

## 3. Komunikacijski trening<sup>1</sup>

### 3.1 Percepcija

#### Općenito:

- Percepcija je proces izgradnje. Moramo doći do istine na temelju onoga što opažamo putem naših osjetilnih organa.
- Svoju percepciju istine gradimo načinom na koji opažamo, a također i kroz poruke koje prenosimo govorom, prema značenju koje riječi imaju za nas.
- Značenje riječi i percepcije za nas ovisi o našim prethodnim iskustvima.
- Nadilazimo vlastite dojmove iz prethodnih iskustava i predrasuda (načelo projekcije).
- Svijet gledamo kroz filtre (selektivna percepcija).
  - **Biološki filter:** npr. sljepoća za boje, gluhoća, sljepoća
    - **Različite vrste percepcije:** one ovise, primjerice, o individualnoj anatomiji mozga
    - Vizualni tip – opaža okolinu prvenstveno onim što vidi / očima (poput umjetnika)
    - Fonetski tip – opaža okolinu prvenstveno sluhom (poput glazbenika)
    - Osjetljivi tip – opaža okolinu prvenstveno prema raspoloženju u radu s drugima
  - **Hormoni stresa:** na primjer, zaljubljena osoba može prihvatiti svijet, vidjeti sve ostale sklone drugome i sve vide ružičasto. Suprotan stav: svi ostali vozači su slaboumni i nisu sposobni voziti automobil.
  - **Psihološki filtri**
  - **Odgoj:** Dobro i loše, ispravno i krivo, vrijednosti su koje predstavljaju jake filtre. Uče se tijekom djetinjstva i postaju dio nas. Proces percepcije često se odvija izuzetno brzo i rezultira brzim procjenama i osudama naše okoline.
  - **Očekivanja:** Genetski smo „programirani“ da zadovoljimo očekivanja. To je rezultat naših iskustava, kada se nešto pokaže kao što smo očekivali, jednostavno slegnemo ramenima. Međutim, ako ishod nije onakav kakav smo očekivali, doživljavamo ga prijetećim, pa čak i opasnim po život (drevno ponašanje). Razočarani smo i reagiramo oslobađanjem hormona stresa, što, na primjer, rezultira agresivnošću ili frustriranošću.

---

1 Ovo se poglavlje temelji na dokumentu „Komunikacijski trening“, koji je pripremio Caritas Schwarzwald-Gäu za uporabu u IEE projektu ACHIEVE (2011.-2014.).

Vježba nas uči tome da:

- svatko ima svoje slike, pod utjecajem onoga što smo ranije iskusili.
- svatko od nas uzima u obzir ono što vidimo i doživljavamo kao istinu.

Zaključak:

- Percepcija je subjektivna i selektivno je karakterizirana.
- Istina nije ono što kažem, već ono što druga osoba čuje.
- Za nas i korisnike kojima to savjetujemo znači da prenošenje informacija često znači iskrivljenje i gubitak podataka (primjer: tajna objava).
- Kvaliteta vašeg rada ovisi o vašoj sposobnosti prenošenja informacija, što je preciznije moguće.

## 3.2 Oblici komunikacije

**Općenito:**

Osnovno pravilo komunikacije je: **Nemoguće je ne komunicirati.**

- To znači da je nemoguće ne komunicirati s drugom osobom. Tako, na primjer, tišina, ignoriranje, napuštanje prostorije, izbjegavanje vizualnog kontakta ili ne praćenje svrhe rasprave, ostavlja dojam.
- Ovo ponašanje prenosi poruku i drugoj osobi.

### Oblici komunikacije

Postoje tri oblika komunikacije: **verbalna, paraverbalna i neverbalna** komunikacija.

#### Verbalna komunikacija

Odnosi se na sve elemente govora: **riječi, slova, rečenice i brojeve.**

- Isključivo verbalna komunikacija je izrazito teška. Kao što smo već naučili u raspravi o percepciji, osoba s kojom razgovaramo često različito shvaća ono što kažemo, jer druga osoba ima različito razumijevanje riječi koje odaberemo.
- Govor dočarava slike koje osoba koja govori i osoba kojoj se obraća ne shvaćaju uvijek na isti način, što često predstavlja izvor i uzrok nesporazuma i ljutnje.

#### Paraverbalna komunikacija

Odnosi se na **način na koji govorimo**: intonacija, brzina govora, stanke, smijanje, uzdisanje.

- Na ove elemente utječu osjećaji, poput nervoze, na što ukazuju "um" i "hm", brzina govora ili, na primjer, razdraženost i ljutnja izraženi glasnim govorom.

#### Neverbalna komunikacija



Neverbalna komunikacija uključuje:

- **Govor tijela:** držanje, geste i izrazi lica.
- **Vanjski atributi**, poput odjeće.
- **Držanje:** način na koji se osoba pojavljuje pred drugom osobom u raspravi, na primjer, s obješenim ramenima, istaknutim prsima, itd.
- **Geste:** oblici izražavanja tijelom
  - Klimanje glavom – znak razumijevanja
  - Tapšanje po leđima – znak ohrabrenja
  - Rukovanje – znak pozdrava
  - Međutim, ove se geste ne shvaćaju na isti način u svim kulturološkim skupinama.
- **Izrazi lica:** mogući izrazi lica - znakovi koji daju izrazi lica gotovo su identični u svim kulturološkim skupinama te kao takvi imaju značajan utjecaj na komunikaciju.
  - Smijanje – znak zadovoljstva
  - Spuštanje krajeva usana – znak tuge
- **Pogled:** oči su **središnji dio lica**
  - Pogled je važan instrument za uspostavljanje kontakta.
  - Može zahtijevati kontakt.
  - Može signalizirati udaljenost.
  - Može izraziti suosjećanje i osjećaje.
  - Može odbiti kontakt.
- **Vanjski atributi**, poput:
  - Odjeće
  - Nakita
  - Statusnih simbola, poput putovanja, automobila, stana / kuće stvaraju i obilježavaju prenesene dojmove.
  - To predstavlja vrstu koda koji karakterizira određenu sliku osobe, na primjer prestižna ili hipi odjeća.

- **Opći savjeti o govoru tijela:** utjecaj poruka koje komuniciramo čini
  - 55 % govor tijela
  - 38 % verbalne sposobnosti
  - 7 % odabir riječi
- **Utjecaj govora tijela**
  - Govor tijela ima značajan utjecaj na komunikaciju. Međutim, poruke koje prenosimo ponekad mogu biti dvosmislene.
    - Primjer jecanja: može izražavati radost ili tugu, ali može biti i rezultat rezanja luka.
    - Primjer držanja ruku visoko i otvorena usta: situacija na nogometnom stadionu ili u gorućoj kući.
    - Govor tijela izražava osjećaje koji utječu na vlastite osjećaje putem električnih impulsa kroz živčane puteve.
    - Primjer: smijanje tijekom rasprave utječe na naše osobno emocionalno stanje.
  - U svakodnevnom jeziku signali koje prenosi govor tijela izražavaju emocionalna stanja. Primjeri:
    - Kada pogled može ubiti.
    - Ona se trese kao list.
    - Ostavlja krajeve usana spuštenima.
- **Sporazum između verbalne i neverbalne komunikacije kod žena**
  - Naglašavamo verbalne izraze neverbalnim signalima.
  - Pomutnja kod partnera nastaje u raspravi kada govorom tijela komuniciramo nešto drugačije od izgovorenog.
  - Zbog odgoja i svojih uzora, žene se često vole smijati, što predstavlja značajnu opasnost da budu pogrešno shvaćene te da ih se ne shvaća ozbiljno, osobito od strane muškaraca.

### 3.3 Komunikacijski modeli

#### Općenito:

Komunikacijski psiholog Friedemann Schulz von Thun razvio je komunikacijski model koji vrlo dobro objašnjava osnovne principe komunikacije.

**Četverostrani model komunikacije Schulza von Thuna** (Izvor: Friedemann Schulz von Thun: Miteinander reden: Störungen und Klärungen / Komuniciranje s drugima: problemi i rješenja, Rohwolt Taschenbuch Verlag, Berlin, 1981.).

**Četiri strane poruke:** Schulz von Thun pretpostavlja da poruka ne sadrži isključivo informacije ili priopćenje, već da je potrebno razmotriti i nekoliko aspekata:

#### **Činjenične informacije**

- Podaci i činjenice navedeni su konkretno.
- Predmet o kojem dajem informacije.
- Objektivno gledano, što zapravo komunicira osoba koja govori?
- Uglavnom je važno isključivo za stručne skupove ili govore.

#### **Samootkrivenje**

- Što osoba koja govori otkriva o sebi?
- Što ja otkrivam o sebi?
- Osjetljivosti: ono što osjećam, na primjer neizvjesnost, samopouzdanje, strah
- Često na neverbalnoj razini
- Svjesne i nesvjesne, otvorene i skrivene poruke

#### **Razina povezanosti s drugima**

- Kako govornik vidi svoj odnos s osobom kojoj se obraća?
- Koje je moje mišljenje o osobi kojoj se obraćam?
- Kakav je naš odnos (prijatelji, nadređeni - zaposlenik itd.)?
- Uglavnom se čita između redova (intonacija, izrazi lica, način formuliranja, izbor riječi).

#### **Razina privlačnosti**

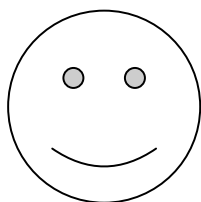
- Što se mojim govorom želi postići?
- Što želim postići s osobom kojoj se obraćam?
- Utjecanje: Želim postići određeni cilj, aktivirati i uvjeriti osobu kojoj se obraćam da nešto učini.
- Želje i očekivanja od drugih.
- U fokusu oglašavanja ili političkih govora.

## Primjer

Izjava	Zvao sam te 5 puta!
Objektivna razina	Htio sam razgovarati s tobom.
Samootkrivenje	Trebam te. Usamljen sam.
Razina povezanosti s drugima	Zanemaruješ me.
Razina privlačnosti	Brinut ću se sama o sebi.

**Model „četiri uha“:** analogan je modelu s četiri strane koji opisuje komunikaciju s gledišta osobe koja govori, Schulz von Thun opisuje ovaj model za osobu kojoj se obraćamo.

Činjenično uho



Uho razotkrivanja

Interaktivno uho

Uho privlačnosti

- Prenesene poruke adresirana osoba razumije na različitim razinama. Osoba ima slobodan izbor koje uho će dobiti i tumačiti prenesenu poruku. To ovisi, na primjer, o prijašnjim iskustvima, stavovima, očekivanjima, strahovima i maštanju.
- Komunikacija postaje teška kada su govornik i osoba s kojom razgovara usredotočeni na različite razine.

## Zaključci:

- Ono što kažemo, osoba kojoj se obraćamo često shvaća drugačije od onoga što želimo reći.
- Sve što kažemo filtrira i modificira osoba kojoj se obraćamo.
- Vjerujemo da je ono što čujemo i opažamo jedina istina. Zapravo postoji nekoliko stvarnosti.
- Ono što čujemo nije nužno i ono što je druga osoba rekla.
- Često čujemo samo ono što odgovara našim idejama.
- Nebitne informacije ponekad se shvaćaju kao posebno važne, a obrnuto, važne informacije, osoba kojoj se obraćamo, ponekad ignorira.
- Ponašanje drugih često je reakcija na moje vlastito ponašanje. Ako promijenim svoje ponašanje, promijenit ću i ponašanje drugih.
- Mogu poboljšati komunikaciju ako provjerim da je ono što vidim i smatram istinom, na isti način zamišljeno i od strane druge osobe (Pretpostavljam da mislite ..., Mislite li ...? Je li to točno?)

## 3.4 Vođenje rasprave – jezik zahvalnosti

Općenito:

- Priznanje i uvažavanje motiviraju osobu, jačaju njeno samopoštovanje i poboljšavaju komunikacijske sposobnosti osobe. Nedostatak priznanja i uvažavanja demotivira adresiranu osobu i rezultira povlačenjem, ljutnjom, strahom i odbijanjem suradnje.
- Priznanje i uvažavanje izraženi su i u nečijim osobnim stavovima, a ne samo u jeziku uvažavanja.
- Pozitivan stav prema osobi izražava se zahvalnim oblikom govora. Točno je i obrnuto: osobe kojima se obraćate mogu vrlo osjetljivo reagirati na pogrdne i omalovažavajuće riječi o njihovom ponašanju, razmišljanjima i idejama.
- Jezik zahvalnosti sprječava živciranje, povređivanje i bijes drugih.

#### Primjer omalovažavajućeg i uvažavajućeg jezika:

Omalovažavajući jezik	Uvažavajući jezik
Ako ne slušaš pažljivo, onda nećeš ništa razumjeti.	Molim te pomogni mi. Što točno još uvijek nije jasno u vezi s tim?
O Bože! To sigurno nije ispravan način!	Imam određene sumnje u vezi s ovim prijedlogom. Dopustite mi da vam kratko objasnim, možda su one neutemeljene.
Ne mogu vjerovati da i dalje radiš na ovom poslu.	Za ovaj posao planirali smo sedam dana. Možete li mi dati kratki izvještaj o statusu tog rada?

Izvor: Doris Ternes: Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – Ključna kvalifikacija), p. 67

### 3.5 Vođenje rasprave - aktivno slušanje

#### Općenito:

- **Negativni primjeri:** svi koji sudjeluju u raspravi to znaju - u žestokoj raspravi pojedinac više ne sluša drugu osobu jer je zauzet traženjem protuargumenta. Osoba kojoj se obraća osjeća da ju se ne shvaća ozbiljno, ljuti se i više nema mogućnosti za ostvarivanje dobre rasprave s pozitivnim rezultatima.
- Aktivno slušanje **metoda je vođenja rasprava** koja se temelji na **uvažavanju i interesu** druge osobe te na spremnosti za slušanjem. Aktivno slušanje omogućuje **otvorenu komunikaciju**.
- Aktivno slušanje prakticira se kako bi se **osiguralo da osoba kojoj se obraća razumije predstavljene informacije onako kako je namijenjeno**.
- Aktivno slušanje je **tehnika** kojom osoba prima povratne informacije i potiče se da nastavi raspravljati o pitanjima koja su od interesa.
- U praksi, aktivno slušanje znači:
  - **Verbaliziranje** osjećaja i zahtjeva osobe kojoj se obraća.
  - Izvjesno vrijeme se stavljam u položaj druge osobe kako bih ga točno razumjela. Osjećajima dolazim u taj položaj, a to poboljšava razinu povezanosti. Međutim, to ne znači da dijelim mišljenje druge osobe.

- **Sažetak činjenica** o čemu se razgovara uspostavlja **jasnoću**. Sažima se vašim vlastitim riječima ono što je faktički i emocionalno shvaćeno. **Nesporazumi** se mogu izbjeći samo ako je sigurno da obje osobe ne razgovaraju iz različitih razloga.
- Selektivna pitanja također pokazuju zanimanje i omogućuju pobuđivanje osjećaja važnosti kod osobe kojoj se obraćamo.

- **Tri razine aktivnog slušanja:**

- slušanje
- razumijevanje
- osjećaji.

Aktivnost	Razine	Model „četiri uha“
Vizualni kontakt, kimanje, zvuci kao „mhm“, „aha“, „da“.	<b>Slušanje</b>	Obraćamo se interaktivnom uhu.
Sažimam vlastitim riječima ono što čujem, kako bih bio siguran da sam ispravno razumio činjenice.	<b>Razumijevanje</b>	Obraćamo se činjeničnom uhu (analiza sadržaja).
Pokušavam razumjeti osjećaje i zahtjeve druge osobe i pokazati svoje dojmove.	<b>Osjećaji</b>	Obraćamo se uhu razotkrivanja ili privlačnosti (analiza osjećaja i želja).

Izvor: D. Ternes, Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – Ključna kvalifikacija)

- **Tehnike aktivnog slušanja**

- **Slušanje**

- Ovaj se prvi korak može opisati kao pasivno slušanje i sastoji se od elemenata kao što su održavanje kontakta očima, odobrenje kimanjem i zvukovi poput „mhm“, „aha“, „da“.

- **Razumijevanje – parafraziranje**

- Drugi korak aktivnog slušanja uključuje tehniku parafraziranja.
- Parafraziranje znači sažimanje argumenata druge osobe vlastitim riječima, to jest ponavljanje smisla onoga što je rečeno, ali ne s doslovnim izgovorenim riječima, da bih bio siguran da sam ispravno razumio sadržaj.

- **Tipična pitanja su:**

- Jesam li dobro razumio da ...?
- Ako mogu ukratko sažeti, vi mislite ...
- Da bi izbjegli bilo kakve nesporazume, ponovit ću ukratko ...

- **Osjećaji – verbaliziranje**

- Verbaliziranje znači ponavljanje poruke druge osobe na razini osjećaja i dodatno pojašnjenje točke rasprave postavljanjem pitanja koja se odnosi na osjećaje ili percepcije.
- **Tipični primjeri:**

Mogući temeljni osjećaji	Tehnike verbalizacije
Ljutnja	Čini se da Vas ljuti gospođa XY, ili imam pogrešan dojam?
Rezignacija, tuga	Osjećate li da se Vaš rad ne shvaća ozbiljno?
Ljutnja, bijes	Imate li dojam da opterećenje radom nije pravilno raspoređeno?

Izvor: D. Ternes, Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – Ključna kvalifikacija)

- **Naknadna pitanja**

- Aktivno slušanje uključuje i **postavljanje pitanja**. To omogućava drugoj osobi da razjasni nepoznanice.
- Primjer: Nisam Vas u potpunosti razumio. Možete li, molim Vas, preciznije pojasniti svoj problem s gospođom XY?
- Ponekad jednostavan izraz poput: „Doista? Stvarno?“, dovoljan je da drugu osobu potaknete da krene pričati o detaljima.

### 3.6 Vođenje rasprave – metoda povratne informacije

#### Općenito:

- Metoda povratne informacije je tehnika opisivanja vlastite percepcije, razumijevanja i odgovora u odnosu na ponašanje pojedinca.
- Metoda povratne informacije
  - trenira samo-percepciju (percepcija sebe i kako nas drugi vide često nije isto)
  - poboljšava **komunikacijske vještine i sposobnost za suradnju**
  - naglašava pozitivno ponašanje i ispravlja negativno ponašanje.
- **Pravila za osobu koja daje povratne informacije:**
  - Nemojte generalizirati i govoriti samo u prvom licu: "Mislim da ..., ... zanima me ..., razumio sam ...".
  - Ne ocjenjujte nešto kao isključivo ispravno ili netočno, dobro ili loše.
  - Povratne informacije ne samo da raspravljaju o negativnim odgovorima, nego i pojačavaju pozitivne odgovore. Nije stvar samo „obračuna“, već: Što pomaže nastavku?
  - Ne interpretirajte i ne generalizirajte. Opišite samo ono što je vidljivo i navedite vlastite reakcije ili osjećaje.

- Koristite korisne povratne informacije, to jest alternative koje omogućuju upućenoj osobi da promijeni svoje ponašanje. Ako nema mogućnosti promjene (npr. mucanje), na to se nemojte pozivati.
- Odaberite jasne i precizne formulacije. Ograničite se na samo nekoliko točaka i ne iznosite previše.
- **Pravila za osobu koja prima povratne informacije:**
  - Slušajte i sistematizirajte. Razmislite o onome što je rečeno.
  - Ne branite se, ne odbacujte, ne objašnjavajte i ne „pucajte natrag“.
  - Razmislite o tome što je ispravno i što vam može pomoći.
  - Međutim, ne smijete prihvatiti sve što druga osoba kaže.
- **Sadržaj metode povratne informacije:** Kod metode povratne informacije potrebno je opaziti sljedeće točke:
- „Ja“ poruke u odnosu na „Ti“ poruke:
  - Različiti načini za izražavanje kritika.
  - „Ti“ poruke izazivaju obrambeni stav, protivljenje, bijes, opravdanje.
  - „Ja“ poruke stvaraju zabrinutost, opoziciju i spremnost za pojašnjenje.
  - „Ja“ poruke mogu spriječiti predstojeće sukobe.

Primjeri „Ti“ poruka	Primjeri „Ja“ poruka
Ti uvijek moraš ...	Ja primjećujem da ...
Zašto ti ne bi ...	Želim da ...
Onda bi trebao ...	Nervira me to ...

- **Ponudite konstruktivnu kritiku.** Pravila konstruktivne kritike:
  - Opišite situaciju s vašeg vlastitog stajališta. Na primjer: Primjećujem da ...
  - Opišite svoju reakciju. Na primjer: Zbog ometanja instrukcija izgubio sam nit ...
  - Opišite svoje osjećaje. Na primjer: Tada se osjećam nesigurno ili me nervira kad ...
  - Formulirajte vlastite želje i očekivanja. Na primjer: Dopustite mi da završim što govorim ...
  - Izražavajte činjenice, a ne puke pretpostavke.
  - Pregovarajte u smislu činjenica, a ne prema emocijama.
  - Aktivno slušajte drugu osobu kako biste razjasnili njezino gledište.

- Ne uspoređujte se s drugim osobama.
- Zaključite rasprave pozitivno: ili zaključite sporazum ili se zahvalite drugoj osobi na iskrenim raspravama.

### 3.7 Vođenje rasprava – tehnike ispitivanja

#### Općenito:

- Pitanja su od temeljne važnosti za vođenje rasprave. Pitanja omogućavaju utjecanje na raspravu kako bi se tijekom rasprave odvijao u željenom smjeru. Dobre rasprave karakterizirane su ravnotežom između pitanja i traženih odgovora od adresirane osobe.
- **Tko pita, kontrolira raspravu.** Osoba može voditi diskusiju u željenom smjeru koristeći odgovarajuće oblike pitanja. Oprez: pitanja koristite oprezno kako osoba kojoj se obraćate ne bi bila preplavljena pitanjima ili se čak osjećala izmanipuliranom.
- Pitanja znače da smo zainteresirani za određenu temu, a samim tim da smo zainteresirani za osobu kojoj se obraćamo.
- Pitanja vitaliziraju komunikaciju.
- Pitanja probijaju barijere i često dovode do uspješnog završetka rasprave.
- **Oblici pitanja:** razlikuju se dva osnovna oblika pitanja - zatvorena i otvorena pitanja.
- **Zatvorena pitanja**
  - Nazivaju se i pitanjima odluke.
  - Držite raspravu kratkom.
  - Zahtijevajte kratki odgovor.
  - Pogodna su kada razgovarate s pretjerano pričljivim osobama.
  - Važna za izričite odluke.
  - Nedostatak: Prenose se samo ograničene informacije i nema pozadinskih informacija. Osoba kojoj se obraćamo nema mogućnost objašnjavanja.
- **Otvorena pitanja**
  - Pitanja koja počinju s Kako?, Zašto?, Što?, itd.
  - Ne mogu biti odgovorena s da ili ne.
  - Otvorena pitanja su poželjna kada su potrebni detaljni odgovori.
  - Dopuštaju veću fleksibilnost za odgovore.
  - Potiču daljnja razmišljanja o predmetu rasprave.

- Pogodniji su za dijalog među partnerima, a ne za unakrsno ispitivanje.
- Otvorena pitanja su prikladnija za analizu problema koji se mora riješiti.
- Oduzima više vremena, jer partneri detaljnije razgovaraju o stvarima.

#### Primjeri otvorenih i zatvorenih pitanja

	Zatvoreno pitanje	Otvoreno pitanje
Pitanje	Jeste li jučer bili na sajmu energetike?	Kakav je bio vaš dojam o sajmu energetike?
Odgovor	Da ili ne	Bio je vrlo informativan. Bavio se sljedećim temama ...
Pitanje	Želite li razgovarati o ovome?	Kako vas mogu zainteresirati za raspravu o tome?
	Sigurno biste željeli rješenje?	Koje je rješenje koje si ...?

Izvor: D. Ternes, Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – Ključna kvalifikacija), str. 74

- Važni aspekti kod postavljanja pitanja:
  - Važno je razviti osjećaj za čitanje poruka „između redaka“.
  - Postavljajte pitanja jedno po jedno, a ne u naglom slijedu.
  - Ponovite pitanje koje nije bilo dovoljno za odgovor, ako je važno.
  - Za nejasne molbe osobe kojoj se obraćamo, zapitajte se: Što točno osoba želi od mene? Pitajte ponovno.

### 3.8 Provođenje rasprava - Planiranje rasprava

#### Općenito:

Optimalno planiranje rasprava osigurava da rasprave ili savjeti ostave pozitivan dojam. Jasno strukturirane rasprave dovode do učinkovitog rezultata. Uspješne rasprave vode se prema određenom modelu:

- **Model četiri faze** (Izvor: D. Ternes, Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – Ključna kvalifikacija), str. 86 f.)
- **Uvodna faza**
  - Stvaranje pozitivne atmosfere za rasprave.
  - Uvod s ćaskanjem.
  - Objašnjeni su uvjeti za raspravu, kao što su dužina, datumi praćenja i svrha rasprave.
- **Faza informiranja**
  - Koji su predmeti od interesa za ovu raspravu / ovaj savjetodavni sastanak?
  - Razlog za raspravu, pozadina.
  - Koje informacije ima kupac?

- Aktivno uključivanje korisnika i pitanja usmjerena prema korisniku u svrhu određivanja njegovog gledišta.
- **Faza argumentiranja**
  - Tijekom faze argumentiranja argumenti su unaprijeđeni da bi se kupac uvjerio i da bi pripremili rješenje u interesu kupca.
- **Sklapanje sporazuma**
  - Rezultati rasprava i svi sporazumi bilježe se u obvezujućem obliku za obje strane. Daljnji postupak i daljnje planiranje bilježe se i, ako je potrebno, dokumentiraju u pisanom obliku.

### 3.9 Vođenje rasprava - savjetodavne i prodajne rasprave

#### Općenito:

- Uspješno komuniciranje i ostvarivanje savjetodavne funkcije moguće je samo kad obratimo pozornost na sljedeće točke:

#### Jezik

- Važan faktor za vođenje rasprava je korišteni jezik.
- Na to utječu vanjski čimbenici, kao što su samopouzdanje, nesigurnost, osjećaji i iskustva. Osoba koja se osjeća nesigurno često govori u konjunktivu ili kaže „ah“, „mhm“ i tako dalje. Osoba koja se osjeća samouvjereno govori jasno i odlučno.
- Samopouzdanje i svjesno držanje dobra su priprema za razgovor s klijentom i odražavaju se na način govora.
- Osoba kojoj se obraćamo, pažljivo sluša pravilan izgovor i razumljiv jezik i ne gubi odmah zanimanje.
- Izgovorite rečenice u potpunosti bez gutanja bilo kojeg dijela riječi ili rečenice.
- Promijenite svoj govor (povremeno glasnije, povremeno tiše, brže, sporije, sa i bez naglaska) kako ne biste zvučali monotono.

#### Formulacije trebaju biti jasne i razumljive

- Kratke i žustre rečenice prenose kompetentnost i sigurnost, a duge rečenice prenose neizvjesnost i zbrku.
- Strane riječi i specijalizirane kratice imaju odbijajući učinak.
- Izbjegavajte upotrebu riječi kao što su: zapravo, obično bi, možda, moguće, moglo bi, imale bi, itd.

#### Primjeri



Nejasno formulirano	Jasno formulirano
Zapravo, ja sam uvijek točan.	Oprostite što kasnim.
Kupci su obično zadovoljni s mojim savjetima.	Naši kupci su vrlo zadovoljni kvalitetom naših savjeta.
Možda naš XY odjel nudi ovaj proizvod?	Pitat ću u našem XY odjelu je li proizvod dostupan.
Morat ću pogledati to ...	Raspitat ću se o ovome ...

Prema D. Ternes, Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – Ključna kvalifikacija)

### Koristite pozitivan i motivirajući način izražavanja

- Pozitivan način izražavanja doprinosi pozitivnom ozračju za rasprave, budući da se osoba kojoj se obraćamo osjeća cijenjeno.

### Primjeri

Negativan način izražavanja	Pozitivan način izražavanja
Zapravo, moja kolegica Vas je htjela savjetovati. Međutim, nažalost, ona je bolesna.	Nažalost, moj kolega je bolestan. Rado ću Vas savjetovati, ako želite.
Bila bi dobra ideja sudjelovati u kontroli uštede energije.	Svojim sudjelovanjem u kontroli uštede energije donijeli ste razumnu odluku.

### Koristite „Ja“ formu

- Govorite u prvom licu. Koristimo „mi“ obrazac samo kad su obje strane istog mišljenja (sigurno se slažemo s tim ...)

### Obratite pozornost na suglasnost između govora tijela i govornog sadržaja

- Suočavanje s drugom osobom s obješenim ramenima i spuštenim krajevima usana otežava prenošenje pozitivnog dojma. I obrnuto: konstantni smijeh dok raspravljate o ozbiljnim stvarima je iritantno.

### Koristite čvrste i uvjerljive argumente

- Korisna je priprema i bilježenje argumenata.
- Primijetite razliku između uvjeravanja i nagovaranja:
- **Uvjeravanje:** kad druga osoba prepozna da činjenični argumenti govore u prilog tom postupku.
- **Nagovaranje:** kad druga osoba djeluje prvenstveno na temelju osjećaja, bez činjeničnih argumenata u korist postupka.
- Međutim, ponekad se kombiniraju činjenični utjecaji i utjecaji koji se temelje na osjećajima (na primjer, kupnja old-timer automobila ili ušteda novca i dobar osjećaj zbog zaštite okoliša sudjelovanjem u kontroli uštede energije). U pravilu, pojedinac može uvjeriti osobu koristeći čvrste i uvjerljive argumente.

### Koristite primjere za objašnjenje svojih argumenata

- Jedan primjer često ilustrira situaciju brže od nekoliko opisa.

### Priprema za suprotstavljanje prigovorima

- Tijekom pregovora i savjetodavnih sastanaka treba brzo reagirati na izložene prigovore. Osoba kojoj se obraća treba imati osjećaj da je shvaćaju ozbiljno. Štoviše, pojedinac bi trebao izbjegavati situaciju stvaranja osjećaja da je netko u „pravu“ ili „pobjednik“, samo zato što savjetnik za kupce ne reagira brzo.

### Rješavanje prigovora

- **Očekivani prigovori:** prigovori se mogu otkloniti i umanjiti pripremom za očekivane prigovore i formuliranjem protuargumenta. Primjer: „Sada možete prigovoriti da je provođenje postupaka za uštedu energije previše složeno. Međutim, uzmite u obzir da će samo nekoliko manjih promjena u vašem ponašanju uštedjeti novac i brzo ćete se naviknuti na te promjene.“
  - **Postavljanje dodatnih pitanja:** ako primjedbe druge osobe nisu jasne, razjasnite ih postavljanjem pitanja. **Primjer:** „Ne želite da utičnice s više ulaza budu ovako povezane. Što onda predlažete?“
  - **Bumerang metoda:** ovom metodom prigovori druge osobe izravno se vraćaju kao argumenti. **Primjer:** „Ako mislite da ove mjere ne pomažu, možemo ugraditi mjerne uređaje koji će Vam točno pokazati koliko ćete uštedjeti.“
  - **Pričanje priča:** kratki ili zabavni primjeri gdje je to ranije funkcioniralo ponekad su korisni za uklanjanje protuargumenta.

## 3.10 Rukovođenje kritika

### Općenito:

Većina ljudi kritiku smatra negativnom, iako kritika može biti unaprjeđivanje i u pozitivnom i u negativnom smislu. Čovjek kritiku doživljava kao napad na sebe, i kao ponižavanje. Što je slabije samopoštovanje pojedinca, to on oštrije reagira.

S druge strane, mnogim ljudima je teško kritizirati druge. Primjerice, kupac se osjeća iskorišteno, isprva ne izražava to, potajno se ljuti, obuzdava tu ljutnju i odjednom slijedi izljev ljutnje (vidi priču o čekiću).

- **Uzroci kritike:**
  - Druga osoba se više ne uklapa u moja očekivanja.
  - Smatram da je moj obrazac ponašanja jedini ispravan obrazac.
  - Pomoću naših prijedloga za poboljšanje želimo pomoći drugoj osobi u njegovu / njezinu korist.

- Kritika stvara distancu: na primjer, između roditelja i djece, šefa i zaposlenika itd.
- Kritika je sredstvo uspostavljanja superiornosti. Mi izgledamo bolje kada drugi pogriješe.
- **Oblici kritike**
  - **Direktna kritika** izražava se u obliku:
    - Optužbe: Nemoguć si ...
    - Gundanja: Uvijek to napraviš tako ...
    - „Second-hand“ kritika: To svi kažu ...
  - **Indirektna kritika:**
    - Sarkazam: Uspio si to opet napraviti, zar ne?
    - Neželjena pomoć: Ja ću to učiniti za tebe.
    - Kritički stav: Taj je film bio stvarno glup.
    - Veličanje treće osobe: Pogledaj Juttu. Ona to vrlo dobro radi.
- **Rukovođenje kritike**
  - Kritika koju dobijem, prije svega, je odraz mišljenja druge osobe. Subjektivna je i često govori o drugima, poput onoga što im se ne sviđa, onoga što im nedostaje itd.
  - Riječ je o osjetljivosti na verbalne i, prije svega, neverbalne signale druge osobe i prepoznavanju kada ta osoba izražava ljutnju, suzdržanost, omalovažavanje itd. To se često komunicira govorom tijela: pogled odluta, gubi se pažnja, signali poput tapkanja nogom, bubnjanja prstima itd.
- **Reakcije na kritiku i rukovođenje kritike**
  - Slušajte pažljivo i utvrdite koji je stvarni problem.
  - Odredite razinu na kojoj problem postoji (emocionalna, činjenična, u odnosu na drugu osobu?)
  - Ne branite se i ne opravdavajte svoje postupke.
  - Potaknite klijenta da iskreno izrazi svoje rezerve i razloge kritike.
  - Prihvatite kritiku, pokažite svoje razumijevanje i uključite argumente kupca.
  - Uklonite vjetar iz jedra osobe koja kritizira: Razumijem da Vas to ljuti. Kako Vam mogu pomoći?

- Za slučaj da je kritika na razini povezanosti s drugom osobom: Razumijete li što govorim? Imate li isti dojam?
- **Korisne formulacije za konstruktivnu kritiku**
  - Osjećam ...
  - Kad pričam s tobom imam osjećaj ...
  - Jako bih volio da ...
  - Kada kažeš da ja osjećam ...
  - Nisi napravio to. Stoga se ja osjećam ...
  - Željela bih da ti ...
  - Želio bih objasniti svoje stajalište po tom pitanju ...
  - Sa svog stajališta, gledam na to malo drugačije ...
  - Molim Vas, nemojte se uvrijediti, ali ja to vidim ovako ...

Prema Chr. Hohenadl: Kommunikationstraining: richtig hören, reden, verstehen, (Treniranje komunikacije: slušanje, govor i pravilno razumijevanje), Klett-Verlag, 2008.

### 3.11 Rukovođenje sukoba

#### Definiranje sukoba

- Sukobi su smetnje koje prekidaju tijekom rasprava.
- Sukobi nadilaze puke razlike u mišljenjima.
- Uvijek su uključene **dvije ili više strana**, s različitim namjerama u svojim pregovorima.
- Jake **emocije**, poput ljutnje, bijesa, ili osvete, su u fokusu.
- Rezultat toga je nepromišljeno ponašanje i postupci, izrazi bijesa i verbalni napadi.
- **Neriješeni sukobi eskaliraju**. Stoga je potrebno rano intervenirati i djelovati prema njihovom uklanjanju.

#### Pozadina sukoba

- **Različiti interesi i zahtjevi sukobljenih strana**, poput osjećaja priznanja, zavisti ili straha od gubitka.
- **Osobni problemi**, poput neurotskih poremećaja, strahova, lošeg dana, nezadovoljstva sobom, preopterećenja ili bespomoćnosti.
- **Problemi u komunikaciji**, poput nesporazuma, pogrešno protumačenih signala itd.
- **Različito informirane osobe**, različita saznanja o činjenicama.

- **Vrijednosti su različite:** ograničenje slobode u interesu održavanja reda.
- **Strukturni uvjeti**, poput hijerarhije i zakona (prometni prekršaji nasuprot prometnim pravilima).

#### Signali sukoba

- **Agresivnost i neprijateljstvo**, poput verbalnih napada i zlonamjernih pogleda.
- **Nezainteresiranost:** druga osoba više ne sluša, odlazi ili ignorira vaše izlaganje.
- **Odbijanje i otpor:** neprestano se suprotstavlja vašem izlaganju, ne želi razgovarati s vama.
- **Bijeg:** izbjegava kontakt, uskraćuje dostupnost.
- **Pretjerano prilagođeno ponašanje:** lažna prijateljska nastrojenost

#### Posljedice sukoba

- Nastaje **stresna situacija**.
- Sposobnost **usvajanja informacija** ozbiljno je **ograničena**. Čujemo samo ono što se uklapa u našu sliku. Naše razumijevanje je blokirano i više ne primjećujemo svoje okruženje pravilno.
- **Crno-bijelo razmišljanje**, prijatelj-neprijatelj razmišljanje.
- Prevladavaju emocije poput bijesa, straha i nepovjerenja.
- Vlastiti **ugroženi interesi** i zahtjevi su od **najveće važnosti**. Zahtjevi drugih više nemaju značenja i mi nismo u mogućnosti uspostaviti kontakt.
- **Mogućnosti pregovora** su **ograničene**. Ograničenje moždanih funkcija:
  - Napad kada se pojedinac osjeća jačim.
  - Bijeg kada se pojedinac osjeća slabijim.
  - Mrtve točke kada pojedinac više ne može pobjeći.

#### Zaključci

- Tko želi konstruktivno rješavati konfliktne situacije mora biti svjestan svojih vlastitih reakcijskih obrazaca. Treba znati kako reagirati u konfliktnim situacijama - bilo da je pojedinac skloniji napadu, povlačenju ili će radije izbjeći konfliktne situacije. Samo onaj tko razumije svoje ponašanje može se distancirati od sukoba i biti u stanju pregovarati.
- Pregovaranje je moguće samo kad je uspostavljena unutarnja stabilnost i kada pojedinac u potpunosti kontrolira vlastitu psihu. Stoga je ponekad korisno prekinuti raspravu i nastaviti ju naknadno. Za kontroliranje uštede energije poslovni kolega bi trebao preuzeti vođenje rasprave, ako diskusija postane previše komplicirana.

**Metode za smirivanje sukoba.** Pridržavajte se sljedećih principa:

- Dopustite drugoj osobi da govori i ne intervenirajte prije nego što je druga osoba završila.
- Ne suprotstavljajte se optužbama drugim optužbama.
- Ispitujte detaljnije da utvrdite je li vas druga osoba pravilno razumjela.
- Održavajte kontakt očima.
- Ne pokazujte bahatost svojim govorom tijela. Na primjer, nemojte se okretati, smijati se pogrdno, podizati obrve itd.
- Zanimarite napade i, koliko god je to moguće, nemojte reagirati na njih.
- Nemojte reagirati na prijetnje i optužbe.
- Ne dozvolite sebi da vas zaokupi dinamika sukoba. Igre moći i oštre verbalne razmjene proizvode samo gubitnike i nema pobjednika.
- Beskorisno je beskrajno tražiti uzroke problema. Bolje je koncentrirati se na rješenje problema.
- Pitanja poput: Što će nam dalje pomoći? Ozbiljno shvatite osobu i sudjelujte u rješavanju problema.

### 3.12 Postupak usmjeren na uslugu

**Općenito:**

Za optimalno savjetovanje kupaca važan je unutarnji stav koji se fokusira na prijateljski odnos s kupcem. U obučavanju odjela prodaje i komunikacija razvijen je, posebno za uslužnu i korisničko savjetodavno osoblje, takozvani „uslužni sat“ koji je od presudne važnosti. Uključuje važna načela usmjerena na korisnike i kupce pri pružanju usluga.

**Uslužni sat** (preuzeto iz Haeske, Udo, Kommunikation mit Kunden (Komunikacija s klijentima), Cornelsen-Verlag, Berlin 2008., str. 22f.)

- **Stručnost**
  - Bez stručnosti je teško zajamčiti visoku razinu kvalitete usluge.
  - Stručno znanje i iskustvo određuju koliko ugodno se osjećaju klijenti tijekom rasprava.
- **Brzina**
  - Ponudite rješenja što je prije moguće.
  - Kada kupci moraju dugo čekati, osjećaju da se s njima ne postupa pravilno.
- **Budite osobni**

- Obraćajte se klijentima koristeći njihova imena.
- Ako imate znanja o pojedinostima kupca ili ako klijent govori o osobnim stvarima, pitajte ih prema tome.
- Razmislite o osobnim željama.
- **Obveze**
  - Napravite obvezujuća obećanja i pridržavajte ih se.
  - Budite precizni. Odredite tko što radi.
  - Dokazati pouzdanost u odnosu na kupca.
- **Inicijativa**
  - Kada prepoznate želju kupca, preuzmite inicijativu prije nego što to druga osoba očekuje ili zahtijeva.
- **Promatrajte detalje**
  - Olakšajte kupcu (jednostavna objašnjenja, uručivanje brošura itd.).
  - Postavite se u položaj druge osobe. Osoba tada prepoznaje da se brinete za njene interese.
- **Iskrenost kada se dogodila pogreška**
  - Ako se dogodila pogreška, priznajte to otvoreno i iskreno te ponudite rješenje.
  - Ljubaznost, vedrina i osmijeh olakšavaju situaciju.
  - Pristupite kupcu sa zanimanjem.
- **Strpljenje**
  - Obratite pažnju 100 % na kupca.
  - Strpljivo odgovarajte na pitanja. To prenosi osjećaj sigurnosti, budući da čovjek ostaje miran.
- **Diskrecija**
  - Privatni život klijenta je osjetljivo područje. Pojedinac ne bi trebao otkrivati osobne informacije trećoj osobi te bi trebao osigurati da se drugim osobama ne daju takve informacije.
- **Fleksibilnost**
  - Prihvaćajte neobične želje klijenta sa zanimanjem i tražite kreativno rješenje.

- **Posvećenost i uslužnost**
  - Uslužnost se izražava radom, i to većim radom nego što to kupac može očekivati.
  - Savjetnik za korisnike koji pošalje dodatne informacije ili ih osobno prenese, pokazuje predanost i brigu o kupcu.
- **Rješavanje pritužbi i sukoba:** postupak usmjeren na usluge ogleda se i u načinu rješavanja sukoba i rješavanju postojećih problema. Stoga ovdje ponavljamo strategije rješavanja sukoba.
  - Dopustite drugoj osobi da govori. Ne suprotstavljajte se optužbama drugim optužbama.
  - Ispitajte detaljnije da utvrdite je li vas druga osoba pravilno razumjela.
  - Koliko god je moguće, zanemarite napade i ne reagirajte na njih.
  - Ne dozvolite sebi da vas zaokupi dinamika sukoba. Igre moći i oštre verbalne razmjene daju samo gubitnike i nema pobjednika.
  - Beskorisno je beskrajno tražiti uzroke problema. Bolje je koncentrirati se na rješenje problema.
  - Pitanja poput: Što će nam dalje pomoći? Ozbiljno shvatite osobu i sudjelujte u rješavanju problema.

**Što činiti, a što ne činiti u komunikaciji s kupcima** (preuzeto iz D. Ternes, Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation (Komunikacija – ključna kvalifikacija), Junfermann-Verlag Paderborn, 2008., str. 88f.)

#### Što činiti u komunikaciji

Činiti – tipični promotori diskusije	Izrazi (primjeri)
Otvorena pitanja	Kako ti to vidiš?
Pitanja prema odgovoru	Što misliš pod možda?
Ciljana pitanja	Kako možemo poboljšati situaciju?
Signaliziranje pažnje	Vizualni kontakt, zvukovi kao „ah“, „mhm“ ili kimanje
Rezimirati	Dakle, misliš ...
Razjasniti, naglasiti osnovnu poantu	Ako sam Vas dobro razumio, to je pitanje ...
Radeći prema željama	Dakle, zainteresirani ste za ... Ti bi jako voljela ...
Obratiti pažnju na emocije	Razočarani ste ... Osjećaš li se ignorirano?
Bavljenje „Ja“ porukama / konstruktivno rješavanje sukoba	Već ste me tri puta prekinuli. To me nervira, jer tada gubim nit.
Adresiranje po imenu	Da, gospodine Maie ...
Pozitivne formulacije	Da, sa zadovoljstvom, vrlo dobro ...
Signaliziranje razumijevanja	Mogu to razumjeti ...
Signaliziranje obveze	Odmah ću se pobrinuti za to.

**Što ne činiti u komunikaciji**

Ne činiti – razarači rasprave	Izjave (primjeri)
„Ti“ poruke	U svakom slučaju, ti bi imao ...
Iritirajuće formulacije	To nije moja odgovornost.
Podcjenjivanje	To i nije toliko loše.
Ispitivanje / optuživanje	Zašto me nisi kontaktirao ranije?
Insinacije	Ti si ljut samo zbog ...
Ne reagiranje na emocije	Molim te drži se činjenica. Zašto si tako ljut?
Procjenjivanje / osuđivanje	Krivo misliš. Ne možemo ovako nastaviti.
Zapovijedanje	Očekujem da ćeš ti ... Učini to na ovaj način.
Upućivanje	Već sam ti to objasnio ranije.
Upozoriti / prijetiti	Razmislio bih o tome vrlo pažljivo. Razmislite o posljedicama.
Mudrosti	Bez muke nema nauke ...
Ironija / sarkazam	Što predlažeš onda?
„Ubilačke“ fraze	Uvijek smo to radili tako.
Ublaživači	Nekako, zapravo, mogao bi, možda, moguće, pod određenim uvjetima.

**3.13 Pripremanje****Općenito:**

- Profesionalno bavljenje svojim poslom uključuje davanje pažnje pripremi i razmatranje kako predstaviti projekt drugima. Što se tiče intervjua za posao, prvi dojam često odlučuje je li razgovor bio uspješan ili ne. Dobro se pripremiti, predstaviti se u pozitivnom svjetlu i ostaviti dobar dojam stvar je pokazivanja poštovanja prema drugim osobama.

**Priprema za savjetodavne rasprave**

- **Korisni savjeti**
  - Prije posjete provjerite je li dovršen savjetodavni slučaj vašeg klijenta.
  - Jesu li svi dijelovi potrebni za savjetodavne rasprave prisutni?
  - Radi li moj laptop (napunjena baterija)?
  - Funkcioniraju li svi mjerni instrumenti?
- **Dodatna priprema**
  - Osigurajte pravovremeni dolazak na dogovoren sastanak.
  - Uzmite u obzir vrijeme putovanja i rute.
  - Proučite rasporede polazaka javnog prijevoza, karte gradova itd.
- **Odjeća**

- Trebate se osjećati ugodno u svojoj odjeći.
  - Odjeća mora biti čista i uredna.
  - Odjeća treba biti prikladna za situaciju. Ne samo neuredna odjeća, već i pretjerana odjeća uzrokuje nelagodu.
  - U slučaju dvojbe, odjeća bi trebala prije svega biti pristojna. Minice i veliki dekoltei nisu prikladni.
  - Nakit i dodaci trebaju se uklopiti u cjelokupnu sliku.
  - Šminka i parfem trebaju biti pristojni i ne pretjerani.
- **Držanje**
    - Ne previše ukočeno, ali ni previše bezbrižno. Ako se krećete ukočenim držanjem, ostavljate dojam da ste nepristupačni. Bezbrižno držanje signalizira površnost.
    - Otvoreno sjedenje pokazuje zanimanje (nemojte prekriziti ruke).
    - Održavajte prijateljski izraz lica i povremeno se smiješite.
    - Održavajte kontakt očima.
    - Geste: pokreti ruku kao podrška verbalnom izlaganju podupiru vaše riječi. Međutim, pretjerana kretnja može odvratiti pažnju s prezentacije i naštetiti koncentraciji.
  - **Način govora**
    - Govorite jasno, razumljivo, slobodno i smireno.
    - Preuveličan izbor riječi ili upotreba mnogih specijaliziranih izraza stvara nepovjerenje i suzdržanost. To može dati dojam kupcu da ga se uvjerava, a ne savjetuje.
    - Ne upotrebljavajte „sleng“ izraze ili oštar jezik. To iritira kupca i odaje dojam nesposobnosti.

### 3.14 Ponašanje u kućanstvu

- Prijateljski i otvoren pristup najvjerojatnije će pridobiti kupca.
- Tretirajte svog kupca onako kako biste željeli da se vas tretira.
- Predstavite se svojim punim imenom.
- Pružite ruku i srčano se rukujte.
- Održavajte kontakt očima s drugom osobom.

- Uđite i sjednite tek nakon što vam se kaŹe.
- MoŹete prihvatiti nešto za piće, s iznimkom alkohola.
- Uključite se u čavrljanje kako biste stvorili atmosferu za rasprave (vrijeme, stan, putna ruta itd. - što god se čini prikladno).
- Prijelaz na savjetodavne rasprave: točno obavijestite kupca o postupku koji će slijediti.
- Kad je potreban ulazak u druge prostorije, uvijek pitajte za dopuštenje.
- Prilikom mjerenja objasnite zašto su potrebna.
- Pri postavljanju štednih Źarulja, produŹnih kablova s više izlaza, postavljanju aeratora za vodu itd., uvijek objasnite funkciju i razlog ugradnje.
- Na kraju savjetodavnih rasprava i radnji pričajte o daljnjem postupku.
- Ostavite broj svog telefona ili posjetnicu u slućaju da će klijent imati pitanja.
- Ljubazno se zahvalite i izađite.

#### **Ponašanje u kućanstvima s drugaćijim kulturnim porijeklom**

- **Opća razmatranja**
  - Tijekom provođenja provjere uštede energije posjetit ćete i obitelji drugaćijeg kulturnog porijekla. Za lakši razgovor i izbjegavanje nesporazuma, vaŹno je biti svjestan vlastitih predrasuda i biti informiran o kulturnim okolnostima imigranata.
- **Uzroci nesporazuma**
  - Ljudi su razlićiti. S jedne strane, to obogaćuje naše Źivote. Međutim, to predstavlja i poteškoće.
  - Ljudi imaju predrasude prema drugima, pa i prema ljudima iz drugih zemalja, ćije su kulture i obrasci ponašanja drugaćiji i koje ne razumijemo.
  - Kao što je već spomenuto u odjeljku „Percepcija“, skloni smo prepoznati našu percepciju kao jedinu stvarnost i pokušavamo projicirati svoje norme i vrijednosti na druge.
  - Ljudi imaju tendenciju da ocjenjuju druge koji su slićni njima pozitivno i, obrnuto, ono što ne razumiju negativno.
  - Nadalje, mogu postojati i poteškoće u komunikaciji zbog drugaćijeg materinjeg jezika.
- **Ponašanje u kućanstvima drugih kultura**
  - Da bismo razumjeli ljude drugog kulturnog porijekla, vaŹno je biti svjestan i saznati više o vrijednostima i normama tih osoba.

- Mogu se izbjeći nesporazumi kada je čovjek u stanju staviti se u položaj druge osobe i nauči se nositi s raznolikim okolinama.
- **Za ponašanje u domaćinstvu to osobito znači:**
  - Poštivanje običaja i navika drugih kultura. Na primjer, ako je prihvaćeno ostavljati cipele u hodniku, to biste trebali poštivati i skinuti cipele.
  - Ako niste sigurni kako se ponašati, jednostavno pitajte što je u obitelji prihvaćeno. Time se dobiva poštovanje i simpatija druge osobe i uklanja se rezerviranost druge osobe.

### 3.15 Priprema za savjetodavni posjet kućanstvima

Faza rasprave	Što treba učiniti	Cilj
<b>Pozdravljanje i uvod</b>	Pozdravite korisnika, dogovorite datum za posjetu domaćinstvu, čavrljanje (vrijeme, atraktivan stan, itd.)	<i>Osigurajte dobru atmosferu za raspravu</i>
<b>Prijelaz na savjetodavnu fazu</b>	Objasnite svrhu savjetodavnog posjeta, posebno objasnite postupak za stan. Razradite argumente i prednosti za korisnika.	<i>Informirajte korisnika, stvorite osjećaj sigurnosti kako bi korisnik znao s čim se suočava</i>
<b>Savjetodavna faza</b>	Objasnite detaljno što će se učiniti i zašto. Objasnite točno funkcije uređaja.  Kad je potreban ulazak u druge prostorije, uvijek pitajte za dopuštenje.  Ne prekidajte komunikaciju, postavljajte pitanja, utvrdite prirodu problema (vidi također „Rukovođenje kritika“). Nemojte pretjerivati u pokušaju uvjeravanja korisnika, koristite uvjerljive argumente. Pronađite rješenje koje će uzeti u obzir želje korisnika.	<i>Osiguranje za korisnika Izgradite povjerenje  Poštovanje  Pronađite prihvatljivo rješenje za sve Uvijek prepoznajte zahtjeve korisnika</i>
<b>Završna faza</b>	Rezimirajte rezultate savjetodavnog posjeta. Raspravite kako postupiti dalje, pojašnite otvorena pitanja. Ostavite svoj telefonski broj kako bi vam se korisnik mogao slobodno obratiti u slučaju dodatnih pitanja. Dogovorite datum za drugu posjetu. Uljudno se zahvalite osobi i izađite.	<i>Pojasnite kako postupiti dalje</i>