

7 PRIPOROČIL NLP za doseganje

UČINKOVITE

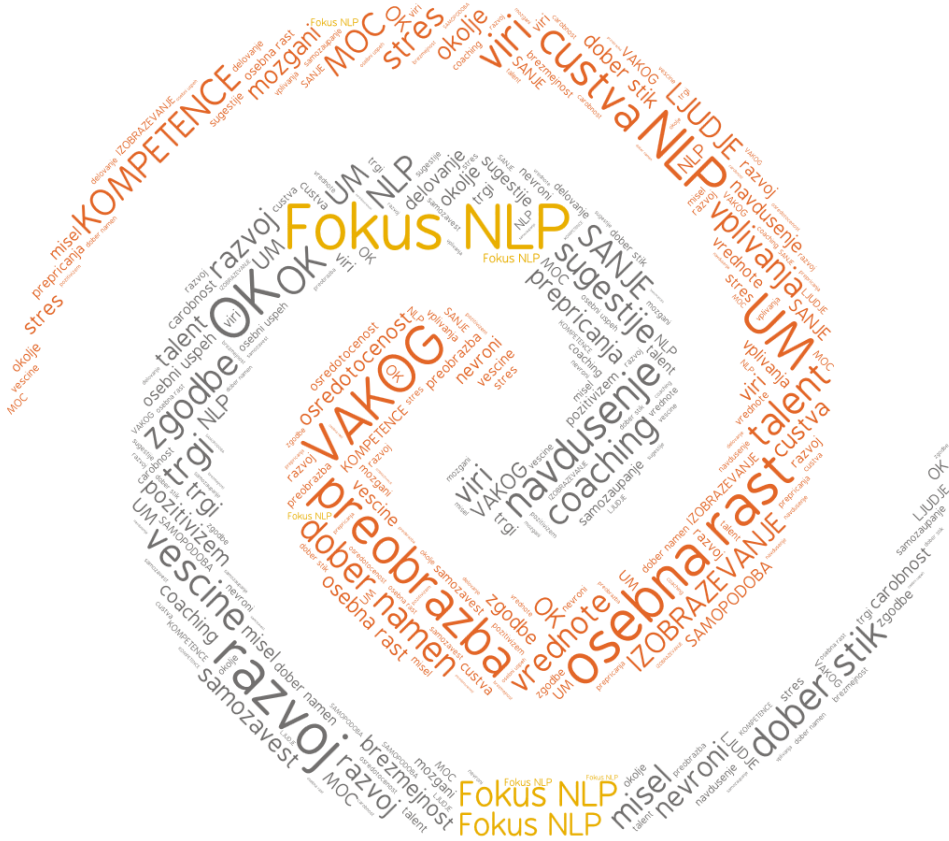
KOMUNIKACIJE

Helena Zajec

NLP trenerka, osebni in poslovni coach



»INLPTA certified trainer«



Vsebina

- UČINKOVITA komunikacija? 2
- Priporočilo št. 1: Preden spregovorite, vzpostavite DOBER STIK 4
- Priporočilo št. 2: dvoje ušes in ena usta – podpora AKTIVNEMU POSLUŠANJU 6
- Priporočilo št. 3: izogibajte se NEPRIMERNIM VPRAŠANJEM 9
- Priporočilo št. 4: Imejte JASNO PREDSTAVO, kaj želite doseči11
- Priporočilo št. 5: ozavestite in izberite GOVORICO TELESA14
- Priporočilo št. 6: Ljudje SLIK, ZVOKOV in OBČUTKOV16
- Priporočilo št. 7: Naučite se besednega aikida18
- Namesto zaključka20
- O avtorici 7 priporočil NLP za učinkovito komunikacijo.....21
- O Fokus NLP21

UČINKOVITA komunikacija?

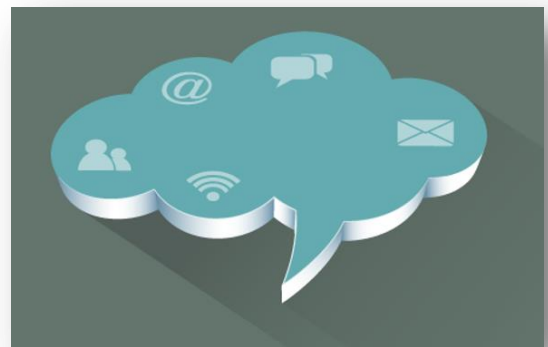
Edina (ne fiziološka) dejavnost, ki jo počnemo celo življenje, od rojstva do smrti, doma, v službi in sami s seboj, je komunikacija. Jemljemo jo za samoumevno kot dihanje. Pa vendar; **napačna beseda v napačnem trenutku ruši odnose, prizadene duše in uniči poslovne priložnosti**. Da je napačna, se običajno zavemo šele, ko smo soočeni z »nerazumnimi« čustvenimi reakcijami naših sogovornikov.

Komuniciramo vedno **ljudje z ljudmi**. Vsak od nas je skupek čustev, želja, pričakovanj, idej, skritih in razkritih misli ter nezavednih nagnjenj.

Razmišljanje, ki smo mu bili prevečkrat priča tudi pri nas, kot: »Pusti čustva doma! Ne biti tako čustven, občutljiv! Narobe si me razumel!« žal temelji na napačnih predpostavkah in predvsem pomanjkanju razumevanja delovanja človeškega uma in vzvodov, ki nas vodijo.

Zato spodbujamo: poučite se o človeški naravi.

Ta se vedno odloča s čustvi in notranjimi »programi«, pri katerih smo izjemno raznoliki. Razumevanje različnosti in redni trening vam bosta omogočala doseganje učinkovite komunikacije (pozor: učinkovite, ne nujno vedno prijetne), s katero boste v življenju uspešnejši, v odnosih pa srečnejši.



Zakaj so uporabna priporočila nevrolingvističnega programiranja?

Nevrolingvistično programiranje (**NLP**) je veda o razumevanju človekovega ustvarjanja notranje resničnosti, oblikovanja mišljenja in iz tega izhajajočega čustvovanja in vedenja ter nenazadnje tudi stila komuniciranja.

Za področje komunikacije NLP ponuja zbirko uporabnih in praktičnih orodij, modelov in učinkovitih tehnik, s katerimi enostavno in hitro dosegate vplivne, odlične odnose z zelo različnimi posamezniki.

NLP nas uvede v poglobljeno razumevanje delovanja človeške narave in nas nauči razumeti, zakaj in kako smo lahko ljudje uspešni, motivirani in srečni. Seznan nas z močjo nezavednega uma ter nas spodbuja, da ga pričnemo aktivno uporabljati na poti do naših ciljev, sanj in srečnega ter uspešnega življenja.

Več o NLP: <http://www.fokusnlp.si/kaj-je-nlp.html>

Priporočilo št. 1: Preden spregovorite, vzpostavite DOBER STIK

V enem od priročnikov učinkovite komunikacije za učitelje, je v uvodu zapisano:

»Učenci vas ne bodo spoštovali, ne poslušali, dokler ne bodo vedeli, da vam je mar zanje!«

Materializacijo te misli videvam vse okoli sebe na zelo različnih področjih. Ko postaja družba čedalje bolj povezana, je za doseganje rezultatov pomembno sodelovanje. Redko kdo lahko kaj zares velikega doseže popolnoma sam, zato je sposobnost vzpostavljanja dobrih, sodelujočih odnosov ključna vrlina vodij, politikov, mentorjev, staršev in prodajnikov. Dobri medsebojni odnosi so tudi ključen element uspeha vsakega izmed nas.



Življenje nas dolga leta uči, da zahtevamo svoje. Okolje nas spodbuja k bitki, konfliktu. Uči nas, da močnejši zmagajo. Ukažimo podrejenim! Prepričajmo kupca! Disciplinirajmo otroka! Vendar so te metode danes tako učinkovite, kot bi bila danes uporaba sekir in vozov za sečnjo gozdov. Čas gre naprej in za izzive nove družbe rabimo novo orodje: pozitivno sodelovanje.

Kako do takšnega stanja?

V naravi človeka je, da se druži s sebi podobnimi ljudmi. Z ljudmi, s katerimi je na isti valovni dolžini. V družbi takih se počuti bolj sproščenega, sprejetega in zato komunikacija teče bolj naravno in odprto. Slednje pomeni, da z večjo naklonjenostjo in odprtostjo sprejemamo mnenja, ideje in nasvete naših sogovornikov. Tu se začne pot *pozitivnega vplivanja*.

Zato pred katerim koli pogovorom (naj gre za pogovor vodje z zaposlenim, za prodajni obisk ali za delo z mladostniki) prvih nekaj minut namenimo **usklajevanju oz. zrcaljenju**. Slednje je orodje za vzpostavitev dobrega stika.

5 veččin hitrega doseganja dobrega stika:

1. **vsebinsko usklajevanje** – poiščimo teme, kjer se lahko strinjamo. Izogibajmo se izražanju lastnega mnenja o aktualnih dogodkih, preden vemo, kakšno mnenje ima o temi naš sogovornik. *Namesto trditev postavljamo vprašanja*. Kadar se s sogovornikom ne strinjamo, se vzdržimo agresivnih dialogov. Raje pospremimo njihove izjave z besedami: *»zanimivo ... ja, tudi tako nekateri razmišljajo ... verjetno se lahko gleda na*

te stvari tudi tako ...« Na ta način ohranimo svoje mnenje (zares ni potrebno, da ga vsem in v vseh okoliščinah tudi glasno izražamo ☺), sogovorniku pa dopustimo, da ima tudi on svojega.

2. **zrcaljenje** – prilagodimo **gibanje telesa** sogovornikovemu. Zavzamemo sogovornikovo držo rok, nog ter nagib telesa. Ko se ta premakne, se premaknimo z njim nekaj trenutkov kasneje. Če v roki drži pisalo, ga primemo tudi mi. Če spije požirek vode, se dotaknemo svojega kozarca vode ... Smo kot malce zapoznela senca našega sogovornika. Uskladimo **tempo dihanja**. To je izjemno močna tehnika, ki jo že mame učinkovito uporabljajo za pomirjanje otrok. Lahko da zveni neverjetno, ampak ljudje se vedno najprej »pogovorimo« na fiziološki ravni. Pomislite na sobo polno neznanih ljudi, komu se boste najprej približali? Osebo, ki si ji približamo izbere naš nezavedni um, ki do potankosti prepozna vsako gesto sogovornikovega telesa. Ob tem je pomembno dejstvo, da v prenosu sporočil predstavlja govorica telesa 55 % prenosa sporočilnosti.¹
3. **lingvistična uskladitev** – prilagodimo izbor besedišča in gostoto sporočil sogovorniku. Preveč ali premalo strokovno izrazoslovje nas lahko postavi na popolnoma različna bregova. Ravno tako se bosta težko pogovorila sogovornika, kjer se prvi pogloblja v podrobnosti, drugega pa zanimajo le ključne ideje.
4. **fonetično prilagajanje** – prilagodite tempo govora, ritem in ton glasu sogovornikovemu. Nič bolj ne para živcev kot sogovornik, ki govori prepočasi ali nekdo, ki svojega poslušalca z gostoto in hitrostjo povedanega ne pusti do besede.
5. **vrednote in prepričanja** – najučinkovitejše usklajevanje je prav na nivoju vrednot in prepričanj (v teh ste si najpogosteje podobni z vašim partnerjem in najboljšimi prijateljicami). Vendar velikokrat za to v hitrem tempu ni dovolj časa. Če gradite poslovna sodelovanja in iščete dialog soglasij in sodelovanja s sodelavci ali v družini, je to prava pot.

Veliko ljudi v dialoge vstopa s svojim »scenarijem« in vnaprej pripravljenim prepričanjem, da ima prav. Zato se mnogokrat znajde pred gluhi ušesi, zaprtimi vrati uma in nepripravljenostjo sodelovanja. Sodelovanje v takih čustvenih in mentalnih stanjih je neprijetno za vse udeležene.

Ljudje smo si različni – če hočemo sodelovati, moramo najti skupni jezik. Tu ne mislim slovenščine ali kakšnega drugega jezika. Gre za mentalno usklajevanje s širjenjem znanja in razumevanjem človeške narave. Razumevanje pa vodi do sprejemanja in opuščanja dialoga ogroženosti.

*Na **treningih NLP** se preko praktičnih vaj naučimo hitrega in naravnega vzpostavljanja dobrega stika in ozavestimo moč, ki ga ima pri vzpostavljanju odnosov zaupanja in sodelovanja na nezavedni ravni.*

¹ Več na: <http://www.businessballs.com/mehrabiancommunications.htm>

Priporočilo št. 2: dvojje ušes in ena usta – podpora **AKTIVNEMU POSLUŠANJU**

Ste se že kdaj znašli na sestanku, kjer so ljudje drug čez drugega argumentirali stališča, ne da bi se sploh poslušali? Ali na družabnem dogodku, kjer sta dve sogovornici druga drugi v trenutkih za vdih govorili vsaka svojo zgodbo?

*»Problem komunikacije ni toliko v izbiri besed,
kot v tem, da večina ljudi **ne posluša z namenom, da bi razumeli,**
temveč z namenom, da bi odgovorili.«*

Poslušanje je nekaj, kar jemljemo za samoumevno (kot dihanje). Pa vendar raziskave kažejo, da je naša **zbranost nekje 25 %**. Matematično to pomeni, da se 75 % povedanega izgubi na poti od govorca do slušatelja.



Ali drugače: večina ljudi ni sposobnih aktivno poslušati povprečno dolge pesmi, brez da bi jim pri tem misli odtavale.

Kaj to pomeni pri dajanju navodil? Pri poučevanju? Pri prenosu ideje?

Aktivno poslušanje zmanjša obseg izgube informacij, do katerega prihaja v procesu komunikacije. Pripomore, da pridemo problemom do dna in zgradimo sodelujoče ter sprejemajoče odnose.

5 veščin aktivnega poslušanja:

- **odločite se** za poslušanje - aktivno in zavestno se odločite, da boste molčali, dokler drugi govorijo, postavili vsaj dve dodatni vprašanji in sogovorniku večkrat spodbudno pokimali, naj nadaljuje. Spregovorite šele, ko dobite jasen signal, da je sogovornik končal. Kajti če vskočimo prezgodaj, ostane naš sogovornik še vedno znotraj svojih misli in je v takem stanju manj dojemljiv za naše argumente ali poslovne predloge.
- aktivno uporabljajte **tišino** – hecno, kajne? Najboljši način, kako druge prepričati, da povedo več, ni postavljanje vprašanj. Je ohraniti molk. Molk sporoča: »Razmišljam o tem, kar si mi povedal. Zanima me več.« To običajno pri sogovorniku sproži nov val pripovedi, v katerih so velikokrat najbolj dragocene informacije. Tišina sugerira zaupnost, sprejemanje in sporoča: »Vi in vaše mnenje sta meni pomembna!« Tišina odpira um in srca.

- **pripravite telo** – poskrbite za odprto držo telesa. Obrnjeni bodite proti sogovorniku z nasmehom na obrazu. Taka drža izraža, da smo se posvetili sogovorniku ter spodbuja sodelovanje in omogoča usklajevanje na neverbalni ravni.²
- postavljajte **vprišanja, spodbudite** nadaljevanje - »Kako ste to mislili?« »Tega nisem dobro razumel.« »Mi lahko bolj natančno pojasnite?« »Res?« »Kaj takega!« »Mhm ...« »Povejte kaj več o tem!«
- **ponavljajte, povzemajte** – posebno močno orodje aktivnega poslušanja je ponavljanje dela stavka, ki ga je sogovornik prej uporabil. »Rekli ste, da je to predrago ...« Ali pa: »Torej, če sem vas prav razumel, ste povedali ...«

Nasprotje aktivnega poslušanja:

- čakam, da nekdo drug vdihe, in takrat hitro vskočim s svojim argumentom oz. nasprotnim primerom;
- tiho čakam, da sogovornik neha in nato odprem čisto novo temo, ki s prej povedanim nima zveze;
- zanikanja – »Ne, to ni res« »Nimate prav.« »Že mogoče, da to mislite, ampak jaz vem, da temu ni tako!«

Top 5 koristi aktivnega poslušanja

1. **prinaša razumevanje** – pomislek, problem ali idejo s strani sogovornika vidimo z njegovega vidika, kaj predstavlja v njegovem svetu. Le tako se lahko ustrezno odzovemo. Ne le na besede, temveč na sporočilo, ki ga le-te nosijo s seboj. Npr. kolikokrat kupec pravi: »To ni zame ... to je predrago.« Velikokrat je to površinski izraz zapletenih misli in čustev na strani sogovornika. Če se odzivamo le na besede, morda ne rešimo pravega problema. V našem primeru morda kupec danes nima denarja pa bi ga nakup na obroke prepričal. Ali ga skrbi, kako bo to investicijo pojasnil partnerju in bi ga kakšna dodatna argumentacija pomirila.

Brez aktivnega poslušanja odgovarjamo na lastne predstave, ki jih ob besedah dobimo, ne na tiste, ki vodijo odločanje sogovornika. Preverite, kaj stavek »grem na dobro večerjo« pomeni za vašega sodelavca, partnerja ali otroka. Odgovori vas bodo presenetili ☺. Če bi sklepali po sebi, bi bil morda kdo, ki bi se vam pridružil, razočaran.

² glej Priporočilo št. 1

2. **dviguje sposobnost empatije** – da se znamo postaviti v sogovornikove čevlje. Lažje razumemo, kakšni so interesi in čustvena stanja sogovornika, njegove potrebe in želje. Nato se lahko temu prilagodimo.
3. **ustvarja dober stik** – če poslušamo, zvemo, kaj se dogaja na sogovornikovi strani in nam daje čas za zrcaljenje in neverbalno usklajevanje.
4. **sogovornik občuti, da se poslušalec poskuša vživeti vanj**, ga želi razumeti in zato sporoča informacije bolj zavzeto.
5. Zelo pomembna plat poslušanja je **ljubezen** do partnerja, otroka, prijatelja, ki se v vsakodnevnem življenju kaže skozi pozornost in čas, ki ga namenimo temu, da jim **AKTIVNO PRISLUHNEMO**. Prisluhnemo z namenom, da bi zares razumeli, kaj dogodki pomenijo v njihovem modelu sveta in ne v našem. Lažje razumemo, kakšna čustva v njih sprožajo določeni dogodki in kaj potrebujejo.

Če ste bil kdaj na tleh, razočarani, žalostni, potem veste, da potrebujete ramo, na katero se lahko naslonite in ušesa, ki prisluhnejo. Ne potrebujete kupa nasvetov, kako vse rešiti, kajti nasveti le še poglobijo stisko in občutek nesposobnosti. Že sami vemo, kaj je potrebujemo, a včasih enostavno nimamo moči. Takrat rabimo pravega prijatelja, ki razume in zna aktivno poslušati.

Priporočilo št. 3: izogibajte se **NEPRIMERNIM VPRAŠANJEM**

Običajno pričakujemo, da če postavimo vprašanje, dobimo odgovor. Pa vendar ... Ste kdaj doživeli, da ste postavili vprašanje, dobili pa nazaj rafal jeznih besed, v smislu: »A se delate norca? A se zafrkavaš? Ne sprašujete me bedarij!«

Kaj je šlo narobe?

»**10 % sporov povzroči različnost mnenj,
90 % pa slaba izbira besed, časa in tona.**«

Pri postavljanju vprašanj sta ključnega pomena pravi čas in izbira besed.

Primer

Marko in Metka sta sodelavca in dobra prijatelja, vajena odkrite komunikacije. Že nekaj dni pa Marko prihaja na delo nejevoljen in mrk. Metka ima takega obnašanja dovolj, saj je vzdušje v pisarni prav moreče. Odloči se nagovoriti ta problem: »*Ti, Marko, zakaj imaš tak dolg nos že ves teden? A moraš biti tako neprijazen in nedružaben? Kaj sem ti spet naredila?*«

Česar Metka ne ve je, da ima Marko resen izziv v svoji osebni zvezi in da o tem še ni pripravljen govoriti z nikomer. Marko vstane, odide in ob tem zaloputne z vrati.



Kaj je šlo narobe? Metka je v svoj izjavi uporabila kar nekaj t.i. **PREPOVEDANIH VPRAŠANJ:**

- **retorična vprašanja** - so vprašanja, ki že v sebi nosijo odgovor, ki je običajno krepko obarvan s čustvi in pogledi na svet. Velikokrat vsebuje skrito kritiko ter podcenjujoč odnos do drugače mislečih. Retorična vprašanja pogosto v prepričevanju uporabijo agresivni sogovorniki z nerazvito čustveno inteligenco. »Kako to, da ne znaš odgovoriti v 10 dneh?« »Vemo, kako se dela v računovodstvu, torej ...«
- **ponižujoča ali agresivna vprašanja:** »Zakaj?« »A spet?« »Zakaj ne?« Takšna vprašanja sugerirajo napad in kritiko. Na to se običajno odzovemo z izgovori ali pa nasprotnimi argumenti. Vsekakor tako vprašanje ne prinese odgovora še manj pa rešitve, saj kar kliče po utemeljitvi obstoječega obnašanja.
- **napačen čas (timing)** – če bi Metka vedela, v kakšni stiski je Marko, tega problema ne bi izpostavila zdaj. Razumela bi, da gre za prehodno stisko, ki jo vsak premelje po svoje. Tudi brez vseh lingvističnih napak pravo vprašanje v napačnem trenutku kaže predvsem na pomanjkanje empatije s strani govorca.

- **hude posplošitve** - »Zakaj vedno ...?« »Zakaj nikoli ...?« »Ali moraš *non stop* ...« Posplošitve največkrat krivično sugerirajo, da je določeno obnašanje ves čas prisotno. Namesto iskanja rešitve sogovornik reagira na skrito sugestijo, ki se skriva v besedi *vedno* in se namesto reševanja problema z vami zaplete v spor.
- **»ti« sporočila** – ko zaradi nekega vedenja, obnašanja prilepimo posamezniku nalepko na nivoju identitete in to zapakiramo v »*nedolžno vprašanje ... saj me samo zanima!*« Ta so še posebej škodljiva pri vzgoji in krivična v odnosnih relacijah. »Nisi naredil naloge,« lahko sogovornik razume kot: »Zakaj si tako nesposoben?« »Odrezavo si odgovoril,« pa kot: »Ali moraš biti (vedno) tako nesramen?!« Tudi to so neke vrste retorična vprašanja, saj sugerirajo, da je nalepka resnična. Potrebujemo samo pojasnilo, zakaj je tam.

Hitra priporočila za oblikovanje pozitivnejših vprašanj:

- vprašajte po **rešitvi** – naj vprašanje vodi k rešitvi in ne v poglobljanje problema. Na primeru Marka in Metke bi Metka lahko izzvala bolj pozitivno reakcijo, če bi vprašala: »Kako ti lahko pomagam? Sem jaz naredila karkoli, kar te je prizadelo? Lahko to spremenim?«
- vprašajte po **vzroku** in **dopustite odsotnost odgovora** - v našem primeru: »Marko, kaj se dogaja? Bi se želel pogovoriti?«
- **nagovorite obnašanje**, ne osebnosti – »Marko, že nekaj dni opažam, da si manj družaben in slabše razpoložen. Te kaj teži?«
- **jaz sporočila** – opišejo kaj jaz čutim, vidim, mislim. Dopustijo, da sogovornik pojasni svoja čustva in razloge za vedenje. »Marko, zdi se mi da si v stiski. Želela bi ti stati ob strani. Hkrati pa priznam, da mi je težko delati v takem vzdušju. Kaj lahko jaz naredim, da bo drugače?«

Verjetno ste se kdaj znašli že na obeh straneh pogovora, ko neprimerne teme v napačnem trenutku povzročijo veliko nelagodje vsem prisotnim. Ljudje smo socialna bitja in prav vsi vemo, kdaj smo bili deležni nevljudnega ali ignorantskega vprašanja ter vedenja.

Socialno inteligentni posamezniki se trudijo, učijo čuječnosti in pozornosti izbire prave besede v pravem trenutku. Tako krepijo svojo karizmo in vpliv.

Na **treningih NLP** preko meta modela jezika spoznamo t. i. »zmaje komunikacije«. To so: *brisanja, posploševanja in popačenja, ki so glavni krivci motenj v komunikaciji in postavljanja neprimernih, kritičnih vprašanj.*

Hkrati pa dobimo na voljo zbirko t. i. močnih vprašanj, ki pogovor vračajo nazaj na izviren problem in orientirajo oba sogovornika v rešitev in sodelovanje.

Priporočilo št. 4: Imejte JASNO PREDSTAVO, kaj želite doseči

»Ali bi mi lahko povedali, kam moram, da pridemo od tod?«

»To je predvsem odvisno od tega, kam hočeš,« je rekla Mačka.

»Ni mi kaj prida mar, kam ...« je rekla Alica.

»Potem je vseeno, kam greš,« je odgovorila Mačka.

(L. Carroll: Alica v Čudežni deželi)

Kot Alica se veliko ljudi znajde v komunikacijski zanki problemskega razmišljanja (česa si ne želimo, kje ne maramo več biti, kako bomo nekaj preprečili, dopovedali) ali pa enostavno nimamo jasne predstave, kaj želimo doseči in zato pustimo sogovornika hladnega.

Do nesporazumov ali neučinkovite komunikacije običajno prihaja, ker govornik nima jasne predstave:

1. kaj želi, da se zgodi kot **rezultat** komunikacije ali dialoga,
2. kako »dostaviti« informacijo na **način**, da ga drugi sprejme, razume in nanjo pozitivno odreagira.

Vsi ves čas komuniciramo, od rojstva do smrti, pa še vedno preseneča, koliko ljudi zamenjuje govorjenje s komunikacijo. Namen komunikacije je odziv, neka reakcija na drugi strani. Komuniciramo z razlogom, da vplivamo. Če nimamo jasne predstave, kako bomo vedeli, da smo na pravi poti?



Kot na drugih področjih življenja tudi v komunikaciji velja:

1. imejte **jasen cilj** in podredite komunikacijo temu cilju!
2. pozorno **spremljajte**, ali vas vaš način komuniciranja pelje k cilju ali stran od njega!
3. bodite pripravljeni **spreminjati** načine in poti, da vas ena pripelje tja, kamor želite priti!.

Jasen cilj v komunikaciji:

- **Pozitivni cilji** → cilji naj bodo v trdilni obliki: povejte, kar želite in ne česar nočete. Možgani nikalnice težje procesiramo in zanikane izjave postanejo lahko nezavedna navodila, ki vas vodijo v napačno smer!
- **Aktivni cilji** → razmislite, kaj boste storili, da prepričate sogovornika. Ne pričakujte, da bodo drugi kaj storili za vaš cilj. Cilj naj bo znotraj vašega polja vplivanja. Ne pozabite:

drugih ne moremo spreminjati, spreminjamo lahko le sebe in na tak način vplivamo na druge.

- **Podrobni cilji** → imejte jasno predstavo, kakšen odziv pri sogovorniku iščete in kakšen jezik ali metodo boste uporabili. Pomagate si lahko z vprašanji: kdaj, kaj, kako in kje.
- **Imam dokaz** → določite skalo, po kateri boste ocenili uspešnost komunikacije: 0 – sploh nisem ničesar dosegel in 5 - izteklo se je tako, kot sem načrtoval.
- **Viri moči** → Preverite, ali imate dovolj virov osebne moči (npr. potrpljenje, nekonfliktnost) in znanj (taktik), da lahko ustrezno komunicirate (npr. asertivnen dialog in v moj cilj usmerjen dialog; poznam pravila komunikacije z ljudmi slik, zvokov, občutkov, ipd).
- **Obseg cilja** → cilj naj bo realen in ravno prav velik. Dosegljiv v določenem času in določenih okoliščinah. Vsega ne morete rešiti z enim pogovorom. Pot do cilja se vedno začne s prvim korakom. Če pričakujete preveč, boste izvajali nezaveden pritisk na sogovornika in tudi če dosežete premik v pravo smer, lahko to zaradi cilja, ki je predaleč v času ali prevelik v obsegu, to spregledate.

V NLP-ju pozivamo, naj bodo cilji **ekološki**. Kar pomeni, da bodo nastale spremembe, ko bo cilj dosežen, dobre za vas, za sogovornika in njegovo okolje (dom, delovno okolje).

Pravi načini komunikacije?

- Zlato pravilo: preden spregovorite, razmislite! Povejte le to, kar mislite in vam je resnično pomembno. Manj je več!
- Poskrbite za svoje pozitivno stanje in ne pozabite, da 55 % sporočila prenašamo preko govornice telesa in energije.
- Pred začetkom, poskrbite za dober stik³!
- Jasno izražajte spoštovanje do sogovornikovega načina razmišljanja. Velja rek: »Ni potrebno, da se strinjam, da te lahko razumem in sprejem!«
- Tudi pogovor: »Dvoje ušes in ena usta,« uporabljajte dobesedno.
- Izberite asertivno komunikacijo (win-win) ter pozitivno izražanje.
- Izogibajte se neprimernim vprašanjem.⁴
- Uporabljajte pritrdilne in aktivne stavke namesto negacij in pasivnega izražanja.
- Prilagodite način in besede ljudem slik, zvokov ali občutkov (podrobneje v naslednjem priporočilu).

³ Glej Priporočilo št. 1

⁴ Glej Priporočilo št. 3

- Opustite moraliziranje (to je le vaš pogled na stvar), obtoževanja in kritike. S tem dosežete le, da se slušatelj za vas mentalno zapre in napihnete problem, rešitvi ali drugačnemu stanju pa niste nič bližje.

Ohranite v zavesti, da je komunikacija vedno dvosmerna. Vse, kar rečem, storim, opustim, vpliva na drugega in njegove reakcije.

Zato si vzemite čas in natančno premislite, KAJ želite v komunikaciji in KAKO se boste tega lotili.

Če kljub pripravi in trudu ni uspelo, **spremenite taktiko!** Če je važen cilj, ste svobodni, da izberete različne poti do njega.

Definicija norosti: »Početi iste stvari na enak način in pričakovati drugačen rezultat?!«

*Na **treningih NLP** slušatelji analizirajo različna področja življenja in si zanje postavijo dobre cilje.*

Te cilje podpremo z aktivacijo zavednih in nezavednih virov ter jih preko različnih tehnik (Prenos virov po časovni črti, loščenje virov po Diltsovi piramidi, SMART metoda) okrepimo do te mere, da postanejo samo sprožilni.

Na treningih NLP velja: »Bodite previdni glede tega, kaj si želite. Kajti večina teh žej, spremenjenih v aktivne cilje, se namreč uresniči!«

Priporočilo št. 5: ozavestite in izberite GOVORICO TELESA

Današnja *zahodna* družba se v komunikaciji naslanja predvsem na besede; jih izbira, obrača, analizira in pri tem pozablja, da govor zgodovinsko predstavlja dokaj »mlado« komunikacijsko sredstvo.

To ni presenetljivo, če se zavedamo, da smo se ljudje tisočletja našega obstoja sporazumevali z mimiko, telesnimi gibi in grlenimi glasovi, saj se je govor razvil šele, ko so se naši možgani trikrat povečali. Zgodovinsko gledano so telesni izrazi in mimika v nas globoko zakoreninjeni in jih naš um uporablja nezavedno in zato necenzurirano!

Albert Mehrabian pionir med raziskovalci govornice telesa je ugotovil, da se pri sporočanju prenese na sogovornika le 7 % besedilnega sporočila, medtem ko ostalih **93 % predstavljata govornica telesa in intonacija** povedanega.

Spretni komunikatorji se zavedajo, da je »branje« telesne govornice večkrat pomembnejše od izbire besed; pa naj gre za poslovno ali zasebno okolje.

Verjetno ste tudi že sami ugotovili, da ljudje ne povedo (ne povemo ☺) vedno vsega, kar mislijo/mo ali čutijo/mo. Še več, včasih se svojih pravih čustev niti sami ne zavedajo.



Če želite komunicirati CELOSTNO in tako tudi prepoznavati naravnost vašega sogovornika do vaših predlogov, je ključno da:

Izberete prepričljivo in spodbudno govornico telesa:

- odprite svojo držo: razklenjene roke in dlani, obrnjene navzgor, spodbujajo zaupanje in izražajo odkritost,
- uporabite telo, da preko zrcaljenja vzpostavljate dober stik,
- med sestanki se izogibajte gledanju vstran, v tla ali dotikanju obraza; sogovornik to lahko prepozna kot znak neiskrenosti,

- v poslovnih pogajanjih ali na pomembnih sestankih z vplivnimi osebami se izogibajte sedenju nasproti sogovornika; izberite raje mesto ob strani in tako spodbujajte sodelujočo naravnost.

Bodite pozorni na telesne gibe sogovornikov:

- dotikanje, praskanje delov obraza med poslušanjem vaših predlogov lahko nakazuje, da se v sogovornikovem nezavednem umu oblikuje dvom v zvezi s slišanim ali povedanim,
- križanje rok, nog, obračanje vstran lahko nakazuje, da sogovornik ni nujno več pri stvari, zato spremenite taktiko, intonacijo, vsebino,
- pozorno spremljajte govorico nog in stopal, ki so daleč od možgan in so največkrat skriti pod mizo, saj so vaš najbolj iskren sogovornik,
- praskanje nosu, oči, ušes ali t. i. rahljanje ovratnika, medtem ko vaš sogovornik razlaga, so lahko znak neiskrenosti; takšne trditve je koristno še enkrat preveriti.

Uporabite telo za doseganje čustvene stabilnosti: telo in um sta namreč del istega kibernetkega sistema in tako, kot se naše čustveno stanje odraža na našem telesu, lahko načrtna izbira spodbudne, samozavestne drže telesa pomaga našemu umu ustvariti novo kemijsko sestavo in dejansko tudi spodbuditi nova čustva.

Ne tablete ali preparati, vaše TELO je vaš najbolj učinkovit pripomoček do sproščenih in pozitivnih čustvenih stanj!

POMEMBNO: Govorica telesa je kompleksna in velikokrat individualna resnica, zato se je dobro o njej temeljito podučiti, preden nekoga, ki ga zebe, označimo kot introvertirano in neiskreno osebo.

*FOKUS NLP nekajkrat letno organizira **delavnice o branju in uporabi govornice telesa**, kot pot do poglobljenega razumevanja kalibriranja, ki je ključno orodje mnogih tehnik NLP. Preverite termin na www.fokusNLP.si*

Priporočilo št. 6: Ljudje SLIK, ZVOKOV in OBČUTKOV

Kako raje prejmete navodila za novo pot? Da vam jo kdo nariše? Da vam jo kdo opiše, razloži? Da raziskujete in sami odkrijete kod in kam?

Vsak od nas se odloča po sebi najbolj domač, priljubljen način, s katerim razkriva, kateri čut je tisti, na katerega se zanese in mu predstavlja vir *pravih* informacij.

Enako zakonitost kot pri odločanju za nakup ali iskanje prave poti, najdemo tudi v naši medosebni komunikaciji.

»Nemogoče je karkoli doživeti ali karkoli misliti, ne da bi pri tem v svojem umu ustvarjali slike, slišali dialoge ali doživljali občutke.«

Kljub temu da komunikacija teče s podporo vseh naših 5 čutov (vid, sluh, otip, vonj, okus) in je vsaka misel ali spomin le kombinacija zapomnjenih slik, besed, občutkov, vonjev ali okusov, pa je večina med nami že zgodaj v mladosti opredelila svoj *preferenčni* čut. Pot, po kateri najraje sprejemamo informacije in jim tudi najbolj zaupamo ter se na osnovi le-teh odločamo.

Tako generalno ločimo ljudi zvokov, slik in občutkov.



Ljudje SLIK:

- se zanašajo na svoj **vid**. Kar vidijo, je resnično in relevantno. Videz šteje! Med pogovorom si v svojem umu ustvarjajo vizualne predstave in odločitve sprejemajo na osnovi privlačnosti in sprejemljivosti le-teh;
- njihov um deluje hitro, a razmisleki so razmeroma površinski, zato imajo radi dinamične pogovore, raznolike vsebine brez pretiranih poglobljanj in jasne vizualne predstave;
- ko govorite z njimi, jim skicirajte vaš predlog, naj bo privlačen, hitro razumljiv in s svojim opisom jim ustvarite miselne predstave. Ne zahajate v podrobnosti in bodite pozorni na svoj (urejen) videz ter slikovitost vaših gradiv.

Ljudje ZVOKOV:

- se zanašajo na svoj **sluh**. Kar slišijo, o čemer se s kom pogovorijo, to je resnično in relevantno. Priporočila štejejo! Med pogovorom si v svojem umu ustvarjajo vprašanja in odgovore ter odločitve sprejemajo na osnovi privlačnosti in sprejemljivosti le-teh;
- njihov um deluje počasneje, razmisleki so globlji, zato imajo radi čas, da se o zadevah pogovorijo, postavijo nekaj vprašanj in izpostavijo pomisleke, na katere želijo odgovore;
- vzemite si čas za pogovor. Uporabite tehtne in izbrane besede in povabite sogovornika k dialogu. Ne poskušajte imeti ves čas glavne besede in bodite pozorni, da dobijo

odgovore, ki jih pričakujejo, sicer si bodo s pomočjo notranjega dialoga ustvarili odgovore sami!

Ljudje **OBČUTKOV**:

- se zanašajo na svoj **zunani** (tip) ali **notranji občutek** (je ali ni OK). Med pogovorom si v svojem umu ustvarjajo notranjo razumevanje in notranje občutke, odločitve sprejemajo glede na to, kako pogovor dojamajo, občutijo ali razumejo. Kar preizkusijo, to razumejo!
- možgansko valovanje je počasno in globoko, zato imajo radi natančne razlage, analize in številke, ki jim dajejo občutek, kako stojijo in jim omogočajo pravo razumevanje teme pogovora,
- pripravite se na pogovor: poskrbite za prijetno vzdušje ter dobro poznavanje tematike. Napovejte se dovolj zgodaj, da se bodo lahko na vaš obisk pripravili, saj ljudje občutkov niso naklonjeni presenečenjem v zadnjem trenutku ali nenapovedanim sestankom. Upočasnite tempo govora in dostavite analize, grafične predloge ali najboljše kar izdelek sam, če gre za prodajni obisk. Naj dobijo občutek, da razumejo in da so deležni poglobljenih informacij.

»Kar ne pride notri, ne more ven.«

Uporaba preferenčnega kanala predstavlja močan filter, ki preprečuje, da bi informacije razumeli in sprejeli. Ljudje slik bodo torej nervozni, če jim boste pot opisovali, saj si je ne morejo predstavljati. Ljudje občutkov pa ne bodo prepričani, če jim je pot zares jasna in ali se lahko na svoj občutek zanesejo.

Zato je ključno, da v dialogih **prepoznate**, s kom imate opravka (mnogo tega se naučimo na naših delavnicah) in se zaznavnemu tipu **prilagodite**. Če tega ne veste, vam ostane najzanesljivejša pot: poskrbite, da bodo nagovorjeni vsi trije kanali!

Izberite prave besede, gradiva in tempo govora ter si tako pri sogovorniku zagotovite *prepustnost* vaših sporočil.

*Na **treningih NLP** se poglobimo v večplastnost naših čutnih zaznav tako z vidika oblikovanja subjektivne notranje resničnosti kot z vidika komunikacije. Uporaba in nagovarjanje pravega zaznavnega kanala ključno pripomore k prehodnosti sporočila ter naravni nadarjenosti posameznikov za določene dejavnosti, s tem pa se odkrivajo praktične aplikacije znanj NLP na področju učenja, poučevanja, javnega nastopanja, marketinga, prodaje, pogajanj, vodenja sestankov, izbire poklica in druge.*

Priporočilo št. 7: Naučite se besednega aikida

Ugovori, nesoglasja in različni interesi so vedno sestavni del medosebne komunikacije, pa naj gre za družinske debate, službena možgančkanja ali poslovna pogajanja.

»Bistvo ni v borbi z nasprotnim. S čimer se borim, temu dajem svojo energijo.

Bistvo je v sprejemanju in usmerjanju. Kot pri plesu: kamor te povabim, tja slediš!«



Med pogajalci je dobro znano, da v pogajanjih ne šteje ne avtoriteta moči ne moč argumentov. Ne gre za to, kdo ima prav in kdo ne. Pogajanja izrazito zasledujejo t. i. *win-win* model.

Da lahko sogovornika prepričamo v naš predlog, je pomembno, da znamo sogovorniku hkrati priznati njegove potrebe, legitimnost njegovih ciljev in pričakovanj in prikazati nove (naše) možnosti na način, ki ne ogroža, izključuje, temveč je le druga pot do istega namena in cilja.

Naravnajte se na sprejemanje:

- opustite razmišljanje »kdo ima prav« in začnite razmišljati, kako ustvariti situacijo, v kateri bi lahko imeli prav vi in vaš sogovornik;
- preklopite na t. i. »asertivno« komunikacijo, ki se v poslovnem svetu čedalje bolj uveljavlja zaradi pozitivnih učinkov, ki jih ima na odnose in poslovne rezultate. Temelji na načelu sprejemanja in priznavanja potreb drugih, kot nasprotje agresivnemu uveljavljanju lastnih interesov in argumentov. Hkrati nas spodbuja, da se svojih ciljev in potreb zavemo in jih aktivno, pogumno, a nenasilno zasledujemo;
- ohranite pred očmi **svoj cilj in ne svoj prav!** Učinkoviti komunikatorji imajo cilj svoje komunikacije vedno jasno pred očmi in ga potrpežljivo zasledujejo. Včasih tudi po ovinkih in stranpoteh. Delujejo kot reka, ki poišče novo pot, ko naleti na ovire. Pripravljeni so vložiti dodaten trud in čas, da poiščejo nove taktike in strategije, ki še vedno vodijo k cilju, sogovorniku pa omogočajo, da v dialogu ohrani svoje mnenje in svoj prav;

Ne pozabite: vaše misli se zrcalijo in berejo skozi govorico vašega telesa, zato je izbor miselne naravnosti ključen!

Spretno uporabite besede:

- Besede imajo moč, da znotraj nas ustvarjajo miselne predstave. Čustveno reagiramo vedno na naše notranje predstave ne na realnost samo. Izbor besed lahko sugerira misli, zato je spretna izbira besed večina, ki se jo je vredno naučiti! Namesto: »To je najboljši avto,« lahko rečete: »Predstavlja si, kako se človek počuti, ko se pelje z enim od najboljših avtomobilov.« V obeh stavkih je vaš avto najboljši. Le da v prvi izvedbi hitro naletite na ugovor ali pomislek, v drugi pa nagovorite občutke in razmišljanje v smeri, da je ta avto zares najboljši;
- Namesto »ja, ampak« in »toda« uporabite besede, ki mnenje sogovornika dopolnijo, razširijo in mu slikajo nove možnosti razmišljanja. Namesto: »Ne! To ni res,« ali »Že že, ampak ...« uporabite besedne zveze kot: »To bi lahko bilo res ... in hkrati ... « ali »Zanimivo razmišljanje, zanimivo bi bilo morda tudi ...« Tak način izbire besed omogoča sogovorniku, da čuti sprejetost, zaradi tega bo postal odprt za vaša mnenja in predloge,
- Podučite se o čudežni moči sugestij, pozitivnih besed in tudi izgubah, ki jih ustvarjajo napačno uporabljene besede v komunikaciji.

Uvedite v svojo komunikacijo t. i. besedni aikido. Pri aikidu za pot do zmage borci uporabijo energijo napada nasprotnika. Udarcev ne blokirajo, temveč energijo in pot udarca uporabijo za pot do svoje zmage.

Tako tudi vi uporabite vsak ugovor, pomislek in drugačno mnenje za to, da se lahko strinjate in dopolnjujete. Pravzaprav so ugovori in predlogi vašega sogovornika izjemen dar, saj vam ponudijo vpogled v cilje in skrbi, ki ga težijo. Če mu prisluhnete na tem področju, si lahko ustvarite zaveznika.

In ne pozabite: sprejemanje NI ENAKO kot strinjanje.

Vedno lahko sprejmete mnenje, cilje in pričakovanja sogovornikov, pri tem pa zase ohranite tista, ki so resnična in dobra za vas.

Ker na naš um vplivajo notranje predstave, čustva in vedenja posameznikov, ima lingvistika na delavnicah NLP pomembno mesto. Poleg ozaveščanja lingvističnih popačenj, posploševanj izbrisov, se naučimo t. i. trans jezika, ki povezuje in odpira. Vešči pa postanemo pri postavljanju pravih vprašanj, ki nas vodijo do izvornih misli in s tem do pričakovanj, strahov ali želja naših sogovornikov.



Namesto zaključka

Ne verjemite slepo ne tem ne katerim koli drugim nasvetom. Niti ne zamahnite z roko.

Vabim vas, da **PREIZKUSITE!** Vsaj 7x, v različnih situacijah. Potem imate **izkušnjo** (novo znanje) in ne le mnenja.

V priporočilih sem zbrala izvlečke iz modelov in tehnik NLP, ki so nastale z modeliranjem najodličnejših posameznikov iz različnih področij. Zapisani so modeli delovanja ljudi, ki so bili pri svojem delu nadpovprečno uspešni. Med njimi so: Milton Ericsson, Walt Disney, Virginia Satir in drugi. S pridom jih danes uporabljajo tako politiki (npr. Barack Obama) kot tudi podjetja in korporacije (npr. IBM, Fiat, American Express).

Za celovito izkušnjo in razumevanje zakulisja medosebne komunikacije vas vabim na naše treninge NLP, ki jih izvajamo v Ljubljani in Novem mestu, kjer se boste pod vodstvom dveh trenerk NLP, ki ju odlikuje pozitiven življenjski duh in praktična naravnost, priučili tehnik odličnosti v komunikaciji, ne le z drugimi, temveč tudi sami s seboj.

Na treningih se seznanite s ključi osebne uspešnosti, ozavestite svoje sanje, aktivirate cilje, morebitne zamere in težke preizkušnje življenja pa za vedno pustite za seboj.

20

Naučili se boste tudi kako graditi odprte in sodelujoče odnose z različnimi posamezniki, s tem pa postajali vedno bolj vplivni v komunikaciji in odnosih.

Vsa ta znanja boste lahko uporabljali v različnih kontekstih. Zasebno v partnerstvu in vzgoji otrok, poslovno pa še posebej na področju prodaje, vodenja, nastopanja, poučevanja in drugod, kjer je učinkovita komunikacija pot do vašega cilja.

Do takrat pa naj vam bo v podporo **7 priporočil NLP za doseganje učinkovite komunikacije.**

Hvala, ker ste brali z menoj,

Helena Zajec

O avtorici 7 priporočil NLP za učinkovito komunikacijo



Helena Zajec je trenerka NLP z mednarodno licenco INLPTA, mojstrica NLP in praktik NLP. Izvaja izobraževanja s področja osebne in poslovne komunikacije, čustvene stabilnosti, prodaje in osebnega razvoja. Na več kot 50-tih izobraževanjih se je pri njej šolalo že preko 550 slušateljev.

Deluje tudi kot osebni in poslovni coach in tako omogoča svojim slušateljem hitrejšo pot do aktivacije novih znanj v praksi.

Kot univerzitetna diplomirana ekonomistka je v svoji raznoliki karieri pridobila praktične izkušnje s področja posloводства, vodenja prodaje in marketinga v zasebnih in državnih podjetjih (Slovenska knjiga, Studio Moderna, Telekom Slovenije, Najdi.si in drugi), sodelovala je v mednarodnih projektih, programih sanacij in združevanjih družb.

Pri delu se je vsakodnevno srečevala z izzivi vodenja ter tipično stresnimi situacijami, ki jih je dandanes v času krize v prodajnih oddelkih še posebej veliko. Tako dnevno uporablja večšine motiviranja in navduševanja zaposlenih. Velikokrat deluje tudi kot osebni coach in mentorica svojih sodelavcev.

Kot del osebnega poslanstva pripravlja izobraževalne programe za vsakega izmed vas. Kako izboljšati medosebne odnose in komunikacijo v poslovnem in zasebnem življenju, jih podpreti z naprednimi tehnikami in strategijami osebne rasti, ki lahko prav v vsakem izmed nas okrepijo tisto, kar je v nas najboljšega, in nam omogočijo bogato in zadovoljno življenje brez spon preteklosti.

Več o avtorici: <http://www.fokusnlp.si/helena-zajec.html>

