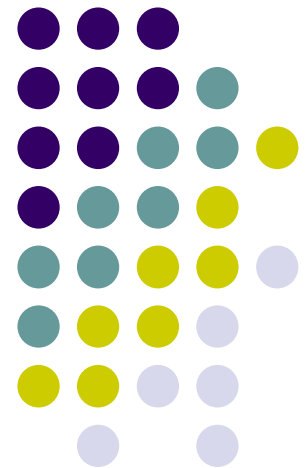
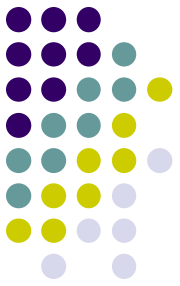


Προκλήσεις για τους επαγγελματικούς συμβούλους κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους

Δέσποινα Σιδηροπούλου-Δημακάκου
Καθηγήτρια ΕΚΠΑ



Προκλήσεις και διλήμματα



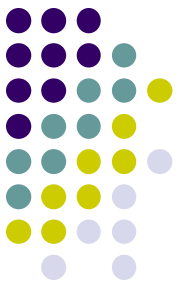
- Διαχείριση των ορίων μεταξύ της επαγγελματικής συμβουλευτικής, της προσωπικής συμβουλευτικής και της προπόνησης.
- Παραπομπή του πελάτη για εκτενέστερη ή εναλλακτική υποστήριξη.
- Ανταπόκριση στην πίεση για παροχή συμβουλών.
- Αντιμετώπιση της αντίστασης του πελάτη.
- Εργασία με «σημαντικούς άλλους».
- Αποτελεσματική εργασία με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες, με τρόπο που να σέβεται τις διαφορές, αλλά να μην ενδυναμώνει τα στερεότυπα.

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική ή προσωπική συμβουλευτική;



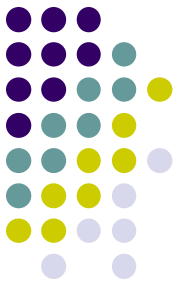
- Είναι πιο αποδεκτό κοινωνικά να απαντήσει ότι επισκέπτεται ένα *επαγγελματικό* σύμβουλο, παρά ένα *προσωπικό* σύμβουλο.
- Επιπλέον, μερικοί πελάτες έρχονται για επαγγελματική συμβουλευτική, προσδοκώντας συνειδητά να συζητήσουν για τη σταδιοδρομία τους, αλλά στην πραγματικότητα χρησιμοποιούν τον χρόνο τους, μερικές φορές και προς δική τους έκπληξη, για να συζητήσουν προσωπικά θέματα.

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική ή προσωπική συμβουλευτική;



- Το δίλημμα για τον επαγγελματικό σύμβουλο αφορά στον βαθμό, στον οποίο επιτρέπεται να κυριαρχούν τα προσωπικά θέματα στις συνεδρίες.
- Από τη μία πλευρά, οι επαγγελματικοί σύμβουλοι πρέπει να επιτρέπουν στους πελάτες να αναγνωρίζουν και, όπου χρειάζεται, να εξερευνούν τα συναισθήματά τους. Ωστόσο, εάν ο επαγγελματικός σύμβουλος επιτρέψει στον πελάτη να εκθέσει τα προσωπικά του θέματα, εις βάρος των θεμάτων σταδιοδρομίας που πρωταρχικά έχουν εξακριβωθεί, είναι πιθανό ότι στο τέλος της συνάντησης ο πελάτης θα πει ή θα σκεφτεί «Δεν πήρα αυτό για το οποίο ήρθα».

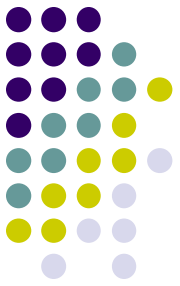
Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική ή προσωπική συμβουλευτική;



- Για τον λόγο αυτό, ίσως σε κάποιο σημείο χρειάζεται να υπενθυμίσουμε στον πελάτη την **επαγγελματική φύση** του συμβολαίου.
- Εάν τα προσωπικά θέματα αποδειχτούν επίμονα κυρίαρχα, θα βοηθούσε να γίνει μια επαναδιαπραγμάτευση του συμβολαίου ή να συζητηθεί η πιθανότητα μιας παραπομπής αλλού .

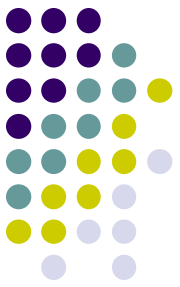
Πίνακας:

Μερικές ερωτήσεις για να αποσαφηνιστεί κατά πόσο η επαγγελματική συμβουλευτική είναι κατάλληλη



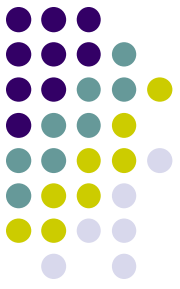
- Μήπως το συναίσθημα που νιώθει ένας πελάτης για ένα πρόβλημά του είναι τόσο εξουθενωτικό, ώστε χρειάζεται να εξεταστεί πρώτο;
- Δείχνει ο πελάτης την απαιτούμενη «προσοχή» για να αντιμετωπίσει τα θέματα ή την επιλογή σταδιοδρομίας;
- Μήπως το θέμα της σταδιοδρομίας είναι το λιγότερο σημαντικό από τα προβλήματα του πελάτη;
- Μήπως ο πελάτης έχει παράλογες απαιτήσεις από τη διαδικασία της επαγγελματικής συμβουλευτικής;

Άλλες καταστάσεις κατάλληλες για παραπομπή



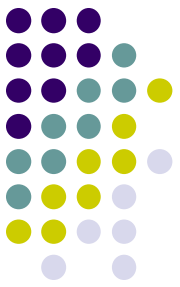
- Η ανάγκη για παραπομπή μπορεί να προκύψει σε οποιοδήποτε στάδιο της επαγγελματικής συμβουλευτικής. Ακόμη κι όταν ολοκληρωθεί η συμβουλευτική διαδικασία, μπορεί να χρειαστεί να γίνει μια παραπομπή, εάν, για παράδειγμα:
 - Η επαγγελματική συμβουλευτική έχει αυξήσει την επίγνωση του πελάτη για την ανάγκη προσωπικής συμβουλευτικής σχετικά με ένα μείζον θέμα ζωής προερχόμενο από το παρελθόν, ή
 - Ο πελάτης χρειάζεται ειδική πληροφόρηση, την οποία ο επαγγελματικός σύμβουλος δε μπορεί να του προσφέρει (για παράδειγμα, πληροφορίες για συγκεκριμένα επαγγέλματα ή για εκπαιδευτικά δάνεια και υποτροφίες).

Άλλες καταστάσεις κατάλληλες για παραπομπή



- Οποιαδήποτε παραπομπή θα πρέπει να γίνεται με φροντίδα, ειδικά οι παραπομπές για προσωπική συμβουλευτική. Μια πρόταση για παραπομπή μπορεί εύκολα να μεταφραστεί από τον πελάτη ως απόρριψη και μπορεί να διαταράξει τη σχέση μεταξύ συμβούλου και πελάτη («Νομίζετε ότι είμαι τρελός», ή «Δεν μπορεί να με βοηθήσει άλλος. Πάλι απέτυχα»).
- Ο επαγγελματικός σύμβουλος πρέπει να είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει τα συναισθήματα του πελάτη κατά τη διάρκεια της συζήτησης για παραπομπή. Διότι, για να είναι επιτυχημένη μια παραπομπή, η απόφαση θα πρέπει να είναι κοινή και οι λόγοι πρέπει να είναι από κοινού ξεκάθαροι.

Άλλες καταστάσεις κατάλληλες για παραπομπή



- Ο σύμβουλος μπορεί να προτείνει στον πελάτη να επιστρέψει για μια περαιτέρω συνάντηση αργότερα, αν νομίζει ότι θα του είναι χρήσιμη. Αυτή η προσφορά μπορεί να λειτουργήσει ως μια χρήσιμη «γέφυρα» για τους πελάτες, ακόμη κι αν δεν την αποδεχτούν.
- Στην περίπτωση της «παραπομπής» για ειδική ή λεπτομερή πληροφόρηση σταδιοδρομίας, είναι χρήσιμο να δημιουργήσει ο σύμβουλος ένα κατάλογο προσώπων που ο ίδιος γνωρίζει, τα οποία ασκούν διαφορετικά επαγγέλματα και μπορούν να λειτουργήσουν ως «ανθρώπινη» πηγή πληροφοριών για τους πελάτες. Αυτό μπορεί να εξασφαλισθεί από προηγούμενους πελάτες, οι οποίοι θα έδειχναν πρόθυμοι για μια πιθανή προσέγγιση. Επίσης, θα πρέπει να είναι στη διάθεση του πελάτη οι διευθύνσεις διαφόρων επαγγελματικών ενώσεων.

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική συμβουλευτική ή προπόνηση;



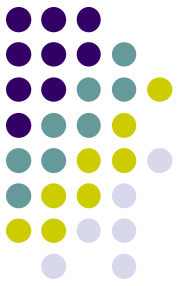
- Αυτή η ερώτηση υποβάλλεται συχνά από τους καταρτιζόμενους σε προγράμματα επαγγελματικής συμβουλευτικής. Τα τελευταία χρόνια, γίνεται πολύ συζήτηση για την προπόνηση, η οποία αντικατοπτρίζει ίσως το πιο αποδεκτό πρόσωπο της συμβουλευτικής, αφού υπονοεί, λιγότερη έμφαση στο πρόβλημα και περισσότερη στον καθορισμό των στόχων και στη δράση.
- Η επαγγελματική συμβουλευτική, η προπόνηση για τη σταδιοδρομία και η προπόνηση για την ανάπτυξη του ατόμου είναι αλληλοεπικαλυπτόμενες δραστηριότητες.

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική συμβουλευτική ή προπόνηση;



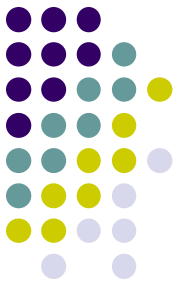
- Η προπόνηση για την ανάπτυξη καθιστά τα άτομα ικανά να αναπτύξουν την αποτελεσματικότητά τους στους τωρινούς ρόλους τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη εργασιακή ικανοποίηση.
- Η επαγγελματική συμβουλευτική στρέφει την προσοχή της στις επιλογές που βασίζονται στην όσο το δυνατόν μεγαλύτερη πληροφόρηση. Η πραγματοποίηση αυτών των επιλογών μπορεί να επηρεαστεί από την ικανότητα του ατόμου να αναπτύξει επαρκείς και κατάλληλες δεξιότητες, γνώσεις και στάσεις. Αυτό θα μπορούσε να διευκολυνθεί από την προπόνηση για την ανάπτυξη.

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική συμβουλευτική ή προπόνηση;



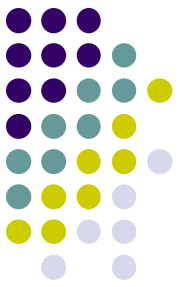
- Η προπόνηση για τη σταδιοδρομία θεωρείται εφόδιο για τους πελάτες, προκειμένου να επιτύχουν τους επαγγελματικούς τους στόχους, με την αποτελεσματική χρήση των δεξιοτήτων διαχείρισης σταδιοδρομίας.
- Οι δεξιότητες αυτές είναι οι εξής:

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική συμβουλευτική ή προπόνηση;



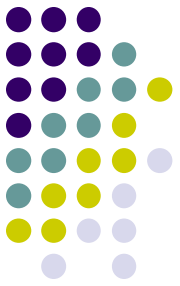
- Δεξιότητες διεκδικητικότητας.
- Δεξιότητες διαχείρισης χρόνου.
- Αιτήσεις εργασίας.
- Προετοιμασία βιογραφικού σημειώματος.
- Παρουσίαση σε συνέντευξη.
- Χρησιμοποίηση του διαδικτύου.
- Συνέντευξη αναζήτησης πληροφοριών και συμβουλών.
- Προσέγγιση εργοδοτών για αναζήτηση εργασίας.
- Δικτύωση.

Ο πελάτης χρειάζεται επαγγελματική συμβουλευτική ή προπόνηση;



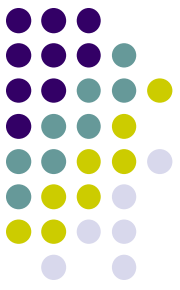
- Η προπόνηση του πελάτη σε αυτές τις δεξιότητες διαχείρισης της σταδιοδρομίας απαιτεί κάποιες «τεχνικές» γνώσεις, για παράδειγμα:
- *Τι είναι «διεκδικητικότητα» και πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί;*
- *Τι συνιστά την καλή εφαρμογή στη διαχείριση χρόνου;*
- *Τι χαρακτηρίζει ένα καλό βιογραφικό σημείωμα;*
- *Τι είναι η συνέντευξη αναζήτησης πληροφοριών και πώς την επιτυγχάνει κανείς;*

Παροχή συμβουλών: Οι κίνδυνοι



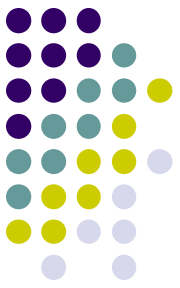
- Πολλές φορές ο σύμβουλος μπαίνει στον πειρασμό να δώσει συμβουλές στους πελάτες του που έρχονται για επαγγελματική συμβουλευτική. Άλλωστε, συχνά και οι ίδιοι οι πελάτες το ζητούν!
- Ωστόσο, πιστεύουμε, ως γενικό κανόνα, ότι οι επαγγελματικοί σύμβουλοι θα πρέπει να αποφεύγουν την παροχή συμβουλών, για τους ακόλουθους λόγους:

Παροχή συμβουλών: Οι κίνδυνοι



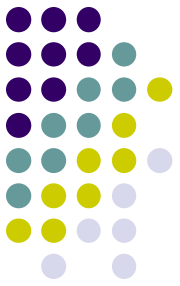
- Οι πελάτες παύουν να είναι υπεύθυνοι για τις δικές τους αποφάσεις.
- Η συμβουλή μπορεί να μην είναι η σωστή για το άτομο αυτό.
- Οι αποφάσεις, που είναι αποτέλεσμα προσωπικής ενδοσκόπησης και εμπειρίας, είναι περισσότερο πιθανό να είναι σταθερές και να προσφέρουν μεγαλύτερη ικανοποίηση.
- Εάν η συμβουλή είναι λανθασμένη, ο πελάτης πιθανότατα θα επιρρίψει την ευθύνη στον σύμβουλο.
- Όταν δίνει συμβουλές, ο σύμβουλος μπαίνει στον πειρασμό να συμβουλέψει ή να συστήσει αυτό που εκείνος θεωρεί καλύτερο.
- Τις αναπόφευκτες προκλήσεις μιας νέας δουλειάς είναι πιθανό να τις διαχειριστεί κανείς με μεγαλύτερη ωριμότητα, εάν η αρχική απόφαση να εργαστεί σε αυτή τη δουλειά είναι αποκλειστικά δική του.

Παροχή συμβουλών: Οι κίνδυνοι



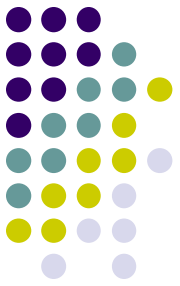
- Ακόμη και η επαγγελματική πληροφόρηση θα πρέπει να δίνεται με προσοχή, διότι
- Οι πελάτες, ανάλογα με την προσωπικότητά τους, μπορεί να εκλάβουν μια ιδέα του συμβούλου ως διάγνωση. Ο συνδυασμός της ανάγκης του πελάτη να βρει λύση μαζί με την εκτίμηση που έχει στην εξειδίκευση του συμβούλου είναι συχνά τόσο δυνατός που σχεδόν ο,τιδήποτε του προτείνεται από τον σύμβουλο το λαμβάνει σοβαρά υπόψη. Δεν είναι ασυνήθιστο εάν ο σύμβουλος προτείνει «Γιατί δεν εξετάζεις το (τάδε) επάγγελμα;» να ακούσουμε ότι ο πελάτης λέει στο περιβάλλον του «Ο σύμβουλος είπε ότι εγώ πρέπει να διαλέξω (αυτό).....».

Είναι ποτέ χρήσιμο να δίνονται συμβουλές;



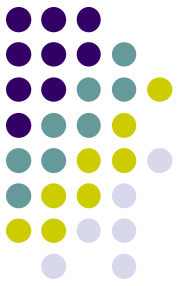
- Ας υποθέσουμε ότι ο επαγγελματικός σύμβουλος είναι πεπεισμένος ότι ο πελάτης βαδίζει προς μια ακατάλληλη επιλογή σταδιοδρομίας.
- - Θα μπορούσε, άραγε, αυτό να αποτελέσει μια περίπτωση στην οποία ο σύμβουλος πρέπει να επέμβει, ώστε να σωθεί ο πελάτης του από κάτι που ο σύμβουλος θεωρεί ως φοβερό λάθος;
- - Ή ακόμη για να προστατέψει αυτούς που θα εργαστούν με κάποιο πελάτη, ο οποίος στη συνέχεια μπορεί να καταστεί πιθανόν και επικίνδυνος; (Για παράδειγμα, ένας αλκοολικός που θέλει να γίνει πυροσβέστης ή ένας πελάτης που θέλει να γίνει σύμβουλος, αλλά είναι απρόθυμος να αντιμετωπίσει τα προσωπικά του θέματα).
- Μερικές επιλογές σε αυτήν την περίπτωση είναι οι ακόλουθες :

Είναι ποτέ χρήσιμο να δίνονται συμβουλές;



- Μην πείτε τίποτα (βέβαια, υπάρχει φόβος η σιωπή να μεταφραστεί ως συμφωνία).
- Βοηθήστε τον πελάτη σας να καταλάβει, μέσω της εμπειρίας του, πόσο ατελέσφορη είναι η απόφασή του.
- Προτείνετε στους πελάτες να βάλουν τους εαυτούς τους στη θέση των εργοδοτών, οι οποίοι κάνουν προσλήψεις για τη θέση που τους αρέσει.
- Επιδώστε μια άσκηση του τύπου “εμπόδια και γέφυρες” . Αυτό φέρνει τον πελάτη άμεσα αντιμέτωπο με τα προσόντα που έχει ή με τις αδυναμίες του γι’ αυτήν την επαγγελματική επιλογή.

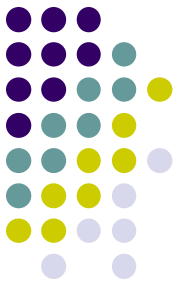
Η αντίσταση του πελάτη



Ο σύμβουλος μπορεί να νιώσει ματαίωση όταν οι πελάτες:

- Αργούν να προσέλθουν στα ραντεβού.
- Ακυρώνουν τα ραντεβού, δίνοντας συνήθως μια πειστική δικαιολογία.
- Δεν τα καταφέρνουν να ολοκληρώσουν τις εργασίες που τους αναθέτει για το σπίτι.
- Αποφεύγουν να τηρήσουν το συμβόλαιο, επιμένοντας, για παράδειγμα, να περιμένουν από τον σύμβουλο να τους δώσει μια «απάντηση».

Η αντίσταση του πελάτη



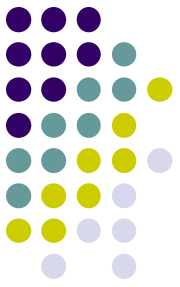
- Η πιθανότητα τέτοιων περιπτώσεων και συμπεριφοράς μπορεί να μειωθεί με ένα σαφές συμβόλαιο.
- Όταν τίθεται θέμα χρημάτων, η πληρωμή στην πρώτη συνάντηση για όλο το πρόγραμμα, μαζί με μια σαφή δήλωση ότι τα ραντεβού που χάνονται πρέπει να πληρώνονται, μπορεί να δοκιμάσει και να αυξήσει τη συμμετοχή του πελάτη από τα πρώτα στάδια της επαγγελματικής συμβουλευτικής.
- Είναι χρήσιμο να ζητάμε από τους πελάτες να υπογράψουν ένα συμβόλαιο, το οποίο τονίζει την ευθύνη τους να προσέρχονται στα ραντεβού και στην ώρα τους. Ανεξάρτητα από το εάν πληρώνει ή όχι ο ίδιος ο πελάτης, το συμβόλαιο πρέπει να περιλαμβάνει οικονομική ευθύνη για τα χαμένα ραντεβού με τον κάθε πελάτη.

Παρά ταύτα, η αντίσταση του πελάτη μπορεί να μην περιοριστεί. Τότε, ο επαγγελματικός σύμβουλος ίσως να χρειαστεί να χρησιμοποιήσει αυτά τα σημάδια αντίστασης ως βάση για να:



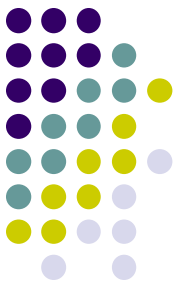
- εξετάσει τη δέσμευση του πελάτη στην επαγγελματική συμβουλευτική.
- εξερευνήσει ποιος άλλος έχει δικαίωμα να ενδιαφέρεται για το αποτέλεσμα της επαγγελματικής συμβουλευτικής.
- προκαλέσει τους πελάτες να αφήσουν να φανεί ο συγκαλυμμένος θυμός τους (και έτσι να μειωθούν οι πιθανότητες να εμφανιστεί στη σχέση πελάτη-συμβούλου).
- σκεφτεί μήπως η επαγγελματική συμβουλευτική δεν ανταποκρίνεται στις πραγματικές ανάγκες του πελάτη.
- δώσει αρκετό χρόνο στον πελάτη να κατανοήσει τα συναισθήματά του.

Δουλεύοντας με τους «σημαντικούς άλλους»



- Παρόλο που ο επαγγελματικός σύμβουλος είναι πάντα υπεύθυνος για τον κάθε πελάτη ως άτομο, θα υπάρξουν περιπτώσεις κατά τις οποίες μπορεί κάποιο άλλο πρόσωπο να αναμιχθεί στη διαδικασία λήψης απόφασης του πελάτη ή να επηρεαστεί από αυτήν. Αυτός μπορεί να είναι ένας εργοδότης, ένας συνάδελφος ή ένας γονέας.

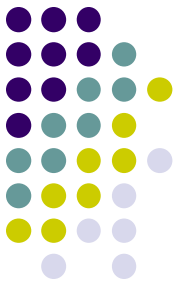
Δουλεύοντας με τους «σημαντικούς άλλους»



Οι γονείς μπορεί να προσφέρουν μεγάλη βοήθεια στη διαδικασία της επαγγελματικής συμβουλευτικής, λόγω του ενδιαφέροντός τους και επειδή γνωρίζουν τον γιο ή την κόρη τους. Για τους ίδιους λόγους, μπορεί να αποτελέσουν εμπόδιο, επιθυμώντας να πραγματοποιηθούν τα δικά τους σχέδια από τα παιδιά τους. Έτσι, μπορεί να τα πιέζουν να:

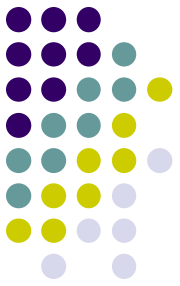
- ακολουθήσουν την παράδοση της οικογένειας (για παράδειγμα, «Να πας στο Ε.Μ.Π.»).
- κάνουν το αντίθετο από αυτό που έκαναν εκείνοι (για παράδειγμα, «Μην διευθύνεις επιχείρηση»).
- ακολουθήσουν ένα συγκεκριμένο επιστημονικό πεδίο (για παράδειγμα, θετικές επιστήμες ή εφαρμοσμένη μηχανική, οι οποίες θεωρούνται ως επιστήμες που σχετίζονται άμεσα με επαγγελματικές ειδικότητες και, συνεπώς, είναι πιο πιθανό να οδηγήσουν σε μια σίγουρη δουλειά).
- μην σπαταλούν το χρόνο τους σπουδάζοντας («Δεν κατάφερα τίποτε με τις σπουδές εγώ»).

Δουλεύοντας με τους «σημαντικούς άλλους»



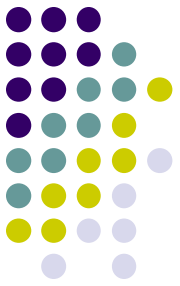
- Οι κοινές συναντήσεις μπορούν να προβάλλουν τυχόν αντιθέσεις ανάμεσα στο νεαρό άτομο και στους γονείς του, επιτρέποντας τις σκέψεις και τα συναισθήματα και των δύο πλευρών να εκφραστούν με τρόπους, με τους οποίους δεν είχαν εκφραστεί παλαιότερα.

Δουλεύοντας με τους «σημαντικούς άλλους»



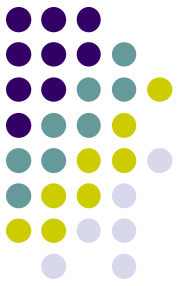
- Ακόμη, έμμεσα, σημαντικά τρίτα πρόσωπα μπορούν να αναμιχθούν στην επαγγελματική συμβουλευτική, έστω και χωρίς να είναι παρόντα στην αίθουσα.
- Μπορεί να είναι σύντροφοι, γονείς ή εργοδότες, των οποίων η «παρουσία» μοιάζει να κυριαρχεί στη σκέψη των πελατών. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα αληθινό στη φάση σύναψης του αρχικού συμβολαίου, όταν ο επαγγελματικός σύμβουλος δομεί τη σχέση με τον πελάτη και θέλει να βεβαιωθεί ότι ο πελάτης δεσμεύεται πραγματικά στην επαγγελματική συμβουλευτική

Δουλεύοντας με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες



- Παράγοντες όπως η φυλή, η τάξη, το φύλο και η αναπηρία είναι σημαντικοί στον καθορισμό της ανάπτυξης σταδιοδρομίας του ατόμου.
- Οι επαγγελματικοί σύμβουλοι χρειάζεται να κατανοούν το ζήτημα της διαφορετικότητας, προκειμένου να ασκήσουν επαγγελματική συμβουλευτική με τρόπο που να λαμβάνει υπόψη τις επιδράσεις της καταπίεσης σε ανθρώπους «μειονοτικών» ομάδων.
- Ιδέες, στάσεις και υποθέσεις για ανθρώπους που δεν προσαρμόζονται στις «νόρμες» της κουλτούρας της «πλειονότητας», μπορούν να λειτουργήσουν εναντίον των ενδιαφερόντων των ανθρώπων από συγκεκριμένες ομάδες, έτσι ώστε να μην έχουν ίσες ευκαιρίες στη ζωή τους.

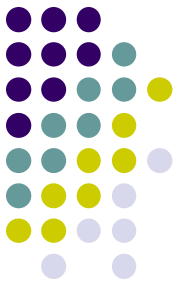
Δουλεύοντας με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες



Κατευθυντήριες γραμμές για τους συμβούλους, οι οποίες βελτιώνουν την ποιότητα της επαγγελματικής συμβουλευτικής.

- Παρατηρήστε προσεκτικά πώς, για παράδειγμα, το φύλο σας, το πολιτιστικό σας υπόβαθρο ή η φυλή και η κοινωνική τάξη από την οποία προέρχετε, επηρεάζει τη δουλειά σας με τους πελάτες.
- Εξετάστε με ειλικρίνεια τις προκαταλήψεις σας και ρυθμίστε τις. Για παράδειγμα, στερεότυπα όπως «οι Ασιάτες είναι καλοί με τους αριθμούς» ή «οι άντρες ομοφυλόφιλοι είναι θηλυπρεπείς», ίσως εμποδίσουν τον ανενημέρωτο σύμβουλο να δει το άτομο αντικειμενικά, να το ακούσει προσεκτικά και να επιδείξει ενσυναίσθηση, άσχετα με την τάξη, τη φυλή, το φύλο, τη θρησκεία, την ηλικία και άλλους περιορισμούς..

Δουλεύοντας με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες



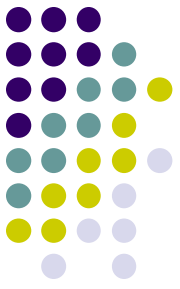
- Αποδεχτείτε ότι τα συναισθήματα θυμού και ματαίωσης που νιώθουν οι πελάτες, οι οποίοι προέρχονται από ομάδες που αντιμετωπίζουν διακρίσεις, είναι δικαιολογημένα και δεν οφείλονται σε κάποια βαθύτερη ψυχοπαθολογία.
- Να είστε ενήμεροι ότι, αν οι άνθρωποι, από τη μέρα που γεννήθηκαν δέχονται μηνύματα ότι είναι άτομα δεύτερης κατηγορίας, τότε η αυτοεκτίμησή τους θα είναι πολύ περιορισμένη. Βοηθήστε τους να δομήσουν την αυτοπεποίθησή τους και να αποκτήσουν διεκδικητικότητα, για να αντιμετωπίσουν τις διακρίσεις ή παραπέμψτε τους σε πηγές που θα βρουν αυτή την υποστήριξη.

Δουλεύοντας με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες



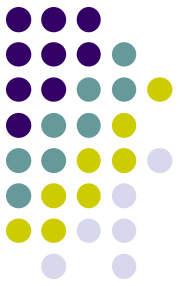
- Να θυμάστε ότι πολλοί άνθρωποι από μειονοτικές ομάδες θα έχουν βιώσει ένα μεγάλο αριθμό απορρίψεων, όταν κάνουν αίτηση για δουλειές και δεν θέλουν να ξαναδοκιμάσουν. Όμως, πολλές εταιρίες ενδιαφέρονται στις μέρες μας για την πρόσληψη ανθρώπων από μειονοτικές ομάδες και, προκειμένου να το πετύχουν, έχουν αλλάξει το στυλ της διαφήμισής τους καθώς και τις πρακτικές που εφαρμόζουν στις προσλήψεις.
- Ενθαρρύνετε τους πελάτες να εξετάζουν όλες τις επαγγελματικές επιλογές. Οι γυναίκες ίσως να έχουν υποστεί «πλύση εγκεφάλου», ώστε να σκέφτονται τον παραδοσιακό ρόλο «συζύγου και μητέρας» ή ένα περιορισμένο φάσμα επαγγελμάτων, σύμφωνα με τα στερεότυπα του φύλου τους.

Δουλεύοντας με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες



- Όταν εργάζεστε με γυναίκες, να αποφεύγετε να διαιωνίζετε το δίλημμα «καριέρα ή οικογένεια;». Για αρκετές γυναίκες που θέλουν παιδιά, το θέμα δεν είναι πια **εάν** θα τα κάνουν και τα δύο, αλλά **πώς** θα τα κάνουν και τα δύο. Παρομοίως, να αποφεύγετε τη γενίκευση ότι **όλες** οι γυναίκες θα θέλουν να κάνουν και οικογένεια και καριέρα.

Δουλεύοντας με πελάτες από «μειονοτικές» ομάδες



- Στην περίπτωση ενός πελάτη που μιλά και γράφει περιορισμένα Ελληνικά μην υποθέσετε ότι αυτό είναι απόδειξη περιορισμένης ικανότητας. Το πιο πιθανό είναι ότι δεν είχε αρκετές ευκαιρίες να μάθει τη γλώσσα. Να γνωρίζετε ότι σε μια διαπολιτισμική κατάσταση, τόσο η λεκτική όσο και η μη λεκτική επικοινωνία μπορεί εύκολα να παρερμηνευτούν.