

**Тренинг общественных экспертов и пациентов
«ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПАЦИЕНТ»**



ВЕЧНЫЙ ДВИГАТЕЛЬ: КАК ПОДДЕРЖИВАТЬ МОТИВАЦИЮ ЧЛЕНОВ ПАЦИЕНТСКИХ НКО

Матвиевская Ольга Владимировна

27-28 мая 2023 года

Тренинг общественных экспертов и пациентов «ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПАЦИЕНТ»



О чем мы будем говорить:

- Что такое вовлеченность и сопричастность
- Откуда потребительское отношение
- Принципы общения с людьми в НКО



Правила общения:

- Отвечаем и комментируем в чате
- Поднимаем руку, включаем микрофон/камеру и говорим
- Один голос в эфире





Зачем люди идут работать в пациентские НКО?

- 1. Неудовлетворительная работа государственных служб**
- 2. Реализация конституционных прав на качественную доступную медицинскую помощь и достойное льготное лекарственное обеспечение**
- 3. Реализация себя в семье, на работе и в социуме**
- 4. Обретение социального статуса, позволяющего выступать от имени юридического лица**
- 5. Психологическая поддержка от единомышленников**

27-28 МАЯ 2023 ГОДА

Потребительское отношение клиентов к НКО



Многие коллеги в НКО жалуются на потребительское отношение к организации и её услугам со стороны клиентов. Это не только неприятное явление, но и **один из потенциальных источников выгорания** для вашей команды. **Что же мы можем сделать? Как выстроить такие отношения с благополучателями, которые позволят избегать выгорания?**



Как выглядит потребительское отношение к помогающей им НКО?

Оно может проявляться в том, что клиенты ничего не делают сами для облегчения собственного состояния, но слишком много требуют от организации, предъявляют претензии и относятся легкомысленно к своим обязательствам.

Иногда клиент занимает позицию “вы мне всё должны”, проявляет агрессию в ответ на отказ предоставить какую-то услугу, отказывается предоставлять отчеты, отвечать на опросы, и в принципе что-либо давать взамен.

Знакомы ли вам такие ситуации? Встречаются ли они в вашей работе?

Причины потребительского отношения к НКО



НЕ МОЖЕМ ПОВЛИЯТЬ

- 1) **деформация личности из-за длительного стресса:** человеку в сложной ситуации нужно как-то отреагировать на собственные изменения, адаптироваться к диагнозу. На эти процессы уходит много сил, может возникать также много злости на болезнь и близких, могут даже развиваться психологические расстройства
- 2) **защитная реакция в ответ на негативный опыт взаимодействия человека с государственной системой здравоохранения и реабилитации.** А может быть, человек раньше сталкивался с помощниками из разных секторов, которые поощряли именно такую позицию

МОЖЕМ ПОВЛИЯТЬ:

- 1) **«инвалидизация» и/или отсутствие условий для активности клиентов с нашей стороны**
- 2) **стёртые роли и границы предоставляемой организацией услуги**



Над этим можно поработать
Попробуем разобраться

«Инвалидизация» благополучателей НКО



У клиентов развивается идея о своём особом положении, своей крайне тяжёлой ситуации; это, к сожалению, часто провоцирует искаженные представления о своих возможностях и о роли окружающих: «Я ничего не могу и не должен делать для себя и тем более для других, а вы мне должны». Такое отношение может поддерживать и общество, и сотрудники НКО, когда берут на себя и роль социальных работников, и просто лишние обязательства по разрешению жизненных проблем клиента. Это вредит реабилитации и социализации.

- **Постарайтесь заключить такой контракт с благополучателем, где он берет на себя определенные обязательства. Важно, чтобы услуга оказывалась только в случае выполнения клиентом ряда условий** — когда он что-то делает самостоятельно и демонстрирует свою заинтересованность в результате, а не перекладывает всё на плечи сотрудников НКО.
- Мы также можем делать некоторый отсев на этапе приёма благополучателя в число клиентов.
- Хорошая практика – дать возможность клиентам или их близким также **выступить донорами или волонтерами программы**, а не только получателями услуг. Если человек в остром кризисе – он сможет помочь позже, когда острота ситуации ослабнет. Если сложная ситуация носит постоянный характер – всегда есть какая-то посильная мелочь, которую человек может предложить, чтобы помочь другим клиентам вашей же НКО. Как ни парадоксально, иногда клиенты и семьи в самой сложной ситуации хотят помогать: ведь это дает чувство внутреннего достоинства, помогает почувствовать свою ценность и контроль над ситуацией и своей жизнью.

Смещение ролей и стирание границ



Это вторая причина потребительского отношения, которой мы можем управлять. Часто мы сами стираем эти роли и границы, если начинаем помогать с позиции «супергероя». Как узнать эту позицию? Мы ставим нереалистичные цели, чувствуем желание помочь абсолютно всем, взять на себя все сложности благополучателя, удовлетворить все потребности.

Услуги специалистов НКО — это прежде всего услуги квалифицированных экспертов. Они не заменяют поддержку семьи и друзей. Но в социальной сфере разграничение этих ролей часто бывает затруднено. Поэтому так важно удерживать четко очерченные личностные границы и напоминать клиентам и себе, что именно входит в задачи сотрудников НКО, какую именно услугу мы оказываем и на каких условиях.

Что делать?

- важно ограничивать ответственность сотрудников НКО за состояние благополучателей
- в каких-то ситуациях руководителю нужно брать ответственность за сложные решения
- психологически повышать ценность своей услуги, четко пояснить ее содержание и пользу
- благополучателям важна информация о частоте и времени предоставления услуги
- важна ясность состава услуги, прозрачность правил и условий оказания услуги
- также очень важна ваша последовательная позиция в ответ на нарушения границ



Работа с потребительской позицией клиента НКО

С потребительской позицией можно и нужно работать. Это станет дополнительной ценностью в отношениях с активистами, повысит равновесие вашей команды, а для получателей помощи откроет возможности более достойной, самостоятельной и активной жизни.

1) Как выстроить нашу работу, чтобы не вызывать и не усиливать потребительские тенденции у клиентов?



1) Как показать клиенту пути выхода из этой непродуктивной позиции, если они уже привыкли ее занимать?





Вовлеченность людей в деятельность НКО

Некоммерческие организации сталкиваются с проблемами **вовлечения клиентов / пациентов / благополучателей в мероприятия**. Для решения данной проблемы необходимо понимать их потребности и строить работу по вовлечению с учетом **мотивации разных групп пациентов**:

- 1) новые пациенты
 - 2) пациенты «со стажем заболевания», которые уже адаптировались к нему, получают препарат и считают, что им больше ничего не нужно
 - 3) пациенты, недовольные деятельностью организации или не понимающие ее ценности;
 - 4) пациенты, переходящие в категорию «18 +»
- **Остановимся на мотивации к работе каждой группы**

Новые люди, впервые обратившиеся клиенты



- С первого же контакта «новичок» может почувствовать себя ненужным для организации, поскольку более опытные сотрудники НКО при первой беседе транслируют позиции:
 - «Не будем его загружать, пусть обвыкнется».
 - «Кто его знает, надежный ли человек, стоит ли его о чем-то просить».
 - «Нет времени ему все детально рассказывать».
 - «Проще все сделать самому, чем объяснять».
 - «Это прописная истина, ему должно быть и так понятно».
- Важно выделить время на знакомство, уметь поставить себя на место «новичка»
 - потенциального добровольца, понять его внутренние переживания:
 - выслушать, не перебивая;
 - выделить из сказанного основной запрос, с чем обратился;
 - присоединиться, создать доверительную атмосферу;
 - выявить потенциальные ресурсы человека;
 - заручиться его согласием на персональные данные;
 - наметить цель, время и место следующего контакта.

Благополучатели «со стажем заболевания»



Важно перевести фокус внимания таких людей с себя на новичков, которым потенциально может понадобиться помощь, сформировать внутреннюю мотивацию помочь новичкам пройти тот сложный путь, который ими уже пройден. Необходимо позиционировать их как «гуру», экспертов по вопросам жизни с заболеванием, которые могли бы поделиться своим позитивным опытом на Школе, в телефонном разговоре, в переписке.

Пациенты «со стажем заболевания» могут помочь руководителю/активистам организации в общении с новичками, направить их, быть на первых порах их коучем, наставником.

Хорошими мотивирующими действиями для таких благополучателей будут:

- Предложение поделиться контактом для дальнейшего взаимодействия с новичками
- Необходимо установить объем личных контактов, которые человек готов предоставить для общественных целей - личный или корпоративный номер сотового телефона, городской домашний телефон, электронный или домашний адрес
- Предложение участия в Школе в качестве спикера, чтобы поделиться своим опытом преодоления



Люди, недовольные деятельностью организации или не понимающие ее ценности

Такие люди могут мешать руководителю организации строить работу с остальным пациентами. Для перевода их в конструктивное русло можно организовать взаимодействие следующим образом:

- Акцентировать внимание на **потенциальной значимости/полезности организации лично для них.**
- **Привлечь их к обсуждению модернизации деятельности или мероприятий организации, в том числе Школы.**
- **Привлечь их к оценке прошедших мероприятий, улучшению в дальнейшем их качества.**
- **Привлечь их к оценке и корректировке информационных ресурсов организации.**
- **Выявить профессиональные и личностные предрасположенности, предпочтения, компетенции, наличие ресурсов.**
- **Предложить разные виды деятельности в НКО, в которых они могут принять участие в зависимости от интересов: помощь в организации текущей работы, подготовка документов, организация локальных мероприятий, помощь людям в преодолении того пути, который прошел сам и т.д.**
- **Можно попросить помочь, поручить что-то несложное, легко выполнимое.**

Благополучатели, переходящие в категорию «18+»



Для повышения интереса к участию в мероприятиях школах у данной группы благополучателей можно:

- Включить в программу выступления **подростковых и семейных психологов**, проработать тему гиперопеки родителей, с одной стороны, и потребности подростка самостоятельно и осознанно взять под контроль свое заболевание, с другой
- Разделить контент тематических мероприятий и пабликов на сайте и в **социальных сетях** по возрастному принципу: отдельно «Родительские Школы», отдельно «Школы Родители с детьми», отдельно «Школы 18+»
- Привлечь известных **молодых блогеров**, сопричастных к теме заболевания, создать тематические подкасты
- Создать при НКО подростковый/молодежный/родительский тематический клуб

Более подробную информацию о способах вовлечения в мероприятия организации представителей выше описанных групп попробуем сейчас разобрать

Новые люди, впервые обратившиеся клиенты



Причины /предпосылки ПОЧЕМУ НИЗКАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ	Предложения по преодолению ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ?
Новый пациент	
Не «зацепили» с первого раза	
Не хотят огласки диагноза	
Понимают, что «все не так страшно» (часто после получения лекарств человек теряет связь с организацией)	
Страх от диагноза	
Нет информированности об организации и ее деятельности	
Незаинтересованность врачей в объединениях пациентов	
Низкий уровень коммуникативных компетенций	

Новые люди, впервые обратившиеся клиенты



Причины /предпосылки ПОЧЕМУ НИЗКАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ	Предложения по преодолению ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ?
Новый пациент	
Не «зацепили» с первого раза	Включить в общие группы по интересам. Для молодежи, для мам
Не хотят огласки диагноза	Максимальная приватность групп
Понимают, что «все не так страшно» (часто после получения лекарств человек теряет связь с организацией)	Напугать, что блага могут пропасть, лекарства были не всегда, высока зависимость от ситуации в государстве, поэтому важно объединение. Напомнить о других потребностях, кроме лекарств (общение, обмен опытом, информацией, навыками)
Страх от диагноза	Объяснить, что может дать организация. Психологическая поддержка «практиков», имеющих такое заболевание
Нет информированности об организации и ее деятельности	Подготовить информационные материалы об организации для размещения их в кабинетах врача. Распространить информацию об организации через разные каналы
Незаинтересованность врачей в объединениях пациентов	Разъяснить врачам преимущества от работы НКО с пациентами (более глубокое осознание заболевания, повышение приверженности лечению, содействие построению конструктивных коммуникаций врач – пациент и др.)
Низкий уровень коммуникативных компетенций	Индивидуальный подход к пациентам, умение считывать заинтересованность пациента. Повышать такой навык у руководителя организации. Разработать алгоритм и техники, обучать руководителей

Благополучатели «со стажем заболевания»



Пациент «со стажем заболевания»	
Нежелание тратить личное время	
Нет запроса, поскольку все потребности удовлетворены	
Не хочет афишировать болезнь	
Образ жизни не соответствует вовлечению в НКО	

Благополучатели «со стажем заболевания»



Пациент «со стажем заболевания»	
Нежелание тратить личное время	Позиционировать возможности для личного роста, развития, самореализации, приобретения полезных навыков. Актуализировать значимость опыта для других людей, их заинтересованность, благодарность
Нет запроса, поскольку все потребности удовлетворены	Обратить внимание, что блага могут пропасть в связи со сложившейся социально-экономической политической ситуацией, выявить другие неудовлетворенные потребности, кроме лекарства (общение, возможность участия в выездных мероприятиях, возможность получить консультацию федерального специалиста и др.)
Не хочет афишировать болезнь	Представить истории успеха пациентов, которые не побоялись афишировать свое заболевание, попросить сделать что-то конкретное, не связанное с болезнью, дать гарантии, что афиширования не будет (без фото, видео), предложить на мероприятии бейдж без ФИО «волонтер», «пресса» и др.
Образ жизни не соответствует вовлечению в НКО	Спросить, какая помощь нужна, заручиться, что человек дал согласие на получение информации от организации

Люди, недовольные деятельностью организации



Пациент со стажем, который недоволен деятельностью организации	
Знает все без мероприятий организации	
Далеко ехать, не готовы тратить свое время	
Всегда чем-то не доволен. Потребительская позиция	
Уже принимали участие в Школе, и было неинтересно	
Был конфликт с руководителем или членами организации	
Ему просто это не нужно!	
Непонятна деятельность организации, поскольку пациент не подписан на ресурсы, не знает где найти информацию	

Люди, недовольные деятельностью организации



Пациент со стажем, который недоволен деятельностью организации	
Знает все без мероприятий организации	Привести аргументы, что пациент не владеет какой-то актуальной информацией
Далеко ехать, не готовы тратить свое время	Заинтересовать возможностью получения консультации у конкретного врача - специалиста из Москвы. Предложить компенсацию оплаты проезда. Предложить участие в мероприятиях в режиме онлайн.
Всегда чем-то не доволен. Потребительская позиция	Предложить сделать что-то самостоятельно (поделиться технологиями и алгоритмами). Вовлечь в деятельность, которая интересная человеку
Уже принимали участие в Школе, и было неинтересно	Спросить, что не понравилось. Выяснить интересы. Предложить принять участие в формировании повестки Школы
Был конфликт с руководителем или членами организации	Найти посредника для коммуникации, использовать медиативные практики. Перевести взаимодействие с личностной в профессиональную позицию.
Ему просто это не нужно!	Найти скрытую мотивацию
Непонятна деятельность организации, поскольку пациент не подписан на ресурсы, не знает где найти информацию	Повысить информационную открытость организации: размещение информации на стендах в поликлинике; ведение социальных сетей, чатов и т.д.; найти удобный для человека ресурс; информировать об организации при встрече, по телефону.

Благополучатели, переходящие в категорию «18+»



Пациент, переходящий в категорию «18+»	
Занятость	
Отсутствие (ранее) работы в НКО	
Не в тренде НКО	
Не сформирована активная жизненная позиция	
Ориентирование на приоритет получение материальных благ	
Стеснение	

Благополучатели, переходящие в категорию «18+»



Пациент, переходящий в категорию «18+»	
Занятость	Показать результаты работы НКО. Информирование о работе НКО. Предложить участие в интересных коротких событиях
Отсутствие (ранее) работы в НКО	Привлечение всей семьи к участию в работе НКО. Индивидуальные поручения
Не в тренде НКО	Продемонстрировать достижения НКО, влияние ее на повышение уровня и качества жизни пациентов. Поднять авторитет НКО в глазах пациента. Распространение информации об НКО в СМИ. Демонстрация партнерства с органами власти
Не сформирована активная жизненная позиция	Вовлечение в короткие несложные мероприятия, информирование о деятельности и достижениях НКО
Ориентирование на приоритет получение материальных благ	Активное получение помощи в общении и волонтерской работе. Позиционирование значимости общественной работы в глазах окружения. Рассказать про получение дополнительных баллов за волонтерскую деятельность при поступлении в ВУЗ
Стеснение	Организовать коллективное взаимодействие. Отметить человека, хвалить публично

Чем удержат в НКО эмоционального человека?



1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.



Как найти мотивацию для человека в НКО?



1.

2.

3.

4.

5.

6.

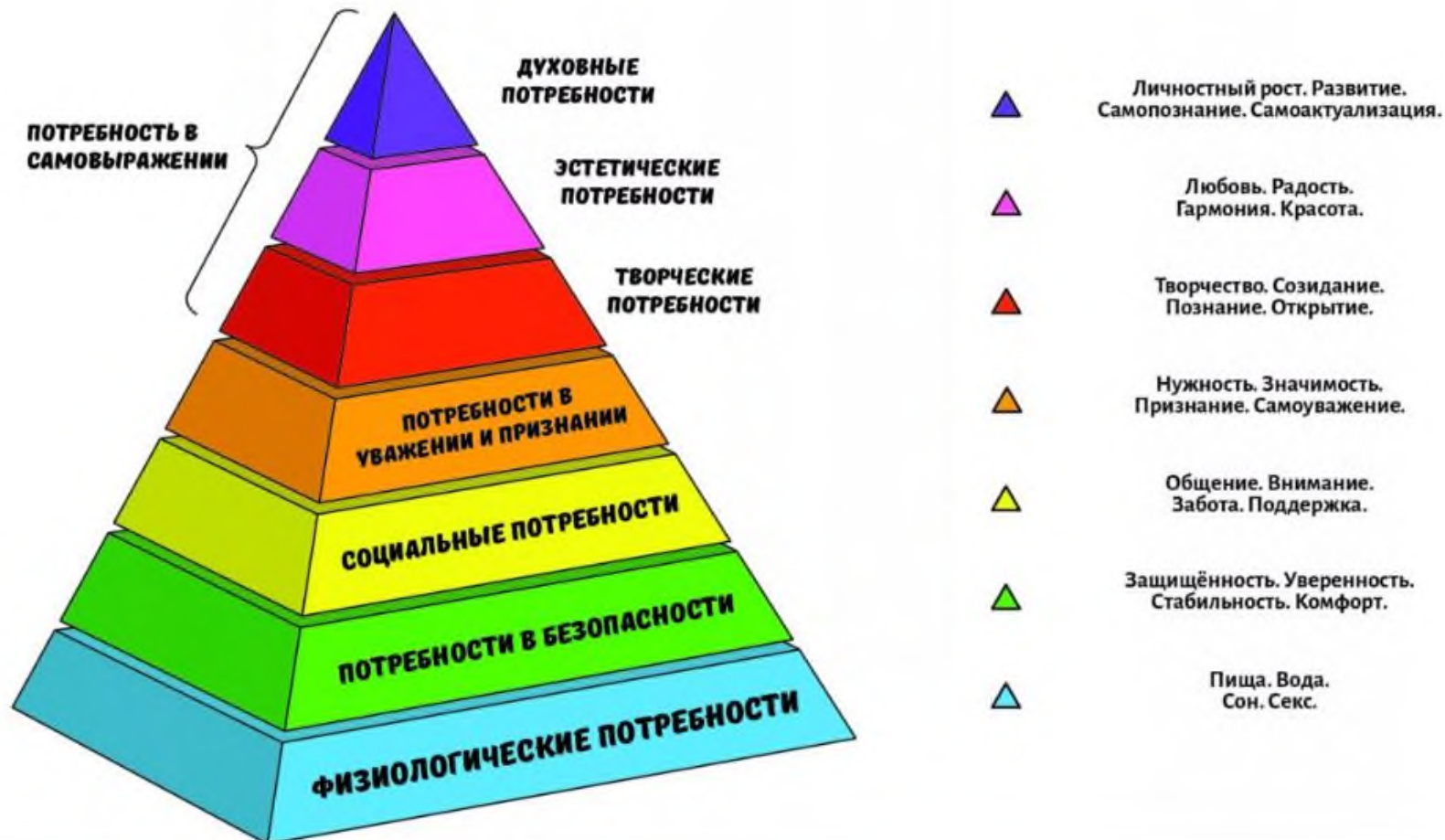
7.



Тренинг общественных экспертов и пациентов «ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПАЦИЕНТ»

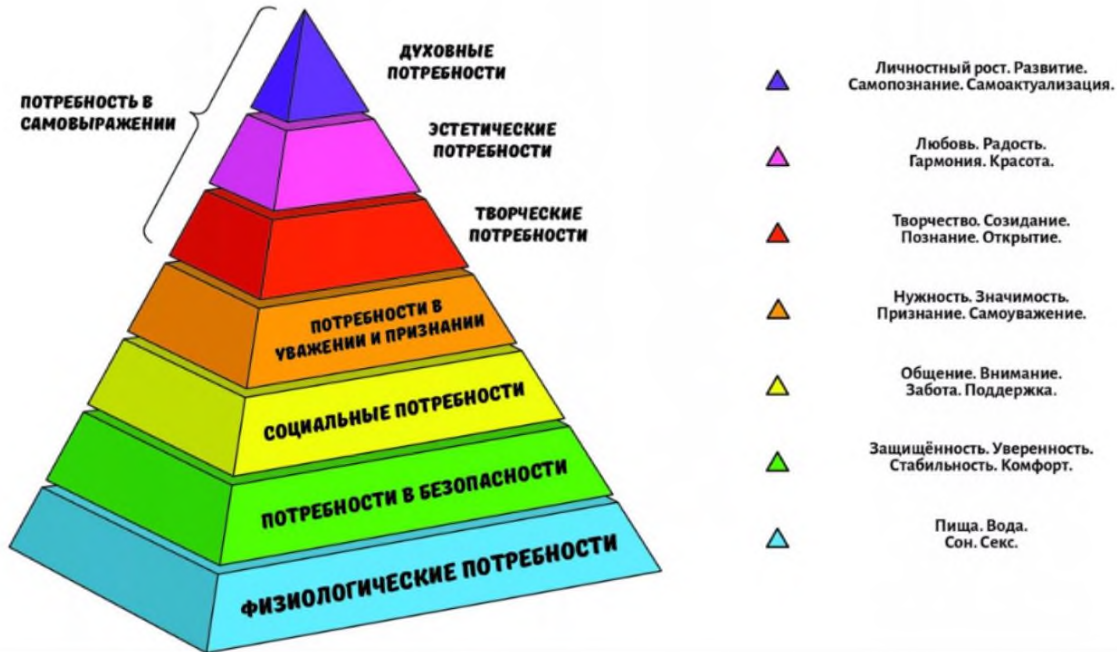


Зачем люди остаются работать в НКО?



27-28 МАЯ 2023 ГОДА

Как найти мотивацию для человека в НКО?



- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.



Попробуем заполнить этот список для наших клиентов

Домашнее задание



1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

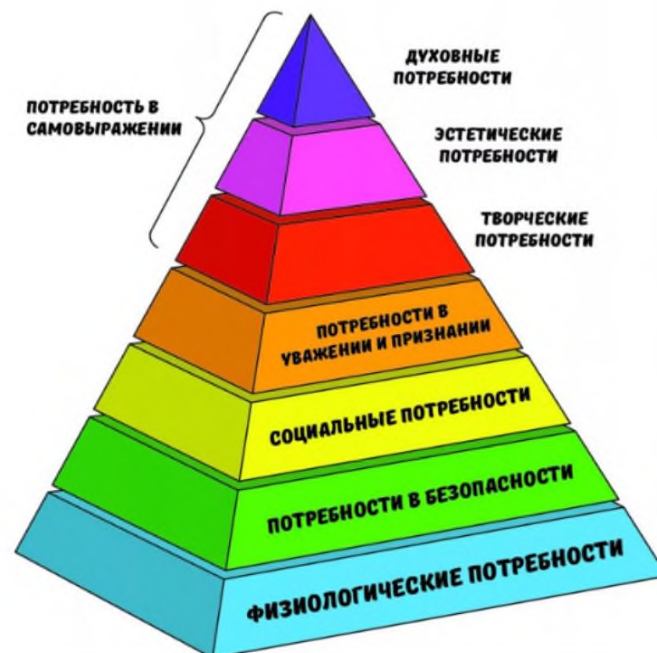
Попробуйте заполнить этот список лично для себя

Понять, на каком этапе вы находитесь

Осознать, куда вы движетесь

Наметить следующую ступеньку роста

NOTA BENE



- Личностный рост. Развитие. Самопознание. Самоактуализация.
- Любовь. Радость. Гармония. Красота.
- Творчество. Созидание. Познание. Открытие.
- Нужность. Значимость. Признание. Самоуважение.
- Общение. Внимание. Забота. Поддержка.
- Защищённость. Уверенность. Стабильность. Комфорт.
- Пища. Вода. Сон. Секс.



СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!

Тренинг «ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПАЦИЕНТ»
<https://forum-vsp.ru/tren-23-1/>