

Рекомендации по ведению беседы



Во время беседы о прививках клиент должен получить информацию, а также почувствовать заботу и уважение к своей культуре.

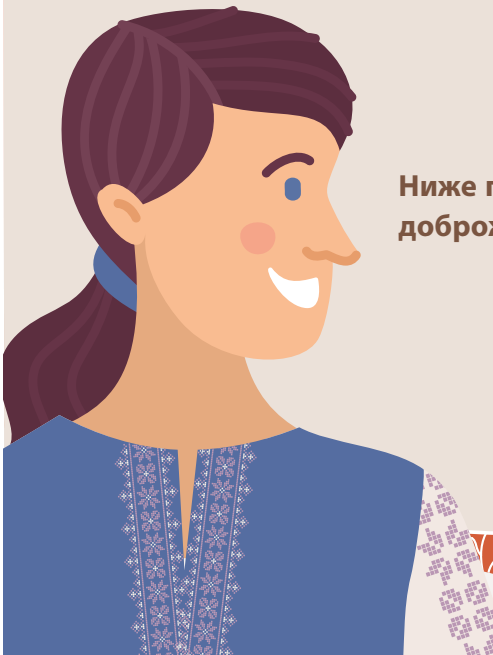
О чем следует помнить

- **ПОЛУЧИТЕ СОГЛАСИЕ** клиента на беседу о прививках заранее, спросив: «Хотите поговорить о том, как прививки могут защитить вас и близких?»
- **НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ** слов и выражений, которые человек может воспринять как давление. Не говорите «вы должны» или «вы обязаны».
- **БУДЬТЕ ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНЫ**, чтобы клиент не подумал, что его осуждают за мнение. Скажите: «Это нормально, что у вас есть вопросы о прививках. Я постараюсь на них ответить».

Как сделать беседу эффективной

- **ПРИВЛЕКИТЕ ВНИМАНИЕ К РЕЗУЛЬТАТАМ.** Например: «Прививки лучше всего защищают от многих заболеваний и облегчают их течение».
- **ПОДЧЕРКНИТЕ ПОЛЬЗУ ВАКЦИНАЦИИ ДЛЯ КОНКРЕТНОГО ЧЕЛОВЕКА.** Например: «Видно, что вы беспокоитесь о здоровье родных. Прививки помогут им и вам не заболеть».
- **РАССКАЖИТЕ ЛИЧНУЮ МОТИВИРУЮЩУЮ ИСТОРИЮ О ВАКЦИНАЦИИ.** Например: «Я решил(а) сделать прививку, потому что не хотел(а) заболеть и заразить пожилого отца и детей. И я не пожалел(а) об этом».

Ниже приведены примеры доброжелательной беседы.



Как беседовать

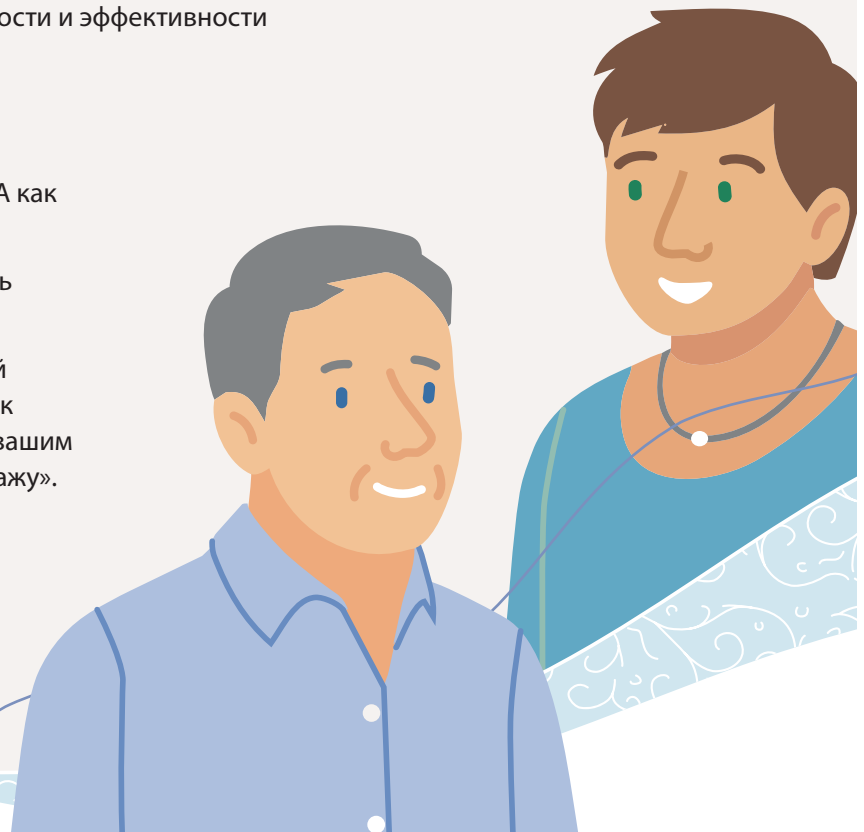
с клиентом, который не хочет прививаться



- CHW:** «Очень рад(а) вас видеть. Как у вас дела?»
- Клиент:** «Хорошо. Хотя несколько месяцев назад мы с женой болели COVID и не работали».
- CHW:** «Сочувствую. Что вы делали, когда болели COVID-19?»
- Клиент:** «Не выходили из дома и отдыхали».
- CHW:** «Рад(а), что сейчас вам лучше. Можно узнать, давно ли вы делали прививки?»
- Клиент:** «Я в них не верю. Я считаю, что врожденный иммунитет эффективнее прививок».
- CHW:** «А вы когда-нибудь делали прививку?»
- Клиент:** «Да, несколько лет назад».
- CHW:** «Понятно. Расскажите поподробнее».
- Клиент:** «Друг сказал, что из-за прививок люди еще больше болеют».
- CHW:** «Иногда действительно появляются легкие побочные эффекты, но они быстро проходят. Вы не против, если я расскажу несколько фактов о безопасности и эффективности вакцинации?»
- Клиент:** «Мне это не очень интересно».
- CHW:** «Хорошо. Если позже захотите, я с удовольствием расскажу о прививках. А как вы следите за здоровьем?»
- Клиент:** «Веду активный образ жизни и стараюсь правильно питаться».
- CHW:** «Продолжайте поддерживать здоровый образ жизни. А если захотите узнать, как прививки помогают не заболеть вам и вашим родным, я вам подробно об этом расскажу».

Такая беседа эффективна, потому что:

- помимо вакцинации мотивирует вести здоровый образ жизни;
- затрагивает такие вопросы, как побочные эффекты и влияние окружения;
- ведется в дружелюбном тоне и показывает интерес;
- побуждает клиента оставаться на связи для дальнейших бесед.



Как беседовать

с клиентом, которого беспокоит безопасность прививок



СНВ: «Как вы себя чувствуете?»

Клиент: «Не очень хорошо».

СНВ: «Что случилось?»

Клиент: «Недавно переболел(а) гриппом».

СНВ: «Сочувствую. Можно узнать, давно ли вы делали прививки, например от гриппа?»

Клиент: «Я считаю, что мне не нужны прививки».

СНВ: «Почему вы так думаете?»

Клиент: «Слышал(а), что от них болеют еще больше».

СНВ: «Понимаю, что вас это беспокоит. Прививки лучше всего защищают от многих заболеваний. Возможны побочные эффекты, но так реагирует иммунитет для защиты организма.

Вас беспокоит что-то еще?»

Клиент: «Если у меня появятся побочные эффекты, я не смогу работать».

СНВ: «Побочные эффекты обычно легкие и проходят через день или два. Люди, которые не сделали прививку, могут болеть и не работать дольше».

Клиент: «Это меня не устраивает».

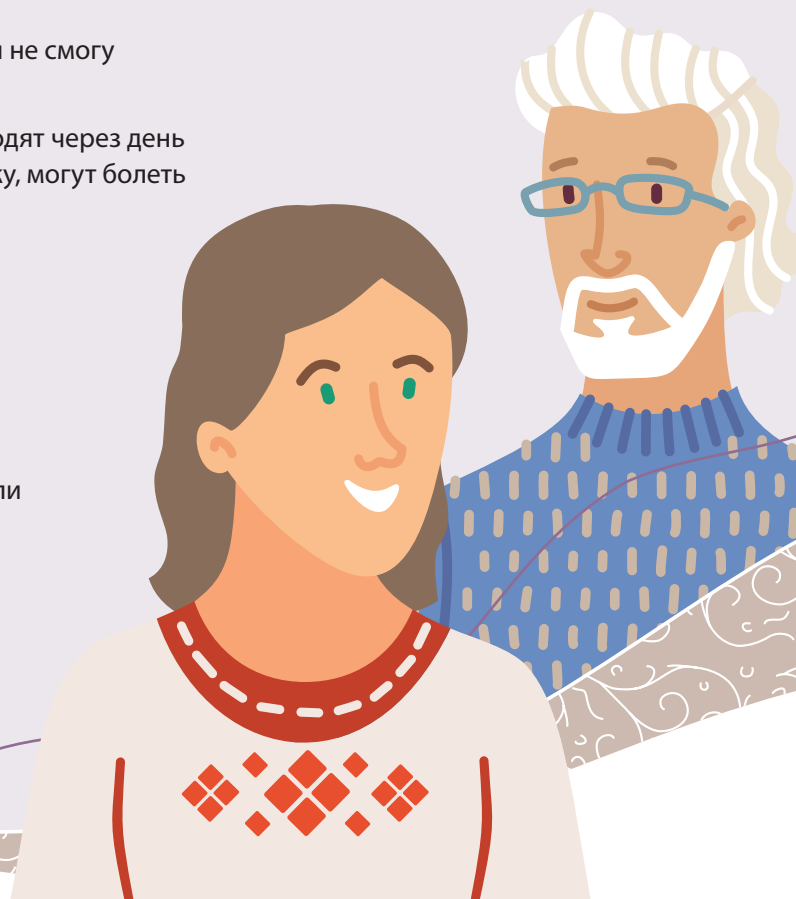
СНВ: «Хотите узнать, о прививках, которые бы вам помогли?»

Клиент: «Было бы неплохо, спасибо».

СНВ: «Отлично! Если появятся другие вопросы или опасения, обращайтесь ко мне».

Такая беседа эффективна, потому что:

- показывает интерес к здоровью клиента и сделанным прививкам;
- включает научные факты;
- включает предложение помочь клиенту выполнить дальнейшие действия и пройти вакцинацию;
- побуждает клиента оставаться на связи для дальнейших бесед.



Как беседовать

с клиентом, у которого большая семья
и который мало знает о вакцинации



CNW: «Как вы?»

Клиент: «В напряжении из-за наступающего семейного праздника».

CNW: «Что планируете?»

Клиент: «Все мои родственники останутся у нас. Дети, внуки — все».

CNW: «Вы, наверное, рады, что все соберутся вместе! Вы знаете, во время поездок и стресса повышается вероятность заболеть.

Не бойтесь, что можете заболеть вы или родственники?»

Клиент: «Немного. Я всегда болеваю, когда мы все собираемся, и не могу себе позволить брать дополнительные отгулы на работе».

CNW: «Можно узнать, прошли ли вы полный курс вакцинации?»

Клиент: «Не знаю. А что?»

CNW: «Вакцинация лучше всего защищает от заболевания. Особенно детей, пожилых и людей, которым противопоказаны прививки».

Клиент: «Я не знаю, какие прививки мне нужны».

CNW: «Я могу рассказать о рекомендуемых прививках, чтобы вы спросили о них своего врача».

Клиент: «Мне это пригодится, спасибо».

CNW: «Пожалуйста. Если понадобится что-то еще, вы всегда можете ко мне обратиться».

Такая беседа эффективна,
потому что:

- ведется с открытыми вопросами, которые позволяют клиенту поделиться мнением;
- включает в себя факты о распространении заболеваний;
- помогает клиенту принять решение самостоятельно, при этом акцентируя внимание на эффективности вакцинации;
- побуждает клиента оставаться на связи для дальнейших бесед.



Как беседовать

с клиентом, которому сложно получить медицинскую помощь



Клиент: «Я давно не был(а) у врача».

CNW: «Правда? Почему?»

Клиент: «У меня нет страховки, поэтому не ходил(а). И я не смог(ла) найти врача, который знает мой язык. Но совсем не хочу заболеть в этом году».

CNW: «Понимаю. Без медицинской страховки сложно. Могу посоветовать, как получать медицинскую помощь без нее. Можно узнать, делали ли вы прививки?»

Клиент: «Я думал(а), для этого нужна страховка».

CNW: «Большинство прививок можно сделать без страховки или почти бесплатно. Кроме того, их можно сделать в местной аптеке или пунктах, где не нужна предварительная запись».

Клиент: «Буду знать. Но у меня нет машины, так что я не смогу добраться на прием. А автобусы в моем районе не ездят».

CNW: «Есть организации, которые бесплатно довозят на прием, и службы, которые бесплатно предоставляют переводчика».

Клиент: «Мне это пригодится. Когда туда можно обратиться?»

CNW: «Сейчас я точно не отвечу, но могу узнать и передать вам. Когда вам лучше прислать эту информацию?»

Клиент: «В любое время!»

CNW: «Хорошо! Дайте мне свои контактные данные, и я вам ее пришлю».

Такая беседа эффективна, потому что:

- показывает сочувствие к клиенту;
- включает решение проблем;
- включает предложение позже предоставить дополнительную информацию;
- информирует клиента о доступных услугах;
- предусматривает разрешение клиента на отправку информации.

