

## **1. UVODNI ČLANEK**

Ste se že kdaj vprašali, ali ste pripravljeni na spremembe? Ali ste sposobni stopiti na pot boljšega, srečnejšega in izpopolnjujočega življenja? Ste morda kdaj razmišljali kaj vas pravzaprav ovira pri tem, da bi živeli življenje, kot si ga želite? Zakaj sanjarite in zakaj rajši ne živite svojih sanj? Koliko poguma premorete, da bi stopili na pot sprememb v vašem življenju?

Na začetku današnjega uvodnega članka, sem vam postavil kar nekaj vprašanj, ki vam bodo dala misliti. Kaj me je napeljalo na tak začetek članka? Pred dnevi sem imel priložnost se pogovarjati z neko gospodično, ki mi je venomer govorila kako zelo težko življenje ima, kako so vsi krivi za njeno nesrečo, da je najbolj nesrečno bitje na zemeljski obli, da je nihče ne ljubi ... Toda v čem je problem?

Punca (tako kot številni drugi ljudje) ni sposobna presekati vezi s preteklostjo in iti naprej. Venomer ponavlja en in isti miselni vzorec: »O, Bog, zakaj sem tako nesrečna? Zakaj me nihče ne mara? Zakaj me življenje tako kaznuje?« Toda ključ do sreče in ljubezni ne leži v okolici in drugih ljudeh, temveč v samemu človeku. Veliko lažje je kriviti druge ljudi za svojo nesrečo, kot pa najti razloge pri samem sebi.

Človeku lahko poveš marsikaj, ga rotiš, celo na kolenih prosiš, toda če človek sam ni pripravljen na spremembo in dokler si sam ne želi postaviti svoje življenje na novih temeljih, je vsak napor zaman. Pravijo, da ko je učenec pripravljen pride učitelj. S to trditvijo se popolnoma strinjam, je pa tudi res, da učitelj ne pride vedno v podobi nekega »pravega« učitelja iz mesa in krvi, ampak pride učitelj tudi v podobi določenega dogodka, ki da človeku lekcijo in ga nauči nekaj novega. Seveda pa je vprašanje, če mi sami prepoznamo to lekcijo, ali pa se spet predamo malodušju in jadikujemo: »O, Bog, kaj sem zagrešil(a), da me tako kaznuješ?!« Nekdo v neki krizi vidi priložnost, spet drugi pa konec sveta, pa čeprav gre za popolnoma isti dogodek. Zanimivo, kajne?

Pred dvema tednoma sem bil na odličnem motivacijskem seminarju in sem tudi sam pri sebi doživel preblisk oz. tako imenovani aha! efekt. Čeprav že veliko vem o sebi in o drugih, se še vedno učim novih in novih stvari s področja osebne rasti in pozitivnega razmišljanja. Enako priporočam tudi vam ... Stalno se izobražujte, berite knjige o pozitivnem razmišljanju, osebni in duhovni rasti, udeležujte se seminarjev. Morda se vam bo cena motivacijskih seminarjev zdela previsoka, toda če boste trezno razmislili, da vam lahko ena predavateljeva misel, eno sporočilo popolnoma spremeni življenje in vas usmeri na pot upanja, ljubezni in sreče, potem je vsekakor tisti znesek, ki ste ga plačali za seminar opravičil vašo investicijo.

Kaj pomeni tistih 10.000 SIT za seminar, če ste pa po njem postali drugačni in se znebili določenih negativnih miselnih vzorcev in strahov, ki so vas omejevali v vašem življenju? In še več, zato ker ste investirali tistih 10.000 SIT v seminar, ste se tako izognili 5-im, 10-im ali celo 20-im letom nesrečnega življenja. Se splača? Mislim, da se. Sicer pa na veliki večini motivacijskih seminarjev (tudi na mojih) obstaja 100 % garancija na zadovoljstvo, tako da če se vam zdi, da sam seminar ni opravičil vaših pričakovanj, potem lahko zahtevate svoj denar nazaj. In kaj potem sploh tvegate? Nič! Pridobite pa lahko izredno veliko.

Vendar, ko govorimo o izobraževanju, ne gre toliko za samo ceno. Tistih 10.000 ali 20.000 SIT za seminar se že najde, vprašanje je le – če smo mi sami pri sebi pripravljeni na spremembe, ki nas čakajo po udeležbi na različnih motivacijskih seminarjih. Seveda je pa povsem logično,

da vam branje knjig o osebni rasti ter udeležba na motivacijskih seminarjih ne bo v nikakršno pomoč, dokler ne boste sami v svoje življenje prenesli teh koristnih nasvetov, ki ste jih nekje prebrali ali slišali. Želim vam, da bi tudi vi premgli toliko poguma, da boste rekli DA! spremembam, da boste šli na seminarje, ki vam lahko pomagajo in da se boste podali na pot izpopolnjujočega in srečnega življenja. Verjamem v vas in vem, da zmorete biti tudi vi pogumni in pripravljeni za spremembe – že danes!

Avtor članka: **Roy Goreya**

## **2. MEDOSEBNI ODNOSI in LJUBEZEN**

### **DOBER VODJA – POROK ZA USPEH PODJETJA**

Pred nekaj dnevi je moja pozornost pritegnil članek v Delovi Borzi dela v katerem Radovan Kragelj, specialist za razvoj kadrov razkriva, da kar dve tretjini vodij »nimata pojma o ravnanju z ljudmi«. To je stresno za zaposlene, zmanjšuje učinkovitost podjetij in ustanov ter vodi v primitivne ukrepe nadrejenih. Slednji raje uporabljajo grožnje, uvajajo nadure in odpuščajo delavce, namesto da bi se posvetili razlogom za njihovo nezadovoljstvo, ki velikokrat ležijo v voditeljskih hibah nadrejenih.

Vendar so vodje večinoma tako polni samih sebe, da je to zadnja stvar, ki jim pride na misel. Biti pa bi morala prva, saj podjetje nikakor ne more uspešno poslovati, če si direktor, ki je mnogokrat tudi lastnik, zakriva oči pred resnico. Prav direktorji, ki jim najbolj manjkajo voditeljske sposobnosti, s katerimi bi lahko iz sebe in zaposlenih iztisnili največ, so zaradi svoje samopašnosti tudi najbolj zadržani do naložb v izobraževanje in usposabljanje zaposlenih. Naj povem za ponazoritev lastno bolečo izkušnjo, ki mi je v marsičem odprla oči glede dejanskega stanja direktorskega vodenja pri nas.

To izkušnjo lahko na tem mestu posredujem naprej, da bo lahko iz nje še kdo potegnil kakšen koristen nauk. Osebno lahko povem, da sem bil takrat, ko sem to doživljal, osebno prešibak za enostransko prekinitev pogodbe o delu, zato mi je psihični pritisk pustil tudi zdravstvene posledice, ki se jih zadnji dve leti le počasi osvobajam.

Kot pripravnik sem se zaposlil v nekem zasebnem podjetju in se predano posvetil delu. Kmalu pa sem ugotovil, da direktor zavira mojo ustvarjalnost. Nezavedno si je želel, da bi bil njegov klon. Naj pojasnim. Napisal sem recimo promocijsko besedilo, a mi je črtal vse besedne zveze, ki se niso skladale z njegovim okusom. Niti dopustil ni možnosti, da bi morda delovale učinkoviteje od njegove suhe, zadržane retorike pri komuniciranju s strankami.

Tega pristopa se je držal kot pijanec plota, tako da mi je včasih celo očital, češ da mi mora besedilo tako dolgo popravljati, da bi bilo bolje, ko bi ga napisal sam. Skliceval se je na pomembnost časa, a se je včasih zgodilo, da mi je dopis, ki ga je bilo skoraj nujno napisati do naslednjega dne, pregledal šele čez en mesec. Potem pa se je čudil, če so se stvari zavlekle in je bila učinkovitost pod nivojem. Temu so sledili izbruhi nenadzorovanih čustev, namesto da bi se človek zamislil nad svojo izrabo časa in kršenjem dogovorov. Namesto lastne streznitve je rešitev iskal v psihičnih pritiskih na delavce.

Prepovedano je bilo poslušanje radia, takoj je bil ogenj v strehi, če je zalotil zaposlene pri pogovoru, daljšem od dveh stavkov. Gorje tudi, če si osemurno delo opravil v štirih urah. Takoj si slišal očitek, da se loti novega dela, čeprav se o novem delu še nismo pogovarjali in si moral včasih več dni čakati na pogovor, hkrati pa je bilo spodbujanje ustvarjalnosti zaposlenih odrinjeno v kot.

O neizplačanem regresu in drugih stvareh ne bom pisal, saj je že to več kot dovolj za ugotovitev, da v delovnem okolju, ki ti ne pusti dihati, ne moreš z veseljem delati. Kjer ima vodja brezbrizen odnos do zaposlenih ter zatira njihovo ustvarjalnost in osebni razvoj, namesto da bi jih motiviral za predano delo, začnejo delavci razmišljati samo še o odhodu. Tako je bilo tudi v mojem primeru. Preden sem po dobrem letu odšel tudi sam, je delovno razmerje ali sodelovanje prekinilo več ljudi, kot je bilo delovnih mest.

Upam, da je moje pričevanje dovolj zgovorno za okrepitev zavesti o ključni vlogi motiviranja zaposlenih in vlaganja v njihov osebnostni razvoj za dolgoročno uspešnost podjetja. Zadovoljni in motivirani delavci so sposobni slediti viziji podjetja, dati vse od sebe, hkrati pa zaradi občutka samouresničevanja pozitivno delovati v vseh medčloveških odnosih. Srečen človek je zlata vreden za vse, s katerimi se srečuje.

Avtor članka: **Boštjan Grošelj**

### **3. USPEŠNA PRODAJA**

#### **ZAKAJ JE TAKO ZELO POMEMBNO IME PODJETJA?**

Ali si želite, da bi se vas vaše stranke bolj zapomnile in da bi že po imenu vašega podjetja ali s.p.-ja vedele s čim se ukvarjate in kaj ponujate? Prepričan sem, da ste v 99 % odgovorili na moje vprašanje z DA. Toda, pri nas so kreativna imena podjetij bolj izjema kot pravilo. Le kdo bi takoj vedel s čim se ukvarjajo firme, kot npr. ACS d.o.o., IMF d.o.o., RTG d.o.o. ali pa ITC d.o.o.

Sicer kratice znajo biti še kako uporabne, vendar si nas po tem naše stranke ne bodo pretirano zapomnile. Pri imenih bodimo kreativni in izvirni, seveda pa naj bo ime našega podjetja tako, da bodo vsi že takoj vedeli s čim se ukvarjamo. Prav gotovo si želimo biti prepoznani med množico drugih podobnih podjetij.

Kaj torej storiti, da bi potencialni kupec, ki išče določen izdelek ali storitev prišel čimprej do nas? Najbolj pomembno je poimenovanje imena podjetja, ki naravno izraža tip storitve, ki jo ponujamo. Npr. če rečemo »Quick Copia« bo našim strankam avtomatsko prišlo na misel, da se ukvarjamo s hitrim kopiranjem.

Če smo npr. računalniški svetovalec se bomo imenovali »Izvirne tehnologije« in ne »Svetovanje Jaka Plestenjak«. In če imamo čistilnico, potem je ime »Brezmadežno čiščenje« veliko boljše kot pa »Juretova čistilnica«. Ime našega podjetja naj bi naravno in neposredno izražalo, kaj počnemo, kaj ponujamo in seveda, kako se razlikujemo od svoje konkurence.

Toda, da pridemo do primerne imena za našo firmo je potrebna precejšnja ustvarjalnost. Če bomo razmišljali o novem imenu svoje firme si napišimo na list papirja okoli 30 različnih predlogov, ki jih potem dajmo na vpogled svojim prijateljem, znancem, družini ... Vprašajmo jih, kaj jih najbolj pritegne in bodimo pozorni na vse aha-je in oho-je, saj so to imena, ki jih želimo imeti. Na koncu bomo imeli vsaj tri različna imena, ki bodo štrlela iz povprečja in lahko se zgodi, da bomo z kombiniranjem različnih imen prišli do pravega.

Toda, kaj pa če je naše ime že uveljavljeno na tržišču? V tem primeru ne moremo spreminjati imena, a vseeno si lahko naredimo ime bolj zapomljivo. Kaj storimo? Preprosto, našemu imenu dodajmo kratek stavek oz. slogan, ki naj ima največ 5 besed in ki dopolnjuje naše ime. Npr. »S pticami si delimo nebo.« (Mobitel) ali pa »Moč kvalitete.« (Toyota). To je možno narediti z vsakim imenom.

Lahko se zgledujemo po nekem računalniškem tehniku, ki je dodal nekaj odličnosti k svojemu imenu samo z uporabo slogana na vseh tržnih orodjih, se pravi v oglasih, na pisemskih glavah, na vizitkah in promocijskih izdelkih. Napisal je preprosto, a izjemno učinkovito: »Marko Smole, ko rešitve postanejo enostavne«. V vsakem primeru, če imamo izvirno ime ali ne poskusimo k svojemu imenu dodati slogan, ki resnično sporoča vse o naši ponudbi.

Seveda pa moramo uporabiti svoj slogan v vseh svojih dopisih in promocijskih izdelkih, kot tudi na vseh običajnih oglasnih površinah. Ne pozabimo pogledati vse vidike našega posla, pa naj gre za odgovarjanje na telefonske klice, pisanje računov, pošiljanje kataloga po pošti in celo predajo naše vizitke v roke druge osebe. Vse skupaj mora postati del tržnega pristopa, kjer sporočamo svojo izvirnost skozi svoje izstopajoče ime ali slogan. Ime podjetja ali naš naziv posla mora ostati v spomin vseh ljudi, ki smo jih pravkar srečali.

Torej, ko se predstavljamo drugim, uporabimo svoje izvirno ime, svoj slogan, svojo unikatno kategorijo in koristi, ki jih ustvarjamo in ne samo svoje ime, ime svojega podjetja in kaj počnemo. Vedno se trudimo, da bi bili pri svojem poslu in pri predstavljanju podjetja kar se da kreativni in verjemite mi, da se nam bo to poznalo tudi na bančnem računu. Saj to, pa je v končni fazi tudi naš cilj, kajne?

Avtor članka: **Roy Goreya**

#### **4. NASVETI ZA ZDRAVJE**

##### **FENG SHUI IN VPLIV PROSTORA NA NAŠE ZDRAVJE**

Pred več tisoč leti so Kitajci odkrili, da se je kvaliteta njihovega bivanja izboljšala, če so živeli v harmoniji z zemljo in se z njo niso borili. Feng shui je umetnost urejanja prostora, ki temelji na opazovanju narave, njenih ritmov in konfiguracije pokrajine. Je celostna filozofija, ki zajema vse vidike bivanja in vpliva na zdravje, srečo in obilje.

Feng shui je študij okolja, mest, ljudi, časa in tega kako energije sodelujejo med seboj. Kot je trigram pri I Chingu sestavljen iz treh linij, je tudi feng shui sestavljen iz treh med seboj povezanih delov; povezava z zemljo, nebom in s svojim telesom. Skozi *feng shui* nežno vplivamo na zastavljene cilje v našem življenju skladno z okolico in energijo veselja, brez nasilnih vplivanj, ki bi utegnile škodovati.

Najbolj neposredno na naše zdravje vpliva okolica v kateri živimo, kvaliteta prostora, hrane in zraka. V našem okolju je zelo pomembno, da se znebimo krame, odvečnih stvari, ki jih ne uporabljamo in jih hranimo za vsak primer. Ogromne količine takih neuporabnih predmetov lahko prinesejo težave z zdravjem, saj krama predstavlja staro, zastalo energijo, ki stagnira. Še posebej neugodno je, če jo imamo za vrati ali na sredini hiše oz. stanovanja. Ko se znebimo krame, s tem simbolično naredimo prostor da v naše življenje vstopijo nove stvari; nova služba, nov partner, nov dom.

Tai Chi ali zdravljenje predstavlja osrednji del doma in vsake sobe posebej. Kitajci so svoje domove gradili tako, da je bil na sredini vrt in ta del nikoli ni bil zaseden. Bodite zelo pozorni na to, da ta del doma ne bo nikoli založen s kramo. Če imate kronične težave s svojim zdravjem, potem preverite ta del. Tudi center vsake sobe posebej mora biti čist. Center ustreza harmoniji in uravnoveženosti znotraj vašega doma.

V resnici se vseh osem področij združuje in medsebojno deluje skozi ta središnji del. Idealno bi bilo, da bi bil ta del doma in sob prazen oziroma da v njem ne bi bilo velikih kosov pohištva ter krame. Če že, potem naj bo na sredi okrogla ali ovalna mizica, kristal ali pa predmet iz stekla. Če energija rabi prostor, da nemoteno kroži in če blokiramo ta pretok, nam to prinese cel kup neprijetnosti.

Drug predel, ki neposredno vpliva na vitalnost prebivalcev pa je predel Družine in prednikov. Levi srednji predel hiše, stanovanja ali poslovnega prostora, gledano od vhoda, predstavlja prednike in pomeni moč in rast, zato predstavlja življenje samo. Ta del predstavlja zdravje, vitalnost in družino, naše prednike. To je tisti temelj, iz katerega delujete zavestno ali pa podzavestno. Odnos s starši in avtoritetami se močno izboljša, ko oživite ta del. Element je les, oživljamo pa ga s svežimi, živimi in velikimi rastlinami.

Naravni elementi v domu so zelo pomembni, saj vplivajo na kakovost bivanja, to so svetloba, zrak, barve, rastline, voda. Svetloba kot taka je tudi eden glavnih ojačevalcev oz. zdravil v feng shuiju. Ponavadi imamo vsi doma vsaj eno stoječo luč, ki jo lahko predstavljamo iz kota v kot, še posebno to velja za kot Slave, kot Odnosov in kot Modrosti. Vendar pa svetloba kjerkoli izboljša počutje v domu. Svetloba je eden glavnih elementov, ki pritegne energijo chi v prostor, izboljša razpoloženje in dviguje energijo v prostoru.

Zato je še posebej pomembno, da je vhod v vaš dom dobro osvetljen. Katerakoli temna soba, stopnišče ali samo temen kot, bi potreboval več svetlobe, da energija zakroži. Vedno je boljše

imeti v sobi več različnih virov svetlobe in ne le enega samega. Več stenskih luči v kombinaciji s talno svetilko in kakšno namizno svetilko, bo veliko bolj odprla prostor in ustvarila prijetno vzdušje kot le ena stropna svetilka, še posebej, če gre za reflektor.

V prostoru lahko barve popolnoma spremenijo izgled. Tudi če steno prebarvate iz čiste bele na rahlo krem, boste videli, da se vzdušje prostora spreminja z vsakim potegom čopiča in je občutek v prostoru popolnoma drugačen, ko končate. Vsaka soba, ki jo ustvarimo, nam ustvarja določeno vzdušje, nekatere dajejo bolj sproščujoč, ležeren občutek druge bolj uraden, formalen občutek. Nekatere spodbujajo meditativno vzdušje druge pa so svetle in zračne ter dajo občutek svobode in odprtosti.

Barva je ključen element pri ustvarjanju vzdušja v določeni sobi in določene barve nas vodijo v točno določena počutja. Barve pa lahko uporabimo tudi za zdravljenje določenih težav. Zelena barva je barva harmonije, simbolično predstavlja naravo in nas osvežuje. Turkizna barva pomlajuje celice, modra pa sprošča.

Rastline so tiste, ki neposredno izboljšujejo kvaliteto zraka, so naravni ionizatorji in dokazano je, da čistijo zrak. Najbolj zaželeno so v dnevnih prostorih, kjer se zadržujemo podnevi, v spalnici pa niso preveč ugodne, saj preveč aktivirajo energijo, ki mora biti v spalnici čimbolj umirjena. Spalnica je ena izmed najpomembnejših sob v vašem domu. Spalnica, ki je urejena po principih *feng shuija* prinaša harmonijo v družino, ki bo uživala v dobrem zdravju, uspešnih medsebojnih odnosih in materialni blaginji.

Ni slučaj, da je ambient v spalnici bolj jin, saj je soba namenjena počitku in spanju, zato je treba poskrbeti za vse moteče energije, ki bi lahko motile spanec. Spalnica mora biti čista in brez krame, ki bo v nasprotnem primeru povzročila, da čiščenje ne bo krožilo in bo soba dobila "postan" občutek. Kvaliteten spanec je zlata vreden, zato bodite pozorni, da v spalnici niste obdani s televizijo, računalnikom, urami z alarmom in ostalimi elektronskimi predmeti, ki oddajajo elektromagnetno sevanje.

Včasih pa so korenine zdravstvenih težav tudi v samem energetskem zapisu v prostoru, zato je pomembno, da se pred vselitvijo v nov prostor pozanimamo, kakšni so bili prejšnji lastniki in kakšna je zgodovina prostora. Če je v prostoru ležal bolan človek in to dlje časa ter v njem celo umrl, je taka energija prisotna v prostoru tudi po tistem, ko stanovanje očistimo in ga prebarvamo. Zato je pomembno energetsko čiščenje prostora, pri katerem si pomagamo z zvokom, ploskanjem, soljo, vodo, kadili in svečami oziroma ognjem. Zelo ugodno je, če vsake toliko prižgemo svečo, kar tako zaradi ambienta, ki ga ustvarjajo.

Ljudje smo zelo intuitivna bitja in zelo dobro vemo, kateri prostori nam ustrezajo in kateri niso prijetni, saj je prvi občutek, ki ga dobimo, ko vstopimo v prostor tisti, ki nas vodi. Včasih pridemo v določen prostor prvič, a se v njem počutimo kot doma, spet drugič pa se zgodi, da prostor zelo dobro poznamo, vendar z njim ne najdemo stika in nas vedno odbija oziroma v nas ustvarja neprijetne občutke. Bolnice so za večino ljudi tak kraj, pa domovi za ostarele, zapori in pokopališča.

Naj vas vodi intuicija in pogumno opravite spomladansko čiščenje – čimprej.

Avtor članka: **Taja Albolena**

Spletna stran: [www.fengshui-si.com](http://www.fengshui-si.com)

## **5. JAVNO NASTOPANJE in RETORIKA**

### **KO ZVONI TELEFON ...**

Telefon je najbolj koristna komunikacijska naprava, a ima, kot vse stvari, tudi svoje slabe lastnosti. Neusmiljeno zvoni, kadar ne bi bilo treba. Vsak zaposleni, ne samo tajnica in receptor, je odgovoren za telefonski klic. Ko dvignemo telefonsko slušalko, odpiramo vrata v naše podjetje oz. ustanovo. Prvi vtis klicatelja, je odvisen od našega odziva.

Zato upoštevajmo tri zlata pravila:

1. Pozdravimo
2. Imenujmo podjetje/ustanovo
3. Predstavimo se

Kadar se ljudje ne predstavijo, smo v zadregi. Če klicatelja pokroviteljsko povprašamo: »S kom pa prosim govorim,« bo v zadregi on, torej je najbolje, da uporabimo zvijačo. Brez ciničnega podtona se opravičimo, da smo slabo slišali njegovo ime in zelo redki bodo tisti, ki se naši prošnji ne bodo odzvali. Sami se vedno predstavljamo z imenom in priimkom.

Ljudje, ki se predstavljajo samo s priimkom delujejo neosebno. Takih je pri nas kar dosti, a vendarle jih počasi prerašča čas. Biti oseben pomeni biti angažiran z vso svojo bitjo, biti neoseben pomeni biti zavestno distanciran. Mejo med enim in drugim je težko določiti, a vsaj začnemo lahko s pozitivnim, torej z osebnim.

Pri telefoniranju je govorica telesa močno omejena le na barvo glasu in slušne vtise iz ozadja. Zato je še posebej pomembno, da je nas slog izražanja nazoren, kratek in jedrnat. Izražajmo se pozitivno. To je za Slovence, ki pretežno v vsakdanjih frazah uporabljamo negativni jezik »Ni slabo!«, »Ni napačen!«, »Ni drago!« težka naloga.

Najprej je potrebno v lastni govorici razbrati negativne vsakdanje fraze, ki so »podedovani« vedenjski vzorec in ga zavestno spremeniti v pozitivnega. Žal to ni mogoče spremeniti od danes na jutri, tako kot vsake spretnosti, se moramo pozitivnega načina izražanja lotiti z vajo.

Prepričljivost je večja, če govorimo v prvi osebi ednine. Na primer: »Zavzela se bom, da bo zadeva že jutri urejena!« To zveni čisto drugače, kot če rečemo: »Zadevo bomo uredili!« Še slabše je, če rečemo: »Zadevo bi bilo treba urediti!«

Z nasmeškom poskrbimo, da bo naša barva glasu prijetna. Ljudje že na podlagi barve glasu predalčkajo neznane sogovornike. Brundajoči medvedi se zdijo dobrodušni, noslajoče papige izumetničene, momljajoči prežvekovalci neotesani, cvileče miške nadležne. Kadar govorimo z znanim sogovornikom, na podlagi barve glasu merimo njegovo razpoloženje.

Zavedati se moramo možnosti, da sogovornik lahko z barvo glasu manipulira: zavaja nas s priliznjem tonom, z erotičnim nabojem, prestraši nas z rezkim in gromkim tonom ali užalosti z zamolklim tonom. V večini primerov pa barva glasu ni krinka in odraža človekovo notranje razpoloženje: jezo, strtost, veselje ...

Kadar prvi kličemo mi, je to vedno naša prednost, ker se na telefonski pogovor lahko pripravimo. Odgovoriti si moramo na štiri vprašanja:

1. Zakaj in kdaj želimo nekoga poklicati?
2. Kaj je naš cilj?
3. Katere ugovore lahko pričakujemo?
4. Kako bova s sogovornikom te ovire premostila?

Avtor članka: **Barbara Suša**

Spletna stran: [www.retorika-kls.net](http://www.retorika-kls.net)

## **6. MODRE MISLI ZA VSAK DAN**

**»Bitka, ki jo večina ljudi izgubi, je bitka s strahom pred neuspehom ... Poskusite ... lotite se ... začnite ... in že s tem boste zmagali v prvi preizkušnji.«** Robert H. Schuller

**»Če bi naredili vse, kar smo sposobni, bi bili osupli.«** Thomas Edison

**»Delaj kar imaš rad, in imej rad kar delaš, in nikoli več v življenju, ti ne bo treba delati.«** Neznani avtor

## 7. ŠALA MESEČNIKA

### NEDOLŽNA

Starejša ženska je obiskala ginekologa, ki jo je vprašal:

»No, mamica, kako pa kaj vaše spolno življenje?«

»Kakšno spolno življenje neki? Jaz sem še nedolžna je povedala starka!«

»Saj ste bili vendar 3x poročeni!« je bil presenečen doktor.

»Res je. Toda moj prvi mož je bil pek, ki je samo mesil. Drugi mož je bil slaščičar in je samo lizal. Tretji mož pa je bil politik, ki je samo obljubljal!«