



# Networking a komunitní přístup k hledání práce v podporovaném zaměstnávání

Metodický manuál

(aneb)

Spolupráce se zaměstnavateli,  
zaměstnavatelskými sítěmi a zapojení  
komunity do hledání práce



**PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST**  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

## Autoři manuálu

Markéta Blahetková, Jana Březinová, Michaela Hemmerová, Jana Loskotová, Martin Lubojacký, Blanka Šimková



Poděkování za odbornou podporu a revizi textu patří Ivě Fryšové a Alžbětě Pavlíčkové.

**Grafická úprava a korektura:** Michaela Zimová, Vojtěch Zima

2014 Praha, vydání první

---

# Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>4</b>
1.1	O projektu Networking v podporovaném zaměstnávání a o manuálu .....	4
1.2	Realizátor projektu .....	5
1.3	Partneři projektu.....	5
1.4	Pár slov o nás .....	6
<b>2</b>	<b>NETWORKINGOVÉ NÁSTROJE KOLEM ČLOVĚKA.....</b>	<b>8</b>
2.1	Kruhy vztahů .....	8
2.2	Plánovací schůzky .....	17
2.3	Pronikání do komunity.....	31
2.4	Setkání rodičů a blízkých .....	37
<b>3</b>	<b>NETWORKINGOVÉ NÁSTROJE PRO ZAMĚSTNAVATELE.....</b>	<b>40</b>
3.1	Stínování.....	40
3.2	Vnitřní síť kontaktů .....	44
3.3	Neformální networking.....	50
3.4	Neformální byznys networking .....	53
3.5	Snídaně pro společenskou odpovědnost .....	55
3.6	Networkingové kluby .....	59
3.7	Spolupráce se spolky, sdruženími, státní správou .....	69
<b>4</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>73</b>
<b>5</b>	<b>SEZNAM ZDROJŮ: .....</b>	<b>74</b>

# 1 Úvod

## 1.1 O projektu Networking v podporovaném zaměstnávání a o manuálu

Manuál „Networking a komunitní přístup k hledání práce v podporovaném zaměstnávání“ vznikl díky projektu Networking v podporovaném zaměstnávání. Cílem projektu bylo realizovat inovativní přístupy v hledání zaměstnání u osob se zdravotním postižením. Nové přístupy, jež vycházejí ze zkušeností zahraničních agentur podporovaného zaměstnávání, ze Skotské organizace VIAS a SOL-Solway a z rakouské organizace Wien Work, se zaměřují zejména na síťování, tzn. vytváření vazeb mezi potenciálními zaměstnavateli, současnými zaměstnavateli, rodinou, agenturami podporovaného zaměstnávání, přáteli a člověkem, který práci hledá. Projekt probíhal od 1. 12. 2012 do 30. 11. 2014.

Ústřední aktivitou projektu byly exkurze v zahraničních organizacích a navazující společné workshopy, kterých se zúčastnili rovněž zástupci cílové skupiny projektu, lidé se zdravotním postižením a také zaměstnavatelé. Na návštěvy se lidé se zdravotním postižením připravovali v rámci speciálně zaměřených seminářů a aktivně se podíleli na monitorování dobré praxe tvorbou fotoknihy.

Tento metodický manuál je určen pro agentury podporovaného zaměstnávání v ČR. Je sestaven na základě zkušeností pracovních konzultantů z Rytmusu, nabytých při ověřování inovativních postupů v oblasti hledání práce v podporovaném zaměstnávání. Inovativní postupy byly inspirovány zahraničními partnery, přizpůsobeny možnostem v ČR a následně ověřovány. Manuál staví na příkladech z praxe. Doufáme, že díky němu budete moci inovativní postupy dobře využít.

Celý manuál je rozdělen na dvě poloviny. První polovinu tvoří nástroje zaměřené přímo na člověka, který práci hledá. Druhá polovina je tvořena nástroji zaměřenými na spolupráci a partnerství se zaměstnavateli. Každá kapitola manuálu se věnuje jednomu ověřovanému nástroji či oblasti. Kapitoly mohou působit slohově odlišně, protože mají různé autory. Ačkoliv do kapitoly přispíval celý tým pracovních konzultantů, její slohové pojetí a sestavení měl na starosti vždy jeden pracovní konzultant.



Obrázek 1 – Průběh projektu

---

## 1.2 Realizátor projektu

---



[www.rytmus.org](http://www.rytmus.org)

Rytmus – od klienta k občanovi, o.p.s.

---

## 1.3 Partneři projektu

---



[www.unie-pz.cz](http://www.unie-pz.cz)

Česká unie pro podporované zaměstnávání

---



[www.forliving.org](http://www.forliving.org)

SOL-SOLWAY  
Velká Británie

---



[www.viascotland.org.uk](http://www.viascotland.org.uk)

VIAS, Values Into Action Scotland  
Velká Británie

---



[www.wienwork.at](http://www.wienwork.at)

Wien Work,  
Rakousko

---

---

## 1.4 Pár slov o nás

Rytmus - Od klienta k občanovi je obecně prospěšná společnost. Rytmus byl založen v roce 1994. **Naším posláním** je umožnit lidem se znevýhodněním aktivně se začleňovat do běžného prostředí – v práci, ve škole, v místě bydliště. Kromě podporovaného zaměstnávání působí v Rytmus v dalších oblastech.

### 1.4.1 Co děláme

#### 1.4.1.1 Aktivity v oblasti pracovního uplatnění

- sociální rehabilitace - podporované zaměstnávání a tranzitní program
- pracovní rehabilitace
- poradenská činnost v oblasti zaměstnání
- výzkum
- publikační činnost

#### 1.4.1.2 Aktivity v oblasti inkluze dětí se znevýhodněním

- osobní asistence
- poradenství v oblasti výběru škol
- zastupování rodičů dětí s postižením při jejich jednání s úřady a školami
- publikační osvětová činnost na podporu inkluze
- pořádání akcí na podporu školní inkluze
- vzdělávací akce pro učitele

#### 1.4.1.3 Aktivity v oblasti začleňování dospělých lidí s potížemi v učení (mentálním postižením) do života běžné komunity

- příprava přechodu z ústavní péče do běžného bytu v obci pomocí plánování zaměřeného na člověka
- poskytování služby Podpora samostatného bydlení
- vzdělávací činnost pro opatrovníky
- spolupráce s domovy pro osoby se zdravotním postižením

## 1.4.2 Kontakt

Agentura podporovaného zaměstnávání Ječná	Sídlo a vedení organizace
<b>Rytmus - Od klienta k občanovi, o.p.s.</b> Ječná 29, Praha 2, 120 00 <b>Web:</b> <a href="http://www.rytmus.org">www.rytmus.org</a> <b>e-mail:</b> <a href="mailto:pz@rytmus.org">pz@rytmus.org</a> <b>tel:</b> 224 255 819	<b>Rytmus - Od klienta k občanovi, o.p.s.</b> Londýnská 81, Praha 2, 120 00 <b>Web:</b> <a href="http://www.rytmus.org">www.rytmus.org</a> <b>e-mail:</b> <a href="mailto:rytmus@rytmus.org">rytmus@rytmus.org</a> <b>tel:</b> 224 251 610

## 1.4.3 Názvy a zkratky v textu manuálu

V manuálu používáme názvy, jako například **networking**, **byznys networking**, které lze v českém jazyce nahradit jen dlouhým opisem. Používáme je, protože se v zaměstnavatelském prostředí nepřekládají a ani my jsme pro ně nenašli žádný výstižný, krátký, český název. V popisu v úvodu jednotlivých kapitol naleznete, co tím přesně myslíme.

- **PZ** podporované zaměstnávání
- **PK** pracovní konzultant
- **PA** pracovní asistent
- **OZP** osoby se zdravotním postižením
- **ZP** zdravotní postižení
- **Rytmus** Rytmus – Od klienta k občanovi, o.p.s.
- **Networking** slovo **networking** obecně znamená: Nalézání, propojování a vytváření sítě vztahů mezi lidmi. Dlouhodobé vytváření a udržování sítě vzájemně výhodných vztahů. **Z pohledu našeho projektu jde o rozvíjení vztahů s lidmi okolo člověka hledajícího s agenturou PZ práci a o rozvíjení a budování vztahů se zaměstnavateli a zaměstnavatelskými sítěmi. Rozvíjením těchto vztahů se snažíme získat pracovní místa.**
- **Kdo je Jana a Jan?** V případě, že v textu hovoříme o člověku se zdravotním znevýhodněním, který s agenturou PZ hledá práci, používáme smyšlená jména Jan a Jana. V praktických příkladech používáme nahodile vybraná, fiktivní křestní jména.

## 2 Networkingové nástroje kolem člověka

V posledních letech se snažíme do práce s konkrétními lidmi přinášet nástroje plánování zaměřené člověka (z anglického názvu Person centered planning). Nástroje popsané níže byly inspirovány právě tímto přístupem. Tento přístup je využíván i partnery projektu.

### 2.1 Kruhy vztahů

Kruh vztahů je grafická pomůcka, která mapuje sociální síť okolo konkrétního člověka. Kruh vztahů pomáhá identifikovat důležité lidi kolem člověka, kteří mu mohou pomoci s hledáním práce, a kteří se mohou podílet na plánovacích schůzkách (*viz kapitola 2.2*).

#### 2.1.1 Různé možnosti využití kruhu

- Je informací o sociální síti člověka.
- **Pomáhá najít vhodné lidi, které můžeme zapojit do hledání práce.** Snažíme se zjistit, kdo z kruhu se může pro člověka stát podporou při hledání. Ať již praktickou pomocí například kontaktováním zaměstnavatelů, nebo zapojením se do plánování při hledání práce.
- Zjistíme, kdo je pro Jana důležitý a kolik lidí má kolem sebe.
- Podporuje Jana v přemýšlení o tom, jaké má kolem sebe vztahy.
- Pomáhá zjistit, kde jsou problémy v oblasti vztahů a na čem je potřeba pracovat. Pomáhá určit vztahy, které mohou být posíleny či podporovány.
- Zjištění, že kruh není silný (Jan má kolem sebe málo nebo téměř žádné lidi.) je podnětem pro další práci. Můžeme například podpořit Janu v tom, jak do kruhu dostat lidi, se kterými se dlouho neviděla nebo jak oslovit nové lidi z určité oblasti. (Když například nemá kolem sebe jiné lidi, než ze sociálních služeb.)
- Kruh je možné využít v situacích, kdy hledáme přirozenou podporu k řešení nějaké věci. Například Jan jde na pracovní vánoční večírek. Nechce tam jít sám a chce, aby s ním šel PK. Ve svém kruhu má kolegu, se kterým má dobré vztahy. PK Janovi doporučil zeptat se kolegy. Kolega Jana na večírek rád doprovodil.

#### 2.1.2 Jak lze s kruhem pracovat

- Napište jméno nebo umístěte fotku Jana do středu kruhu a zmapujte všechny důležité vztahy v jeho životě.
- Můžeme vytvořit sektory (například rodina, škola, práce, bydlení atd.), *viz obrázek č. 2 a č. 3*.
- Můžeme pracovat se zónami. (*viz obrázek č. 3*). Čím blíže je člověk napsaný středu/fotce tím, je bližší (je důležitější v životě). Například: do nejbližšího kruhu napište/nakreslete lidi, kteří jsou pro Vás nejdůležitější, ke kterým máte plnou důvěru. Do druhého kruhu přijdou lidé, se kterými máte dobrý vztah a máte je rád. Do třetího kruhu přijdou lidé, které znáte. V úplně vnějším prostoru mohou být lidé, kteří existují, ale neznáme se s nimi, nebo jsme je dlouho neviděli.



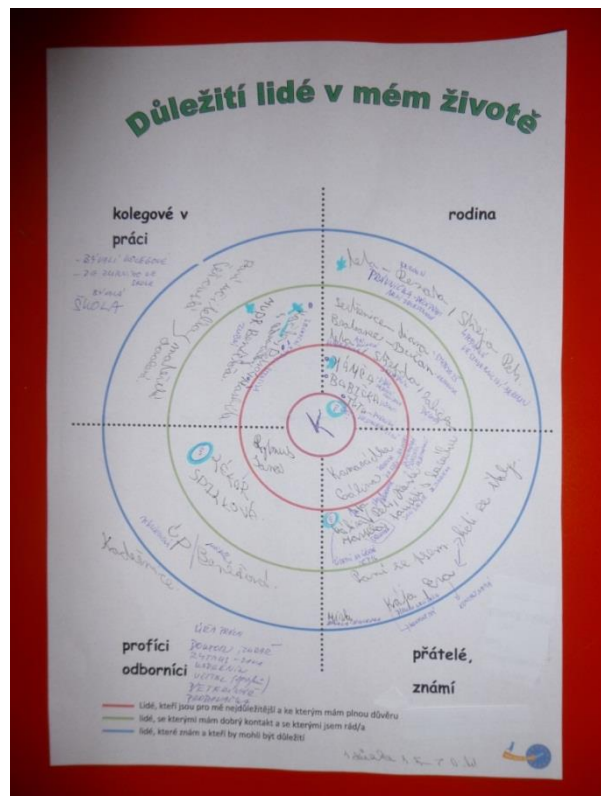
- Je dobré kombinovat oboje.
- Kruhy můžeme dělat velké např. na flipchart, ale i na papír vel. A4 či na předtištěné šablony
- Místo kruhů je možné pracovat i s jinými grafickými motivy např. ve tvaru stromu, (viz obrázek č. 4).

### 2.1.3 Příklady otázek které je dobré klást při tvorbě kruhu

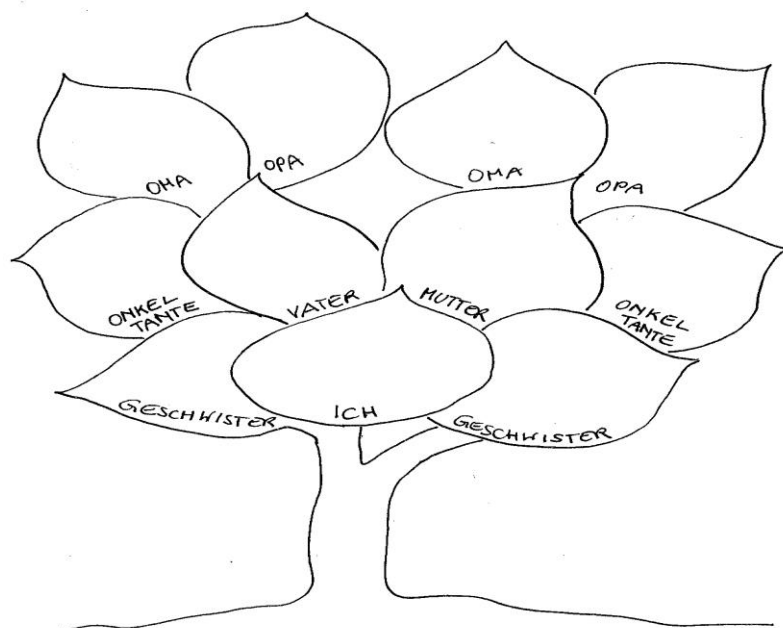
- Kdo je důležitý ve Vašem životě?
- Koho často vídáte?
- Máte někoho, kdo je Vám blízký a s kým jste se již dlouho nesetkal?
- Jak často se vídáte s lidmi, které jste vyjmenoval/-a?
- Máte někoho, kdo Vám pomáhá s domlouváním schůzek?



Obrázek 2 – Ukázka kruhu vztahů



Obrázek 3 - Ukázka kruhu vztahů



*Unser Berufstammbaum*

Obrázek 4 – Strom vztahů  
Zdroj: WIEN WORK



Obrázek 5 – Ukázka kruhu vztahů

#### 2.1.4 Jaké potíže či překážky se mohou vyskytnout:

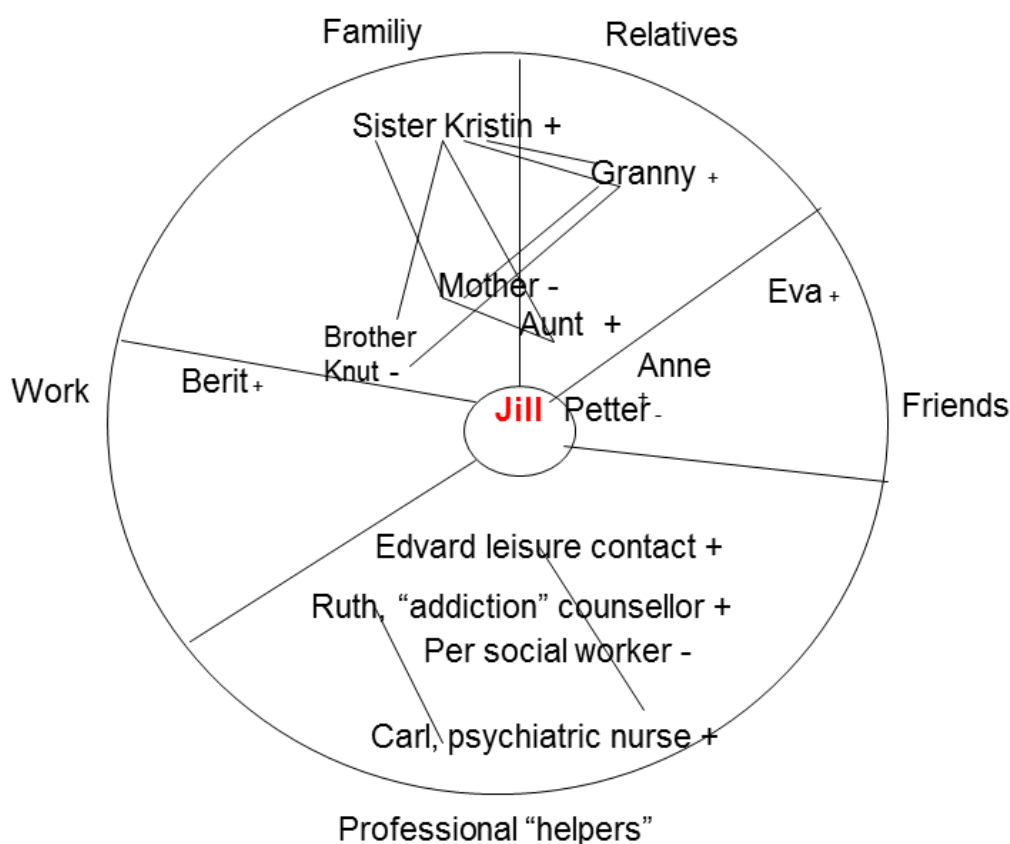
- Jan nechce někoho dalšího ke spolupráci přizvat.
- Má málo lidí kolem sebe, v kruhu je často málo lidí.
- Do kruhu nechce zahrnout lidi, které běžně potkává (sousedí, prodavačka, pošťák, ...)
- V PZ není prostor pro posilování a rozšiřování kruhů.
- Nechce kruh dělat.
- Nechce lidi v kruhu propojit - nebo nechce, aby se lidé potkali.
- Pro někoho může být potíž pochopit, co znamená, že je určitý člověk v kruhu blíže jeho fotce a někdo dál. Může to být chápáno spíše jako, jak daleko od něj daný člověk bydlí.

---

### 2.1.5 Co se nám osvědčilo, co funguje

- Ukázat Janovi nejdříve vlastní kruh vztahů, aby lépe pochopil, o jaký nástroj jde a k čemu slouží.
- Dát na výběr z více možností jak kruh vytvořit - vybrat tu možnost, která bude Janovi nejsrozumitelnější.
- Při zapisování do kruhu používat různé barvy (dobré k pozdější orientaci v kruhu).
- Pokud si Jan odnáší k doplnění kruh vztahů domů, je dobré na lísteček napsat, o co se jedná, a co se po blízkých či rodině žádá. Případně se s nimi domluvit telefonicky nebo emailem.
- Při vyplňování Jan využije podporu. Je dobré se ho doptávat na různé okruhy lidí (nabízet místa, kde někoho zná, připomínat ty, o kterých víme, ptát se na sousedy, pošťáka, prodavače, lidi z kroužků, lidi z kostela, bývalé spolužáky, doktory, lidi z jiných služeb, kamarády, bývalé kolegy, učitele, známé rodičů, sourozenců atd.).
- U některých lidí je dobré zvážit název kruhu. Nadpis „Důležití lidé v mém životě“ někoho může brzdit v tom, aby sepsal opravdu všechny lidi, které zná.
- K lidem, kteří už v kruhu jsou, je vhodné dopsat, kde právě pracují nebo pracovali. Zároveň k nim Jan může přidat znaménko plus nebo minus, podle toho jaké s ním má vztahy (kladné či záporné), viz obrázek č. 6.
- Osoby v kruhu, které se navzájem znají, můžeme propojit přímkami.
- Ve chvíli, kdy je kruh hotový, si Jan vybírá, koho pozve na plánovací schůzku (viz kapitola 2.2). PK by měl doporučit pozvání těch lidí, kteří např. pracují v oboru, kde Jan hledá práci, nebo si myslí, že mají kontakty, které by se mohly hodit.
- Pokud Jan trvá na tom, že některé lidi na schůzce nechce nebo nechce plánovací schůzku vůbec, může se domluvit jiná forma oslovení. Je možné se domluvit, že se konkrétních lidí zeptá Jan na práci a na kontakty na zaměstnavatele sám nebo se jich zeptá přímo PK. Je také možné domluvit schůzku pouze s jedním člověkem, oslovení formou dopisu či e-mailu atd.

# Network map for Jill



Networking and building  
partnership with employers

Obrázek 6 – Ukázka kruhu vztahů

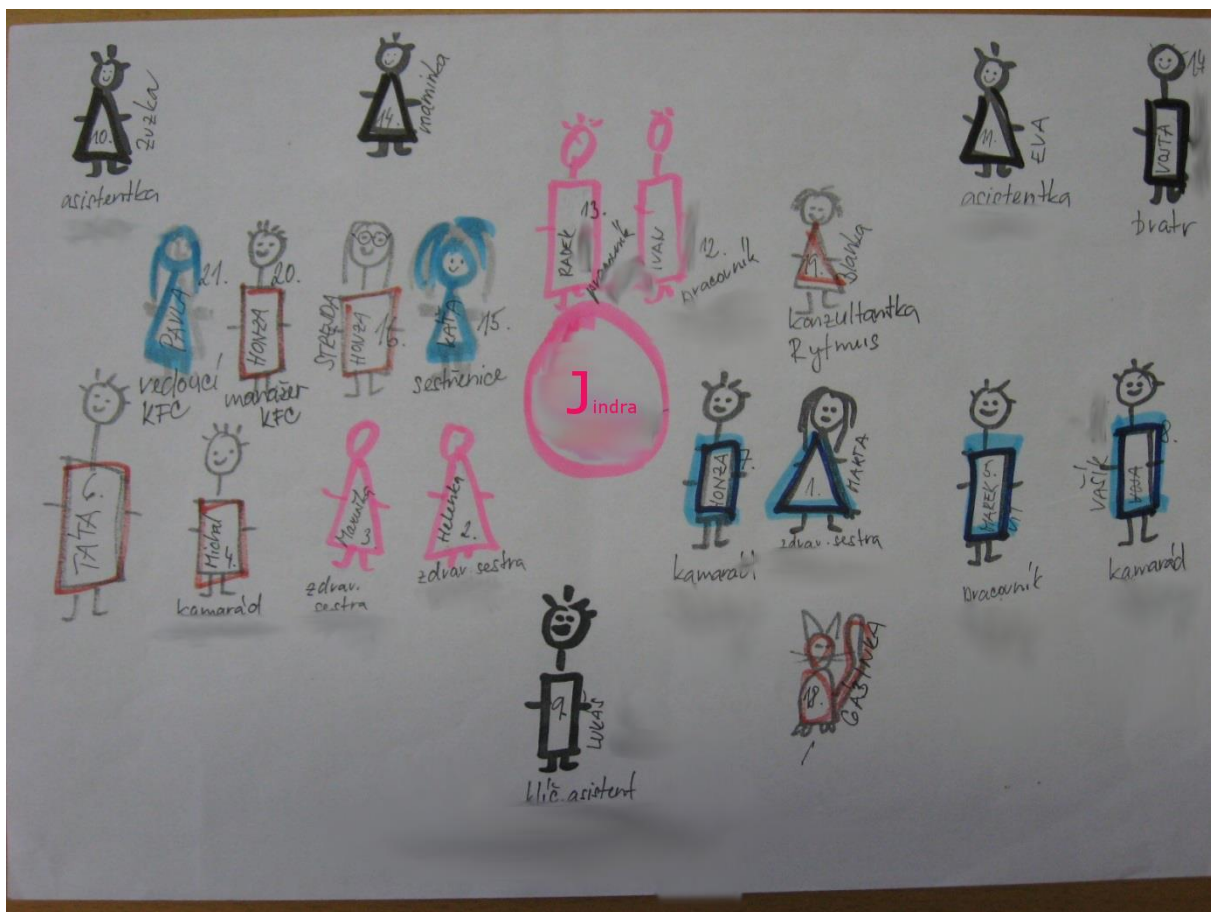
Zdroj: Grete Wangen: Seminář s odborníkem na Networking

## 2.1.6 Jak pracovat s lidmi v kruhu, se kterými Jan dlouho nemluvil a moc je nevidá

- Pokud Jan používá Facebook (či jinou sociální síť), může tam zkusit kamarády najít a ozvat se jim.
- Pokud má na ně číslo nebo adresu, může jim zavolat, poslat dopis nebo pohled.
- Může je pozvat na kávu, večeři, oběd.
- Může uspořádat akci – piknik, kino nebo jinou kulturní akci a pozvat více lidí. Na setkání zjistí, co mají společného, zda spolu mohou něco podniknout - např. sport, návštěvu divadla atp.
- U bývalých kolegů lze zjistit, zda se scházejí a zda tam může rovněž přijít.
- S bývalými spolužáky může uspořádat třídní sraz.

### 2.1.7 Příklad postupu tvorby sítě (viz. obrázek č. 7)

- a) Jindra si z nabízených formátů vybral velikost A4.
- b) Sám sebe umístil doprostřed papíru.
- c) Po vzájemné domluvě PK kreslila panáčky a zapisovala k nim pořadí, v jakém je Jindra jmenoval, jejich jména a postavení (např. sestřenice, kamarád, vedoucí v práci, zdravotní sestra, asistent bydlení, maminka aj). Jindra si určoval umístění osob, jejich pořadí a barvu – měl na výběr modrou, růžovou, červenou a černou.
- d) Po zakreslení a zapsání se daly z obrázku vyčíst různé informace o tom, jaké vztahy s kterými lidmi Jindra má – zda a do jaké míry jsou mu blízcí, s kterými je v kontaktu a s kterými již ne.
- e) PK zjistila, že přesto, že má Jindra kolem sebe relativně hodně lidí, ti nejbližší už se v jeho životě buď nevyskytují vůbec, nebo jen náhodně, či výjimečně. Naopak, s těmi, se kterými nemá dobré vztahy, je v častém, mnohdy i denním kontaktu (černě označení, vzdálení od Jindry, uvádění na konci pořadí). Jediný člověk, který není vzdálen, ke kterému Jindra cítí důvěru a náklonnost, a se kterým je v kontaktu, je jeho otec.
- f) Jindru tvorba sítě velmi zaujala a sám byl schopen na základě obrázku o svých vztazích hovořit. Na konci schůzky odcházel s tím, že když ho bude něco trápit nebo se bude potřebovat o něčem poradit, zkusí se obrátit na svého otce. K této síti se Jindra během další spolupráce s PK ještě několikrát vracel. Použili jí v situacích, kdy vznikly nějaké obtíže. Jindra si v síti ujasňoval, na koho se může obrátit pro pomoc či radu. Jindra se sám k síti rád vracel. Bavilo ho vidět kolik a jaké lidi v síti má.



Obrázek 7 – Ukázka tvorby sítě

### 2.1.8 Příklad práce s kruhem, kde bylo málo lidí:

- Když si Ota vytvářel svůj kruh vztahů poprvé (obrázek č. 8), zjistil, že kolem sebe nemá skoro žádné lidi, protože všechny svůj volný čas tráví doma s maminkou nebo se sám prochází venku. Jeho PK mu tedy navrhla možnosti, co by mohl udělat proto, aby síť kolem sebe rozšířil.
- Vyhledali společně s PK volnočasové aktivity různých organizací a kurzy, které by mohly být pro Otu vhodné. Byly to aktivity pro lidi s poruchami autistického spektra, víkendové výlety, kroužky jako jsou šachy, plavání, filmy, možnosti dobrovolníka pro volný čas.
- Ota si vybral, že začne chodit na kurz sociálních dovedností, kde se nejen zlepšil ve svých dovednostech, ale poznal také nové lidi. Když kruh vytvářel podruhé (obrázek č. 9), objevilo se tam více lidí.



Obrázek 8 – Ukázka kruhu vztahů



Obrázek 9 – Ukázka kruhu vztahů



---

## 2.2 Plánovací schůzky

Jde o setkání Jany a jejích blízkých, kamarádů, známých a pracovního konzultanta. Účelem setkání je zamyslet se nad tím jakou práci může Jana hledat a zda na potenciální zaměstnavatele, kteří nabízejí takový druh práce, má někdo z přítomných kontakty, nebo je může získat. Výsledkem setkání je plán hledání práce.

Plánovací schůzky jsou důležité a významné, protože podporují schopnosti, dovednosti a zájmy člověka, ne jeho nedostatky. Představují nástroj, který lidem se znevýhodněním umožňuje objevovat a mluvit o tom, co je zajímavé, v čem jsou dobří, v čem vynikají a tím navrhnout, čím oni sami mohou konkrétně přispět širší společnosti - komunitě.

Na plánovací schůzku si Jana pozve své blízké a kamarády, kteří jí mohou pomoci při hledání nebo udržení práce. Při zvaní vychází většinou z vytvořeného kruhu vztahů (*viz kapitola 2.1*). Schůzky mohou mít různou osnovu a využívat různé pomůcky. Náš příklad je inspirován nástrojem „Path“ neboli cesta z oblasti Plánování zaměřené na člověka, tak jak jej používal partner projektu SOL-Solway a následně byl upraven podle zkušeností z PZ.

### 2.2.1 K čemu jsou schůzky dobré

- Zjišťujeme nové možnosti / firmy, kde hledat. Získáme doporučení na zaměstnavatele.
- Rozšiřujeme okruh prací, které Jan může dělat.
- **Dozvíme se nové věci** o Janovi (vlastnosti, dovednosti). **Slouží jako motivace** (Jan slyší od blízkých v čem je dobrý, jaké jsou jeho silné stránky).
- Zapojení blízkého okolí do hledání práce.
- Propojení služeb a rodiny v podpoře při hledání.

17

### 2.2.2 Osnova schůzek:

- Uvítání, seznámení, stanovení pravidel setkání.
- Sen o práci.
- Co jsme zkusili / co je teď.
- Jakou hledám práci.
- Co mi pomáhá.
- Co je pro mě náročné.
- Moje dobré vlastnosti, co mi jde, co můžu nabídnout?
- Co dál hledat? Koho se ptát?
- Co nás posílí, co skupina potřebuje vědět.

- Lidé, kteří pomohou. Co se bude dít?
- Shrnutí.

### **SEN O PRÁCI**

Co chci nejvíce dělat? Jana si připraví s PK dopředu před schůzkou. Může si to nakreslit, rozepsat. Na schůzce to bude součástí flipchartu a skupině to řekne.

### **CO JSME ZKUSILI/ CO JE TEĎ**

Jana si spolu s PK dopředu připraví, kde již hledali, co již společně vyzkoušeli, koho oslovili, kde byli na pohovoru. Na schůzce to bude součástí flipchartu a skupině to řekne a doplní ho PK.

### **JAKOU HLEDÁM PRÁCI**

Jana si spolu s PK dopředu připraví popis práce, jakou hledá: pracovní dobu, činnosti, požadavky na prostředí, na umístění pracoviště atd. Na schůzce to bude součástí flipchartu a skupině to řekne.

### **CO MI POMÁHÁ a CO JE PRO MĚ NÁROČNÉ**

Co se během spolupráce ukázalo, že je pro Janu důležité a co jí pomáhá. Skupina doplnit může doplnit o informace, které o ní ještě ví.

### **MOJE DOBRÉ VLASTNOSTI, CO MI JDE, CO MŮŽU NABÍDNOUT?**

Jana může začít spolu s PK tím, že uvedou každý jednu vlastnost, pak požádají skupinu: „Co byste řekli zaměstnavateli o Janě? V čem je dobrá? Co umí?“ (pracovní dovednosti).

### **CO DÁL HLEDAT? KOHO SE PTÁT?**

Dotaz na skupinu: „Když vidíte, jakou práci Jana hledá, co už jsme vyzkoušeli, napadá Vás, kde ještě můžeme hledat? Vzhledem k jejím silným stránkám, jaké by byly další vhodné pozice? Jaké firmy oslovit?“ Sepíše se na flipchart.

### **CO NÁS POSÍLÍ, CO SKUPINA POTŘEBUJE VĚDĚT**

Někdy je vhodné zařadit tento bod. „*Je něco, co ještě potřebujete vědět a nemluvili jsme o tom?*“ Někdo ze skupiny může chtít vědět např. jak mluvit o Janiných potížích nebo co přesně má potenciálnímu zaměstnavateli říct. Lze se poradit hned na místě.

## LIDÉ, KTERÍ POMOHOU -> CO SE BUDE DÍT?

„Teď vidíme, kde ještě můžeme hledat. Znáte nějakou firmu v této oblasti, nebo máte známé, kamarády, kontakty? Můžete se Vy sami někde zeptat nebo nám dát kontakt?“... **Jde o to vytvořit plán:** kdo, co a do kdy. Každý člen skupiny by měl mít alespoň 1 úkol.

Skupina se domluví, zda se chce ještě sejít a přibližně si určí termín.

Domluvíme kdo a do kdy přepíše zápis ze schůzky a kdo a jak jej předá účastníkům (osobně, emailem).

### 2.2.3 Jaké potíže či překážky se mohou vyskytnout

- Někdy lidé nechtějí osoby v kruhu propojovat – např. rodinu a přátele.
- Někdy je obtížné zapojit do úkolů všechny účastníky schůzky. Často si úkoly nesou jen pracovní konzultant a uživatel.
- Když se podaří úkoly zadat, stává se, že lidé se jim nevěnují a nesplní to, co na schůzce slíbili.
- Motivace pozvaných. Lidé nejsou na schůzku motivovaní, nevědí, co se od nich očekává, nechtějí se angažovat.

### 2.2.4 Co se nám osvědčilo, co funguje

- Jana zve na schůzky hlavně rodiče, kamarády, pracovníky ze služeb a asistenty (pracovní i klíčové) – koho pozve, vybírá ze svého kruhu vztahů. PK ji doporučuje zvážít, koho dalšího pozvat.
- Je možné zvážít, zda pozvat na schůzku také lidi, které Jana denně vídá, ale nenapadne jí, že by jí s hledáním práce mohli pomoci (např. pošťák, pokladní v obchodě, kadeřnice...).
- Jedna schůzka je dlouhá asi 1 hod. a 30 min. Když je schůzka delší, jsou účastníci unavení. Čas je dobré pevně určit před začátkem schůzky a držet se ho. Vyplatí se také s rozmyslem vybírat denní dobu na schůzku. Někomu vyhovují spíše dopolední hodiny a někomu odpolední.
- Počítat alespoň s 15 minutami před začátkem schůzky než všichni dorazí a usadí se. Není dobré, když do procesu přichází opozdilci.
- Zveme telefonicky, emailem nebo tiskneme pozvánky. Vyplatí se využít všech způsobů. Je důležité do pozvánky dobře vysvětlit, co se na schůzce bude dít a co lidé mohou očekávat.
- Pozvánky je dobré zasílat s větším předstihem (3-4 týdny dopředu) společně s emailem, kam lidé mohou potvrdit svou účast.
- Ujistit se, že pozvaní dostali pozvánku a případně se ze schůzky ozvat i telefonicky kvůli potvrzení účasti.

- I v případě, že na schůzku přijde jen jeden člověk, je dobré schůzku uskutečnit. Každý má informace a kontakty.
- Zjistit, proč pozvaní nepřišli. Někdy jim jen nevyhovuje den v týdnu nebo čas. Další termín schůzky pak můžeme uzpůsobit, aby přišlo co nejvíce lidí.
- Schůzku vždy někdo facilituje a někdo zapisuje. Je dobré, když schůzku facilituje někdo jiný než příslušný pracovní konzultant, například jiný PK.
- Na začátku schůzky je dobré domluvit a naplánovat, co se bude dít, jak se bude postupovat (jaká bude osnova schůzky) a jaký je cíl schůzky (tipy na práci, informace o dovednostech, kontakty na potencionální zaměstnavatele).
- S Janou také domlouváme, jak si přeje upravit prostředí (srovnání židlí kolem stolu či do kruhu, zda pustit oblíbenou hudbu na pozadí), zda chce nabídnout malé občerstvení (káva, čaj, sušenky, ovoce apod.), co lze udělat proto, aby jí bylo prostředí příjemné.
- Schůzka může být na různých místech (kavárna, prostory neziskových organizací, se kterými je Jana v kontaktu, doma atd.). Nejlépe volíme nějaké klidnější prostředí, kde je soukromí.
- Na schůzce se souhlasem ostatních pořídít fotky.
- Na konci schůzky naplánovat přibližný termín dalšího setkání (revizní schůzky).
- Mít čas na to být v kontaktu s lidmi ze setkání, pokud je to potřeba (urgovat plnění úkolů, motivovat je).
- Když využijeme nějaký kontakt získaný na schůzce, dáme člověku, který kontakt přinesl zpětnou vazbu o tom, jak jednání dopadlo a kam se posunulo.

### 2.2.5 K facilitaci

- Mít připravený flipchart s osnovou schůzky a obrázky, když je to potřeba.
- Na začátku schůzky domluvit pravidla, kterými se účastníci budou řídit – pravidla buď mohou být daná, facilitátor je skupině nabídne a zjistí, zda s nimi skupina souhlasí. Když si skupina pravidla vytváří sama na místě, snadněji je respektuje. Pravidla je dobré napsat a umístit na viditelné místo.

#### Příklady pravidel

- Nepoužíváme odborné výrazy a zkratky, mluvíme srozumitelným jazykem.
- Zaměříme se na pozitivní myšlení – snaha o odložení starých návyků myšlení, že něco nejde, nepůjde, ale místo toho vymýšlíme, jak by věci mohly jít a co k tomu potřebujeme.
- Schůzka musí být otevřená – žádná otázka ani odpověď není špatná. Nesoudíme. Nehodnotíme.
- Budeme mít vypnuté telefony.
- Neskáčeme si do řeči.
- Facilitátor je při vedení důsledný, odpovídá za to, že se vše potřebné na schůzce probere nebo se domluví jiný prostor a čas.

- 
- Měl by si pohlídat čas. Vhodné je požádat někoho z účastníků zda by pomohl s hlídáním času a domlouvá se s ním, jak a kdy jej upozorní.
  - Reaguje na poznámky, neopomíjí námitky, či obavy účastníků setkání. Poznámky jako například: „*No to je, ale pěkná blbost!*“ – Zeptat se proč si to tak myslí, co je k tomu vede? Skupina se tak může dostat k důležitým, někdy i palčivým otázkám a domluvit se, co s tím.
  - Facilitátor dbá na to, aby se ke slovu dostal každý účastník. Účastníky vyzývá a doptává se.
  - Snaží se aktivně zapojit Janu do vedení schůzky. Jana může mít některé body schůzky na starosti, například uvítání, shrnutí spolupráce s Rytmousem, poděkování a další.
  - Facilitátor vždy ověřuje, zda Jana souhlasí, zda je to pro ní důležité, zda to tak chce. Jana nemusí vše, co lidé na schůzce nabízí, přijímat.
  - Reaguje na Janinu náladu i na rozpoložení dalších účastníků, například reflektuje únavu, rozladěnost aj. Respektuje pocity, pracuje s emocemi – „*Co se dá udělat pro to, abyste z toho takový pocit neměl?*“
  - Facilitátor spolupracuje se zapisovatelem. Dává mu prostor k tomu, aby mohl řečené informace zapsat či zakreslit.
  - Výstupy z plánovacích schůzek by měly být konkrétní: rozdělené úkoly, řečeno, co se bude dělat s výstupy, domlouvá se, kdo a jakým způsobem plnění úkolů připomene.
  - Každý účastník by si měl ze schůzky odnést alespoň jeden úkol.
  - Facilitátor drží strukturu schůzky, připomíná téma setkání, skupinu vrací k tématu.
  - Facilitátor by neměl zapomenout v závěru na shrnutí a poděkování skupině pokud to nemá na starosti Jan.

## 2.2.6 Ukázka pozvánek

**Rád bych Vás pozval na svojí plánovací schůzku:**



**KDY se schůzka koná:** 28. 1. 2014 v 15:30  
**KDE se schůzka koná:** textilní dílna Gawain – Na Výšinách 1/1000, Praha 7

Chtěl bych Vás poprosit, jestli mi poradíte, jakou práci bych mohl dělat, kde všude jí můžu hledat a jak si jí můžu udržet.

Potvrďte prosím svou účast **do 24. 1.** mě pracovní konzultance na tel. čísle: **777 222 388** nebo emailu: [m.hemmerova@rytmus.org](mailto:m.hemmerova@rytmus.org).

**Ahoj všem,**  
**srdečně vás zvu na schůzku do Gawainu.**

**Kdy?**  
**23.5.2014, od 14.30 do 16.00 hod.**


**Kde?**  
**Praha 7, zastávka „Korunovačnická“, u věže**  
**Budu ráda, když přijdete.**  
**Pomůžete mi vymyslet jak si udržet práci.**

**Katka**



Obrázek Obrázek 11 – Ukázka pozvánky na plánovací schůzku schůzku

**Pozvánka na plánovací schůzku**



Milí přátelé a kamarádi,  
zvu vás na plánovací schůzku, která se koná 3. 3. 2014 v 16 hodin, v Rytmusu.  
Budeme se bavit o tom, jak si můžu nejlépe najít práci, která mě baví.  
Budu se na vás těšit,

Obrázek 12 - Ukázka pozvánky na plánovací schůzku

## 2.2.7 Příklady

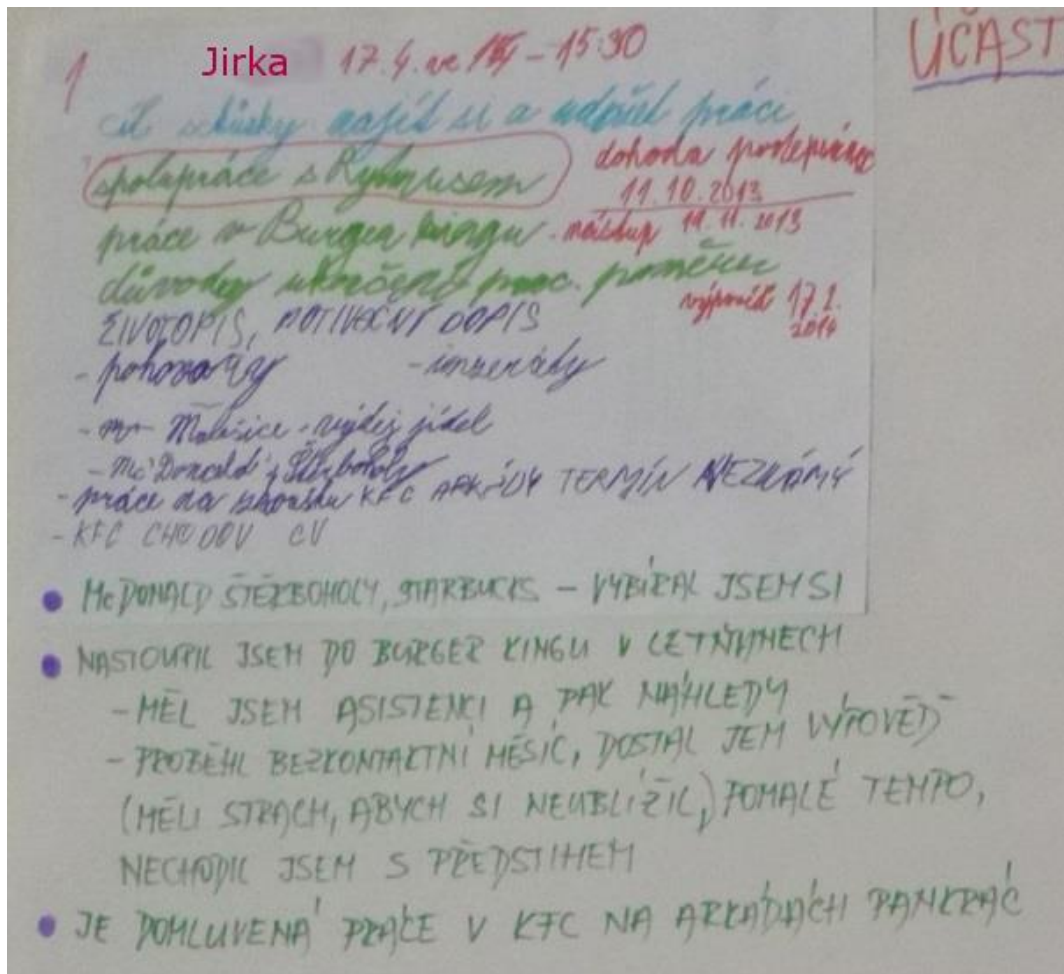
### 2.2.7.1 Příklad 1



Obrázek 13 – Ukázka plánovací schůzky

- Jirka si za podpory PK stanovil cíl schůzky: najít a udržet si práci.
- Jirka si z kruhu vytipoval lidi, které chtěl na schůzku pozvat, o kterých věděl, že ho dobře znají, a že by mu s hledáním práce mohli pomoci.
- Protože se nakonec rozhodl pozvat jen 2 lidi – maminku a přítelkyni, PK navrhla pozvat asistentky, které Jirku znaly z předchozího zaměstnání, ve kterém mu poskytovaly podporu na pracovišti. Jirka souhlasil.
- Domluva na formě oslovení a pozvání – Jirka se rozhodl maminku pozvat osobně, přítelkyni po telefonu a požádal PK, aby pozvala asistentky telefonickou cestou.
- Domluva na prostoru pro schůzku – Jirka nevěděl o vhodném prostoru a využil nabídku PK, udělat schůzku v prostorách Rytmusu.
- PK zajistila na vedení schůzky facilitátora a také zapisovače (PK z týmu). Jirka s přítomností dalších dvou osob souhlasil.
- Jirka se rozhodl, že koupí a lidem na schůzce nabídne malé občerstvení. PK za Rytmus nabídla nápoje – čaj, káva.
- PK a Jirka se předem domluvili na šesti bodech, které by na schůzce chtěli probrat:

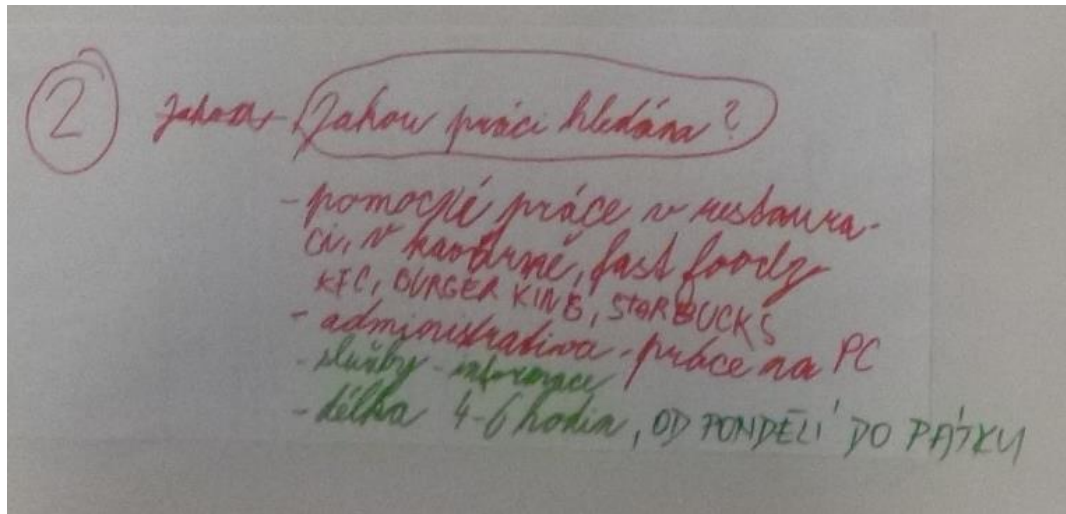
a) Popsat spolupráci s Rytmem – Jirka zrekapituluje spolupráci s PK.



Obrázek 14 - Ukázka zápisu z plánovací schůzky

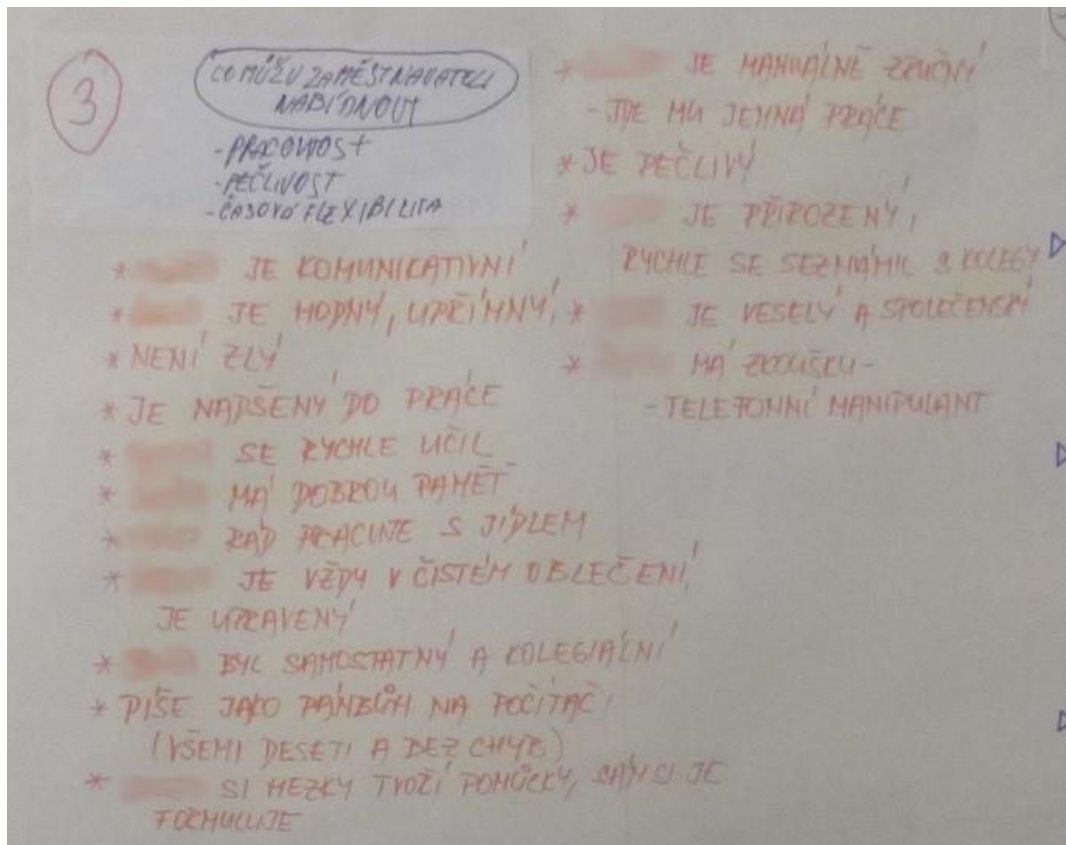


b) Jakou práci hledám – popíše účastníkům schůzky jaké pozice, úvazek, prostředí



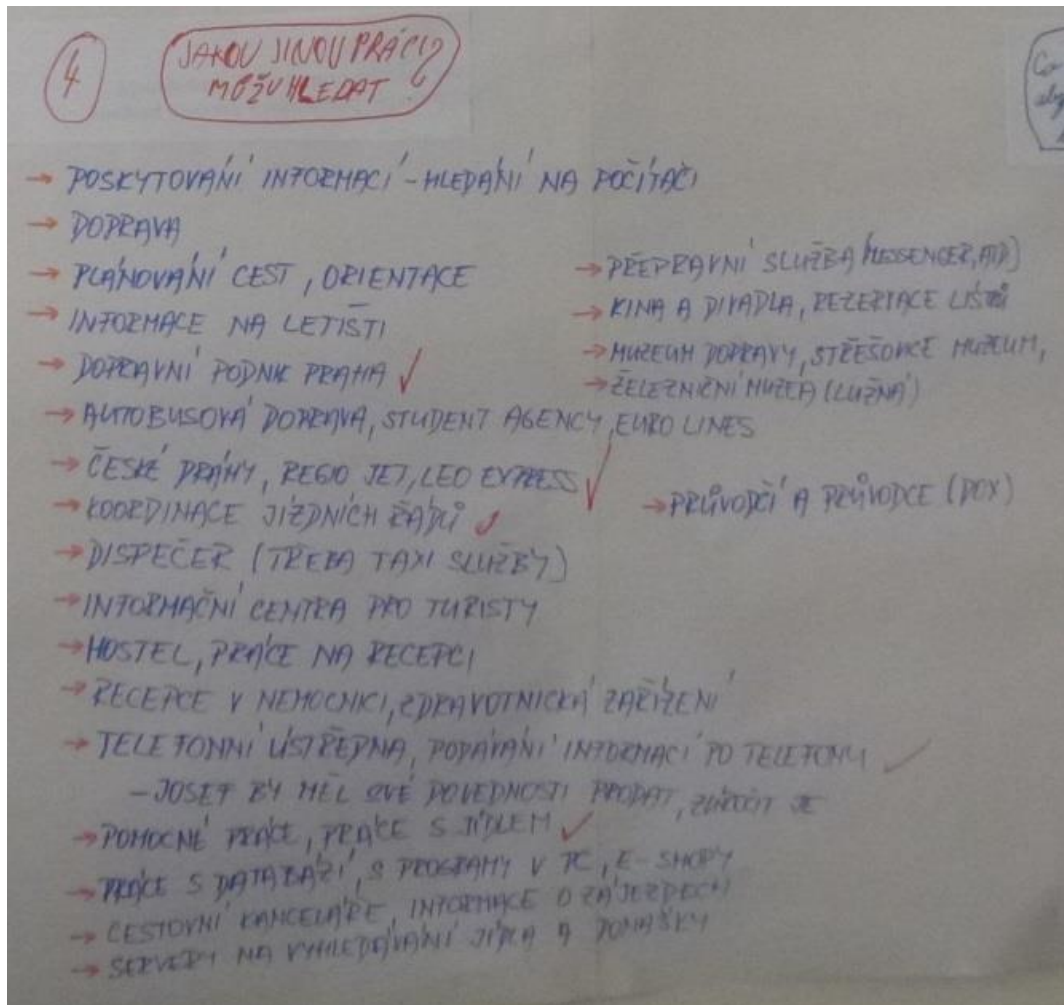
Obrázek 15 - Ukázka zápisu z plánovací schůzky

c) Co můžu zaměstnavateli nabídnout? Jirka bude chtít slyšet od přítomných v čem



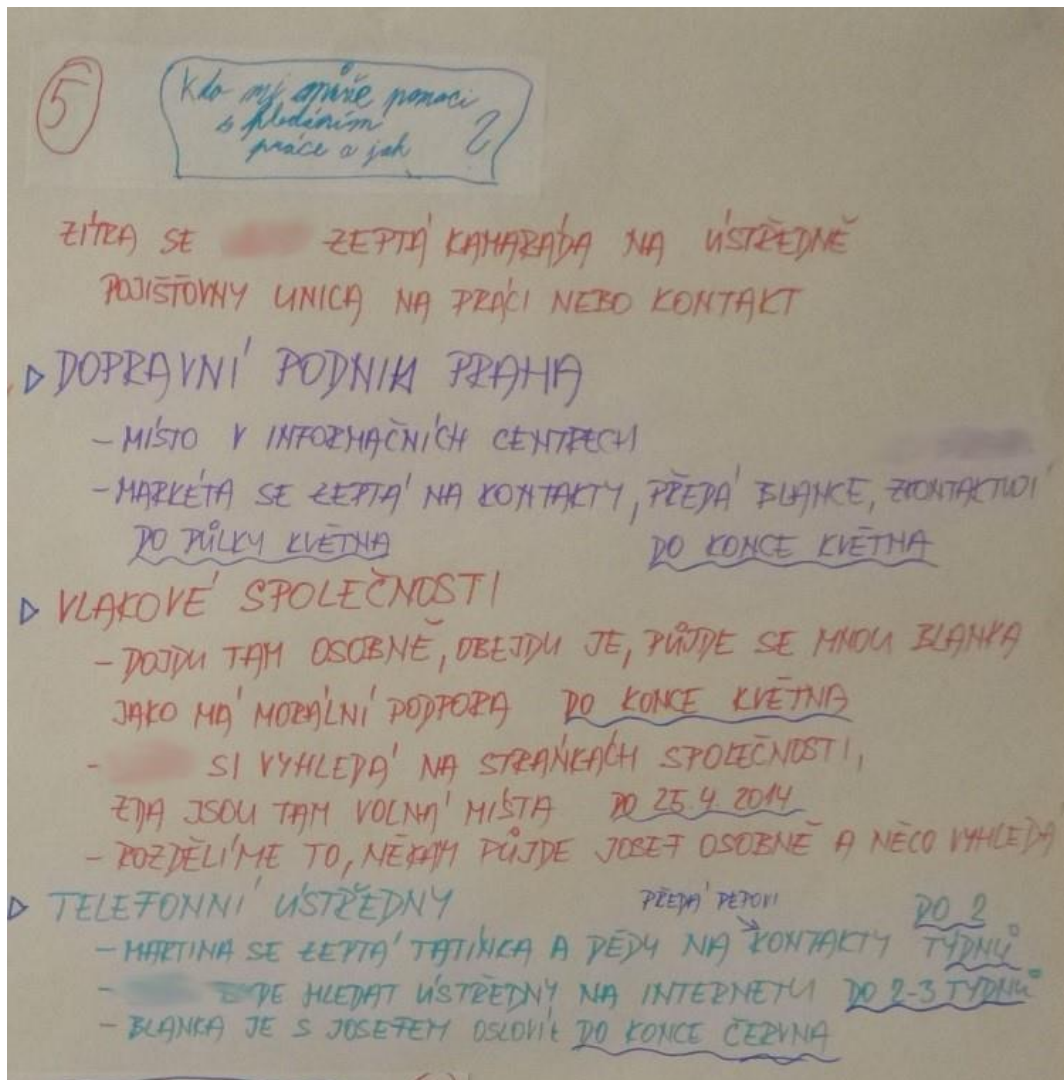
Obrázek 16 - Ukázka zápisu z plánovací schůzky

- d) Jakou jinou práci můžu hledat? Jirka a PK budou chtít od přítomných nápady, jaké jiné pozice na základě zmapovaných silných stránek může ještě poptávat, jaké firmy oslovit.



Obrázek 17 - Ukázka zápisu z plánovací schůzky

- e) Kdo mi může pomoci s hledáním práce a jak? Jirka a PK očekávají, že se na schůzce vytvoří konkrétní plán kdo, kdy, koho osloví, předá kontakty Jirkovi, nebo PK.



---

**f)** Co mám příště dělat, abych si práci udržel? Jirka si chtěl za pomoci přítomných zmapovat ty nejdůležitější faktory pro udržení práce s ohledem na znalost Jirkova chování a charakteru.

- Po vzájemné domluvě PK předala těchto 6 bodů facilitátorovi a zapisovači, kteří se dle tohoto plánu na schůzku předem připravili.
- Na schůzce se nejprve všichni představili, řekli své jméno a v jakém vztahu jsou k Jirkovi.
- Facilitátor požádal, kdo by z přítomných pohlídal čas a upozorňoval jej průběžně na domluvený čas.
- Zapisovač si na schůzku předem připravil na velký formát papíru 6 bodů (přehledně, barevně) a vše podstatné a sdělené během schůzky zapisoval.
- Na schůzce se probralo prvních 5 naplánovaných bodů.
- Účastníci se na konci schůzky domluvili, že se chtějí opět sejít za cca 3 měsíce k revizi úkolů, nebo dle potřeby, např. po nástupu Jirky do zaměstnání, k udržení práce.
- Všichni se na plán podepsali.
- Zapisovač si vzal za úkol přepsat zápis schůzky k určitému datu a zaslat jej emailem PK, ten poté předá Jirkovi a pošle zápis také jemu a asistentkám na email. Jirka zápis předá doma mamince a pošle na email přítelkyni.
- Na další schůzce se PK s Jirkou ke schůzce vrátili, aby si řekli, jak se jim schůzka líbila, co udělat příště jinak, shrnuli nejdůležitější poznatky a vytvořili z nich pomůcku. Jirka vytvořil pro lepší přehled ze zápisu tzv. "úkolovník" – vypsál kdo, co, kdy přislíbil pro hledání práce udělat.
- Schůzka obohatila spolupráci PK a Jirky jak o další hledané pozice a priority v nich, tak přinesla i nové tipy na firmy k oslovení a PK se dozvěděla o Jirkovi i nové poznatky o jeho schopnostech.
- Jirka byl motivován zvláště výčtem silných stránek, které může nabídnout zaměstnavateli. Byl překvapený, kolik pozitivních vlastností a schopností ostatní vidí a oceňují. Byl rád za rozšíření představy o práci.

---

### 2.2.7.2 Příklad 2:

Petr svolal schůzku, na které byl on, máma, jeho PK a dva pracovníci z organizace APLA. Petr měl možnost slyšet o sobě něco pozitivního, což bylo dobré i pro jeho mámu. Díky tomu se podařilo vymyslet řadu věcí, ve kterých Petr vyniká, nebo mu jdou. Na schůzce skupina navrhla, kde všude se může PK a Petr ptát na práci, došlo k seznámení lidí kolem Petra a jejich zapojení do hledání práce.

### Zápis ze schůzky

#### Co jsme zkusili

- Archivy, knihovny, muzea - osobně
- Pohovor v SPMP
- Náhled v KFC, práce u hranolek a marinování masa – Petr se rozhodl, že o takovou práci nemá zájem
- Redakce novin, časopisů – osobně i email
- Odpovídal jsem na inzeráty
- Obeslal jsem knihovny
- V současnosti je Praxe na MVČR – práce, na PC + razítkování, středa 8-11

#### Co hledám?

- Práci na 4 hodiny, 4 dny v týdnu.
- Administrativu + drobný úklid,
- Drobné manuální práce
- Roznášení letáků
- Kamelot (roznos tisku)

#### O Petrovi

- Je spolehlivý
- Pečlivý
- Opatrný
- Dobrý ve skartaci
- Dodržuje směrnice
- Je klidný
- Nevzdává se
- Je trpělivý

- 
- Naslouchá
  - Nechá si poradit
  - Umí se doptat
  - Když je jasná struktura, umí dobře pracovat
  - Zeptá se, když neví
  - Má dobrou paměť
  - Dobrý pravopis
  - Znalost PC, je technický
  - Má dobré společenské vystupování
  - V práci je klidný
  - Mluví německy
  - Má „dobré oko“

### Co zkusit dál

- Kavárny jako je Starbucks,
- Tiskárny
- Copy centra
- Korektury
- Vkládání do obálek i nárazově, jako brigádník
- Práce v divadle, v šatně
- Práce v ZOO u lístků
- Práce v galerii
- Práce na poště
- Na letišti
- Práce v kontrole kvality
- Administrace webových stránek
- Práce v pekárně

### Koho se ptát

- Adresář firem v Apple, např. letiště – Pan S. +PK
- Mediaservis – PK
- Jarov, sklad Oriflame – kontrola nebo, balíčkování – PK
- Učitelka němčiny – Petr
- Karlín, nové centrum (Bakala) - pí P.

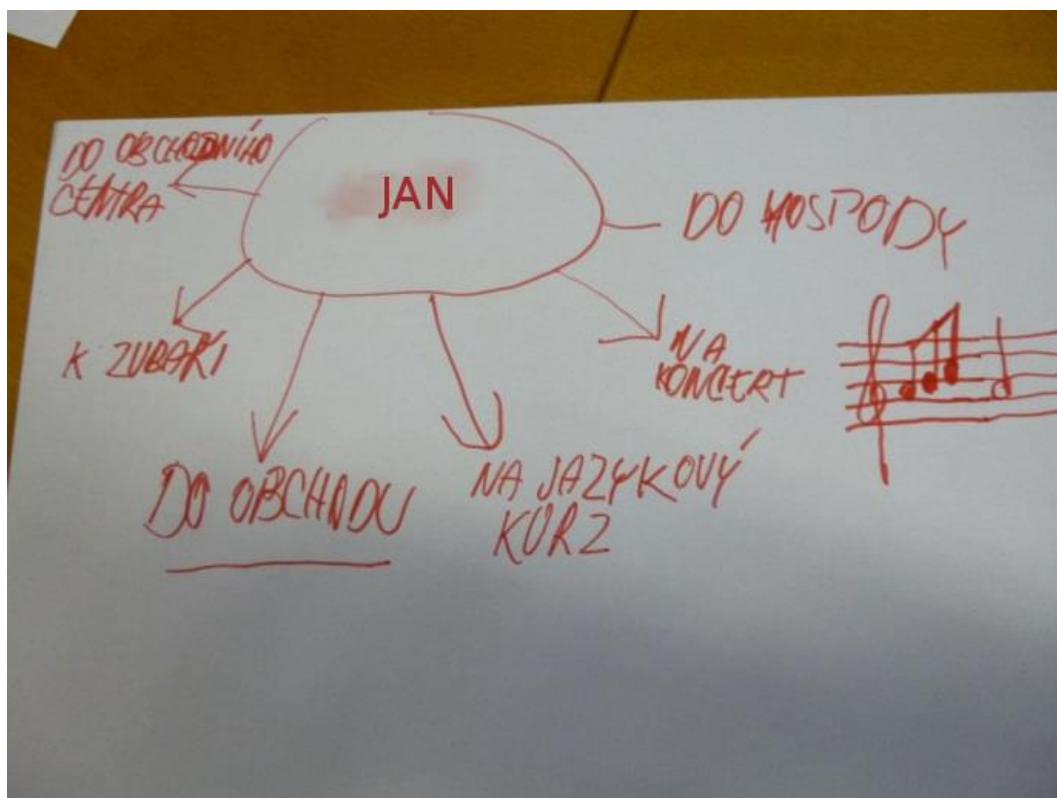
## 2.3 Pronikání do komunity

### 2.3.1 Práce s komunitou jako zdrojem pracovních míst

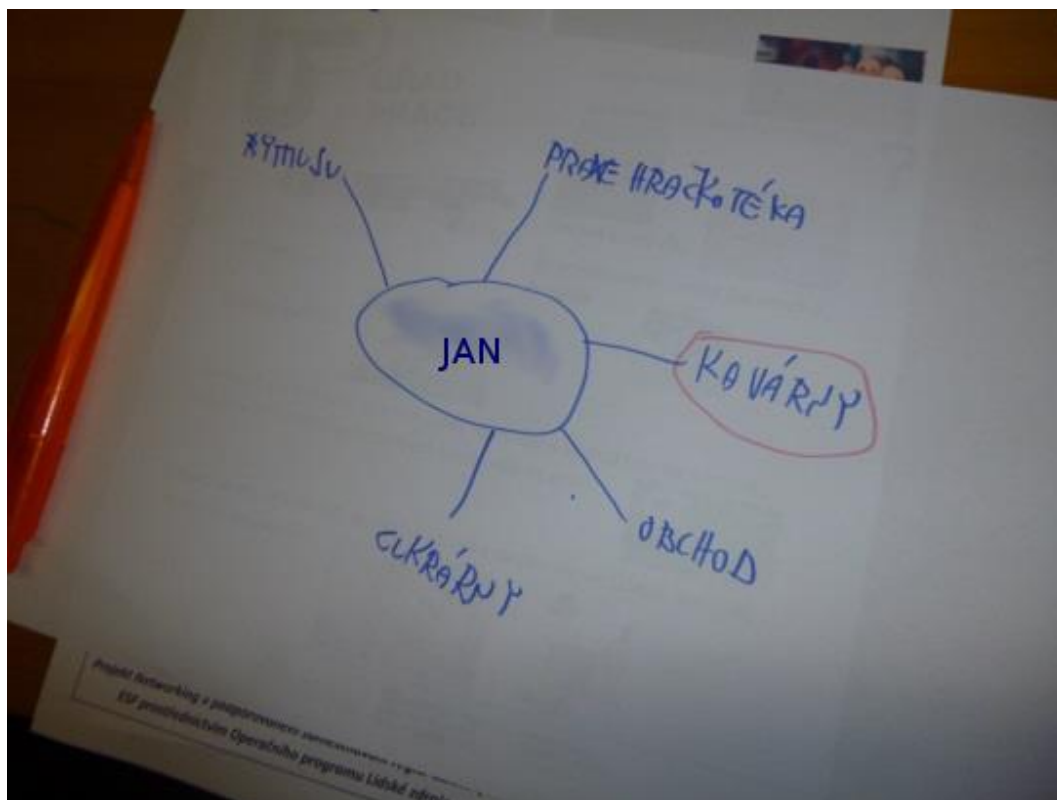
Komunita je zdrojem pracovních míst. Komunitou je myšleno prostředí, ve kterém se Jan vyskytuje nejčastěji nebo v něm má silné vazby. Může se jednat o farnost, restauraci, čtvrť, ve které žije, sportovní klub, přátele, rodinu ale i např. obchody kam chodí nakupovat. Práce s komunitou slouží k zapojení či využití Janova širšího okolí v procesu hledání zaměstnání. Lidé z komunity mohou s hledáním pomoci nebo být přímo potenciálními zaměstnavateli. Když žije člověk izolovaně, je zde možnost přesunout pozornost na jeho nejbližší okolí, zmapovat místa, kam chodí nebo místa, kam by rád začal chodit. Zjistit, zda by se mohl na těchto místech do nové komunity začlenit, či se tam mohl zeptat na zaměstnání.

#### Možný postup

- Nejprve jsme mapovali Janovo okolí. Kam chodí, koho potkává, s kým se vídá.** K tomu lze použít jednoduchého schématu, který lze udělat s PK nebo jako skupinovou aktivitu na Job Klubu (viz obrázek 19 a 20). Jde o to napsat nebo nakreslit na papír, na jaká místa chodí, zaznamenat všechny oblasti, na které si vzpomene.



Obrázek 19 – Ukázka práce s komunitou



Obrázek 20 – Ukázka práce s komunitou

Při skupinové práci (job klub), při mapování míst, kam Jan chodí lze využít následující příběh:

Pepa hledal rok práci. Nedařilo se mu najít práci přes inzeráty.



Napadlo ho, že může hledat práci přes lidi, které trochu zná.



Nakreslil si všechna místa, kam chodí. Pak se rozhodl, že všude kam chodí, se zkusí zeptat na práci





Byl se zeptat v rybářském kroužku.



Vyvěsil inzerát v obchodě, kam chodí nakupovat každý den.



Protože nechodí do hospody a s kamarády se vídá méně, poslal jim email o tom, jakou práci hledá a jestli by o něčem věděli.



33

Zeptal se pošťáka.



Domluvil se s bratrem, že s ním zajde na fotbal a vyvěsil tam na nástěnku svůj inzerát a zeptal se bratrových kamarádů na práci.



Ozvalo se mu několik lidí, že hledají člověka na pomoc ve skladu, na úklid, na pomoc v kanceláři.



Při skupinové aktivitě je dobré, když lidé čtou svoje místa na hlas. Je to inspirace pro ostatní. Při vymýšlení míst lze použít otázky nebo obrázky, zda chodí například na tato místa:

Úřad práce, obchod, pošta, banka, škola, jazykovka, koníček, hospoda, setkání s přáteli, jiné služby, tábor, rodinné setkání ...



- b) Následně Jan s PK vybírá, na kterých z uvedených míst je možné zeptat se na práci a jak to na konkrétním místě udělat (osobně, telefonem, inzerát, co říct o sobě...o tom jakou práci hledám).

Důležité je, domluvit se s Janem na tom, jaký způsob oslovování je pro něj nejpříjemnější. Přímé oslovení většího množství lidí může být těžké i ve spolupráci s PK. Proto na místech, kde se komunita schází (např. kostel, restaurace, posilovna) lze vyvěsit inzerát, profil na jednu stránku nebo zaslat oslovující dopis.

- c) Realizace přímo v komunitě

---

## Jak na obtíže

Pokud Jan nikam nechodí – je možné využít komunitu blízké osoby a tam se začlenit nebo se zeptat na zaměstnání. (Například Janův bratr chodí na fotbal a po fotbale chodí se spoluhráči do hospody. Může s sebou Jana začít pravidelně brát a seznámit ho.) Další možností je zjistit, kam by chtěl Jan chodit a podpořit ho v jeho rozhodnutí, zájmu.

Jan nás nechce do komunity vzít - Důležité je, **ptát se proč?** Trvat na odpovědi, snažit se dopracovat, co je důvodem: Je to proto, že mu to přijde nevhodné? Nebo neví, jak by se skupina zachovala nebo to není zvykem? Až zjistíme důvod, tak je dobré vymýšlet jiný způsob než osobní setkání.

## Jak to udělat, aby to působilo přirozeně

- Přemýšlet, jaký způsob bude v dané komunitě působit nejpřirozeněji a zároveň bude efektivní, například neformální popovídání u kávy, vymyslet letáček, sestavit profil na jednu stránku, sepsat dopis.
- Je třeba se v dané komunitě domluvit na možnostech – například, zda lze zveřejnit inzerát na nástěnce.
- Když se Jan nedokáže rozhodnout, tak je dobré jít se tam společně jen tak podívat, a až pak vymyslet strategii oslovení.
- Je také možné natočit video o sobě, kde budou záběry na konkrétní činnosti, které Jan umí, co dělá. Video lze pak v komunitě pustit a následně použít jako materiál pro jakékoliv potenciální zaměstnavatele.
- Domluvit prezentaci při nějaké události.

## Popis PK jak probíhala spolupráce s komunitou

Milan bydlí v chráněném bydlení, se kterým jsme od začátku spolupracovali, dělali jsme dohromady i individuální plány. Milan sháněl hodně jednoduchou práci jen na pár hodin v týdnu. Už jsme byli všichni trochu bezradní, kde jí hledat a jestli se vůbec najde.

První krok byl, že jsme udělali plakátek „V čem je Milan dobrý“ a Milan pak poprosil různé lidi v rodině, v chráněném bydlení, bývalou PK atd., aby mu pomohli. Tak jsme našli další oblasti, co Milan umí (např. natírání, úklid a další). A taky nám to (myslím oběma) nalilo nový optimismus do žil.

Pak jsme mapovali místa/komunity, kde se Milan vyskytuje a jako nejnadějnější nám vyšel kostel (Milan tam pravidelně chodí, znají ho od mala). Společně jsme zavolali faráři a zeptali se, jestli bychom nemohli někdy po bohoslužbě vystoupit. Pracovní konzultant měl vysvětlit PZ a Milan říct, jakou hledá práci a zeptat se, jestli o něčem nevědí. Farář se s námi chtěl nejdřív sejít a pak jsme se dohodli na:

- a) vytvoření letáků (obsahovaly v čem je dobrý, jakou práci hledá a kontakty). Letáky jsme vyvěsili na kostelní nástěnku a dávali lidem do ruky.

b) postupu - vystoupení a pak diskuse se zájemci u kávy. A po 14 dnech znovu přijít na diskusi u kávy na "vytěžení kontaktů".

Proběhlo to celkem pěkně. Milan byl "jako doma" mluvil, nebál se. Lidi se zajímali o PZ. Hodně lidí přišlo Milana podpořit, i když nevěděli o žádné práci, jen mu říct, že mu fandí. Jedna paní dala kontakt na truhláře (to jsme pak zkusili, ale nevyšlo to). Jeden pán co vlastní lešenářskou firmu, nabídl práci natírání, a to pak fungovalo přes rok. Milan byl taky od té doby motivovanější v hledání (měl hodně lidí, co se ho v kostele prý ptají, jak je na tom s prací.)

Protože bylo od začátku jasné, že práce natírání není natrvalo, zkoušeli jsme ještě stejnou prezentaci v 2. kostele na Černém mostě, kde Milan taky nějaké lidi znal. Milan tam byl nejistější, ale pár kontaktů na firmy jsme tam taky získali.

Milan pak ukončil PZ, protože se mu zhoršil zdravotní stav.

Dobrý den,

Jmenuji se Jana Nová. Je mi 36 let a mám invalidní důchod 2. stupně.

Hledám práci: v kanceláři – pomocnou administrativu, práci v kuchyni – pomocnou sílu do kuchyně a pomocné práce v krejčovství na pět dní v týdnu na osm hodin denně.

Studovala jsem rodinnou školu a mám zkušenosti se šitím a mandlováním. Třináct let jsem pracovala v Diakonii, kde jsem pomáhala s administrativou a v kuchyni.

Jsem spolehlivá, pracovitá a flexibilní.

Kontakt:.....



Obrázek 21 - Příklad inzerátu zanechaný ve Fitness centru

---

## 2.4 Setkání rodičů a blízkých

### 2.4.1 O co se jedná

- Setkání probíhá v prostorách služby Podporované zaměstnávání
- Četnost setkání je cca 3 x za rok, trvá 1,5 hodiny.
- Setkání vedou 2 pracovní konzultanti. Připravují program v Power-pointu, využívají i tabule či flipchartu.
- Na setkání jsou zváni rodiče a blízcí všech lidí, kteří v dané době hledají práci s PZ nebo již do práce s pomocí PZ nastoupili. Jsou zváni např. kamarádi, sourozenci, opatrovníci, asistenti chráněného bydlení či zástupci jiných sociálních služeb, které s lidmi spolupracují. Samotní lidé (Jan a Jana, a další) na setkání přítomni nejsou.
- Cílem je seznámit přítomné se službou PZ (s jejími principy, průběhem, uvádíme příklady dobré praxe) a motivovat je ke spolupráci při hledání práce, získat kontakty na potenciální zaměstnavatele.

### 2.4.2 K čemu setkání slouží

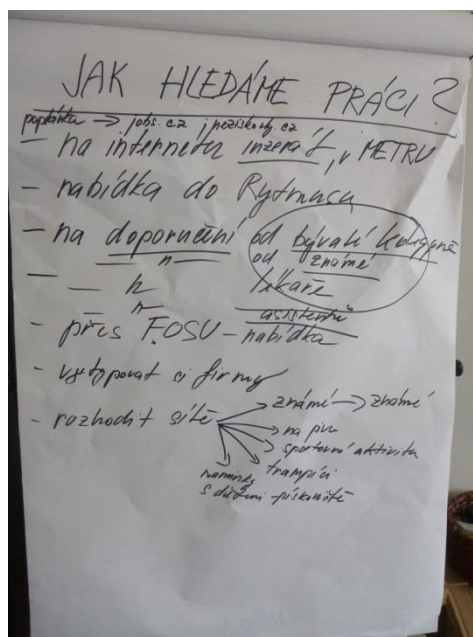
- Účastníci jsou od pracovních konzultantů informováni, jakým způsobem se mohou zapojit do hledání práce či jak přispět k udržení práce svých blízkých.
- Účastníci setkání mají možnost vyměňovat si zkušenosti s hledáním práce, navzájem se inspirovat, poradit si a tím podpořit svou aktivní spolupráci v rámci PZ.
- **Příklady nápadů co mohou blízcí udělat v hledání práce:**
  - Ptát se na práci nebo kontakty svých známých, kamarádů (oslovení emailem).
  - Je možné se také zeptat na místech, kam běžně chodí (kostel, sport, jazyky, různá setkání ...).
  - Vyhledávat inzeráty a vytipovávat firmy.
  - Chodí do klubů, na společenská setkání, networking? Jan se tam může představit a říct co hledá. PK mu může pomoci.

### Na co se ptát?

- Lze se ptát rovnou na práci.
- Je dobré se ptát na kontakt na personalisty, na majitele firem – dále může dojednat PK.
- Pro lidi, kteří jsou již v práci, může skupina na základě vlastní zkušenosti vytipovat rizika, která by mohla vést k ukončení pracovního poměru a vymyslet možnosti řešení jak tomu předejít.
- Z příkladů dobré praxe získávají účastníci přehled, jakým lidem (věk, stupeň invalidity), jaké pozice jsme pomohli najít, v jakém úvazku a prostředí. Často nemají představu, jakou práci by jejich blízký mohl dělat nebo že by vůbec mohl být na pracovním trhu úspěšný.

### 2.4.3 Co se nám osvědčilo

- Vytvořit pozvánku, kterou po domluvě s Janem, Janou a dalšími a za jejich pomoci distribuujeme emailem či osobním předáním. Ukázka pozvánky níže.
- Požádat pozvané o potvrzení účasti a dle složení skupiny přizpůsobit obsah setkání, který by lépe odpovídal jejich potřebám (mohou převažovat lidi, jejichž blízcí buď práci již mají, nebo ji teprve hledají).
- Na začátku setkání se zeptat na očekávání přítomných a aktuálně program ještě upravit.
- Setkání vést formou workshopu, popřípadě kombinace přednášky a workshopu.
- V celém průběhu setkání podporovat aktivitu přítomných, dotazovat se, ptát se na zkušenosti, podporovat jejich sdílení. Poskytnout dostatečný prostor na dotazy.
- Setkání je možné využít i pro pozvání hosta, který krátce představí, co nabízí. Nabídka by měla odpovídat poptávce lidí (Jany, Jana a dalších). Například jsme pozvali zástupce organizace, která nabízí lidem se ZP spoluúčast na kulturních akcích.
- Účastníkům nabídnout základní občerstvení (káva, čaj, sušenky apod.).



Obrázek 22 – Ukázka zápisu ze setkání s rodiči a blízkými



Obrázek 23 – Ukázka pozvánky

---

## 3 Networkingové nástroje pro zaměstnavatele

### 3.1 Stínování

Tento nástroj je kombinací obou částí, které jsou v manuálu zmíněny. Z části jde o nástroj z první poloviny manuálu (Nástroje kolem člověka) a z části o nástroj z druhé poloviny (Nástroje pro zaměstnavatele). Vzhledem k aktivnímu zapojení potenciálního zaměstnavatele jsme jej zařadili právě sem, na začátek druhé poloviny.

#### 3.1.1 O co se jedná?

Jde o jeden den, kdy Jana sleduje pracovníka přímo na pracovišti v běžné firmě, na předem domluvené pozici. Sledováním a přítomností na pracovišti se dozvídá a získává zkušenost s tím, jak práce vypadá, co obnáší, jestli je daný druh práce pro ni vhodný, jestli jí vyhovuje pracovní prostředí, množství lidí, charakter práce aj. Ideální je, pokud je Janě umožněno, aktivně se do práce zapojit a vyzkoušet si jednotlivé úkony. Stínování se také zúčastní pracovní konzultant, který podporuje obě strany. Zaměstnavatel / firma má možnost zjistit, jak vypadá spolupráce s člověkem se zdravotním postižením a jak vypadá spolupráce s pracovním konzultantem. Firma má možnost podpořit svou společenskou odpovědnost a obě strany získávají zkušenost a zažijí si, jak by mohla vypadat případná spolupráce. Ideálním výstupem stínování je, když se domluví další spolupráce. Firma může také tuto aktivitu nabízet svým zaměstnancům jako možnost naplnění jejich dobrovolnické aktivity.

40

#### 3.1.2 K čemu stínování slouží?

##### 3.1.2.1 Pro lidi co hledají práci

- Poznat a seznámit se s konkrétní pracovní náplní.
- Poznat nová místa a nové lidi.
- Zjistit více o tom, jaké jsou požadavky a očekávání na danou pracovní pozici.
- Zjistit a prozkoumat možnosti zaměstnání.
- Možnost získat práci

##### 3.1.2.2 Pro agentury PZ

- Zjistit více o člověku, který hledá práci. Jaké má zkušenosti a dovednosti a kde jsou jeho silné stránky.
- Networking a navázání kontaktů se zaměstnavateli.
- Možnost zmapovat (nové) pracovní prostředí, udělat si představu o možných pracovních pozicích u daného zaměstnavatele i v obdobných firmách.
- Zpropagovat službu PZ zaměstnavatelům i zaměstnancům.



### 3.1.2.3 Pro zaměstnavatele

- Zjistit bezbariérovost pracovního prostředí, a to ne jen ve smyslu fyzických bariér.
- Seznámit se s potencionálním zaměstnancem.
- Poznat, co obnáší spolupráce s člověkem s postižením.
- Seznámení se s novými lidmi a službami podporovaného zaměstnávání.

Průběh stínování je důležité domlouvat dopředu se zaměstnavatelem. Jeho plná spolupráce je pro úspěšné stínování nezbytná. Stínovaný zaměstnanec by měl být ochotný práci ukazovat a vysvětlovat jednotlivé kroky. Rovněž by měl Janě umožnit, aby si práci vyzkoušela. Pracovní konzultant by měl s Janou předem projednat, jakou konkrétní práci chce vidět, co si chce zkusit a co si ze stínování chce odnést. Důležité je, aby se jednalo o práci, kterou si zatím nevyzkoušela. Časová dotace by měla odpovídat požadující směně. Pokud tedy Jana chce pracovat 6 hodin na dané pozici, mělo by stínování být stejně dlouhé, aby představa o práci byla co nejkomplexnější.

### 3.1.3 Jak oslovit zaměstnavatele?

- Vysvětlit, o co se jedná.
- Vysvětlit výhody stínování:
  - Sdílet, že to je běžná forma spolupráce ve světě.
  - Nabídnout článek s fotkami o společenské odpovědnosti firmy na webu organizace.
  - Je to možnost, jak může firma ukázat svým zaměstnancům, že se snaží být inkluzivní.
  - Upozornit, že stínování firmu výrazně nezatíží. Jedná se o jeden den, který k ničemu nezavazuje a bude přítomen zaměstnanec agentury PZ.
  - Firma může přirozenou formou zjistit svou bezbariérovost.
  - Je to možnost, jak si vytipovat zaměstnance.
  - Lze to nabízet jako dobrovolnickou aktivitu zaměstnancům firmy.
- Oslovovat ideálně personalistu nebo majitele, a to jak formou emailu, tak i telefonicky. Když zaměstnavatel souhlasí:
  - Domluvit informační schůzku o průběhu stínování a předat informace jak bude probíhat. Schůzka by měla proběhnout přímo se stínovaným zaměstnancem. (Nebo jiným způsobem zajistit, aby měl informace o průběhu stínování předem).
  - Domluvit, zda zaměstnavatel trvá na písemné dohodě. Lze použít dohodu o praxi, a pokud na tom zaměstnavatel trvá, lze uzavřít jednodenní individuální pojištění.
- Potvrdit emailem.
- Předat nebo poslat text, který má agentura PZ zpracovaný, o tom co stínování znamená. Text může posloužit zaměstnavateli k tomu, když oslovuje zaměstnance ke stínování.

### 3.1.4 Příklady stínování

#### 3.1.4.1 Příklad 1

**Jan** měl občas potíže zvládat některá specifická prostředí. Neuměli jsme ale teoreticky posoudit, jaké prostředí by mu vyhovovalo. Chtěl pracovat v obchodě. Vyzkoušeli jsme dvě prostředí. Sledoval práci v malé samoobsluze a ve velkém hypermarketu. Z pozorování jasně vyplynulo, že stísněné prostředí mu nevyhovuje, v malé samoobsluze se neustále obával, že něco shodí. Ostatní lidé ho vyváděli z míry. Ale naopak hluk, množství lidí a velké prostory v hypermarketu se mu líbily. Nenašel místo přímo ve stínovaném hypermarketu, ale v jiném, ve kterém pak dlouhodobě úspěšně pracoval.

#### 3.1.4.2 Příklad 2

**Pavel** si vyzkoušel stínování v Galerii DOX - práci kustoda a práci provozní v MŠ Klánovice

##### Galerie DOX z pohledu p. Pavla

*„Práce je na můj vkus až moc klidná a já a moje myšlení vyžaduje spíše aktivní než pasivní práci! A musím mít pocit, že odvádím dobrou kvalitní práci s pocitem, že je práce po mě vidět! Nepochopil jsem, proč lidé do Galerie se nemusí prokazovat vstupenkami. Já by jsem z pocitu, že odvádím dobrou práci určitě po návštěvnicích požadoval prokázání se vstupenkami.“*

##### MŠ Klánovice z pohledu p. Pavla

- *„Práce v Klánovicích mě přímo vyčerpávala a hlavně ten hluk dětí.“*
- *„Mě by asi vadilo, že si musím vybrat dovolenou pouze o hlavních prázdninách!“*
- *„Práce je až moc úkolová a paní, která nás prováděla a ukazovala, co dělá je až moc náročná skoro žádné tempo pro trochu oddychnutí!“*
- *„Asi budeme hledat trochu jinou práci než ve školce.“*

#### 3.1.4.3 Příklad 3

**Marek** se dlouho soustředil jen na hledání práce v administrativě a nedařilo se najít požadované zaměstnání. Vzhledem k mladému věku a nezkušenostem s jinou prací se jako ideální nástroj k rozšíření představy o práci jevil Stínování. Z nabízených možností si vybral práci v kavárně. Domluvil se náhled se zaměstnavatelem i s člověkem, který měl být stínován na dobu tří hodin (Markova předpokládaná pracovní doba). Samotné stínování probíhalo tak, že se člověk v kavárně sledoval při všech úkonech od práce v kuchyni přes práci na lobby až po kontrolu WC. Markovi bylo nabídnuto, ať si jednotlivé úkony sám vyzkouší, ten si na to však netroufal a samotné stínování skončilo po hodině a půl, kdy se Marek rozhodl, že by stínovanou práci nezvládl.

### 3.1.5 Co se osvědčilo:

- Domluvit se s firmou tak, aby vybrala takové zaměstnance, kteří mají o stínování sami zájem.

- 
- Stínování je možnost, kterou lze nabízet „novým“ firmám jako zahájení spolupráce a krok ke vzájemnému seznámení.
  - Nabízet stínování na networkingových snídaních a akcích, kde prezentujeme PZ.
  - Některé firmy z různých důvodů nemohou hned zaměstnat člověka se ZP, ale chtějí být v kontaktu a chtějí navázat partnerství. To se může dít právě skrze stínování.

### **3.1.6 Možné potíže a překážky**

- Je důležité, aby zaměstnavatel a konkrétní stínovaný zaměstnanec souhlasil se stínováním, aby to opravdu chtěl, jinak má celá aktivita jen minimální přínos.
- Je přínosné, aby zaměstnanec věděl dopředu, jak bude stínování probíhat, aby byl připravený.
- Delší stínování v řádu hodin může být pro všechny zúčastněné náročné, je potřeba průběžně hodnotit. Být připraven stínování ukončit, pokud je to namístě.

---

## 3.2 Vnitřní síť kontaktů

### 3.2.1 O co se jedná?

Využití vnitřní sítě kontaktů je další z networkingových možností jak získat kontakty či doporučení na potenciální zaměstnavatele. Každá organizace má své další zaměstnance mimo PZ, kteří mají své kontakty. Každá organizace má různě profesně spřátelené organizace, své příznivce. Možnost k networkingu se také otevírá tam, kde organizace dělá jiné aktivity s „veřejností“.

### 3.2.2 K čemu práce s vnitřní sítí slouží

Cílem je získat doporučení na nové potenciální zaměstnavatele a díky tomu pracovní místo.

Cílem je také v případě prezentací „veřejnosti“ například na kurzech, které organizace pořádá, nadchnout posluchače pro to, co děláme a zaujmout je. Každý má o kolo sebe další lidi (zaměstnavatele), kterým nás může doporučit. Prostředkem k cíli je poutavá prezentace toho, co děláme, co zaměstnavatelům nabízíme, jak s nimi spolupracujeme. I když nedostaneme doporučení rovnou, prezentujeme se a předáváme informace o PZ, které se lidem mohou hodit v budoucnosti.

#### 3.2.2.1 Příklady možností práce s vnitřní sítí

##### Oslovení všech zaměstnanců organizace emailem

Pošleme email, kde objasníme, o co nám jde. Můžeme tam uvést krátký návod co říci o PZ potencionálnímu zaměstnavateli nebo jak se propojit. Příklad emailu je uveden níže. Jde o časově nenáročnou aktivitu, která kolegům připomene, co děláme. Obsah oslovení může být různý, příklad uvedený níže je zaměřený na zjištění zájmu zaměstnavatele o to, co děláme a zjištění zájmu zaměstnat člověka se ZP. Kromě emailu můžeme také vyzkoušet osobní oslovení všech členů při výročním setkání, vánočním večírku nebo jiných celo-organizačních akcích. Kolegové nám také mohou pomoci vymyslet, jak bychom mohli propojit jejich aktivity s prezentací PZ, *(viz níže příklad)*.

Vážení...kolegové....,

ráda bych se s vámi podělila o následující informace a poprosila vás o pomoc.

Snažíme se najít zaměstnavatele, pro lidi se kterými pracujeme, přes kontakty v našem okolí: přátel, kamarádů, rodiny, rodinných přátel.

**O co vás chci poprosit je:**

- Zamyslete se, jestli ve svém okolí máte někoho – ideálně vlastníky firmy, personalitu, nebo kohokoliv kdo má na tyto lidi kontakt, (například zná se s personalistou ve své firmě).
- Pak mu můžete sami povědět o tom, co děláme v PZ v Rytmusu (viz níže).
- Zeptat se, zda by měl zájem zaměstnat někoho se zdravotním znevýhodněním a dozvědět se o tom jak ho v tom můžeme podpořit.
- Navrhnout mu, že dáte jeho kontakt nám a my se mu ozveme, vysvětlíme mu, co děláme, nabídneme schůzku. (Nebo můžete dát rovnou kontakt na nás, když budete vidět, že je hodně aktivní a že nám chce zavolat sám.)
- Zároveň to lze praktikovat třeba na večírku bývalých spolužáků, nebo se potkáte někde s novými lidmi, a bavíte se o práci – když je k tomu v danou chvíli vhodná situace.

**Co říci potenciálnímu zaměstnavateli, například:**

Pracuji ve firmě, kde pomáháme firmám zaměstnat člověka se zdravotním znevýhodněním. Pomůžeme firmě s vytvářením pracovních pozic, s výběrovým řízením, s nástupem do práce, po nástupu poskytujeme asistenci na pracovišti, dokud se člověk neosamostatní.

„Myslíš, že byste u vás ve firmě měli o toto zájem? „

Když se zeptá: Co z toho firma bude mít?

Můžete říci, že nás rovnou propojíte a že jim to rádi vysvětlíme.

Nebo můžete uvést například: finanční výhody (snížení daní a u velkých firem vyřešení povinného podílu). Velká většina firem slyší na to, že by mohla ušetřit finance. Někdy, když jsou naklonění společenské odpovědnosti, je prostě zaujme, že by mohli někomu pomoci získat pracovní zkušenosti. Sami se mohou dostat z komfortní zóny a vyzkoušet něco nového. Pokud budou chtít vědět víc, je to známka zájmu – „Vidím, že vás to zaujalo, mohu předat váš kontakt a kolegové s vámi domluví krátkou schůzku, kde vám podají podrobnější informace...“

Díky za zprávu, zda to vyzkoušíte, nebo zda třeba víte o nějakém kontaktu na firmu – pošlete!

Máte-li dotazy, sem s nimi 😊

Krásný den

Obrázek 24 – Ukázka e-mailu

### **Oslovení bývalých zaměstnanců, spřátelených osob, příznivců.**

Opět můžeme udělat krátkým emailem nebo osobně při různých příležitostech. Bývalí PK jsou vynikajícím zdrojem, protože mají zkušenosti s oslovováním zaměstnavatelů a znalost toho jak vypadá PZ. Přes bývalé kolegy se nám takto daří získávat kontakty na různé firmy. Například MŠ Klánovice, kde proběhl stínovací den na pozici provozní. Stínování je věnovaná samostatná kapitola.

### **Pravidelné poptávání kontaktů na konkrétní firmy na poradách organizace.**

Vedoucí PZ se může na poradách vedení, tam kde se schází vedoucí všech částí organizace, pravidelně ptát na kontakty na konkrétní oblasti. Například „Hledáme kontakt na pekařství, znáte někoho, můžete nám někoho (nás někomu) doporučit?“

### **Email do celé organizace s poptávkou na konkrétní oblast.**

Samotný PK může využít adresáře celé organizace k požádání o konkrétní kontakty. Email by měl být velmi krátký a konkrétní. Příklad:

Kamarádi, kolegyně a kolegové,

obracím se na Vás s žádostí o radu. V současnosti hledám práci v pomocné administrativě pro jednoho pána. Napadá vás, nebo znáte nějakou firmu, organizaci, kde by mohl využít své dovednosti? Pokud vás někdo, něco napadne, prosím, pošlete mi kontakt a já se jim ozvu.

Předem díky.

Obrázek 25 – Ukázka e-mailu

### **Prezentace PZ „veřejnosti“**

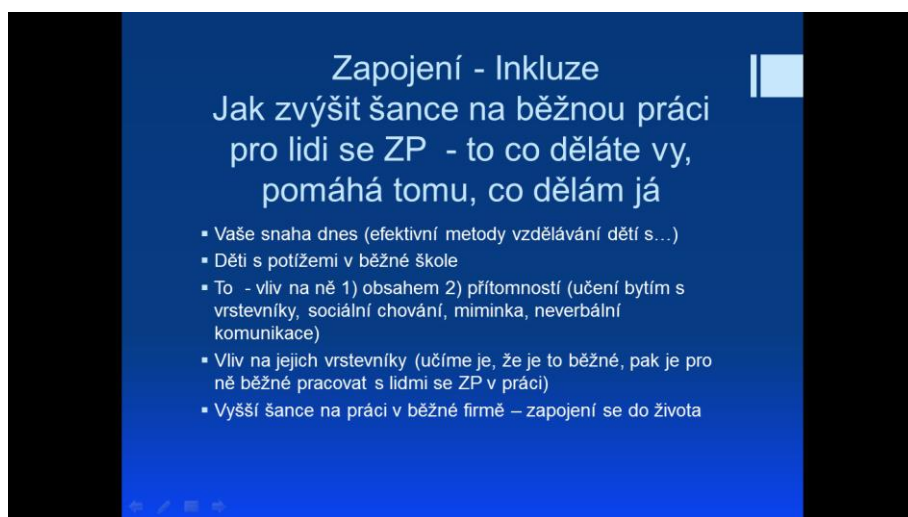
Další možností jak využít vnitřní zdroje organizace je zamyslet se, co dělají ostatní kolegové, zda nějakou formou spolupracují s veřejností, kde by bylo vhodné prezentovat PZ. Příklad: Rytmus, je také poskytovatelem kurzů pro pedagogické pracovníky. Na kurzech je většinou 10-20 účastníků, kteří mohou být sami potenciálními zaměstnavateli. Všichni mají nějaké své kontakty. Podařilo se nám vymyslet prezentaci tak, že souvisí s tématem kurzů. Když jde o kurz pro pedagogické pracovníky, kde se učí, jak pracovat s dětmi se zdravotním znevýhodněním v běžné škole, bylo prezentování PZ oboustranně přínosné. Nám se díky tomu podařilo během několika kurzů oslovit desítky potenciálních zaměstnavatelů. Prezentaci dělal PK, trvala maximálně 15 minut.



Obrázek 26 – Ukázka z prezentace na kurzu

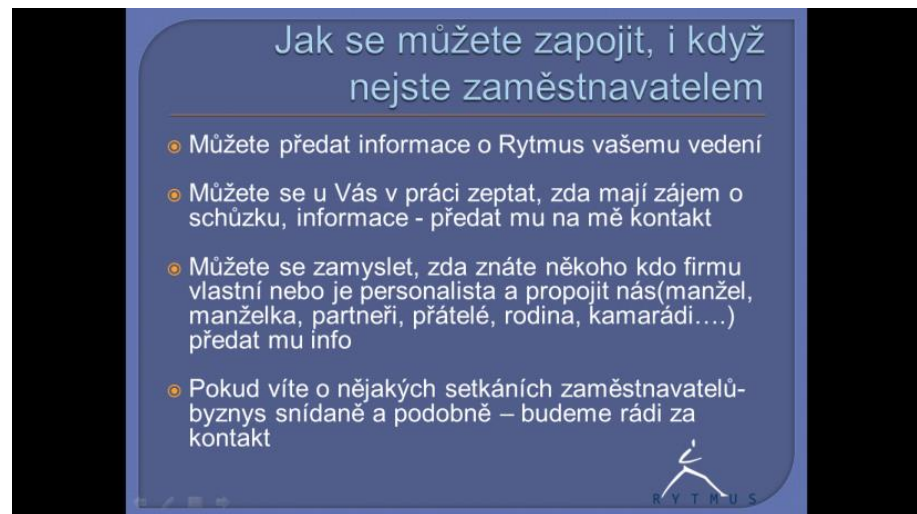
Účastníci kurzu se dozvěděli, jak může vypadat budoucnost dětí na otevřeném trhu práce a jak k tomu přispívá inkluze již na úrovni základní školy. Tím že se na kurzu naučí, jak pracovat s dětmi se zdravotním znevýhodněním, umožní dětem společně se učit na ZŠ. Tím že se děti učí společně, získávají kromě učebního obsahu důležité schopnosti pro život a práci (učí se tím, že jsou s vrstevníky, učí se běžné sociální chování v jejich věku, neverbální komunikaci, mimiku...). Všichni zažívají, že je běžné být společně. V budoucnu pak pro ně bude přirozené mít v práci kolegy se ZP. Ukázka snímku z prezentace:

47



Obrázek 27 – Ukázka z powerpointové prezentace

I v případě, kdy účastníci kurzu nejsou přímo z vedení nebo majitelé firem, mohou se zapojit svojí aktivitou. Ukázka snímku z prezentace:



Obrázek 28 – Ukázka z powerpointové prezentace

### 3.2.3 Co se osvědčilo

- Vnitřní adresář firmy je nástroj, kterým můžeme rychle oslovit větší množství lidí. Je dobré kombinovat email s osobním vysvětlením při různých organizačních příležitostech a podporovat tak opakovaně myšlenku networkingu.
- V případě prezentací na kurzech se osvědčilo:
- vést diskuzi s kolegy o tom, kde jsou možnosti prezentovat PZ a jak.
- domluvit se s lektorem, o čem je kurz, jak by mohla prezentace navázat na obsah kurzu.
- Lektor dopředu informuje účastníky kurzu, že prezentace proběhne. Může již s tématem během dne pracovat a navazovat na něj.
- Vytisknout prezentaci a rozdat ji účastníkům spolu s vizitkami.
- Ptát se účastníků na jejich zkušenost s dospělými lidmi se ZP, možná jejich firma někoho zaměstnává.
- Použít ukázkou z [filmu o PZ](#), kde se zaměstnavatelé vyjadřují o své motivaci, proč zaměstnávají. Ve filmu jsou také vidět 3 pracovní pozice, kde lidé pracují.
- Mít prezentaci krátkou (15 min).



---

### **3.2.4 Potíže a překážky**

Při oslovování bývalých kolegů, kolegů, příznivců je třeba počítat s opakovaným oslovením v rozumné míře tak, aby nebyli zahlceni.

---

## 3.3 Neformální networking

Neformální networking se může provozovat na veškerých neformálních akcích, kam jdeme soukromě. Mohou to být například narozeninové oslavy, setkání s přáteli, skupinové aktivity jako je jóga, aerobic, aj. Při těchto setkáních hovoříme s různými lidmi, ať známými nebo neznámými, a jedním z témat rozhovoru může být práce. Zajímáme se o to, co druzí dělají, čím se zabývají a kde pracují. Pokud protějšek projeví zájem, můžeme povídat o tom, co děláme my a jak naše služba funguje. Pokud nás protějšek zaujme, vezmeme si na něj vizitku a domluvíme si schůzku, kterou později ještě potvrdíme e-mailem.

Další možností neformálního networkingu je využití vlastních zdrojů kontaktů, a to prostřednictvím e-mailového adresáře, Facebooku, Skypu a dalších sociálních sítí.

Cílem neformálního networkingu je navázat kontakt s firmami prostřednictvím našich známých a přátel, kteří mohou sami pracovat ve firmách, které může zajímat problematika podporovaného zaměstnávání a získat tak pracovní místa pro naše klienty.

Pro navázání kontaktu s naprosto neznámým člověkem (například ve výtahu, v obchodě, na svatbě přátel aj.) můžeme použít techniku, která se jmenuje „small talk“. Small talk je typ nenucené konverzace, který je určen právě pro tyto společensky a profesně možná lehce nepříjemné situace. V případě, že ji ovládnete, **může Vám poměrně výrazně usnadnit mezilidské vztahy především na formální úrovni**. Pokud budete úspěšně používat small talk, věřte tomu, že vytvoříte přátelskou atmosféru a získáte pověst inteligentního, komunikativního a milého člověka.

### 3.3.1 Jaká témata tedy probírat?

- Počasí
- Konkrétní situace a místo
- Jak se máte a jaký byl váš den?
- Provoz / Doprava
- Komplimenty
- Jak to jde v práci/ve škole?
- Aktuální témata/zprávy
- Sport
- Společní přátelé a známí
- Filmové/knižní/technické novinky

### 3.3.2 O čem nemluvit?

- Rodina
- Náboženství
- Sexuální orientace
- Drby o komkoli
- Politika a cokoli s konfliktním potenciálem

„Vhodně zvolené téma je základem úspěchu, ale není to všechno. Usmívejte se, buďte asertivní, mluvte pomalu a dostatečně nahlas. Nebojte se prokázat zájem o osobu Vašeho konverzačního partnera a pokládejte přiměřené otázky. Buďte dobrým posluchačem a neskákejte do řeči.“<sup>1</sup>

### 3.3.3 Příklad neformálního networkingu v PZ

Naše pracovní asistentka (PA) potkala na ulici kamaráda, se kterým se dlouhá léta neviděla. Jedním z témat hovoru bylo, kdo co dělá a kde pracuje. PA mluvila o podporovaném zaměstnávání, a jak je obtížné najít zaměstnavatele. Kamaráda podporované zaměstnání zaujalo a zmínil, že pracuje v rehabilitačním centru, a že není spokojen se současným pracovníkem na pozici úklidu. PA mu doporučila člověka s postižením. Kamarád se chtěl zapojit a s PA se domluvili, že se dohodne s pracovním konzultantem a dá mu vědět, zda bude tato práce pro člověka se ZP vhodná. PA tuto situaci konzultovala s PK a předala jí kontakt na kamaráda. Kamarád zaměstnal jednu paní na úklid, které práce nevyhovovala. Zaměstnavatel se však touto zkušeností nenechal odradit a zaměstnal jinou paní. Ta se osvědčila a postupně se osamostatnila a práci si udržela dodnes.

51

#### 3.3.3.1 Tipy

- Pokud chceme někomu dát naše telefonní číslo, můžeme mu ho napsat na naši firemní vizitku.
- Své vizitky dáváme jen na požádání.
- Je důležité, abychom se zajímali o druhého a nemluvili jen o sobě.
- Je dobré být připraven na náhodu a umět jí využít.
- Větší sílu má povídání o konkrétním člověku a oblasti práce. Například „ *V současné době obtížně hledáme práci pro velmi milou paní v oblasti pomocné administrativy.*“ Je potřeba mluvit anonymně a neporušovat pravidlo mlčenlivosti.

#### 3.3.3.2 Potíže

- Tento typ navazování kontaktů může mít dlouhodobý charakter v tom smyslu, že než se z neznámého člověka stane byznys partner, trvá to delší dobu.

---

<sup>1</sup> **Zdroj:** StudentPoint s.r.o.. Studenpoint.cz. Praha. Praha: StudentPoint s.r.o., 2014, 1.9.2014. <http://www.studentpoint.cz/331-kariera/9813-naucte-se-small-talk#.U9YcObF6Pcs>

- 
- Každému nemusí vyhovovat neformální navazování kontaktů jako vyhledávání pracovních příležitostí. Je určitě dobré to vyzkoušet, a pokud zjistíme, že nám tento způsob nevyhovuje, zkusit jiné networkingové varianty.

---

## 3.4 Neformální byznys networking

V rámci projektu Networking v podporovaném zaměstnávání jsme se účastnili několika neformálních byznys networkingových akcí. Jedná se o akce, které jsou sice o byznysu, ale jsou odlehčené svou neformálností. Můžeme zde navázat partnerské vztahy s jinými firmami, a zároveň se dobře pobavit a seznámit se s novými lidmi. Tyto akce se pořádají zejména večer, kdy už všichni máme po pracovní době a můžeme si dát k příjemné konverzaci sklenici dobrého vína.

Akce jsou zaměřeny hlavně na získání kontaktů a navázání prvotního vztahu. Aby měl každý možnost o sobě něco říci, je pro každého vymezený určitý čas k tomu, aby se představil, řekl, co dělá a jakého partnera ke spolupráci hledá. Když tato byznysová část skončí, začíná část více uvolněná, a to volná zábava, kde můžeme utužit své nově vzniklé vztahy a pobavit se s lidmi, kteří nás zaujali a chceme se o nich dozvědět více.

Z pohledu podporovaného zaměstnávání je cílem získat kontakty na firmy, potažmo získat pracovní místo pro člověka se zdravotním postižením.

### 3.4.1 Příklad

#### Business & pleasure networking

Účastnili jsme se netradiční akce podle paní Schánové, která se jmenovala „Business and pleasure networking“. Jedná se o neformální networkingovou akci. Večer provázela hra, která sloužila k navázání kontaktů a seznámení účastníků.

#### Popis hry<sup>2</sup>:

- **1. kolo** - Každý měl minutu na to, aby se představil, řekl, z jaké firmy přichází a čím se firma zabývá a na jaké pracuje pozici. Tohle představovací kolečko se odehrávalo vždy u jednotlivých stolů.
- **2. kolo** - poté, co se účastníci u stolů promíchali, přešlo se na druhé kolo. Princip byl stejný, jen se trochu pozměnilo téma. A to tak, že každý řekl, za jakým účelem přišel na akci a koho pro svou firmu hledá (sponzora, klienta, partnera, atd.) a proč.
- **3. kolo** - ve třetím kole se spolusedící opět promíchali. Opět proběhlo kolečko, ale téma již nebylo pracovní, ale více osobní. Při příchodu každý dostal obálku. Nyní přišla řada na otevírání obálek a každý měl na otázku odpovědět a opět na to měl jednu minutu. V obálkách byly otázky typu: Kdybys měl kouzelnou hůlku, co by si změnil? Co pro tebe bylo v životě nejtěžší překážkou? Kdo ti v životě nejvíce pomohl a proč? Apod.

---

<sup>2</sup> **Zdroj:** Schanova s.r.o.. SCHANOVA networking. Praha. Praha: Schanova s.r.o., 2013. 1.9.2014.<http://www.youtube.com/watch?v=dUCwE1HRhA4&feature=youtu.be>.  
<http://schanova-networking.com/>

---

Na Business and pleasure jsme získali více než 20 kontaktů, proběhlo několik schůzek a s několika firmami jsme navázali spolupráci a dostali jsme tipy na další networkingové akce.

#### 3.4.1.1 Tipy

- Je dobré zajímat se o protějšek, jen tak můžete nabídnout co nejlepší služby, když víte, co druhá strana hledá.
- Komunikace s lidmi by nás měla bavit.
- Předem si dobře promyslet, s jakým cílem na takovou akci jdete a ve sdělování informací být co nejkonkrétnější (ne každý je specialista na váš obor).
- Předem si připravit minutovou prezentaci o sobě a své firmě a o tom, co hledáme.
- V zahraničí se tato „minutovka“ jmenuje „Elevator pitch“. Používá se hlavně při kontaktu se zaměstnavatelem. Je velmi náročné zpracovat tak velké množství kontaktů během krátké doby, samozřejmě si můžete nechat některé „v záloze“ a použít je, až se budou hodit.

#### 3.4.1.2 Potíže:

- Vzhledem k množství získaných kontaktů může být těžké je všechny udržet. Je potřeba počítat s tím, že to zabere čas. Nebo je dobré udělat ze získaných kontaktů výběr.

#### 3.4.1.3 Elevator pitch

- Elevator pitch je krátký rozhovor, který by měl trvat tak dlouho, jako byste jeli výtahem. Obvykle to je kolem 30 - 60 vteřin.
- Během tohoto hovoru se pokuste zaujmout druhou osobu tak, aby se měla zájem dozvědět o tom, co děláte, co nejvíce.
- Když druhá strana projeví zájem, pozvěte ho na krátkou schůzku, která bude trvat 15 minut.
- Je dobré si rozmyslet, o čem budete mluvit, co je vaším cílem a mluvit co nejkonkrétněji, také je dobré neprozrazovat hned úplně všechno, ať se druhá strana více zajímá.

#### Příklad

Mám zajímavou práci. Pracuji s různými lidmi a jeden z nich by se mohl stát Vaším zaměstnancem. Také podporujeme zaměstnavatele při řešení finančních otázek a radíme jim, jak mohou ušetřit. Jsme u celého procesu zaměstnávání těchto lidí a v práci Vám poskytneme pracovního asistenta zcela zdarma. Kdybyste měl čas na krátkou schůzku na 15 minut, můžeme projednat naší spolupráci.

---

## 3.5 Snídaně pro společenskou odpovědnost

### 3.5.1 O co se jedná?

Spolupráce se zaměstnavateli může probíhat mnoha způsoby: obvoláváním inzerátů, kontaktováním samotných firem či přímým setkáváním s firmami. Mezi přímé setkávání se zaměstnavateli může patřit účast na různých formálních a neformálních akcích pořádaných např. personalistickými skupinami či samotná organizace takového setkávání agenturou.

Tímto bychom Vám chtěli přiblížit jednu z forem networkingu, kterou může pořádat samotná agentura pro podporované zaměstnávání. My jsme ji nazvali:

#### Snídaně pro společenskou odpovědnost

Jedná se o pravidelné setkávání pracovních konzultantů s novými zaměstnavateli.

Organizátorem je agentura PZ. Dobré je pro spolupráci oslovit nějakého strategického partnera např. Městskou část, HR agenturu, kraj. V čem je toto spojení dobré? Jedná se především o to, že tento parter je napojen na další síť kontaktů zaměstnavatelů, které může pozvat svým jménem, rozdělí se náklady na snídani (např. prostory zdarma).

Snídaně by měly být organizovány pravidelně, v dopředu stanovené délce. Při 10 hostech je potřeba minimálně 1,5 hodiny.

### 3.5.2 Jak zorganizovat snídani pro zaměstnavatele?

55

#### 3.5.2.1 Nejdůležitější je příprava:

- Připravit prezentaci (co nabízíme zaměstnavatelům, jaké máme zkušenosti, proč zaměstnavatelé mají zaměstnávat OZP, co jim to přinese, příklady spolupráce).
- K organizaci přizvat lidi, kteří již prošli službou PZ.
- Osvědčila se prezentace zaměstnavatele a zaměstnance se ZP.
- Vytvořit pozvánku.
- Domluvit prostory a čas (výhodné je ráno, ještě než začíná pracovní den pro zaměstnavatele).
- Udělat seznam firem pro oslovení - dle oborů, kde se aktuálně hledá – min. 100 kontaktů.
- Pozvat zaměstnavatele.
- Zajistit občerstvení a technické zázemí pro promítání prezentací.



## SNÍDANÍ KE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI

### Zaměstnávání osob se zdravotním postižením

Jménem Městské části Praha 2 a Rytmus o. p. s. bychom Vás rádi pozvali na setkání zaměstnavatelů. Tématem setkání bude společenská odpovědnost formou zaměstnávání osob se zdravotním postižením v běžných firmách.

- Díky tomuto setkání se dozvíte o **legislativních i praktických výhodách** zaměstnání osob se zdravotním postižením
- Seznámíte se s **podporovaným zaměstnáváním**
- Získáte **nové informace a dozvíte se o nových trendech**
- Můžete načerpat **praktické zkušenosti** od firem, které již **zaměstnávají** osoby se zdravotním postižením
- Přijďte se **podělit o Vaše zkušenosti** a **rozšířit dobré jméno Vaší firmy**
- Získejte **kontakty** na další firmy
- **Posnídejte** v příjemné společnosti

Datum a čas: **20. 6. 2014 8:30 -10:00**

Místo konání: **Úřad Městské části Praha 2**, 3. patro, zasedací místnost č. 320

S sebou: **vizitky**

Svou účast **prosím potvrďte emailem do 18. 6. 2014** na adresu [jbrezinova@rytmus.org](mailto:jbrezinova@rytmus.org)

Pozvánka platí pro jednoho zástupce organizace.



OPERAČNÍ PROGRAM  
LIDSKÉ ZDROJE  
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

Obrázek 29 – Pozvánka na Snídani ke společenské odpovědnosti

### 3.5.2.2 Samotné setkání:

- Prezence.
- Občerstvení, usazení hostů.
- Představení MČ, pořadatelů, hostů.
- Prezentace PZ + příklady.
- Prezentace zaměstnavatele + OZP.
- Prostor pro dotazy účastníků.
- Networkingová přestávka (prostor pro výměnu kontaktů).
- Jak začít spolupracovat s agenturou PZ, příklady lidí, kteří hledají práci.
- Poděkování za účast.



### 3.5.2.3 Po setkání:

- Poděkovat firmám za účast.
- Domluvit si osobní setkání se zástupci firem k navázání možné spolupráce.



Obrázek 30 – Fotografie ze Snídaně



Obrázek 31 - Fotografie ze Snídaně

---

#### 3.5.2.4 Potíže a překážky

- Může se stát, že na snídani přijde málo zaměstnavatelů. Je nutné nepodcenit pozvání a u potvrzených hostů se ujistit, zda přijdou.
- Buďte profesionální – jednejte s účastníky partnersky a buďte připraveni na improvizaci například při řešení technických potíží. 😊

---

## 3.6 Networkingové kluby

Na networking lze nahlížet jako na zcela přirozenou aktivitu, při které se lidé poznávají a vzájemně pro sebe vytváří nové příležitosti. Jde tedy především o budování dlouhodobých kontaktů a udržování dobrých vztahů. Cílem je být doporučen někomu nebo dozvědět se o někom, kdo právě potřebuje službu, kterou Vaše organizace nabízí. Networking je příležitost jak rozšířit množství Vašich kontaktů / okruh partnerů ke spolupráci. Tuto příležitost nabízejí různé networkingové „kluby“ či organizace.

### 3.6.1 Tipy, které Vás mohou inspirovat

- Vyhledejte různé aktivity ve svém okolí, kterých se účastní místní podnikatelé (pořádané networkingovými organizacemi, hotely, hospodářskými a obchodními komorami, asociacemi, sdruženími, sportovními kluby, nadnárodními organizacemi, atd.).
- Je dobré se zúčastnit stejného setkání více než jednou, abyste vytvořili základ pro hodnotné vztahy a důvěru.
- Pokládejte otázky, zajímejte se o toho, s kým mluvíte.
- Udělejte laskavost ostatním, i když Vám zatím nepomohli (např. představte je zajímavým lidem, které znáte Vy, dejte jim radu, atd.).
- Poskytujte reference – ukažte ostatním lidem, že máte s někým dobrou zkušenost a nejlépe jakou.

59

### 3.6.2 Mýty, které můžete mít o takovýchto setkáních

**Není třeba vyvíjet žádné úsilí k tomu, abych byl úspěšný na networkingovém setkání.**

Networkingové kluby nejsou žádným prostorem do kterého, když jednou vstoupíte, tak se Vám najednou začne dařit.

**Získáte zaměstnání pro uživatele hned na prvním mítinku.**

Šance, že se tomu tak stane je určitě nižší než na pátém mítinku - lidé Vás už znají, vědí, co Vaše organizace nabízí a měli čas se s Vámi setkat na schůzce tváří v tvář, či si promyslet, kdo by pro Vás mohl být vhodným partnerem.

---

### Všechny networkingové akce jsou stejné.

Každý člověk může praktikovat networking zcela sám. Na základě získaných zkušeností z jednotlivých setkání s podnikateli, zaměstnavateli a organizacemi si každý konzultant může vytvořit svůj vlastní styl. Navíc existuje mnoho networkingových akcí, které se liší náplní, programem, formálností. Každému může sedět a fungovat jiný druh akcí.

### Stát se členem networkingové klubu je drahé.

Není to o tom, kolik utratíte za networking, ale o tom kolik se rozhodnete investovat na získání nových kontaktů. Pokud si spočítáme, kolik času tráví pracovní konzultant vyhledáváním inzerátů, firem a jejich kontaktováním a s jakým výsledkem, tak ve většině případů nás networkingové aktivity nevyjdou o moc dráž a výsledek je výhodnější.

### 3.6.3 V networkingu záleží na přístupu a aktivitě jednotlivce<sup>3</sup>:

- Jakým způsobem komunikujete s novými lidmi.
- Kolik času jste ochotni věnovat budování vztahů s novými zaměstnavateli, případně partnery organizace.
- Zdali jste ochotni ostatním také pomoci v rámci doporučení a referencí.
- Jaké úsilí věnujete získávání informací o možných kontaktech, kterými kolem Vás disponují všichni lidé.
- Jak dokážete prezentovat svou organizaci.
- Jak si umíte říci o to, co právě potřebujete

### 3.6.4 Co obnáší být členem networkingového klubu?

- Je potřeba počítat s prvotní investicí, některé kluby jsou placené (platí se členské poplatky min. na půl roku) + zaplacení jednotlivých snídaní.
- Připravit si prezentaci o organizaci, o službě podporované zaměstnávání, proč jste přišel na setkání a co od druhých potřebujete. Naučte se být konkrétní. Většinou na setkání dostanete 60 vteřin na prezentaci.
- Umět představit službu v 10-15 minutách. Připravit si power-pointovou prezentaci.
- Člověk, který zastupuje organizaci (agenturu pro podporované zaměstnávání) by měl mít čas minimálně jednou za 14 dní se účastnit networkingového setkání – může to být snídaně či odpolední akce. Je dobré si určit jednoho zástupce organizace, který se stane kontaktní osobou. Není příliš výhodné se střídat, to je matoucí pro členy klubu i hosty.

---

<sup>3</sup> **Zdroj:** Kamila Zárychtová. *Jak získat klienty pomocí networkingu.*  
[http://www.amsp.cz/uploads/eNEWSLETTER/Prilohy/E\\_book\\_Jak\\_ziskat\\_vice\\_klientu\\_networkingem.pdf](http://www.amsp.cz/uploads/eNEWSLETTER/Prilohy/E_book_Jak_ziskat_vice_klientu_networkingem.pdf)

- Setkávat se s lidmi i mimo networkingová setkání – mít čas na to domluvit si schůzky s potencionálními zaměstnavateli, ale i zástupci firem, kteří projeví zájem o to se s Vámi potkat.
- Nebát se vstoupit do komunikace s cizími lidmi. Umět oslovit lidi na setkání.
- Někdy je i potřeba zapojit se do organizace takového klubu např. být hostitelem, moderátorem, průvodcem networkingem.
- Naučit se zvat na setkání hosty, které by mohlo takovéto setkání zajímat, obohatit či být přínosné pro jejich podnikání a zároveň oni mohli být přínosem pro networkingový klub.
- Mít s sebou vždy dostatečné množství vizitek.

### 3.6.5 Struktura 60-ti vteřinové prezentace

#### 3.6.5.1 Jméno a firma

- Odlehčit začátek, něčím zajímavým např. vtipem: „Jsem tu, i když nejsem z byznysu – nezisková organizace....“. Cílem je být jiný, zaujmout, být zapamatovatelný.
- Položit publiku otázku: „Už jste někdy uvažovali o zaměstnání člověka se ZP? Pokud ne, pojďme o tom přemýšlet.“

#### 3.6.5.2 Co děláme, v čem jsme výjimeční, proč s námi spolupracovat

Důvodů je více, *např.*: pokrytí špičky, plnění povinného podílu, audity ve firmě, asistence, dlouhodobá spolupráce, dát příklad dobré praxe - Napasovat na přítomné hosty/obory

- „Můžeme pomáhat firmám, jako jste Vy se zaměstnáním lidí se ZP...“
- „Jsme tady pro Vás, protože Vám můžeme pomoci v ....“
- „Asistence na pracovišti (naše služby, pro firmy, které chtějí zaměstnat) jsou zdarma.“

#### 3.6.5.3 Koho hledáme, proč jsme tam přišli

- *Např.*: „Hledáme tato pracovní místa: ....“, „Potřebuji kontakt na HR oddělení“, stínování, propagovat projekt, pozvat je na akci pořádanou naší organizací
- Být konkrétní – ptát se na konkrétní firmy, které nám připadají zajímavé.

#### 3.6.5.4 Zopakovat své jméno a název firmy, heslo (*např. Rytmus do vaší firemní kultury... apod.*).

Někdy se této prezentaci říká výtahová řeč z anglického překladu Elevator Pitch. Jedná se o 30 – 60 vteřinovou prezentaci. Představte si to, že jedete s někým ve výtahu a měli byste ho zaujmout tím, co děláte, než dojedete do posledního patra. (Více o tom v kapitole č. 3.4.1.3)

### 3.6.6 Zkušenosti z jednotlivých klubů

V rámci projektu jsme vyzkoušeli několik pražských networkingových klubů. V jednom jsme dlouhodobými členy (2, 5 roku) v ostatních jsme byli jako hosté.

#### 3.6.6.1 Business for Breakfast (BfB)<sup>4</sup>

- Účastní se ho vedoucí agentury (podmínka 100% účast) – určí zástupce.
- **Mluví především o:**
  - Zaměstnávání lidí se zdravotním postižením.
  - Podporovaném zaměstnávání.
  - Konkrétních zaměstnavatelích, které hledáme.
  - Projektu.
  - Aktuálních potřebách organizace (např. polep výlohy, ubytování pro zahraniční partnery...atp.).



Obrázek 32 – Ukázka ze snídani BfB

---

<sup>4</sup> Business for Breakfast Česká republika, s.r.o - <http://www.bforb.cz/>

---

## Průběh snídaně

### Řízený program

(1,5 hod – vždy ráno 8:00 – 9:30)- záleží na klubu, některé kluby začínají i v 7:15.

Snídaně je vedena výkonným týmem, který se skládá ze členů (hostitel, moderátor, koordinátor a networkingový specialista).

- Vizitkář – možnost, jak získat vizitky ostatních účastníků a předat jim vizitky své.
- Představení v 60 vteřinách (členové klubu, hosté).
- Zaměřeno na byznys - 10 min - možnost jednoho ze členů více prezentovat, o čem je jeho podnikání, čím se zabývá firma či organizace.
- Networkingová přestávka - 10 min.
- Vzdělávací bod 5 min – vede jeden ze členů – informace z legislativy, novinky z jeho oboru...atp.
- Předávání referenčních lístků – zvaní na schůzky, domlouvání možné spolupráce, předávání doporučení.

### Jak vypadá spolupráce se členy a hosty klubu

- Schůzky se členy + hosty – 1 na 1 – konkrétní informace, domlouvání spolupráce.
- 3 zaměstnání během 1, 5 roku (úklid v advokátní firmě, cukrárna - práce ve výrobě, realitní poradce - roznos letáčků).
- Práce na zkoušku - jazyková škola – kancelářské práce (laminování, tisk. stříhání) – 2 lidé.
- Pohovory.
- Polep výlohy.
- Školení pro zaměstnance, zdarma – prezentace zaměstnavatelům, jak zaujmout v krátkém čase, telefonování.
- Advokátní kancelář - prezentace spolupráce pro zahraniční partnery.
- Hotel - ubytování zahraničních partnerů.
- Firma na tvorbu webových stránek - poradenství v prezentaci na webových stránkách.
- Opakované prezentace pro zaměstnavatele.
- Zpětná vazba na aktivity organizace (je možné se zeptat na názor klubu ohledně různých aktivit, které zvažujeme. Například, zda by naše organizace měla vydávat Newsletter, zda by je tato forma jako potenciální zaměstnavatele oslovila ....).
- Vzdělávání v networkingu – jak vést jednání, jak zaujmout, jak se obléci.

### Příklad navázání spolupráce přes BfB

- Kontakt získán od členky BfB – její švagrová vlastní cukrárnu.
- Nejprve schůzka s PK, která byla na snídani – předány informace o Rytmusu a PZ.
- Nabídka práce v cukrárně (v prodejně) – úklid, na pohovoru a náhledu jedna zájemkyně s PK – vznikla z toho nabídka práce na 4 hod/ den ve výrobě (loupání oříšků, kiwi, příprava vajec na těsto...) – tato uživatelka neměla zájem.
- Další PK a uživatelka – pohovor + práce na zkoušku 1 den.
- Podepsání pracovní smlouvy.
- Práce s asistentkou – 2 měsíce – uživatelka se rozhodla, že pracovat již nechce, práce pro ni psychicky náročná.
- Nabídnut nový zájemce o práci z Rytmusu.
- Práce na zkoušku + pracovní smlouva – zaučení s asistentem, postupné snižování asistencí – dnes již bez podpory Rytmusu – podepsán závěrečný plán.



Obrázek 33 – Fotografie pracovního místa v cukrárně, které bylo získáno na setkání BfB





Obrázek 34 – Fotografie pracovního místa v cukrárně, které bylo získáno na setkání BfB

### 3.6.6.2 Potíže a překážky

- Skladba klubu nemusí odpovídat tomu, co je pro organizaci a PZ zajímavé (např. živnostníci, neaktivní členové...) – vždy (i když jednáme s malou firmou - živnostníkem) lze cílit a získat doporučení na další firmy.
- Klub se obměňuje, nastává období, kdy nepřichází noví hosté.
- Nemáte čas na to scházet se mítink jeden na jednoho, který máte domluvený, z důvodu např. nástupu uživatele do práce, jiných pracovních povinností.

### 3.6.6.3 Dobré ráno pro obchod<sup>5</sup>

**Místo konání:** Kongresové centrum.

- Účastnili jsme se dvakrát jako hosté.
- Klub se schází u snídaně pravidelně jednou za 14 dní, vždy na stejném místě a ve stejný čas. Podnikatelé zde mají možnost představit svou společnost, služby, produkty, zdůraznit své výhody a přidanou hodnotu. Každý pravidelný účastník setkání může pozvat své obchodní partnery.

---

<sup>5</sup> Zdroj: FJ Servis. Dobré ráno pro obchod. Praha. Praha: FJ Servis, 2013, 2.9.2014. <http://www.dobreranoproobchod.cz/>

- Každých 14 dní se setkává 15-20 pravidelných členů a 5-10 nových hostů. Majitelé klubu uvádí že: „Každý úspěšný obchodník může mít asi 200 kontaktů s osobním doporučením. Dobré ráno pro obchod Vám pomůže vytvořit databázi o velikosti 4.000-5.000 kontaktů. Pro každého člena bychom rádi zajistili úspěšnost 1 % z celkového potenciálu a 10 % z vlastních kontaktů. Výsledkem pro Vás poté bude 40-50 nových obchodů ročně a 20 nových obchodů každý rok pro Vaše obchodní partnery.“<sup>5</sup>
- Lidé v průběhu snídani sedí u několika větších stolků. Je dané pořadí, kdo má kdy prostor na prezentaci. Vždy byl blok tří firem, které mají minutovou prezentaci. Poté deset min. na networking (doptání se těch, co prezentovali, výměna vizitek, domlouvání schůzek).
- Každý, kdo prezentuje, předstoupí před celou skupinu, mluví vepředu u barového stolečku – striktně musí být dodržena minuta prezentace.
- Přes člena DRPO jsme získali kontakty na snídaňový klub Negotium a kontakt na firmu pořádající večerní neformální networking.

### Na co je dobré se připravit před networkingovou snídání

- Co přesně chceme, co nás zajímá (*např.* kontakty na jiné sítě). Mít dobře připravenou prezentaci na 1minutu.
- Vhodné oblečení (*např.* Negotium má standart „dress codu“ o řád vyšší než BfB).
- Dostatek vizitek.
- Zjistit si dopředu scénář snídani.
- Co budu prezentovat, v jaké struktuře, kolik na to budu mít času.
- Připravit si dopředu, co budu po hostech chtít, být co nejvíce konkrétní.
- Co budu moci hostům nabídnout – promýšlet, na koho mám profesní i osobní kontakty.
- Přijít včas, dobře naladěný na sdílení.
- Usmívat se.
- Představit se tomu, kdo nás pozval, kdo akci pořádá.
- Promyslet si, kdy se najím.
- Soustředit se na sdílení kontaktů, informací.
- Počítat s časem po snídani, na poslání nebo vyřízení toho, co jsem hostům slíbil.
- Být připraven na nabídky - například nabídli nám mít 10 minutovou prezentaci o výhodách PZ pro zaměstnavatele, ale chtěli účast hned do 14 dnů.
- Používat srozumitelný jednoduchý slovník s důrazem na to, co můžeme udělat pro firmu, jak zaměstnavatele podporujeme.
- Mluvit nahlas a srozumitelně.
- Vždy máme možnost nacvičit si projev před zrcadlem nebo v týmu, kde můžeme získat zpětnou vazbu.

### 3.6.6.4 Negotium<sup>6</sup>

- Účastnili jsme se této snídani jako hosté, na základě pozvání člena, se kterým jsme se potkali na jiné networkingové akci (DRPO). Snídani jsme se účastnili dvakrát a jednou jsme měli možnost prezentace na 10 minut ohledně služeb Rytmsu a toho, co můžeme nabídnout zaměstnavatelům.
- Z těchto snídaní vzešlo několik schůzek s potenciálními zaměstnavateli.
- Setkání Negotia probíhá každý týden, a to od 7:00. Tedy setkávání klade větší nároky na účastníky než třeba výše zmíněné snídani Business for Breakfast. Kluby se schází i se zahraničními firmami, prezentace je v angličtině, což přináší možnost oslovení i mezinárodních firem. Členové mohou chodit do všech 3 klubů v Praze, takže se mohou takových snídaní účastnit až 3krát týdně.
- Důležitými otázkami v networkingových snídaních Negotia je: „Co pro Vás můžeme udělat? a Co pro nás můžete udělat Vy?“
- Na konci každého roku si dělají přehled o tom, co členové klubu získali působením v networkingovém klubu.
- **PROGRAM SETKÁNÍ NEGOTIA**

**6:30** **Zahájení networkingu:** Týmí vedoucí dorazí po 6:00, aby připravili materiály a prostor; snídani je připravena od 6:30 – až 60 minut času, který mohou členové a hosté využít k budování obchodní sítě.

**7:00** **Přivítání všech:** Ředitel skupiny  
Představení týmu rozvoje a vedoucích skupiny.  
Přivítání a představení návštěvníků.  
Oznámení prezentací plánovaných na toto setkání a na později.

**Negotium Étos** – Jak Negotium pracuje pro své členy. Přednáší člen skupiny.

**Oznámení dobrých zpráv** – novinky o vývoji – ve společnosti Negotium i obecněji. Činnosti v rámci skupiny, nový vývoj apod.

**Předávání vizitek** – vysvětlení výhod pro návštěvníky.

**7:15** **Otázka 1: Co pro Vás můžeme udělat?**  
Otázka, na kterou odpovídá každý člen – 60 vteřin na přesnou, stručnou a přímou odpověď. Je měřen čas.

---

<sup>6</sup> Zdroj: Negotium.eu. Negotium go business connection. Praha. Praha: Negotium.eu, 2014, 2.9.2014. <http://www.negotium.eu/>

---

**7:50**      **Prezentace člena:** Vysvětlení příležitostí a připomenutí nadcházejících úkolů a novinek členům setkání.

Prezentace 1: Obchodní prezentace člena Negotia.

**8:05**      **Otázka 2: Co pro nás můžete udělat Vy?** Otázka, na kterou odpovídá každý člen – čas není měřen. Všichni zúčastnění mají dostatek času na kompletní odpověď.

Prezentace 2: Pokud je na programu.

**8:30**      Ukončení setkání

Po 2 snídaních nám bylo nabídnuto členství v klubu, které je placené. Všichni členové a hosté byli zároveň pozváni na novoroční večeři (neformální networking), kde nebyl daný scénář. Oslava se konala v restauraci na Praze 6. Přítomno bylo 150 hostů, což byla dobrá příležitost pro získání nových potencionálních spolupracujících firem. Bylo dobré, že některé členy již pracovní konzultantka znala a ti ji mohli seznámit s dalšími hosty. Z této akce vzešel jeden kontakt na potencionálního zaměstnavatele.

## 3.7 Spolupráce se spolky, sdruženími, státní správou

Po celou dobu projektu probíhalo mapování místních zaměstnavatelů, různých zaměstnavatelských sdružení, spolků a organizací. Oslovovali jsme je s cílem navázat spolupráci, poskytnout informace o PZ, oslovit jejich členy a získat tak další potenciální zaměstnavatele. Oslovení může probíhat jak telefonicky, tak emailem. Sdružení, která neměla zájem o další spolupráci, byla většinou ochotná rozeslat email s informacemi o PZ svým členům.

**Příklady oslovených organizací:** ČESKÝ SVAZ ZAMĚSTNAVATELŮ V ENERGETICE, ČESKÝ ZÁHRÁDKÁŘSKÝ SVAZ - REPUBLIKOVÁ RADA, UNIE VYDAVATELŮ, ASOCIACE INOVAČNÍHO PODNIKÁNÍ ČR, ASOCIACE VÝZKUMNÝCH ORGANIZACÍ, ČESKÝ SVAZ VĚDECKOTECHNICKÝCH SPOLEČNOSTÍ, ČESKÁ MANAŽERSKÁ ASOCIACE a mnoho dalších.

Další možností k získání pracovních míst, která nás inspirovala v zahraničí je intenzivní spolupráce se státní správou. Jde o dlouhodobý proces, který začíná navazováním kontaktů ve státní správě a také v politické sféře.

### 3.7.1 Co můžeme nabídnout při oslovení spolků

- Podrobné informace o PZ.
- Nabídku spolupráce například prezentace nebo workshop pro členy organizace.
- Informační článek pro členy o zaměstnávání lidí se ZP, výhodách pro zaměstnavatele.
- Další spolupráci, která vyplyne z jednání.
- Konkrétní spolupráci při zaměstnání člověka se ZP přímo v organizaci.

#### 3.7.1.1 Příklady spolupráce

**HR Klub EVERESTA®** - sdružuje profesionály s aktivním zájmem o personalistiku a práci s lidmi. Pořádá workshopy, tréninky, exkurze do firem, letní a vánoční setkání. Byli osloveni telefonicky i emailem. Domluvili jsme prezentaci pro členy klubu (převážně personalisté). PK na klubovém setkání získal časový prostor cca 15-20 minut, proběhla prezentace na téma PZ a přínosy pro zaměstnavatele.



Obrázek 35 – Fotografie z prezentace v klubu Everesta



Obrázek 36 – Ukázka z powerpointové prezentace v klubu Everesta

### **PMF People Management Forum** (dříve Česká společnost pro rozvoj lidských zdrojů)

Je profesní neziskovou organizací, sdružením právnických osob založeným roku 1993. Sdružuje zájemce z řad odborníků i veřejnosti o rozvoj jednotlivce, týmu i organizace. Mezi jejich členy patří v současnosti téměř 250 organizací. Poskytuje platformu pro výměnu informací, ověřených referencí a společných zkušeností v oblasti rozvoje lidských zdrojů, a usnadňuje vzájemnou komunikaci, a to především HR profesionálům a managementu.



---

Spolupráce byla zahájena díky kontaktu přes dobrovolníka PZ zaměřeného na public relations. V průběhu spolupráce byl na jejich webu zveřejněn článek o snídaních pro společenskou odpovědnost. Stali jsme se partnery konference Hodnoty srdcem úspěchu, kde jsme měli vlastní prezentační stánek a informovali jsme účastníky o PZ. Konference byla zároveň příležitostí k networkingu se zúčastněnými zástupci firem. Vzájemně prezentujeme naše partnerství například na webových stránkách.

### Personální agentury

V rámci oslovování firemních spolků jsme se snažili navázat spolupráci i s personálními agenturami. Tyto agentury jsme zvolili proto, že spolupracují s jinými firmami a mohou nám s nimi pomoci navázat kontakt. Pro personální agenturu to znamená, že může podat svým klientům ucelenější informace pro své klienty ohledně financí a možnosti být společensky odpovědnou firmou. Nejprve jsme vytipovali personální agentury, které by mohly být vhodné ke spolupráci. Jsou to hlavně takové, které pořádají školení pro své klienty a zprostředkovávají firmám zaměstnance. Poté jsme agentury oslovovali telefonicky a e-mailem s nabídkou prezentace pro jejich klienty ohledně zaměstnávání lidí se ZP a plnění povinného podílu.

### Příklad

Podařilo se navázat spolupráci s jednou personální agenturou. Na domluvené schůzce jsme předali základní informace o tom, jak naše služba probíhá a co přesně můžeme poskytnout zaměstnavatelům. Na schůzce jsme se domluvili, že agentura bude prezentovat naše služby svým klientům, a to prostřednictvím námi vytvořené prezentace pro zaměstnavatele se základními informacemi. Dále jsme agentuře poslali anonymní tabulku zájemců o práci, aby si klienti agentury uměli představit, jaké pozice v současné době naši uživatelé poptávají.

### Tipy

- Vybírejte větší personální agentury, které se hlavně zabývají nábořem zaměstnanců do větších firem. Je větší šance navázání spolupráce.
- Vynikající jsou personální agentury, které pořádají školení a vzdělávání pro firmy. Tématika podporovaného zaměstnávání by je mohla zajímat.

### Spolupráce se státní správou

Partnerské rakouské organizaci Wien Work se podařilo navázat spolupráce díky projektu, jehož podstatou je systematické vyhledávání pracovních pozic inzerovaných státní správou a státními podniky v celém Rakousku a vyjednávání o úpravě těchto pozic, tak aby je mohli obsadit i lidé se ZP. Vzniku projektu předcházelo dlouhodobé navazování kontaktů a networking.

Délka našeho projektu Networking v PZ není dostatečná pro takto obširný a časově náročný postup. Pokusili jsme se tedy navázat spolupráci s konkrétními státními organizacemi. Na

---

základě oslovení specialistů několika organizací se ukázalo, že navázání spolupráce v oblasti zaměstnávání lidí se zdravotním postižením je v českých státních organizacích a úřadech náročné a to z toho důvodu, že zde existují tzv. „tabulkové pozice“, které sestávají jen z odborných pozic a neumožňují částečné úvazky. Lidé využívající naše služby poptávají převážně pomocné práce (např. pomocná administrativa) ve zkráceném úvazku (4-6 hodin denně i méně). Co se daří je v rámci tranzitního programu Rytmusu zprostředkovat praxe pro studenty se zdravotním postižením, a to na některých městských částech, na jednom z ministerstev, na školách, výjimečně ve státních organizacích.

- To, co je třeba, je systémová změna, která je vzhledem k často probíhaným politickým změnám a tím i státním preferencím, obtížně realizovatelná.
- Proto se snažíme domluvit spolupráci přímo s vedením organizací, nikoliv jen s specialisty.
- **Příklad:** Při příležitosti neformálního setkání, které pořádal Pražský deník k vydání 50. článku „Pražské neziskovky“ v prostorách Ministerstva práce a sociálních věcí (MPSV), za účasti ministryně, jsme oslovili ředitelku jejího kabinetu, která přislíbila zprostředkovat schůzku s kompetentní osobou pro zaměstnávání OZP. Pro udržení kontaktu a budování vztahu jsme využili jeden z ověřovaných networkingových nástrojů a pozvali jsme ředitelku kabinetu ministryně na Snídani pro společenskou odpovědnost, kterou pořádáme ve spolupráci s MČ Prahy 2. Snídaně se bohužel nemohla zúčastnit. Nadále se snažíme navázat spoluprací.
- Další možností jak postupovat je najít kompetentní osobu ve vládě. Nejlépe osobu, která je odpovědná za dodržování Úmluvy o právech lidí se ZP, kterou jsme jako stát podepsali roku 2007 (Úmluva zaručuje osobám se zdravotním postižením plné uplatnění všech lidských práv a podporuje jejich aktivní zapojení do života společnosti).
- Je třeba postupovat s vědomím, že ke změnám dochází jen tehdy, je-li i na druhé straně vůle a ochota něco změnit. Je to cesta dlouhá, ale smysluplná, pro vývoj společnosti prospěšná.



## 4 Závěr

### „Partnerství je více než obchod“

Při jakémkoliv jednání se zaměstnavateli se zaměřujeme na to stát se partnery. Tedy dozvědět se co nejvíce o druhém, projevit zájem. Až následně nabízet naše služby dle toho čím se člověk nebo firma zabývá. Pomoci v tomto přístupu nám může Partnerský vzorec myšlení (tabulka níže, pravý sloupec), který nám během projektu představila Grete Wangen na Semináři s odborníkem na networking.

Prodejní vzorec myšlení	Partnerský vzorec myšlení
<b>KLÍČOVÉ ZNAKY CHOVÁNÍ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Přemlouvá, manipuluje, přesvědčuje, ovlivňuje, verbalizuje, vyjednává</li><li>• Zaměřuje se na vyjednání obchodu</li><li>• Považuje druhou stranu za někoho, kdo vládne silou a drží „zdroje“</li><li>• Cílem je přesvědčit druhou stranu k využití služeb, nákupu</li><li>• Zaměřuje se na krátkodobý zisk, obchod</li><li>• Vidí limitované možnosti vyjednávání „ano“ a „ne“ odpovědi</li><li>• Zaobírá se/soustředí se na uzavírací techniky rozhovoru</li><li>• Má více odpovědí než otázek</li></ul>	<b>KLÍČOVÉ ZNAKY CHOVÁNÍ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rozumí, ukazuje porozumění, interpretuje, poslouchá, komunikuje</li><li>• Soustředí se na zvýšení růstu a prosperity v byznys světě</li><li>• Vidí druhou stranu jako rovného partnera ve výměně primárních a sekundárních zdrojů a příležitostí</li><li>• Cílem je pomoci udělat druhé straně dobré rozhodnutí ohledně využití služeb či nákupu</li><li>• Zaměřuje se na dlouhodobý zisk z dobrých vztahů</li><li>• Vidí neomezené možnosti pro spolupráci se zaměstnavateli, nechává všechny „dveře“ možnosti otevřené</li><li>• Soustředí se na to aby došlo k porozumění, aby porozuměl během setkání</li><li>• Má více otázek než odpovědí</li></ul>

Obrázek 37 - Partnerský vzorec myšlení

### „Na konci a přesto na začátku,,

Projekt Networking v podporovaném zaměstnávání trval dva roky. Jeho první část se soustředila na sběr inspirací a tvorbu nástrojů. V druhé části byly nástroje ověřovány a dále upravovány. Pevně věříme, že Vám manuál bude inspirací a návodem jak nově přistoupit k hledání práce v PZ. Zároveň jsme si vědomi limitů nástrojů a příkladů, které byly vytvořeny a nasbírány v omezeném čase a vyzkoušeny v prostředí Prahy. Jsme si také vědomi nutnosti nástroje dále rozvíjet, vylepšovat a přizpůsobovat na základě praktických zkušeností, které lze získat jejich dlouhodobým používáním. K tomu vás srdečně zveme!

---

## 5 Seznam zdrojů:

1. StudentPoint s.r.o.. Studenpoint.cz. *Praha*. Praha: StudentPoint s.r.o., 2014, 1.9.2014. <http://www.studentpoint.cz/331-kariera/9813-naucte-se-small-talk#.U9YcObF6Pcs>
2. Schanova s.r.o. SCHANOVA networking. *Praha*. Praha: Schanova s.r.o., 2013, 1.9.2014. <http://www.youtube.com/watch?v=dUCwE1HRhA4&feature=youtu.be>. <http://schanova-networking.com/>
3. Kamila Zárychtová. *Jak získat klienty pomocí networkingu*. [http://www.ampsp.cz/uploads/eNEWSLETTER/Prilohy/E\\_book\\_Jak\\_ziskat\\_vice\\_klientu\\_networkingem.pdf](http://www.ampsp.cz/uploads/eNEWSLETTER/Prilohy/E_book_Jak_ziskat_vice_klientu_networkingem.pdf)
4. Business for Breakfast Česká republika, s.r.o. <http://www.bforb.cz/>
5. FJ Servis. *Dobré ráno pro obchod*. Praha. Praha: FJ Servis, 2013, 2.9.2014. <http://www.dobreranoproobchod.cz/>
6. Negotium.eu. *Negotium go business connection*. *Praha*. Praha: Negotium.eu, 2014, 2.9.2014. <http://www.negotium.eu/>
7. Pokud u fotografií a dalších obrázků v textu není uveden zdroj, jedná se o fotografie z archivu společnosti Rytmus – od klienta k občanovi, o.p.s.

Tento manuál byl vydán díky projektu Networking v podporovaném zaměstnávání *reg.č. CZ.1.04/5.1.01/77.00443*, který byl financován z prostředků ESF prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a ze státního rozpočtu ČR.