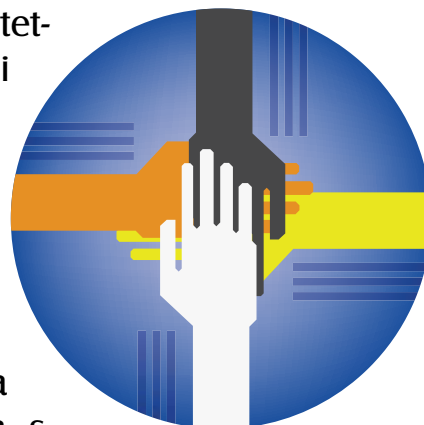


Adler Social Coaching® –

Nova metodologija za razvoj socialnih kompetenc

Socialne kompetence so veščine, ki omogočajo kvalitetno življenje v sozvočju s samim sabo in okolico. To ni tako enostavno, kot se morda sliši, saj imamo v življenju običajno več pričakovanj in želja, kot smo jih sposobni z naravnimi danostmi izpolniti. Če je tako, se moramo bodisi sprijazniti s tem, da »vsega« v življenju ne moremo imeti, bodisi razviti veščine, s katerimi bomo lahko dosegli več. Te veščine zajema pojem socialnih kompetenc. Metodologija *Adler Social Coaching*, novost na slovenskem trgu, je zanimiva in zelo učinkovita metoda, s katero lahko vsak razvije socialne kompetence in si tako razširi možnosti v življenju ter doseže več.



Kaj je kvalitetno življenje

Živeti kvalitetno življenje je nedvomno pomembno gonilo našega delovanja. Ko živimo kvalitetno, se počutimo dobro, razmišljamo pozitivno, delujemo konstruktivno in lažje premagujemo izzive. Hkrati pa občutek, da naše življenje ni kvalitetno, pomeni negativne učinke. Najprej prinese nezadovoljstvo in notranji nemir, kasneje pa se pojavijo še hujše težave: občutek manjvrednosti, pomanjkanje motivacije in destruktivnost. V takem stanju se tudi teže povezujemo v skupine in tam delujemo manj pozitivno, kot bi sicer lahko. V skrajnem primeru smo lahko sebi in družbi celo škodljivi. Nasprotno pa je, ko živimo kvalitetno. Tedaj lažje sodelujemo in tudi damo več od sebe. S svojim delovanjem koristimo sebi in družbi. Zato je kvalitetno življenje zelo pomembno. Posameznik v njem vidi smisel življenja in smernice svojega delovanja, družbi pa taki posamezniki prinašajo več koristi.

V družbi sicer obstaja vrednostni sistem, po katerem je mogoče dati splošne ocene o kvaliteti življenja. Toda ta vrednostni sistem se od družbe do družbe razlikuje. Še več, tudi v družbi ima posameznik individualni vrednostni sistem in s tem tudi lastno predstavo o tem, kaj je kvalitetno življenje. Zato je, ko govorimo o kvalitetnem življenju posameznika, bolje govoriti o tem, kako življenje doživlja. Z drugimi besedami, kvaliteta življenja je posameznikova samoocena in zato subjektivna. To, kar se nekomu zdi kvalitetno življenje, se lahko drugemu zdi daleč od tega. Ravno zato pa ni vsesplošnega recepta za kvalitetno življenje. Posameznik mora sam spoznati svoj vrednostni sistem – svoje potrebe, želje in ambicije – in se tudi naučiti med njimi razlikovati. Nikakor ne sme pozabiti na socialno okolje in pričakovanja, ki jih ima to okolje do njega. Da bi posameznik sploh lahko ocenil svoje življenje kot kvalitetno, mora torej do-

bro spoznati samega sebe ter svojo okolico in v skladu s tem tudi živeti. Da bi lahko dejansko tako živel, pa potrebuje socialne kompetence.

Socialne kompetence

Predsednik evropskega inštituta za socialne kompetence Eric Adler definira socialne kompetence kot veščine za življenje v sozvočju s seboj in okolico.

Ta definicija socialnih kompetenc je enostavna in tudi splošna. Druge definicije so ji ekvivalentne oziroma vključene vanjo. Kaj to pomeni v realnem življenju?

Na videz se zdi, da je kvaliteta življenja povezana s količino izpolnjenih želja, naj si jih posameznik izpolnjuje sam ali pa mu jih izpolnjujejo drugi. Dobro pa je vedeti, da je posamezniku za življenjsko srečo v resnici enako

pomembno tudi to, v kakšnih okoliščinah in kako se mu želja izpolni.

Predsednik evropskega inštituta za socialne kompetence Eric Adler definira socialne kompetence kot veščine za življenje v sozvočju s seboj in okolico.

Na primer, ambicioznemu mladeniču je velika želja dobiti perspektivno zaposlitev v uglednem podjetju in hitro napredovati na pomembnejši položaj. Prepričan je, da to lahko doseže v nekaj letih in da bo potem imel še dovolj časa ustvariti si družino ter se posvečati hobijem. Čas mu je pomemben in odloči se, da bo na položaj prišel s trdim delom in profesionalnostjo. V službo prihaja zgodaj in odhaja pozno, dodatno se izobražuje in ima malo prostega časa. Ker je prepričan o pravilnosti izbrane strategije, mu to ni problem. Mladenič dejansko v službi dobiva priznanja in tudi napreduje proti zelenemu položaju. Ker je to v skladu z njegovimi pričakovanji, doživlja svoje življenje kot kvalitetno. Tik preden pride na svoj sanjski položaj, ki bi mu pomnil izpolnitev cilja v karieri, pa ugotovi, da na ta položaj lahko pride le, če stori nekaj, kar se mu zdi neetično. Tega ne želi storiti. Raje se še naprej oklepa preizkušene strategije in naprej trdo dela, toda to mu ne prinaša več zelenega napredka. Poleg tega počasi ugotavlja, da mu zmanjkuje časa za družino in tudi njegovo zdravje je že načeto. Ugotovi, da se je v svojem načrtovanju uštel in da mora sprejeti kompromis: odpovedati se sanjskemu položaju na račun družine in zdravja ali pa storiti nekaj, kar se mu zdi neetično in s tem živeti naprej. Ne samo, da se mu zdaj življenje ne zdi več kvalitetno, tudi o svoji preteklosti ima slabše mnenje in grenak priokus, da se je uštel.

Glavne veščine, ki jih metodologija razvija, so komunikacija, mentalna moč in motivacija.

Da bi se izognil takšni zagati, bi moral že na začetku bolje poznati samega sebe. Ob začetku kariere je vedel le, kaj mu je v življenju pomembno – pa še to bolj površno. Pri oblikovanju svoje strategije je zanemarjal vrednote in etična prepričanja. Obenem je preveč zanemarjal spoznavanje socialnega okolja in bil zmotno prepričan, da bo s trdim delom prišel do zelenega položaja v zelenem času. Premalo pozornosti je posvetil vrednotam in pravilom družbe, v kateri živi. Če bi vse to bolj upošteval, bi si lahko izbral sebi primernejšo pot za doseganje ciljev in kasneje ne bi bil po-

stavljen pred grenak kompromis. Z drugimi besedami, živel bi v večjem sozvočju s sabo ter okolico in dolgoročno bi imel bolj kvalitetno življenje.

Da bi lahko ob začetku svoje kariere vse to storil, bi moral imeti razvite določene sposobnosti. V resnici potrebuje socialne kompetence, ki so po definiciji prav to: sposobnost živeti v sozvočju s seboj in okolico.

Metodologija Adler Social Coaching®

Tako kot voznja s kolesom, kuhanje, govorjenje v tujem jeziku ali vodenje so socialne kompetence veščine (angl.: *skills*). Zato bi bil naš mladenič iz prejšnje zgodbe v veliki zmoti, če bi sklepal, da ni rojen pod pravo zvezdo in da mu uspeh v karieri, srečna družina in zdravo življenje niso usojeni. S socialnimi kompetencami se nihče ne rodi, rodita se niti velik vodja niti recimo vrhunski kuhar. Rodimo se z določenimi talenti, ki deloma določajo, kako lahko (ali kako težko) nam bo razvijati določene veščine. Toda ne glede na to, koliko talenta je v nas, velja, da moramo socialne kompetence razvijati enako kot druge veščine. Metodologija *Adler Social Coaching* razvija socialne kompetence, torej veščine, ki jih potrebujemo za življenje v sozvočju s seboj in okolico.

Metodologija razvija motivacijo kot sposobnost motivirati samega sebe za opravljanje kreativnega dela.

Glavne veščine, ki jih metodologija razvija, so komunikacija, mentalna moč in motivacija. Izraz **motivacija** izhaja iz latinske besede *movere*, ki pomeni premikati, mešati ali vzbujati (vir: <http://www.myetymology.com/english/motivation.html>). Motivacija je nekaj, kar nas premika in spodbuja naše delovanje. Povezana je tudi s tem, ali doživljamo opravljanje svojega dela kot lahko ali težko. Ko smo motivirani, opravljamo svoje delo z večjo lahkoto. Bolj smo fokusirani in občutimo več zadovoljstva, pri tem pa sploh ni pomembno, ali je delo naporno ali ne. To postane pomembno šele tedaj, ko nismo motivirani. Tedaj »nismo čisto pri stvari«, k opravljanju dela se moramo siliti, imamo manj fokusa, smo manj produktivni in med opravljanjem dela tudi manj srečni. Pogosto slišim koga, ki pravi, da bi sicer delal, ampak da nima motivacije (in zato ne dela). Pogosto naletim tudi na koga, ki dela zelo intenzivno in to argumentira s tem, da je ravno dobil motivacijo. Ti ljudje razumejo motivacijo podobno, kot so v antiki pojmovali nekatere emocije. Na primer, starorimski bog Kupid, ki je poosebljal ljubezen in lepoto, je po svoji volji streljal puščice v mi-

moidoče, če jim je to ugajalo ali ne. Vemo, da niti ljubezen niti motivacija nista poosebljeni v (nad)bitju zunaj nas, zato ne drži, da sta naše delovanje in počutje odvisni od njegove (ne) milosti. Več o tem, kakšno življenje živijo tisti, ki se zanašajo na zunanje impulze, si lahko preberete v zgodbi o Jožku in Verici.

Metodologija *Adler Social Coaching* razvija motivacijo kot sposobnost motivirati samega sebe za opravljanje kreativnega dela.

Udeležence spodbuja, da z raziskovanjem samih sebe odkrivajo lastne vrednote, potrebe in želje. Nato jih vodi k oblikovanju lastnih ciljev in načrtovanju, kako bodo do njih prišli. Ker vsi ti cilji in načrti delovanja izhajajo iz njihovih samih, imajo do tega pristen in lasten interes, iz katerega črpajo motivacijo.

V nasprotju z motivacijo je **mentalna moč** težje opredeliti, že ime pa pove, da gre za obliko moči. Moč potrebujemo vsakič, ko se srečamo z naporom. Tako kot potrebujemo fizično moč za to, da premikamo težka bremena, potrebujemo mentalno moč za premagovanje mentalnih naporov. O mentalnih naporih vedo veliko povedati vzdržljivostni športniki: tekači na dolge proge, alpinisti, kolesarji idr. Toda mentalna moč ni pomembna le v športu. Potrebujemo jo tudi govorniki, kirurgi, odvetniki, pogajalci, politiki, vodje ... V resnici jo potrebujemo vsi.

Metodologija Adler Social Coaching razvija socialne kompetence, torej veščine, ki jih potrebujemo za življenje v sozvočju s seboj in okolico.

Mentalna moč se navzven kaže kot sproščenost, notranji mir, karizma in samozavest. To so ključni elementi uspešne osebnosti. Kdo pa bi sodeloval z osebo ali ji sledili, ki ni sproščena, ki dvomi o sebi, lastni ekipi in lastnih ciljih. Zanimivo pa je, da se prav v tem, kako se mentalna moč kaže navzven, skriva velika past razvijanja mentalne moči. Usmerjanje v sproščenost, umirjenost in samozavest ustvarja sporočila, kot so »sprosti se, umiri se, bodi samozavesten« ipd., ki k dejanski sproščenosti, umirjenosti in samozavesti čisto ne pripomorejo. Zato metodologija *Adler Social Coaching* razvija mentalno moč drugače: tako da razvija prepričanje, da »to« zares zmorem. Kdor ima ta občutek, lahko opravlja svoje delo, naj se zdi še tako naporno in zahtevno, ne da bi dvomil, da mu bo uspelo. Še vsak velik govornik je priznal, da ima pred množico tremo. Vsak smučar, ki se je spustil po najzahtevnejši progi na svetu v Kitzbuehlu, je priznal, da ga je bilo strah. Vsak vodja je na začetku projekta čutil skrb. Toda, nihče od tistih, ki jim je uspelo priti do cilja, ni nikoli izgubil prepričanja, da to zares zmore storiti. Podobno kot pri samomotivaciji tudi za men-

talno moč ne poznamo splošnoveljavnega recepta. Vsak udeleženec mora sam spoznati samega sebe in odkriti, kaj potrebuje za to, da bo prepričanje o svojih zmogljivostih v njem dovolj trdno zasidrano.

Adler Social Coaching razvija sposobnost usmerjanja neverbalne komunikacije in pri tem upošteva to, da je naše vedenje v določeni situaciji odvisno od tega, kako jo dojemamo.

Tretja večšina, ki jo razvija metodologija *Adler Social Coaching*, je **komunikacija**. V splošnem je komunikacija proces, v katerem se prenašajo informacije z enega subjekta na drugega (<http://en.wikipedia.org/wiki/Communication>). Informacije različno izmenjujejo, predvsem z govorom in znaki. V tem smislu poznamo verbalno in neverbalno komunikacijo, ki se v življenju tesno prepletata in dopolnjujeta. Zato je pomembno, kaj rečemo in tudi, kako. Raziskave kažejo, da smo bistveno bolj dovzetni za neverbalno komunikacijo. To pomeni, da je to, kako nam je bilo nekaj sporočeno, celo pomembnejše od tega, kaj nam je bilo sporočeno. *Adler Social Coaching* razvija sposobnost usmerjanja neverbalne komunikacije in pri tem upošteva to, da je naše vedenje v določeni situaciji odvisno od tega, kako jo dojemamo (več o tem: dr. Miličević, Z. (2008). *Emocije – razumevanje čustev v psihoterapiji*. Psihopolis inštitut). Dve različni osebi se lahko na povsem enako situacijo odzoveta z drugačno komunikacijo, ker tej situaciji pripisujeta različni pomen. Kot primer si zamislimo dva prodajalca, ki prodajata enako blago. Eden od njiju je kot otrok vsakič, ko si je želel igračo, prišel k očetu in ga prosil, naj mu jo kupi. Oče mu je na to odgovoril, da mora še malo razmisliti. Otrok je opazil, da je šel oče v trgovino z igračami in se pozanimal, za kakšno igračo

gre, na to pa se je z njim pogovoril in mu igračo običajno tudi kupil. Tudi drugi prodajalec je v otroštvu prosil svojega očeta za igračo in tudi on je od očeta dobil odgovor, da bo še razmislil. Toda ta oče se ni nikoli pozanimal o igračah in tudi s sinom se o tem ni več pogovarjal, kaj šele, da bi mu igračo kupil. Prvi prodajalec je tako odrasel v človeka, ki mu stavek »bom še malo razmislil«, pomeni, da se stranka zanima za njegovo blago in da potrebuje še več informacij ter časa za razmislek. Zato se bo na ta stavek odzval pozitivno in ostal v pristnem stiku s stranko. Drugi prodajalec pa v tem istem stavku razume, da mu je stranka prijazno povedala, da je izdelek ne zanima. Zato bo doživel razočaranje in se bo z njo prenehal ukvarjati. Pri tem naj poudarim, da sploh ni pomembno, kaj je stranka z besedami »bom še malo razmislil« dejansko želela sporočiti in tudi prodajalec tega v resnici sploh ne more vedeti. Pomembnejše je, da bo prvi prodajalec dolgoročno imel mnogo več uspeha, saj mu bo v primerjavi z drugim prodajalcem z določeno skupino ljudi uspelo dlje ohraniti pozitivne stike. Temeljna razlika med obravnavanima prodajalcema je, da je prvi že v svojem odrasčanju stimulirani situaciji »bom še razmislil« pripisal tak pomen, ki mu omogoča uspeh v poklicu, ki ga opravlja. Drugi prodajalec te sreče ni imel, vendar to še zdaleč ne pomeni, da je njegova situacija brezupna in da ne more postati tako uspešen, kot je prvi. Spoznati mora, da je njegovo pripisovanje pomena besedam »bom še razmislil« tisto, kar ga ovira pri komunikaciji z določenimi strankami in da bo svojo uspešnost lahko povečal tako, da bo ta pomen spremenil. Pri razvoju komunikacijskih sposobnosti v metodologiji *Adler Social Coaching* se dogaja, da posamezniki odkrijejo stimulirane situacije v svojem življenju, ki jim pripisujejo svojim pričakovanjem ali ciljem neustrezen pomen, in da ta pomen postopoma preoblikujejo v takega, ki jim omogoča ustrežnejši odziv. Podobno kot pri motivaciji in mentalni moči se tudi tu vse začne pri spoznavanju samega sebe in razširja v spoznavanje svojega socialnega okolja, predvsem njegovih pravil in običajev. Posameznik namreč vedno komunicira z enim ali več subjekti iz svojega okolja, zato je pomembno tudi to, da ga ti razumejo pravilno.

Programi Adler Social Coaching®

V prispevku je bilo že povedano, da je *Adler Social Coaching* metoda za razvoj socialnih kompetenc in da so to večine, ki omogočajo živeti življenje, ki ga dojemamo kot kvalitetno. Opisal bom potek razvoja socialnih kompetenc z metodologijo *Adler Social Coaching* in programe, ki so trenutno na voljo pri nas. Tako kot se vožnje s kolesom ne moremo na-

učiti s sedenjem na kavču in gledanjem prenosa kolesarske dirke ali kot se kuhanje ne moremo naučiti le s prebiranjem kuharskih knjig, se tudi socialnih kompetenc ne moremo naučiti s pasivnim spremljanjem tistih, ki jih imajo že razvite. Veščine lahko razvijamo le tako, da jih začnemo dejansko početi, to pa je sorazmerno zahteven in dolgotrajen proces. Koliko udarcev, prask in bušk je moral kolesar pretrpeti, da se je naučil voziti s kolesom? In kaj vse je zažgal kuhar, da mu je končno uspela neka jed? Vendar se zdaj, ko onadva to znata, kolesarjenje in kuhanje zdita nekaj preprostega.

Metode *Adler Social Coaching* v Evropi priznavajo evropski inštitut za socialne kompetence, avstrijska gospodarska zbornica in nekateri izobraževalni centri (<http://www.asc12.si> in <http://www.asc12.com>), zaradi česar ima na območju EU potrjeno o opravljenem izpitu mednarodno veljavnost. To potrdilo delodajalcem dokazuje, da je oseba uspešno opravila trening socialnih kompetenc in da ima razvite večine samomotivacije, vzdrževanja notranjega miru in usmerjene komunikacije, kot je opisano v tem prispevku.

Obseg aktivnosti in trajanje treninga socialnih kompetenc sta odvisna od programa. Na slovenskem tržišču sta trenutno dva različna programa. Prvi, imenovan *TOOLS for LIFE* je namenjen mladostnikom, starim med 14 in 25 leti. Drugi, *TOOLS for BEST*, pa je namenjen zaposlenim, predvsem v prodaji in marketingu, pa tudi srednjemu managementu in podjetnikom. Poleg programov *TOOLS for LIFE* in *TOOLS for BEST* pripravlja *Adler Social Coaching* v sodelovanju z evropskim inštitutom za socialne kompetence še nove programe, namenjene novim ciljnim skupinam, denimo zdravnikom, medicinskim sestram, managerjem itd. V prispevku se osredotočam na programa *TOOLS for LIFE* in *TOOLS for BEST*, ki sta že na trgu.

Programa *TOOLS for LIFE* in *TOOLS for BEST* trajata 90 delovnih dni in sta sestavljena iz 6 skupinskih delavnic, 84 individualnih lekcij, 84 individualnih vaj in možnosti individualnega coachinga v času trajanja programa. Ker programa razvijata konkretne veščine, je ob koncu te večine mogoče preveriti z zaključnim izpitom in evalvacijo. Glavnina treninga je individualno delo, s katerim udeleženci s posebno študijsko skripto razvijajo socialne kompetence v lastnem okolju. Individualno delo poteka tako, da udeleženec vsak delovni dan zjutraj prečita eno stran skripte. Vsaka stran je kratka zakrožena celota in predpisuje vajo, ki naj jo udeleženec tisti dan opravi. Ob koncu dneva v skripto zapiše svoje ugotovitve ali vtise ter tako vodi dnevnik osebnega razvoja in postopoma dobiva vse večji vpogled v to, kako dojemata samega sebe, svojo okolico, kaj želi doseči in kako meni, da bi lahko to dosegel. Vsakih 14 delovnih dni je dveurno skupinska delavnica, na kateri udele-

Adler Social Coaching v svoji zasnovi upošteva, da so socialne kompetence večine in jih zato razvija v obliki treninga. Aktivnosti, ki potekajo v okviru treninga:

- skupinske delavnice,
- študij na daljavo,
- opravljanje predpisanih vaj,
- individualni coaching,
- izpit in evalvacija uspešnosti.

ženci pod vodstvom licenciranega trenerja za *Adler Social Coaching* dobivajo globlji vpogled v vsebino skripte. Naloga trenerja je udeležence motivirati za nadaljnje delo in se prilagajati njihovim individualnim potrebam. Ves čas individualnega dela lahko udeleženci kontaktirajo s trenerjem in se dogovarjajo za individualni coaching. Po končanem 90-dnevni treningu udeležence čaka pisni izpit, lokalni inštitut *Adler Social Coaching* pa opravi evalvacijo uspešnosti treninga. V svojem poteku sta si programa *TOOLS for LIFE* in *TOOLS for BEST* enaka in tudi od novih programov *Adler Social Coaching* se pričakuje, da bodo sledili temu konceptu. Lahko se zgodi le, da bodo novi programi trajali različno, recimo 180 dni namesto sedanjih 90. Programi se med seboj razlikujejo po tem, komu so namenjeni.

Program *TOOLS for LIFE* je namenjen mladostnikom, starih med 14 in 25 leti. V teh letih so mladi na življenjski prelomnici, ko končujejo svoje formalno izobraževanje, se osamosvajajo od staršev ter si začnejo ustvarjati poklicno kariero in svojo družino. V tem obdobju so ljudje najbolj ambiciozni, motivirani, željni ustvarjanja in polni pričakovanj. Zato je prav tedaj ključno, da spoznajo sami sebe in ne ponovijo napake mladeniča, o katerem je bil govor na začetku prispevka. Za uspeh potrebujejo tudi hitro integracijo s svojim socialnim okoljem in morajo znati opazovati njegove signale. Prednost razvoja socialnih kompetenc v tem življenjskem obdobju je tudi v tem, da takrat še poteka naravno oblikovanje osebnosti, v katerem mlad človek že tako ali tako razmišlja o svojih ciljih in se skuša uveljaviti v širšem socialnem okolju (poklicna kariera, dolgoročno partnerstvo). 90-dnevni program *TOOLS for LIFE* nastopa v vlogi življenjskega mentorja in mladega človeka spodbuja, da iskreno razmišlja o tem, kaj želi v življenju doseči, si poišče življenjske vzornike, se nauči odprto in odkrito komunicirati ter predvsem dokončno in za vselej sprejme odgovornost za lastno življenje, ne da bi čakal, da se mu bo dobro kar zgodilo.

Program *TOOLS for BEST* pa je namenjen predvsem prodajalcem, podjetnikom in srednjemu managementu. Program predpostavlja, da udeleženci že opravljajo svoj poklic oziroma so že trdno odločeni, katerega bodo opravljali. Že v primeru dveh prodajalcev sem nakazal, da je v prodaji ključna sposobnost usmerjanja komunikacije. Zato je v *TOOLS for BEST* poudarek na raziskovanju pomena, ki ga udeleženci pripisujejo situacijam, v katerih so. Predvsem gre za situacije, ko so v pogovoru s stranko, si organizirajo čas (*time management*), potrebujejo vztrajnost, premagujejo strah in se pogajajo. Ne samo, da udeleženci po 90 dneh bolje razumejo sami sebe, ampak izdelajo tudi konkreten načrt nadaljnjega delovanja, s katerim so učinkovitejši in uspešnejši.

Uspešnost metodologije Adler Social Coaching®

V obdobju 2005–2007 je v Avstriji pod pokroviteljstvom avstrijskega ministrstva za socialno varnost, generacije in varstvo potrošnikov potekal evalvacijski projekt, v katerem je sodelovalo 301 udeleženec. Udeleženci so opravili 180-dnevni trening socialnih kompetenc po programu *MASTERY.PROGRAM*, ki je bil prvi v seriji programov *Adler Social Coaching*. Na slovenskem trgu ga trenutno še ni. Udeleženci so bili vseh starostnih skupin med 18 in 65 leti. En udeleženec je bil mlajši od 18 let, dva pa starejša od 65. Udeleženci so imeli različno izobrazbo, od osnovnošolske pa do doktorata znanosti. Glavne ugotovitve evalvacije so bile:

- 80 odstotkom udeležencem je program pomagal v njihovem zasebnem življenju,
- 73 odstotkom udeležencem je program pomagal v njihovem poklicnem življenju,
- 73 odstotkom udeležencem je program pomagal pri izpolnjevanju ciljev,
- 81 odstotkom udeležencev je opazilo znatne pozitivne spremembe v zasebnem življenju,
- 80 odstotkom udeležencev je opazilo znatne pozitivne spremembe v poklicnem življenju in
- 76 odstotkom udeležencev je program omogočil izpolnitev zastavljenih ciljev.

Na podlagi rezultatov evalvacije so udeleženci znatno izboljšali kvaliteto socialnih interakcij. Metodologija *Adler Social Coaching* omogoča trajno povečanje kvalitete življenja v domačem in poslovnem okolju.

Evalvacijski projekt programa *TOOLS for BEST* je potekal v letu 2009, v njem pa je sodelovalo 61 udeležencev, starih med 18 in 25 leti. Zaposleni so bili v različnih panogah: telekomunikacije, direktna prodaja, trgovina, gostinstvo ... Zasedali so različna delovna mesta: svetovalci, vodje tima, vodje prodaje, poslovodje, direktorji in samozaposlene osebe. Evalvacija je dala podobne rezultate, kot jih je dala evalvacija programa *MASTERY.PROGRAM*. Posebnost evalvacije programa *TOOLS for BEST* pa je bila, da se je spremljala tudi delovna učinkovitost in uspešnost prodaje. Evalvacija je pokazala:

- 87-odstotno povečanje števila opravljenih poslovnih in prodajnih sestankov ter
- 48-odstotno povečanje števila sklenjenih poslov.

Leta 2009 je potekal tudi evalvacijski projekt programa *TOOLS for LIFE*, v katerem je sodelovalo 187 udeležencev, večinoma srednješolcev in vajencev, nekaj udeležencev pa je bilo tudi starejših od 25 let. Tudi ta evalvacija je dala podobne rezultate, kot jih je dala evalvacija programa *MASTERY.PROGRAM*, poleg tega pa je:

- 87 odstotkom udeležencev program *TOOLS for LIFE* pomagal pri premagovanju izzivov zasebnega življenja,
- 85 odstotkom udeležencev program *TOOLS for LIFE* pomagal pri premagovanju izzivov v šoli oziroma pri uvajanju v poklic.

Posebna kvaliteta metodologije pa je, da so učinki treninga trajni. To dokazuje, da so socialne kompetence zares veščine in da se jih, podobno kot vožnje s kolesom, naučimo enkrat za vselej.

Evalvacije programov *Adler Social Coaching* kažejo, da je metodologija primerna za moške in ženske, vseh starosti, od 15 let naprej z različno izobrazbo. Kažejo se številne koristi, povezane z doživljanjem kvalitete življenja. Udeleženci pričajo o izboljšanju samopodobe, večji motiviranosti in večji uspešnosti v šoli, na delovnem mestu in v zasebnem življenju. Posebna kvaliteta metodologije pa je, da so učinki treninga trajni. To je dokaz, da so socialne kompetence zares veščine in da se jih, podobno kot vožnje s kolesom, naučimo enkrat za vselej.

Izveček iz skripte *TOOLS for BEST*

Skripta programa *TOOLS for BEST* je razdeljena na 84 vsebinskih sklopov. Udeleženec vsak dan predela en sklop tako, da zjutraj prebere eno stran skripte, čez dan opravlja dobljeno nalogo, zvečer pa zapiše izkušnje. Kot primer je naveden dan iz poglavja Odgovornost.

Kdor se sprjazni s stvarmi, namesto da bi poiskal svojo odgovornost in se spoprjel z njo, nekaj gotovo ve: da se zanj ne bo nikoli nič spremenilo. Torej se vedno splača, da sprejmemo odgovornost in jo pravilno uporabimo.

Kdor se namreč ne ukvarja z odgovornostjo, v zadnjih trenutkih, tako kot kmet Jožko, ki leži na smrtni postelji in ga njegova žena drži za roko, reče:

»A ne, Verica, da si bila vedno, ko mi je šlo slabo, ob meni! Med vojno, Verica, takrat si bila ob meni. Ja Jožko, bila sem ob tebi. A ne Verica, in ko sem si zlomil nogo, takrat si bila tudi ob meni! Ja Jožko, bila sem ob tebi! In ko je pogorela hiša, Verica, in ko sem imel sifilis in ko sem bankrotiral, vedno si bila ob meni, Verica. Ja Jožko, bila sem ob tebi. In sedaj, ko grem h koncu, Verica, tudi sedaj si ob meni. Ja, Jožko, tudi sedaj sem tu ob tebi. Več kaj, Verica, zdaj se pa poberi, kajti ne prinašaš mi sreče!«

Hočete tudi vi na koncu svoje poti kriviti druge, da vam toliko stvari ni uspelo?

Izveček iz skripte *TOOLS for LIFE*

Skripta programa *TOOLS for LIFE* je razdeljena na 84 vsebinskih sklopov. Udeleženec vsak dan predela en sklop tako, da zjutraj prebere eno stran skripte, čez dan opravlja dobljeno nalogo, zvečer pa zapiše izkušnje. Kot primer je naveden dan iz poglavja Pristop.

Rad smučaš ali bordaš? Si kdaj ogledaš prenos smučarskih tekem na televiziji? Predstavljaš si, da si športnik. Prevzel si odgovornost za svojo športno kariero. Naučil si se podrobnosti glede tehnike tega športa in razvil močno željo po zmagovanju. Sedaj si na štartu in se enostavno ne znaš lotiti stvari. Ne štartaš, ker začneš razmišljati, kaj bi se lahko zgodilo pri tej hitrosti. Ja, naenkrat začneš dvomiti, ali je tekma res to, kar si želiš. In medtem, ko še razmišljaš, je čas za štart že potekel. Diskvalificiran si in morda nisi izrabil ene največjih priložnosti v življenju.

Koliko jih poznaš, ki si določeno stvar res želijo, se pripravljajo na to in potem ne štartajo? In to ne le enkrat ali dvakrat v življenju, ampak skoraj vedno. Takí vedno razlagajo o novih projektih, vendar se ne lotijo niti enega od njih. Vedno iščejo nov začetek, vendar nikoli ne pridejo do štarta. Veliko se jih navdušuje nad projektom, vendar se ga nikoli ne lotijo. Včasih obstajajo tudi tehtni razlogi, da se določenih projektov ne lotimo. Ker smo preleni ali nas je preveč strah, se večina projektov sploh ne začne in tudi ne more priti do njihove uresničitve.

Socialne kompetence v kompetenčnem modelu podjetja

Gospodarska kriza je privedla do večjih sprememb v delovanju trga in to je s seboj prineslo tudi potrebo po spremembi organiziranosti v podjetjih ter načinu vodenja in razvijanja kadrov. Pojavljajo se kompetenčni modeli podjetij in iščejo kompetence kadrov, pomembne za delo v novem okolju, o čemer je bil pred kratkim objavljen tudi prispevek v reviji HRM mag. M. Majcen (2010), Vloga kompetentnosti zaposlenih pri premagovanju krize, revija HRM, letnik 8, št. 34. V tem prispevku avtorica navaja 36 kompetenc, ki jih potrebujejo bodoči managerji. Izmed teh 36 kompetenc jih je kar 31 neposredno povezanih s komunikacijskimi sposobnostmi, samomotivacijo in mentalno močjo – veščinami, ki jih programi *Adler Social Coaching* učinkovito razvijajo. To ni presenetljivo, saj je za dolgoročno vodenje in razvoj uspešnega podjetja ključno delovati skladno s seboj in z okolico, enako, kot je dobro, da na sploh živimo kvalitetno in uspešno življenje.

12 poglavij metodologije *Adler Social Coaching*

Skripte in delavnice programov *Adler Social Coaching* so razdeljene na 12 poglavij. Vsako poglavje prinaša novo spoznanje o tem, kako živeti v sozvočju s seboj in okolico. Novo poglavje nadgrajuje prejšnjega, pravi uspeh pa lahko dosežemo le, če upoštevamo vseh 12 poglavij:

- | | |
|----------------|--------------------|
| 1. Odgovornost | 7. Prilagodljivost |
| 2. Učenje | 8. Vodenje |
| 3. Volja | 9. Uravnoveženost |
| 4. Pristop | 10. Razvoj |
| 5. Zaupanje | 11. Trdnost |
| 6. Realnosti | 12. Korist |



Konec junija bo v Knjigarni Planet GV izšla težko pričakovana knjiga

RECITE MOBINGU NE

Obvladovanje psihičnega in čustvenega nasilja
avtorice dr. Daniele Brečko

V primeru pojava mobinga je v organizaciji storjena nepopravljiva škoda. Zato se držimo reka: Bolje preprečiti kot zdraviti!

Namen priročnika je v najširšem pomenu besede in posamezniku odpreti pogled na **raznovrstnost oblik in načinov zoperstavljanja mobingu** z jasnim ciljem **višje kakovosti sobivanja**.

Knjigi so dodane tudi priloge: **dnevnik za vodenje mobinga**, vzorec **internega pravilnika o preprečevanju mobinga** in **seznam institucij za pomoč** žrtvam mobinga.

Format: 115 x 165 • število strani: 144 • cena knjige: 29 €

Več o knjigi na www.planetgv.si.

Knjigo lahko naročite po pošti: Planet GV, d. o. o., Einspielerjeva ulica 6, 1000 Ljubljana; po faksu: 01/30 94 445, po e-pošti: knjigarna@planetgv.si ali preko spleta na www.planetgv.si.

HRM

Revija HRM - nepogrešljiva sopotnica kadrovskih in HRM managerjev!



Ste za akcijo? Naročite dodaten izvod revije HRM s popustom!

Si želite svoj izvod revije, ki bo vedno na vaši pisalni mizi?

Do 31. 12. 2010 lahko podjetja naročite dodaten izvod revije HRM s 30-odstotnim popustom! Pri tem dobite tudi dodaten 5-odstotni popust, ki ga lahko koristite pri tradicionalnih HRM konferencah in izbranih kadrovskih dogodkih v organizaciji Planeta GV.

Prihranite več kot 30 evrov!

Redna letna naročnina na revijo HRM znaša 102,54 evrov. Naročnina za drugi ali vsak nadaljnji izvod pa znaša **71,78 evrov**. Naročnina že vključuje popust za naročnike, stroške pošiljanja in velja do pisnega preklica.



Prvih 25 novih naročnikov na revijo HRM bo dobilo še brezplačno udeležbo na delavnici angleškega jezika, ki vam jo poklanja jezikovni studio Veris.

Več o akciji in reviji na www.hrm-revija.si.

DA, želim naročiti revijo **HRM** (6 števil). Redna letno naročnina na revijo HRM znaša 102,54 evrov, za drugi in vsak nadaljnji izvod pa 71,78 evrov. Naročnina velja eno leto in se po enem letu avtomatično obnovi do preklica.

Ime in priimek

Podjetje

Matična št. podjetja

ID št. za DDV

Ulica, hišna št.:

Poštna št., pošta

Datum

Žig in podpis

Izpolnjeno naročilnico pošljite na naslov:
Planet GV, Einspielerjeva ulica 6, 1000 Ljubljana
Revijo lahko naročite tudi po faksu: 01/30 94 445 ali po e-pošti: info@hrm-revija.si.
Dodatne informacije na telefonski številki 01/30 94 415