

Wstępne podsumowanie sezonu szkoleniowego 2008 - 2009

Minął kolejny sezon szkoleniowy. Dział Szkoleń Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” zrealizował szkolenia, seminaria i konferencje. Z rozwoju związku przeprowadzono 27 szkoleń dla 11 regionów, z negocjacji 15 szkoleń dla 8 regionów i 3 sekretariatów, natomiast z wizerunku i mediów przeprowadzono 18 szkoleń dla 8 regionów i 3 sekretariatów.

Ponadto prowadzone były pojedyncze szkolenia nt.: funkcjonowania przedsiębiorstwa, układów zbiorowych pracy, europejskich rad zakładowych oraz ogólnozwiązkowe i przeznaczone dla młodych liderów związkowych (prototypowe).

Zorganizowane zostało doroczne seminarium BHP, szkolenie dla członków RKR oraz zrealizowany został cykl szkoleń nt. kształceń prywatyzacyjnych w Służbie Zdrowia. Krajowy Dział Szkoleń współorganizował też oraz brał udział w kilku szkoleniach/seminariach międzynarodowych oraz wynikających z projektów unijnych.

Warto na podsumowanie kolejnego sezonu szkoleniowego zapamiętać kilka cennych rad dotyczących m.in. prowadzenia negocjacji i kształtowaniu wizerunku.

Wszystko o negocjacjach

PIĘĆ ZASAD GŁÓWNYCH

- oddziel OSOBE od PROBLEMU
- skoncentruj się na INTERESACH, a nie na STANOWISKU
- znajdź ALTERNATYWY
- stosuj OBIEKTYWNE kryteria
- przygotuj stanowisko AWARYJNE

DEFINICJE

KWESTIA – temat dyskusji lub negocjacji, problem do rozwiązania

INTERES – dotycząca jednej strony potrzeba; pragnienie kryjące się za problemem; powód, dla którego problem został poruszony

STANOWISKO (POZYCJA) – propozycja rozwiązania przedstawiona przez jedną ze stron

OPCJA – potencjalne (często częściowe) rozwiązanie, wychodzące naprzeciw jednemu lub więcej interesom

STANDARD – wspólnie uzgodnione warunki możliwego przyjęcia rozwiązania

WARUNKI SKUTECZNYCH NEGOCJACJI

- Strony uczestniczące w negocjacjach dają się zidentyfikować.
- Wzajemna zależność stron.
- Przed rozpoczęciem negocjacji należy zastanowić się nad następującymi punktami: kto uczestnicy w negocjacjach, czy wszystkie grupy konfliktu są reprezentowane w trakcie negocjacji, czy kogoś nie pominięto
- Gotowość do negocjowania.
- Zgodność stanowisk w pewnych kwestiach.
- Chęć osiągnięcia porozumienia.
- Porozumienie musi być racjonalne i dające wprowadzić się w życie.
- Upoważnienie do podjęcia ostatecznej decyzji.
- Dopuszczenie możliwości kompromisu.
- Każde wynegocjowane porozumienie powinno kończyć się podpisaniem uzgodnień.

ROLA DOBRZYCH POROZUMIEŃ PROCEDURALNYCH

- usprawniają przebieg właściwych negocjacji;
- porządkują negocjacje (czynią je bardziej czytelnymi, zmniejszają stres negocjatorów);

szają stres negocjatorów);

- ograniczają stosowanie technik negocjacyjnych (np. czas trwania wypowiedzi, kolejność omawianych kwestii);
- uniezależniają rozmowy od czynnika zaufania (liczą się wcześniejsze ustalenia, a nie dobra czy zła wola którejs ze stron);
- polepszają wymianę informacji i jej bezpieczeństwo;
- umożliwiają szukanie wielu nowych rozwiązań (np. zgłaszanie propozycji nie czyni jej wiążącą dla strony zgłaszającej);
- umożliwiają metodyczne i twórcze rozwiązywanie problemów.

CZEGO POWINNY DOTYCZYĆ USTALENIA PROCEDURALNE

- Strony i ich reprezentacje. kto będzie brał udział w rozmowach? udział ekspertów (czy i kiedy?) udział mediatorów (ewentualnie w jakich sytuacjach?)
- Czas i miejsce. gdzie będą odbywały się negocjacje? czy stronom potrzebne będą pomieszczenia do narad kuliarnych? czas trwania negocjacji, ile przewiduje się sesji negocjacyjnych? czas trwania sesji, czas przerw (kiedy, na życzenie stron czy w ustalonym czasie, jak długie)
- Reguły gry i zachowań. czy jest przewodniczący rozmów? kto ma prawo zabierać głos przy stole plenarnym? zasady przerywania wypowiedzi, zadawania pytań, inne, np. czy wolno palić podczas rozmów?

PRZYGOTOWANIE DO NEGOCJACJI

- Wybierzcie najskuteczniejszy zespół negocjacyjny.
- Przygotujcie się „aż do przesady”.
- Dokładnie zaplanujcie wszystkie sprawy, które chcecie poruszyć w trakcie negocjacji – oraz strategię zajmowania się poszczególnymi sprawami: ważność celów, ostateczne granice ustępstw, szanse pomiędzy celami a granicami ustępstw, na co możecie się zgodzić, czego chce druga strona, jakie posiadacie informacje – i skąd one pochodzą, jakich potrzebujecie informacji dla weryfikacji swych celów, jakie macie propozycje, argumenty, strategia odwrotu, scenariusz negocjacji, możliwe reakcje drugiej strony i odpowiednie riposty, zaplanowanie celów negocjacyjnych, określenie minimum i maksimum

CELE:	co powinienem osiągnąć?
MINIMUM:	co muszę osiągnąć?
MAKSIMUM:	co mógłbym osiągnąć?

WIZERUNEK DZIAŁACZA ZWIĄZKOWEGO

Podczas szkoleń poświęconych „Świadomemu kształtowaniu wizerunku działacza związkowego” zwracaliśmy uwagę na kilka istotnych zagadnień. Warto zapamiętać niektóre zasady dot. komunikowania się i kształtowania wizerunku.

Komunikując się – musimy sobie uświadomić, że liczy się całokształt odbioru, gdyż komunikacja to nie tylko słowa, to także wydawane dźwięki, postawa, gesty, mimika i nasz wygląd. Dodatkowym ważnym elementem jest sztuka zjednywania ludzi, zwłaszcza w pracy zawodowej i działalności związkowej. Człowiek, który oprócz wiedzy fachowej posiada umiejętności jasnego wyrażania myśli, potrafi wzbudzać w ludziach zaufanie i jest znacznie lepiej postrzegany przez otoczenie. Porozumiewamy się, aby zdobyć informacje, uczyć się, stworzyć i podtrzymać więzi międzyludzkie, a także wpływać na innych i budować swój wizerunek. Psychologowie szacują, że na porozumiewanie się z innymi ludźmi przeznaczamy poza godzinami snu około 70 proc. czasu - w tym 32 proc. zajmuje nam mówienie i 42-57 proc. słuchanie.

Dlaczego proces komunikacji jest tak ważny?

Komunikowanie się jest ważne, ponieważ spełnia wiele funkcji społecznych – między innymi: ludzie muszą przekazywać informacje, aby nawiązać wzajemne stosunki, w przeciwnym razie będą narażeni na stres, poczucie alienacji, rozczarowanie i odrzucenie przez innych, ludzie nabywają wiedzę od innych oraz uczą się w oparciu o cudze doświadczenia, umiejętności komunikowania pomagają w budowaniu kontaktów w atmosferze zaufania, otwartości i szacunku dla innych oraz siebie samego, poznawanie podstawowych technik komunikacji pozwala na obronę siebie w sytuacjach trudnych (radzenie sobie z atakiem, krytyką i odrzuceniem).

Spróbujmy teraz podsumować powyższe rozważania i ustalić listę cech dobrego komunikowania się, które powinno: być dwukierunkowe, zakładać odpowiedzialność mówiącego oraz słuchacza, uwzględniać reakcje drugiej strony, być wolne od zbędnych emocji, być jasne i jednoznaczne.

Znaczącą rolę w komunikowaniu się odgrywa **komunikacja interpersonalna**. W komunikacji interpersonalnej podstawową jest nawiązanie dobrego kontaktu. Żeby nawiązać dobry kontakt musimy zdać sobie sprawę z tego, że nasz rozmówca może reagować inaczej niż tego chcemy. Musimy zwracać uwagę na partnera, jego nastrój i mowę ciała. To, czy proces komunikowania się będzie efektywny, zależy nie tylko od poziomu i sposobu porozumiewania się, ale przede wszystkim od jego dwóch podstawowych form, które najczęściej występują wspólnie, są to: **komunikowanie werbalne, komunikowanie niewerbalne (pozawerbalne)**

Obie formy komunikacji wzajemnie się uzupełniają oraz wpływają na siebie. **Komunikacja niewerbalna** przekazuje emocje, postawy i intencje nadawcy, przez co czyni komunikację werbalną bardziej zrozumiałą. **Komunikacja werbalna** przekazuje słowem treści w procesie komunikowania się. Aby komunikacja przebiegała prawidłowo i spokojnie - to komunikacja werbalna i niewerbalna powinny być spójne, używać prostego języka. Dlatego pamiętajmy, że liczy się całokształt odbioru - komunikacja to nie tylko słowa, to także wydawane dźwięki, postawa, gesty, mimika i wygląd.

Bardzo ważnym aspektem jest aktywne słuchanie.

Mówiąc nie dowiemy się niczego więcej ponad to, co już wiemy. Słuchając zaś mamy szansę dowiedzieć się czegoś nowego. O ważności i potrzebie kształcenia w sobie umiejętności słuchania (a nie tylko słyszenia) świadczy fakt, że **człowiek wykorzystuje tylko 25 proc. umiejętności słuchania.**

Aktywnie słuchając: rozumiem innych i sam jestem rozumiany, poznaję potrzeby innych osób, rozwijam umiejętności uzyskiwania informacji z pierwszej ręki, dostrzegam cele wypowiedzi partnera, racjonalnie rozwiązuję problemy, zyskuję coś interesującego z wypowiedzi innych ludzi, poprawiam umiejętność wydawania poleceń.

Pozostaje nam jeszcze nasz głos. Głos niesie emocje, które są w Tobie, czy tego chcesz, czy nie. Jesteśmy w stanie go doskonalić, zmienić,

szlifować, ale też – świadomie lub nie - możemy mu zaszkodzić. Głos jest zaliczany do komunikacji niewerbalnej (prajęzyk). Składowe głosy, które wpływają na kompetencję komunikacyjną to: **szybkość** - prędkość z jaką mówisz, **wysokość** - niski lub wysoki głos, **intensywność** - głośność

Należy podkreślić, że umiejętność zróżnicowanego wykorzystania tych cech jest konieczna, by być postrzeganym jako osoba przekonująca, kompetentna i dynamiczna. Nasz rozmówca w dużej mierze podczas rozmowy zwraca uwagę na ton, barwę, głośność i tempo. Odpowiednie dobranie tych czynników wpływa na to, czy zostaniemy dopuszczeni do głosu, wysłuchani i w końcu zrozumiani.

Oprócz zróżnicowania wokalnego, wiadomości niewerbalne komunikują też brak głosu i ciszę. Cicha pauza może podkreślić ważność jakiejś uwagi oraz pozwolić słuchaczom na refleksję na temat tego, co było powiedziane.

Wystąpienia publiczne

1. Wstęp - Powinien przyciągnąć uwagę słuchaczy dzięki odpowiednim stwierdzeniom lub przedstawieniu najważniejszych wniosków wystąpienia. Uwagę słuchaczy może też przyciągnąć ciekawa historia opowiedziana na samym wstępie.

2. Rozwinięcie - Na główną część wystąpienia składają się argumenty, które winny być poparte faktami, dowodami. Można odwołać się do opinii innych osób. Należy odwoływać się do konkretnych przykładów, najlepiej z własnego doświadczenia.

3. Zakończenie - Powinno być krótkie, wyraźne, zawierać jasno sformułowane wnioski. Można też przedstawić podsumowanie twierdzeń, proponowanych rozwiązań i najważniejszych argumentów.

Na koniec - Jak zatem - pamiętając o obowiązujących zasadach budowania własnego „portretu komunikacyjnego”?

Pamiętaj, że zawsze wyrażasz swój stosunek do partnera - niech to, co mówisz i robisz, będzie spójne - zarówno twoje słowa jak i zachowania wyrażają to, kim jesteś. Pamiętaj, że Twoje ciało zawsze pokaże, jak się czujesz - nie bój się mówić o sobie; pytaj, jakie wrażenie wywierasz na innych bądź pewny siebie – „potrafię, mogę, taka jest moja wola”

Pamiętaj, że odbiorcy zwracają także uwagę także na twój wygląd zewnętrzny.

Niezależnie od sytuacji podczas pierwszego kontaktu wpływ na ocenę danej osoby ma jej wygląd. Cecha ta wywiera silne wrażenie na ludziach i albo będzie ułatwiać proces komunikowania się, albo stworzy barierę. Warto zaznaczyć, że pierwsze wrażenie – dobre czy złe – może być mylące, ale trudno je potem zmienić. Wiele prawdy jest w starym porzekadzie „jak cię widzą, tak cię piszą”. Na swój wygląd powinien zwrócić baczną uwagę, gdyż może on wpłynąć na odbiór ciebie i twojej organizacji przez otoczenie. A pierwsze wrażenie jest dla każdego bardzo istotne.

Zapamiętaj!

90 proc. opinii o swoich rozmówcach ludzie kształtują w czasie pierwszych 90 sekund i niemal nigdy nie zdarza się druga szansa, aby poprawić pierwsze wrażenie. Nadajemy i odbieramy przez wszystkie zmysły. Najwięcej odbieramy przez wzrok 83 proc. i słuch 11 proc.

Dlatego pamiętaj o tym kim jesteś i na co odbiorcy zwracają uwagę! **wygląd** - zewnętrzne cechy charakterystyczne, strój, styl, stan ubrania, **mowę ciała** - sposób bycia, sylwetka, gesty, postawa, przestrzeń, ułożenie, **osobowość** - charyzma, zaufanie, pewność siebie, szacunek dla siebie, **styl komunikowania** - sposób mówienia, sposób pisania, **sposób słuchania**

Powodzenia – pamiętaj, że „trening czyni z nas mistrzów”