

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

Технология приема первичной информации, определения запроса и координации заявителя по разрешению его жизненной ситуации, в том числетелефонное консультирование

Составители:
В.С. Шуньков, аналитик
отделения методической
и консультативной помощи

Омск 2023

**Паспорт
технологии приема первичной информации, определения запроса и координации
заявителя по разрешению его жизненной ситуации, в том числе телефонное
консультирование**

Общая информация	
Наименование органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, ответственного за координацию деятельности	Министерство труда и социального развития Омской области
Контактные данные регионального координатора, ответственного специалиста вышеуказанного органа исполнительной власти: - <i>ФИО</i> - <i>должность</i> - <i>телефон рабочий</i> - <i>телефон мобильный (для оперативной связи)</i> - <i>электронная почта</i>	А.Р. Хачатрян руководитель бюджетного учреждения Омской области "Центр социальной помощи семье и детям (с социальной гостиницей)" 36-04-16 post@mintrud.omskportal.ru

Описание материала	
Вид материала	Технология приема первичной информации, определения запроса и координации заявителя по разрешению его жизненной ситуации, в том числе телефонное консультирование
Краткая характеристика представляемого материала	Технология приема первичной информации, определения запроса и координации заявителя по разрешению его жизненной ситуации, в том числе телефонное консультирование, включает в себя шесть этапов, которые важны для общения с посетителем как в очной форме, так и по телефону: 1. Подготовительный. На этом этапе специалист изучает всю необходимую информацию, с помощью которой он сможет предоставить ее в доступной форме посетителю/звонящему. 2. Ознакомительный. На этом этапе устанавливаются доверительные отношения между посетителем/абонентом и специалистом. 3. Идентификационный. На этом этапе выявляется истинная проблема, с которой обращается посетитель/абонент. Формулируется проблема и озвучивается

	<p>посетителю/абоненту. Отрабатываются возражения, если он с ней не согласен. 4. Исполнительный. На этом этапе специалистом разрабатывается четкий алгоритм действий для посетителя/абонента по выявленной проблеме. 5. Завершающий. На этом этапе подводится итог беседы и прощание специалиста и посетителя/абонента.</p>
--	---

Информация об организации, разработавшей материал	
Наименование организации	Бюджетное учреждение Омской области "Центр социальной помощи семье и детям (с социальной гостиницей)"
Автор (авторы) материала <i>ФИО</i> <i>должность (полностью)</i>	С.Н. Бабанина – заведующий отделением методической и консультационной помощи; В. С. Шуньков – аналитик
Дополнительная информация	
?	
Перечень материалов, прилагаемых к паспорту (см. Приложение)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные федеральные и региональные нормативно-правовые акты социальной сферы 2. Перечень социальных услуг, оказываемых в БУ «ЦСПСД» 3. Речевые скрипты 4. Упражнения на развитие способности концентрироваться на разговоре и саморегуляцию 5. Десять ключевых интонаций влияния 6. Рекомендуемые позы при общении с клиентом 7. Приемы активного слушания 8. Техкарта посетителя СМФЦ 9. Виды возражений посетителей и что делать, чтобы их преодолеть 10. Типология клиентов в консультировании 11. Анкета по оценке качества предоставления социальных услуг отделения «СМФЦ» БУ «ЦСПСД» 	

Первичный прием – это начальная встреча (лично) или контакт (телефон) заявителя, который обратился за помощью, со специалистом.

Целью приема первичной информации является выявление той проблемы, с которой обратился заявитель.

Задачи первичного приема:

1. Определить конкретные запросы заявителя, составляющие его трудную жизненную ситуацию.
2. Применить методы сбора информации, ориентируясь на потребности заявителя.
3. Выявить дополнительные факторы, которые могут составлять трудную жизненную ситуацию заявителя.
4. Оказать содействие заявителю в получении услуг на основе его выявленных запросов.

Прием первичной информации осуществляется в несколько этапов:

1. Подготовительный. При устройстве на работу специалисты обладают разным уровнем компетентности. При общении с клиентом важен высокий уровень компетентности. В целом, компетентность — это наличие определенных знаний, навыков, опыта и способностей для выполнения определенных задач или работы в конкретной области. Соответственно повышение компетентности означает улучшение и развитие знаний и навыков и получение опыта.

Поэтому для повышения компетентности специалиста первичного приема нужно владеть определенными знаниями, приемами и умениями:

1. Знать федеральные и региональные нормативно-правовые акты социальной сферы. (См. приложение №1).

2. Знать перечень социальных услуг, предоставляемых в учреждении. (См. приложение №2).

3. Уметь читать речевые скрипты и правильно их использовать. (См. приложение №3).

4. Обладать эмоциональным интеллектом. Это понятие означает, что человек может владеть своими эмоциями и жестами, управлять ими, а также понимать эмоции других людей. Высокий уровень эмоционального интеллекта позволяет более эффективно общаться, устанавливать отношения с другими людьми, решать конфликты, принимать решения и успешно выполнять работу.

5. Сотрудник должен быть готов к отработке возражений заявителя, некоторые посетители не рассказывают сути проблемы, а некоторые сообщают очень большое количество информации, из-за которых истинную проблему, с которой пришел заявитель определить довольно сложно.

6. Если посетителей было уже несколько и чувствуется потеря концентрации и внимания, то стоит передохнуть во время отсутствия посетителей, и восстановиться. Есть несколько специальных упражнений, которые в этом помогут. (См. приложение №4).

2. Ознакомительный. На данном этапе начинается беседа специалиста и посетителя. Во-первых, специалисту нужно установить доверительные отношения. Техники и приемы для установления доверительных отношений:

1. Нужно поздороваться и представиться. Многие компании имеют клишированные приветствия, которые сразу объясняет куда попал человек, и с кем он разговаривает. Особенно это важно при телефонном консультировании, когда человек может быть не уверен, что позвонил именно туда, и при правильном представлении отпадает надобность у звонящего переспрашивать туда ли он попал, и тратить время. Приветствие может выглядеть, например, так: «Отделение Семейного МФЦ, специалист Елена, слушаю Вас». При личной встрече с посетителем проговаривать «отделение СМФЦ не нужно» поскольку человек уже знает куда пришел. Поэтому приветствие может выглядеть так: «Доброе утро/день/вечер, специалист Елена, чем могу Вам помочь?». В обоих случаях имя сотрудника также обязательно называть, потому что людям проще обращаться к конкретному человеку, а не безликому специалисту. Такой подход очеловечивает

сотрудника и добавляет клиентам лояльности. То же самое работает и в обратную сторону. Поинтересуйтесь, как зовут клиента, и впредь называйте его именно так. Например, если клиент не называет отчества - можно не выпытывать, значит, он привык только так и не иначе. И наоборот: если представляется полностью – то нужно обращаться полностью.

2. Улыбаться. нужно делать это чаще и искренне так настроение невольно заразит клиента и настроит его на позитивный лад. Даже если приходится улыбаться через силу, то со временем, улыбка станет естественной, настроение улучшится как у специалиста, так и посетителя. При телефонном консультировании также стоит улыбаться, если человек не видит лица другого человека, это не значит, что он не сможет различить эмоции человека, с которым общается. Поэтому при общении по телефону также важно поддерживать хорошее настроение. Также при общении с посетителем может помочь развитая конгруэнтность специалиста. Конгруэнтность — это состояние согласованности, где ваше внешнее поведение, выражение эмоций и внутреннее состояние согласуются и соответствуют друг другу. Это означает быть искренним и открытым в выражении своих мыслей, эмоций и убеждений через своё поведение и слова. Конгруэнтность можно развивать несколькими способами. Например, если необходимо более глубокое понимание своих чувств и мыслей, чтобы привести их согласование между собой, то можно вести личный дневник, либо практиковать медитацию. Нужно быть искренним и открытым по отношению к своим чувствам и мыслям. Это поможет создать соответствие между тем, кто вы есть на самом деле, и тем, как вы ведете себя. Стоит развивать навыки эффективной коммуникации, учиться выражать свои мысли и эмоции ясно и четко, чтобы они соответствовали внутреннему состоянию. Кроме того, важно отводить время для самоанализа и размышлений о своих действиях и реакциях. Это поможет лучше понять, насколько они соответствуют внутренним ощущениям.

3. Использовать интонации в разговоре. Интонации играют огромную роль в коммуникации. Они помогают передать эмоциональную окраску высказывания, подчеркнуть важность определенных слов или фраз, а также помогают определить тон разговора. Когда мы разговариваем, интонации могут указывать на наше отношение к сказанному – мы можем выразить уверенность, сомнение, радость, сопереживание, грусть и т.д. Они помогают подчеркнуть наше эмоциональное состояние. Но также важно уметь владеть и управлять своими эмоциями. Используя правильные интонации, в беседе можно избежать недоразумений или конфликтов. Одно и то же предложение с разной интонацией может иметь разные смыслы. Интонации помогают нам лучше передать наше настроение и эмоции, делая нашу речь способной передавать нюансы и понятной. (См. приложение №5).

4. Использовать позы. Позы тела человека во время беседы играют важную роль в коммуникации. Они являются частью невербальной коммуникации и могут передавать множество сигналов и сообщений, которые дополняют и усиливают смысловую нагрузку слов. Позы тела отражают эмоциональное состояние человека. Например, скрещенные руки или напряженные плечи могут указывать на чувство защиты или неуверенность, тогда как прямая осанка и открытая поза могут передать уверенность и открытость. Кроме того, они помогут установить контакт с собеседником, покажут готовность и интерес к беседе. Это способствует созданию доверительной атмосферы. Также важно обращать внимание на позы тела посетителя, поскольку так можно понять и его настроение, и эмоции. Например, определенные жесты или мимика лица могут указывать на то, что человек смущен, утомлен или рад. Позы тела могут подчеркнуть словесное сообщение, делая его более убедительным. Например, жестикуляция рук поможет выразить важные моменты или подчеркнуть ключевые аргументы. Поэтому использование поз тела в беседе не менее важно, чем умение вербально выразить свои мысли. Невербальная коммуникация дополняет и уточняет вербальное выражение и помогает установить более глубокий и эффективный контакт с собеседником. (См. приложение №6).

5. В консультационном помещении (кабинете) не должно быть слышно внешнего шума, чисто убрано, не должно быть множества посторонних предметов (что рассеивает

внимание клиента), иначе общее беспокойство и ситуативная тревожность клиента могут возрасти.

Кроме того, при разговоре с клиентом нужно быть рациональным – вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия решений. Нужно понимать точку зрения клиента. Невнимание ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений. Даже если партнеры по разговору не проявляют должного интереса к разговору, нужно постараться быть общительным и доброжелательным. Так может улучшиться настроение клиента, и он проявит заинтересованность.

3. Идентификационный. Выявить с какой проблемой он пришел, задавая ему вопросы. Важно вести записи или делать заметки о ключевых моментах разговора. Это помогает не только в понимании проблемы, но и в последующей аналитике информации для предоставления рекомендаций или помощи. Чтобы выявить истинную проблему, с которой пришел человек, может помочь техника активного слушания (См. приложение №7).

Техника активного слушания – это мощный инструмент для модифицирования своей коммуникации. Активное слушание поможет лучше понять своего собеседника. Важно следить за его словами и эмоциями, так возможно уловить подтекст и истинные чувства посетителя. Он, видя, что специалист внимательно слушает и уважает его мнение, расслабляется и появляется атмосфера взаимопонимания и уважения. Кроме того, использование активного слушания может помочь избежать недоразумений и конфликтов так как при более глубоком понимании смысла слов посетителя можно находить общие точки соприкосновения. Благодаря активному слушанию можно выявить проблему посетителя более точно, и предложить более эффективное решение его проблемы. Практика активного слушания также помогает развивать собственное самосознание. Через внимательное слушание других возможно лучше понимать себя и свои реакции на различные ситуации. Поэтому навык активного слушания очень важен, его можно использовать не только в профессиональной деятельности, но и в повседневной жизни.

Речевые скрипты также важны при беседе. Вообще, речевой скрипт – это предварительно продуманные и структурированные фразы или выражения, которые используются в разговоре. Важность использования скриптов заключается в следующем: 1) они помогают специалистам чувствовать себя увереннее во время беседы, особенно если специалист волнуется и не знает, как начать или продолжить беседу; 2) они позволяют заранее подготовиться к определенным ситуациям; 3) скрипты могут помочь сохранять беседу в нужном направлении, если тема разговора уходит в сторону, и экономить время. Однако, нужно понимать, что скрипты могут подходить не ко всем ситуациям, потому что все ситуации невозможно предсказать. Поэтому для специалиста важно не только опираться на речевые скрипты, но и всесторонне развивать коммуникацию, чтобы в случае непредвиденной ситуации мог гибко реагировать в реальном времени.

Важно дать посетителю высказаться, если он сам готов это сделать, если нет, то задавать наводящие вопросы, которые помогут определить конкретную проблему или вопрос, по которому он обращается. На этом этапе проводится анализ всего сказанного заявителем. На этом этапе специалист должен совместно с заявителем определить проблему и цель ее решения, сформулировать ее и вписать в техкарту. (См. приложение №8). Если посетитель не согласен с выявленной проблемой, то необходимо преодолеть его возражения. (См. приложение №9). Возражения посетителей по поводу выявленной проблемы могут быть разные.

4. Этап исполнения. На этом этапе разрабатывается алгоритм действий для решения выявленной проблемы заявителя. Для этого клиенту создается индивидуальный маршрут. Если посетитель не согласен с выявленной проблемой, то необходимо преодолеть его возражения. (См. приложение №9). Возражения у клиентов могут возникать по разным причинам. Человек может быть не иметь достаточной информации о предлагаемой услуге. Из-за чего он будет подвергать сомнениям и недоверию данную услугу. Если ожидания

посетителя не совпадают с тем, что ему предлагается, то могут возникнуть возражения. Например, ожидания по качеству услуги или условиям обслуживания. Человек может испытывать сомнения в своих возможностях или непонимание того, как услуга поможет ему. Люди могут сопротивляться любым изменениям, которые касаются их привычного образа жизни. Некоторые возражения могут быть связаны с эмоциональными состояниями клиента - страхом, недовольством или предвзятыми мнениями. Ключевое в решении возражений — это понимание их причин. Нужно слушать клиента, задавать вопросы, чтобы выяснить их конкретные сомнения, предлагать решения, которые могут помочь разрешить их проблемы или вопросы.

Кроме того, при консультировании встречаются различные типы клиентов. Знание различных типов клиентов во время беседы является также важным аспектом для успешной коммуникации. Например, разные типы посетителей предпочитают разный стиль общения. Одни ценят в беседе краткость и конкретность, а другие предпочитают более эмоциональный и дружелюбный подход. Поэтому это знание поможет адаптироваться к каждому конкретному клиенту. Каждый тип клиента имеет свои потребности, ожидания и цели. Знание этих особенностей поможет более точно определить то, что ожидает посетитель от результатов беседы. Важно под каждый тип клиента находить индивидуальный подход, так повысится удовлетворенность посетителя и установятся доверительные отношения, возможность избежать конфликтов особо сложного клиента. (См. приложение №10). Категории клиентов не определяются строгими рамками, и они могут сочетать несколько из них.

5. Завершающий. Завершающий этап играет важную роль в установлении успешного и продуктивного взаимодействия между собеседниками, обеспечивая ясность, понимание и уверенность в дальнейших действиях или решениях. Этот этап включает в себя два основных момента: подведение итогов консультации и прощание с клиентом. Важно сделать краткое обобщение основных точек, рассмотренных во время консультации. Это может включать основные проблемы, цели консультирования, осознание проблемы клиентом и достигнутый результат. Стоит повторить алгоритм действий для клиента после консультации, чтобы он в нем не запутался, и выяснить все ли он понял. Важно выразить благодарность клиенту за то, что он обратился за помощью и доверился вам. Это создает положительное впечатление и укрепляет доверие. Нужно убедиться, что клиент чувствует себя удовлетворенным результатами консультации и понимает, что он может обратиться к специалисту в случае необходимости. Также, клиенту можно предложить пройти опрос «о оценке качества предоставления социальных услуг отделения «СМФЦ» БУ «ЦСПСД» (См. приложение №11). Затем уточнить необходима какая-либо еще помощь посетителю, если да, тогда продолжить разговор по другой проблеме. Если вопросов больше нет, то завершить разговор и попрощаться с клиентом.

Основные федеральные и региональные нормативно-правовые акты социальной сферы

- Конституция Российской Федерации;
- Семейный кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон от 19 мая 1995 года № 81-ФЗ "О государственных пособиях гражданам, имеющим детей";
- Федеральный закон от 24 июня 1999 года № 120-ФЗ "Об основах системы профилактики безнадзорности и нарушений несовершеннолетних";
- Федеральный закон от 17 июля 1999 года № 178-ФЗ "О государственной социальной помощи";
- Федеральный закон "О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей" от 29 декабря 2006 года № 256-ФЗ;
- Федеральный закон от 24 августа 2008 года № 48-ФЗ "Об опеке и попечительстве";
- Федеральный закон от 28 декабря 2013 года № 442 "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации";
- Федеральный закон от 28 декабря 2017 года № 418-ФЗ "О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей";
- Указ Президента Российской Федерации от 9 октября 2007 г. № 1351 "Об утверждении концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года";
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25 августа 2014 года № 1618-р "Об утверждении концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года";
- Указ Президента РФ от 09.05.2022 N 268 (ред. от 05.08.2022) "О дополнительных мерах поддержки семей военнослужащих и сотрудников некоторых федеральных государственных органов";
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 23 января 2021 года № 122-р "Об утверждении плана основных мероприятий, проводимых в рамках Десятилетия детства, на период до 2027 года";
- Закон Омской области от 4 июля 2008 года № 1061-ОЗ "Кодекс Омской области о социальной защите отдельных категорий граждан";
- Указ Губернатора Омской области от 3 августа 2023 года № 181 "Об установлении дополнительных мер поддержки и помощи для участников специальной военной операции и членов их семей на территории Омской области";
- Постановление Правительства Омской области от 24 декабря 2014 № 361-п "О Порядке предоставления социальных услуг поставщиками социальных услуг";
- Постановление Правительства Омской области от 28 октября 2023 № 570-п "Об утверждении государственной программы Омской области "Социальная поддержка населения"

Перечень социальных услуг, оказываемых в БУ «ЦСПСД»

Социально-бытовые услуги

1. Обеспечение площадью жилых помещений в соответствии с утвержденными нормативами.
2. Обеспечение мягким инвентарем в соответствии с утвержденными нормативами.
3. Предоставление в пользование мебели.
4. Поддержание условий проживания в соответствии с установленными законодательством санитарно-гигиеническими требованиями
5. Стирка, сушка и глажение нательного белья, одежды получателей социальных услуг, постельных принадлежностей.
6. Предоставление средств личной гигиены несовершеннолетним.

Социально-медицинские услуги

1. Оказание первичной медико-санитарной помощи.
2. Выполнение медицинских процедур.
3. Выполнение процедур, связанных с организацией ухода, наблюдением за состоянием здоровья получателей социальных услуг.
4. Систематическое наблюдение за получателями социальных услуг в целях выявления отклонений в состоянии их здоровья.
5. Проведение мероприятий, направленных на формирование здорового образа жизни.
6. Консультирование по социально-медицинским вопросам.
7. Содействие в предоставлении медицинской помощи.

Социально-психологические услуги

1. Социально-психологическое консультирование.
2. Социально-психологическая коррекция.
3. Психологическая помощь и поддержка.
4. Социально-психологическая диагностика и обследование личности.

Социально-педагогические услуги

1. Социально-педагогическая коррекция, включая диагностику и консультирование, в том числе: - проведение социально-педагогического консультирования и диагностики; - проведение социально-педагогической коррекции.
2. Формирование позитивных интересов, в том числе: - проведение индивидуальных занятий, бесед; - проведение групповых занятий, работа клубов.
3. Организация досуга (праздники, экскурсии и другие культурные мероприятия).

Социально-правовые услуги

1. Оказание помощи в оформлении и восстановлении утраченных документов получателей социальных услуг.
2. Оказание помощи в получении юридических услуг: - приглашение юриста, нотариуса, сопровождение к юристу, нотариусу и обратно; - оказание помощи получателю социальных услуг в подготовке документов, необходимых для получения юридических услуг.
3. Оказание помощи в защите прав и законных интересов получателей социальных услуг: - представление интересов получателя социальных услуг в отношениях с физическими и юридическими лицами; - оказание помощи получателю социальных услуг в подготовке

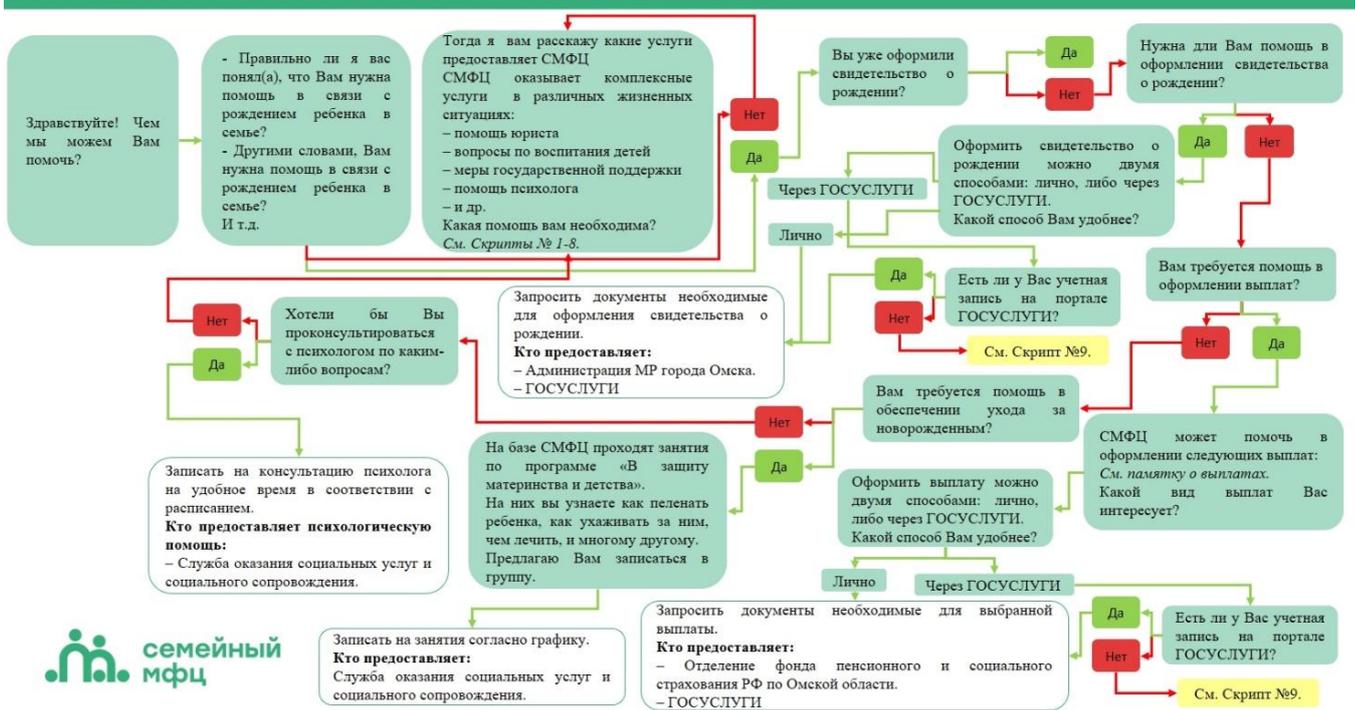
запросов о месте нахождения родственников, установлении с ними контактов, организации связи получателя социальных услуг с родственниками получателя социальных услуг.

Срочные социальные услуги

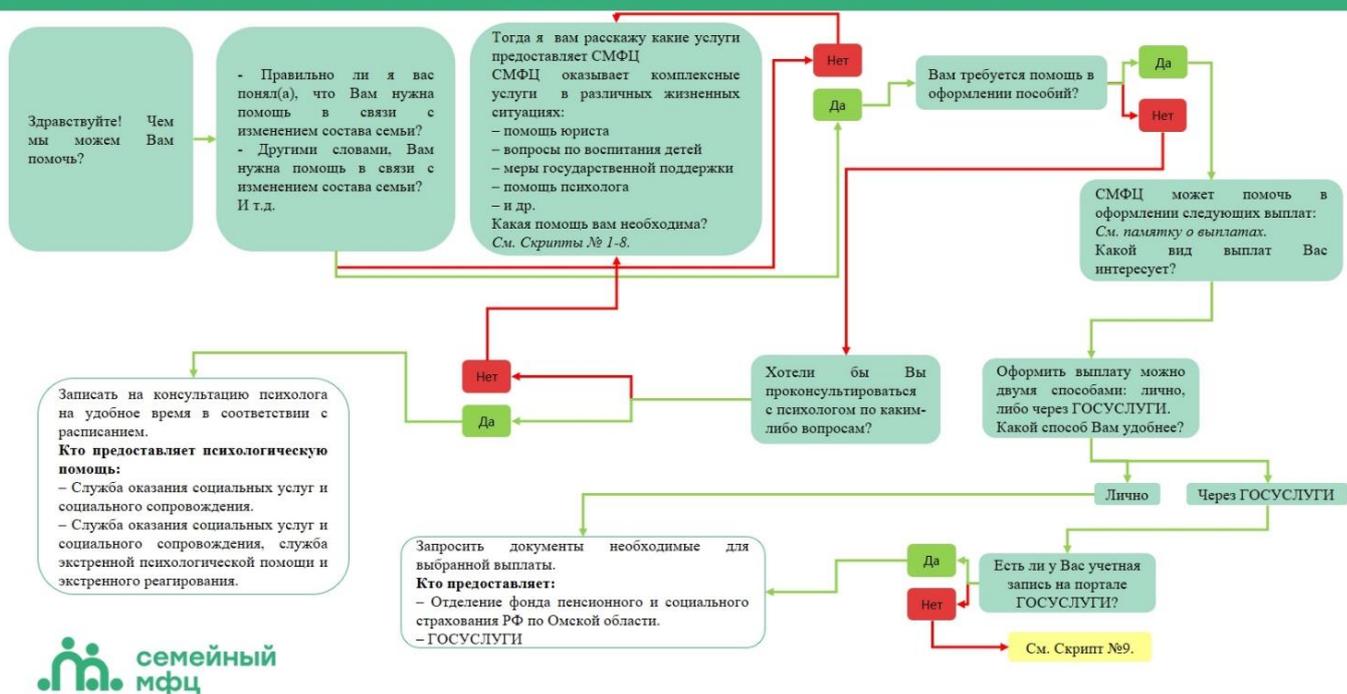
1. Обеспечение бесплатным горячим питанием или наборами продуктов.
2. Обеспечение одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости.
3. Обеспечение получения временного жилого помещения.
4. Содействие в получении юридической помощи в целях защиты прав и законных интересов получателей социальных услуг.
5. Содействие в получении экстренной психологической помощи с привлечением к этой работе психологов и священнослужителей.

Речевые скрипты

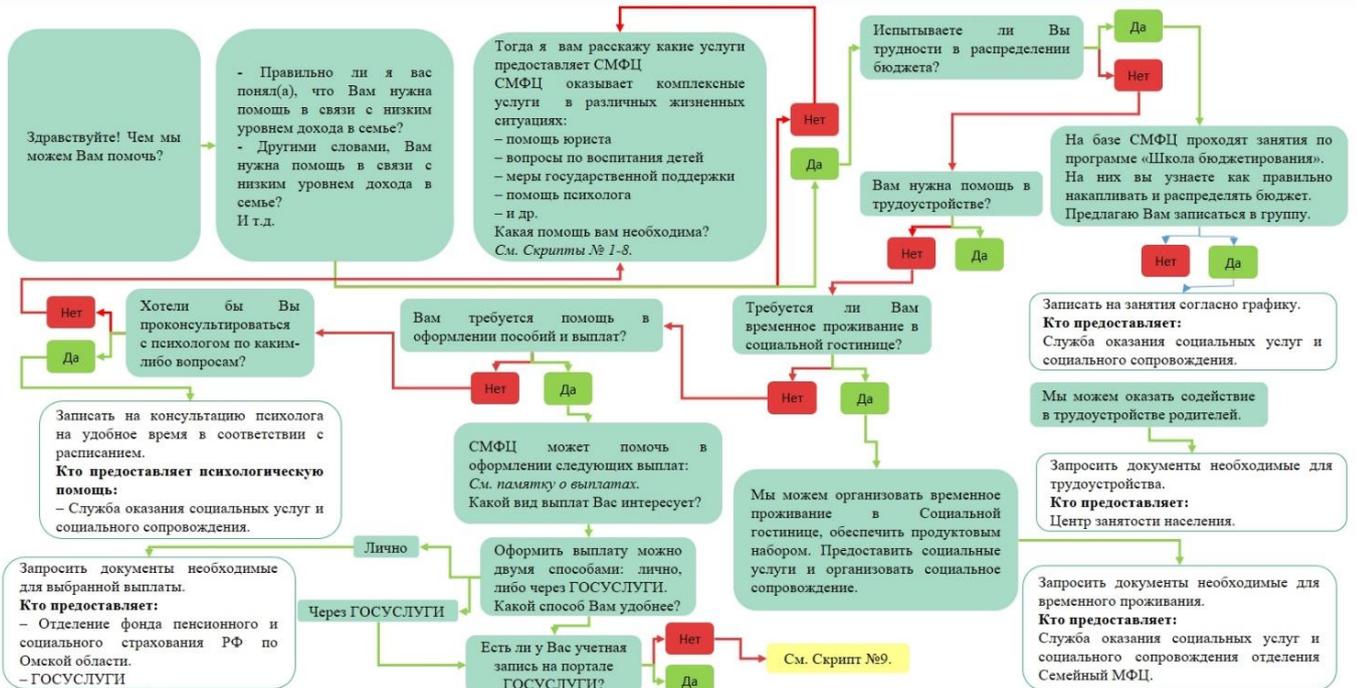
СКРИПТ №1 «ПОМОЩЬ В СВЯЗИ С РОЖДЕНИЕМ РЕБЕНКА В СЕМЬЕ»



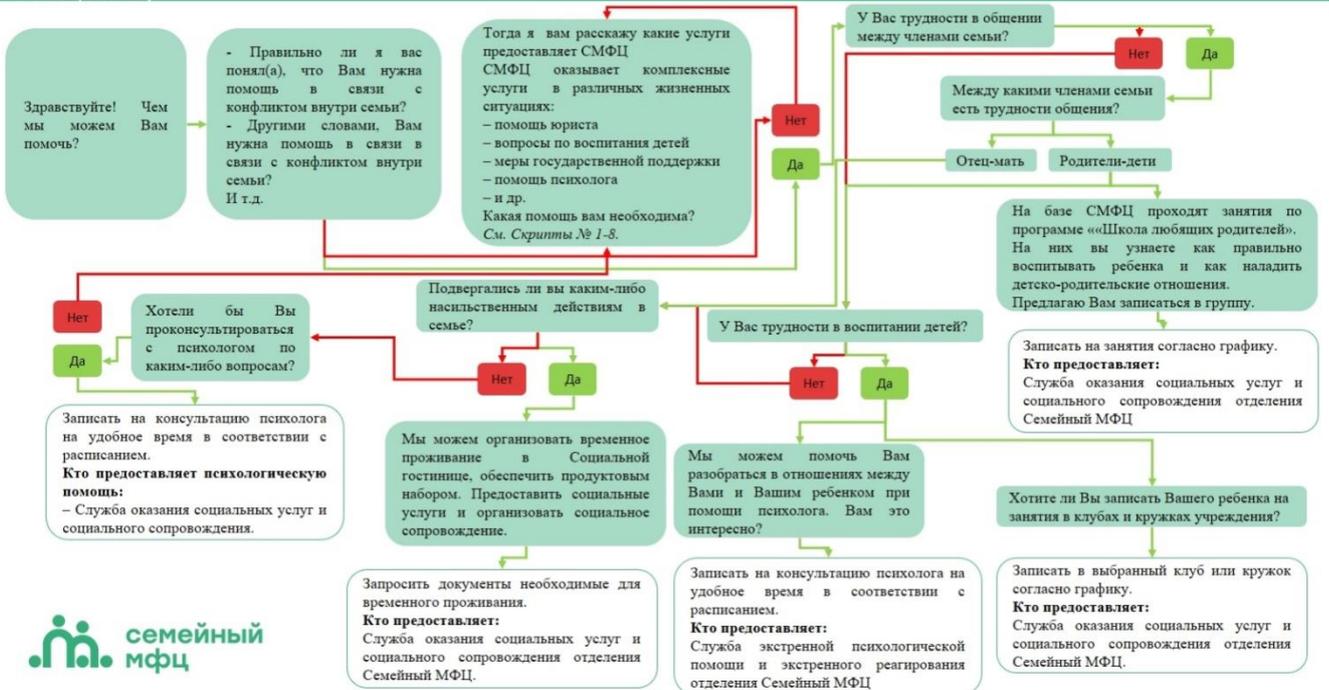
СКРИПТ №2 «ОДИНОКИЕ РОДИТЕЛИ, В ТОМ ЧИСЛЕ СМЕРТЬ ОДНОГО ИЗ РОДИТЕЛЕЙ, РАЗВОД»



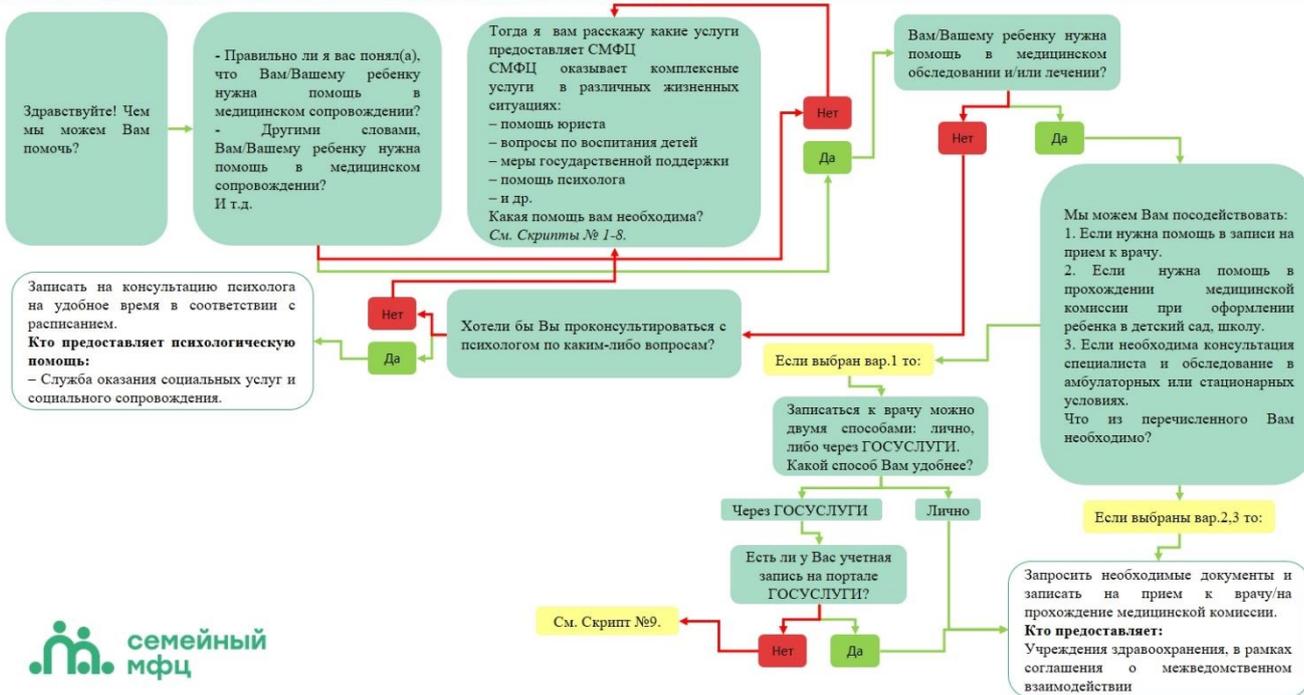
СКРИПТ №3 «ПОМОЩЬ СЕМЬЯМ С НИЗКИМ УРОВНЕМ ДОХОДА»



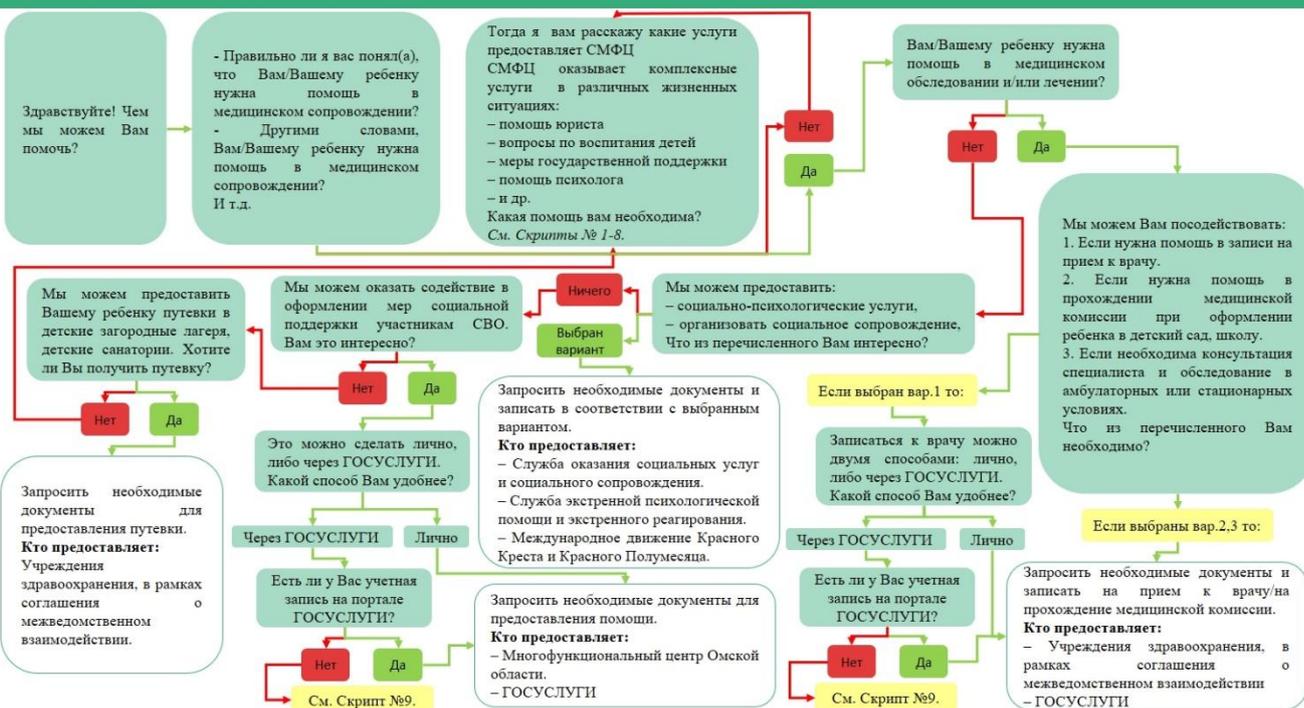
СКРИПТ №4 «ПОМОЩЬ СЕМЬЯМ, ИМЕЮЩИМ ВНУТРИСЕМЕЙНЫЙ КОНФЛИКТ» (В ТОМ ЧИСЛЕ ЖЕСТКОЕ ОБРАЩЕНИЕ)

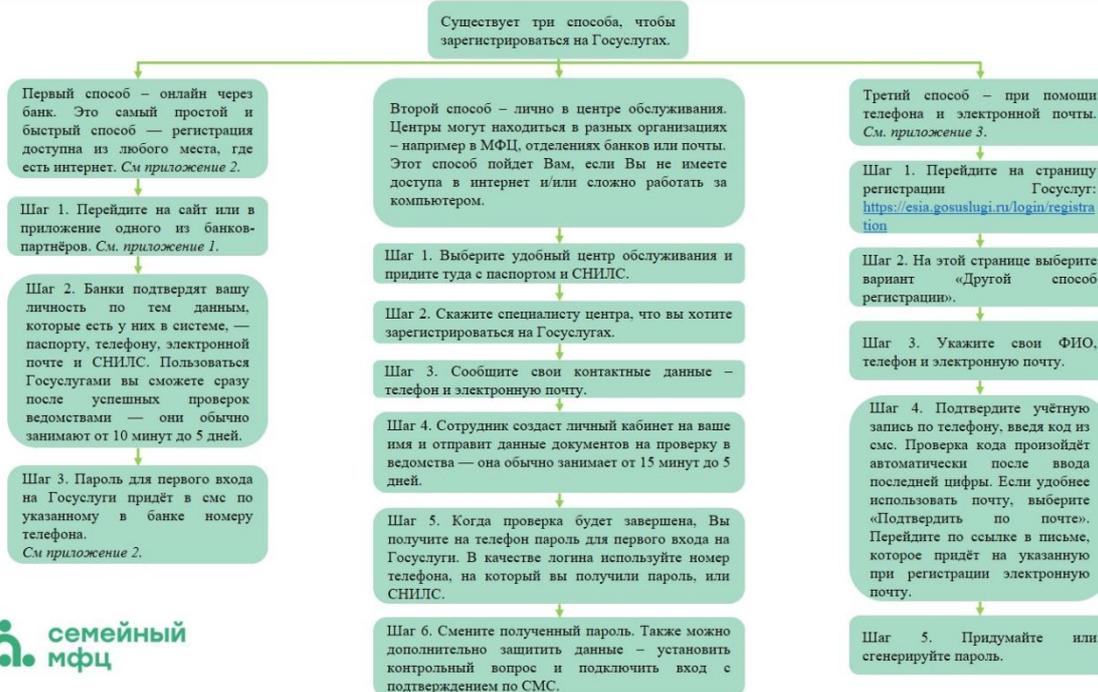


СКРИПТ №5 «ПОМОЩЬ СЕМЬЯМ С ДЕТЬМИ, НУЖДАЮЩИМСЯ В МЕДИЦИНСКОМ СОПРОВОЖДЕНИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ СЕМЬЯМ, ВОСПИТЫВАЮЩИМ РЕБЕНКА-ИНВАЛИДА»



СКРИПТ №6 «СЕМЬИ УЧАСТНИКОВ СВО»





Упражнения на развитие способности концентрироваться на разговоре и саморегуляцию.

Упражнение "Назови цвет"

Помогает устанавливать новые связи между полушариями мозга и отлично тренирует концентрацию и переключаемость внимания.

Перед вами слова, написанные разными цветами. Постарайтесь быстро назвать цвет, которым написаны слова. Не читайте слова, только называйте цвет. Сначала это упражнение очень трудно выполнить, так как за восприятие текста и цвета отвечают разные полушария головного мозга. Однако тренировки помогут вам улучшить свой результат и, как следствие, развить концентрацию внимания.

желтый черный красный зеленый красный
синий красный желтый черный зеленый
черный желтый красный зеленый синий
красный черный зеленый синий желтый
синий зеленый желтый красный синий
желтый красный черный красный зеленый

Упражнение "Дыхание"

Очень эффективным способом развить концентрацию и повысить осознанность является медитация. Даже небольшая ежедневная практика поможет вам стать лучшим слушателем, так как вы станете меньше отвлекаться на свои мысли.

Вот самый простой вариант медитации: сядьте в удобном положении, закройте глаза и постарайтесь в течение 10 минут концентрироваться на дыхании.

Важно! Ни в коем случае не гоните мысли, которые приходят вам в голову. Такой подход будет только раздражать, и вы очень скоро решите, что медитация – это не для вас. Вы должны лишь наблюдать за своими мыслями и каждый раз, как заметите, что какая-то мысль увлекла вас за собой, возвращать свое внимание к дыханию.

Хорошая метафора, которая описывает правильную медитацию: дорога, машины на которой – это ваши мысли. Вам не стоит кидаться под колеса, стараясь остановить поток, нужно просто сидеть на обочине и наблюдать, как машины проносятся мимо одна за другой. Как только вы заметите, что бежите за одной из машин, обязательно похвалите себя за наблюдательность, а затем снова сядьте на обочину – вернитесь к дыханию.

Практика. Управляйте эмоциями

Когда мы испытываем сильные эмоции (страх, гнев, раздражение, волнение), мы не можем сконцентрировать внимание на собеседнике и быть хорошим слушателем. Поэтому, если чувства разыгрались, старайтесь перенести все важные разговоры. Если нет такой возможности, обязательно возьмите небольшую паузу, во время которой сделайте следующее (этот алгоритм приводит Марк Гоулстон, психиатр, специализирующийся в области бизнеса, в книге "Я слышу вас насквозь"):

- Не отрицайте свои чувства, идентифицируйте и признайте их, назвав каждое своим именем.

• Если вы можете уйти на одну-две минуты – обязательно сделайте это. Если такой возможности нет, ни в коем случае не разговаривайте ни с кем в течение первых секунд. Вам необходимо полностью сфокусироваться на признании и идентификации своих чувств. Если у вас есть возможность хотя бы на минуту закрыть глаза, сделайте это.

• Начните дышать медленно и глубоко через нос, закрыв глаза, до тех пор, пока эмоции не ослабнут.

• После того как вы освободитесь от эмоций, продолжайте дышать и расслабляться. Это позволит вам начать восстанавливать внутренний баланс.

• Подумайте о том, как найти лучший выход из создавшейся ситуации. Откройте глаза и начните действовать.

• Самое важное здесь – правильно описать свои чувства. Это поможет мозгу переключиться с эмоций на логическое мышление.

Упражнение «Пятерка».

Можно выполнять упражнение целиком или по частям, необходимое время – от 10 до 30 секунд.

Сделайте паузу.

- Оглянитесь по сторонам и обратите внимание на пять объектов разных цветов, которые вы видите.

- Сосредоточьтесь и прислушайтесь – какие пять звуков доносятся до вас?

- Отметьте пять телесных ощущений, которые вы испытываете в данный момент (ощущение одежды на плечах, соприкосновение спины с креслом и т. д.).

Если внимание начнет ускользать (наверняка), просто заметьте это и вернитесь к выполнению задания. Если в голову будут приходить мысли, скажите про себя: «Спасибо, я тебя услышал» – и снова вернитесь к заданию.

Упражнение «Расслабляющее дыхание»

В телесной сфере нас интересует дыхание и мышечный тонус, так как именно эти два компонента тесно связаны с психическим состоянием. Для выполнения упражнения нужен внутренний счет, считайте «про себя» в темпе движения секундной стрелки («раз-и-два-и-три-и»). Сделайте вдох через нос на 4 счета (раз-и-два-и-три-и-четыре-и), паузу на 2 счета (раз-и-два-и), выдох через рот на 6 или 8 счетов (в идеале для расслабления выдох должен быть в 2 раза длиннее, чем вдох), затем опять паузу на 2 счета. Затем повторите весь цикл 10–20 раз.

Упражнение «Воображение с пользой»

В психотерапии направленное использование образов называется визуализацией. Вот представьте сейчас, что вы отрезаете дольку лимона. Или кусаете зеленое хрустящее яблоко. Представили? Если да, то наверняка почувствовали, что во рту появилась слюна. Это организм отреагировал на образ, хотя в реальности ничего не происходило. Наш организм очень доверяет тем образам, которые мы создаем в психике. Помните, пожалуйста, об этом, если любите проигрывать в голове картинки со страшными исходами. И не удивляйтесь, что становится реально тревожно. Как можно использовать эту особенность? Если кратко, то, желая стать, например, более бодрым, мы должны представить себя именно таким (и желательно сопроводить это образами – например, как солнце посылает энергию через свои лучи и они наполняют нас энергией). Если же нужно расслабиться – тогда к вашим услугам другие образы – например, как после бани или массажа вы пьете ароматный чай. А еще воображение поможет отреагировать эмоции, например гнев: необязательно бить посуду или оргтехнику в реальности, можно проделать все это в воображении, эффект облегчения тоже будет.

Десять ключевых интонаций влияния

1. Интонация «я забочусь», «я действительно хочу знать».

Ее следует использовать сразу с начала знакомства и на протяжении всего разговора. Вам необходимо донести посетителю (звонящему), что вам интересно помочь решить его проблемы. Вы должны разговаривать спокойно и не прекращать анализировать проблемы клиента. Выстраивайте диалог на доверии и комфорте для потребителя.

2. Вопросительная интонация в повествовательном предложении.

В данном случае необходимо задавать больше вопросов, на которые клиент будет отвечать положительно. В дальнейшем вы получите положительный результат, ведь с наибольшей вероятностью клиент на оформление услуги, так как такую подсказку ему даст подсознание.

3. Интонация тайны и интриги.

Используйте снижение темпа во время разговора, говорите немного тише или делайте паузы немного дольше. Так посетитель (звонящий) будет чувствовать, будто сказанная вами информация доступна только ему. Это нужно для того, что подтолкнуть человека к положительному решению.

4. Интонация дефицита.

Смысл этой интонации заключается в том же, что и в третьем пункте, но работает эта техника наоборот. Вам необходимо повышать голос и придавать словам яркую окраску и больший смысл в определенные моменты.

5. Интонация абсолютной уверенности.

Покажите клиенту правильность принятия его положительного решения. Вы должны быть уверены в своих словах и убедить собеседника в неоспоримости вашего предложения.

6. Интонация глубокой искренности.

Эта интонация поможет вам узнать лучше проблемы и потребности клиента, благодаря дружескому разговору и непринужденной доверительной беседе. Вам необходимо внимательно слушать человека, не отвлекаться и предлагать ему подходящие варианты решения с помощью сотрудничества.

7. Интонация разумного человека.

В данном случае не нужно делать какую-то специальную интонацию, вы должны показать клиенту, что вы с ним на равных и оцениваете ваше предложение, как и любой другой человек. Но делайте это с незаметным уклоном в пользу принятия положительного решения и здраво огласите выгоды для покупателя.

8. Интонация «отложим деньги в сторону».

Эта интонация похожа на седьмую (предыдущую), но используется она в другом случае — при отказе клиента. Вам нужно продолжать вести диалог для извлечения своей выгоды — продолжайте говорить о преимуществах и недостатках вашего предложения. Это поможет вам воспользоваться аргументами собеседника и использовать их с целью предоставления услуги успешно или выяснения реальных недочетов, по мнению клиента, которые стоит потом пересмотреть и скорректировать вам.

9. Интонация подразумеваемой очевидности.

Иногда человеку необходимо подтолкнуть, он может до конца не решить для себя, но точно нуждается в вашем предложении. Эта интонация похожа на интонацию абсолютной уверенности. Вы просто предлагаете клиенту готовое решение, ему ничего не остается, как только согласиться с вами и произнести эти слова.

10. Интонация «я чувствую вашу боль».

Ее стоит использовать, когда есть вероятность и факторы, которые указывают на то, что клиент может отказаться. Вам нужно умело надавить на боль и потребность и склонить собеседника принять положительное решение.

Рекомендуемые позы при общении с клиентом

1. **Прямая осанка.** Сидя или стоя, держите прямую осанку. Это демонстрирует уверенность и профессионализм. Однако не забывайте о комфорте, избегайте жестких и неприродных поз.
2. **Открытая поза.** Не перекрывайте своё тело руками, это может создать впечатление защиты или дистанции. Держите руки открытыми и свободными, например, сложите их на коленях или положите на стол. Это поможет создать впечатление открытости и доступности.
3. **Демонстрация внимания.** Поворачивайте тело в сторону клиента, чтобы показать своё внимание и заинтересованность в разговоре.
4. **Использование жестов.** Легкие жесты могут помочь подчеркнуть ваши слова и сделать коммуникацию более выразительной. Однако избегайте слишком агрессивных или чрезмерных жестов.
5. **Сохранение приятной территории.** Убедитесь, что дистанция между вами и клиентом приемлема. Не слишком близко, чтобы не нарушить его личное пространство, но достаточно, чтобы поддерживать контакт.

Приемы активного слушания

Активное слушание – это процесс, в ходе которого слушающий не простовоспринимает информацию от собеседника, но и активно показывает понимание этой информации.

Виды активного слушания:

1. **Эхо-техника** – это повторение отдельных слов или словосочетаний клиента без каких бы то ни было изменений.
2. **Уточнение** – не всегда в рассказе человек описывает все детали событий или переживаний. Попросите уточнить все, даже самые мелкие подробности.
3. **Паузы** – когда человек заканчивает говорить — выдержите паузу. Она дает возможность подумать, осмыслить, осознать, добавить что-то к рассказу.
4. **Сообщение о восприятии** – другими словами, это возможность сообщить собеседнику, что вы поняли, что он вам сказал, его эмоции и состояние. «Я понимаю, как Вам сейчас обидно и больно».
5. **Развитие мысли** – осуществление попытки подхвата и продвижение далее хода основной идеи или мысли собеседника.
6. **Отражение чувств** – выражение эмоциональной позиции собеседника на основе наблюдений слушателем не только за тем, что говорит коммуникатор, но и за тем, что выражает его тело. «Я вижу, вас это волнует...»
7. **Замечания о ходе беседы** – слушатель сообщает о том, как можно осмыслить бесед в целом. «Походу, мы достигли общего понимания проблемы»
8. **Резюмирование** – проведение промежуточных итогов сказанного собеседником в процессе его монолога «Итак, мы с вами обсудили следующее...»

Прием активного слушания	Цель	Характеристики
Поддакивание	Дать понять собеседнику, что его слушают.	Кивки головой, подразумевающие «да», «ага», «угу».
Пауза	Помочь собеседнику собраться с мыслями и выговориться до конца.	Своевременно выдержанное молчание.
Закрытые вопросы	Получение согласия или подтверждения ранее достигнутой договоренности.	Вопросы, подразумевающие ответы «Да» или «Нет».
Открытые вопросы	Получение от собеседника как можно больше информации.	Вопросы начинающиеся с «Как», «Когда», «Какие» и др.
Перефразирование	Дать возможность говорящему увидеть, что его правильно понимают.	«Другими словами...» «Если я вас правильно понял, то...»
Резюмирование	Выделение главной мысли (без сопровождения эмоций) из уже сказанного собеседником.	«Таким образом...» «Если подытожить сказанное, то...»

1. Поддакивание.

Это самый простой прием активного слушания. Любой человек им пользуется почти интуитивно. Во время разговора рекомендуется периодически кивать головой, говорить «да», «угу», «ага» и т.п. Этим вы даете собеседнику понять, что вы его слушаете и заинтересованы в нём. Например, когда вы о чём-то рассказываете по телефону, то использование таких приёмов собеседником дают вам понять, что вас слушают. Молчание

же, на протяжении всего рассказа, вызвали бы у вас сомнения в заинтересованности партнера вашей информацией.

2. Пауза.

Она необходима в разговоре для того, чтобы помочь собеседнику выговориться до конца. Во-первых, человеку часто необходимо время для того, чтобы сформулировать свои мысли и чувства, а во-вторых, паузы освобождают разговор от лишней и не нужной информации. Например, рассказывая историю, человек, скорее всего, представляет себе её. И, для того, чтобы образное представление переложить в словесную историю, необходимо подобрать нужные слова. И паузы здесь являются необходимым средством «перевоплощения» образа в слово.

3. Особенности постановки вопросов.

Существуют два типа вопросов: закрытые и открытые.

Закрытые вопросы уместны не тогда, когда вы хотите получить от собеседника как можно больше информации, а тогда, когда нужно ускорить получение согласия или подтверждения ранее достигнутой договоренности, подтвердить или опровергнуть свои предположения. Вопросы данного типа подразумевают ответы: «да» или «нет». К примеру, можно привести такие вопросы: «Ты ел сегодня?», «Ты здоров?», «Ты здесь давно?» «Ты был один?» и т.п.

Открытые вопросы характеризуются тем, что на них нельзя ответить «да» или «нет». Они требуют какого-либо объяснения. Обычно начинаются со слов: «что», «кто», «как», «сколько», «почему», «каково ваше мнение». С помощью вопросов этого типа вы позволяете собеседнику маневрировать, а беседе – перейти от монолога к диалогу. К такому типу вопросов могут относиться следующие: «Что ты ел сегодня?», «Как ты себя чувствуешь?», «Как давно ты здесь?».

4. Перефразирование.

Это формулировка той же мысли, но, иными словами. Перефразирование дает возможность говорящему человеку увидеть, что его правильно понимают. А если нет – у него есть возможность вовремя внести коррективы. При перефразировании ориентируйтесь на смысл и содержание сообщения, а не на эмоции, которыми оно сопровождается.

Перефразирование можно начать следующими фразами:

- «Если я вас правильно понял, то...»;
- «Поправьте меня, если я ошибаюсь, но вы говорите, что...»;
- «Другими словами вы считаете, что...»;

Данный прием уместен тогда, когда говорящий логически завершил один из фрагментов рассказа и собирается с мыслями чтобы продолжить. Не стоит его перебивать, пока фрагмент рассказа не закончен. Например, ваш собеседник рассказывает о том, что как-то он пришёл домой усталым, поставил портфель и снял обувь, а когда прошёл в комнату, увидел там горшок с цветами, разбитый и лежащий на полу, а рядом сидела его любимая кошка, но он решил не наказывать её, хотя и очень огорчился. В этом случае, приём перефразирования может быть использован так: если я вас правильно понял, то, придя домой, вы увидели разбитый горшок с цветами и рядом вашу кошку. Но, несмотря на то, что вы были огорчены увиденным, вы решили не наказывать любимца.

5. Резюмирование.

Этот приём подытоживает основные идеи и чувства. Это, как бы, вывод из всего того, что уже было сказано человеком. Резюмирующая фраза представляет собой речь собеседника в «свернутом» виде. Данный прием активного слушания принципиально отличается от перефразирования, суть которого, как вы помните, в повторении мысли оппонента, но своими словами (что показывает собеседнику наше внимание и понимание). При резюмировании из целой части разговора выделяется только главная мысль, для чего полезны такие фразы, как:

- «Ваша основная идея, как я понял, в том, что...»;
- «Если подытожить сказанное, то...».

Техкарта посетителя СМФЦ	
ФИО посетителя	
Дата поступления	
Состав семьи	
Адрес последнего места проживания	
Проблема клиента	
Решение	

Виды возражений посетителей и что делать, чтобы их преодолеть

Существует несколько видов возражений:

1. Сопроотивление контакту.

Заявитель не хочет слушать аргументы специалиста, проявляет незаинтересованность к разговору.

Что делать

Можно попробовать «передать» его коллегам, руководителю или даже подчиненному. Если такого напарника в компании не нашлось, то нужно попытаться достичь доверительного контакта с посетителем. Для этого нужно применять технику активного слушания (см. приложение №5). Искать точки соприкосновения (например, общие интересы).

2. Сопроотивление конкретному предложению.

Такое может произойти если посетителя в недостаточной мере удовлетворяет предоставленная услуга. Это значит, что, либо посетитель неправильно осознал, что конкретно ему нужно, либо специалист неправильно выявил и предоставил не ту услугу, которая была необходима.

Что делать

1. Вернуться на предыдущий этап разговора.
2. Задать дополнительные вопросы.
3. Адаптировать свое предложение к интересам посетителя, подать его под другим углом.
4. Для логически мыслящего клиента нужно разложить все по полочкам. Для более эмоционального человека — нарисовать образную картинку, не забывая говорить на его языке.

3. Сопроотивление изменениям, боязнь нового.

Изменение — то, что может потревожить привычки посетителя. (его все устраивает и ему ничего не надо). Страх перед изменением привычной жизни, следование принципу «лучшее – враг хорошего». На принятие решения может повлиять возраст, опыт и стаж.

Что делать

Привести в пример ситуацию или других посетителей, которым помогло изменение в жизни.

Например, если человек не хочет идти на консультацию психолога: «Представьте, что у вас есть дорогой друг, который испытывает трудности в своей жизни, сталкивается с проблемами или переживает стресс. Вы знаете, что консультация у психолога может помочь ему справиться с этими трудностями и почувствовать себя лучше. Вам очень важно, чтобы ваш друг чувствовал себя хорошо, и вы хотите поддержать его в этом. Вы можете поделиться с вашим другом историями успеха от посещения психолога или примерами того, как профессиональная помощь изменила жизнь людей к лучшему. Вы также можете подчеркнуть, что психологическая консультация не обязательно связана с серьезными проблемами; это возможность обсудить свои мысли, чувства и стремления, получить новый взгляд на ситуацию и научиться лучше понимать себя».

4. Эмоциональное сопротивление.

Этот вид сопротивления один из самых сложных. Посетитель показывает раздражение, сомневается в авторитете учреждения. Чаще всего негативное отношение складывается, если до этого учреждение посещали родственники, друзья, знакомые и столкнулись с негативным опытом обращения. Также к такому мнению можно прийти и при чтении отзывов в Интернете.

Что делать

1. Попытаться наладить контакт с клиентом. Возможно, в крайнем случае, ему даже придется взять вину за чужие проступки на себя и снизить негатив.

2. Нельзя бороться с такими возражениями логически.

3. Постараться максимально щадить психику посетителя: внимательно выслушать до конца, выразить свое сочувствие и понимание.

5. Сопротивление принятию решения.

В этом случае посетитель сомневается в функциональности услуг, опасается за свой имидж, не хочет чувствовать вину в случае ошибки. Это сопротивление возникает, когда человек не готов взять на себя ответственность и принять решение.

Что делать

Чтобы помочь человеку принять решение, нужно создать комфортную атмосферу. Попробовать рассказать об услуге через поддержку. Объяснить, что эта услуга предназначена для помощи. Весь путь будут следить специалисты, готовые помочь и поддержать в принятии решения. Это не обязательно означает, что человек должен все делать самостоятельно. Иногда примеры из реальной жизни могут помочь. Расскажите истории людей, которые сначала испытывали страх перед принятием решения, но после у них все получилось. Также стоит напомнить о выгодах, которые можно получить за услуги. Например, если посетитель хочет оформить пособие на ребенка, но узнав, что необходимо предоставить много документов может передумать, и тогда следует напомнить, что финансовая помощь никогда лишней не будет, она позволит собрать ребенка в школу, купить что-то для дополнительного образования и т.д.

Типология клиентов в консультировании

ТИПИЧНЫЕ КЛИЕНТЫ

ОБЩЕНИЕ СО СЛОЖНЫМИ КЛИЕНТАМИ ОТНИМАЕТ МНОГО СИЛ. ПОЭТОМУ ВЫДЕЛЯЮТ НЕСКОЛЬКО ТИПОВ ОСОБО КАПРИЗНЫХ КЛИЕНТОВ К КОТОРЫМ СТОИТ ПОДГОТОВИТЬСЯ.



Я НЕ ЗНАЮ, ЧТО МНЕ НУЖНО

Беспокойный и мнительный. Ему трудно принять решение

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Сохраняйте терпение и твердость позиции
- Конструктивно работайте со всеми возражениями
- Расскажите о всех преимуществах, которые он получит если согласится сейчас

МНЕ НУЖНО ПОСОВЕТОВАТЬСЯ

Неуверенный в себе, боится брать на себя ответственность. Ему трудно принять решение в одиночку и прямо сейчас

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Покажите что вы готовы преодолевать трудности вместе с посетителем
- Конструктивно работайте со всеми возражениями

НА СВОЕЙ ВОЛНЕ

Необщительный, критичный и отвечает вопросом на вопрос

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Задавайте вопросы разного типа (как открытые, так и закрытые)
- Используйте паузу, чтобы побудить посетителя к ответу
- Подробно расскажите об услуге, которая ему необходима, и перечислите ее преимущества

Я ВСЕ ЗНАЮ

Уверен в том, что говорит, иногда вступает в спор и аргументирует свою позицию. Упрямый, недоверчивый

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Внимательно слушайте клиента
- Аргументируйте свою позицию, приводя факты
- Не бойтесь брать время и собирать необходимую информацию

Я - САМА ДЕРЗКОСТЬ

Вступает в споры, быстро раздражается и проявляет агрессивность. Считается только со своим мнением

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Выслушать клиента
- Концентрируйте внимание на общих интересах, где можно достичь согласия
- Приводите веские аргументы в подтверждение ваших слов
- Не принимайте высказывания клиента на свой счёт

ОЙ, КАК У ВАС ДЕЛА

Разговорчив и доброжелателен. Его легко убедить с помощью веских аргументов

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Если клиент отвлекается на посторонние темы, возвращайте его к делу
- Чтобы прервать словесный поток, задавайте вопросы закрытого типа
- Не бойтесь перебивать его, но делайте это с позитивной интонацией

Я С ВАМИ НЕ СОГЛАСЕН

Недоверчив, подозрителен, считает, что его хотят обмануть. Не любит риск, чаще всего настроен негативно

ЧТО ДЕЛАТЬ

- Терпеливо обсуждайте возникающие разногласия и возражения
- Сохраняйте позитивный настрой и доброжелательность
- Подготовьте веские аргументы для обоснования своей позиции



Анкета по оценке качества предоставления социальных услуг отделения "СМФЦ" БУ "ЦСПСД"

Анонимный опрос с целью выявления повышения качества предоставления услуг в отделении "Семейный многофункциональный центр" (далее – СМФЦ) бюджетного учреждения Омской области "Центр социальной помощи семье и детям (с социальной гостиницей)".

Чтобы сохранить изменения, [войдите в аккаунт Google](#). [Подробнее...](#)

*Обязательный вопрос

Укажите пол: *

- Мужской
- Женский

Укажите возраст: *

- Младше 18 лет
- 18-24 года
- 25-34 года
- 35-44 года
- 45-54 года
- 55 и старше

1. Информировали ли Вас сотрудники СМФЦ о возможности получения услуги в другой организации? *

- Да
- Нет

2. Оцените комфортность условий ведения приема посетителей по пятибалльной шкале: *

Где 1 - прием посетителей крайне не организован, не продуман и затрудняет процесс оказания услуг; 5 - прием посетителей организован в максимально комфортной форме

- 5
- 4
- 3
- 2
- 1
- Затрудняюсь ответить

3. Сколько по времени заняло у Вас ожидание в очереди при подаче документов в СМФЦ: *

- Не более 15 минут
- Не более 30 минут
- Не более 1 часа
- Больше 1 часа

4. Сколько по времени заняло у Вас ожидание в очереди при получении документов в СМФЦ: *

- Не более 15 минут
- Не более 30 минут
- Не более 1 часа
- Больше 1 часа

5. Сколько времени занял у Вас прием у должностных лиц вне СМФЦ по подобным вопросам: *
в среднем

- Не более 15 минут
- Не более 30 минут
- Не более 1 часа
- Больше 1 часа
- Не получал таких услуг в другом месте

6. Вам предложили справочную информацию по оказанию услуги? *
Образцы заполнения бланков, перечень требуемых документов и пр.

- Да, была предложена
- Нет, не была предложена
- Данная информация мне не требовалась

7. Оцените доступность предложенной справочной информации для восприятия: *

Нет - информация крайне запутанная, непонятная и не принесла мне никакой пользы, да - информация представлена в понятной форме, я смог(ла) найти ответы на все вопросы об оказании конкретной услуги

- Да
- Нет

8. Оцените уровень квалификации работников, обслуживающих Вас: *

1 - работники абсолютно некомпетентны, 5 - работники профессионалы своего дела

- 5
 - 4
 - 3
 - 2
 - 1
 - Затрудняюсь ответить
-

9. Вам отказывали в предоставлении услуги? *

- Да, и после этого я отказался от получения услуги
- Да, я исправил(а) те недочеты, на основании которых был вынесен отказ
- Нет
- Затрудняюсь ответить

10. Из какого источника Вы получили информацию о возможности получения услуги в СМФЦ? *

- Телефон
- Сайт в сети Интернет
- СМИ (газеты, ТВ)
- Другое: _____

11. Вам удалось предварительно записаться на прием по оказанию услуги? *

- Да
- Нет, такая возможность отсутствует
- Мне не известно о наличии/отсутствии такой услуги

12. Оцените комфортность зала для посетителей, ожидающих приема: *

- Максимально комфортно, удобные сидения, большинство которых было свободно на момент моего присутствия. Есть возможность одновременно ознакомиться со справочной информацией о получаемой услуге, заполнить документацию
- Комфортно, есть сидения, однако большинство из них занято
- Относительно комфортно. Зона для посетителей, ожидающих приема выделена, но заполнена и воспользоваться ею не было никакой возможности
- Совершенно не комфортно. Зона для посетителей не выделена. Документы приходится заполнять "на коленке"

13. Как Вы получили информацию о стадии рассмотрения вашего обращения? *

- Телефон
- Посредством личного (или через представителя) обращения
- Еще не получил(а) результата

14. Возникали ли у Вас при обращении за оказанием услуги конфликты с сотрудниками учреждения? *

- Да, возникали серьезные конфликты, связанные с оказанием услуги
- Да, возникали конфликты, но они не были связаны с услугой, для получения которой я обратился в данное учреждение
- Нет, не возникали. Сотрудники вели себя вежливо и корректно.

15. Каков результат Вашего обращения? *

- Получение социальной услуги
- Отказ в получении

16. Ваше впечатление от процедуры по оказанию услуги в СМФЦ: *

- Удовлетворен(а) оказанием услуг
- Неудовлетворен(а) оказанием услуг

17. Будете ли Вы еще обращаться за услугами в СМФЦ? *

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

18. Ваши пожелания и рекомендации по улучшению предоставления качества услуг:

Мой ответ

Опрос: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeSpli8P3V_iLucct7Ac2R0M7oOapW99AFZY4mf9xwlgswFJg/viewform