми они сталкиваются. Например, семьи с низким уровнем дохода могут испытывать трудности в обеспечении детей качественным питанием, одеждой и

образованием. Таким образом, анкетный опрос позволяет выявить наиболее срочные потребности и разработать соответствующие программы и меры поддержки.

Также анкетный опрос помогает выявить потребности семей с детьми в области здравоохранения, социальной защиты или образования. Например, опрос может показать, что многие семьи испытывают трудности с доступом к медицинским услугам, не имеют достаточной социальной поддержки, испытывают трудности с доступом к качественному образованию или не имеют достаточной информации о возможностях развития своих детей. Эти данные могут быть использованы для разработки эффективных программ содействия в получении того или иного вида помощи для семей с детьми.

Анкетный опрос позволяет собрать не только информацию о статусе семьи, потребностях ребёнка и родителей, но и опыте обращения в различные службы и к специалистам. Примерная анкета по выявлению потребностей семей с детьми в услугах Семейного МФЦ указана в приложении 1.

- *Метод сценариев*

Метод сценариев позволяет рассмотреть специалистам оценить различные варианты развития событий и их возможные последствия для семей с детьми. Этот подход помогает выявить потребности и приоритеты этих семей, а также спрогнозировать возможные изменения и вызовы, с которыми они могут столкнуться.

Благодаря методу сценариев специалисты могут разрабатывать более эффективные и адаптированные к реальным потребностям программы поддержки и помощи для этих семей. Это позволяет повысить качество услуг и обеспечить более точное и целенаправленное удовлетворение их потребностей.

Основная идея метода заключается в создании нескольких возможных сценариев будущего, а затем анализе и выборе наиболее вероятного и подходящего для конкретной семьи.

Первый шаг при использовании метода сценариев – это определение целей и задач анализа. Необходимо четко сформулировать какие аспекты жизни семьи с детьми требуют более детального исследования. Например, это может быть определение вероятного воздействия социальных и культурных изменений на потребности семей, будущие тенденции в составе и структуре конкретной семьи или возможные изменения в экономической ситуации и ее влияние на семьи. Далее следует проанализировать различные факторы, которые могут повлиять на будущее семьи с детьми. Это могут быть изменения в экономике, политике, социальной сфере, здравоохранении и т.д. Необходимо учесть как внешние, так и внутренние факторы, которые могут оказать влияние на жизнь семьи.

После анализа факторов необходимо составить несколько сценариев развития событий. Каждый сценарий должен быть основан на определенных предположениях и учитывать вероятные изменения в жизни семьи.

Например, это может быть сценарий роста доходов и улучшения условий жизни, сценарий экономического кризиса или сценарий перемен в сфере образования. После разработки сценариев необходимо провести анализ и выбрать наиболее вероятный и приемлемый для семьи.

Разработав различные сценарии, специалисты могут оценить их вероятность и воздействие. Это позволяет им выявить наиболее вероятные потребности семей и разработать стратегии для их удовлетворения. Метод сценариев также может помочь специалистам в выявлении потенциальных рисков и проблем, которые могут возникнуть в будущем. Это позволяет им разработать планы по смягчению этих рисков и обеспечению благополучия семей с детьми.

Использование метода сценариев в работе специалистов имеет ряд преимуществ. Во-первых, он помогает им принимать более обоснованные решения, основанные на тщательном анализе и прогнозировании. Во-вторых, он способствует более стратегическому планированию, позволяя специалистам предвидеть будущие потребности и разрабатывать соответствующие программы. В-третьих, он поощряет сотрудничество между специалистами, поскольку он требует от них совместной работы для разработки и оценки различных сценариев.

- *Анализ статистических данных*

Статистические данные могут предоставить ценную информацию о демографических характеристиках семей, их социально-экономическом статусе, образовательном уровне и других факторах, которые могут влиять на их потребности. Анализ таких данных позволяет выявить тенденции и паттерны, которые помогают предсказать будущие потребности семей.

Для того чтобы выявить эти потребности и провести анализ статистических данных, необходимы надежные и актуальные источники информации. В данном тексте будут рассмотрены основные аспекты анализа статистических данных при выявлении потребностей семей с детьми.

Первый шаг в анализе статистических данных – сбор информации. Для этого можно использовать данные из социальных служб, государственных баз данных, анкетирование семей и проведение опросов. Важно убедиться, что данные достаточно репрезентативны и охватывают разнообразные семейные ситуации, чтобы получить объективное представление об их потребностях.

Следующий шаг – организация и обработка данных. Это включает в себя создание базы данных, кодирование и классификацию информации, а также применение статистических методов для выделения основных трендов, закономерностей и различий между группами семей. Для этого могут использоваться такие методы, как корреляционный анализ, анализ дисперсии, многофакторный анализ и др.

После обработки данных следует проанализировать полученные результаты. Здесь необходимо искать связи и зависимости между семейными характеристиками и потребностями, а также выделять основные тренды и

особенности семейных групп. Важно помнить об интерпретации статистических значений и всегда учитывать контекст и особенности каждой семьи.

Окончательный этап анализа статистических данных – сделать выводы и рекомендации на основе полученных результатов. Семьи с детьми могут иметь различные потребности, начиная от финансовой помощи и доступа к образованию, до социальной поддержки и развлекательных программ. Анализ статистических данных позволяет более точно выявить эти потребности и определить приоритеты в работе социальных служб и организаций.

В итоге, анализ статистических данных при выявлении потребностей семей с детьми играет важную роль в формировании политики и программ поддержки, а также позволяет оптимизировать распределение ресурсов и предоставить наиболее необходимую помощь. Он помогает лучше понять семейные потребности и создать условия для благополучия и развития детей в семьях.

Также существуют методы анализа данных и прогнозирования потребностей семей, основанные на использовании математических моделей и алгоритмов машинного обучения. Эти методы позволяют проводить сложный анализ данных, выявлять скрытые связи и предсказывать будущие потребности семей на основе имеющихся данных.

Применение эффективных методов анализа данных и прогнозирования потребностей семей играют важную роль в создании политик и программ, направленных на поддержку и развитие семей. Понимание потребностей и предсказание будущих потребностей семей является ключевым фактором для успешной реализации таких программ и обеспечения благополучия семей в настоящем и будущем.

Техника трех вопросов для выявления потребностей семьи

Потребности семьи – это факторы, которые мотивируют ее к получению определенной услуги.

Техника трех вопросов позволяет выявить потребности семьи. Основная идея этой техники заключается в том, чтобы задать клиенту определенные вопросы, которые помогут понять его потребности, ожидания и проблемы. Это позволяет получить все необходимые данные, чтобы предложить оптимальное решение ситуации семьи.

Техника трех вопросов в проактивной коммуникации заключается в последовательном задавании вопросов определенного типа:

1. Открытые вопросы позволяют клиенту самому рассказать о том, что ему нужно. Открытые вопросы подразумевают развернутый ответ: "Какие услуги вам важны?", "Какая у вас ситуация?", "Как вы решали свою ситуацию ранее?". На этом этапе специалист получает широкий массив информации, опираясь на который можно планировать дальнейшую работу с семьей.

2. Альтернативные вопросы предполагают заготовленный ответ, позволяя клиенту отвечать "или-или": "Вам комфортнее индивидуальная или групповая форма работы?". Таким образом, на этом этапе специалист уточняет информацию.

3. В завершении необходимо использовать закрытые вопросы, которые предполагают односложный ответ "да" или "нет": "Вы готовы еженедельно ходить на занятия?".

Выявляя потребности, специалист получает возможность помочь семье и предложить услуги, которые действительно ее заинтересуют, выбрать оптимально решение жизненной ситуации семьи либо предупредить другие возможные ситуации.

3. Методы инициативного информирования семей с детьми о возможности получения услуг

Семейный МФЦ предлагает широкий спектр услуг, которые способствуют развитию и благополучию семей с детьми. Однако, часто им не хватает информации о доступных возможностях и услугах, которые могут быть им полезными. Можно выделить несколько методов инициативного информирования семей с детьми о возможности получения услуг.

Первый метод – организация информационных мероприятий, например, Дни открытых дверей, участие в региональных и общегородских массовых мероприятиях, брифинги и другое. На таких мероприятиях специалисты Семейного МФЦ могут представить родителям различные услуги, которые доступны им и их детям. Также предоставляют возможность семьям задать вопросы и узнать больше о нужных им темах.

Второй метод – создание информационных листовок и брошюр. Такие материалы могут дать семьям с детьми компактную и понятную информацию о доступных услугах и ресурсах. Листовки и брошюры могут быть распространены в школах, детских садах, медицинских учреждениях и других местах, посещаемых семьями. Рекомендации по созданию информационных материалов указаны в приложении 2.

Третий метод – использование цифровых платформ и социальных сетей. В современном мире большинство родителей активно пользуются интернетом и социальными сетями. Создание специальных веб-сайтов, групп в социальных сетях или использование мобильных приложений позволит эффективно информировать семьи о возможностях получения услуг.

Четвертый метод – сотрудничество со школами и детскими учреждениями. Врачи, учителя и другие специалисты, работающие с детьми, могут стать надежными источниками информации для семей. Организация регулярных встреч и консультаций с профессионалами позволит семьям узнать больше о доступных услугах и их пользе для них.

Для успешного информирования семей с детьми о возможности получения услуг необходимо использовать разнообразные методы, которые

позволят максимально распространить информацию и помочь семьям получить необходимую поддержку и услуги.

4. Методы мотивации семей с детьми к получению социальных услуг и решению проблем

Главная цель методик мотивации – помочь семьям осознать необходимость и важность получения социальных услуг и решения проблем. Они также направлены на укрепление и улучшение внутрисемейных взаимоотношений, построение доверия и эффективной работы между профессионалами и семьями. Использование этих методов требует индивидуального подхода и гибкости, учитывая особенности каждой ситуации и семьи.

Мотивационное консультирование

Для того чтобы взаимодействие специалиста и семьи было плодотворным и вообще состоялось, надо подвести семью к тому, чтобы она сама приняла решение о таком взаимодействии. Варианты принуждения и манипуляции в деле формирования именно устойчивой мотивации не дают значимых результатов. Именно внутренняя мотивация становится залогом успешной работы. При внутренней мотивации поведение человека не зависит от каких-либо внешних причин, т. е. человек ведет себя сообразно своим внутренним принципам, ценностям и установкам. Поэтому важно, чтобы у семьи появилась внутренняя мотивация к решению проблем. Специалист Семейного МФЦ должен уметь создать обстановку полной безопасности для личности клиента. На первых этапах работы все усилия консультанта должны быть сосредоточены на установлении контакта и выстраивании отношений доверия. Приемы и методы установления доверительных отношений рассмотрены в пункте 1 данного раздела.

После установления контакта можно переходить к выявлению и (или) формированию внутренней мотивации клиента.

Одним из методов формирования внутренней мотивации является мотивационное консультирование (интервьюирование). Мотивационное консультирование – это метод консультирования, цель которого состоит в оказании помощи клиенту (получателю социальных услуг, родителю) в изучении и разрешении противоречивой ситуации благодаря формированию его внутренней мотивации и направлению его поведения в сторону позитивных изменений.

Процесс формирования собственной мотивации клиента выделяют три фазы:

1. *Фаза выявления* – побуждение клиента к высказываниям, содержащим элементы внутренней мотивации (самотивации). Это высказывания, помогающие клиенту осознать существование проблем, признать необходимость изменить проблемный стиль жизни. Задача специалиста — слышать, выбирать и подчеркивать те высказывания, в

которых клиент выражает хотя бы слабую мотивацию в отношении изменений. Специалист может отражать сказанное клиентом (дословное повторение или рефлексия переживаемых чувств, позитивное переформулирование (придание позитивного смысла различным событиям в жизни клиента, его чувствам и поведению), подчеркивание амбивалентности, присущей чувствам и поведению клиента, обобщение).

2. Вторая фаза называется *информационной*. На этом этапе специалист может в нейтральной манере рассказать о социальных услугах, предлагаемых Семейным МФЦ в той или иной жизненной ситуации.

3. Третья фаза — это *фаза переговоров*. Специалист ожидает от клиента принятия решения о его готовности или неготовности к изменениям; в случае готовности составляется план дальнейших действий, обсуждаются правила сотрудничества и ответственность каждой из сторон — как специалиста, так и клиента.

Вопросы в ходе мотивационного консультирования могут быть следующие:

1. Вопросы, дающие установку на изменения: "Как вы считаете, нужно ли что-то делать в данной ситуации?", "Как вы думаете, что можно сделать в данной ситуации?"; "Что вы могли бы предпринять, чтобы изменить текущую ситуацию?" и т. д.

2. Поддерживающие вопросы: "Как вы думаете, что может помочь вам?"; "Как вы действовали в такой ситуации?"; "Кто вам может оказать поддержку?" и т. д.

3. Вопросы, показывающие намерения измениться: "Насколько вам важно что-либо менять?"; "На что вы готовы пойти ради изменения ситуации?"; "Что вы еще хотите сделать в будущем?" и т. д.

Применяя метод мотивационного консультирования, следует избегать закрытых вопросов. Открытые вопросы ставятся с целью побудить клиента говорить о жизненной ситуации. Например, "Расскажите, пожалуйста, как вы живете? Есть ли кто-то, кто вам помогает?". Пример применения метода мотивационного консультирования указан в приложении 3.

Использование метода мотивационного консультирования предполагает отказ от осуждения и обвинений клиента. Правильное понимание причин той или иной реакции семьи на вмешательство специалистов, а также использование приемов активного слушания позволяет поддерживать контакт с семьей и добиваться необходимых результатов в работе.

Метод подкрепления

Метод подкрепления в мотивации семьи является эффективным инструментом для достижения совместных целей и создания устойчивого, гармоничного семейного окружения. Основной идеей этого метода является использование положительных поощрений и подкреплений для стимулирования и поддержки мотивации всех членов семьи.

Во-первых, важно установить ясные и конкретные семейные цели, которые будут служить основой для мотивации. Члены семьи должны понимать, что их усилия направлены на достижение общих целей и каким образом они будут награждены за свои достижения.

Для поддержки мотивации важно использовать систему поощрений и наград. Это может быть что-то простое и доступное. Важно быть внимательным к достижениям каждого члена семьи и активно их отмечать. Это могут быть похвала, сертификаты, маленькие призы и другое.

Еще одним важным аспектом метода подкрепления в мотивации семьи является создание положительной атмосферы и поддержки внутри семьи. Члены семьи должны чувствовать, что их усилия ценятся и что они получают поддержку от других. В конечном итоге каждый вносит свою лепту в создание мотивации и растущий успех семьи.

Очень важно помнить, что метод подкрепления в мотивации семьи должен быть основан на взаимном доверии и взаимоуважении. Отношения внутри семьи должны быть гармоничными и открытыми, чтобы мотивация была поддержана и укреплена.

Таким образом, метод подкрепления позволяет акцентировать внимание на достижениях семьи, поощрять их и поднимать самооценку.

Убеждение как метод психологического воздействия

Убеждение – это метод воздействия на сознание людей, обращенный к их собственному критическому восприятию. Убеждения бывают нескольких видов:

- Информирование. Адресату предоставляется полная информация об объекте или явлении. Если есть преимущества, о них рассказывают в первую очередь. Так специалист Семейного МФЦ рассказывает семье о преимуществах реализуемых программ, оказываемых социальных услуг.
- Разъяснение. Этот вид убеждения используется, когда некоторые моменты следует уточнить. Например, специалист рассказывает более подробно график проведения мероприятий или необходимые документы для получения услуги.
- Доказательство. В данном случае необходимо информацию сопроводить наглядным представлением, настоящими фактами, конкретными примерами и историями, реальными историями успеха. Человек может более легко идентифицироваться с ситуацией, если она более конкретна и знакома. Это могут быть факт успешного разрешения ситуации, отзывы клиентов, результаты диагностики до и после мероприятий, фотографии и т.д.
- Опровержение. Данный вид убеждения применяется, если мнение убеждаемого отличается от того, которое он должен занять в результате воздействия, или клиент сам желает получить опровержение информации.

К основным приемам убеждения, применяемых в работе с семьей, можно отнести:

- **Наставление.** Если семья настроена благожелательно к специалисту, если у него сформировался авторитет, он наставляет семью, убеждая ее вести себя определенным образом. Например, "Сделайте это так-то... Мы добьемся того, что...".
- **Совет.** Чтобы успешно применить этот метод, необходимо учитывать несколько важных факторов. Во-первых, совет должен быть основан на авторитетных и надежных источниках. Люди склонны доверять тем, кто обладает определенными знаниями и опытом в определенной области. Во-вторых, необходимо адаптировать советы под конкретную ситуацию. Люди часто более склонны принимать советы, если они кажутся индивидуальными и направленными на конкретные потребности или проблемы. Третий важный фактор – это использование языка убеждения. Подобные слова как "убедить", "помочь", "достичь цели" имеют сильное воздействие на умы людей и могут сделать совет более привлекательным и убедительным.
- **Косвенное одобрение** является методом убеждения, который основан на влиянии социальных норм и мнений других людей. Его использование может увеличить вероятность принятия идеи или действия, поскольку люди стремятся соответствовать общепринятым нормам и получить одобрение от своих социальных групп. Это могут быть рекомендации или отзывы довольных клиентов, ссылка на авторитетные источники информации, сравнения или аналогии.

При применении метода убеждения необходимо соблюдать три правила:

- **Правило Гомера** подразумевает, что приводить аргументы необходимо в определенной последовательности: начинать убеждение следует с сильных, затем нужно добавить два-три средних, а завершить самым сильным аргументом.
- **Правило Сократа, или Правило трех "да"** заключается в том, что задавая вопросы, не дать собеседнику ответить ни на один из них отрицательно. Например, "Согласитесь, каждый мечтает иметь крепкую семью?", привести очевидные факты: "Отношения в семье начинаются с родителей! Не с соседей, учителей, друзей. Человек выходит в мир из семьи не наоборот", "Семья влияет на психологическое состояние человека, всю его жизнь и отношения ребёнка с родителями определяют его психологическое состояние". А затем перейти в наступление: "Вы ведь хотите крепкую семью? И чтобы ваши отношения с ребенком были гармоничными?".
- **Правило Паскаля** заключается в сохранении достоинства человека, без посягательств на свободу или авторитет его личности.

Таким образом, метод убеждения базируется на логическом обосновании и представлении аргументов, целью которого является убедить

клиента в правильности принятой позиции. При использовании этого метода, специалист активно использует логику, факты и доказательства, чтобы поддержать свою точку зрения, что вызовет доверие со стороны семьи.

Итак, методы мотивации семей с детьми к получению социальных услуг и решению проблем играют важную роль в обеспечении развития семейного благополучия и успешной социальной поддержки. Их грамотное применение способствует формированию мотивации семей к активной работе над своими проблемами и в конечном итоге способствует повышению качества жизни детей и всей семьи.

5. Методы управления конфликтами

Деятельность специалиста Семейного МФЦ сопряжена с постоянным риском возникновения конфликтных ситуаций, т.к. клиенты, обращаясь в социальные учреждения, зачастую излишне эмоциональны и негативно настроены, в силу своей сложившейся жизненной ситуации. Поэтому специалисту необходимо владеть навыками управления конфликтами

Управление конфликтами – это процесс, направленный на предупреждение, урегулирование и разрешение конфликтных ситуаций, возникающих в процессе работы специалиста.

Предупреждение конфликта – это вид деятельности, направленный на недопущение возникновения конфликта.

Регулирование конфликта – ослабление и ограничение конфликта, обеспечения его развития в сторону разрешения.

Решение конфликта – совместная деятельность его участников, направленная на прекращение противодействия и решение проблемы, которая привела к столкновению.

Методы управления конфликтом можно разделить на пять групп:

1. Внутриличные – основываются на познании и саморазвитии специалиста и состоят в правильной организации своего собственного поведения, в умении высказать свою точку зрения, не вызывая защитной реакции со стороны клиента. Эти методы представляют собой набор навыков, которые позволяют специалисту лучше понимать себя, свои эмоции, и мобилизовывать ресурсы для преодоления конфликтов.

Один из наиболее распространенных методов в данной группе – это саморефлексия. Эта стратегия заключается в осознании и анализе своих мыслей, чувств и поведения во время конфликтной ситуации. Путем задания себе вопросов, таких как "Почему я реагирую таким образом?" или "Что можно сделать, чтобы изменить свою реакцию?" специалист может получить более глубокое понимание себя и своих причинные связи, которые лежат в основе конфликта. Для удобства самоанализа можно вести дневник эмоций.

Еще одним методом внутриличного управления конфликтом является автономия сознания. Специалист, используя этот метод, развивает навыки самоконтроля и саморегуляции своих эмоций. Он учится управлять своими реакциями на конфликтные ситуации, сохраняя спокойствие и ясность ума. В результате это помогает ему принимать взвешенные решения

и вести себя конструктивно в процессе разрешения конфликта. Способы саморегуляции указаны в приложении 4.

Еще одним важным внутриличностным методом управления конфликтом является развитие эмоционального интеллекта. Это навык осознанного восприятия, понимания и управления своими эмоциями и эмоциями других людей. Специалист, развивая эмоциональную интеллектуальность, может лучше чувствовать и понимать эмоциональные состояния других людей, что позволяет ему находить общий язык и эффективные пути разрешения конфликтов. Кроме того, такой навык помогает контролировать свои эмоции в стрессовых ситуациях, что позволяет не допустить их негативного влияния на процесс разрешения конфликта. Более подробно о развитии эмоционального интеллекта рассказано в приложении 4.

К внутриличностным методам также можно отнести технику "Я-высказывание". Она позволяет передать другому человеку свое отношение к определенному предмету, без обвинения и без требований, чтобы другой человек изменил свое отношение. Данная техника позволяет констатировать свои чувства, что особенно важно при необходимости дать отрицательную оценку эмоционального характера или в тех случаях, когда очень нужно высказать свое мнение в приемлемой форме. Таким образом, клиент не осуждается, не обвиняется и не атакуется; у него не будет необходимости защищаться и, следовательно, обострять проблему. Более подробно техника "Я-высказывание" описана в приложении 5.

Таким образом, внутриличностные методы управления конфликтом основываются на работе над своим состоянием, поведением в конфликте.

2. Структурные методы направлены на конфликты, возникающие из-за неправильного распределения функций, прав и ответственности, плохой организации труда, несправедливой системы мотивации и стимулирования работников. Данные методы предназначены для руководителей разного уровня с целью предупреждения и решения конфликтных ситуаций. К таким методам относят разъяснение требований к работе, использование координационных механизмов, разработку или уточнение общеорганизационных целей, создание обоснованных систем вознаграждения.

3. Межличностные методы предполагают, что при возникновении конфликта его участникам необходимо выбрать форму, стиль своего дальнейшего поведения. Сюда можно отнести стратегии поведения в конфликте; методы управления конфликтом; социально-психологические методы; техники снятия эмоционального напряжения.

Стратегии поведения в конфликте

Соревнование – человек стремится достичь своих интересов, жертвуя интересами других. Он считает, что в конфликте может быть только один победитель, и не учитывает позицию другой стороны.

Приспособление – человек стремится удовлетворить интересы других людей, игнорируя свои собственные. Он предпочитает избегать конфликтов и идти на компромисс, чтобы сохранить гармонию в отношениях.

Избегание – человек старается избежать конфликта, не вступая в противоречия и не отстаивая свои интересы. Он предпочитает уходить от проблемы или откладывать ее решение на потом.

Компромисс – человек ищет среднюю точку, готовый идти на уступки, но при этом сохраняет свои интересы. Он ищет взаимовыгодное решение, которое удовлетворит обе стороны.

Сотрудничество – человек стремится найти взаимоприемлемое решение, учитывая интересы всех участников конфликта. Он активно сотрудничает, обсуждает и ищет варианты, которые будут удовлетворительны для всех сторон. Целью является создание взаимной выгоды и укрепление отношений.

Методы управления конфликтом

Метод предвидения заключается в попытках установить отношения до возникновения конфликта. Изменение эмоциональной окраски отношений в худшую сторону считается предвестником проблем. Знание объективных факторов, приводящих к возникновению конфликта, помогает его предсказать.

Метод предотвращения заключается в совершении действий, упреждающих конфликт. Определение претензий, опасений и интересов каждой из сторон, корректировка неверных предположений способствуют достижению договоренностей и предотвращению потенциального конфликта.

Метод подавления – разделение участников конфликта по ресурсам, целям, средствам, с тем чтобы между ними было возможно меньше контактов, изоляция одной из сторон. Например, с семьей может работать другой специалист.

Метод разрешения конфликта основывается на окончании конфликта в результате нахождения решения проблемы, удовлетворяющего каждую сторону.

К *социально-психологическим методам*, ориентированным на корректировку мыслей, чувств и настроений клиента, можно отнести:

Метод доброжелательности, или эмпатии, развития способности к сопереживанию и сочувствию другим людям, к пониманию их внутренних состояний, выражения необходимого сочувствия клиенту, готовности оказать ему практическое содействие. Этот метод исключает немотивированную враждебность, агрессивность, невежливость. Использование этого метода особенно важно в кризисных ситуациях, когда выражение сострадания и сочувствия, широкая и оперативная информация о происходящих событиях приобретают особо важное значение.

Метод сохранения репутации клиента, уважения к его достоинству. При возникновении любых разногласий и конфликтов, важнейшим методом

предупреждения негативного развития событий является признание его достоинства, выражение должного уважения к его личности.

Метод недопущения дискриминации клиента требует исключения подчеркивания превосходства или различий одного клиента над другим. Данный метод позволяет избежать проявления таких негативных эмоций, как чувство зависти, обиды, способных спровоцировать конфликтное противоборство.

Метод психологического поглаживания заключается во влиянии на настроение клиента через комплименты, высказывание восхищения достоинствами, способностями или талантами.

Техники снятия эмоционального напряжения

Речевые техники снижения эмоционального напряжения

Техника 1 заключается в предоставлении клиенту возможности выговориться, высказать свое недовольство, излить эмоции.

Техника 2 включает в себя установление и поддержание контакта глаз с клиентом, кивание, наклон корпуса тела вперед, принятие позы клиента.

Техника 3 состоит из необходимости сократить дистанцию с клиентом. Оптимальная – дистанция социального общения (0,5-1,2 м).

Техника 4 – создание пространственного комфорта для общения. Если клиент стоит, то специалисту рекомендуется тоже встать, если сидит – сесть, если имеется возможность, то можно сесть рядом.

Техника 5 заключается в регулировании темпа беседы. Рекомендуется делать паузы в речи.

Техника 6. Внешнее согласие. В случае, когда клиент говорит что-то неприятное и обидное, необходимо сохранять контроль над собой. Нельзя отвечать взаимностью.

Речевые техники снижения эмоционального напряжения

Техника 1. Имя собственное – в ходе беседы рекомендуется как можно чаще произносить имя собеседника.

Техника 2. Готовность к решению проблемы. Специалисту необходимо сказать клиенту, что он понимает важность его проблемы и готов помочь ее решить.

Техника 3. Подчеркивание значимости клиента. Важно сказать клиенту, что его ценят, его мнение и отношения с ним очень важны для Семейного МФЦ.

Техника 4. Отражение чувств и эмоций. Специалист может сказать, как о своем самочувствии или состоянии, которое вызвали слова клиента ("Я сожалею, мне обидно, мне неприятно..."), так и отразить эмоции и чувства клиента ("Понимаю, как вам неприятно, обидно... понимаю, вы разочарованы...").

Техника 5. Обращение к фактам, т.е. специалист спокойно, без эмоций проговаривает детали ситуации, вызвавшей конфликт ("Давайте разберемся, что случилось...").

Техника 6. Предложение конкретного выхода из конфликтной ситуации. По возможности необходимо найти его в кратчайший срок. Можно обратиться к клиенту и уточнить его мнение о наилучшем выходе из ситуации для него.

Техника 7. Поиск и подчеркивание общего. Это может быть сходство интересов, мнений, целей или даже просто желание быстро справиться с данной ситуацией, в которой оказались специалист и клиент.

Техника 8. Признание правоты клиента. Если в сложившейся ситуации есть вина специалиста или учреждения, необходимо ее признать.

4. Переговоры как метод решения конфликтов представляют собой набор тактических приемов, направленных на поиск взаимоприемлемых решений. Например,

"Опережение возражений". В основе данной тактики лежит предугадывание возможных возражений клиента и активное предоставление аргументов, достоверные данные, факты или исследования, которые бы устраняли эти возражения еще до их появления. Такие аргументы могут быть убедительными и помочь снизить ложные представления или сомнения.

"Разделение проблемы на отдельные составляющие". Данная тактика предполагает выделения для обсуждения только отдельные элементы проблемы, не пытаются решить сразу всю проблему. Этот приём не даёт возможность решить весь комплекс вопросов, однако позволяет сделать шаг к достижению необходимого решения.

"Уход" (тактика избегания): перевод обсуждения на другую тему или другой вопрос, просьба отложить рассмотрение проблемы.

Метод переговоров направлен на поиск решения, удовлетворяющее обоих участников конфликта.

5. Ответные агрессивные действия – методы, являющиеся крайне нежелательными для преодоления конфликтных ситуаций. Применение этих методов приводит к разрешению конфликтной ситуации с позиции силы, в том числе с использованием грубой силы, насилия.

Таким образом, знание и владение теми или иными приемами, техниками и методами управления конфликтами способствуют установлению гармоничных, доверительных отношений между специалистом и клиентом. Скрипты по управлению конфликтами с клиентом указаны в приложении 5.

Инструменты технологии проактивной коммуникации являются основой успешного взаимодействия с семьей. Их использование помогает достичь более глубокого понимания, решить конфликты и создать продуктивную рабочую или личную среду.

Заключение

Технология проактивной коммуникации — это инновационный метод взаимодействия между специалистами Семейного МФЦ и семьями с детьми, который стремится предугадать и удовлетворить потребности и ожидания клиентов, минимизируя возможные конфликты и недоразумения. Проактивная коммуникация предполагает, что специалисты предупреждают события, а не просто реагируют на уже случившиеся ситуации.

Инструменты технологии проактивной коммуникации включают в себя инициативный подход к общению с клиентами, активное обсуждение важных для них проблем, побуждение к взаимодействию и выстраивание отношений.

Будучи частью более глобальной стратегии обслуживания семей с детьми, проактивная коммуникация способствует сохранению гибкости, быстрой адаптации к меняющимся тенденциям в клиентской динамике и достигать любых поставленных целей.

Анкета по выявлению потребностей семей с детьми в услугах СМФЦ

1. Укажите ваш пол: _____
2. Укажите ваш возраст: _____
3. Испытываете ли вы трудности в связи с рождением ребенка в семье?
 - Да Нет
 - Если ответили "Да", то ответьте на вопрос 3.1.
 - 3.1 Какого рода трудности Вы испытываете?
 - Трудности в оформлении документов, справок, постановка на учет в поликлинику и т.д.
 - Неумение/невозможность обеспечить уход
 - Трудности психологического характера (депрессия, апатия, стресс, тревожность и т.д.)
4. Какая помощь необходима вам в решении проблем, связанных с рождением ребенка?
 - Консультирование/помощь в сборе документов, постановке на учет и т.д.
 - Консультирование (обучение) уходу за новорожденным (социально-медицинская, социально-педагогическая помощь)
 - Психологическая помощь
 - Юридическая помощь
5. Есть ли у вас ребенок (или дети) с особенностями развития?
 - Да Нет
 - Если ответили "Да", то ответьте на вопрос 5.1.
 - 5.1 Испытываете ли вы трудности в связи с рождением ребенка (или детей) с особенностями развития?
 - Да Нет
 - Если ответили "Да", то ответьте на вопрос 5.2.
 - 5.2 Какие трудности вы испытываете?
 - Психологические проблемы (стресс, неприятие и др).
 - Трудности в оформлении документов, справок, постановке на учет в поликлинику и т.д.
 - Трудности в организации необходимой помощи (обследование, реабилитационные услуги) и т.д.
 - Трудности в обеспечении необходимого ухода за особым ребенком.
 - Потеря работы
 - Трудности юридического характера
 - Иное _____
6. Испытываете ли вы трудности в связи с изменением состава семьи?
 - Да Нет
 - Если ответили "Да", то ответьте на вопросы 6.1 и 6.2.
 - 6.1 Какие трудности вы испытываете?

○ Психологические проблемы (стресс, неприятие и т.д.) в связи с разводом

○ Трудности в оформлении документов, справок, пособий и т.д.

○ Психологические проблемы (стресс, неприятие и т.д.) в связи со смертью одного из членов семьи.

6.2 Какая помощь необходима вам в решении проблем, связанных с изменением состава семьи?

○ Психологическая помощь

○ Консультирование/помощь по вопросам оформления документов, справок, пособий, лечения и т.д.

○ Юридическая помощь

7. Испытываете ли вы трудности в связи с проблемами здоровья отдельных членов семьи?

○ Да ○ Нет

Если ответили "Да", то ответьте на вопросы 7.1 и 7.2.

7.1 Какие трудности вы испытываете в связи с проблемами здоровья отдельных членов семьи?

○ Психологические проблемы в связи с трудностью взаимодействия с больным человеком

○ Трудности в оформлении документов, справок, пособий, лечения и т.д.

○ Трудности в присмотре за детьми в связи с длительным лечением

○ Потеря работы

○ Иное _____

7.2 Какая помощь вам необходима в решении проблем, связанных с проблемами здоровья отдельных членов семьи?

○ Психологическая помощь

○ Консультирование/помощь по вопросам оформления документов, пособий и т.д.

○ Юридическая помощь

8. Испытываете ли вы трудности в решении финансовых, бытовых проблем в семье?

○ Да ○ Нет

Если ответили "Да", то ответьте на вопросы 8.1 и 8.2.

8.1 Какие трудности вы испытываете в решении финансовых, бытовых проблем в семье?

○ Распределение семейного бюджета

○ Трудоустройство

○ Низкий материальный достаток

○ Бытовые трудности

○ Иное _____

8.2 Какая помощь необходима вам в решении проблем, связанных с организацией бытия?

○ Консультирование (обучение) финансовой грамотности и планированию

○ Консультирование (обучение) по вопросам трудоустройства

○ Консультирование по мерам социальной поддержки, программам для семей и т.д.

○ Консультирование по возможным услугам бытовых сервисов и т.д.

○ Юридическое консультирование

○ Иное _____

9. Испытываете ли вы трудности в общении между членами семьи?

○ Да ○ Нет

Если ответили "Да", то ответьте на вопросы 9.1, 9.2 и 9.3.

9.1 Между какими членами семьи есть трудности общения?

○ Родители – дети

○ Отец – мать

○ Отец – дети

○ Родители – родители (бабушки/дедушки)

○ Дети – бабушка/дедушка

○ Дети – дети

○ Семья – родственники по второй линии (дяди, тети, дальние родственники и др.)

9.2 Какие трудности возникают при общении?

○ Насилие в семье

○ Угасание чувств

○ Трудности в воспитании детей

○ Неготовность к семейной жизни

○ Конфликты

○ Иное _____

9.3 Какая помощь необходима вам в решении проблем, связанных с общением между членами семьи?

○ Консультирование (обучение) по вопросам воспитания детей

○ Консультирование (обучение) по вопросам общения

○ Помощь в разрешении конфликтной ситуации в семье (психологическая)

○ Помощь в разрешении конфликтной ситуации в семье (юридическая)

○ Иное _____

Рекомендации по созданию информационных материалов

Буклет

Буклет является одним из эффективных видов методической продукции для информационно-просветительской работы с населением, так как при минимальной площади вмещает максимум информации, которую необходимо донести до целевой аудитории (семей с детьми, родителей, несовершеннолетних и других). Чаще всего буклеты изготавливаются на бумаге формата А4, а информационный материал располагается на шести полосах. Каждая полоса буклета имеет логически завершённый смысл, поэтому информация должна быть структурирована. Буклет способен уместить в себе большое количество информации, как текстовой, так и графической, причем две эти разновидности можно комбинировать разными способами. Условно полосы можно разделить на несколько блоков, каждый из которых имеет следующие особенности:

Первый блок (1 страница буклета) обычно включает информацию об учреждении, составившем буклет, а также название, отражающее суть изложенной в буклете информации. Также можно указать целевую аудиторию.

Второй блок (2–4 страницы буклета) направлен на предоставление основной информации по теме буклета, которая должна быть компактной, тезисной, логически построенной, понятной целевой аудитории, литературно грамотной и лаконичной. Информативность буклета можно усилить фотографиями или иллюстрациями, а также линиями, отбивками (интервал до и после абзаца), которые помогут структурировать материал и облегчить его восприятие. Также для повышения читаемости текста целесообразно использовать подзаголовки. Допускается размещение информации в виде схем или инфографики. Последняя используется для объяснения большого объема сложной информации в простых образах, в компактном и интересном сообщении, которое выглядит привлекательнее в сравнении с обычным текстом. Инфографика может быть представлена иллюстративными инструкциями, пиктограммам, графами, диаграммами, картами и прочим.

Третий блок (5 страница) содержит рекомендации для целевой группы, заключительные положения или призыв к какому-либо действию по теме буклета.

Четвертый блок (6 страница) отражает контактную информацию, режим работы. Можно указать схему проезда.

Рекомендуемая ширина каждой колонки не более 40 знаков, желательно с абзацным отступом. Шрифт должен быть не меньше 10 кегля (оптимальный для информационных текстов – 10 и 12).

Таким образом, преимуществами буклетов являются информативность, компактность и адресность буклетов. Для буклетов характерна легкость

распространения, что дает возможность целевой аудитории изучить информацию в удобное для них время и месте.

Образец буклета



Воспользоваться услугами Семейного МФЦ могут:

- семьи с детьми, находящиеся в трудной жизненной ситуации;
- семьи с детьми, находящиеся в социально опасном положении;
- молодые семьи;
- семьи участников специальной военной операции (СВО);
- женщины с несовершеннолетними детьми, оказавшиеся в социально опасном положении, иной трудной жизненной ситуации вследствие угрозы насилия или жестокого обращения, а также пострадавшие от насилия в семье;
- несовершеннолетние и их родители, признанные нуждающимися в социальном обслуживании

Контакты



+7 (3812) 545-000



www.буцспсд.рф



г. Омск, Комсомольский
городок 15

РЕЖИМ РАБОТЫ:

ПН-ЧТ: 8:30 - 17:30

ПТ: 8:30 - 16:15

Перерыв: 13:00 - 13:45

СБ-ВС: выходной



**семейный
мфц**



СЕМЕЙНЫЙ МФЦ — ЭТО :

- доступное и комфортное получение социальных услуг в режиме «одного окна»
- индивидуальный, адресный подход к каждой семье с детьми
- профилактика обстоятельств, способствующих развитию трудной жизненной ситуации
- минимизация процесса сбора документов, подтверждающих право на получение услуг
- компетентные специалисты

**СЕМЕЙНЫЙ
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР —
МЕСТО ВСТРЕЧИ
СЕМЬИ И ГОСУДАРСТВА**



Листовка

Листовка — это издание в виде одного листа, на котором размещается вся необходимая информация, чаще всего рекламного характера, в виде текста и иллюстраций. Листовка должна содержать:

- *Заголовок.* Его необходимо представить одним словом или максимум несколькими запоминающимися. Заголовку необходимо быть наиболее ярким элементом в листовке.
- *Основную информацию.* Это может быть название услуги и краткое ее описание, цены, скидки, акции и другая пробуждающая интерес информация. Важно, чтобы объем тематического текста был минимальный и на понимание основных сведений затрачивалось минимум фактического времени (в идеале – один зрительный контакт), то есть при беглом взгляде должна быть ясна суть сообщения, не рекомендуется расписывать подробности. Основной текст располагается на фоне нейтральных или приглушенных цветов.
- *Контактную информацию.* В данный раздел включают адрес, телефоны, схема проезда.

Эффективный прием создания листовок – сделать их двусторонними: с одной стороны страницы разместить заголовок и основную информацию, а с другой – контактную.

Как было сказано ранее, листовка содержит иллюстрации, картинки, фото, схемы и другое. На каждую сторону листовки будет достаточно одной картинке или фона, листовка целиком должна быть выполнена в едином стиле.

Шрифт рекомендуется использовать простой, его размер должен быть крупным для заголовка, а для основного текста не слишком мелким, легко читаемым (в том числе, человеком с неидеальным зрением, а также во время движения транспорта и т.д.).

Листовки бывают разных форматов. Самый популярный – евролистовки размером 99x210 мм. Они позволяют разместить всю важную информацию, при этом не занимают много места. А7 — это минимальный размер, который отлично подходит для изготовления небольших листовок и содержит самую важную информацию. Данный вариант уже удобен для раздачи, позволяет разместить больше информации. А5 идеально подходит для раздачи на улице, раскладки по почтовым ящикам, подъездам.

При правильном подходе к разработке листовок, зависимо от целей, можно получить максимальный эффект от данного материала.

Образец листовки

БУ Омской области "Центр социальной помощи семье и детям" (с социальной гостиницей)

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ Омской области

ФОНД ПОДДЕРЖКИ ДЕТЕЙ находящийся в трудной жизненной ситуации



семейный МФЦ

МЕСТО ВСТРЕЧИ СЕМЬИ И ГОСУДАРСТВА

семейный МФЦ



- полное сопровождение до решения вопросов
- оказание юридической помощи (оформление выплат, пособий)
- оказание экстренной психологической помощи
- предоставление срочных социальных услуг
- временное проживание в социальной гостинице
- проведение развивающих и досуговых мероприятий для детей

БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ Омской области
"ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ СЕМЬЕ И ДЕТЯМ
(с социальной гостиницей)"

г. Омск, Комсомольский городок, 15

РЕЖИМ РАБОТЫ:
ПН-ЧТ: 8:30 - 17:30
ПТ: 8:30 - 16:15
ПЕРЕРЫВ: 13:00 - 13:45
СБ-ВС: ВЫХОДНОЙ

ТЕЛ.: 545-000



www.буцспсдрф

Пример применения метода мотивационного консультирования

Клиент: "Я не понимаю, почему все указывают мне, как жить и почему у меня хотят забрать ребенка".

Специалист: "Я слышу, что вы хотели сами принимать решения о своей жизни. И очень важно, чтобы ребенок остался в семье, вы привязаны к нему". (*Отражение, позитивное переформулирование*).

Клиент: "Я пью не всегда, а только когда поругаюсь со своей матерью".

Специалист: "Похоже, после этих конфликтов вам трудно справляться со своими чувствами. Они такие сильные, что приходится использовать алкоголь". (*Рефлексия*).

Клиент: "Но я не знаю, что мне делать! Все от меня чего-то хотят. Хотят, чтобы я перестала пить, хотят забрать ребенка!"

Специалист: "От вас требуют, чтобы вы прекратили употреблять алкоголь и угрожают лишением родительских прав, оказывают на вас такое давление". (*Рефлексия, обобщение*).

Клиент: "Я пью из-за того, что мне плохо. И никто не хочет этого понять, все только угрожают".

Специалист: "Мне важно понять ваши переживания. Вы сейчас такие трудные чувства испытываете, злость, отчаянье... Вы хотели бы что-то изменить, но пока не знаете как". (*Рефлексия, поддержка, подчеркивание амбивалентности*).

Клиент: "Хотелось бы, конечно... Но разве это изменишь..."

Специалист: "Давайте вместе попробуем разобраться. Расскажите, что вам хочется изменить? А потом я расскажу, какую помощь мы оказываем тем, кто к нам приходит". (*Обобщение*).

Развитие эмоционального интеллекта

Эмоциональный интеллект – это способность осознавать, понимать и управлять своими эмоциями и эмоциями окружающих, а также успешно применять эти знания на практике. Соответственно для развития эмоционального интеллекта необходимо совершенствовать составляющие его способности.

1. Развитие навыка осознания и понимания своих эмоций

Для развития навыка осознания и понимания своих эмоций необходимо отслеживать эмоциональное состояние каждый день, при этом можно наблюдать за общим фоном настроения, так и в конкретной ситуации. Для этого можно поставить напоминание на телефон с вопросами "Что я сейчас чувствую, какую эмоцию испытываю? Что вызвало эту эмоцию? Как это отзывается в моем теле?" или завести дневник эмоций. Рассмотрим несколько вариантов дневника эмоций.

Вариант 1. Такой вариант дневника подходит людям, которые с трудом различают собственные эмоции.

Вечером необходимо вспомнить любые три ситуации, произошедшие за день и описать по схеме:

- Описание ситуации.
- Описание телесных ощущений, которые возникают при воспоминании ситуации.
- Описание эмоций, которые скрываются за телесными ощущениями.

Пример

Ситуация	Телесные ощущения	Эмоции
Клиент был недоволен тем, как я оказал(а) услугу	Напряжение в плечах, попытки сдерживать дыхание	Раздражение и чувство вины из-за того, что клиент был несправедлив

Вариант 2. Такой вариант дневника подходит людям, которые склонны обесценивать себя и собственные потребности, игнорировать свои желания.

Схема ведения дневника:

- Описание ситуации.
- Описание физических ощущений (этот пункт желателен, но не обязателен. Его можно исключить).
- Описание эмоций, скрывающихся за физическими ощущениями (если предыдущий пункт исключили и за физическими ощущениями не наблюдали, тогда просто описывайте эмоции).
- Описание эмоций, которые скрываются за потребностями.
- Описание действий или бездействия для удовлетворения потребностей.

Пример

Ситуация	Физические ощущения	Эмоции	Потребности	Действия
После тяжелого рабочего дня клиент попросил задержаться еще на два часа, чтобы помочь ему	Сильная усталость, тяжесть во всем теле, напряжение в солнечном сплетении	Обида на то, что не учли мои интересы, и чувство вины при мысли о том, что будет, если я откажу в просьбе	Потребность в отдыхе	Соглашаюсь задержаться и оказываю клиенту услугу. Свои потребности игнорирую

Вариант 3. Этот вариант для людей, склонных игнорировать и подавлять эмоции. Дневник эмоций поможет научиться понимать смысл собственных эмоций и строить свое поведение с учетом этих эмоций.

Схема ведения дневника:

- Описание ситуации
- Описание эмоций
- Если бы я позволил(а) эмоциям проявиться в полную силу, как бы они проявились?
- Описание полезного смысла, который заключен в возникшей эмоции.
- Описание действий в сложившейся ситуации.
- Описание действий, поведения без учета эмоций.

Пример

Ситуация	Эмоции	Если позволить эмоциям проявиться, как бы они проявились?	Полезный смысл эмоций	Как поступил (а)?	Как можно было поступить
Клиент был недоволен тем, как я оказал (а) услугу	Разочарование, чувство вины	Если бы я позволил (а) проявиться разочарованию и чувству вины, то я бы расплакалась	Разочарование и чувство вины показывают, что нужно совершенствовать свои профессиональные навыки	Промолчал (а)	Конструктивно ответить на критику

2. Развитие навыка осознания и понимания эмоций других людей

Способность осознавать и понимать эмоциональное состояние других людей, поставить себя на их место называется эмпатия. Для развития эмпатии необходимо:

1. Наблюдать за другими людьми

Наблюдение за тем, насколько соответствует поведение, осанка, манера речи тому, что они сейчас говорят, позволит развить умение различать невербальные сигналы о эмоциональном состоянии клиента.

Стоя в пробке или ожидая автобус, можно не доставать мобильный телефон или планшет, а смотреть на людей вокруг. Представить себе, кем они могут быть, что они чувствуют и думают в данный момент, живут в вашем городе или откуда-то приехали, счастливы ли. Понаблюдать за выражением лиц и языком тела других людей в определенных ситуациях. Превратите это в игру. Попробовать ответить на вопросы: "О чем думает эта девушка, которая загадочно улыбается?"; "Как чувствует себя бабушка, медленно идущая к остановке?"; "Что собирается делать дальше человек, который выходит из автобуса?" и так далее. Или можно смотреть неизвестный художественный фильм, выключив звук, и наблюдать за мимикой, жестами героев, строить предположения о испытываемых эмоциях. Затем можно просмотреть кадры со звуком и определить верно ли было определено эмоциональное состояние.

2. Не оценивать, а сопереживать

Когда кто-то делится своими проблемами, просто рассказывает о чем-то, то нужно постараться сразу не давать оценку происходящему, мысленно настроить себя на сопереживание этому человеку. Попробовать представить себя на его месте: "Как бы я чувствовал себя, находясь в его ситуации?". Практиковать сопереживание даже в повседневных ситуациях. Это упражнение поможет углубить свое понимание и сопереживание к переживаниям клиента.

3. Оказывать поддержку и помощь

Попробовать проявлять поддержку не только в моменты успеха и достижений, но и в трудные времена. Быть рядом с другими людьми, когда им требуется поддержка и помощь. Выслушивать их, предлагать свою помощь и советы, если это необходимо. Стараться быть более отзывчивым.

3. Развитие навыка управления своими эмоциями

Навык управления эмоциями – это способность контролировать и регулировать свои эмоции, приспосабливаться к различным ситуациям и принимать взвешенные решения.

Одним из способов управления своими эмоциями является саморегуляция, т.е. управление своим психоэмоциональным состоянием, достигаемое путем воздействия человека на самого себя с помощью управления дыханием, мышечным тонусом, воздействия слов или мысленных образов.

Способы, связанные с управлением дыханием

Способ №1

Представьте, что перед вашим носом на расстоянии 10-15 см висит пушинка. Дышите только носом и так плавно, чтобы пушинка не колыхалась.

Способ №2

Упражнение выполняется сидя, необходимо принять удобное положение, руки положить на колени, ноги поставить на землю и найти глазами предмет, на котором можно сосредоточить свое внимание.

1. Начните считать от 10 до 1, на каждом счете делая вдох и медленный выдох. Выдох должен быть заметно длительнее вдоха.

2. Закройте глаза. Снова посчитайте от десяти до одного, задерживая дыхание на каждом счете. Медленно выдыхайте, представляя, как с каждым выдохом уменьшается и исчезает напряжение.

3. Не раскрывая глаз, считайте от десяти до одного. На этот раз представьте, что выдыхаемый Вами воздух окрашен в теплые пастельные цвета. С каждым выдохом цветной туман сгущается, превращается в облака.

4. Плывайте по ласковым облакам до тех пор, пока глаза не откроются сами. Чтобы найти нужный ритм счета, дышите медленно и спокойно, отгораживаясь от всевозможных волнений при помощи воображения.

Этот метод очень хорошо ослабляет стресс. Через неделю начинайте считать от 20 до 1, еще через неделю от 30 и так до 50.

Способ №3

В ситуации раздражения, гнева для успокоения рекомендуется:

- глубоко выдохнуть;
- задержать дыхание максимально долго;
- сделать несколько глубоких вдохов;
- снова задержать дыхание.

Способы, связанные с управлением тонусом мышц

Способ №1

1. Нахмурьте лоб, сильно напрягите лобные мышцы на 10 секунд; расслабьте их тоже на 10 секунд. Повторите упражнение быстрее, напрягая и расслабляя лобные мышцы с интервалом в 1 секунду. Обращайте внимание на свои ощущения в каждый момент времени.
2. Крепко зажмурьтесь, напрягите веки на 10 секунд, затем расслабьте – тоже на 10 секунд. Повторите упражнение быстрее.
3. Наморщите нос на 10 секунд. Расслабьте. Повторите быстрее.
4. Крепко сожмите губы. Расслабьте. Повторите быстрее.
5. Сильно упритесь затылком в стену, пол или кровать. Расслабьтесь. Повторите быстрее.
6. Упритесь в стену левой лопаткой, пожмите плечами. Расслабьтесь. Повторите быстрее.
7. Упритесь в стену правой лопаткой, пожмите плечами. Расслабьтесь. Повторите быстрее.

Способ №2

Если Вы чувствуете, что теряете самообладание, этот комплекс можно выполнить прямо на рабочем месте или за столом практически незаметно для окружающих:

- Напрягите пальцы ног максимально сильно (на счет 1, 2, 3). Затем расслабьте их (на счет 1, 2, 3).

- Напрягите и расслабьте ступни ног и лодыжки.
- Напрягите и расслабьте икры.
- Напрягите и расслабьте колени.
- Напрягите и расслабьте бедра.
- Напрягите и расслабьте ягодичные мышцы.
- Напрягите и расслабьте живот.
- Расслабьте спину и плечи.
- Расслабьте кисти рук.
- Расслабьте предплечья.
- Расслабьте шею.
- Расслабьте лицевые мышцы.

Способ №3

Для снятия напряжения рекомендуется потягиваться. При этом нужно изгибаться и извиваться, а носки стоп необходимо направить на себя и тянуться пятками.

Способы, связанные со словесным воздействием

Способ № 1 Самоприказы

Это короткое, отрывистое распоряжение, сделанное самому себе: "Разговаривать спокойно!", "Не поддаваться на провокацию!", "Молчать, молчать!". Мысленно повторите самоприказ несколько раз. Если это возможно, повторите его вслух.

Способ № 2. Самовнушение

В течение нескольких недель или месяцев несколько раз в день необходимо произносить фразу (аффирмацию): "Я спокойна в любых обстоятельствах", "Я владею собой" и т.д. Мысленные внушения должны быть простыми, краткими, не должны содержать частицу "не". Все формулы произносятся спокойно, без напряжения, в такт дыханию. Произносить фразу необходимо до полной уверенности, что вы сможете справиться с собой, вести себя в соответствии с самовнушением в любой ситуации.

Рекомендуется мысленные внушения произносить перед сном и сразу же после утреннего пробуждения, лежа в кровати.

Способ №3. Самопрограммирование

Данный способ схож с самовнушением. Только в данном случае произносятся подбадривающие, одобрительные утверждения, направленные на формирование позитивного мышления, и, усиленные словосочетанием "именно сегодня". Например, "Именно сегодня у меня все получится!", "Именно сегодня я буду ко всем доброжелательным!", "Именно сегодня я буду находчивой и уверенной!", "Именно сегодня я буду самой спокойной и выдержанной!". Мысленно повторите эти утверждения несколько раз.

Способ №4. Самоодобрение

В случае даже незначительных успехов необходимо себя хвалить. Например, "Молодец!", "Умница!", "Здорово получилось!". Рекомендуется хвалить себя в течение рабочего дня не менее 3-5 раз.

Способы, связанные с мысленными образами

Способ №1

Для использования образов с целью саморегуляции эмоционального состояния необходимо вспомнить ситуации, события, в которых вы чувствовали себя комфортно, расслабленно, спокойно. Эти ситуации являются для вас ресурсными.

При ощущении напряженности, усталости:

- сядьте удобно, по возможности, закрыв глаза;
- дышите медленно и глубоко;
- вспомните одну из ваших ресурсных ситуаций;
- проживите ее заново, вспоминая все сопровождавшие ее зрительные, слуховые и телесные ощущения;
- побудьте внутри этой ситуации несколько минут;
- откройте глаза и вернитесь к работе.

Способ №2

Удобно устройтесь в спокойном для вас месте. Прикройте глаза, дышите ровно, глубоко и спокойно. Постарайтесь максимально расслабиться. Подумайте о тех, кто вас любит. Вспомните всех людей и в настоящем, и в прошлом. Представьте каждого персонально. Окунитесь в чувство беззаветной и искренней любви. Ощущайте ее, наполняйтесь ею. Запомните ощущения, эмоции и чувства, после чего медленно и спокойно возвращайтесь и включайтесь в повседневную жизнь на волне любви.

4. Развитие навыков управления эмоциями других людей

Управление эмоциями других людей включает развитие умений успокоить другого человека, если он расстроен или агрессивен. Для этого необходимо вспомнить ситуации, когда клиент был эмоционален, агрессивен или расстроен и ответить на следующие вопросы:

- От каких слов и действий агрессия / тревога у клиента снижается?
- Какие слова или действия, наоборот, усиливают агрессию / тревогу?
- Какой из способов самый эффективный?

После необходимо составить список эффективных способов управления каждым видом эмоционального состояния, проранжировать их, отметив наиболее эффективные. В дальнейшем при взаимодействии с клиентом пробовать применять эти способы, анализировать их эффективность и при необходимости корректировать свои действия.

Техника "Я-высказывание"

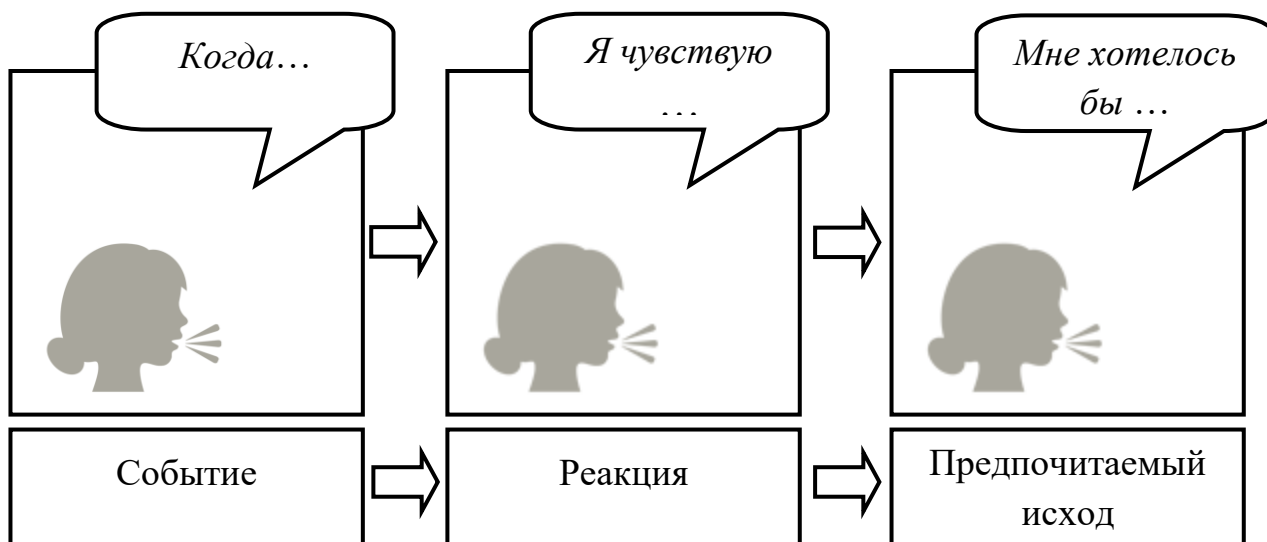
Техника "Я-высказывание" состоит из трех частей:

Событие. Событие предполагает объективное описание ситуации, приведшей к проблеме. Объективность означает отсутствие субъективных или эмоционально окрашенных выражений. Например, "Когда на меня повышают голос...", "Когда мне не говорят, что я должен это срочно сделать...". Менее объективные описания того же события: "Когда Вы кричите на меня...". Эффективно начинать высказывание с описания проблемы: "Когда на меня кричат...", "Когда я не знаю о срочности выполнения дела...".

Реакция. Реакция заключается в описании эмоций или действий, которые вызвали негативное отношение: "Я ухожу в себя", "Я начинаю кричать на Вас", "У меня появляется желание избегать Вас", "Мне хочется бросить все это".

Предпочитаемый исход. В третьей части необходимо сформулировать желаемый исход проблемы. В качестве начала можно использовать следующие выражения: "Мне хотелось бы, чтобы ...", "Я был(а) бы Вам весьма признателен(а) ...".

Схема "Я-высказывания"



Примеры:

"Когда на меня кричат (*событие*), я ухожу в себя (я начинаю кричать на Вас, у меня появляется желание избегать Вас) (*реакция*), мне хотелось бы, чтобы наше взаимодействие проходило в более спокойной форме (*предпочитаемый исход*)".

"Когда клиент меняет свое решение в последний момент (*событие*), я огорчаюсь (я расстраиваюсь) (*реакция*), мне хотелось бы, чтобы все акценты были расставлены заранее (*предпочитаемый исход*)".

"Когда я вижу, что меня не слушают (*событие*), мне неприятно (*реакция*), ведь я говорю достаточно важные вещи. Пожалуйста, будьте внимательнее к тому, что я говорю (*предпочитаемый исход*)".

Скрипты по управлению конфликтами с клиентом

Ситуация 1. Клиент называет специалиста на "ты" или пытается оскорбить специалиста: "Уважаемая, да, что ты вообще можешь знать о моей жизни", "Да ты знаешь, с кем ты разговариваешь?"; "Ты тут ничего не делаешь", "Толку от вас нет", "Мне не нужны ваши услуги".

Специалист: Я уверен/а, что уважительное общение позволит нам находить решения Вашей ситуации.

Клиент: ...

Специалист: Могу я узнать причины, с чем связано подобное Ваше отношение ко мне/к учреждению? Я что-то затронул/а, чем-то Вас обидел/а, может быть, расстроил/а?

Клиент: ...

Специалист: Я полностью понимаю Ваше раздражение. Однако, согласитесь с тем, что, придя в Семейный МФЦ, Вы предполагали, что Вам будут предлагать возможные варианты решения Вашей ситуации"

Ситуация 2. При разговоре у клиента недовольное выражение лица, он не смотрит на специалиста, может что-то комментировать своим спутникам (скрытый конфликт)

Специалист: Мне кажется, что Вы чем-то недовольны и раздражены. Могу я узнать, что именно приводит Вас к такому состоянию?

Клиент: все в порядке.

Специалист (приветливо улыбаясь): Я рад/а, наверное, мне это просто показалось. Уверен/а, что если Вас что-то не будет устраивать в нашем общении и в работе, Вы обязательно мне об этом скажете, чтобы я имел/а возможность что-то исправить или объяснить. Для нас очень важно комфортное, приятное и взаимовыгодное сотрудничество, направленное на результат

или

Клиент: называет адекватную причину, из которой ясно, что виноват специалист или учреждение виновато.

Специалист: Мне очень жаль, что так вышло. Приношу свои искренние извинения. Я обязательно ... (специалист проговаривает действия, которые он предпримет для того, чтобы исключить подобные ситуации). Спасибо за то, что сказали.

Ситуация 3. Клиент не хочет больше сотрудничать и в грубой форме отказывается от контакта.

Клиент: Больше к Вам обращаться не буду.

Специалист: Очень сложно предметно вести разговор, когда непонятно, о чем конкретно идет речь. Мы очень признательны нашим клиентам, когда они указывают на недостатки в нашей работе. Это помогает нам повышать качество обслуживания. Кроме того, мы дорожим сотрудничеством с Вами. Поэтому я буду Вам очень признателен/на, если Вы укажете на нашу конкретную недоработку, чтобы могли в дальнейших наших взаимодействиях исключить возникновение подобных ситуаций.

Клиент: *называет причину.*

Специалист: Мне очень жаль, что так получилось. Приношу свои искренние извинения. Я обязательно передам Вашу претензию руководителю, и он решит вопрос – виновные будут наказаны. Давайте попробуем вспомнить, как получилась такая ситуация, с кем Вы общались? Спасибо, что сказали".

Ситуация 4. Клиент не хочет вести диалог, очень обижен.

Специалист: Я понимаю, что Вы очень обижены. Я еще раз приношу свои извинения и гарантирую Вам, что сделаю все возможное, чтобы подобные ситуации в наших взаимодействиях были исключены. Наверняка Вы тоже заинтересованы в качественном продолжении сотрудничества и не готовы терять время на бесполезные эмоции. (специалист переходит к выполнению своей задачи).

Клиент: *игнорирует слова и действия специалиста.*

Специалист: Я правильно Вас понимаю, что в данный момент Вы не готовы вести этот разговор?

Клиент: С Вами мне не о чем говорить.

Специалист: Могу я узнать причину? Мне очень важно знать обо всем, что может помешать нашей совместной работе.

Клиент: *называет причины, например, есть учреждения, где услуги оказывают оперативнее, качественнее и т.д.*

Специалист: *Выясняет все сомнения и возражения, прорабатывает их, параллельно собирает всю информацию о клиенте.*

или

Специалист: Я правильно Вас понимаю, что в данный момент Вы не готовы вести этот разговор?

Клиент: Нет, не правильно, я готов/а, просто в данный момент уже нет времени.

Специалист: Я рад/а, что мне показалось. Давайте назначим удобное для Вас время, когда мы сможем встретиться и я расскажу Вам о вариантах, которые мы хотим Вам предложить. Уверен/а, что Вам понравится.

Ситуация 5. Клиент кричит, возмущается, чем-то недоволен, скандалит, ведет себя импульсивно

Клиент: *кричит, высказывает свое недовольство.*

Специалист: *слушает молча, не перебивает, поддерживает с клиентом визуальный контакт, дает возможность клиенту "выпустить пар". Запрещено улыбаться и говорить фразы: "Ну, что у вас стряслось?", "Успокойтесь, пожалуйста", "Держите, пожалуйста, себя в руках".*

Клиент: *высказав свое недовольство, замолкает.*

Специалист: Если я вас правильно понял(а), произошла следующая ситуация

Клиент: *подтверждает или продолжает объяснять ситуацию.*

Специалист: Я хорошо понимаю, что ... *или* Спасибо, Сергей Петрович, что Вы затронули этот вопрос *или* Да, это неприятный момент.

Клиент: *смягчается.*

Специалист: Приношу свои извинения от лица Центра за доставленные неудобства *или* Мне очень жаль, что произошла такая ситуация.

Клиент: *нетерпеливо ждет предложений по разрешению его ситуации.*

Специалист: Каким вам видится решение данной ситуации? *или* Какое решение позволило бы нам исчерпать возникший конфликт?