Ulisse

Soft Skills for Employability

EXERCÍCIOS PARA MELHORAR O *FOCO NAS NECESSIDADES DO CLIENTE*

Università di Pisa · University of Latvia · Universitas Miguel Hernández · P.PORTO ISCAP · ERREQUADRO Research over Research

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

ULISSE is a Strategic Partnership for Higher Education project (2018-1-IT02-KA203-048286). The European Commission support for the production of this website does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

INTRODUÇÃO

Os exercícios propostos têm por objetivo melhorar a competência do *Foco nas necessidades do cliente*, que de acordo com a definição do Projeto ULISSE significa:

- Ouvir com atenção os outros/clientes

- Compreender corretamente a mensagem dos outros/clientes

- Agir de acordo com as necessidades dos outros/clientes

Para este Workshop são sugeridos 3 exercícios:

1) Exercício 1 "Objetivar a informação"
2) Exercício 2 "A Experiência ideal como estudante"
3) Exercício 3 "A Viagem do novo colaborador"

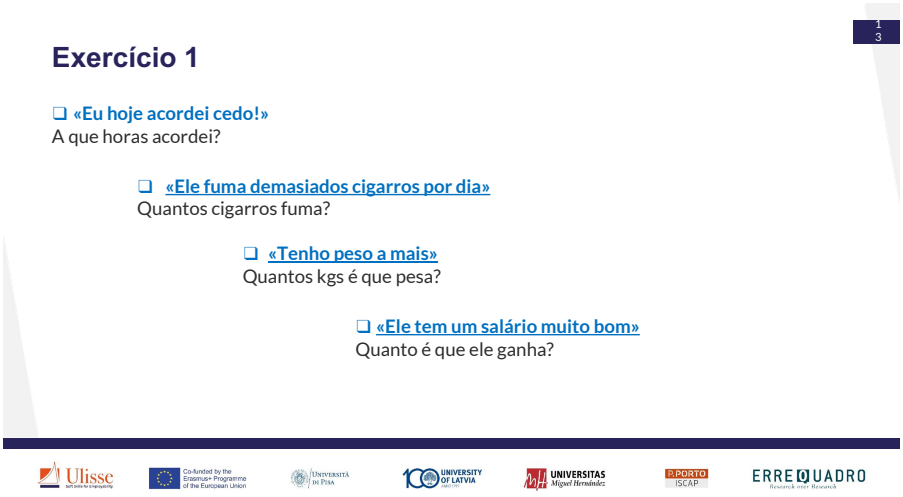
Cada um destes exercícios pode ser usado com flexibilidade e ajustado aos contextos e caraterísticas específicas dos grupos e formadores. A ideia fundamental é permitir a consciencialização do foco nos outros /cliente e o debate sobre diferentes perspetivas. Como é que eu como cliente quero ser tratado? Como é que eu como prestador de um serviço tenho que tratar o cliente? Deve ser uma atividade divertida, inclusiva e segura. Devem sempre respeitar-se a dignidade da pessoa e criar um clima positivo, com argumentação baseada na ciência e livre expressão dos participantes.

Exercício1: "Objetivar a informação"

Recorrentemente, os participantes não se baseiem em dados objetivos, mas sim perceções pessoais (subjetivas) e por isso interpretações idiossincráticas que complicam a comunicação e a compreensão das necessidades dos clientes. (20 minutos total)

2.1. Etapas do Exercício

1. Apresenta-se o caso escrito num slide projetado para todos, com uma questão de cada vez." 2'



2. Cada participante (individualmente) escreve num post-it as suas respostas às 4 questões. 2'

3. Em grupo, cada participante apresenta a sua resposta e discute-a com os outros membros. 10'

4. Em grande Grupo cada representante dos grupos apresenta as suas respostas. Faz-se uma discussão sobre o que ocorreu e da importância de termos dados objetivos quando procuramos informação sobre o cliente. 6'

2.2. Ferramentas e Recursos

Realização presencial:

Sala com espaço grande, projetor de slides, computador, post-its, canetas.

Realização online:

Usando ferramentas colaborativas como Google docs, Mural, Microsoft Teams, etc.

Nesta situação têm que ser criadas salas para cada grupo.

O mentimeter também pode ser uma boa ferramenta para partilhar as escolhas comportamentais de cada um. https://www.mentimeter.com

2.3. Sugestões para os formadores

Os formadores devem procurar focar-se nas questões dos erros de perceção, na interferência de diferentes fontes de erro e subjetividade que, nem sempre são conscientes e que cada um dos participantes deve querer tornar mais conscientes para poder tomar melhores decisões.

Sugere-se uma abordagem que permita a que cada participante fazer esta avaliação pessoal do quanto a falta de objetividade pode estar associada às suas interações sociais.

Estes exercícios podem ter questões e temas mais adequados ao grupo profissional a que se destina.

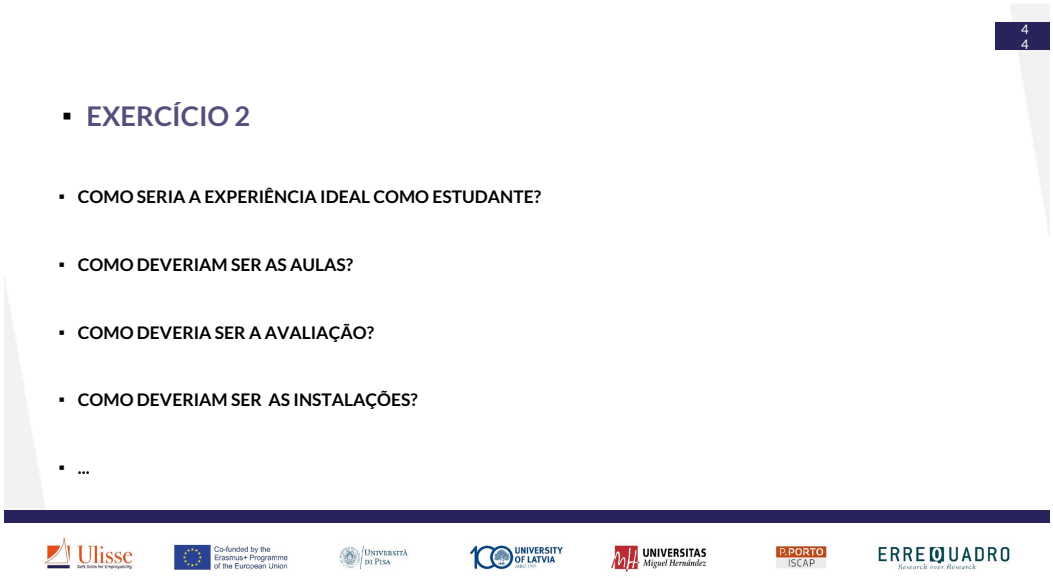
Pode ainda serem feitos exercícios de identificação de momentos críticos na vida pessoal e profissional em que esta falta de objetividade tenha levado a situações de conflito ou a perdas de tempo e produtividade.

Exercício 2: "A experiência global como cliente"

Este exercício pretende explorar as diversas facetas do participante como cliente do ensino superior como estudante. Depois da apresentação teórica sobre a necessidade do foco no cliente, importa que o participante vista a pele" de um exigente cliente em que o provedor das suas necessidades é o ensino superior. A escolha deste tópico está associada ao fato de ser um exemplo muito próximo ao estudante, sendo por isso familiar e ninguém como ele tem a consciência do que é ou não satisfeito com elevados padrões de exigência. (20 minutos total)

2.4. Etapas do Exercício

1. Projeta-se o slide do exercício 2.



2. Cada participante escreve num post-it ou então no computador respostas a cada uma das questões colocadas no diapositivo. Esta etapa é individual e o participante deve pensar só nas suas necessidades e não tanto na capacidade da instituição os satisfazer. Podemos mesmo criar a metáfora de que estamos a "escrever ao Pai Natal" ou ao "Mago da Lâmpada", sendo por isso tudo possível. 3'
3. Depois de cada participante ter a sua lista de pedido criamos um momento em grupos de 4/5 elementos para poderem partilhar as suas distintas necessidades. O Procedimento pode ser de colocar os post-its num quadro por equipa, podendo ter um sumário das listas do grupo. Tendo a lista feita importa que o grupo discuta as suas prioridades criando um ranking daquelas que consideram serem mais prioritárias. 7'

4. Feitos os *rankings* de cada grupo as equipas reúnem-se em grande grupo e faz-se uma apresentação pelo porta-voz de cada equipa, assim como a análise crítica de cada uma delas. Pede-se a cada um que avalie até que ponto estas necessidades estão a ser satisfeitas, em que momentos houve tentativas de ouvir a voz enquanto clientes, assim como o grau de respostas que o provedor tem dado a estas necessidades. 8'
5. O formador toma da palavra para apontar os principais aspetos a reter da atividade. Deve ser salientada a importância de ser um cliente exigente, assim como da pro-atividade que devem ter ambos "cliente e provedor". 2'

2.2 Ferramentas e Recursos

Realização presencial:

Sala, computador, projetor, quadro, post-its, lápis

Realização online:

Usando ferramentas colaborativas como Google docs, Mural, Google Meet, Microsoft Teams, Zoom-colibri, etc.

O mentimeter também pode ser uma boa ferramenta para partilhar as escolhas comportamentais de cada um. https://www.mentimeter.com

2.3 Sugestões aos formadores

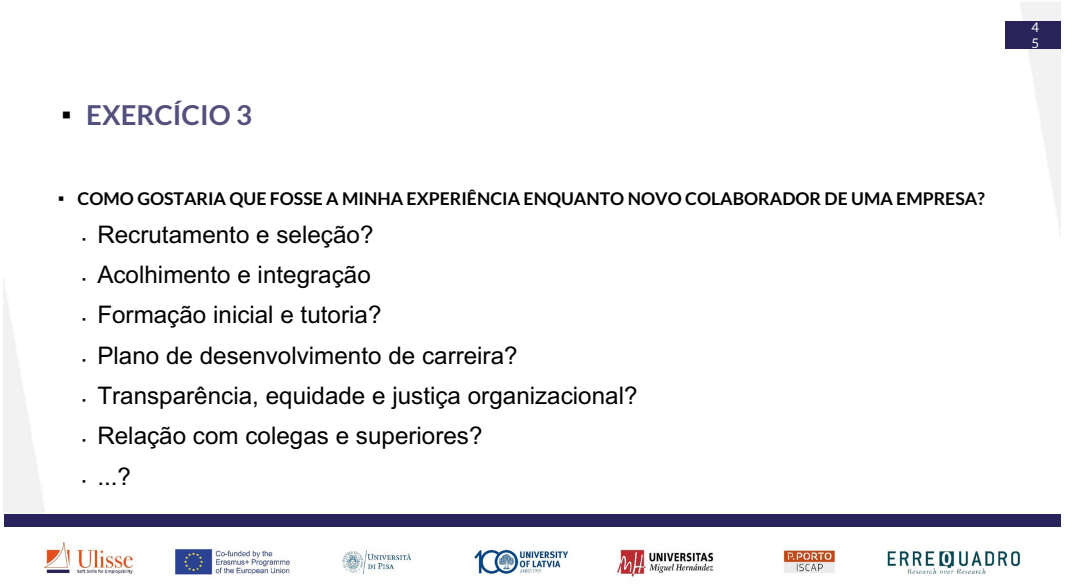
Os formadores devem procurar focar-se na ideia da construção por parte do cliente de uma consciência crítica e participativa, com elevada consciência das suas necessidades e dádiva de feedback adequado aos provedores no sentido desta boa comunicação poder conduzir a melhores resultados e graus de satisfação. Por outro lado, importa que os participantes tenham que fazer escolhas no que concerne à valorização das suas necessidades, pois algumas são mais prioritárias que outras, quer individualmente quer do ponto de vista de um coletivo. Vestir a "pele" de um cliente exigente e colaborador é uma boa forma de criar no participante um bom espírito de "provedor de serviços focado nas necessidades dos clientes".

Exercício 3 "A viagem do novo colaborador"

Este exercício pretende explorar as diversas facetas do participante como colaborador numa empresa nas diferentes etapas do ciclo de vida organizacional. A ideia é criar uma visão do que poderia ser uma viagem excelente como cliente interno de uma empresa. A escolha deste tópico está associada ao fato de ser um exemplo familiar e que tem trabalhado nos últimos anos como estudante, sendo pedagógico pensar-se quer como cliente quer como um futuro provedor de ex. (20 minutos total)

2.5. Etapas do Exercício

1. Projeta-se o slide do exercício 3.



2. Cada participante escreve num *post-it* ou então no computador respostas a cada uma das questões colocadas no diapositivo do exercício 3. Esta etapa é individual e o participante deve pensar só nas suas necessidades e não tanto na capacidade da instituição os satisfazer. Podemos mesmo criar a metáfora de que estamos a "escrever ao Pai Natal" ou ao "Mago da Lâmpada", sendo por isso tudo possível. 3'
3. Depois de cada participante ter a sua lista de desejos criamos um momento em grupos de 4/5 elementos para poderem partilhar as suas distintas necessidades. O Procedimento pode ser através da colocação dos post-its num quadro por equipa, podendo ter um sumário das listas do grupo. Tendo a lista feita importa que o grupo discuta as suas prioridades criando um *ranking* daquelas que consideram serem mais prioritárias. 7'

4. Feitos os *rankings* de cada grupo as equipas reúnem-se em grande grupo e faz-se uma apresentação pelo porta-voz de cada equipa, assim como a análise crítica de cada uma delas. Pede-se a cada um que avalie até que ponto estas necessidades estas necessidades podem ser satisfeitas pela entidade empregadora, pelos colegas, subordinados e chefias. Consideram eles importante cuidar dos novos colaboradores e ter boas relações laborais com os seus colegas? Consideram eles importante para a positividade e produtividade estar sensível a estas necessidades? Consideram os participantes útil aferir avaliar estas necessidades e oferecer soluções adequadas? 8'
5. O formador toma da palavra para apontar os principais aspetos a reter da atividade. Deve ser salientada a importância de ser um cliente exigente, assim como da pro-atividade que devem ter ambos "cliente e provedor". Importa que eles compreendam a posição do outro e que possam perceber distintas perspetivas. 2'

2.4 Ferramentas e Recursos

Realização presencial:

Sala, computador, projetor, quadro, post-its, lápis

Realização online:

Usando ferramentas colaborativas como Google docs, Mural, Google Meet, Microsoft Teams, Zoom-colibri, etc.

O mentimeter também pode ser uma boa ferramenta para partilhar as escolhas comportamentais de cada um. https://www.mentimeter.com

2.5 Sugestões aos formadores

6. Os formadores devem procurar focar-se na ideia da construção por parte do cliente de uma consciência crítica e participativa, com elevada consciência das suas necessidades e dádiva de *feedback* adequado aos provedores no sentido desta boa comunicação poder conduzir a melhores resultados e graus de satisfação. Por outro lado, importa que os participantes tenham que fazer escolhas no que concerne à valorização das suas necessidades, pois algumas são mais prioritárias que outras, quer individualmente quer do ponto de vista de um coletivo. Vestir a "pele" de um cliente exigente e colaborador é uma boa forma de criar no participante um bom espírito de "provedor de serviços focado nas necessidades dos clientes.

Referências

Cottrell, S. (2015). *Skills for success: personal development and employability*. Macmillan Education: New York.

Goleman, D. (2013). *Focus: The Hidden Driver of Excellence*. New York: Harper Collins.

Ivey, A.E., & Ivey, M.B. (2010). *Intentional interviewing and counselling: Facilitating client development in a multicultural society* (7th ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Kay, A.A., & Skarlicki, D.P. (2020). *Cultivating a conflict-positive workplace: How mindfulness facilitates constructive conflict management*. Organisational Behaviour & Human Decision Processes. DOI:10.1016/j.obhdp.2020.02.005

Seligman, M.E.P. (2002). *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Free Press.

Robbins, S. P. (1978). "Conflict management" and "conflict resolution" are not synonymous terms. *California Management Review, 21* (2), 67–75