

NOVI TERMINI PREDAVANJ, SEMINARJEV IN DELAVNIC:

4. 6. 2006 – ALTERMED 2006 – Predavanje **BREZMEJNA MOČ MISLI IN STRAHOV**

17. 6. 2006 – Ljubljana – Seminar **PSIHOMOTIVACIJA**

7. 9. 2006 – Ljubljana – Tečaj javnega nastopanja **PSIHORETORIKA**

POZOR! Ta e-mesečnik je nevaren! Lahko vam spremeni življenje, zato dobro premislite, preden boste nadaljevali z branjem!

UVODNA MISEL E-MESEČNIKA

Avtor članka: Roy Goreya

NOVA SPLETNA STRAN IN DARILO OB NAKUPU

Danes, v torek, **30. maja 2006**, je uradno štartala naša nova spletna stran www.bogatenje.net. Zakaj bogatenje? Zato, kar v Sloveniji še ni bilo spletne strani, ki bi na enem mestu ponudila uporabne in koristne nasvete za pridobivanje denarja, ustvarjanje bogastva, ter tudi primerno izobraževalno vsebino (predavanja, seminarje, tečaje).

Na www.bogatenje.net smo postavili **Spletno knjigarno BOGATENJE.NET**, kjer si lahko kupite odlične knjige s področja pridobivanja bogastva, denarja, varčevanja, knjige o uspešnem vlaganju ter serijo knjig Bogatega očka.

Na tej spletni strani lahko naročite **Brezplačni e-mesečnik BOGATENJE.NET**, ki bo začel izhajati septembra 2006, nanj pa se lahko prijavite že zdaj.

Ob vsaki otvoritvi spletne knjigarne postrežemo s kakšno novostjo in akcijo. Tako je tudi tokrat. Obiščite **Spletno knjigarno BOGATENJE.NET** in danes, **v torek, 30. maja 2006 od 9.00 do 21.00 ure**, vam bomo ob nakupu katerekoli knjige, CD-ja ali DVD-ja v vrednosti nad 5.000 SIT, **podarili knjigo VEČ DAŠ, VEČ IMAŠ!**

Pozor! Ponudba velja le za naročnike na e-mesečnik KORAKI DO USPEHA, ki boste ob naročilu povedali geslo: **JAZ SEM BOGAT!**. Vabljeni h nakupu in bogatenju!

Verjamem, da ste toliko bogati, da si lahko privoščite katerokoli knjigo iz spletne knjigarne BOGATENJE.NET. Še enkrat – ob nakupu se obvezno spomnite vpisati geslo: **JAZ SEM BOGAT!**.

NAJ VAS SPREMLJATA LJUBEZEN IN BOGASTVO!

BOGASTVO ŽIVLJENJA, BOGASTVO SRCA

Trenutki, ki življenju dajejo smisel.

Avtorica članka: Nina Kolar

USTVARJALNA KOMUNIKACIJA

Predstavljajte si, da sedite v družbi poslovnih strank, znancev, prijateljev ali družinskih članov. Teme pogovorov so raznolike in vsak izmed sogovornikov namenja enako mero pozornosti tako vam, kot vsem ustalim udeležencem in vas spodbuja k odzivanju na povedano. Z zanimanjem pozorno poslušate, vaši možgani beležijo nove informacije, vaši odzivi na slišano so konstruktivni in pogovor nadgrajujejo.

Spoštljiva, jedrnata, pozitivna, odprta in zaupljiva komunikacija je temelj sodobnega komuniciranja. Pa ne le v poslovnem svetu, čeprav je res, da so na tem področju našete

komponente komunikacije še toliko bolj pomembne in se njihovo upoštevanje kaj kmalu kaže v rezultatih. Kar zamislite si poslovno stranko, ki na prvi poslovni predlog o sodelovanju odreagira burno in brez tehtnega premisleka navrže kopico nespodobnih pripomb.

Izbiri, kaj storiti na tak odziv, sta dve – ne odzvati se ali pa poskušati razumeti stranko ter ustvarjalno pripeljati komunikacijo do skupnega cilja. Seveda slednje priporočam tudi vam, vprašanje pa se pojavi, kako to storiti.

Potrebno se je zavedati, da smo ljudje čuteča bitja in nikakor ne stroji, ki jih lahko le izklopimo, čeprav marsikdo tako zaradi nepoznavanja zakonitosti ustvarjalne komunikacije stori s svojimi potencialnimi dolgoročnimi strankami. In čuteče bitje zaradi svojega odnosa do življenjskih situacij, ki ga narekujejo njegova čustva, marsikdaj odreagira tako, kot v danem trenutku najboljše ve in zna.

V kolikor se tega zavedate, lahko takemu človeku ponudite pomoč, tako da mu poveste, da razumete njegov odziv, in da se boste po svojih najboljših močeh potrudili, da ga boste bolje razumeli. Ravno na tem mestu se razumevanje in spoštovanje do sogovornika, kljub nastali situaciji, izkažeta za močna faktorja uspeha komunikacije. Namreč, vsakdo si želi biti spoštovan, upoštevan in razumljen, zato naj vam bodo slednji elementi v vodilo.

Seveda pa vlaganje energije v sogovornika ni več priporočljivo, ko slednji prekorači mejo, preko katere zaradi lastnih časovnih ali drugih produkcijskih omejitev nismo več sposobni iti. Več je vredno tistih dvajset odstotkov odličnih poslovnih strank ali prijateljev, ki nam prinašajo osemdeset odstotkov poslov, nagrad ali odlično ter produktivno preživetega časa, kot pa ostalih osemdeset odstotkov strank in prijateljev, ki nam nudijo le majhen odstotek priložnosti naše osebne rasti in onemogočajo produktivno komunikacijo.

Človeku beseda ni bila dana zato, da bo sama sebi namen, pač pa zato, da bo z njo ustvarjal. In ko z njo ne more več ustvarjati ali pa mu to onemogoča kdo drug, je čas, da njegova beseda doseže ušesa človeka, kjer bo naletela na plodna tla.

Komunikacija preko e-pošte je še posebej občutljiva tema. Pri tej ne vidimo, začutimo ali slišimo sogovornikovega odziva, zato se lahko zanašamo le na pisano besedo. Izbira pravih besed, jasnost v izražanju in spoštovanje sogovornikove zasebnosti so trije temeljni kamni e-poštne komunikacije.

Trženje z dovoljenjem je že dodobra zaobjelo svet medmrežja, saj številne predstavitevne spletne strani podjetij ponujajo možnost prijave na brezplačne novice, e-mesečnike oz. periodične e-publikacije.

Podjetja pri tem načinu komuniciranja z naročniki se zavedajo, da so se s pridobitvijo e-poštnih naslovov obvezala na spoštovanje zasebnosti, kar jih večina tudi dosledno izpolnjuje, saj to narekuje Zakon o varstvu potrošnika. Kako pa je kaj z e-poštno komunikacijo med navadnimi, fizičnimi subjekti?

Mnogo jih še sedaj ne ve, da je potrebno tudi, kadar posredujejo lepa sporočila v obliki Power Point prezentacij ali avdio ter video datotek, upoštevati zasebnost prejemnikov takih sporočil.

Nemalokdaj prejmem kakšno sporočilo, v katerem je nanizano tudi do 100 ali več naslovnikov, saj pošiljatelji vse prejemnike nanizajo v vrstico sporočila »To« oz. »Za«. Ne vedo, da bi lahko vse e-poštne naslove, na katere pošiljajo sporočila, ostalim prejemnikom naredili nevidne preprosto tako, da bi jih vnesli v orodno vrstico »Bcc (Blank Carbon Copy)« oz. »Skp. (skrita kopija)«.

Potem pa se prejemniki čudijo, ko naslednjič dobijo ljubezensko ali prijateljsko obarvana sporočila od popolnih neznancev, saj so slednji ob pošiljanju preprosto skopirali vse prejemnike sporočila, ki so ga dobili sami in dodali še nekaj svojih.

Zato, ko boste naslednjič pošiljali sporočila, vedite, da tudi poznavanje spoštljive e-poštne

komunikacije nakazuje na to, kakšna oseba ste – takšna, ki ji je ustvarjalna sodobna komunikacija blizu ali tuja, se pravi pismena ali nepismena oseba.

Do našega naslednjega članka, ko bomo naše znanje o ustvarjalni komunikaciji še nadgradili, vam želim čim bolj ustvarjalno komunikacijo!

Nina Kolar, univ. dipl. ekon., pesnica in mlada ustvarjalka, avtorica E-trgovine umetnin, portala Mozaik Kreativnosti in avtorica e-pesniške zbirke »Potovanje na vrh srca«
Spletna stran: www.mozaik-kreativnosti.com
E-pošta: nina.kolar@mozaik-kreativnosti.com

TRŽENJE IN PRODAJA ZA 21. STOLETJE

Kako povečamo prodajo in ustvarimo navdušene stranke?
Avtor članka: Roy Goreya

NAPAKA JE VREDNA SUHEGA ZLATA

Vsakdo, ki je uspel v kateremkoli poslu, se je soočil z neuspehi, napakami in porazi. Napake, porazi in neuspehi so sestavni del našega življenja, saj ne moremo biti vedno neprestano na vrhu, kajti življenje ni statično, je dinamično.

Vzemimo, da imate v podjetju zaposlenega mladega novince, ki je zadolžen za trženje in prodajo. V tem trenutku je naredil napako, ki bo podjetje stala okoli 1.000.000 SIT. Kaj bi storili s takim človekom? Ali bi ga na mestu odpustili? Prepričan sem, da bi 90 % direktorjev to z veseljem storilo in novincu pokazalo vrata, le 10% pa bi postopalo drugače.

Če ste morda med vodilnimi delavci – za hip se spomnite svojih kariernih začetkov. Ali ste vse naredili tako, kot je treba, brez napak in neuspehov? So vam vse prodaje uspele tako, kot ste želeli? Ste bili pri pogajanjih z vsemi strankami enako uspešni?

Trezen razmislek oz. vpogled bi najbrž pokazal povsem nasprotno – tudi vi ste se zmotili in sem ter tja ustrelili kakšnega kozla. To počnemo vsi, vključno z menoj. Tudi sam nisem izjema – zgodi se, da začnem z novim poslom, ki veliko obljublja, potem pa pridem do spoznanja, da to ni to.

Robert T. Kiyosaki, avtor knjig o Bogatem očku (najdete jih na www.bogatenje.net), je obogatel s prodajo nepremičnin ravno zato, ker se je bil pripravljen učiti na svojih napakah. Da, res je izgubil veliko denarja, toda še več ga je dobil, kajti vsak njegov naslednji poslovni podvig je bil bolj dovršen in bolj zanesljiv.

Ko izgubimo denar, ali ko nam propade obetajoči posel, se seveda sprva počutimo nesrečne, žalostne, pomilujemo samega sebe in svojo izgubo, toda čez čas se zavemo, da je bila v bistvu naša največja izguba naš največji dobiček. Vztrajnost in jasna vizija, ki ju gojimo pri opravljanju svojega posla, sta vredni suhega zlata. Ti dve vrlini, če ju seveda združimo z učenjem na lastnih napakah, nam bosta v življenju prinesli največ dobrega.

Popolnost je iluzija in z našo notranjo držo zmagovalca (kljub začasnemu porazu), nam bo uspelo doseči cilj, željo, vizijo, ki jo želimo doseči oz. uresničiti. Tudi, ko bodo vsi brili norca iz nas zaradi začasnega poloma, se ne pustimo zmešati, saj vemo, kaj je naša pot, naše poslanstvo in naš namen.

Uspešen prodajalec je vztrajen, ima jasno določene cilje in seveda je z odliko opravil univerzo napak. Najboljši prodajalci si bodo kljub neuspeli prodaji upali ponovno obiskati stranko, medtem ko neuspešni odnehajo že v prvem poskusu. Da, za prodajo je potreben pogum, da priznamo tudi neuspeh!

ŽELIM VAM ČIM VEČ NAPAK ZA UČENJE, KAJTI TO BO POVEČALO VAŠO PRODAJO!

Roy Goreya, motivacijski trener, predavatelj in avtor knjižnih uspešnic
Spletna stran: www.osebna-rast.com
E-pošta: roy.goreya@osebna-rast.com

KLJUČ DO SREČE SKOZI OČI UČITELJICE

Razmišljanja o vrednotah življenja.

Avtorica članka: Ljuba Žerovc

ALI PRIJAZNOST RES POVZROČA DEPRESIJO?

Prijaznost je nadvse pomembna sestavina za ohranjanje zdravih odnosov med ljudmi.

Še vaših odnosov naj postane vsebina, čeprav jo izkazuje z zadnjimi močmi!

Nedavno tega sem v nekem slovenskem elektronskem časopisu naletela na naslov "**Prijaznost povzroča depresijo**". Članek je bil kratek, pisec pa ga je povzel iz tujega (nemškega) tiska. V njem pravi, da imajo ljudje, ki so zaradi svojega dela prisiljeni k nenehni prijaznosti, nekoliko povečano nagnjenost k depresiji.

Menda so psihologi s frankfurtske univerze preučili več kot 4000 zaposlenih in ugotovili, da so v največji nevarnosti ljudje, zaposleni v službah za različne usluge, in tisti, ki strežejo stranke. Profesor Dieter Zapf pa je povedal, da so nevarnosti depresije najbolj izpostavljene stevardese, prodajalci in osebe najrazličnejših telefonskih centrov.

Članek se zaključuje z ugotovitvijo profesorja Zapfa, da, kadarkoli so ljudje prisiljeni, da zatrejo svoje resnične občutke, ima to početje za njih resnično negativne posledice, kajti odraža se na njihovem zdravju, ter, da bi bil morda že čas, da ljudje pokažemo nekaj več spoštovanja do zaposlenih na tovrstnih delovnih mestih.

V članku me je zaskrbel predvsem stavek "...da imajo ljudje, ki so zaradi svojega dela **prisiljeni k prijaznosti**, nekoliko povečano nagnjenost k depresiji."

Kakšno delo je to, zaradi katerega si prisiljen k prijaznosti? In kakšen človek si izbere takšno delo? Bi si morali takšno delo izbirati le ljudje, ki so prijazni že po svoji naravi, ali pa si ga po sili razmer lahko izbirajo tudi ljudje, ki jim neprijaznost tiči v genih? Mar v tem primeru ne delujejo proti svoji naravi?

Seveda, saj zato pa so nagnjeni k depresiji! Vendar... ali sploh obstaja gen za neprijaznost? Kolikor vem, se otroci vsi po vrsti rodijo prijazni – smehljajo se, vriskajo, zadovoljno godejo, hvaležni so za vsako pozornost, ki jo obilno vračajo. Kričijo in jočejo le, kadar niso zadovoljene njihove potrebe, ali kadar jih kaj boli.

Se torej neprijazni ljudje vedejo enako? So torej prijazni le, kadar so drugi prijazni do njih, kričijo pa tedaj, kadar niso zadovoljene njihove potrebe!

A kdo je dolžan zadovoljiti njihove potrebe? Starši? Kupci? Potniki? Učenci? Podrejeni? Telefonski naročniki? Mar ne bi moralo biti ravno obratno? Najprej je treba zadovoljiti želje in potrebe kupcev, potnikov..., ki se nam nato v zahvalo oddolžijo s prijaznostjo (ali pa tudi ne), in s tem postanejo tudi naše potrebe po prijaznosti in priznanju zadovoljene.

Skratka – neprijazni ljudje zamenjujejo posledico z vzrokom, kajti:

Najprej moraš nekaj dati, če želiš dobiti, kajti brez semena v zemlji nič ne more vzkliti!

A tudi "prisiljena" prijaznost je boljša kot nobena! Meni se je dostikrat zgodilo, da, ko sem bila najbolj tečna, namrgodena, zoprna, zlovoljna..., sem se opomnila, da nasmeh dela čudeže.

Pa sem prisilila svoje obrazne mišice, da so se raztegnile v nasmeh. Ob tem me je preplavila neka topla energija, ki je kot s čarobno paličico pometla oz. zbrisala vso predhodno nakopičeno negativno energijo.

Moj nasmeh, čeprav v začetku morda res malce prisiljen, je začel čudežno delovati tudi na vse navzoče. In med nami se je pričela vrtničiti in pretakati energija ljubezni in razumevanja, vse to pa je sprožil en sam samcat ubogi "prisiljeni" nasmešek.

Nihče ne deluje proti svoji naravi, če je prijazen, kajti prijaznost JE del naše narave, le da smo jo nezavedno zatrli. Morda se je to zgodilo zaradi neprijaznega okolja, nezdravih družinskih odnosov, vzgoje...?

Kdo bi vedel! Vendar – ko poskušamo biti prijazni, to svojo pravo naravo vedno znova in znova odkrivamo. Kajti prijaznost je kot sonce, ki se skriva za oblaki – vemo, da je tam, in da se bo slejkoprej prikazalo.

Kajti izključno naš Ego je tisti, ki je neprijazen, hudoben, ravnodušen, porogljiv, domišljav ... in kar je še takih in podobnih pridevnikov. Vendar pa se Ego da prevzgojiti, a šele tedaj, ko se ga zavemo. Za kaj takega pa je potrebno malo samokritike!

Opazujmo se torej, v kakšnih okoliščinah smo nesramni in neprijazni do drugih. Spomnimo se, da to počenja naš Ego, ne mi. Spomnimo se, da smo v svojem bistvu vsi prijazni. Potrudimo se in si to prijaznost ponovno prikličimo v zavest!

Nasmehnimo se, čeprav sprva malo prisiljeno, kajti nasmeh je kot čudežno stikalo; ko ga vklopimo, izbrišemo, vsaj za nekaj časa, svoj naduti Ego. Čim večkrat bomo to storili, prej bomo prevzgojili svoj Ego, da bo postal pohlevnejši, skromnejši, bolj ljubezniv...!

Temu pojavu se potem reče prijaznost!

***Prijaznost nič ne stane – dodaj ji še smehljaj,
pa mnogo več obojega boš dobil nazaj!***

Ljuba Žerovc, avtorica knjig »Modrosti zbrane iz verzov stkanec« in »Verzi za tkanje vezi med ljudmi«
Spletna stran: www.modrostizbrane.com
E-pošta: ljuba.zerovc@modrostizbrane.com

MODRE MISLI ZA VSAK DAN

Misli, ki vas bodo motivirale za vrhunske dosežke.

"Srečo pomnožimo in povečamo, če jo delimo z drugimi." Neznani avtor

"Verjemi, da je življenje vredno živeti in tvoja vera bo pomagala ustvariti resničnost." William James

"Vedno mislim, da človekova dejanja najboljše razlagajo njegove misli." John Locke

ANEKDOTE E-MESEČNIKA

Resnične zgodbe, ki vas bodo spravile v smeh.

MAJHNE STVARI

Židovski bankir James Willhelm Rothschild se je s prijateljem sprehajal po mestu. Znašla sta

se v gneči, neki žepar pa je hotel potegniti iz bogataševga žepa robec. Rothschildov prijatelj je to opazil in dejal:

»Gospod baron, ta zlikovec vam hoče ukrasti robec!«

»Pustite ga; vsi smo začeli z majhnimi stvarmi!«

FILOZOFIJA O UMORU

Jean Rostand, francoski biolog in filozof, je dejal:

»Kdo ubije človeka, je morilec. Kdor pobije milijone ljudi, je zavojevalec. Kdor pobije vse, je bog.«

DARILO

Eleonor Roosevelt, soproga ameriškega predsednika Franklina Roosevelta, je rada pomagala revnim otrokom. Ko je srečala jokajočo, slabo oblečeno devetletno deklico, ji je gospa naročila, naj ji spletne par nogavic.

»Veš, kdo sem?«

»Gospa Rooseveltova.«

»Prav. Spleti mi nogavice!«

»Ko jih je deklica prinesla, ji je gospa Rooseveltova poslala v zahvalo par svilenih nogavic – eno polno slaščic, drugo polno denarja. Dan kasneje je prejela tole pismo:

»Gospa, zaradi vašega darila sem se zelo jokala. Oče je vzel denar, brat slaščice, nogavice pa nosi mama.«

KAM S POSTELJO?

K francoskemu pisatelju Antoinu comte de Rivarolu je bil povabljen prijatelj, ki je bil znan po umazanosti. Ko je vstopil je slekel plašč.

»Smem položiti plašč na posteljo?« je vprašal.

»Kar! Samo – kam naj potem vržem posteljo?«

[[SPLETNA KNJIGARNA](#)] [[OSEBNO SVETOVANJE](#)] [[IZDELAVA SPLETNIH STRANI](#)] [[MOTIVACIJSKI ČLANKI](#)]

Izdajatelj: WWW.OSEBNA-RAST.COM

© OSEBNA RAST 2006

E-pošta: rov.goreva@osebna-rast.com