



**impostare e mantenere il miglior rapporto
con i famigliari degli ospiti delle case per anziani**

dispensa a cura di:
dott. Loris Dal Poz – psicologo del lavoro

OSS e INFERMIERI: **intrattenere relazioni positive con i famigliari dell'anziano**

riconoscerne i bisogni, gestirne critiche e malcontento, informare correttamente

Il famigliare, con l'ospite, è il cliente della struttura: la sua soddisfazione e serenità sono fondamentali per stabilire rapporti duraturi, proficui, e garantire un buon passaparola nei confronti del servizio.

- > **Come comportarsi** con il famigliare a seconda delle situazioni e della sua personalità?
- > Cosa fare per evitare che sia insoddisfatto, e come **gestire il suo malcontento**?
- > Come **reagire positivamente** ad una sua critica e vivere serenamente la sua presenza?
- > Come gestire **i suoi bisogni**, in particolare quelli di **informazione e di supporto emotivo**?
- > In che modo **trasformare una relazione** da negativa a positiva?
- > et al.

Obiettivo del corso è trasmettere ad OSS, infermieri ed addetti all'assistenza abilità che permettano di rispondere correttamente a questi ed altri questi, **nella teoria e nella pratica**.

Programma:

I bisogni del famigliare:

- comprenderli e soddisfarli in coerenza con gli obiettivi del servizio
- capire cosa si celi dietro a quei comportamenti che ci mettono in difficoltà.

Stabilire una relazione positiva:

- l'approccio corretto alle differenti tipologie di comportamento:
 - aggressivo, confuso, timido, ansioso, saccente, arrogante, pignolo, invadente, etc.
- far sentire il cliente al centro dell'attenzione.

La comunicazione:

- gestire correttamente le critiche, **senza essere permalosi**
- stimolare la collaborazione ed evitare/superare i blocchi comunicativi con i famigliari e con i colleghi
- fornire informazioni nel rispetto dei ruoli
- trasmettere un'immagine aziendale positiva

Le emozioni:

- gestire la nostra ansia e quella del famigliare mantenendo il giusto distacco emotivo
- evitare di incorrere nel burn-out e gestire lo stress

I CASI – COME COMPORTARSI QUANDO IL FAMIGLIARE...

> fa una **critica** al nostro operato o a quello di un collega – **vuole svolgere mansioni** di assistenza che non gli competono – cerca di **comprarci** con la gentilezza – chiede in modo chiaro o sotteso un **trattamento di riguardo** per l'anziano – ha una **lamentela** relativamente al nostro operato o quello di un collega – è **arrabbiato** – è **depresso** e cerca la nostra consolazione – è **disorientato** all'interno della struttura – è logorroico – **sa tutto** lui – **minaccia** di diffamare noi e la struttura – ci **fa domande** a cui non possiamo/sappiamo rispondere – etc.

> ad inizio lezione verrà chiesto ad ogni presente di **indicare una situazione**, che verrà poi discussa

Costo: 85€ + iva 20% se dovuta --- 80€ cad. per più iscrizioni, comprende dispense, attestato , coffee break. Il corso su richiesta viene svolto anche presso la struttura.

Per iscrizioni/info: inviare la scheda allegata al fax 0422/1830848, oppure spedire una mail a formazione@copernicocs.it, indicando nomi dei partecipanti e dati per la fatturazione.

Docente:

Dott. LORIS DAL POZ, Psicologo del Lavoro, docente e consulente in ambito "organizzazione, e comunicazione nell'ambito dei servizi alla persona". Oltre 700 addetti formati per circa 200 strutture.

800180486 – www.copernicocs.it copernicocs@copernicocs.it

Viale della Repubblica 193/i 31100 Treviso – Via Monte Grappa 3 San Bonifacio (VR)

Responsabile corso – Filippo Fossa 392/9243712



Analisi del “caregiver”

conoscere il familiare dell'anziano

- in che modo vive l'allontanamento dal suo caro?
- cosa lo ha portato ad inserirlo nella residenza per anziani?
 - qual'è la sua personalità?
- in che modo è possibile sviluppare con lui la migliore collaborazione?

RICONOSCIMENTO E VALORIZZAZIONE DEL LAVORO DI CURA

nel familiare che giunge con l'anziano in RSA spesso è forte il bisogno di riconoscimento di quanto svolto in termini di assistenza: perché?

A livello dell'autostima, l'inserimento dell'anziano in RSA può avere risvolti molto negativi.

È DUNQUE FONDAMENTALE EFFETTUARE UN COSTANTE ASCOLTO ATTIVO:

- aspetti emotivi e pratici della scelta
 - dubbi vissuti
 - fatiche compiute
- successi e delusioni nell'assistenza fornita
- riconoscimenti e mancati riconoscimenti
 - conflitti intrafamiliari
 - conflitti con l'anziano

CONDIZIONI CHE RENDONO MAGGIORMENTE SERENO L'ACCESSO ALLA RSA

- rapporti affettivi senza “conti in sospeso”
- assunzione consapevole del carico assistenziale
- condivisione della scelta con la famiglia d'origine
- riconoscimento dell'impegno di chi cura da parte dell'anziano, in famiglia e nel sociale
- mantenimento di spazi personali da parte del caregiver nella cura dell'anziano
 - capacità di richiedere aiuto

CONDIZIONI CHE RENDONO DIFFICOLTOSO L'ACCESSO ALLA RSA

- rapporto di dipendenza con l'anziano
 - relazioni di tipo manipolatorio
 - bisogno di controllo sull'anziano
- forme di esclusione anche inconsapevoli degli altri familiari dal lavoro di cura
- assunzione del carico assistenziale come competizione con un altro membro della famiglia
 - solitudine nella presa delle decisioni
 - difficoltà nel richiedere aiuto
- insofferenza e conflitto verso altre figure di cura
 - scarsa volontà di collaborare con i servizi

Anche nei casi più inaccessibili all'aiuto, è necessario capire chi abbiamo davanti, quali storie e quali vissuti siano presenti al fine di individuare in che modo il nostro servizio possa adattarsi alle sue esigenze ed essere accettato.

Spesso il gancio in queste situazioni difficili è offerto da situazioni che rendono anche momentaneamente necessaria la richiesta d'aiuto ad una struttura.

Saperlo utilizzare nel modo opportuno può essere una buona base per lo sviluppo di rapporti futuri e rapporti futuri positivi.



I bisogni dell'interlocutore e le informazioni da trasmettere.

Nella fase di presentazione della casa per anziani ad i famigliari dell'ospite, la capacità di fornire informazioni in grado di toccare tutti i potenziali bisogni dell'interlocutore, è **in grado di aumentarne il grado di fiducia e di collaborazione.**

Di seguito un richiamo alla teoria dei bisogni e come si inseriscano nello sviluppo delle relazioni, ed una lista degli elementi rispetto ai quali è bene essere preparati nel dialogo con i famigliari dell'ospite.

Analisi dei bisogni: la motivazione e la scala dei bisogni di Maslow.

Quali bisogni vive una persona?

Per spingere all'azione gli individui, una modalità efficace è quella di agire sui loro bisogni:

- L'insegnante ottiene attenzione promettendo una pausa
- La mamma promette al figlio di farlo uscire con gli amichetti solo se fa i compiti di scuola
- Il rapinatore ottiene di fuggire con un'auto in cambio del rilascio di un ostaggio (questo probabilmente non è un evento così diffuso...)
- Il papà grazie ad una paghetta aggiuntiva ottiene dal figlio la pulizia del giardino
- Etc.

Agire sui bisogni delle persone per ottenere in cambio un'azione, una prestazione, è una modalità che può trovare pieno riscontro anche all'interno del mondo del lavoro.

Passaggio obbligato per fare questo, è comprendere quali siano i bisogni che una persona, viva come prioritari.

Un'analisi tecnica dei bisogni che compongono gli individui, è stata effettuata con successo dallo psicologo sociale di nome A.H. Maslow, che costruì uno strumento per lo studio dei bisogni, facilmente applicabile ad ogni contesto: LA PIRAMIDE DI MASLOW



Per **bisogni fisiologici** si intendono quelli strettamente legati alle esigenze fisiche:

- Mangiare e bere
- Vestirsi
- Dormire e riposare
- Stare in salute
- Avere figli (bisogno misto)
- Possedere e risparmiare risorse nell'immediato

Con **bisogni di sicurezza** si pone l'attenzione sulla necessità degli individui di vedersi garantita la soddisfazione di quelli fisiologici nell'arco del più lungo tempo possibile (una volta trovato da mangiare per oggi, ne cercherò anche per domani, dopodomani e così via, fino a che non ne avrò da parte a sufficienza + garanzia di risorse e non sperpero delle stesse per un arco di tempo ragionevole)

Quella di **socializzare**, è l'esigenza che trova spazio nel terzo scalino della piramide, e si riferisce alla naturale necessità che tutte le persone, in maniera minore o maggiore, hanno di relazionarsi ad altri.

Il **bisogno di stima** indica che una volta socializzato, l'individuo cercherà di coltivare relazioni con persone che lo faranno sentire positivo, ed adeguato.

L'**autorealizzazione** è quella condizione in cui si percepisce di aver dato spazio alle proprie potenzialità nel raggiungimento di obiettivi ritenuti importanti.

Per la persona che li vive, non esiste un bisogno più importante dell'altro in senso assoluto.

Nel momento stesso in cui si sarà raggiunto uno scalino della piramide, si sentirà come ugualmente importante il raggiungimento del successivo.

Esiste piuttosto un ordine cronologico che si tenderebbe a rispettare nella loro soddisfazione, partendo dalla base per giungere poi al vertice: una persona che non abbia da mangiare, vivrà come secondario il problema del non avere amici.

Le informazioni da trasmettere ai famigliari dell'ospite.

Di seguito un elenco di informazioni che possono essere utili nella descrizione del servizio ai famigliari dell'ospite: queste permettono allo stesso di formarsi un'idea sufficiente sulla realtà nella quale sta andando ad inserire l'anziano, ed anticipano e stimolano eventuali domande di chiarimento.

Quanto riportato viene analizzato in aula in relazione alle differenti realtà aziendali.

- descrizione dei principi che reggono il servizio
 - uguaglianza
 - imparzialità
 - efficienza
 - efficacia
 - partecipazione

- descrizione della struttura, delle sue origini e del suo sviluppo
- descrizione dei servizi offerti agli ospiti e del personale coinvolto
 - assistenza medica
 - assistenza infermieristica
 - assistenza nella soddisfazione dei bisogni fisiologici dell'ospite: nutrimento, salute, riposo, deambulazione, igiene, etc.
 - riabilitazione psichica
 - riabilitazione fisica
 - assistenza psicologica
 - attività di animazione
 - servizi ricettivi
 - mensa
 - lavanderia
 - igiene ambientale
 - manutenzioni alla struttura
 - amministrazione e segreteria
 - servizi integrativi
 - parrucchiere/barbiere
 - televisione
 - uso del telefono
 - assistenza religiosa
 - descrizione dettagliata dell'organigramma aziendale e, se possibile, consegna dello stesso
 - descrizione della giornata tipo dell'ospite
 - dimissioni dell'ospite: modalità
 - costi di permanenza nella struttura
 - descrizione dei parametri di qualità caratteristici della struttura:
 - struttura
 - prestazioni
 - formazione operatori
 - sistema informativo
 - accessibilità ai servizi ed agli uffici
 - descrizione di eventuali altri servizi



LE EMOZIONI

1. ABBANDONO
2. ABBATTIMENTO
3. ABORRIMENTO
4. ACCETTAZIONE
5. ADORAZIONE
6. AFFINITÀ
7. ALLEGRIA
8. AMMIRAZIONE
9. AMORE
10. ANGOSCIA
11. ANIMOSITÀ
12. ANSIA
13. APPARTENENZA
14. APPRENSIONE
15. ATTESA
16. ATTRAZIONE
17. AVVERSIONE
18. BEATITUDINE
19. BENEVOLENZA
20. CALMA
21. CAUTELA
22. COLLERA
23. COLPEVOLEZZA
24. COMPASSIONE
25. CONTENTEZZA
26. CORDIALITÀ
27. CUPEZZA
28. CURIOSITÀ
29. DEPRESSIONE
30. DEVOZIONE
31. DISAGIO
32. DISGUSTO
33. DISPERAZIONE
34. DISPREGIO
35. DIVERTIMENTO
36. DOLCEZZA
37. DOLORE
38. ECCITAZIONE
39. ESALTAZIONE
40. ESASPERAZIONE
41. ESCLUSIONE
42. ENTUSIASMO
43. ESITAZIONE
44. ESTASI
45. EUFORIA
46. FASTIDIO
47. FELICITÀ
48. FIDUCIA
49. FIEREZZA
50. FRUSTRAZIONE
51. FURIA
52. GELOSIA
53. GENTILEZZA
54. GIOIA
55. GODIMENTO
56. GRATIFICAZIONE
57. IMBARAZZO
58. IMPAZIENZA
59. INDIGNAZIONE
60. INFATUAZIONE
61. INQUIETUDINE
62. INVIDIA
63. IRA
64. IRRITAZIONE
65. MALINCONIA
66. MERAVIGLIA
67. NOIA
68. ODIO
69. ONNIPOTENZA
70. ORGOGLIO
71. OSTILITÀ
72. PAURA
73. PENA
74. PIACERE
75. PIGRIZIA
76. PREOCCUPAZIONE
77. RAMMARICO
78. RIMORSO
79. RIMPIANTO
80. RIPUGNANZA
81. RISENTIMENTO
82. RIVERENZA
83. SCHIFO
84. SDEGNO
85. SERENITÀ
86. SHOCK
87. SODDISFAZIONE
88. SOLITUDINE
89. SOLLIEVO
90. SORPRESA
91. SPAVENTO
92. STUPORE
93. TENEREZZA
94. TENSIONE
95. TERRORE
96. TIMORE
97. TORMENTO
98. TRISTEZZA
99. UMILIAZIONE
100. VERGOGNA ecc.



I COMPORTAMENTI DELL'INTERLOCUTORE

AGGRESSIVO

L'aggressività come strumento per ottenere:

Molte persone utilizzano l'aggressività come strumento per ottenere maggior attenzione dall'altro, anche qualora non ve ne sia un reale bisogno.

Un'errore molto comune è quello di assecondare tale pratica, e questo porta ad una serie di problemi ben precisi:

1. si favorisce nell'altro la tendenza a continuare con un atteggiamento aggressivo, in quanto ha ottenuto con esso dei risultati.
2. si è scorretti nei confronti di quelle persone più cordiali, che invece di essere premiate per questo, vengono penalizzate.
3. anche la persona più cordiale, quando si accorge di essere stata sfavorita rispetto ad un'altra che ha tenuto un comportamento aggressivo, comincia ad essere aggressiva.

Risulta dunque evidente che è necessario educare la controparte ad un comportamento cortese, rinforzando positivamente i suoi atteggiamenti migliori, e non dando seguito a quelli negativi.

L'aggressività come risultato di un mancato rispetto delle aspettative:

L'aver indotto nell'altro delle aspettative e non averle rispettate, porta spesso quest'ultimo a sviluppare un atteggiamento di aggressività.

È curioso il fatto che la soddisfazione del cliente, se misurata successivamente all'aver ricevuto un servizio, non è proporzionale alla qualità del servizio stesso, ma piuttosto al livello di aspettative che erano state formate: paradossalmente un servizio per il quale erano state generate aspettative basse, da maggior soddisfazione di un medesimo servizio di qualità superiore, ma per il quale erano state generate aspettative superiori al risultato.

È dunque importante generare nell'altro aspettative commisurate a quelli che saranno i risultati, cercando quando possibile di tenerle più basse per poi generare un senso di soddisfazione maggiore all'erogazione del servizio.

Va poi considerato che le persone tendono a considerare le attese, se poco chiare, a proprio vantaggio – 30/35€ di preventivo, per il cliente sono 30 mentre per l'azienda sono 35... - e questo rende necessaria sempre la massima chiarezza allo stabilirsi di un accordo.

L'aggressività come bisogno d'ascolto:

Quanto di seguito riportato, può essere collegato o meno al punto precedente. In entrambi i casi fornisce però un'indicazione utile su come procedere per gestire al meglio la situazione.

Quanto più una persona teme di non ottenere ascolto alle proprie esigenze dalla controparte, tanto maggiore sarà l'aggressività con cui si porrà per raggiungere il proprio obiettivo: se io temo che dall'altra parte non vi sarà



ascolto per le mie istanze, assumo un comportamento aggressivo al fine di impossessarmi dell'attenzione necessaria.

Fatte queste considerazioni, possiamo gestire l'aggressività seguendo questi passaggi:

- FAR SFOGARE LA TENSIONE.
 - dimostrare interesse.
 - lasciare da parte qualsiasi altro argomento o attività.
 - non reagire in modo competitivo.
 - non alzare la voce.
 - non fissare/sfidare con lo sguardo.
 - respirare e non prenderla sul personale.
 - mantenere il volume della voce basso ed il ritmo lento.
 - non reagire in modo remissivo.
 - non accettare insulti.
 - non fare spallucce.
 - non sembrare in crisi.
 - se il timore è quello di non ottenere soluzione di un problema, una persona insicura genera nell'aggressivo ancora maggior ansia e dunque aggressività.
- VALORIZZARE IL MALCONTENTO E DIMOSTRARE EMPATIA.
 - fa bene ad essere arrabbiato...
 - immagino che sia stato fastidioso...
 - anch'io al suo posto...
 - evitare frasi del tipo:
 - non se la prenda per così poco...
 - non c'è bisogno di arrabbiarsi...
 - etc...
- CHIEDERE APPROFONDIMENTI.
 - far ripetere.
 - chiedere tempi, nomi e quant'altro dia l'impressione di voler veramente prendere in mano la faccenda.
 - in casi di particolare aggressività, prendere appunti facendo ripetere all'altro lentamente – avrà un effetto rassicurante sia di persona, sia telefonicamente.
- ASSUMERE LA COLPA DI QUANTO ACCADUTO.
 - dare la colpa a terzi e dunque a variabili incontrollabili, genera ulteriore ansia.
- DARE SOLUZIONI E TEMPI CERTI.
 - se non abbiamo tempi certi, dare "i tempi certi in cui saremo in grado di fornire tempi certi!"
 - evitare i "se, faremo, vedremo, la contatteremo, etc."
 - chiamare in causa figure di rilievo: "coinvolgerò il direttore per risolvere il caso, e mercoledì in tarda mattinata le farò sapere come procederemo per risolvere il problema..."

IMPORTANTE: il miglior comunicatore non è quello che "vince", ma piuttosto quello che fa sì che l'altro ammetta da solo d'aver sbagliato o essersi comportato male.

Considerazioni importanti:

Il momento di scontro può essere una buona occasione per migliorare e stabilizzare il rapporto: è nel momento di difficoltà che possiamo dimostrare all'altro quanto teniamo a lui, impegnandoci per risolvere il problema e compensando in qualche modo il disagio.

Il cliente che aggredisce per un problema reale, dimostra comunque interesse affinché la cosa sia risolta nell'ambito dei rapporti preesistenti, e dunque senza interromperli: in tal senso è meglio una persona che esprime il suo disagio, anche se in maniera forte, piuttosto di una che interrompe direttamente la relazione.

LOGORROICO

Essere logorroici per bisogno di comunicare

Ogni persona possiede un "capitale di comunicazione" da esaurire periodicamente: se tale capitale non viene utilizzato, si accumula in buona parte, fino all'occasione propizia per il suo utilizzo.

Un esempio tipico in tal senso sono le persone più anziane: non avendo molte occasioni per parlare, nel momento in cui riescono ad ottenere l'attenzione di qualcuno cercano di esaurire il capitale accumulato, divenendo per l'appunto LOGORROICI.

Verso tali persone il consiglio è quel di dedicare loro il tempo necessario al fine di soddisfare tale necessità: molto probabilmente alla loro età saremo a nostra volta logorroici per il medesimo motivo, e trovare qualcuno che dimostri di gradire la nostra compagnia ascoltandoci ci farà stare di sicuro meglio.

Essere logorroici per insicurezza

L'insicurezza nelle relazioni, intesa come timore di non essere accettato e/o apprezzato, può portare gli individui a cercare conferme in tal senso parlando in continuazione.

Il soggetto logorroico in questo modo cerca ATTENZIONE e APPROVAZIONE:

1. non ti do fastidio se parliamo due minuti... vero?
2. Giusto no? Cosa ne pensi di quello che ho detto? Giusto vero?
3. Etc.

APPROCCIO EDUCATIVO – per soggetti con cui abbiamo relazioni continuative, come colleghi, amici, etc.

Una persona con la quale abbiamo a che fare abitualmente all'interno del luogo di lavoro, va aiutata a relazionare in modo corretto! Questo ai fini di tutelare lui e noi stessi: non è corretto escludere una persona dalle relazioni, e non è giusto essere obbligati ad evitare costantemente una persona.

Inoltre evitare una persona dal comportamento logorroico è un po' un cane che si morde la coda: più parla e più lo evito... più lo evito e più, quando ci parlerò,



sarà logorroico per l'ansia sviluppata nel frattempo a causa del mio evitarla.
Dunque cosa fare?

1. Fare notare alla persona che parla solo lui, ma evitando di essere accusati di maleducazione: "ma non mi chiedi nulla? Hai parlato solo tu fino ad ora"; "possibile che quando abbiamo due minuti per chiacchierare tu non mi chiedi mai nulla? Sembra non ti interessi!"
2. Ad un'eventuale risposta offesa, potete aggiungere: "Guarda che se te lo faccio notare è perché mi piace parlare con te... se preferisci però sto zitto e quando qualcosa non mi va, taccio, come si fa tra sconosciuti... se è questo che preferisci"
3. Attenti alle manipolazioni iniziali: "non ti da fastidio se facciamo due chiacchiere? Dimmi se non hai tempo?" - è bene rispondere in modo assertivo: se non abbiamo tempo diciamolo, sia all'inizio che durante la conversazione, senza sentirci in colpa!

APPROCCIO CONTENITIVO – per gestire al meglio utenti/clienti

In questa sezione evidenziamo le modalità per evitare il dilungarsi eccessivo di una comunicazione con clienti/utenti.

Le modalità che riportiamo sono utilizzabili anche ad integrazione dell'approccio di tipo educativo.

1. Utilizzare domande con risposta chiusa, tale a non permettere digressioni incontrollabili da parte dell'interlocutore.
2. Riportare al filo del discorso: "finisca di dirmi quella cosa... comunque rispetto quella cosa stava dicendo... guardi non riesco a seguirla, stava dicendo..."
3. Dimostrare un iniziale totale interesse per l'interlocutore, tale da rinforzarlo fin da subito nella suo problema di insicurezza legato al timore di non piacere o di non essere accettato dall'altro, ed al tempo stesso impedirgli di colpevolizzarci con frasi del tipo "non hai mai tempo per me... non si può parlare due minuti che subito vuole interrompere..."
4. Una volta contenuta la sua tendenza ad essere logorroico, non sentirsi in colpa! Se a questo punto fate una qualsiasi domanda per riaprire il discorso in quanto vi sembra di essere stati poco disponibili nei suoi confronti e che lui potrebbe esserci restato male, vi travolgerà nuovamente come un fiume in piena!
5. PUNTARE SUL SUO SENSO CIVICO: "guardi, la devo lasciare in quanto ho delle persone in attesa... ora devo lasciarla in quanto devo rispondere a delle altre richieste..."
6. Ma se dall'altra parte non dovessimo trovare sufficiente senso civico, potremmo PUNTARE SUL SUO EGOISMO: "guardi, ora la devo lasciare altrimenti non riesco a prepararle la documentazione... ora metto giù che ho poco tempo per inserirle i dati..."

IMPAZIENTE

Il furbo...

È colui che dimostra fretta e impazienza per ottenere le cose più in fretta, pur non avendone un reale bisogno.

Assecondando questo tipo di comportamento ci si può trovare nel tempo afflitti da continue urgenze.

È in tal senso necessario avere l'accortezza di non favorire richieste d'urgenza che non siano il frutto di nostri errori.

Quand'anche si decidesse di favorire una richiesta d'urgenza causata dal cliente, è comunque importante sottolineare l'unicità del caso. In alcune organizzazioni l'urgenza causata dal cliente viene risolta con un relativo costo aggiuntivo per lo stesso.

Far rispettare l'ordine delle richieste è utile per stabilire una regolarità nell'arrivo delle stesse. Garantisce inoltre tutti quei clienti che, avendo avuto un comportamento corretto, si vedrebbero non tutelati, e comincerebbero a loro volta a chiedere le cose con maggiore pressione... cosa succede al panificio se chi sta dietro il bancone serve una persona arrivata dopo?

L'impaziente furbo agisce su più piani:

- chiede sempre le cose con urgenza
- minaccia e brontola
- manipola: per fortuna che ho trovato lei... con il suo collega ho sempre difficoltà a farmi seguire con rapidità....**attenti a non cascarci!**

Impazienza causata da mancanza di tempo

Può essere il frutto di una nostra inefficienza e dunque bisogna dare una risposta adeguata che compensi il disagio: importante far percepire agli altri eventuali clienti presenti o a conoscenza del fatto, che l'agevolazione data al cliente impaziente è relativa ad un nostro disservizio!

È utile prendere nota delle attività relative al cliente per evitargli le continue attese volte a comunicare ai diversi addetti per cosa si stia chiamando.

Impazienti in coda

Mettono ansia, borbottano, ci mettono tutti contro...

- non farci prendere dall'agitazione
- dimostrare massima efficienza... vi lamentereste davanti agli estremi sforzi di un addetto di front-office, che lavora al massimo delle sue capacità?
- Evitare di interrompere il lavoro con continue telefonate, rimandandole a dopo; se sono numerose, staccare il telefono
- evitare di chiacchierare con i colleghi, anche se questo non influisce sulla velocità del lavoro



TIMIDO

La timidezza è data dalla paura di esporsi e di essere valutati negativamente dagli altri.

Tutti siamo un po' timidi in contesti diversi, ma ci sono persone che si trovano letteralmente bloccate da questa condizione... lo sapevate che negli Stati Uniti una delle maggiori paure è quella di parlare in pubblico?

Cosa fare e cosa non fare...

- evitare di sottolineare la timidezza:
 - non arrossisca; non si deve vergognare; non sia timido
- non creare attese: adesso è il suo turno...
- inserire l'altro nella comunicazione senza attese, agganciandolo ad un discorso come se ne fosse già parte
- non manipolare: è d'accordo vero? Ha capito vero? È contento del risultato?... il timido difficilmente si espone esprimendo il proprio dissenso!
 - I clienti timidi sono per questo motivo facili da perdere: quando hanno un problema non lo espongono e vanno da un'altra parte...
- fare autoironia: guardi, le ripeto la spiegazione perché è difficile... prima di capire questa cosa mi ci sono volute settimane!
- Non mettere al centro dell'attenzione
- non essere troppo esuberanti: essere calmi, pazienti, mantenere la voce bassa...
- non interrompere le frasi...poi è finita!
- Fornire un buon feed-back facciale durante l'ascolto, senza mai far sentire l'altro giudicato negativamente

IL PIGNOLO

...per bisogno di sentirsi al centro dell'attenzione

È il comportamento tipico di chi vuole evidenziare le nostre lacune per sottolineare la propria competenza/bravura. In tal senso stiamo comunque parlando di un soggetto insicuro, e risulta utile a soluzione del suo disagio dimostrare che lo apprezziamo, evitando di entrarci in competizione:...ha fatto bene a dirmelo! Se è così verificherò e apporterò le dovute modifiche...

Per esperienze poco confortanti...

La persona che abbia visto più volte disattese le proprie richieste, per scarsa attenzione o impegno, si dimostrerà diffidente e pignola verso chiunque le offra un servizio, anche se quest'ultimo non centra nulla con le sue esperienze precedenti!

Verso queste persone è utile

- dimostrare pazienza
- dimostrare empatia per i disagi patiti e per la sua "giusta" diffidenza
- fornire numerosi dati

- indicare come verrà svolto il servizio che si offre
- dare il proprio nome e incitare l'altro affinché ci contatti qualora vi sia un problema
- chiedere chiarimenti relativamente alla sua sfiducia, ed utilizzarli per spiegare in modo esaustivo per quale motivo ora può stare tranquillo

L'INSICURO

L'insicuro non sa bene ciò che vuole:

- facciamogli capire di cosa ha bisogno
- **facciamogli** scegliere la soluzione più adatta a lui
 - è importante che sia sempre il cliente/utente a scegliere, in quanto non potrà attribuire a nostra colpa suoi eventuali malcontenti!