

JANE R. SHAW • JASON B. COE

Komunikacja w praktyce weterynaryjnej



G A L A K T Y K A

JANE R. SHAW • JASON B. COE

Komunikacja w praktyce weterynaryjnej

G A L A K T Y K A

Tytuł oryginalny: *Developing Communication Skills for Veterinary Practice*

© 2024 by John Wiley & Sons, Inc.
All rights reserved.

© 2024 wydanie oryginalne John Wiley & Sons, Inc.
Wszelkie prawa zastrzeżone.

All Rights Reserved. This translation published under license with
the original publisher John Wiley & Sons, Inc.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Niniejsze tłumaczenie zostało opublikowane
na podstawie licencji wydawcy oryginalnego John Wiley & Sons, Inc.

Żadna część niniejszej książki nie może być reprodukowana w żaden sposób
bez wcześniejszej zgody na piśmie od oryginalnego właściciela praw autorskich.

© for the Polish edition Galaktyka Sp. z o.o., Łódź 2025
90-562 Łódź, ul. Żeligowskiego 35/37
tel.: 042 639 50 18, tel./fax 042 639 50 17
e-mail: info@galaktyka.com.pl
www.galaktyka.com.pl

ISBN 978-83-7579-993-4

Przekład z języka angielskiego: Krzysztof Kostyra
Redakcja naukowa: lek. wet. Anna Dominiak
Redakcja językowa: Marta Sobczak-Proga
Redakcja techniczna: Marta Sobczak-Proga
Korekta: Aneta Wieczorek
Projekt okładki: Garamond
Skład: Garamond
Druk: READ ME
Koordynacja projektu: Marta Sobczak-Proga

UWAGA

Medycyna jest gałęzią nauki cechującą się stałym rozwojem wiedzy. Badania naukowe i trwały postęp w klinicznych metodach postępowania wywierają także wpływ na farmakoterapię. Autorzy niniejszego dzieła starali się przedstawić dokładne informacje i wskazówki dotyczące dawkowania różnych leków przy odpowiednim zastosowaniu oraz w zgodzie z aktualnym stanem wiedzy. Te wskazówki dawkowania są zgodne ze standardowymi przepisami i wskazaniami producentów. Mimo to, ani Autorzy, ani Wydawnictwo, nie mogą gwarantować prawidłowości dawkowania. Lekarzom praktykującym zaleca się, aby w każdym przypadku stosowania leków uwzględniali informacje producenta odnośnie dawkowania i przeciwwskazań. Podanie w niniejszej książce nazw użytkowych, nazw handlowych, oznakowań towarów itp. nie uprawnia do przypuszczeń, że takie nazwy można uznać za wolne w sensie ustawodawstwa o znakach fabrycznych i o ochronie prawnej znaków fabrycznych, czyli takie, które każdy może dowolnie używać. Niniejsze dzieło jest chronione prawem autorskim. Ugruntowane w ten sposób prawa, zwłaszcza prawo wykonywania przekładów, przedruków, wygłaszania wykładów i odczytów, wykorzystywania fotografii i tabel, przesyłania drogą radiową, mikrofilmowania lub powielania innymi sposobami oraz gromadzenia i magazynowania w zakładach przetwarzania danych, są zastrzeżone, z uwzględnieniem także wykorzystywania w postaci streszczenia. Powielanie niniejszego dzieła lub jego części jest, nawet w pojedynczym przypadku, dozwolone jedynie w granicach prawnych postanowień ustawy obejmującej prawo autorskie. Wykroczenia podlegają postanowieniom karnym wynikającym z ustawy o prawie autorskim.

Spis treści

O Autorach	xv
Jak korzystać z książki	xvii
Podziękowania	xxi
1 Wprowadzenie	1
Komunikacja ma znaczenie	1
Zbuduj własny zestaw narzędzi komunikacyjnych	2
Praktyka, praktyka, praktyka	3
Komunikacja jako sztuka i nauka	4
Budowanie i utrzymanie relacji	5
Poprawa wyników leczenia klinicznego	5
Lecznica weterynaryjna	6
Zwiększenie wydajności	6
Zmniejszenie liczby roszczeń z tytułu błędów w sztuce lekarskiej	6
Poprawa wyników lecznicy oraz osiągnięć finansowych	6
Zespół weterynaryjny	7
Zwiększenie poziomu satysfakcji z pracy	7
Klienci	7
Zwiększenie zrozumienia oraz zapamiętywania	7
Zwiększenie stopnia przestrzegania zaleceń lekarskich	7
Zwiększenie satysfakcji z usług	8
Pacjenci	8
Poprawa zdrowia	8
Wspieranie pozytywnej kultury zespołu weterynaryjnego	8
Koordynacja relacji	8
Znajdź czas na komunikację	10
Klucz odpowiedzi	10
Piśmiennictwo	10
2 Style komunikacji	13
Wprowadzenie	13
Przygotowanie sceny	14
Dostosowywanie stylów komunikacji do klientów	15
Jeden rozmiar buta nie pasuje wszystkim	15
Kto mówi najczęściej?	15
Rola rodzaju wizyty i powagi problemu medycznego	16
Style komunikacji	16

Ekspert	16
Partner	17
Dostosowanie stylów w celu osiągnięcia wyników	18
Spotkajmy się jako eksperci	18
Korzystajmy z różnorodności	19
Bądź elastyczny	20
Powrót do punktu wyjścia w razie potrzeby	21
Najczęściej zadawane pytania dotyczące stylów komunikacji z klientami	21
Klienci chcą autorytatywnego eksperta.	
Czyż nie dlatego przychodzą do mnie?	21
Z moimi klientami wolę budować relacje partnerskie.	
Czy mogę się tego trzymać?	21
Scenariusz rozmowy z klientem	21
Scenariusz rozmowy z klientem – reset	22
Dostosuj styl komunikacji do zespołu	23
Style komunikacji	23
Ekspert	23
Partner	23
Bądź elastyczny	24
Najczęściej zadawane pytania dotyczące stylów komunikacji w zespole	24
Jak mogę być jednocześnie liderem praktyki i partnerem?	
Te postawy wydają się antagonistyczne względem siebie	24
Jak znaleźć czas na osiągnięcie porozumienia z zespołem?	24
Scenariusz rozmowy w zespole	25
Scenariusz rozmowy w zespole – reset	25
Wykorzystanie stylów komunikacji w praktyce	26
Ćwiczenia – zrób to sam	26
Ćwiczenia angażujące cały zespół	27
W pigułce	28
Klucz odpowiedzi	29
Piśmiennictwo	29
3 Otwieranie interakcji	31
Wprowadzenie	31
Opis sytuacji	32
Otwieranie interakcji z klientami	33
Umiejętności komunikacyjne kluczowe dla otwarcia interakcji	33
Przygotowanie	33
Wprowadzenie	33
Ustalenie kolejności działania	34
Efekty ustalania kolejności działań	37
Najczęściej zadawane pytania dotyczące otwierania interakcji	38
Jak uzyskać drugą szansę na otwarcie?	38
Jak zwracać się do klientów rozmawiających podczas wizyty	
przez telefon komórkowy?	39
Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem	39

Scenariusz trudnej rozmowy z klientem	40
Rozmowa z wykorzystaniem technologii – komunikacja telefoniczna	40
Otwieranie interakcji w zespole	41
Scenariusz rutynowej rozmowy w zespole	42
Scenariusz trudnej rozmowy w zespole	43
Umiejętności otwierające w praktyce	43
Ćwiczenia – zrób to sam	43
Ćwiczenia angażujące cały zespół	45
W pigułce	46
Klucz odpowiedzi	46
Piśmiennictwo	48
4 Zbieranie informacji	49
Wprowadzenie	49
Opis sytuacji	51
Scenariusz rozmowy z klientem	51
Scenariusze rozmowy w zespole	52
Zbieranie informacji o pacjencie, kliencie i środowisku	52
Zaangażowanie w proces zbierania informacji od klientów	52
Kluczowe umiejętności komunikacyjne podczas zbierania informacji	53
Pytania otwarte	53
Korzystanie z metody lejka podczas zadawania pytań	55
Pytania zamknięte	56
Pauza	57
Minimalne zachęty	58
Refleksyjne słuchanie	59
Najczęściej zadawane pytania związane z gromadzeniem informacji	68
Dlaczego warto poświęcić czas na zebranie pełnego wywiadu?	68
A co z połączeniem zbierania wywiadu i przeprowadzania badania fizykalnego?	69
Czy nie mogę skupić się na historii zwierzęcego pacjenta?	69
W którym momencie wizyty mam zebrać wywiad?	69
Kto w zespole weterynaryjnym zbiera informacje?	70
Dlaczego klienci mi tego nie powiedzieli?	70
Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem	71
Scenariusz trudnej rozmowy z klientem	71
Wykorzystanie technologii – komputery lub tablety w gabinecie	71
Zbieranie informacji o sytuacji, współpracownikach i środowisku	72
Zaangażowanie w proces zbierania informacji od współpracowników	73
Zwracanie uwagi na treść informacji zbieranych od współpracowników	73
Dane sytuacyjne	74
Dane współpracownika	74
Dane środowiskowe	76
Scenariusz rutynowej rozmowy w zespole	76
Scenariusz trudnej rozmowy w zespole	76
Umiejętności zbierania informacji w praktyce	77

Ćwiczenia – zrób to sam	77
Ćwiczenia angażujące cały zespół	78
W pigułce	79
Klucz odpowiedzi	79
Piśmiennictwo	80
5 Dbłość o relacje.....	83
Wprowadzenie	83
Opis sytuacji	84
Dbłość o relacje z klientami	85
Kluczowe umiejętności komunikacyjne w relacjach z klientami	85
Zachowania niewerbalne	85
Empatia	87
Partnerstwo	90
Pytanie o zgodę	91
Najczęściej zadawane pytania dotyczące dbania o relacje	92
Jaka jest różnica między empatią a słuchaniem refleksyjnym?	92
Jak skutecznie wykorzystywać ujawnianie informacji o sobie	
do okazania empatii wobec innej osoby?	92
Jak współczuć bez zmęczenia współczuciem?	92
Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem	93
Scenariusz trudnej rozmowy z klientem	93
Rozmowa z wykorzystaniem technologii – rodzaje komunikacji	93
Dbanie o relacje w zespole	94
Scenariusz rutynowej rozmowy w zespole	95
Scenariusz trudnej rozmowy w zespole	95
Wykorzystanie umiejętności budowania relacji w praktyce	95
Ćwiczenia – zrób to sam	95
Ćwiczenia angażujące cały zespół	96
W pigułce	97
Klucz odpowiedzi	97
Piśmiennictwo	98
6 Realizacja zadań.....	99
Wprowadzenie	99
Opis sytuacji	101
Dbłość o zadania klienta	102
Kluczowe umiejętności komunikacyjne związane z wykonywaniem zadań	102
Sekwencja logiczna	102
Drogowskaz	103
Podsumowanie cząstkowe	105
Najczęściej zadawane pytania dotyczące realizacji zadań	107
Jak powstrzymać klientów, którzy zbaczają z tematu?	107
Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem	107
Scenariusz trudnej rozmowy z klientem	107
Rozmowa z wykorzystaniem technologii – opieka wirtualna	108

Realizacja zadań zespołu	109
Scenariusz rutynowej rozmowy w zespole	111
Scenariusz trudnej rozmowy w zespole	112
Umiejętności związane z realizacją zadań w praktyce	112
Ćwiczenia – zrób to sam	112
W pigułce	114
Klucz odpowiedzi	114
Piśmiennictwo	114
7 Diagnostyka i planowanie leczenia	115
Wprowadzenie	115
Opis sytuacji	117
Planowanie wspólnie z klientami	118
Kluczowe umiejętności komunikacyjne w zakresie diagnostyki i planowania leczenia	118
Język łatwy do zrozumienia	118
Metoda „podziel i sprawdź”	118
Udział klienta w procesie diagnostyki i planowania leczenia	119
Wspieranie wspólnego podejmowania decyzji	120
Różnica między wykładem a rozmową	121
Uzyskanie świadomej zgody klienta	122
Przyjęcie ustrukturyzowanego, stopniowego podejścia	122
Korzystanie z matrycy wartości	129
Treść procesu planowania diagnostyki i leczenia	132
Spotkanie ekspertów	132
Dostosowanie planu do każdego klienta i pacjenta	132
Zwiększanie wiedzy klienta na temat zdrowia	133
Unikanie żargonu medycznego	134
Komunikowanie wartości	135
Zarządzanie niepewnością klienta	136
Najczęściej zadawane pytania związane z procesem planowania diagnostyki i leczenia	137
Co się stanie, jeśli klienta nie będzie stać na zapewnienie pacjentowi opieki?	137
Jak jednocześnie zaprezentować się jako ekspert ds. opieki zdrowotnej nad zwierzętami i partner w procesie leczenia?	138
Kto w zespole weterynaryjnym omawia koszty diagnostyki lub planu leczenia?	138
Jak znaleźć czas na dyskusję na temat diagnostyki lub planowania leczenia?	138
Jak przedstawić opcje leczenia przed potwierdzeniem diagnozy?	139
Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem	139
Scenariusz trudnej rozmowy z klientem	139
Rozmowa z wykorzystaniem technologii – klienti samodzielnie zdobywający informacje	140
Narzędzia edukacyjne dla klientów	142

Planuj wspólnie z zespołem	142
Zaangażowanie zespołu w proces planowania	142
Zwracanie uwagi na zawartość procesu planowania zespołowego	143
Scenariusz rutynowej rozmowy w zespole	143
Scenariusz trudnej rozmowy w zespole	144
Umiejętności planowania w praktyce	144
Ćwiczenia – zrób to sam	144
Ćwiczenia angażujące cały zespół	146
W pigułce	148
Klucz odpowiedzi	148
Piśmiennictwo	149
8 Zamknięcie interakcji	153
Wprowadzenie	153
Opis sytuacji	155
Zamykanie interakcji z klientami	156
Umiejętności komunikacyjne kluczowe dla zamknięcia interakcji	156
Podsumowanie końcowe	156
Uzgodnienie dalszych kroków	156
Sprawdzenie końcowe	157
Najczęściej zadawane pytania związane z zamykaniem interakcji	157
Jak poradzić sobie z problemem <i>A jeszcze przy okazji...?</i>	157
Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem	158
Scenariusz trudnej rozmowy z klientem	158
Rozmowa z wykorzystaniem technologii – e-maile i wiadomości tekstowe wysyłane po interakcji	159
Zamykanie interakcji w zespole	160
Scenariusz rutynowej rozmowy w zespole	160
Scenariusz trudnej rozmowy w zespole	161
Umiejętności zamknięcia w praktyce	161
Ćwiczenia – zrób to sam	161
W pigułce	162
Klucz odpowiedzi	162
Piśmiennictwo	163
9 Coaching umiejętności komunikacyjnych	165
Wprowadzenie	165
Opis sytuacji	168
Zaangażowanie w proces coachingu umiejętności komunikacyjnych	168
Style komunikacji	169
Ekspert	169
Partner	169
Komunikacja coacha	170
Przekazywanie konkretnych, opisowych, wyważonych i istotnych informacji zwrotnych	170
Przyjmuj informacje zwrotne z otwartym umysłem	172

Naucz się, jak być coachem komunikacji	173
Uwzględnij różne konteksty coachingu	174
Korzystanie z odgrywania ról w celu zapewnienia możliwości coachingu	175
Przygotowanie zespołu do coachingu	176
Stosowanie filozofii coachingu	177
Wdrożenie modelu coachingu	178
Treść coachingu komunikacyjnego	182
Postrzeganie współpracowników jako ekspertów	183
Uzyskanie perspektywy współpracownika	183
Najczęściej zadawane pytania związane z coachingiem umiejętności komunikacyjnych	184
Co zrobić, jeśli mój współpracownik zacznie się bronić?	184
Co zrobić, gdy mój współpracownik płacze?	184
Scenariusz rozmowy ze współpracownikiem	185
Scenariusz rozmowy w zespole	186
Rozmowa z wykorzystaniem technologii – nagranie wideo	187
Umiejętności coachingowe w praktyce	189
Ćwiczenia – zrób to sam	189
Ćwiczenia angażujące cały zespół	190
W pigułce	190
Klucz odpowiedzi	190
Piśmiennictwo	191
10 Wykorzystywanie umiejętności komunikacyjnych w różnych okolicznościach	193
Wprowadzenie	193
Scenariusze	193
Rozmowy z klientami	194
Poruszanie trudnych tematów	194
Wspieranie żałoby i radzenie sobie z gniewem	196
Przekazywanie złych wiadomości	197
Moderowanie rozmowy na temat eutanazji	199
Ujawnienie błędów medycznych	201
Rozmowa o kosztach leczenia	203
Rozmowy zespołowe	205
Promowanie inkluzywności	205
Uzyskanie perspektywy współpracownika	206
Wyznaczanie granic	208
Motywowanie współpracowników	209
Lecznica wolna od toksycznej atmosfery	210
Przeciwdziałanie mobbingowi w miejscu pracy	212
W pigułce	213
Piśmiennictwo	214

11 Co dalej?	217
Dwanaście zaleceń	218
Umiejętności komunikacyjne w praktyce	219
Ćwiczenia – zrób to sam	220
Ćwiczenia angażujące cały zespół	222
W pigułce	225
Piśmiennictwo	225
 Załączniki	
Narzędzia wspierające sesje coachingowe i sesje nauki umiejętności komunikacyjnych	227
A 20 umiejętności komunikacyjnych	229
B Karta procesu coachingu	233
C Lista kontrolna umiejętności komunikacyjnych	237
 Indeks	239

Otwieranie interakcji

Streszczenie

Nie mamy drugiej szansy na zrobienie pierwszego wrażenia na kliencie lub współpracowniku. Każdy dzień daje nam jednak wiele możliwości wpływania na ich doświadczenia. Każda interakcja przyczynia się do budowania zadowolenia klienta z lecznicy weterynaryjnej i zaufania do niej, poczynając od pierwszej rozmowy telefonicznej, przez wejście do lecznicy, spotkanie z zespołem weterynaryjnym, aż po zakończenie wizyty. W tym rozdziale przedstawione zostaną trzy umiejętności komunikacyjne: przygotowanie się, przedstawienie i ustalanie planu postępowania, abyś od początku mógł dobrze rozpocząć wizytę z klientem lub spotkanie ze współpracownikiem. Ustalenie planu działania jest kluczową umiejętnością komunikacyjną, którą należy wykorzystać na początku każdej wizyty lub spotkania. Zamysły klienta lub współpracownika można ujawnić, zadając wyprzedzające pytania, co umożliwia dokładne określenie powodów interakcji, w tym obaw, celów, oczekiwań i priorytetów. Ich ustalenie na początku wizyty lub spotkania otwiera drogę do wspólnego planowania na dalszych etapach interakcji. Mając na uwadze zamiary i oczekiwania klienta lub współpracownika, możesz stworzyć plan, który będzie do nich dostosowany.

SAMOOOCENA

1. Jakie pierwsze wrażenie robię na początku interakcji?
2. W jaki sposób z góry określę plan działania mojego klienta lub współpracownika, w tym powody wizyty lub spotkania, obawy, cele, oczekiwania i priorytety?
3. Jak połączyć priorytety mojego klienta lub współpracownika z moimi, aby wspólnie ustalić plan działania?

Wprowadzenie

Nie mamy drugiej szansy na zrobienie pierwszego wrażenia na kliencie lub współpracowniku. W lecznicy weterynaryjnej każdego dnia istnieje jednak wiele możliwości wpływania na ich doświadczenia. Każda interakcja przyczynia się do budowania zadowolenia klienta z lecznicy weterynaryjnej i zaufania do niej, poczynając od pierwszej rozmowy telefonicznej, przez wejście do kliniki, spotkanie z zespołem weterynaryjnym, aż po zakończenie wizyty (ramka 3.1).

RAMKA 3.1. Korzyści efektywnego otwarcia

Budowanie relacji
Zwiększenie satysfakcji
Zwiększenie wydajności
Zapewnienie struktury
Wzbudzenie zaufania

Pierwszy kontakt klienta z lecznicą weterynaryjną często ma miejsce w internecie i już podczas przeglądania jej strony internetowej, czytania opinii lub planowania wizyty opiekunowie zwierząt zaczynają wyrabiać sobie opinię. Oceniają wstępną rozmowę telefoniczną i osobistą interakcję z przedstawicielem recepcji, a następnie przyjęcie przez technika weterynarii oraz – ostatecznie – powitanie przez lekarza weterynarii po wejściu do gabinetu. Te punkty tworzą podwaliny dla wszystkiego, co nastąpi później*.

Otwarcie ma kluczowe znaczenie dla wywarcia pozytywnego wrażenia, uspokojenia klienta lub wystraszonego pacjenta, rozładowania frustracji, opanowania paniki opiekuna szukającego pomocy w nagłym przypadku, a nawet pocieszenia zapłakanego klienta, gdy sytuacja przybiera dramatyczny obrót. Te wydawać by się mogło proste wymiany zdań mogą zaważyć na końcowym efekcie całej rozmowy. Warto więc się upewnić, że cały zespół, zwłaszcza pracownicy recepcji, są dobrze obsadzeni i przeszkoleni w nawiązywaniu ciepłych kontaktów z klientami.

Przyjazne otwarcie interakcji jest tak samo ważne w kontaktach ze współpracownikami, jak i z klientami. Warto wykorzystać popularne rodzaje pozdrowień, aby przywitać się z kandydatem na rozmowę kwalifikacyjną czy z kolegami po przyjeździe do pracy i podziękować na początku spotkania za przybycie jego uczestnikom. Takie postępowanie buduje udane relacje zawodowe i pomaga nadać pozytywny ton kolejnym rozmowom.

W niniejszym rozdziale omówione zostaną trzy kluczowe umiejętności komunikacyjne, wykorzystywane podczas rozpoczynania interakcji z klientem lub współpracownikiem: przygotowanie, wprowadzenie i ustalenie kolejności działania (ramka 3.2). Przedstawimy przykłady z dwóch miejsc: z gabinetu, w którym lekarz pracuje z panem Dębickim i jego królikiem, Frankiem; oraz z gabinetu zabiegowego (Hunter i Shaw, 2011), w którym odbywa się rozmowa kwalifikacyjna z Julią Florczak, potencjalną nową pracownicą kliniki.

RAMKA 3.2. Trzy umiejętności komunikacyjne dla otwarcia interakcji

Przygotowanie

Wprowadzenie

Ustalenie kolejności działania

Opis sytuacji

Scenariusz rozmowy z klientem: Pan Dębicki pojawił się punktualnie na wizytę z Frankiem, dwuletnim królikiem, który traci na wadze. Niestety wizyta jest opóźniona o 20 minut. Co więcej, Franek pierwotnie miał być obejrany przez dr. Morawskiego, jego stałego lekarza, który jednak został wezwany do nagłego wypadku, więc królika zbada dr Herman. Wizyta najwyraźniej nie zaczyna się dobrze.

Scenariusz rozmowy w zespole: Tymczasem Julia Florczak, dyplomowana techniczka weterynarii, przybyła na całodniową rozmowę kwalifikacyjną z członkami zespołu: Marią, Sandrą i Agatą.

Stawiając się w sytuacji dr Herman, Marii, Sandry i Agaty, zastanów się:

1. Jak można rozpocząć spotkanie z panem Dębickim, aby poprawić sytuację i go uspokoić?
2. Jak sprawić dobre wrażenie, witając Julię?

* W Polsce często klienci mają kontakt najpierw z lekarzem, a ewentualnie później z technikiem weterynaryjnym. Wiedzę zawartą w tym rozdziale należy dostosować do procesu, który ma miejsce w lecznicy czytelnika (przyp. kons.).

Otwieranie interakcji z klientami

Umiejętności komunikacyjne kluczowe dla otwarcia interakcji

Przygotowanie

Definicja

Poświęcenie czasu na mentalne przygotowanie się do interakcji.

Technika

Przygotowanie może być krótkie i polegać na zaczerpnięciu oddechu między spotkaniami lub na byciu świadomym i zatrzymaniu się na chwilę, co pozwala oczyścić umysł z listy innych rzeczy do zrobienia i skoncentrować uwagę na czekającym na nas kliencie lub zadaniu. Czasu może nie być wystarczająco dużo, aby przygotować się w pełni, ale nawet krótka przerwa może pomóc ci się uspokoić. Warto poświęcić chwilę na krótkie zerknięcie do dokumentacji pacjenta i jego wcześniejszej historii medycznej, aby poprawić ciągłość opieki i komunikacji. Jeśli czasu nie ma wystarczająco dużo, bądź otwarty i poproś klienta o przypomnienie brakujących informacji, mówiąc np.: *Niestety, nie miałam możliwości przejrzeć dokumentacji Franka. Czy mógłby pan powiedzieć, co się zdarzyło?*

Wprowadzenie

Definicja

Akt szacunku i etykiety, w którym formalnie przedstawiamy się innym, w tym wymieniamy imiona i zwroty grzecznościowe oraz wyjaśniamy pełnione role.

Technika

Wprowadzenie składa się z pięciu kroków (ramka 3.3).

RAMKA 3.3. Pięć kroków wprowadzenia

1. Przedstaw się klientowi (klientom) i wyjaśnij pełnioną przez siebie rolę.
2. Zapoznaj się ze zwierzęciem (zwierzętami).
3. Poproś klienta(-ów) o przedstawienie siebie i swoich zwierząt.
4. Wykaż zainteresowanie klientem(-ami) i jego (ich) zwierzęciem(-tami).
5. Natychmiast reaguj na wszelkie bezpośrednie obawy klienta.

Krok 1: Przedstaw się klientowi (klientom) i wyjaśnij pełnioną przez siebie rolę.

Wejdź do gabinetu z ciepłym powitaniem oraz powitalnym gestem, jeśli to stosowne. Utrzymuj kontakt wzrokowy i wyraźnie podaj swoje imię i nazwisko oraz tytuł*. Poinformuj klienta o roli pełnionej przez ciebie w opiece nad zwierzęciem lub w lecznicy weterynaryjnej. Przywitaj się z każdą osobą obecną w gabinecie.

Krok 2: Zapoznaj się ze zwierzęciem (zwierzętami).

Pozwól zwierzęciu (zwierzętom) zapoznać się z tobą lub zlokalizuj zwierzę (zwierzęta) w pomieszczeniu i zwróć się do niego (nich). Kolejność przedstawiania się może się nieco różnić w zależności od tego, kto w gabinecie

* W oryginalnym tekście wskazanie właściwych zaimków osobowych jest umieszczone jako obligatoryjny element procesu wzajemnego przedstawiania się sobie w rozmowie. W niniejszym tłumaczeniu zdecydowano o pozostawieniu tego elementu do swobodnej decyzji osoby przedstawiającej się (przyp. tłum. i kons.).

podejdzie do ciebie jako pierwszy: klient czy zwierzę. Zwierzę może podejść i zainicjować powitanie jeszcze przed nawiązaniem twojego kontaktu z klientem.

Krok 3: Poproś klienta(-ów) o przedstawienie siebie i swoich zwierząt.

Poproś klienta, aby podzielił się tym, jak chciałby, aby się do niego zwracano, co umożliwi poprawną wymowę imienia i/lub nazwiska klienta oraz imienia jego zwierzęcia, a także daje możliwość użycia właściwych zaimków osobowych.

Krok 4: Wykaż zainteresowanie klientem(-ami) i jego (ich) zwierzęciem(-tami).

W zależności od sytuacji i jej kontekstu, warto zapytać o podróż do lecznicy lub nawiązać krótką towarzyską pogawędkę w celu nawiązania wstępnej relacji. Dobrym początkiem rozmowy są możliwe powiązania osobiste, bieżące wydarzenia, pogoda, sport, a także osobowość, imię, rasa lub budowa zwierzęcia.

Krok 5: Natychmiast reaguj na wszelkie bezpośrednie obawy klienta.

Mogą to być emocje, takie jak smutek, niepokój, frustracja lub złość, opóźnienie wizyty lub zmiana oczekiwanego lekarza.

Przykłady

Technik weterynarii: *Dzień dobry, panie Dębicki. Mam na imię Linda [przedstaw się klientowi]. Jestem technikem weterynarii i pracuję z dr Herman [wyjaśnij swoją rolę]. A to musi być Franek [zapoznaj się ze zwierzęciem]. Jest taki słodki [wykaż zainteresowanie klientem i zwierzęciem]. Spodziewał się pan wizyty u dr. Morawskiego. Niestety, jest w tej chwili zajęty nagłym wypadkiem [odnieś się do bezpośrednich obaw]. Czy byłoby w porządku, gdyby zamiast niego to dr Herman zobaczyła dziś Franka?*

Lekarz weterynarii: *Dzień dobry, panie Dębicki. Miło mi pana poznać! Jestem dr Herman [przedstaw się klientowi]. Dołączyłam do zespołu lecznicy w zeszłym roku i zajmuję się w niej królikami [wyjaśnij swoją rolę]. Słyszałam wiele dobrego o panu i Franku od dr. Morawskiego [wykaż zainteresowanie klientem i zwierzęciem]. Przepraszam, że musiał pan nieco poczekać [odnieś się do bezpośrednich obaw].*

Ustalenie kolejności działania

Definicja

Seria kroków prowadzących do wspólnie uzgodnionej listy zadań, z których ma się składać spotkanie. Kolejność ujawnia się poprzez proces zadawania pytań na początku spotkania, aby w pełni poznać powód (powody) wizyty klienta, obawy dotyczące jego zwierzęcia oraz cele, oczekiwania i priorytety. Taka kompletna lista zagadnień, procedur i tematów uporządkowanych według priorytetów definiuje tematy do zbadania podczas zbierania wywiadu i tworzy ustrukturyzowany plan wizyty. Ustalenie kolejności działania obejmuje oczekiwania i cele zarówno klienta, jak i zespołu weterynaryjnego i tworzy mapę wizyty, dlatego poświęcenie czasu na ten etap ma tak istotne znaczenie.

Technika

Ustalanie kolejności działania składa się z sześciu kroków (ramka 3.4).

RAMKA 3.4. Sześć kroków do ustalenia kolejności działań

1. Uzyskaj informację o oczekiwaniach klienta:
 - a) Powód (powody) wizyty.
 - b) Obawy klienta dotyczące zwierzęcia.
 - c) Cele, oczekiwania i priorytety.
2. Podsumuj oczekiwania klienta.
3. Sprawdź pozostałe elementy.
4. Zaproponuj swoje punkty (tj. lekarza weterynarii) listy działań.
5. Uzgodnij (negocjuj) wspólny plan.
6. Podsumuj wspólnie uzgodnioną kolejność działania (podczas wizyty).

Krok 1: Zapoznaj się z oczekiwaniami klienta.

- a) **Powód (powody) wizyty:** Ustal, dlaczego dana osoba poprosiła o wizytę. Często przedstawia ona wówczas swoją skargę (swoje skargi).

Co sprowadza dziś do lecznicy pana i Franka? [Powody]

- b) **Obawy klienta dotyczące zwierzęcia:** Obawy, zaniepokojenie lub troski dotyczące zwierzęcia.

Jakie ma pan inne obawy? [Obawy]

- c) **Cele, oczekiwania i priorytety:** Co klient chciałby osiągnąć lub zrealizować podczas interakcji i co jest dla niego najpilniejsze lub najważniejsze?

Jaki jest cel pana dzisiejszej wizyty? [Cele]

Co możemy dziś zrobić dla pana i Franka? [Oczekiwania]

Jakie widzi pan priorytety, którymi powinniśmy się dziś kierować? [Priorytety]

Aby uzyskać informacje od klienta, użyj pytań otwartych (np. zaczynających się od *Proszę mi powiedzieć...*, *Proszę wyjaśnić...*, *Proszę opisać...*, *Co...* lub *Jak...*), które pozwolą zbadać możliwie szeroki zakres tematów i zachęcają klientów do dzielenia się wszystkimi obawami. Aby nie tracić czasu, warto utworzyć zestaw pytań otwartych zmierzających do ustalenia kolejności działań i do odkrycia potrzeb klienta (tablica 3.1). Bez względu na to, co zapisano jako powód wizyty w harmonogramie pracy, należy poświęcić czas na zrozumienie pełnych oczekiwań klienta, ponieważ od czasu umówienia wizyty jego priorytety mogły ulec zmianie. Zbierz powody obecnej wizyty, zbadaj obawy klienta i poznaj jego dokładne cele, oczekiwania i priorytety.

TABLICA 3.1. Stwórz zestaw pytań umożliwiających ustalenie kolejności działań

Co jeszcze chciałby pan omówić z dr Herman? [Powody]

Na czym jeszcze chciałby pan się skupić podczas naszej rozmowy? [Powody]

Proszę podzielić się ze mną tym, co martwi pana w związku z Frankiem. [Obawy]

Co niepokojącego dzieje się z Frankiem? [Obawy]

Jak możemy zrealizować pana cele? [Cele]

Proszę mi opisać, co chciałby pan dzisiaj osiągnąć. [Cele]

Proszę mi powiedzieć, czego pan od nas oczekuje. [Oczekiwania]

Jak możemy najlepiej pomóc panu i Frankowi? [Oczekiwania]

Proszę mi powiedzieć, co jest dla pana najważniejsze. [Priorytety]

Jaki jest pana priorytet na dzisiejszą wizytę? [Priorytety]

Klienci często mają więcej niż jedną sprawę do omówienia z lekarzem weterynarii lub innym członkiem personelu weterynaryjnego (Dysart et al., 2011) (w świetle badań 3.1). Należy wykorzystać te ustalenia jako motywację do dalszego sprawdzania wszelkich pozostałych punktów listy działań i próby uzyskania co najmniej trzech lub czterech punktów do omówienia (Beckman i Frankel, 1984). Choć może się wydawać, że formułowanie listy oczekiwań klienta poprzez zadawanie wielu pytań z rzędu jest schematyczne, klient zawsze może podać jeszcze jeden punkt do dyskusji. Każdy rodzaj pytania ukazuje sytuację pod innym kątem, co pozwala na uzyskanie uzupełniających się wzajemnie informacji. Przestrzeganie kolejności działania chroni przed przyjmowaniem *a priori* założeń dotyczących tego, dlaczego klient umówił się na spotkanie lub co chciałby osiągnąć.

W ŚWIEŁLE BADAŃ 3.1. Pytania zamknięte vs. otwarte w identyfikacji problemów klientów

W badaniu na temat identyfikowania obaw klientów przez lekarzy weterynarii na początku wizyty wykazano, że lekarze aktywnie pozyskiwali informacje na temat obaw klientów tylko w 37% wizyt (Dysart et al., 2011). Zastosowanie na początku wizyty pytań otwartych ułatwiających klientom ujawnienie obaw okazało się o wiele skuteczniejsze niż stosowanie pytań zamkniętych. Wyniki te podkreślają znaczenie stosowania pytań otwartych na początku wizyty w celu ustalenia planu działania.

Pytania otwarte	Pytania zamknięte
Brak obaw – 24% (22/93)	Brak obaw – 60% (18/30)
1 obawa – 65% (60/93)	1 obawa – 27% (8/30)
≥ 2 obawy – 11% (10/93)	≥ 2 obawy – 13% (4/30)

Krok 2: Podsumuj plan działań klienta.

Po uzyskaniu informacji dotyczących planu wizyty z perspektywy klienta przejrzyj lub wypisz podane przez niego punkty planu (tj. powody wizyty, obawy klienta dotyczące jego zwierzęcia oraz jego cele, oczekiwania i priorytety), aby upewnić się, że są one dokładne i uwzględniają wszystkie elementy.

Martwi się pan, że Franek nadal traci na wadze i nie reaguje na leczenie. Jest pan zatem zainteresowany zmianą postępowania, ponieważ obawia się pan, że jego rezerwa masy ciała jest na wyczerpaniu [podsumuj agendę klienta].

Krok 3: Sprawdź pozostałe elementy, dalej zadając pytania otwarte, aby odkryć wszystkie obawy, cele, oczekiwania i priorytety klienta.

Co jeszcze chciałby pan dzisiaj omówić? [Sprawdzenie]

Co chciałby pan dodać? [Sprawdzenie]

Skoncentrowanie się wyłącznie na ustaleniu kolejności działań może być problematyczne. Nie można utknąć w pułapce i zagłębiać się w każdy problem w miarę ich ujawniania. Zbyt wczesne skupienie się na jakimś zagadnieniu podczas zbierania informacji może być niebezpieczne, ponieważ uniemożliwia odkrycie wszystkich oczekiwań klienta. Wiąże się to z ryzykiem, że pod koniec zbierania wywiadu medycznego klient poruszy zupełnie inne istotne zagadnienie, rozpoczynając od słynnego *A jeszcze przy okazji...* (w świetle badań 3.2). Jeśli klient zacznie zagłębiać się w szczegóły danego problemu, przekieruj jego uwagę: *Będę chciała usłyszeć więcej na ten temat. Jednak zanim to omówimy, chcę się najpierw upewnić, że znam już wszystkie pana obawy i oczekiwania.*

W ŚWIETLE BADAŃ 3.2. A jeszcze przy okazji...

Gdy lekarze weterynarii nie zabiegali aktywnie o ujawnienie wszystkich obaw klienta na początku wizyty, klienci czterokrotnie częściej zgłaszali dodatkowe problemy pod jej koniec (Dysart et al., 2011). Kwestie pojawiające się późno, na sam koniec wizyty, znane również jako „problemy spod klamki”, zmniejszają efektywność wizyty, obniżają zadowolenie klienta i zwiększają stres zespołu weterynaryjnego. Przedstawione wyniki wskazują, że poświęcenie czasu z wyprzedzeniem jest korzystne i pomaga w pełni określić listę oczekiwań klienta, jednocześnie zapobiegając problemom pod koniec wizyty.

Krok 4: Zaproponuj swoje punkty (tj. lekarza weterynarii) na listę działań do omówienia wraz z punktami z listy klienta.

Obawiam się, że za wszystko mogą odpowiadać zęby Franka, chciałabym więc dziś lepiej przyjrzeć się jego jamie ustnej. Chciałabym również bardziej szczegółowo dopytać o jego dietę [zaproponuj plan pracy lekarza weterynarii].

Krok 5: Uzgodnij (negocjuj) wspólny plan działania.

Lekarz weterynarii może postrzegać wagę danego problemu lub priorytety działania inaczej niż klient, może również nie mieć wystarczająco dużo czasu, aby zająć się wszystkimi punktami porządku rozmowy.

Zacznijmy od przyjrzenia się utracie masy ciała Franka. Omówimy, czego pan próbował i jak Franek na to zareagował [obawy klienta]. Uważam także, że konieczna jest sedacja Franka, abym mogła dokładnie zbadać jamę ustną [punkty lekarza weterynarii]. Czy byłby pan skłonny zostawić go z nami na popołudnie, żebyśmy miały na to czas? Kiedy zbadam zęby i jamę ustną, zadzwonię do pana i będziemy mogli omówić możliwe metody leczenia [obawy klienta]. Co pan sądzi o takim planie działania?

Krok 6: Podsumuj wspólnie uzgodnioną agendę.

Połącz w całość swoje punkty działania z listą działań oczekiwanych przez klienta, a następnie podsumuj wspólny plan działania, co nada strukturę całej wizycie.

Uzgodniliśmy zatem, że zaczniemy od dokładniejszego zbadania, dlaczego Franek nadal traci na wadze pomimo leczenia [obawy klienta]. Przyjrzymy się jego diecie, a pan zostawi go w lecznicy na dzisiejsze popołudnie, abym mogła dokładnie zbadać jego jamę ustną [punkty planu lekarza weterynarii]. Następnie zadzwonię do pana i omówimy możliwości innego podejścia [obawy klienta]. Czy coś przeoczyłam [sprawdzenie]?

Efekty ustalania kolejności działań

Wspólne opracowanie planu wzbudza zaufanie klientów, dzięki czemu rośnie ich poziom zadowolenia, a lekarze weterynarii są lepiej przygotowani do spełnienia, a nawet przekroczenia, ich oczekiwań. Ponadto etap ten otwiera możliwość wspólnego planowania w drugiej połowie spotkania. Znając obawy klienta, można stworzyć dobrze dopasowany plan, który ściśle odpowiada jego oczekiwaniom i pozwala zrealizować jego priorytety. Jeśli plan diagnostyki i/lub leczenia jest dobrze dopasowany, klient chętniej go przestrzega i jest gotów do pokrycia jego kosztów.

Jeśli całkowite lub częściowe spełnienie oczekiwań klienta jest niemożliwe, na wczesnym etapie należy uzgodnić alternatywny sposób działania, aby zwiększyć efektywność wizyty. Należy omówić delegowanie zadań, prośby o przywiezienie zwierzęcia do gabinetu lub zaplanowanie wizyty kontrolnej. Podsumowując, wspólny plan działania utrzymuje zespół weterynaryjny i klienta na tej samej ścieżce, bo gdy go nie ma – łatwiej można się zgubić.

Ustalanie kolejności działań jako weterynaryjny sport zespołowy

Ustalanie planu działań rozpoczyna pracownik recepcji lub inny przedstawiciel lecznicy, który określa wstępny plan podczas umawiania wizyty z klientem. Następnie pałeczkę przejmuje technik weterynaryjny, który uzyskuje od klienta dodatkowe informacje, a dalej całość potwierdza lekarz weterynarii, który podsumowuje ostateczny plan postępowania wspólnie z klientem. Każda z uczestniczących w tym procesie osób powinna zachęcać klienta do zgłaszania dodatkowych wątpliwości oraz upewniać się, że program działania jest kompletny, dokładny i precyzyjny (tablica 3.2).

TABLICA 3.2. Ustalanie kolejności działania

1. Pracownik recepcji

- a) Przygotowuje wstępną listę działań (tj. powód wizyty, obawy, cele, priorytety i oczekiwania klienta) podczas planowania wizyty
- b) Odnotowuje uzyskane informacje w dokumentacji medycznej

2. Technik weterynarii

- a) Podczas przyjęcia pacjenta podsumowuje wraz z klientem informacje odnotowane w dokumentacji medycznej przez pracownika recepcji i upewnia się, czy nie pojawiły się nowe elementy

*Z moich notatek wynika, że Franek jest tutaj z powodu **utraty masy ciała**. Martwi się pan, że **leczenie nie działa** i ma pan nadzieję na **inne rozwiązanie** [podsumowanie listy oczekiwań klienta]. Co jeszcze chciałby pan dzisiaj omówić [sprawdzenie]?*

- b) Jeśli w dokumentacji medycznej brakuje wstępnej listy działań, robi ją w bezpośrednim kontakcie z klientem (tj. ustala powody wizyty, obawy klienta, jego cele, priorytety i oczekiwania).
- c) Streszcza listę działań i oczekiwań, przedstawiając przypadek lekarzowi weterynarii.

*Doktor Herman, powodem wizyty Franka jest **utrata masy ciała**. Franek **nadal chudnie pomimo leczenia**, a klient chce się dowiedzieć dlaczego i spróbować **nowego podejścia** do problemu [podsumowanie planu klienta].*

3. Lekarz weterynarii

- a) Wyjaśnia i potwierdza listę oczekiwań klienta z technikiem weterynaryjnym przed wejściem do gabinetu i przyjęciem pacjenta.

*Dzięki za krótkie wprowadzenie, Lindo [technik weterynaryjny]. Tak więc, pan Dębicki i Franek są tutaj z powodu **ciągłej utraty masy ciała** bez odpowiedzi na **poprzednie leczenie**, a klient chce spróbować **innego podejścia** [podsumowanie planu klienta]. Czy niczego nie pominęłam [sprawdzenie]?*

- b) W gabinecie omawia z klientem listę działań i oczekiwań oraz sprawdza, czy są jakieś dodatkowe elementy, niezgłoszone przez niego wcześniej.

*Linda powiedziała mi, że Franek jest tutaj z powodu **ciągłej utraty masy ciała**. Martwi się pan, że jak dotąd **nie reaguje na leczenie**, a pana celem jest znalezienie **innej drogi**, by Franek mógł przybrać na wadze [podsumowanie planu klienta]. Jak jeszcze mogę dziś pomóc panu i Frankowi [sprawdzenie]?*

Najczęściej zadawane pytania dotyczące otwierania interakcji

Jak uzyskać drugą szansę na otwarciu?

Niekiedy otwarcie wizyty jest pośpieszne i zakłócają je różne czynniki, przez co lekarz traci szansę na zbudowanie relacji lub zidentyfikowanie „czerwonych flag” sygnalizowanych przez klienta. Aby zrobić to dobrze, należy wziąć głęboki oddech, zwolnić i skupić się na chwili obecnej, dzięki czemu można dokładnie odczytać sytuację. To ważne, by pamiętać, że coś może się nie udać, bo nikt nie jest doskonały. Jeśli niewłaściwie otworzymy interakcję, należy przeprosić klienta, wyrazić chęć naprawienia sytuacji i poprosić o reset.

Przepraszam. Nie miałam okazji przywitać się z panem i Frankiem tak, jak bym tego chciała. Mam na imię Sylwia [przedstaw się klientowi] i jestem jedną z recepcjonistek [wyjaśnij swoją rolę]. Przepraszam za chwilę oczekiwania i za to, że nie poinformowaliśmy pana z wyprzedzeniem, że mamy opóźnienie [odnieś się do bezpośrednich obaw]. Czy mogę panu podać kawę?

Jak zwracać się do klientów rozmawiających podczas wizyty przez telefon komórkowy?

W dzisiejszym świecie pełnym technologii i powszechnego dostępu do internetu na pewno każdy lekarz weterynarii spotyka takich klientów. Pierwszym krokiem jest wzięcie głębokiego oddechu i pozbycie się wstępnych założeń. Bez tego lekarz może się czuć sfrustrowany i lekceważony. Pamiętaj, dla klienta może to być ważna rozmowa dotycząca np. nagłego kryzysu rodzinnego, choroby dziecka, które należy odebrać ze szkoły, czy przekazania informacji partnerowi, który nie mógł uczestniczyć w wizycie weterynaryjnej.

Daj chwilę klientom, którzy korzystają z telefonów komórkowych podczas wizyty. Dzięki temu poczują, że nie uważasz ich zachowania za oznakę braku szacunku. Zachęć ich do podzielenia się bieżącym problemem, oceń, czy może należy przekierować ich uwagę, i zapytaj, czy możesz w jakiś sposób im pomóc. Warto zapobiegać takim niezręcznym sytuacjom, umieszczając w recepcji plakat przypominający klientom o potrzebie wyciszenia telefonów komórkowych. Mimo to klient może chcieć odebrać połączenie.

Widzę, że rozmawia pan przez telefon. Czy potrzebuje pan chwili dla siebie, zanim zaczniemy?

Widzę, że musi pan odebrać połączenie. Czy chciałby pan przełożyć wizytę?

Pana rozmowa wydaje się ważna, więc dam panu trochę prywatności i wrócę za 5 lub 10 minut.

Jeśli jednak rozmowa nie jest krytycznie ważna ani pilna, a klient nie zamierza jej przerwać, należy delikatnie poprosić go o uwagę, zaoferować zaspokojenie jego potrzeb i poprosić o możliwość rozpoczęcia wizyty.

Przepraszam, że przeszkadzam. Chcę się upewnić, że mamy wystarczająco dużo czasu. Czy mógłby pan odebrać ten telefon nieco później, abyśmy mogli rozpocząć wizytę?

Przepraszam pana. Mam dzisiaj popołudnie pełne umówionych wizyt, a chciałabym mieć pewność, że poświęcę panu i Frankowi tyle czasu, ile będzie potrzeba. Możemy zaczynać?

Przepraszam, już prawie kończymy wizytę. Czy mógłby pan odebrać ten telefon później?

Scenariusz rutynowej rozmowy z klientem

Opis sytuacji: Linda, techniczka weterynarii, ustala listę oczekiwań pana Dębickiego i przekazuje dr Herman, że jego głównym zmartwieniem jest utrata masy ciała Franka.

Przygotowanie: Na korytarzu dr Herman i Linda wspólnie analizują przypadek i rozważają możliwość zapytania pana Dębickiego, czy mógłby zostawić Franka w lecznicy na popołudnie, co zapewni odpowiedni czas na badanie jamy ustnej w sedacji. Następnie dr Herman wchodzi do pokoju badań.

Wprowadzenie:

Dziękuję za cierpliwość. Przepraszam, że musiał pan poczekać [odnieś się do bezpośrednich obaw]. Jestem dr Herman [przedstaw się klientowi]. Doktor Morawski poprosił mnie, abym zajęła się dzisiaj Frankiem [wyjaśnij swoją rolę]. To przyjemność poznać was oboje [wykaż zainteresowanie klientem i zwierzęciem].

Ustalanie kolejności działań:

*Linda przekazała mi, że martwi się pan **utratą masy ciała u Franka oraz brakiem reakcji na leczenie** i ma pan nadzieję na znalezienie **innego podejścia** [podsumowanie listy oczekiwań klienta]. Co jeszcze chciałby pan omówić [sprawdzenie]?*

Chciałabym również uzyskać pełną historię tego, co działo się z Frankiem od czasu ostatniej wizyty [plan pracy lekarza weterynarii].



Komunikacja jest jedną z najważniejszych umiejętności klinicznych lekarza weterynarii. Dzięki tej książce dowiesz się, jak rozwinąć swój potencjał i korzystać z narzędzi komunikacyjnych – zarówno podczas rozmów z klientami, jak i w czasie codziennych kontaktów z innymi członkami zespołu leczniczy. Zawarta w niej wiedza jest oparta na rzetelnych badaniach i wieloletnich obserwacjach, a skuteczność prezentowanych metod potwierdzono w codziennej pracy klinicznej. To niezbędny przewodnik dla każdego lekarza, który chce czerpać ze swojej pracy większą satysfakcję, a także osiągnąć lepsze zrozumienie ze swoimi klientami i kolegami.

lek. wet. Anna Dominiak, trener biznesu

Komunikacja w praktyce weterynaryjnej to:

- omówienie zasad komunikacji wraz z definicjami poszczególnych umiejętności, technikami ich zastosowania w praktyce, przykładami i ćwiczeniami praktycznymi,
- wyjaśnienie roli skutecznej komunikacji z klientami i współpracownikami, niezbędnej w codziennej pracy zespołu weterynaryjnego,
- wiedza z zakresu każdego typu komunikacji, w tym komunikacji twarzą w twarz, wirtualnej, telefonicznej i pisemnej,
- opis procesu i struktury komunikacji coachingowej ze współpracownikami,
- omówienie różnych typów interakcji z klientami i zespołem, a także dotyczących trudnych zagadnień, takich jak eutanazja pacjenta i okres żałoby, mobbing w miejscu pracy, ograniczenia finansowe opiekuna zwierzęcia czy wyznaczanie własnych granic,
- prezentacja najlepszych praktyk skutecznej komunikacji przy użyciu dostępnej technologii,
- zestaw 20 kluczowych umiejętności komunikacyjnych, które można zastosować w każdym obszarze praktyki weterynaryjnej i ścieżki kariery weterynaryjnej.

