



Negatywne emocje, takie jak gniew rozpacz czy uraza, wymagają podejścia asertywnego i spokojnego.

Psychologia klienta

# EMOCJE W GABINECIE

cz. I

## Jak radzić sobie z emocjami w gabinecie kosmetycznym?

Są sytuacje, kiedy praca w zawodzie kosmetyczki jest interesująca. Sprawy układają się po naszej myśli, wiemy, co mamy robić, co należy do naszych obowiązków i jest w porządku.

Inaczej sytuacja wygląda, kiedy jesteśmy w stresie i trudno zapanować nad emocjami. Działamy sobie wzajemnie na nerwy – kosmetyczka-klient bądź też jakieś wewnętrzne czynniki wytrącają nas z równowagi.

Musimy być ostrożni, bo inaczej stracimy klienta, nie wspominając już o złej reputacji. Podwyższony poziom emocji, oczywiście tych

negatywnych, szkodzi dobrym stosunkom w pracy.

Musimy, zatem nauczyć się panować nad swoimi emocjami, uczuciami, a także radzić sobie z przejawami emocji ze strony klientów i personelu.

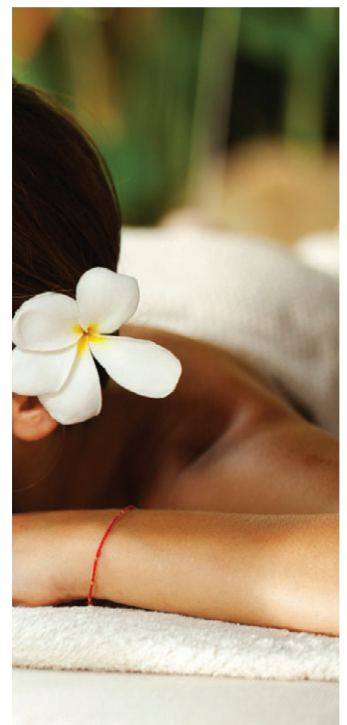
Podstawową zasadą reagowania na niekonstruktywne emocje innych ludzi jest zachowanie spokoju. Zrozumiałe więc, że pierwszą

sztuką, którą musimy zastosować, jest panowanie nad sobą. Większość klientów nie sprawi Ci kłopotu, ale niektórzy stanowią pod tym względem poważne wyzwanie. Jeśli cię rozłoszczą, zdołują czy upokorzą, musisz opracować sposób, aby utrzymać w ryzach swoje reakcje. Mówi się bardzo często, że emocjonalna reakcja bywa usprawiedliwiona, ale okazywanie emocji nigdy

nie jest najszybszym i najskuteczniejszym sposobem rozwiązywania problemów. Pamiętajmy, że na dłuższą metę nie sprzyja też dobrym relacjom. Co więcej klienci, którzy łatwo wzbudzają w nas emocje, mogą potraktować twój wybuch jako rodzaj emocjonalnego szantażu. Może im się wydawać, że mówisz: „Zobacz, co zrobiłeś! Doprowadziłeś mnie do wściekłości, załamania itd.”.

### Jak rozwiązać trudną sytuację i rozładować gniew kosmetyczki?

Przede wszystkim zachowaj spokój. Ale co dalej?





Nie udzielaj klientowi żadnych rad, chyba że o to poprosi, a i wówczas lepiej nie w tym momencie.

Jeśli zaś wchodzi w grę szantaż emocjonalny – prawdziwy czy wymagany – jesteś w tarapatkach. Zaczyna to wyglądać na świadomą grę i manipulację, a nie chcesz przecież wdawać się w coś takiego, bo wówczas dobre układy z klientami czy personelem odejdą w przeszłość. Dobre relacje muszą opierać się na szczerości i zaufaniu. Nie oznacza to, że masz tłamsić w sobie emocje. Nie powinieneś ukrywać, jak się czujesz. Ale musisz to czynić w spokojnych słowach, a nie za pomocą teatralnych popisów. W tym celu musisz przede wszystkim zachować spokój. Panując nad sobą, będziesz potrafił starannie dobierać słowa, aby twoja wypowiedź była konstruktywna, a nie konfrontacyjna.

Jeśli masz osobowość kosmetyczki, która boryka się z emocjami, a co najważniejsze trudno jej o spokój, to pozwól sobie przytoczyć parę pomysłów, które pomogą w radzeniu sobie z emocjami:

- skupiaj się na celu, a jest nim rozwiązanie konfliktu, który wzbudził twoje emocje; miej świadomość, że zachowując spokój, osiągniesz to łatwiej i szybciej;

- jeśli czyjeś zachowanie złości cię lub smuci, nie słuchaj tego, co ten ktoś mówi; w gniewie ludzie i tak powtarzają to samo; patrz swoim klientom w oczy i policz do dwudziestu albo pomyśl o jakichś przyjemnych sprawach; tak czy inaczej nie dojdziecie do porozumienia, dopóki twój rozmówca też się nie uspokoi i nie wróci mu rozsądek;

- możesz spróbować go uspokoić;

- gdy czujesz, że nie zdołasz poskromić uczuć, po prostu się oddal; jeśli musisz się usprawiedliwić, powiedz szczerze: „Jestem zbyt wzburzony, żeby o tym dyskutować. Na razie sobie pójdę, a porozmawiamy, następnym razem”.

W miejscu pracy trzeba pokazywać jak najspokojniejszą twarz, nie pozwalając sobie na wybuchy złości, czy płaczu. Z jednym wyjątkiem. Możesz okazywać smutek z powodów niezwiązanych z pracą. To się będzie zdarzało rzadko albo wcale, ale jeśli na przykład odbierzesz telefon z wieścią o rodzinnym nieszczęściu, nie musisz gryźć się w język i udawać, że nic się nie stało. Wolno ci być człowiekiem.

Jak już nauczysz się panować nad własnymi emocjami możesz teraz z pozycji siły zacząć radzić sobie także z emocjami swoich klientów i personelu. Jesteś zrównoważony i racjonalny, co daje ci dobry punkt oparcia przy próbie postawienia klientów z powrotem do pionu. Prawdopodobnie najczęściej będziesz miał u klientów do czynienia z gniewem, więc w pierwszej kolejności zastanówmy się, co można począć z tym właśnie uczuciem. Gniew możemy podzielić na gniew usprawiedliwiony, bezzasadny i taktyczny.

## Gniew usprawiedliwiony

Najlepsze kosmetyczki nigdy nie pozwalają sobie na wybuchy gniewu, bez względu na to, jak bardzo nabroją klienci czy personel. Wyrażają swoje uczucia słowami, a nie przedstawieniem. Są jednak sytuacje, w których kosmetyczka ma pełne prawo rozzłościć się na personel.

Co zrobić, gdy faktycznie kosmetyczka-właścicielka „obrazi” personel? Jeśli naprawdę jest to uzasadnione zachowanie, wówczas należy: przyznać się do winy, przeprosić, zaoferować się, że naprawimy szkodę, o ile to możliwe.

Jest jednakże inny rodzaj uzasadnionego gniewu, z którym kosmetyczka styka się znacznie częściej. Kosmetyczka może wpaść w uzasadniony gniew w wyniku nieporozumienia albo z powodu sprawy, której konsekwencji nie

mogłeś przewidzieć. Przypuśćmy, że kosmetyczka ma pretensje do klienta o brak informacji odnośnie wcześniejszej diagnozy skóry przez inną kosmetyczkę. Nic dziwnego, że jest zła. W rezultacie kosmetyczka po raz kolejny zleca przeprowadzenie diagnozy skóry i jest wściekła na klienta.

Jak poradzić sobie z tą sytuacją i rozładować gniew kosmetyczki? Przede wszystkim, jak już wcześniej wspominałam, zachowaj spokój. Ale co dalej?

Kosmetyczki wpadające w uzasadniony gniew czynią to zwykle dlatego, że czują, iż druga strona (w tym przypadku nasz klient) nie reaguje odpowiednio na ich słowa. Sądzą, że ich nie słuchano lub nie potraktowano poważnie. Kosmetyczka może uważać, że jeśli porządnie nie skrzyczy klienta, to nadal nie będzie przykładał on należytej wagi do przekazywania informacji. Pierwsze, co klient powinien zrobić, to uważnie wysłuchać, aby kosmetyczka poczuła, że klient przyjął do wiadomości jej słowa.

Następnie klient powinien okazać kosmetyczce, że rozumie jej słuszny gniew; niekoniecznie jest on właściwie skierowany, ale w tej sytuacji jest reakcją uzasadnioną. Klient powinien wyrazić solidarność z uczuciami kosmetyczki.

c.d. w kolejnym numerze

podyskutuj o tym w serwisie  
fitness.wp.pl w 



Katarzyna Świtalska

Trener i konsultant zarządzania. Psycholog. Związana z firmą Szkoleniową - Projekt. Jej główną specjalnością są projekty szkoleniowe i konsultingowe, które koncentrują się wokół rozwoju kompetencji osobistych w aspekcie psychologicznym i społecznym.