

Nalazení na účastníky je jedním z důležitých momentů školení nebo semináře. Díky tomu jsme schopni snáze pochopit očekávání účastníků a jak případně upravit průběh k vyšší efektivitě. První moment, kdy k němu dochází je hned při úvodu, když sestavujeme očekávání celého školení. Další proces je již na vnímání v průběhu dne, kdy sledujeme dynamiku a potřeby skupny jako takové.

Nalazení může probíhat v několika rovinách:

- 1) **Znalostní** – k tomuto nalazení nám dobře pomůže úvodní část, kde se dozvíme očekávání skupiny, zda je shodná s obsahem kurzu, případně která část je pro ně zásadní. Již v této části jsme schopni pružně reagovat a měnit priority (časové i obsahové). **POZOR!** Nesmíme však měnit obsah celého kurzu! Metodická příprava v podobě minutového scénáře musí být zachována!
- 2) **Emocionální** – v některých případech může být tato část důležitější než fáze znalostní a můžeme ji spojit s nosnou částí KK modelu, motivací. Nemůže Vás potkat nic horšího než skupina, která je na kurzu tzv. „dobrovolně povinně.“ V tomto případě je potřeba nejprve nalézt alespoň jednu společnou věc, ať už obsahovou, případně z Vaší zkušenosti, a tu pak rozvíjet. Zařazení energizerů pro udržení dynamiky je více než žádoucí. Pokud již od začátku vidíme, že skupina je pomalejší, je potřeba si udržet zdravou energii a přenést ji na účastníky. Pokud se necháte stáhnout k pomalejší náladě, ovlivní to celý průběh jako takový

Výše popsané nás čeká až v den realizace kurzu. Abychom si ulehčili život je potřeba věnovat přípravě velkou pozornost. Základní vstupy (obsah, cílová skupina, rozsah), dle kterých připravujeme, nebo pouze upravujeme, minutový scénář známe už při zadání kurzu. Tady se můžeme zamyslet nad volbou úkolů pro získání dovednosti, které by měli korespondovat s potřebami cílové skupiny. Stejný postup můžeme použít v ukázkách z praxe. Tyto ukázky, zvláště z Vaší vlastní zkušenosti, budou mít ve finále dvojnásobný účinek. V prvním případě Váš kredit, jakožto odborníka, bude vítán místo „suchých“ informací a na druhou stranu účastníci zjistí, že jsou opravdu v dobrých rukou. I tímto způsobem je možné se naladit na účastníky.

Pokud si nejsme jisti situací, můžeme se zeptat kolegů, kteří pro danou společnost již školili nebo se domluvit na analýze vstupních informací. Ta může být formou testu, případně vznést dotaz na HR společnosti skrze Erudio Patria.

Ted' už víme jak se připravit a pracovat se s účastníky na kurzu. Při celkovém pohledu může výsledek vypadat následovně:

- **Pozitivní** – k výše popsaným bodům jsme přihlédli a spolupráce s účastníky probíhá na dobré vlně. Dynamika skupiny je dobrá a kurz samotný proběhl ke spokojenosti obou stran. Výsledek velmi často obohatí obě strany, kde lektor získá poznatky jak to funguje i v jiném odvětví a účastníci si odnášejí nové dovednosti a zkušenosti, které jsme jim předali.
- **Negativní** – máme vytvořený minutový scénář, který nezohledňuje potřeby účastníků a průběh je velmi neefektivní: dynamika skupiny je těžkopádná, předání dovednosti je obtížné a chuť účastníků ke vzdělávání je nízká. V takové situaci se často může stát, že místo soustředění na vzdělávání přichází soustředění na lektora, chytání za slovo a formální stránky kurzu. Na konci kurzu je lektor často zcela vyčerpaný, účastníci na hranici znechucení a potenciál pro další vzdělávání je velmi nízký – **tomuto je potřeba se vyvarovat.**

Co se však stane, když se dobře emocionálně naladíme, ale necháme se stáhnout naladou účastníků? Vzpomeňme si na základy metodiky, konkrétně na části **Emoce** a **Informace**. V tomto případě budou

účastníci odcházet dobře naladěni, někteří si zapamatují do dalšího dne část informací, ale cíl vzdělávání v podobě **Dovednosti** a **Abstraktní konceptualizace** zůstane nenaplněn. Tato situace je rovněž nežádoucí!