**Руководство по проведению мини-тренинга:**

ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

ВИтамины

# Программа тренинга

**Продолжительность: 4,5 часа**

ЦЕЛИ:

* Развить коммуникативную компетентность
* Сформировать навыки вступления в контакт
* Получить знания о грамотном обмене деловой информацией

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Этапы тренинга** | **Содержание тренинга** | **Время (мин)** | **Материалы** |
| **Приветствие. Представление тренера, темы и целей тренинга** | Приветствие. Представление тренера, темы и целей тренинга. Тема и цели тренинга могут быть заранее зафиксированы на флип-чарте или в презентации Power Point (PP).  Представление тренера может быть кратким или достаточно продолжительным, в зависимости от того, насколько хорошо все участники знают тренера. | 10 | Флип-чарт или PP слайд 1,2 |
| **Знакомство с участниками** | В Руководстве для тренера будут представлены разные варианты знакомства с участниками. Варианты зависят от:  - времени  - количества участников  - насколько знакомы участники между собой | 20 |  |
| **Сбор ожиданий. Правила тренинга** | В Руководстве для тренера будут представлены разные варианты сбора ожиданий. Варианты зависят от:  - времени  - количества участников  - ответов на предтренинговые анкеты  (может быть представлено резюме пожеланий участников на флип-чарте или в презентации Power Point (PP))  Затем вводятся правила тренинга (также могут быть в PP) | 15 | Флип-чарт или РР |
| **Логика тренинга** | Логика тренинга озвучивается устно по итогам целей тренинга и сбора ожиданий с участников.  Также может быть представлена таблица с основными положениями, в которую по итогам тренинга будут вписаны основные положения и методы. | 5 | Флип-чарт |
| **Ролевая игра «вступление в контакт» с последующим видеоразбором** | Проводится ролевая игра, в которой каждый участник устанавливает контакт со своим деловым партнером. Снимается на видео и затем проводится видеоанализ эффективности различных способов контакта. Проводится групповая дискуссия, как влиять на первое впечатление.  Мини-лекции о целях этапа контакта, способах и приемах эффективного вступления в контакт  По итогам игры: как влиять на впечатление - набор конкретных действий, советов | 30 | Видеокамера |
| **Упражнение**  **«Комплимент или малый разговор»** | Тренировка начала делового общения | 10 |  |
| ПЕРЕРЫВ |  | 10 |  |
| **Мини лекция «Айсберг»** | Лекция об аксиомах коммуникации, уровнях общения и каналах коммуникации.  Вводятся «секреты эффективного коммуникатора» | 15 |  |
| **Упражнение на язык тела «Не дай соврать»** | Тренировка наблюдательности невербальных проявлений | 15 |  |
| **Игра "Испорченный телефончик" с видеозаписью** | Все участники, кроме одного, выходят из тренинговой комнаты. Оставшемуся рассказывают текст истории, которую ему надо запомнить и передать другому вошедшему. И так до тех пор, пока все участники не прослушают историю. Последний вошедший рассказывает то, что запомнил.  Тренер снимает на видео | 15 | Видеокамера,  текст истории |
| **Видеоразбор игры** | Заслушивают первоначальный вариант.  Дискуссия: какие впечатления? Какие изменения происходили (замена, опущение, добавление и т.д.).  Видеоразбор – смотрим, какие изменения произошли.  В момент видеоразбора: Почему происходит потеря информации: на двух уровнях - Я - Собеседник (запись на флип-чарт)  Мини-лекция – Дискуссия - Схема передачи информации. В какой момент происходит наибольшая потеря информации?  Вывод: как улучшить взаимодействие? – на флип-чарт - рассматриваем схему с двух сторон (Я и собеседник) –  В результате приходим к основным инструментам: постановка цели, продумывание сценария, вопросы, четкость, активное слушание и т.д.  Дискуссия "Схема анализа полученной информации" | 30 | Видеозапись игры  Флип-чарт - зарисовка схемы |
| **Игра «Антислушанье»** | По парам одновременно рассказывают друг другу историю, задача – услышать партнера, одновременно рассказывая.  Обсуждение. | 10 |  |
| ПЕРЕРЫВ |  | 10 |  |
| **Мини-лекция «Активное слушанье»** | Лекция о методах активного слушанья и барьерах слушанья | 15 | Флип-чарт |
| **Упражнение в тройках**  **«активное слушание»** | Отработка в тройках методов активного слушанья | 15 | Флип-чарт |
| ПЕРЕРЫВ |  | 10 |  |
| **Игра на вопросы «Рисунок»** | 2 группы участников. У тренера есть рисунок, который группы должны воспроизвести как можно точнее, узнав о том, что нарисовано, задавая вопросы.  Можно использовать любые вопросы.  2 группы по очереди задают вопросы – кто точнее нарисует?  Тренер фиксирует все вопросы и отмечает те, которые привели к цели.  Обсуждение: показать, что закрытые вопросы менее эффективны, чем открытые. | 30 | Флип-чарт  Фломастеры  Бумага А4 |
| **Классификация вопросов**  **Воронка вопросов** | Мини-лекция + дискуссия | 10 | Флип-чарт |
| **Ролевые игры на отработку вопросов** | Отработка на практике. Предоставление обратной связи | 25 | Ситуации для ролевых игр |
| **Подведение итогов** | Устно по итогам пройденного. Если в начале была таблица, то в нее вписываются основные положения и методы (дискуссия) | 5 |  |
| **Обратная связь от участников. Завершение тренинга** | Проводится в виде опроса мнений. | 15 | Мяч (или игрушка) |

# Описание проведения тренинга

# Модуль 1 «Введение»

***План***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Этапы тренинга** | **Содержание тренинга** | **Время (мин)** | **Материалы** |
| **Приветствие. Представление тренера, темы и целей тренинга** | Приветствие. Представление тренера, темы и целей тренинга. Тема и цели тренинга могут быть заранее зафиксированы на флип-чарте или в презентации Power Point (PP).  Представление тренера может быть кратким или достаточно продолжительным, в зависимости от того, насколько хорошо все участники знают тренера. | 10 | Флип-чарт или PP слайд 1,2 |
| **Знакомство с участниками** | В Руководстве для тренера будут представлены разные варианты знакомства с участниками. Варианты зависят от:  - времени  - количества участников  - насколько знакомы участники между собой | 20 |  |
| **Сбор ожиданий. Правила тренинга** | В Руководстве для тренера будут представлены разные варианты сбора ожиданий. Варианты зависят от:  - времени  - количества участников  - ответов на предтренинговые анкеты  (может быть представлено резюме пожеланий участников на флип-чарте или в презентации Power Point (PP))  Затем вводятся правила тренинга (также могут быть в PP) | 15 | Флип-чарт или РР |

**Цели этапа:**

1. Дать первое представление о формате, целях обучения, об основных понятиях.
2. Провести первичную диагностику группы.

**Процедура проведения в Руководстве №1**

# Модуль 2 «Управление первым впечатлением»

***План***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Этапы тренинга** | **Содержание тренинга** | **Время (мин)** | **Материалы** |
| **Логика тренинга** | Логика тренинга озвучивается устно по итогам целей тренинга и сбора ожиданий с участников.  Также может быть представлена таблица с основными положениями, в которую по итогам тренинга будут вписаны основные положения и методы. | 5 | Флип-чарт |
| **Ролевая игра «вступление в контакт» с последующим видеоразбором** | Проводится **ролевая игра**, в которой  каждый участник устанавливает контакт со своим деловым партнером. Снимается на видео и затем проводится видеоанализ эффективности различных способов контакта. Проводится групповая дискуссия, как влиять на первое впечатление.  Мини лекции о целях этапа контакта, способах и приемах эффективного вступления в контакт  По итогам игры:знаниеЮ как влиять на впечатление, набор конкретных действий, советов. | 30 | Видеокамера |
| **Упражнение**  **«Комплимент или малый разговор»** | Тренировка начала делового общения | 10 |  |
| ПЕРЕРЫВ |  | 10 |  |
| **Мини лекция «Айсберг»** | Лекция об аксиомах коммуникации, уровнях общения и каналах коммуникации.  Вводятся «секреты эффективного коммуникатора» | 15 |  |
| **Упражнение на язык тела «Не дай соврать»** | Тренировка наблюдательности невербальных проявлений | 15 |  |

**Цели этапа**:

1. Ввести основную логику, которой будем следовать на тренинге.
2. Продемонстрировать участникам, каким образом формируется первое впечатление и из чего оно складывается.
3. Показать участникам, как можно управлять первым впечатлением.
4. Отработать на практике навыки управления впечатлением собеседника.

**Процедура:**

***Логика тренинга***

**Необходимые материалы:** флип-чарт

🕒 5 минут.

Для того чтобы у участников было понимание, что Вы будете делать на тренинге, скажите, обращаясь к целям и к ожиданиям участников:

*Для того чтобы тренинг максимально отвечал вашим ожиданиям и поставленным целям, мы с вами познакомимся и отработаем на практике:*

1. *основные приемы вступления в контакт с собеседником*
2. *особенности передачи и восприятия информации*
3. *приемы, позволяющие улучшить обмен информацией*

Также может быть представлена таблица, в которую по итогам тренинга будут вписаны основные положения и методы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Чем управляем** | | **Как управляем (основные приемы)** |
| Налаживание контакта | Управление впечатлением |  |
| Обмен информацией | Управление восприятием информации |  |
| Управление передачей информации |  |

Если Вы используете данную таблицу, тогда после ее заполнения и озвучивания участникам основных направлений работы, оторвите этот лист и отвесьте его на стену таким образом, чтобы участники пока не обращали на него внимание.

Скажите участникам:

*Коммуникация, в широком смысле слова, – это обмен информацией. С точки зрения общения, смысл коммуникации – в той реакции, которую мы получаем или замечаем у другого человека.*

*Умение эффективно общаться – это, прежде всего, умение вызывать необходимые реакции и умение их фиксировать (замечать). Например, нам необходимо, чтобы партнер согласился с нами. Мы знаем, как выглядит эта реакция (человек кивает головой, говорит «Да», его тело расслаблено и так далее). Мы знаем, какие действия нужно совершить, чтобы вызвать эту реакцию. Мы совершаем эти действия и наблюдаем, фиксируем реакцию. Если она соответствует предполагаемой, значит, у нас получилось вызвать реакцию согласия. Можно сказать, что в данном случае мы общались эффективно – наша цель была достигнута.*

*Вообще, деловое общение отличается от светского обязательным наличием цели.*

*Итак, мы с вами будем сегодня учиться правильно коммуницировать и вызывать те действия, которые мы хотим вызвать от нашего партнера по общению.*

***MCj03223700000[1]Видеоанализ ролевой игры на налаживание контакта.***

***Мини лекция + дискуссия***

**Необходимые материалы:**

* видеокамера
* флип-чарт

🕒 40 минут.

Скажите участникам:

*Любое деловое общение состоит из последовательных этапов :*

1. *Подготовка*
2. *Контакт*
3. *Обмен информацией*
4. *Завершение беседы*
5. *Анализ результатов общения*

*Непосредственно деловое общение начинается с налаживания контакта. Это первый и очень важный этап любого делового взаимодействия. «У вас никогда не будет второй возможности произвести первое впечатление». Если вы упустите первые 10 секунд, за которые нужно произвести выгодное впечатление, вы усложните ход переговоров.*

*Спросите у группы, какие цели необходимо реализовать на этапе контакта*.

Выпишите **цели контакта** на флип-чарте:

* Знакомство
* Создание атмосферы доверия
* Введение в контекст
* Первичный анализ собеседника
* Демонстрация имиджа

*Нет смысла обмениваться информацией, пока ваш собеседник не включился, не настроился на взаимодействие с вами, не дал вам понять, что он слышит вас и готов воспринимать информацию*.

Скажите участникам, что первое впечатление складывается за первые 5-15 секунд. С некоторыми людьми нам хочется общаться, а некоторые изначально неприятны, причем это касается людей, которых мы видим впервые.

Предложите участникам провести небольшую ролевую игру, в которой каждый сможет наладить контакт со своим деловым партнером и провести анализ эффективности различных способов контакта.

**Ролевая игра:**

Каждый выбирает для себя, с каким персонажем он хочет попробовать установить контакт (клиент, коллега, руководитель партнер …). Затем по кругу (по часовой стрелке) первый участник играет активную роль (его цель - наладить контакт), а второму он задает роль – «ты- мой клиент». «Клиент» реагирует на взаимодействие, как хочет. Задача первого участника поздороваться, представиться и т.д. Этап контакта длится не более 2х мин, до той поры, пока не начинается содержательный разговор. Затем, второй участник играет активную роль, а третьему задает роль взаимодействия и т.д. по кругу, пока все не побудут в активной роли.

Тренер снимает игру на видео, объяснив участникам, что «мы набираем материал для видеоанализа».

**Видеоразбор.**

Проводится анализ снятого материала. Тренер обращает внимание на те способы и приемы, которые использовали участники для вступления в контакт, и выписывает их на ФЧ.

* Как организовано пространство и какая дистанция между партнерами
* Какие позы и жесты используются.
* Соответствует ли интонация, темп речи передаваемым посланиям
* Есть ли контакт глаз, улыбка
* Как учитывается энергетика партнера
* Как необходимо поздороваться, переключая внимание на себя
* Держатся ли паузы
* Задается ли вопрос о готовности к действию
* Как происходит позитивная трансляция (вербальная и невербальная)

Во время видеоразбора тренер вставляет в уместные моменты мини- лекции о невербалике и техниках малого разговора.

## Мини лекция:

## НЕВЕРБАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

**Значение жестов и поз для говорящего**

|  |  |
| --- | --- |
| **Помогающие**  **(Говорят о вере говорящего  в свои слова)** | **Мешающие**  **(Говорят о неверии говорящего  в свои слова или о неуверенности в данной ситуации)** |
| ***Открытые (ладони)***  Открытость актуальных намерений | ***Закрытые (ладони)***  Закрытость актуальных намерений |
| ***Незамкнутые***  Руки - открытость в деловых отношениях, в мыслях  Ноги - открытость в личностных отношениях, эмоциональная открытость | ***Замкнутые***  Руки - сконцентрированность на мыслях и делах, о которых в данный момент времени не сообщается  Ноги - сконцентрированность на своих мыслях и личных вопросах, о которых в данный момент не сообщается |
| ***Открытая линия контакта***  Готовность к открытому личностному контакту | ***Закрытая линия контакта***  Желание увеличить дистанцию в контакте, выйти из контакта, завершить беседу |
| ***От себя***  Дающие что-либо партнерам | ***К себе***  Забирающие что-либо у партнеров |
| ***Прочный контакт с полом, креслом***  Уверенность в своих словах | ***Непрочный контакт с поверхностью пола, кресла***  Неуверенность в своих словах |
| ***Устойчивый центр тяжести***  Уверенность в себе | ***Неустойчивый центр тяжести***  Неуверенность в себе |

**Значение жестов и поз для слушающего**

|  |  |
| --- | --- |
| **Помогающие**  (Внушают доверие, помогают понять) | **Мешающие**  (Раздражают, вызывают недоверие) |
| ***Открытые (ладони)***  Вызывают доверие, способствуют контакту и пониманию | ***Закрытые (ладони)***  Вызывают недоверие, ухудшают контакт и понимание |
| ***Незамкнутые***  Способствуют лучшему контакту | ***Замкнутые***  Настораживают, ограничивают желание поддерживать контакт |
| ***Открытая линия контакта***  Способствуют контакту | ***Закрытая линия контакта***  Способствуют прекращению контакта, увеличивают дистанцию в контакте |
| ***От себя***  Вызывают доверие, дают ощущение пользы от контакта | ***К себе***  Вызывают недоверие, дают ощущение потери чего-либо в процессе контакта |
| ***Прочный контакт с полом, стулом***  Доверие к словам | ***Непрочный контакт с поверхностью пола, кресла***  Недоверие к словам |
| ***Устойчивый центр тяжести***  Доверие и уважение собеседника | ***Неустойчивый центр тяжести***  Недоверие и неуважение собеседника |

**Таблица дистанций в общении**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Дистанция** | **Расстояние** | **Собеседники** | **Ситуация** |
| Интимная | Менее 40-50см | Родители, дети, влюбленные и т.д. | Духовная близость, полное доверие |
| Личная | От 0,5 до 1,5 м | Друзья, единомышленники | Доверие, обсуждение личных проблем, совместная деятельность |
| Социальная (общественная) | От 1,5 до 2м | Приятели, коллеги по работе | Обмен новостями, болтовня |
| Формальная | От 2 до 4х метров | Начальник, подчиненный, деловой партнер | Приём у начальства, деловые переговоры |
| Публичная | Более 4х метров | Многочисленная аудитория | Позволено воздерживаться от общения |

**ТЕХНИКИ МАЛОГО РАЗГОВОРА**

Позволяют создать благоприятную психологическую атмосферу, заложить основы взаимной симпатии, восстановить эмоциональное равновесие, симпатию и доверие.

**Критерии малого разговора:**

* Он приятен
* Он вовлекает
* Он располагает
* Дает пищу для следующего содержательного разговора

|  |  |
| --- | --- |
| **Техники** | **Определение** |
| Цитирование партнера | Ссылка на ранее сказанное участником, его рассказы о себе, своих занятиях, хобби и т.п. |
| Позитивные констатации | Положительные высказывания о благоприятных событиях вообще,  о сдвигах к лучшему |
| Информирование | Сообщение информации, важной  и интересной, приятной для участников |
| Интересный рассказ | Увлекательное, захватывающее, неожиданное повествование |

***Упражнения***

Проведите эти упражнения в подходящий момент проведения этого блока:

1. Упражнение«Позы».

🕒 5-10 минут.

Каждый участник демонстрирует какую-либо позу, группа угадывает его невербальное послание.

2. Упражнение « Комплимент или малый разговор».

🕒 10-15 минут.

Участники становятся в 2 круга (внешний и внутренний). В парах делают друг другу комплименты, затем внешний круг передвигается на 1го человека, в новых парах выполняют тоже задание

***ПЕРЕРЫВ***

🕒 10 минут.

***Мини лекция «Модель айсберга»***

**Необходимые материалы:**

* Карточки с правилами
* флип-чарт

🕒 15 минут.

Подготовьте чистый лист флип-чарта с заголовком «Секреты эффективного коммуникатора». Заготовьте правила на карточках и вывешивайте, когда это будет уместно в течении всего тренинга.

**Правила эффективного коммуникатора:**

1. Каждый человек живет в своей уникальной картине мира.

2. Успех общения с кем-либо зависит от вашей способности понять его картину мира.

3.Если вы не знаете, куда идете, то вы можете зайти в тупик, куда бы вы ни шли.

4.Сознание и тело – части одной общей системы

5. Мы слышим то, что хотим слышать, и видим то, что хотим видеть

Далее спросите участников, какое впечатление они хотели бы производить. Спросите, с кем они взаимодействуют и на кого и почему им важно произвести правильное впечатление. Скажите также о том, что даже если они взаимодействуют с людьми, с которыми уже много раз общались, они могут влиять на уже сформировавшееся впечатление, менять его.

*Для того, чтобы понять, как управлять своим впечатлением (т.е. производить то впечатление, которое вы хотите произвести), предлагаю сначала понять, из чего складывается это впечатление.*

Основы коммуникации

Модель «Айсберг»



*Действительно, у айсберга на поверхности находится примерно 1/10 часть, остальное скрыто под водой. То же самое можно отнести и «человеку общающемуся».*

*Верхнюю, надводную часть айсберга в данной модели называют «головой», а нижнюю – «животом».*

*На «поверхности», в «голове» у нас находится то, что все окружающие воспринимают одинаково, без искажения и преломления. Это слова, как лингвистическая форма, цифры, факты (то, что можно непосредственно наблюдать), формальная логика.*

*Все самое интересное находится «под водой», то есть, в той или иной степени скрыто от наблюдателя.*

*В «животе» айсберга скрыты наши чувства, наш опыт, наши мечты и желания, наши страхи и фантазии, т.е. все то, что делает нас неповторимыми индивидуальностями.*

*Средства выражения, такие как интонация и язык тела также находятся в «животе», так как не могут быть всегда истолкованы однозначно.*

*Наш «живот» также неоднороден: что-то в нем находится ближе к «поверхности» и это более или менее видно (как то, что находится прямо под поверхностью воды: видно, но несколько искажается водой). А что-то находится в самой глубине, и зачастую мы сами не знаем о его существовании.*

*Теперь представим себе, что встретились два айсберга. Что произойдет? Еще до того, как их «головы» сблизятся, и они произнесут хотя бы слово, «животы» соприкоснутся. Это значит, что в первую очередь, у них произойдет контакт на «эмоциональном» уровне.*

Приведите пример того, как это происходит, изобразив без слов различные чувства по отношению к участникам (радость, неудовольствие, сомнение и т.п.)

Используя модель айсберга, американский психолог Пауль Ватцлавик сформулировал три основных правила коммуникации, которые назвал **«Прагматические аксиомы»:**

1. Коммуникация всегда осуществляется на двух уровнях: на уровне **фактов** и **содержания** и на уровне **эмоций** и **отношений**.

2. Уровень **эмоций** и **отношений** является доминирующим (определяющим).

3. Люди не могут «не общаться».

Связка – «нижний» уровень определяет истинную цель общения.

На практике это означает: Любое утверждение или замечание (а также отказ от утверждения или замечания) дают получающему одновременно объективную (рациональную) и субъективную (эмоциональную) информацию, которую он воспринимает и интерпретирует. И передающий сообщение и тот, кто его получает, оперируют, таким образом, одновременно на двух уровнях – один из которых, в большей степени осознаваемый, а другой, обычно,

неосознаваемый.



«Нижний», «эмоциональный» уровень общения определяет то, как будет воспринята информация, какое впечатление произведет собеседник, т.е. как в целом будут складываться (или не складываться) отношения с данным человеком.

Целью эффективной коммуникации является не борьба за безэмоциональную, «объективную» форму общения, а стремление к сознательному, с пониманием того, что происходит на обоих уровнях взаимодействию».

Каналы (средства) коммуникации

Обычно, мы передаем информацию одновременно по трем каналам:

- через слова (вербальный канал)

- через тон или интонацию (паравербальный канал)

- через язык тела: мимику, жесты, позы (невербальный канал)

Если представить, что использование всех этих трех каналов передает 100% информации о взаимоотношениях собеседников, то, как вы думаете, сколько % приходится на каждый из каналов»?

Запишите на флип-чарте варианты ответов участников.

На самом деле, в среднем, соотношение «информационной емкости» каждого из каналов является следующим:

Наибольшее количество информации с «нижнего» уровня несет наш язык тела, затем идет интонация и только на последнем месте – слова.

Это, одновременно является и ограничением и дает широкие возможности в коммуникации. Ограничение, потому что как бы мы не контролировали свои слова, наша интонация и язык тела все равно покажут наше истинное отношение к собеседнику. Возможности – потому, что развивая в себе наблюдательность, мы можем гораздо лучше понимать и чувствовать нашего собеседника, да и самих себя.

Далее введите формулу Альберта Меграбяна:



Паравербальные

средства

38%

Невербальные средства

55%

7%

Вербальные средства

*Дополнительный материал для тренера*

**данный материал тренер может использовать, если у группы будут возникать сомнения, вопросы или по каким-либо другим причинам тренер посчитает, что в данной группе это необходимо озвучить:**

Альберт Меграбян – самый известный исследователь, изучающий средства самовыражения. Поставив ряд экспериментов, она доказал, что при первом впечатлении на 55% мы реагируем на невербальные параметры, на 38% на паравербальные и только на 7% на вербальные параметры. Каждый с легкостью докажет, что это так, продемонстрировав это на себе.

Конечно, речь идет именно о первом впечатлении. Но первое впечатление очень важно, так как влияет на дальнейший ход событий.

Более современные эксперименты показали одну интересную вещь (данные эксперименты проводили не Альбертом Меграбяном, но продолжали его идею о первом впечатлении).

Описание эксперимента:

В институте сделали записи нескольких секунд выступлений некоторых лекторов.

Попросили учеников, которые являются постоянными слушателями оценить лекторов с точки зрения нравится как лектор или нет, присвоив каждому ранг.

Затем несколько секунд записи по каждому лектору прокрутили без звука 1 группе испытуемых. Попросили сказать, как на их взгляд, какой лектор лучше, присвоив каждому ранг.

Следующим этапом 2 группе испытуемых прокрутили еще меньшее количество записи. Задание было то же.

Вывод по итогам эксперимента: оценки были практически полностью схожи между 1 и 2 группой, и что наиболее интересно, между 1, 2 группой и учениками, постоянно присутствующими на лекциях у данных преподавателях.

Т.е. невербальная составляющая очень сильно влияет на первое впечатление, которое довольно правдиво относительно представшего перед нами человека. Поэтому ему в первую очередь стоит уделить внимание, научиться управлять им, чтобы складывать о себе то впечатление, которое хотим именно мы.

*Мы говорим именно о первом впечатлении, т.е. это первые несколько секунд. В тот момент, когда начинается содержательная часть коммуникации, а именно «обмен информацией», вербальная составляющая имеет намного более сильное впечатление и значение, поэтому проценты меняются.*

*Но зачастую в первом впечатлении кроется одна из причин неэффективной коммуникации. Просто из-за того, что не налажен контакт с человеком, т.е. вы произвели неверное впечатление, ваш собеседник совершает действия, приводящие, например, к недопониманию, конфликтам или к возражениям и т.д.*

Введите понятие «конгруэнтности».



«Конгруэнтный» - означает «соответствующий», «совпадающий». Мы говорим о конгруэнтном общении, когда сообщение, посылаемое человеком по всем трем каналам – вербальному, паравербальному и невербальному, совпадают. То есть, человек всеми доступными ему средствами выражает одно чувство: любовь, неприязнь, заинтересованность, сомнение и т.д. (Изобразите какое-нибудь конгруэнтное послание).

Если же, в «животе» мы чувствуем одно, а «головой» изображаем другое, то есть по разным каналам идут разные сообщения, мы взаимодействуем неконгруэнтно. (Изобразите пример неконгруэнтного послания).

Если коммуникация неконгруэнтна, возникает путаница и непонимание. Часто, когда мы демонстрируем такое поведение, наш собеседник, если он достаточно наблюдателен и замечает несоответствие наших слов, интонации и языка тела, может лучше нас понять, что же на самом деле стоит за нашими словами.

***Упражнение на язык тела «Не дай соврать»***

🕒 10 минут.

**Цель:** тренировка наблюдательности

**Процесс:** Попросить 2-3 участников рассказать (без подготовки) короткую историю (на 1.5 – 2 минуты) и в процессе три раза соврать. Вранье должно быть не в нюансах, а «по-крупному».

Задача группы – понять, где человек соврал.

Можно снять процесс на видео и, особенно, если участники не определят или не смогут назвать признаки, посмотреть запись. Можно сначало со звуком, потом – выключив звук.

Задача упражнения - показать, что язык тела дает нам много информации.

Введите Правило эффективного коммуникатора #4 – «Сознание и тело – части одной общей системы»

**Модуль 3 «Обмен информацией»**

***План***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Этапы тренинга** | **Содержание тренинга** | **Время (мин)** | **Материалы** |
| **Игра "Испорченный телефончик" с видеозаписью** | Все участники, кроме одного, выходят из тренинговой комнаты. Оставшемуся рассказывают текст истории, которую ему надо запомнить и передать другому вошедшему. И так до тех пор, пока все участники не прослушают историю. Последний вошедший рассказывает то, что запомнил.  При наличии указанного времени лучше проводить данное упражнение с видеокамерой, чтобы была возможность показать все потери информации. | 15 | Видеокамера,  текст истории |
| **Видеоразбор игры** | Заслушивают первоначальный вариант.  Дискуссия: какие впечатления? Какие изменения происходили (замена, опущение, добавление и т.д.).  Видеоразбор – смотрим, когда и по какой причине произошла потеря и искажение информации.  В момент видеоразбора: Почему происходит потеря информации: на двух уровнях - Я - Собеседник  Мини-лекция – Дискуссия - Схема передачи информации. В какой момент происходит наибольшая потеря информации? Зарисовка реального процентного соотношения.  Вывод: как улучшить взаимодействие? – на ФЧ - рассматриваем схему с двух сторон (Я и собеседник) –  В результате приходим к основным инструментам: постановка цели, продумывание сценария, вопросы, четкость, активное слушание и т.д.  Дискуссия "Схема анализа полученной информации" | 30 | Видеозапись игры  Флип-чарт - зарисовка схемы |
| **Игра «Антислушанье»** | По парам одновременно рассказывают друг другу историю, задача – услышать партнера, одновременно рассказывая.  Обсуждение. | 10 |  |
| ПЕРЕРЫВ |  | 10 |  |
| **Мини лекция «Активное слушанье»** | Лекция о методах активного слушанья и барьерах слушанья | 15 | Флип-чарт |
| **Методы активного слушания** | Отработка в тройках методов активного слушанья | 15 | Флип-чарт |

**Цели этапа**:

1. Продемонстрировать участникам, что в любой, даже очень простой коммуникации, существует потеря и искажение информации – мотивация на применение инструментов, предлагаемых в тренинге.
2. Изучить методы, которые помогут предотвратить потерю и искажение информации.

**Процедура:**

***MCj03223700000[1]Игра "Испорченный телефончик" с видеозаписью***

**Необходимые материалы:** текст истории, видеокамера

🕒 15 минут.

Проведите игру «Испорченный телефончик» с видеоанализом. Для этого Вам потребуется заранее приготовленный текст сказки (см. Приложение 4

Скажите участникам:

*Предлагаю вам сейчас немного поиграть.*

В данном случае для участников специально не озвучивается причина, по которой они должны играть. Если вы озвучите причину, это может испортить весь ход игры и выводы. Это не должно вызвать сопротивления участников, если у вас уже хороший контакт и участники активно участвуют в тренинге.

*Сейчас я расскажу кому-то из вас сказку, которую необходимо будет передать следующему. Но для начала попрошу всех, кроме одного, временно выйти за дверь. Я буду просить вас заходить по очереди.*

В комнате остается только один участник, остальных попросите временно выйти. Озвучьте инструкцию оставшемуся участнику:

*Сейчас я расскажу вам сказку. Ее необходимо запомнить и передать следующему вошедшему участнику так, как запомнили.*

Примечание: Эту игру можно проводить как с ограничениями (нельзя записывать, переспрашивать и т.д.), так и без ограничений.

Мы предлагаем Вам вариант без ограничений и вот почему.

Обычно, процент участников, которые используют дополнительные инструменты запоминания, крайне невелик. Даже если у Вас будут участники, которые что-то записывали или переспрашивали, в момент видеоразбора Вы можете показать, почему в данном случае не произошла потеря информации, а в других случаях произошла. Это очень богатый материал для разбора. Даже очень хорошо, если будет показан удачный вариант на контрасте с остальными.

С другой стороны, если Вы все-таки вводите ограничения/запреты, будьте осторожны: в конечном итоге, участники могут «обвинить» Вас в своем неуспехе. Особенно такие реакции свойственны «новичкам». Они еще не очень уверены в себе и свои неудачи склонны приписывать внешним обстоятельствам. А значит, именно Вы будете виноваты в том, что у них не получилось, ведь Вы же специально не разрешили пользоваться тем, чем они, по их словам, «всегда пользуются в реальной жизни». Если же Вы не вводили ограничения, то и виноватыми можно считать только себя самих, так как участники продемонстрируют то поведение, которое в наибольшей степени им близко в реальной жизни.

После того, как участник прослушал сказку, пригласите следующего и т.д. до последнего вошедшего. Повторять инструкцию каждому не нужно, только в том случае, если участники теряются и не понимают, что делать. Последнего вошедшего также попросите озвучить то, что он запомнил.

Весь процесс снимайте на камеру, начиная с вашего рассказа.

***MCj03223700000[1]Видеоразбор игры***

**Необходимые материалы:** видеозапись игры и телевизор (или мультимедиа),

флип-чарт , зарисовка схемы

🕒 25 минут.

**Информация для тренера:**

Что обычно искажается:

1. Связи между фактами забываются быстрее, чем сами факты.
2. Наложение различных структур (например, структуры времени и места) приводит к искажениям.
3. Неоднозначные слова приводят к искажениям.

Интересные искажения могут происходить с любой информацией, но в данной сказке про Марфушу они гарантированы даже при небольшом количестве участников. Дело в том, что наше сознание стремиться всю информацию привести к единой структуре. А в этом рассказе их три. Плюс, центральное действие, вызвавшее несимметричное изменение каждой из структур. Продукты Марфуша покупала на рынке – это место,

по пятницам ходила на демонстрации – это день недели,

раз в неделю занималась сексом – это периодичность.

Поэтому уже на втором участнике структуры «склеиваются». Например, раскладываются по дням недели:

по понедельникам – на рынок,

по пятницам – на демонстрации,

а по субботам – секс.

Очень интересный феномен происходит при количестве участников более шести человек. В определенный момент от сказки остается только скелет и следующему вошедшему это кажется абсолютной ерундой. Он не понимает, что это за сказка и начинает достраивать образы до более-менее осмысленных и интересных. Так сказка обрастает большим количеством новых деталей, которые в дальнейшем также искажаются.

На возможность различных искажений влияет ряд факторов.

1. Личностные особенности обоих субъектов - каждый понимает сказанное по-своему. Видит за словами свои образы, систематизирует информацию по собственным схемам, вытесняет нежелательную информацию, делает выводы из собственных предположений, теряет различие между содержанием и своим отношением к нему.

2. Особенности передачи информации. Неверные интонации вызывают искажения смысловых оттенков. Разорванное или неполное высказывание достраивается до осмысленного (с точки зрения слушающего). Недостаточно четкая передача акцентов или неопределенность текста порождают новые смыслы. При нечетком структурировании остается непонятным, что в передаваемой информации является основной идеей, а что - поясняющей информацией. Новая информация и комментарии, привлеченные “для пояснения”, еще больше запутывают слушающего. Информация превышает объем внимания слушающего.

3. Особенности восприятия информации. Слушающему бывает трудно вычленить смысл текста. Смысловые связки исчезают из памяти быстрее, чем сами факты, а в неосмысленное содержание вкладывается свой собственный смысл. Собственное осмысление нередко привносит в сообщение новые детали, а при утере смысла происходит утеря связанных с ним деталей. Конец сообщения запоминается лучше, чем начало, а начало - лучше, чем середина. Две мысли, сливаясь, превращаются в одну искаженную.

4. Особенности коммуникации. Отсутствие обратной связи усугубляет возникшее непонимание. Чувство понимания у говорящего не означает, что это понимание верно. То, что слушающий понимает наши слова так же, как мы сами, может оказаться иллюзией. В ходе общения возникает новое видение информации.

Итак, начните обсуждение результатов игры:

*Сейчас мы сможем увидеть весь процесс игры и посмотреть, что происходило.*

Далее покажите первый фрагмент записи с полной версией сказки.

Продемонстрируйте схему передачи информации от одного человека к другому (зафиксируйте на флип-чарте)..

# СХЕМА ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ схема для ТТ.jpg

Есть такое понятие: **«провал в коммуникации».** Эта та пропасть, в которую проваливаются наши благие намерения по поводу эффективного общения. Пропасть возникает из-за того, что мы, сами того не осознавая, ставим знак равенства между действиями там, где его на самом деле нет:

Подумать ≠ Сказать

Сказать ≠ Услышать

Услышать ≠ Понять

Понять ≠ Принять

Принять ≠ Сделать

1 шаг Я ХОТЕЛ СКАЗАТЬ 100 %

**Информация**

2 шаг Я СКАЗАЛ 80-70%

3 шаг ПАРТНЕР УСЛЫШАЛ 60-45%

4 шаг ПАРТНЕР ПОНЯЛ 20-6%

Искаженная

информация

* Спросите у участников, на каком из данных этапов

происходит наибольшая потеря информации.

* Попросите участников озвучить

примерные проценты на каждом этапе.

* Зафиксируйте на флип-чарте

где-нибудь сбоку

одним цветом (например, синим).

* А далее напишите реальные проценты,

как на схеме рядом, уже другим

цветом (например, красным).

* Предложите проверить. И для этого обратитесь к видеозаписи.
* Продемонстрируйте, каким образом изменяется информация в процессе ее передачи. Зафиксируйте основные искажения:

- изменение информации

- опущение

- добавления.

Покажите механизм обрастания информации смыслом после того, как от текста остается один «скелет».

* Спросите участников о причинах данных искажений (зафиксируйте на флип-чарте).

**Причины искажения информации:**

На 1 уровне:

- нет готовности слышать и слушать

- нет четкой задачи перед беседой с собеседником

- не фиксирует понимание

- не сформирована потребность в разговоре

На 2 уровне:

- индивидуальный опыт каждого

- ценности

- установки

- воспитание, разная среда

- стереотипы

- разные потребности

- характер и т.д.

Задайте вопрос:

*- Как же изменить ситуацию? Как сохранить информацию в процессе коммуникации и повысить эффективность взаимодействия?*

Подведите участников к мысли об основных инструментах. Задача на данном этапе – мотивировать на использование предлагаемых инструментов. Зафиксируйте данные инструменты, еще раз обратившись к схеме.

В результате у вас должна получиться примерно такая картина:

Я ХОТЕЛ СКАЗАТЬ 100 %

**Информация**

Я СКАЗАЛ 80-70%

ПАРТНЕР УСЛЫШАЛ 60-45%

ПАРТНЕР ПОНЯЛ 20-6%

**Искаженная нформация**

**Я**

Четкая цель

Сценарий

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Голос громкий

Расстановка акцентов

Оптимальная скорость

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Переспросить, как понял

Задать вопросы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Переспросить, как понял

Задать вопросы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Собеседник**

Уточнить, как поняли смысл

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Активное слушание

Уточнить, как поняли смысл

Переспросить основные моменты

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Задать вопросы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Переспросить, как понял

Задать вопросы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Скажите, что основные навыки принимающего – это активное **слушание и умение задавать вопросы.**

**Активное слушание**

Предложите как раз сейчас обсудить и опробовать один из названных инструментов – активное слушание.

*Один из инструментов, позволяющих минимизировать искажения информации – активное слушание. Именно про него мы сейчас поговорим и отработаем на практике его методы.*

***Активное слушание*** *– это метод, позволяющий продемонстрировать собеседнику, что его слышат и понимают, а также услышать его и понять.*

Расскажите участникам, какие методы активного слушания бывают. Наверняка, многие из данных методов им знакомы. Но сейчас Вы задаете структуру, называете эти методы, и участники могут уже осознанно ими пользоваться. Зафиксируйте методы на флип-чарте или продемонстрируйте с помощью презентации Power Point. Затем расскажите, как их применять. Папка стр. 7. Предлагаем Вам не озвучивать все методы полностью, а коротко изложить их суть. Попросите участников самостоятельно ознакомиться с методами более подробно.

**Методы:**

1. ПОДДЕРЖИВАЮЩЕЕ ЭХО

*Повторение в ходе переговоров последних слов клиента. Тем самым мы поддерживаем контакт и стимулируем собеседника продолжать изложение своих мыслей.*

2. СМЫСЛОВОЕ ЭХО

*Повторение одного-двух ключевых слов из высказывания клиента. Таким образом, мы направляем его речь в определенное русло и концентрируем ее на важной для нас сфере разговора.*

3. ЗЕРКАЛО

*Повторение мысли клиента его словами. Эта техника вызывает у говорящего иллюзию, что он понят и управляет беседой. Слушающему она предоставляет возможность подумать и спланировать свои высказывания или вопросы.*

4. ПАРАФРАЗ

*Повторение мысли клиента своими словами, в вопросительной форме. Таким образом, вы достигаете смыслового понимания высказывания, а Ваш партнер уверяется в том, что его понимают. Парафраз побуждает Вашего партнера удерживаться на одной теме, более подробно развивая свои мысли..*

*Парафраз полезен, когда Ваш собеседник говорит путано или слишком быстро - Вы можете с его помощью задать темп речи и структурировать ее.*

***Упражнение «Антислушание»***

**Необходимые материалы:** флип-чарт или презентация Power Point

🕒 Время 10 минут.

**Цель:** Это разогревающее упражнение, в шутливой форме моделирующее ситуацию «неслушания».

**Процесс:** Скажите, что сейчас мы сделаем небольшое забавное упражнение.Попросите каждого участника вспомнить/придумать какую-либо историю, ситуацию, случай, который он мог бы рассказать. На любую тему («как я провел отпуск», «фильм, который я посмотрел», «случай на работе» и т.п.) Скажите, что история должна занимать 2-3 минуты.

Когда все придумают истории, попросите участников разбиться на пары. Если число нечетное – будет одна тройка.

Попросите пары разойтись по комнате и сесть подальше от других пар, чтобы не мешать друг другу.

*По моей команде вы начнете рассказывать друг другу ваши истории* ***одновременно****. Не делая пауз! Ваша задача: рассказать свою историю и при этом попытаться услышать, что говорит ваш собеседник. Диалог будет длиться 2 минуты.*

По Вашей команде пары начинают говорить. Следите, чтобы они старались говорить одновременно, а не по очереди.

Через 2 минуты остановите процесс и попросите пары поделиться друг с другом тем, что им удалось услышать.

Соберите всех вместе и спросите, получилось ли у кого-нибудь одновременно говорить и слушать. (Как правило, почти ни у кого не получается).

*Это упражнение в преувеличенной форме показывает, как мы обычно слушаем. Только здесь мы говорили вслух, а в реальности этот монолог происходит у нас в голове. И что же при этом можно услышать?*

***ПЕРЕРЫВ***

🕒 Время 10 минут.

***Лекция «Активное слушание»***

**Необходимые материалы:** флип-чарт

🕒 15 минут.

*Слушание сложный процесс, требующий умения и терпения. Ведь слушаем мы не только ушами!*

*Китайский иероглиф «слушать» состоит из 4х частей: «ухо» - слышать, «глаз» - воспринимать, «сердце» - чувствовать и «король» - уважать. То есть, по настоящему мы слушаем, наблюдаем за состоянием, обращая внимание на эмоции, при безусловном уважении к собеседнику.*

****

*Активное слушание – это сознательное слушание при полной фокусировке внимания на собеседнике с целью понять его сообщение.*

*Для того, чтобы слышать требуется сознательное усилие, а, следовательно, желание.*

*Мы слушаем половину того, что говорят,*

*Мы слышим половину того, что слушаем,*

*Мы запоминаем половину того, что слышим.*

*То есть****: Мы слышим то, что хотим слышать, и видим то, что хотим видеть.***

*Что может происходить в нашей голове, когда мы слушаем, но не слышим собеседника? Вот типичные* **барьеры слушания***:*

1. **«Подсчет очков».** Все, что нам сообщается, мы сравниваем с собой, своим опытом и оцениваем в зависимости от этого: «Ну, это еще что, вот у меня было…!»
2. **«Предположения».** Мы «читаем мысли» собеседника: не дослушиваем, что он говорит, и домысливаем в соответствии со своей логикой: «Уверен, они развелись не поэтому!»
3. **«Подготовка».** Готовим свой «умный» ответ или вопрос
4. **«Снятие сливок».** «Снимаем сливки» - слушаем только ключевые слова, остальное пропускаем мимо ушей.
5. **«Наклейка ярлыка»,** Заранее, основываясь на стереотипах, решаем – достоин этот человек, чтобы мы его слушали или нет («Что человек его возраста может знать по этому вопросу!»)
6. **«Советы».** Автоматически подыскиваем советы на каждое высказывание собеседника: «Почему бы тебе не попытаться…», «Мой опыт показывает, что лучше всего…»
7. **«Дуэль».** «Сидим в засаде»: ждем, когда собеседник допустит ошибку или промах, чтобы немедленно сообщить ему об этом или просто критически оцениваем каждое высказывание: «Нет, этого не могло быть, ты все не так понял…»
8. **«Испытанная мудрость».** Не слушаем, а в паузу «вытаскиваем из кармана» подходящую на все случаи «жизненную мудрость»: «Ну, что же – жизнь прожить не поле перейти!», «Любовь зла…»

Спросите участников, какие из приведенных «барьеров» характерны для них? При желании они могут добавить что-то свое.

*Окончательно избавиться от «барьеров» очень трудно. Но если мы «знаем врага в лицо», то мы, по крайней мере, можем его контролировать и, тем самым, совершенствовать свои навыки слушателя.*

*Итак, что делать, чтобы слушать активно?*

****

1. «Быть с другим». Что это значит? Мы устроены таким образом, что наш объем сознательного внимания составляет всего 7± 2 единицы. Это значит, что в каждый момент мы можем воспринимать только такое количество сигналов. Сюда входит то, что мы видим, слышим, чувствуем, думаем. То есть, если вы сейчас слышите (и осознаете!) шум, доносящийся с улицы, рассматриваете картинку на слайде, чувствуете, как ноет спина от долгого сидения и думаете, что нужно не забыть позвонить домой, то 4 единицы внимания уже заняты. А если учесть, что у обычного человека чаще используется 7-2 единицы, то, получается, слушать уже «не чем». Поэтому, чтобы «быть с другим» мы должны сосредоточиться на собеседнике и отдать процессу слушания большую часть своих единиц внимания.
2. «Ага-угу поддержка». Этот термин означает сигналы (кивание, «угуканье»), которые мы подаем собеседнику и которые означают: «я внимательно тебя слушаю».
3. Наблюдение за состоянием собеседника. Помните, что мы слушаем и глазами и сердцем. Поэтому мы следим не только за тем, что говорит человек, но и как он говорит, за его эмоциями и состоянием.
4. Если что-то не ясно или требуется дополнительная информация, задаем уточняющие и проясняющие вопросы.
5. Используем парафраз. Этот инструмент активного слушания мы разберем немного позднее.

Искусство хорошо слушать – ключевое искусство коммуникатора. Вначале оно может даваться нелегко. Но, как любой навык, оно развивается и тренируется. А возможностей потренироваться в активном слушании у каждого из нас предостаточно».

# АЛГОРИТМ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ

| **Этапы** | **Действия** |
| --- | --- |
| **1. Несловесная поддержка говорящего** | “Угу”, кивки, поза слушания  “Да-да”, “конечно”, контакт глаз |
| **2. Фраза отнесения ответственности за высказывание партнеру** | “Вы говорите (думаете) считаете, что...”  “Значит, ваши сомнения заключаются в следующем:..”  “Значит, вы утверждаете...”  “Ваше мнение сводится к следующему...”  “Ваши слова таковы...” |
| **3. Формулирование содержания**  **высказывания** | На этом этапе надо постараться полностью избавиться от собственных эмоций, оценок, отложить их на потом |
| **4. Получение согласия собеседника**  **с Вашей интерпретацией его мысли** | “Я правильно понял?”  “Это так?”  “Я ничего не перепутал?” |
| **5. Демонстрация своего отношения к услышанному** | Подчеркнуть, что это Ваше мнение, а не объективная оценка услышанному  Высказывать отношение только к словам, но не к личности говорящего |
| **6. Высказывание своего собственного суждения по существу дела** | “Мое мнение…”  “Я считаю…”  “Я думаю…” |

# ПРАВИЛА ХОРОШЕГО СЛУШАНИЯ

# Полностью сконцентрируй свое внимание на собеседнике. Обращай внимание не только на слова, но на позу, мимику, жестикуляцию

# Проверяй, правильно ли ты понял слова собеседника (используй пересказ, проговаривание подтекста, парафраз)

# Воздерживайся от советов

# Воздерживайся от оценок

***Методы активного слушания (отработка)***

**Необходимые материалы:** флип-чарт

🕒 Время 15 минут.

*Метод «парафраз» мы будем подробно рассматривать в следующем тренинге, а сейчас предлагаю попробовать разыграть ситуации, используя все методы, кроме парафраза, чтобы отработать данные методы на практике.*

Для этого разделите участников на тройки.

Озвучьте инструкцию:

*Сейчас каждый из вас будет в 3-х ролях по очереди: в роли рассказчика, роли слушателя и роли наблюдателя.*

*Задача рассказчика: рассказать интересный случай на 1,5 минуты.*

*Задача слушателя: заслушать историю, применив все методы активного слушания, которые будут уместны.*

*Задача наблюдателя:*

*Во время игры следить за процессом, наблюдайте за тем, какие приемы используют слушатели*.

Предложите участникам начать.

По истечении 1,5 минут, скажите СТОП. Спросите наблюдателей, что применяли слушатели, насколько им помогло это разобраться в ситуации рассказчика, понять эту ситуацию. Спросите собеседников, было ли им комфортно, было ли ощущение, что их слушают. Подведите итог.

Затем предложите поменяться ролями и проведите такую же процедуру игры. Подведите итог.

***ПЕРЕРЫВ***

🕒 Время 10 минут.

**Модуль 4 «Вопросы как инструмент улучшения коммуникации»**

***План***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Этапы тренинга** | **Содержание тренинга** | **Время (мин)** | **Материалы** |
| **Игра на вопросы " Рисунок "** | 2 группы участников. У тренера есть рисунок, который группы должны воспроизвести как можно точнее, узнав о том, что нарисовано, задавая вопросы.  Можно использовать любые вопросы.  2 группы по очереди задают вопросы – кто точнее нарисует?  Тренер фиксирует все вопросы и отмечает те, которые привели к цели.  Обсуждение: показать, что закрытые вопросы менее эффективны, чем открытые. | 30 | ФЧ  Фломастеры  Бумага А4 |
| **Классификация вопросов**  **Воронка вопросов** | Мини-лекция + дискуссия | 10 | Флип-чарт или РР |
| **Ролевые игры на отработку вопросов** | Отработка на практике. Предоставление обратной связи | 25 | Ситуации для ролевых игр |
| **Подведение итогов** | Устно по итогам пройденного. Если в начале была таблица, то в нее вписываются основные положения и методы (дискуссия) | 5 |  |
| **Обратная связь от участников. Завершение тренинга** | Проводится в виде опроса мнений. | 15 | Мяч (или игрушка) |

**Цели этапа**:

1. Отработать инструмент Вопросы.
2. Сформировать целостную картину по итогам тренинга.

**Процедура:**

***УПРАЖНЕНИЕ «РИСУНОК»***

**Необходимые материалы:**

Цветные карандаши или фломастеры (набор из 4-6 цветов на команду),чистые листы А4 (2-3 листа на команду)

🕒 Время 30 минут.

**Цель:**

Показать важность использования открытых и закрытых вопросов на разных этапах сбора информации

**Процесс:**

Разбейте участников на 2 команды. Попросите каждую команду сесть так, чтобы они были как можно дальше друг от друга.

Скажите: *«Задача каждой команды максимально точно воспроизвести на чистом листе имеющийся у Вас рисунок. Выигрывает та команда, рисунок которой больше совпадет с оригиналом. Информацию о рисунке они получают от «владельца» рисунка. Единственный способ, как можно получить информацию – задавать вопросы. Каждая команда сначала совещается, о том, какой вопрос задать, затем представитель команды подходит к Вам и задает вопрос так, чтоб его не слышала другая команда. Представители команд подходят по очереди. Вопросы могут быть любые. Единственный запрещенный вопрос – «Что там нарисовано?»*

Вы записываете вопросы на флип-чарт так, чтоб их не видели участники (там заранее заготовлено поле для каждой команды) и отвечаете на вопрос. Коммуникация строится по принципу, «каков вопрос – таков ответ». Если задан закрытый вопрос, Вы отвечаете «да» или «нет».

Быстрее и эффективнее делает упражнение та команда, в которой вначале используются открытые вопросы (Какие предметы там еще есть? Как они расположены? Какого цвета?), а затем, для уточнения, альтерантивные и закрытые (Яблоко красное или зеленое? Свинья находится справа от елки?)

Когда обе команды нарисуют рисунок, Вы показываете оригинал и выбираете победителя. Затем показываете группе записанные на флип-чарте вопросы и вместе с группой проводите анализ. Обратите внимание группы на следующее:

* Какие вопросы звучали вначале и в конце?
* Каких вопросов было больше?
* Какие вопросы дали максимум информации?
* Какие были лишние и только запутали?
* Какая группа больше использовала открытые вопросы?

***Мини-лекция «Классификация вопросов»***

**Необходимые материалы:** флип-чарт или презентация Power Point

🕒 Время 10 минут.

*Обсуждая игру, вы увидели, что есть разные типы вопросов, причем в зависимости от вашей цели, эффективным будет тот или иной тип. Давайте сейчас рассмотрим несколько классификаций, т.е. выделим разные типы вопросов, и определимся, в зависимости от какой цели какой вопрос будет эффективным.*

Введите классификацию вопросов - по форме вопросы делятся на: открытые, закрытые, альтернативные.

Фиксируйте на флип-чарте или покажите слайд.

Приведите в пример любой открытый вопрос (*С каким настроением вы сегодня проснулись?*). Обозначьте, что данный вопрос называется «Открытым», так как построен с помощью вопросительного слова «с каким». Приводите примеры так же из вопросов к загадке.

*Закрытые вопросы – это вопросы, которые строятся с помощью вопросительной интонации и на которые можно ответить только да или нет (например, у вас сегодня хорошее настроение?).*

*Альтенативные вопросы содержат в формулировке минимум два варианта ответа и строятся с помощью союзов или, либо (вы сегодня вечером пойдете в театр или в кино?).*

Спросите участников о целях каждого вопроса, а также о том, на каком этапе наиболее удачно использовать тот или иной тип вопроса. Попросите вести запись в Папках на стр.10.

Зафиксируйте то, что обсуждаете, на флипчарте:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Тип вопроса** | **Цель** | **Когда** |
| **Открытый** | - Прояснить ситуацию или выяснить информацию  - Экономия времени | - На этапе анализа информации  - На этапе работы с возражениями |
| **Закрытый** | - Уточнить информацию  - Зафиксировать верное понимание | На любом этапе |
| **Альтернативный** | - Предоставить выбор без выбора  - Уточнить информацию | На любом этапе, начиная с анализа информации |

Введите 2 другие классификации.

*Вопросы по содержанию делятся на:*

*- о мнении*

*- о факте.*

*Как вы думаете, что такое вопрос о мнении? О факте?*

*Это вопрос, в результате которого мы получаем либо мнение, либо факт.*

*Например, я спрашиваю вас «Часто ли вы ходите в театр?». Это вопрос о мнении или о факте.*

Попросите участников обосновать свое мнение. Подведите к правильному ответу. На данный вопрос вы получите несколько разных ответов, а то, что стоит, за этими ответами это мнение, так как «часто» у каждого человека разное количество раз.

*Поэтому если я хочу узнать факт, я спрошу иначе: «Как часто вы ходите в театр?» И в этом случае получу конкретное число.*

*Вопросы по направленности делятся на:*

*- давящие*

*- нейтральные*

*Эти вопросы отличаются интонационной направленностью.*

*Что вам хочется ответить на вопрос: «Ну и сколько же по твоему мнению сейчас времени?»*

*А что вам хочется ответить на вопрос: «Который сейчас час?»*

*Если вы хотите спровоцировать конфликт, то, конечно, давящий вопрос для вас, но зачастую мы хотим добиться результата мирным путем, поэтому используем нейтральные вопросы.*

*Какие же вопросы и в какой последовательности мы будем задавать для того, чтобы выяснить информацию, например, понять потребности клиента?*

*Давайте рассмотрим правило воронки.*

Зарисуйте на флип-чарте воронку. Покажите участникам на рисунке, что когда они используют закрытые вопросы, они могут попасть либо мимо, либо только в одну точку, не рассмотрев дополнительную информации, оставшуюся скрытой от них:

**Закрытые вопросы**

*Задав открытый вопрос, вы получаете значительно больше возможностей, так как у вас будет больше информации. А из полученной информации вы уже делаете выводы и далее следуете по воронке, в зависимости от того, что именно вы услышали. Вы можете что-то уточнить с помощью альтернативного вопроса или закрытого.*

Схема воронки демонстрирует последовательность использования вопросов для получения информации:

**Открытые вопросы**

**Альтернативные вопросы**

**Закрытые вопросы**

*Т.е. сначала для выяснения информации используются открытые вопросы, а затем информация уточняется с помощью альтернативных и далее закрытых вопросов. Причем используется не только правило воронки, а еще и правило цепочки, все вопросы вытекают из ответов, поэтому вопросы логически следуют один за другим.*

**Вопрос «почему?»**

*Есть еще один тип вопроса, который в деловой коммуникации лучше избегать. Это вопрос, начинающийся с «почему».*

Спросите группу, в чем может быть причина этого.

*Дело в том, что вопрос «почему» чаще всего нам задавали в детстве и в школе, и он обычно был связан с чем-то, что мы сделали не так. «Почему ты не выучил уроки?» «Почему ты пришел так поздно?»*

*Из-за этого наша внутренняя реакция на «почему» негативная, как будто нас обвиняют и нужно оправдываться. Кроме того, вопрос «почему» нацелен на проблему, а мы должны искать решение*.

Спросите у участников, все ли им понятно, возможно, что-то необходимо объяснить дополнительно. Если все понятно, предложите проверить это в ролевых играх.

***Ролевые игры на отработку вопросов***

***Вариант 1***

***УПРАЖНЕНИЕ «ВОПРОС НА ТЕМУ»***

**Необходимые материалы:** Post-it (листочки) для записи тем

🕒 Время 20-25мин

**Цель:**

Попрактиковаться в использовании разных видов вопросов

**Процесс:**

Скажите, что сейчас мы попрактикуемся в использовании вопросов.

Раздайте листочки попросите каждого написать на своем любую тему. Например: «Погода», «Автомобили», «Отпуск» и т.п.

Соберите листочки и перемешайте их. Дайте каждому участнику вытянуть один листочек (если свой – меняет).

Инструкция: *Представьте, что вы будете беседовать с человеком по данной теме. Вам нужно выяснить его мнение и точку зрения. Придумайте: 3 открытых, 2 альтернативных и 2 закрытых вопроса. Они могут вытекать один из другого, а могут быть не связаны между собой*.

5-7 минут подготовка.

Далее участники по очереди озвучивают доставшиеся темы и свои вопросы. Тренер и группа следит, чтобы вопрос был нужного вида.

***Вариант 2***

**Необходимые материалы:** ситуации для ролевых игр (Приложение 6)

🕒 Время 5 минут.

*Давайте попробуем осуществить правило воронки на практике.*

Проведите сначала одну ролевую игры на совместный просмотр, как вы это уже делали в прошлый раз. А затем игры в парах.

Для проведения игры попросите выйти на «сцену» двух участников, постарайтесь в качестве «ведущего собеседника» выбрать наиболее успешного в формулировке вопросов участника, а в роль «ведомого собеседника» наименее уверенного в себе. Это даст возможность неуверенному участнику почувствовать себя легче, а успешному участнику продемонстрировать более-менее идеальный вариант логики построение вопросов при выяснении информации.

Когда будете давать инструкцию к ролевой игре, дайте сначала ознакомиться с ситуациями, а затем уточните, что цель ведущего собеседника не просто формулировать вопросы в логической последовательности, а добиться именно сбора необходимой информации для ее большего понимания.

Остальную группу разделите на 3 подгруппы-наблюдателей:

1 группа будет отслеживать количество и фиксировать открытые вопросы;

2 группа будет отслеживать количество и фиксировать закрытые и альтернативные вопросы;

3 группа следить за логикой построения цепочки вопросов, фиксировать вопросы и ответы «ведомого собеседника».

На игру отведите 3 минуты.

Проведите общее обсуждение. Сначала спросите «ведущего»:

*- Что удалось применить?*

*- Над чем еще хотелось бы поработать в контексте выяснения, уточнения информации?*

Далее спросите «ведомого собеседника» о его впечатлении. И попросите зачитать ситуацию.

Опросите каждую группу наблюдателей.

На обсуждение у вас должно уйти не более 10 минут.

Итогом игры должен быть список вопросов, выведенный на флип-чарт.

Затем предложите участникам в парах попробовать то же самое. Для этого посадите участников в пары, в которых они еще не были. Попросите сначала распределить роли между собой, а затем раздайте ситуации. Отведите по 30 сек на изучение ситуаций. Затем дайте участникам 3 минуты на игру и 5 минут на обсуждение.

Во время игры подходите к участникам, заслушивайте их диалоги, чтобы в дальнейшем предоставить недостающую обратную связь.

Опросите участников:

*- Какие интересные выводы для себя сделали?*

*- Что полезного получили?*

Предложите поменяться ролями и раздайте новые ситуации. Повторите игру и обсуждение. Подведите общий итог ролевых игр. Если необходимо, расскажите о своих наблюдениях во время их игры.

***УПРАЖНЕНИЕ НА ПЕРЕДЕЛКУ ВОПРОСА «ПОЧЕМУ?»***

**Необходимые материалы:** флип-чарт

🕒 Время 15 минут.

Попросите участников придумать вопросы на «почему» и запишите их на флип-чарте (вопросов должно быть не меньше, чем участников).

Затем, зачитывая по одному вопросу, просите кого-то из группы переформулировать вопрос. Если нужно, просите остальных помогать. Каждый из участников должен попробовать хотя бы раз.

**Резюме**:

• Вопросы – основной инструмент коммуникатора

• «Воронка вопросов» позволяет нам максимально эффективно собирать информацию

• Вопросы с «почему» лучше заменять другими («зачем», «с какой целью», «в чем причина»), направленными не на проблему, а на поиск решения

***Подведение итогов тренинга***

**Необходимые материалы:** флип-чарт с таблицей

🕒 Время 5 минут.

Для этого вернитесь к таблице, которую вы зарисовывали вначале, и попросите участников вместе ее заполните. Они озвучивают, а вы фиксируете на флип-чарте.

Пример заполнения Таблицы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Чем управляем** | | **Как управляем (основные приемы)** |
| Налаживание контакта | Управление впечатлением | Формула Альберта Меграбяна  (55%-37%-8%):  - Поставить цель (какое впечатление хотим производить)  - Осознанно управлять невербальными, паравербальными и вербальными показателями, в зависимости от цели |
| Обмен информацией | Управление восприятием информации | Для избегания искажения информации использовать:  - Активное слушание  - Вопросы |
| Управление передачей информации | - Активное слушание  - Вопросы  - Подкрепление невербальными и паравербальными характеристиками |

Помните о том, что таблицу вы заполняете под диктовку. Очень важно, чтобы не Вы подталкивали участников к правильным ответам, а они сами вспоминали, что было на тренинге. Так они смогут вспомнить и повторить пройденное, собрать в единое целое те «кирпичики», из которых складывался тренинг.

Вполне возможно, что участники придумают еще какие-то инструменты. Также впишите их в таблицу. Но помните и о том, что для хорошо структурированной картинки в голове у участников нужна четкость. Поэтому Вы вполне можете переформулировать сказанное участниками, чтобы присвоить правильные названия инструментам.

Еще раз повторите основные мысли тренинга.

***Обратная связь от участников. Завершение тренинга***

**Необходимые материалы:** мяч (или игрушка)

🕒 Время 15 минут.

*А сейчас прошу поделиться своими впечатлениями о тренинге. Выскажите впечатления следующим образом:*

*- Что вам понравилось?*

*- Что вы положите себе в копилку?*

Передача инициативы осуществляется с помощью мяча (или игрушки). Вы кидаете игрушку или мяч кому-то из участников. Участник отвечает. Затем он кидает игрушку или мяч другому участнику и т.д.

Если вы планируете дальше как-то взаимодействовать с участниками по данному тренингу или по его итогам, озвучьте участникам планы.

# Приложения

# Приложение 1 – Предтренинговая АНКЕТА

***Уважаемые коллеги!***

*Для Вас планируется проведение тренинга, посвященного развитию навыков коммуникации. Чтобы участие в тренинге стало для Вас интересным и полезным событием, мы предлагаем Вам ответить на вопросы небольшой анкеты.*

*Спасибо за сотрудничество!*

Ваше имя и фамилия:

Должность:

1. **Ваши профессиональные задачи:**
2. **Какое обучение по схожей тематике Вы проходили?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Тема | Форма  (лекция, семинар, тренинг) | Тренинговая компания или тренер (если помните) |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |

1. **Какие навыки, полученные в этом обучении, Вы используете в своей деятельности?**
2. **Что для Вас является самым важным в коммуникации с другими людьми?**

**(выберите два пункта)**

а) подбирать подходящие слова

б) знать, что тебя слышат

в) устанавливать доверительные отношения

г) быстро прояснять, что необходимо другому человеку

д) производить должное впечатление

е) создавать атмосферу комфорта

ж) другое:

1. **Напишите 3 качества, которые помогают Вам эффективно взаимодействовать с другими людьми, и 3 качества, которые Вы хотели бы развить/приобрести.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Качества, которые помогают взаимодействовать** | **Качества, которые хотелось бы развить/приобрести** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. **Какие типы ситуаций общения, часто встречающиеся в Вашей работе, Вы считаете целесообразным проанализировать на тренинге?**
2. **Какие у Вас пожелания к организации, содержанию и ведущему тренинга?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Пожелания к организации тренинга** | **Пожелания к содержанию**  **тренинга** | **Пожелания к тренеру** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

***Спасибо!***

Приложение 2 – Текст для игры «Испорченный телефончик»

Марфуша

Жила была девочка, и звали её Марфуша. И было у неё все как у всех. Продукты она покупала на рынке, по пятницам ходила на демонстрации, а сексом занималась раз в неделю. Но однажды она пошла в лес и встретила там НЛО и в её жизни все переменилось. Продукты она стала покупать в магазине, сексом заниматься, когда придется, а демонстрации устраивать у себя дома.

Или

Ванюша

Жил был юноша по имени Ванюша. Был он ничем не примечательный юноша. На работу приходил к 9 утра, по субботам пил с мужиками из 3-его подъезда пиво и дарил своей любимой тюльпаны по настроению. Но однажды она пришла не во время, и после этого всё изменилось. Долгое время он не посещал работу, стал выращивать тюльпаны у себя на балконе, а пиво стал пить каждый день.

# Приложение 3 – Рисунок для упражнения «Рисунок»



# Приложение 4 – Ситуации для ролевых игр на отработку вопросов

**1.1. Вы – руководитель отдела «Парфюмерия».**

Вы ставите задачу своему подчиненному: Подготовить отчет о работе отдела.

То, что Вы пока не сказали подчиненному.

Отчет нужно подготовить до конца этой недели (т.е. 3 дня).

Отчет нужен за период с января по апрель.

В прошлом отчете, который делал Ваш подчиненный, не было марки Dior, но в этом году данная марка для Вашей компании уже не новая, и Вы ожидаете, что таких ошибок не будет.

Вам бы хотелось, чтобы отчет был выполнен идеально, потому что обычно Вам приходится довольно много править. И это касается не только содержания, но и грамматических ошибок.

Возможно, причиной содержательных ошибок является неумение Вашего подчиненного собирать информацию с других отделов-марок. Для того, чтобы этого не было, необходимо помимо полученной письменной информации от отделов-марок пообщаться с каждым представителем и уточнить детали.

**Озвучьте задачу Вашему подчиненному: Подготовить отчет о работе отдела.**

**Старайтесь не рассказывать о всех Ваших пожеланиях сразу. Дайте возможность подчиненному самому выяснить, что от него требуется.**

**Если Вам будет необходима дополнительная информация в процессе диалога, додумайте ее логически.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**1.2. Вы сотрудник отдела «Парфюмерия».**

Ваш руководитель ставит Вам задачу. Выслушайте ее.

**Ваша задача: так как Вам необходимо выполнить поставленную задачу правильно, задайте все необходимые вопросы руководителю. По итогам диалога Вы должны четко понимать, что именно хочет от Вас руководитель.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**2.1. Вы – потенциальный поставщик компании «Клубничка».**

Вы занимаетесь поставкой фруктов из Европы.

Компания «Клубничка» - это сеть крупных магазинов в Москве(ассортимент: продукты, все для сада и огорода, все для дома и т.д.).

Вы уже какое-то время общаетесь с менеджером по продажам, диалог строится легко и непринужденно. Но пока Вы еще не дошли до основной цели встречи.

То, что Вы еще не говорили менеджеру:

Вас заинтересовала встреча, так как компания «Клубничка» позиционирует продукты как очень качественные, натуральные и всегда доказывает это. А также то, что они имеют возможность продавать как дешевый товар, так и довольно дорогой.

Однако, Вам было бы интересно, чтобы Ваш товар поставляли не только в Москву, но и другие города России. Вы не знаете, может ли предложить Вам это «Клубничка». Пока у Вас есть информация, что это сеть Московских магазинов.

Для Вас принципиальны вопросы оплаты. С некоторыми компаниями Вы работаете по 50% оплате, а 50% по итогам получения ими товара. Вам это невыгодно, потому что переводы совершаются не в течение пары дней, а в течение месяца, а также могут быть задержки. Работать с должниками Вам не хотелось бы.

**Ведите себя естественно.**

**Старайтесь не рассказывать о всех Ваших пожеланиях сразу. Дайте возможность подчиненному самому выяснить, что от него требуется.**

**Если Вам будет необходима дополнительная информация в процессе диалога, додумайте ее логически.**

**2.2. Вы – менеджер по закупкам компании «Клубничка».**

Компания «Клубничка» - это сеть крупных магазинов в Москве (ассортимент: продукты, все для сада и огорода, все для дома и т.д.). Сейчас компания планирует расширение сети, причем не только в Москве, но и других городах России. Уже есть четкий план реализации данного проекта. Вы закупаете в магазин как продукты российского производства, так и других стран. Обычно Вы работаете по 100% предоплате, но только с теми поставщиками, которых проверили лично. Поставщиков Вы ищите сами, сами на них выходите. Далеко не каждый будет с Вами сотрудничать, обычно поставщика надо убедить в этом.

Сейчас у Вас встреча с потенциальным поставщиком, который занимается поставкой фруктов из Европы.

Вы уже какое-то время общаетесь, диалог строится легко и непринужденно. Но пока Вы еще не дошли до основной цели встречи.

**Ваша задача: выяснить, каковы потребности, интересы и ожидания клиента.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3.1. Вы – руководитель отдела Информационных технологий компании «Телевидение +».**

Вашему отделу поручили задачу сделать новый сайт под новую передачу. Вам необходимо поставить задачу своему сотруднику-программисту.

Передача называется «Диалог с городом».

Предполагается, что сначала на сайте будет реклама передачи (информация о передаче и приглашение зрителей), но сайт быстро обновляемый. Т.е. его придется переделывать несколько раз.

Второй этап начнется уже после выхода передачи. На сайт будут выкладывать видеоролики передачи, а также истории, биографии участников передачи (это разные известные люди: политики, писатели, актеры и т.д.).

Так как в передаче предполагаются помимо живых диалогов еще и конкурсы для зрителей, третьим этапом будет озвучивание на сайте конкурсов и победителей.

**Начните диалог с озвучивания задачи: Нам нужно сделать сайт по передачу «Диалог с городом».**

**Старайтесь не рассказывать о всех Ваших пожеланиях сразу. Дайте возможность подчиненному самому выяснить, что от него требуется.**

**Если Вам будет необходима дополнительная информация в процессе диалога, додумайте ее логически.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3.2. Вы – программист компании «Телевидение +».**

Вы общаетесь с руководителем отдела Информационных технологий, который сейчас поставит Вам задачу.

**Ваша задача: так как Вам необходимо выполнить поставленную задачу правильно, задайте все необходимые вопросы руководителю.**

**4.1. Вы - клиент**

Вы хотите поехать в отпуск. Вы не знаете, куда конкретно хотите, но у Вас есть несколько принципиальных критериев:

1. обязательно заграница
2. жаркая страна
3. рядом с морем, желательно первая линия
4. возможность самостоятельных путешествий (т.е. арендовал машину и разъезжаешь по стране)
5. разнообразие достопримечательностей
6. дешевизна внутри страны (отель, еда, аренда машины, одежда и т.д.)

Вы пришли в турагентство и сейчас общаетесь с его представителем.

**Ведите себя естественною**

**Не стремитесь рассказывать представителю турагентства все сами. Дайте ему возможность Вас подробно расспросить и предложить наиболее интересный для Вас вариант.**

**Если Вам будет не хватать какой-либо информации для диалога, додумайте ее логически.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4.2. Вы – представитель турагенства**

К Вам пришел клиент, желающий поехать в отпуск.

**Ваша задача: собрать всю необходимую информацию о его ожиданиях от отпуска, которая поможет Вам сформировать для него идеальное предложение.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_