

**NOVI TERMINI PREDAVANJ, SEMINARJEV IN DELAVNIC:**

**15. 2. 2003** – Ljubljana – Motivacijska delavnica ISKANJE ŽIVLJENJSKEGA DIAMANTA  
**26. 2. 2003** – Ljubljana – Finančno - motivacijski seminar ŽIVIM BOGATO, MISLIM VELIKOPOTEZNO  
**28. 2. 2003** – Maribor – Motivacijsko predavanje BREZMEJNA MOČ MISLI IN STRAHOV  
**8. 3. 2003** – Maribor – Motivacijska delavnica ISKANJE ŽIVLJENJSKEGA DIAMANTA

**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**

**KORAK NAPREJ**

Kot ste že sami opazili, ima tokratni e-mesečnik malo drugačno obliko, saj ima vsak članek razen uvodnega le povzetek vsebine. Zakaj tako? Za to spremembo smo se odločili iz povsem tehničnih razlogov. E-mesečnik je z vsako številko obsežnejši in tokrat smo dobili še novo sodelavko Katjo Fašink, profesionalno vizažistko in stilistko, ki bo pisala o lepoti, stilu, make-upu in še čem.

Skratka, če bi e-mesečnik natisnili, bi dobili celih 15 ali še več strani, ali prevedeno v kilobyte in megabyte, vsak e-mesečnik je za posameznega naročnika "težak" 400 Kb oziroma za vse naročnike več kot 600 Mb. Ob tem pa dobimo ob vsaki objavi nazaj vsaj 100 sporočil, da imajo naročniki premalo prostora v predalu in zato e-mesečnika ni mogoče dostaviti.

Kako potem v prihodnosti do celotnega e-mesečnika? Preprosto ... Obiskali boste spletno stran in si članek prebrali neposredno preko spleta ali v e-mesečniku kliknili na povezavo do članka ter ga prenesli na svoj računalnik in ga shranili, kamor boste želeli.

Pri e-mesečniku KORAKI DO USPEHA iščemo tudi **novega sodelavca, ki bi pisal o uspešni prodaji**. Vsi, ki imate izkušnje s pisanjem člankov kot tudi praktične izkušnje s prodajo, ste vabljeni k sodelovanju. Pišite nam na e-mail: [info@osebna-rast.com](mailto:info@osebna-rast.com) in se predstavite, saj bomo novih sodelavcev zelo veseli.

Prav tako iščemo **prevajalce prostovoljce**, ki bi bili pripravljene sodelovati pri enem največjih projektov prevajanja uporabnih člankov iz angleškega jezika za medmrežno publiko v Sloveniji. Javite se nam tisti, ki lahko prevzamete enega ali več člankov, seveda so najbolj zaželeni poznavalci strokovnih področij, da bodo prevodi tudi po strokovni plati na najvišji ravni. Vsi zainteresenti se javite na naslov mojega sodelavca IDEJAMOŽA Borisa Peršaka: [info@idejamoz-sp.si](mailto:info@idejamoz-sp.si) in navedite svoje specialno področje.

Načrtov glede sprememb na spletni strani [www.osebna-rast.com](http://www.osebna-rast.com) je veliko in naj vam zaupam, da s 1. aprilom 2003 štarta prenovljena spletna stran. Še večje presenečenje pa se pripravlja mesec kasneje, in sicer 1. maja 2003. Spremljajte dogajanje na spletni strani in pravočasno boste obveščeni o vseh podrobnostih. Seveda pa bomo o novostih, ki jih pripravljamo, obvestili vse naročnike e-mesečnika KORAKI DO USPEHA.

Skratka, začele so se dogajati velike spremembe, ki bodo koristile obiskovalcem spletne strani. Pustite se presenetiti in prepričan sem, da se boste na spletno stran [www.osebna-rast.com](http://www.osebna-rast.com) vedno z veseljem vračali in spoznavali nove pristope, nove ideje, ki vas bodo pripeljale do sreče, zdravja in obilja.

Če ste dobro pogledali napovednik seminarjev in delavnic, ste lahko opazili, da imamo novo predavanje, ki je za udeležence brezplačno, poleg tega pa v mesecu marcu začnemo z

novim seminarjem, ki bo govoril o zdravju, zdravem načinu prehranjevanja, pomenu gibanja za zdravje in seveda o tem, kako zelo pomembni so pozitivni miselni vzorci za zdravje.

## **NAJ VAS SPREMLJA LJUBEZEN!**

### **MEDOSEBNI ODNOSI IN LJUBEZEN**

**Vse, kar moramo vedeti o komunikaciji, odnosih in ljubezni.**

**Avtorica članka: Barbara Kovač**

#### **RAZVOJNE STOPNJE IN IZRAŽANJE ČUSTEV**

Vsak človek mora v življenju iti skozi različne razvojne stopnje. Če partnerja npr. še nista prerasla otroške faze oz. njihovi starši niso dobro opravili »naloge«, smo pri preprih velikokrat priča kričanju, kritiziranju in obsojanju partnerja. To se bo ponavljalo toliko časa, dokler se ne bosta naučila lekcije.

To izvira še iz tega, ko majhen otrok z glasnim pritoževanjem pridobi pozornost svojih staršev in želi sedaj na isti način izsiliti ljubezen in razumevanje od svojega partnerja. Če je to delovalo v zgodnjih letih našega življenja, je v odrasli dobi popolnoma neučinkovito. Namesto, da bi si partnerja jasno povedala, kaj si želita, pričakujeta branje misli (kot je bilo to pogosto v fazi zaljubljenosti).

Kot je npr. nerealno pričakovanje, da bodo drugi ustregli vsem našim »muham«, tudi skrivanje resničnih čustev, želja in potreb ne pripomore k bolj zdravemu odnosu. Vsaka družina ima svoje čustvene navade in določa, katera čustva se smejo izražati, katera pa je bolje skrivati. Otroci se tega priučijo. Če bi izražali prepovedana čustva, bi tvegali, da bi jih starši zavržli. Negativna čustva so bila označena kot ogrožujoča in slaba za družinsko ravnotežje, zato jih sedaj pojmujejo kot taka tudi za svoj odnos.

Da bi se izognili temu mitu, je potrebno ljudi seznaniti s tem, da zaradi negativnih čustev z njihovim odnosom ni nič narobe in da to še ne pomeni, da partnerja nimajo več radi. To je samo znak, da je v razmerju treba nekaj spremeniti. Krize so ponavadi čudovita priložnost za osebno rast. Večina ljudi pa je usmerjena v spreminjanje partnerja, kar je manj naporno in boleče kot ukvarjanje s samim seboj.

Potrebno se je naučiti primerne ravnanja s svojimi čustvi, da jih sploh prepoznamo in jih znano izraziti na primeren način. Temu pravimo čustvena inteligenca ali pismenost.

Če je vsak od partnerjev sposoben izražati svoja pristna čustva, če zna biti odkrit z drugim, se razmerje utrdi. Toda če hoče biti človek iskren, mora najprej sprejeti samega sebe. Šele potem si toliko zaupa, da se lahko približa drugemu, sprejme njegovo resničnost, jo razume in se vživi v njegova čustva. To ga obogati in spremeni.

Če partnerja ne uspeta spraviti komunikacije na takšno raven, se pogosto zateketa k zavračanju, žalitvi, včasih celo k fizičnemu nasilju - skrajnemu načinu nebesedne komunikacije. Vzrok za to so frustracije človeka, ki partnerju ni zmožen odkrito povedati svojih občutij.

Spolnost je najvišja oblika nebesedne komunikacije, govornice telesa. Čeprav ne more nikoli nadomestiti besednega izražanja občutij, je trdna vez med zakoncema. Tako kot za druge oblike komunikacije v zakonu tudi za spolnost velja, da morata partnerja odkrito izražati svoja pričakovanja in občutke.

Ker je to občutljivo področje, je treba biti še bolj previden pri kritiziranju. Uporabljajo naj se enaki obrazci kot pri besedni komunikaciji: »Če narediš to, se počutim ... ker ...« (npr. »Če se me takoj lotiš brez poljubov in nežnosti, se počutim kot spolni objekt, ker si ne vzameš časa, da bi me počasi odkrival.«). Temeljno je zaupanje in odkrivanje drug drugemu, brez skrivanja za maskami.

## **USPEŠNA PRODAJA**

**Nasveti za vse, ki (se) želijo uspešno tržiti.**  
Avtor članka: Roy Goreya

### **LJUBEZEN IN HVALEŽNOST V PRODAJI**

»Le kaj imata ljubezen in hvaležnost pri prodaji?« se boste po vsej verjetnosti spraševali številni bralci tega članka. Morda v tem trenutku dvomite, toda želim vam predstaviti nekaj vesoljnih načel, ki vam lahko še pomagajo pri prodaji in odličnih poslovnih odnosih. Prav gotovo ste že večkrat v e-mesečniku ali pa v kakšni knjigi prebrali o **zakonu vzroka in posledice (zakonu akcije in reakcije)**. Karkoli v življenju delate, delate iz nekega razloga, in karkoli v življenju že prodajate, prodajate zaradi nekega razloga.

Kaj je razlog za vaše ukvarjanje s prodajo? Želite na ta način priti do več denarja in obogateti? Ali morda vaše storitve in izdelke zaračunavate tako oderuško, da se stranke in kupci resnično sprašujejo, če so sploh vredni svojega denarja. Veliko izdelkov je vrednih svojega denarja, še več pa je takih, ki tega niso vredni. Prodajalci imajo v tem primeru le en namen – čim bolj in čim hitreje »oskubiti« stranko. Bolje danes kot jutri.

Vsaka vaša prodaja mora izhajati in namenja, kar pomeni, da se morate vprašati, kako bo določen izdelek najbolj koristil kupcu in kako bo kupec s pomočjo vašega izdelka dobil dodano vrednost. Če povem z drugimi besedami – kupec mora imeti občutek, da je s tem, ko je za izdelek ali storitev plačal določen znesek, pridobil in ne izgubil. Se vam je že kdaj zdelo, da vas je prodajalec »opeharil« in vam prodal sicer drag izdelek, ki pa niti približno ni imel za vas take uporabne vrednosti, kot ste pričakovali?

No, to se je že zgodilo tudi meni in iz teh primerov sem se veliko naučil, predvsem pa me je to spodbudilo, da se pri svojem delu trudim dati drugim ljudem določeno dodano in uporabno vrednost, ki je niso pričakovali. Kaj se takrat zgodi? Pridobiva oba – jaz kot prodajalec in stranka kot kupec.

V življenju, pa naj bo to prodaja ali zasebno življenje, je treba vedno delovati po načelu **jaz dobim – ti dobiš**. Vsak vaš pohlep in želja po hitrem zaslužku se vam bosta krepko maščevala, saj v veselju ne moreš dobiti ne preveč in ne premalo, temveč ravno toliko, kot si zaslužiš.

Če ste kdaj v preteklosti delovali pri prodaji izključno iz vaših lastnih egoističnih načel, se lahko nadejate (pa ne da bi vam želel kaj slabega, a to je zakon veselja), da se vam bo to vaše dejanje povrnilo v takšni ali drugačni obliki. Edina možnost, da se izognete hudemu »učinku bumeranga«, je, da od zdaj naprej delujete po principu ljubezni, hvaležnosti in zaupanja. Kaj to pomeni?

Enostavno rečeno, zavežite se, da boste od zdaj naprej pri vseh vaših poslovnih odnosih delovali po načelu: **»Kako lahko stranki najbolj pomagam, da pridobi?«** Ob takšnem pristopu se vam ne bo nikoli treba bati upada prometa, saj vas bodo stranke same priporočale.

Iz srca vam priporočam še nekaj - tudi če vam bo mogoče prodaja upadla, če se bo izkazalo, da ni več toliko strank, **bodite hvaležni** veselju za to izkušnjo. Nekateri so hvaležni le takrat, ko jim gre dobro, toda potrebno je, da smo vedno hvaležni, in takrat se nam odprejo vrata obilja. Ravno o tem govori poučna zgodbica Anthonyja de Mella, ki govori o hvaležnosti in o tem, kako se vam lahko, ko se nekje zaprejo vrata, drugje odpre okno. A potrebna sta zaupanje in hvaležnost.

*Lastnik špecerijske trgovine je zelo zaskrbljen prišel povedat učitelju, da so ravno nasproti njegove prodajalne odprli veleblagovnico, ki naj bi mu uničila kupčijo. Že sto let je trgovina pripadala njegovi družini, in če bo trgovino izgubil, bo to njegova poguba, kajti ničesar drugega ne zna delati.*

Učitelj je rekel: »Če se boš bal lastnika veleblagovnice, ga boš sovražil. In sovraštvo bo tvoja poguba.«

»Kaj naj storim?« je vprašal obupani trgovec.

»Vsako jutro stopi iz svoje trgovine na pločnik in blagoslovi svojo trgovino, da bi dobro uspevala. Potem se obrni in prav tako blagoslovi trgovino nasproti.«

»Kaj? Svojega konkurenta in uničevalca naj blagoslovim?«

»Vsak blagoslov, ki mu ga daš, se bo obrnil v tvoje dobro. Vsakršno zlo, ki mu ga želiš, bo uničilo tebe.«

**Po šestih mesecih je špecerist spet prišel in povedal, da je moral – kot se je bil bal – zapreti svojo trgovino, toda zdaj je poslovodja veleblagovnice in posli mu uspevajo boljše kot kdajkoli prej.**

**MEHKO VODENJE**  
**Ravnaj MEHKO in doživel boš USPEH!**  
**Ravnaj TRDO in doživel boš NEUSPEH!**  
Avtor članka: Boris Peršak

**Ekskluzivno za bralce e-mesečnika KORAKI DO USPEHA!**

### **OPREDELJEVANJE DELOVNIH MEST**

Katero delovno mesto je za podjetje/organizacijo najbolj pomembno? Direktor? Računovodja? Delavec za strojem? Vzdrževalec? Razdeljevalka malice? Vrtar? Čistilka?

Katero delo je za podjetje/organizacijo najpomembnejše? Vodenje? Obračun plač in ostala računovodska dela? Proizvodna dela? Vzdrževanje naprav in strojev? Deljenje malic? Varovanje vhoda? Čiščenje prostorov?

Postavimo zgornja vprašanja drugače: Je med zgoraj naštetimi kdo, ki ga lahko pogrešamo? Je katero delo, ki ga lahko opustimo brez škodljivih posledic?

Odgovor je enostaven: Nobeno delovno mesto in nobeno delo ni bolj pomembno kot drugo. Prav tako težko pogrešamo kateregakoli delavca izmed zgoraj naštetih. Še težje pa opustimo katerega izmed del!

Predstavljajmo si - vsa dela so opravljena:

- razen obračuna plač – računi podjetja se ne plačujejo, prilivi se ne beležijo – ni pregleda nad denarnimi tokovi;
- razen vodenja podjetja – delamo, kar pač pride, brez cilja, brez načrtov;
- razen proizvodnje ali opravljanja storitev – zaračunavamo dela, ki jih ne opravimo, prodajamo izdelke, ki jih ne nameravamo izdelati;
- razen vzdrževanja strojev – nikomur ni mar za strojelome (ko se stroj/naprava pokvari, kupimo novo, čeprav je okvara zanemarljiva);
- razen razdeljevanja malice – zaposleni so lačni in žejni;
- razen varovanja podjetja – vsak vstopa in počne, kar se mu zljubi;
- razen čiščenja delovnih prostorov – valjamo se v smeteh, pa komu mar, saj bo vse razpadlo;

Vsako delovno mesto lahko opredelimo s stališča pomembnosti. V tem primeru ne govorimo o delovnih obveznostih (nalogah), ki jih vključuje opis dela in nalog za posamezno delovno mesto. Govorimo o nujnosti obstoja tega delovnega mesta – ne glede na to, ali imamo najete delavce (čistilni servis, varilci) ali so zaposleni v podjetju.

Pomen delovnega mesta (in dela samega) opredeljujemo s stališča nujnosti za delovni proces. Preprosto se vprašamo, kateri delovni procesi bi trpeli, če bi neko delo ne bilo opravljeno. Na ta način odkrijemo na prvi pogled neopazne soodvisnosti med različnimi delovnimi mesti (delovnimi operacijami), vzpostavimo neke vrste **delogram** (podobno kot pri sociogramu), ki nam omogoča boljše načrtovanje.

Postopek je preprost: na eni strani imamo neko delovno mesto, na drugi strani pa vsa ostala; z lestvico od 1 do 5 ocenimo pomen desnih delovnih mest za delovno mesto na levi. Tako lahko ugotovimo, katerim delovnim mestom moramo posvetiti večjo pozornost in imeti za vsak primer rezervo. Prav tako lahko racionaliziramo delovna mesta, kjer je to potrebno (namesto desetih lahko delo opravi šest čistilk), opravimo prerazporeditve znotraj skupine ali med skupinami.

Kadar opravimo delogram za celotno podjetje, je preglednica sicer obsežna, vendar bolj splošna. Delogram znotraj skupine pa ima na prvi pogled manjši obseg, vendar zahteva natančnejše opise posameznih delovnih mest (operacij).

Poglejmo na primerih:

### Podjetje

DIREKTOR		NEPOMEMBNO			POMEMBNO	
		1	2	3	4	5
	tajnica	1	2	3	4	5
	vratar	1	2	3	4	5
	računovodja	1	2	3	4	5
	proizvodni delavec	1	2	3	4	5
	skladiščnik	1	2	3	4	5
	delilka malice	1	2	3	4	5
	čistilka	1	2	3	4	5
	viličarist	1	2	3	4	5
	vzdrževalec	1	2	3	4	5
	pravnik	1	2	3	4	5
	direktor marketinga	1	2	3	4	5
	obratovodja	1	2	3	4	5
	vodja skupine	1	2	3	4	5
	itn.					

Ocenjevanje poteka po naslednjem principu: najprej označimo delovna mesta, brez katerih direktor sploh ne more (to so vsekakor tajnica, računovodja, pravnik, direktor marketinga, obratovodja in morda še kdo) – tem damo oceno 5; nato pridejo delovna mesta, ki se jim za nemoteno delo nikakor ne moremo odpovedati (vratar, čistilka, vzdrževalec, obratovodja itn.) – dobijo oceno 4; tako nadaljujemo, dokler je še kaj delovnih mest.

Delovna mesta, ki jih ocenimo z 1, lahko skoraj z gotovostjo opustimo (ukinemo), delovna mesta z oceno 2 pa moramo pošteno pretehtati, če jih želimo obdržati – razlog mora biti koristen za podjetje.

Nasledni korak za ocenjevanje delovnega mesta je ocena potrebnih posameznih delovnih mest za obstoječo količino dela. V nobenem primeru ni smiselno vzdrževati (plačevati) nekega delovnega mesta, ki ga ne potrebujemo.

Ocena potrebnih delovnih mest nam lahko razkrije pomemben podatek: če imamo premalo čistilk, je čiščenje slabo opravljeno, kar vpliva tako na videz prostorov kot tudi na splošno počutje zaposlenih v teh prostorih (na tem mestu je potrebno posebej opozoriti na slabo opravljeno delo – na primer slabo čiščenje, kar pomeni več slabih čistilk za delo, ki bi ga lahko opravljalo manj oseb). Enako velja za ostala delovna mesta – z analizo lahko odkrijemo, da moramo število določenih delovnih mest zmanjšati ali povečati.

## Skupina

		NEPOMEMBNO			POMEMBNO		
ELEKTRONIK	vodja skupine	1	2	3	4	5	
	strokovni vodja	1	2	3	4	5	
	strojnik	1	2	3	4	5	
	varilec	1	2	3	4	5	
	skladiščnik	1	2	3	4	5	
	strugar	1	2	3	4	5	
	električar	1	2	3	4	5	
	viličarist	1	2	3	4	5	
	vzdrževalec	1	2	3	4	5	
	direktor	1	2	3	4	5	
	obratovodja	1	2	3	4	5	
	tehniški risar	1	2	3	4	5	
	itn.						

**Pri skupini je pred ocenjevanjem potrebno navesti minimalne delovne stike med izbranim delovnim mestom na levi in ostalimi delovnimi mesti na desni. Na podoben način lahko izrazimo soodvisnost med posameznimi skupinami v oddelku in posameznimi oddelki v obratu.**

**Kadar imamo opravka z veliko organizacijo (korporativnega značaja), je delogram potrebno podpreti z informacijskim sistemom. Delogram za skupino je smotrno izdelati za vsak projekt posebej, saj se sestava in pomembnost delovnih mest (del) po projektih lahko bistveno razlikujeta.**

V naslednjem članku bom podrobneje opredelil šefa in vodjo kot možni opciji v skupini ...

-----  
IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec  
<http://www.soft-manager.com>  
[boris@persak.com](mailto:boris@persak.com)

## **POSTANITE BOGATI**

### **Znanstveni pristopi k bogatenju**

Avtor članka: Boris Peršak

### **Tretji princip znanstvene metode pridobivanja bogastva**

#### **KAKO BOGASTVO PRIDE K TEBI?**

KADAR PRAVIM, DA TI NI TREBA OSTRO TRGOVATI, ne mislim, da ti sploh ni treba trgovati ali da si nad kakršnimikoli odnosi z ljudmi. Mislim na to, da ni treba ravnati nepošteno. Ni ti treba dobiti nekaj za nič, *lahko pa daš vsaki osebi več, kot si od nje vzel.*

V denarni tržni vrednosti ne moreš dati vsakemu več, kot si vzel od njega, lahko pa mu daš v *uporabni vrednosti* več, kot pa je denarna vrednost stvari, ki jo je kupil od tebe. Papir, barva in ostali materiali v tej knjigi morda niso vredni denarja, ki si ga plačal zanjo, vendar če ti ideje, ki ti jih predlaga, prinesejo tisoče dolarjev, potem nisi bil zaveden s strani tistih, ki so ti jo prodali. Dali so ti veliko uporabno vrednost za majhno vsoto denarja.

Vzemiva na primer, da sem lastnik slike enega izmed velikih umetnikov, ki je v razviti družbi vredna tisoče dolarjev. Nesem jo v Baffin Bay (zaliv) in s trgovsko spretnostjo prepričam domorodca, da mi da zanjo sveženj kož, ki so vredne 500 dolarjev. Pravzaprav sem mu naredil krivico, saj slike ne more uporabiti. Zanj nima uporabne vrednosti in nič ne doda k njegovemu življenju.

Predpostaviva, da mu dam za kože puško, ki je vredna 50 dolarjev. Tokrat pa je opravil dobro menjava. Puško lahko uporabi. Zagotovila mu bo veliko več kož in hrane; dodala bo k

njegovemu vsakodnevnomu življenju. Naredila ga bo bogatega.

Ko se dvigneš s tekmovalne na ustvarjalno raven, lahko skrbno raziščeš svoja poslovna dogovarjanja. Če komurkoli prodaš karkoli, kar ne prispeva k njegovemu življenju več kot stvar, ki ti jo je dal v zameno, si lahko privoščiš, da to prekineš. V poslu ti ni treba nikogar premagati.

In če si v poslu, ki premaguje ljudi, potem se čimprej umakni iz njega.

Vsakemu daj več v uporabni vrednosti, kot dobiš od njega v denarni vrednosti. Potem z vsako poslovno menjavo prispevaš k življenju sveta.

Če imaš ljudi, ki delajo zate, potem moraš od njih vzeti več v denarni vrednosti, kot jim plačaš s plačami, vendar lahko tako organiziraš svoj posel, da bo izpolnjen z načeli napredka, in tako, da bo lahko vsak zaposleni, ki to želi, vsak dan malo napredoval.

Lahko urediš tako, da tvoj posel stori za tvoje zaposlene to, kar ta knjiga počne zate. Svoj posel lahko vodiš tako, da bo neke vrste lestev, po kateri se lahko vsak zaposleni, ki je pripravljen vložiti napor, sam povzpne do bogastva. Dana mu je bila priložnost, in če tega ne izkoristi, to ni tvoja krivda.

Na koncu pa naj povem, da iz tega, da boš povzročil ustvarjanje svojega bogastva iz brezoblične snovi, ki izpolnjuje celotno tvoje okolje, ne sledi, da bo privzela obliko iz zraka in se udejanila pred tvojimi očmi.

Če hočeš na primer šivalni stroj, ti ne mislim naročiti, da vtisni misel o šivalnem stroju v mislečo snov, dokler se ne bo izoblikovala brez rok v prostoru, v katerem sediš, ali kjerkoli drugje.

Če pa hočeš šivalni stroj, vzdržuj njegovo mentalno sliko z najbolj pozitivnim prepričanjem, da se proizvaja in da je na poti k tebi. Ko enkrat ustvari misel, ima *znanstvena metoda pridobivanja bogastva* najbolj brezpogojno in slepo zaupanje, da šivalni stroj prihaja. Nikoli ne razmišlaj o njem ali govori o njem drugače, kot da zanesljivo prihaja.

Lastiti si ga moraš, kot da je že tvoj. K tebi ga bo pripeljala sila najvišje inteligence, delujoča na temelju razumov ljudi. Če živiš v zvezni državi Maine, bo morda ta oseba prišla iz Teksasa ali iz Japonske, da se vključi v nekakšno menjavo, ki bo rezultirala v tem, da boš dobil, kar hočeš. V tem primeru bo vsa zadeva tako v korist te osebe kakor tudi v tvojo.

Ne pozabi niti za trenutek, da je misleča snov skozi vse, v vsem, v stiku z vsem in lahko vpliva na vse. Želja misleče snovi po polnejšem in boljšem življenju je povzročila stvarjenje vseh že narejenih šivalnih strojev in lahko povzroči izdelavo več novih milijonov – in bo, kadarkoli jo bodo ljudje spravili v gibanje z željo in zaupanjem ter z ravnanjem na določen način. Ti lahko vsekakor dobiš šivalni stroj za svojo hišo, kot lahko z vso gotovostjo dobiš katerokoli drugo stvar ali stvari, ki jih hočeš imeti in jih boš uporabil za napredek svojega življenja in življenj drugih.

Ni se ti treba obotavljati vprašati za več. "Tvojemu očetu je v zadovoljstvo, da ti da kraljestvo," je rekel Jezus.

Izvirna snov želi živeti vse tisto, kar je v tebi možno, in hoče, da imaš vse, kar lahko uporabiš in boš uporabil za preživljanje najbolj bogatega življenja. Če v svoji zavesti utrdiš dejstvo, da je tvoja želja po lastništvu nad bogastvom eno z željo najvišje sile za bolj popolnim izražanjem, postane tvoje zaupanje nepremagljivo.

Enkrat sem videl majhnega dečka, ki je sedel za klavirjem, kako je iz tipk neuspešno poskušal izvabiti harmonijo. Videl sem, da je jezen in razdražen zaradi svoje nesposobnosti zaigrati pravo glasbo. Vprašal sem ga po vzroku njegove nadloge in je odgovoril: "V sebi slišim glasbo, mojih rok pa ne morem prisiliti, da bi se pravilno premikale." Glasba v njem je bila

SPODBUDA izvirne snovi, vsebujoče vse zmožnosti vsega življenja. Le da je v tem primeru glasba iskala izraz skozi otroka.

Bog, enotna snov, poskuša živeti, početi in uživati stvari skozi človeštvo. On pravi: "Hočem roke, ki bodo zgradile čudovite zgradbe, da bodo igrale božanske harmonije, da bodo naslikale veličastne slike. Hočem noge, ki bodo tekale po mojih opravkih, oči, da bodo videle moje krasote, jezike, da bodo izgovarjali mogočne resnice in peli sijajne pesmi," in tako naprej.

Vse priložnosti, ki obstajajo, iščejo izraz skozi ljudi. Bog hoče, da imajo tisti, ki lahko igrajo glasbo, klavirje ali katerikoli drug inštrument in da imajo sredstva, s katerimi lahko kultivirajo svoje talente do svojega polnega obsega. Hoče, da se lahko tisti, ki lahko občudujejo lepoto, obdajo z lepimi stvarmi. Hoče, da imajo tisti, ki lahko izluščijo resnico, vse priložnosti za potovanja in opazovanja. Hoče, da so tisti, ki cenijo oblačila, lepo oblečeni in tisti, ki imajo radi dobro hrano, da se razkošno hranijo.

Vse te stvari hoče zato, ker on sam uživa v njih; to so njegove stvaritve. Bog je tisti, ki želi igrati na inštrumente, peti, uživati v lepoti, razglašati resnico, nositi lepa oblačila in jesti odlično hrano. "Bog se razodeva v tebi skozi voljo in dejanja," je rekel apostol Pavel.

Želja, ki jo čutiš za bogastvom, je Bog, ki se hoče v tebi izražati, kot je iskal izraz v majhnem dečku za klavirjem. Zato se ne obotavljalj vprašati za več. Tvoj naloga je v tem, da se osredotočiš na to in izraziš to željo Bogu.

To je težka točka za večino ljudi. V sebi zadržijo nekaj stare ideje, da siromaštvo in samožrtvovanje laska Bogu. Na revščino gledajo kot na del načrta, kot naravno danost.

Imajo vtis, da je Bog dokončal svoje delo in naredil vse, kar je lahko naredil, in da mora večina ljudi ostati revnih, ker preproso ni dovolj zalog za vse. Tako močno se oklepajo te zmotne misli, da jih je sram vprašati za več. Trudijo se, da ne bi hoteli več kot zadostne prihodke, ravno dovolj, da se počutijo znosno udobno.

Zdaj se spomnim primera enega izmed študentov, ki mu je bilo naročeno, da mora v razumu ustvariti jasno sliko stvari, ki si jih želi, tako da bi lahko vtisnil ustvarjalne misli v brezoblično snov. Bil je zelo ubog človek, ki je živel v najeti hiši in imel le to, kar je zaslužil od dne do dne, in ni mogel doumeti dejstva, da je vse bogastvo njegovo. Ko je premislil stvari, se je odločil, da bi smel razumno vprašati za novo preprogo za tla v njegovi najboljši sobi in za peč na premog, da bi lahko ogrel hišo ob hladnem vremenu. Z upoštevanjem navodil, ki jih je dobil v tej knjigi, je te stvari dosegel v nekaj mesecih.

Potem se mu je posvetilo, da je prosil premalo.

Sprehodil se je skozi hišo, v kateri je živel, in načrtoval vse izboljšave, ki bi jih rad naredil. Mentalno je dodal veliko okno tu in sobo tam, dokler ni bilo v njegovi glavi dovršeno kot njegov idealni dom, nato se je lotil opremljanja.

Z vzdrževanjem celotne slike v svojih mislih je začel živeti na določen način in se začel premikati proti tistemu, kar je hotel – zdaj je hiša njegova last in jo predeluje po modelu svoje mentalne slike. In zdaj bo s svojim še večjim zaupanjem začel prejemati še odličnejše stvari.

Dano mu je bilo glede na njegovo vero in tako je tudi s teboj – in z vsemi nami.

V naslednjem članku bom predstavil četrti princip znanstvenega pristopa k pridobivanju bogastva.

-----  
IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec  
Prevod knjige Science of Getting Rich

<http://www.persak.com>

[boris@persak.com](mailto:boris@persak.com)

## Z DOBRO KONDICIJO DO ZDRAVJA

### Kaj lahko sami storimo za svoje zdravje?

Avtor članka: Marjan Račnik

#### O TVOJEM ZDRAVJU ODLOČA OSEBA, KI BERE TA ČLANEK

Že v prejšnji številki sem govoril o spanju kot najpreprostejši obliki skrbi za svoje zdravje in boljše počutje. Res, spanje je dejavnik, ki izredno vpliva na kakovost življenja. Bolj, kot si sploh mislite. Da bi bili prepričani o kakovosti ležišča, mora biti slednje najprej ortopedsko in anatomsko prilagodljivo. Pozor! Naziv "ortopedsko" zagotavlja le, da je ležišče trše in se ne pogreza. Za pravo kakovost spanja mora biti ležišče obvezno še anatomsko prilagodljivo. Meni najbolj poznana anatomsko prilagodljiva ležišča so: vodna postelja, ležišča iz poliuretanske pene ter lateks ležišča.

Verjemite, da so večinoma vsa vredna svoje hvale in predvsem cene. Zanesljivo. Sam najbolj poznam vrhunska ležišča iz poliuretanske pene, ker se z njimi ukvarjam poklicno. Naj še poudarim, da čestitam vsakomur, ki se je odločil za kakršnokoli izboljšavo, in si je omislil ležišče, ki je brez vzmeti in s prevleko iz poliestra. Ležišča s prevleko, v kateri so tudi poliestrska vlakna, povzročajo statično elektriko, kar negativno vpliva na srčni utrip, vzmeti v ležišču pa ustvarjajo neugodno magnetno polje, kar negativno deluje na krvni obtok.

Kar nadaljujem z drugim pomembnim dejavnikom, ki ga mora izpolnjevati kakovostno ležišče. Ležišče mora biti tudi zračno. Zakaj? Ljudje tudi ponoči izločamo tekočino. Z dihanjem, torej skozi usta in nos, ter z znojenjem. V eni noči človek izloči od 0,2 do 1,0 litra tekočine. Kar mnogo. In kam mislite, da gre ta tekočina? Seveda, v posteljo in v posteljnino! Kakšen je učinek vlage, ni smiselno izgubljeni besed.

Vlaga je škodljiva za skoraj vse materiale, kaj šele za človeško telo. Stremeti moramo za tem, da vlaga čimprej zapusti ležišče. Kar odvadite se jutranjega vestnega postiljanja postelje s prekrivanjem ležišča, če vas je mama v otroštvu učila, da je to lepa navada. Ležišče naj bo večji del dneva odgrnjeno, da bi se čimbolj prezračilo. Vlaga, ki ostaja v pokritem ležišču, krepko povečuje možnosti za razvoj kolonije pršic, v njem se pojavijo bakterije, konec koncev je vlažna postelja tudi bolj hladna.

Postelja ni namenjena temu, da bi bila lepo postлана. Ne. Postelja je namenjena temu, da se zvečer spravimo v njeno zatočišče in nam v urah spanja omogoči regeneracijo telesa in duha. Pustite torej posteljo odgrnjeno vsaj tja do popoldneva. Otroci že vedo, kaj je dobro in zdravo. Lepota je v spalnici drugotnega pomena. Za spanje je bolj kot vizualna podoba bistvena njena sposobnost zagotavljanja dobrega počutja in udobja.

O tem, kako pomembno je za spanje suho ležišče, se prepričamo takrat, ko menjamo posteljnino. Mmmmm, kakšen užitek. Trajanje tegažitka je odvisno od kakovosti ležišča. Ko si priskrbimo posteljo, ki je zračna in suha, se kakovost spanja ne samo bistveno, ampak krepko izboljša.

Pri odejah je pomembno, da se odločamo za vrhunske materiale, ki zagotavljajo reguliranje vlage ter enakomerno temperaturo prek cele noči. Najkakovostnejši material je volna. Zmotno je prepričanje, da je volna primerna le za zimski čas. Kar vprašajte koga, ki ima volneno posteljnino. Včasih, ko vprašam uporabnike volnene posteljnine, kaj bi si prej kupili, če bi jim ukradli televizor in volneno odejo, dobim zanimiv odgovor: "Volneno posteljnino!" Seveda, ker se v popolnosti zavedajo njenih čudovitih lastnosti. Kdor tega še nima, naj kar vpraša koga, ki to že ima. Verjemite, da bo pohvala glede uporabnosti volne realna in resnična.

Za razliko od odej, ki so polnjene s puhom ali poliestrom, volnena odeja ves čas zagotavlja enakomerno temperaturo. In sicer temperaturo ca. 37 stopinj Celzija, kolikor znaša telesna temperatura speče osebe. Pod večino ostalih odej ob prihodu v posteljo najprej z lastno telesno temperaturo segrevamo ležišče, kasneje pa postane pod njimi prevročje in speči človek se odgrne. To potezo izzove povečana vlažnost, ker odeja ne diha. S tem je povzročeno temperaturno nihanje, ki je zelo škodljivo za sklepe, moten pa je tudi spanec. Ker je telo v

mirujočem stanju manj odporno, iz tega sledi, da smo še bolj dovzetni za razne bolezni ali bolezenske težave. Torej ni čudno, da se zjutraj prebujamo z bolečinami v sklepih, v grlu, z oteklimi nogami, z bolečinami v hrbtenici in še čim.

Da povzamem najbolj bistveno. V ležišču, ki ne nudi pravilne lege hrbtenici, ki ni zračno in ne zagotavlja enakomerne telesne temperature, se pogosteje prebujamo, s tem pa imamo manj možnosti, da bi bil spanec kakovosten. To vpliva tudi na kakovost obnove organizma.

Znanstveno je dokazano, da so ljudje, ki slabo spijo, veliko bolj razdražljivi in da se njihova živčna napetost zaradi tega vedno bolj stopnjuje. Postopoma vodi to do večine bolezni. Izvor bolezni je povezan s človeško psiho. Človek, ki se je sposoben spočiti in sprostiti, je mnogo bolj odporen in lažje obvladuje vsakodnevne situacije. Človek ne vstane z "levo nogo", ampak nespočit. Slednje je predvsem rezultat slabega ležišča.

Pri nakupu postelje, predvsem ležišča, je vredno razmišljati dolgoročno. Dražje je praviloma tudi boljše. Spanje in postelja sta po krivici premalo cenjeni stvari. Prepričan sem, da je vsak tako premožen, da si lahko kupi ležišče, ki ga potrebuje in si ga zasluži. Zavedati se moramo, da gremo v posteljo, ko smo zdravi, ko smo utrujeni, ko bi se radi ljubili, ko bi radi malce lenarili ... V posteljo gremo, ko sploh ne moremo več iz hiše, ko ne moremo več v avtomobil, ko ne moremo na počitnice, ko nam je vseeno, kakšno fasado imamo, ko nam je vseeno, katero pivo je cenejše, ko nam je vseeno, kaj si drugi mislijo o naših oblačilih, o našem avtomobilu ... o čemerkoli. V posteljo bomo hodili do zadnjega trenutka.

Kako si vi zamišljate svojo posteljo v prihodnosti? Kako bo izgledala? Kakšne barve in oblike bo? Kakšni zvoki se bodo pojavljali, ko se boste preobračali v njej? Kakšno počutje vam bo omogočala? Kakšne bodo vonjave v njej? Bo suha ali bo vlažna? Bo topla ali bo hladna? Kakšno si res želite? Si jo zaslužite? Ste je vredni? Je vaše zdravje in počutje za vas pomembno? To so vprašanja, na katera si odgovorite sami. Gre za vas, vaše počutje in vaše zdravje.

Devet desetih človekove sreče temelji samo in zgolj na zdravju. Z zdravjem vse postane vir užitka. Brez zdravja je neužitno vsakršno zunanje bogastvo, kakršnokoli že je. Največja neumnost je žrtvovati zdravje za druge užitke: bodisi za napredek, slavo, bogastvo; napram zdravju je vse drugotnega pomena.

Pred dnevi sem bil na domačem pokopališču. Mojo pozornost so pritegnili spomeniki znancev kot tudi tistih, ki jih nisem poznal. Povsem običajno je že, da ima človek po smrti postavljen spomenik. Do tega ima vsak pravico in je tako morda tudi prav. Koliko natančno to stane, niti ne vem, vendar je moja domneva o znesku tam okoli pol milijona tolarjev kar blizu realnosti. Verjamem in prepričan sem, da bi marsikomu bolj koristilo, če bi imel možnost živeti bolj radostno ter zdravo. Investiranje v zdravje je bolj smiselno kot investiranje v čas po smrti. Zakaj? Ker je živeti težje, kot pa biti mrtev, in ker je denar namenjen temu, da nam služi v času življenja in ne po njem.

Za marsikoga je investiranje denarja stresno opravilo. Slednje je v človeškem življenju prisotno zaradi strahu pred tem, da bomo izgubili del energije, kar denar zanesljivo je. Odločitev za boljše spanje in počutje vrednost vložene denarja zanesljivo poveča. Kadar se izboljša vaše počutje, se povečajo: storilnost, optimizem, povečajo se telesne in umske sposobnosti, skratka, prednosti naložbe v boljše spanje so očitne. Kdor varčuje pri postelji, varčuje na napačni strani. Edini očitni prihranek tistih, ki varčujejo pri zdravju, je ta, da v življenju ponosijo manj čevljev. Seveda, ker so več časa v postelji.

Življenje, sploh pa zdravje, ima čudno računico. V prvi polovici življenja si zdravje kvarimo, v drugi si ga popravljamo. Za vse pride račun. Pozneje ko pride, višje so obresti.

Ljudje smo čudni. Ko smo zdravi, nam je zdravje vredno malo ali nič, ko smo bolni, nam pomeni največ. Ko v starih letih pridemo do tega spoznanja, nam ne koristi več. Koristi lahko kvečjemu drugemu. Če seveda tisti verjame, da imamo prav. Marsikdo verjame le izkušnjam. Izkušnja je res najboljša šola, je pa zato šolnina dostikrat najbolj draga. Sploh kadar je govora o zdravju. Kadar nam je nekaj, kar bi si lahko privoščili za izboljšanje zdravja,

predrago, se brez prave potrebe odločamo za trpljenje. Trpljenje je najcenejše. Pravzaprav ni najcenejše, trpljenje je dejansko zastoj. Za trpljenje ni treba storiti nič konkretnega. Nasprotno pa velja za zdravje. V zdravje je treba vlagati znanje, denar in čas. Prej ali slej se tega zavemo. Bolje je seveda, da se čimprej.

Toliko za danes. Naslednjič bom na začetku nekaj vrstic namenil še škodljivim sevanjem, ki vplivajo na kakovost spanca, nato pa bom načel naslednjo temo, ki se bo zopet nanašala na zdravo prehrano. Pravzaprav ne bom pisal o hrani, ampak o tem, kako zdržati en teden brez hrane. Govora bo o postu. Toplejše pomladno vreme bo v marcu že primerno, da se lotimo čiščenja telesa, potem ko se je pozimi v njem nakopičila zaloga odpadnih snovi. Do takrat pa vam želim čim boljši počitek in odločajte se za tisto, kar je za vas res pomembno.

-----  
Marjan Račnik, svetovalec za izdelke za zdravo in sproščeno spanje  
[marjan.racnik@siol.net](mailto:marjan.racnik@siol.net)

## **JAVNO NASTOPANJE IN RETORIKA**

**Kaj lahko sami storimo, da ostane strah pred javnimi nastopi zgolj spomin?**

**Avtor članka: Boštjan Grošelj**

### **BESEDE NAJ VODIJO K SOŽITJU**

Retorične spretnosti so lahko koristne za prikrivanje resnice ali za boljše približanje osebne resničnosti soljudem. Prvo je mnogokrat etično sporno, drugo pa je nujnost v današnjem svetu. Bolehmo namreč za morda najhujšo boleznijo, kar jih je. Imenuje se vsiljevanje svojega videnja sveta drugim. Lahko bi ji rekli tudi predstavljanje naše osebne resničnosti kot edine prave, edine obstojne in edine zveličavne.

To povzroča rakasto obolenje človeštva, prav to nas peha v nasprotovanja, sovraštvo, vojne in trpljenje. Dvolično govorimo o spoštovanju drugačnosti, razglušamo varstvo človekovih pravic, dejansko pa vse izrečeno ostaja le na papirju. Praksa vsakodnevno kaže na teptanje človekovega dostojanstva, ki je sveta stvar, nekaj, kar si vsakdo zasluži že s tem, ko je. Že samo zato torej, ker s svojo enkratnostjo prispeva k dragoceni mnogoterosti človeštva in hkrati sporoča, da smo vsi Eno ne glede na različnost.

Slednja je samo navidezna, pregrade si najprej ustvarimo sami. Pri tem pa nam vneta pomagajo družina, šola in druge družbene ustanove, ki človeku zakoličijo dvorišče, po katerem naj bi hodil. Obenem mu dajo jasno vedeti, da obstajajo številne kazni, ki pomagajo družbi ohranjati dogovorjeno ravnovesje. Takšno ravnovesje je krhko, ker je namišljeno. Ne temelji na trdnem izhodišču. Kazni namreč temeljijo na domnevi, da bi kršenje vzdrževanih oblik družbeno sprejemljivega vedenja privedlo do anarhije.

In kaj se skriva za takšno in njej podobnimi domnevami? Strah!!! Kakšen strah? Strah pred izgubo nadzora nad lastnim življenjem, strah pred izgubo kompasa, ki mu vsak dan sledimo kot naviti avtomati in tako pomagamo ohranjati psihozo strahu. Del tega kolesja so tudi mediji. Posredujejo 90% negativnih in komaj 10% pozitivnih novic. Skratka, ohranjajo psihozo nemirnega, krutega, strašljivega, nevarnega, neznanega in pokvarjenega sveta.

S to gnojnico nas zalivajo, prikazujejo resničnost kot nekaj, kar je tam zunaj, pred čimer smo nemočni, kot nekaj, kar se nam dogaja. Nič se nam ne dogaja, mi sami ustvarjamo to dogajanje. Hkrati pa je tudi za naše odzive na dogajanje ključno naše doživljanje. Od našega doživljanja nečesa, kar se zgodi, je odvisnih 90% naše reakcije, dogodek sam po sebi vpliva na naše odzivanje le v 10%. Kaj iz tega sledi?

Ugotovitev, da odgovornost za naše misli, besede, čustva in dejanja prelagamo z naših pleč na okoliščine, soljudi ali kaj drugega zunaj nas. Bojimo se soočiti sami s sabo in točno zato živimo v svetu, okoliščinah in ob soljudih, nad katerimi se pritožujemo. Svojo resničnost si ustvarjamo sami. Jasen dokaz za to so različni odzivi soljudi na isto stvar.

Vzemimo primer izgube službe. Za mnoge je to katastrofa, sprašujejo se, kako je to lahko

doletelo ravno njih. Rišejo brezizhodne scenarije, obtožujejo direktorja, sodelavce, državo, zavod za zaposlovanje itn. Nekateri pa taisto okoliščino doživljajo kot priložnost za osebno rast in spremembo na bolje. Zanje je izguba službe odskočna deska, da se lotijo novih življenjskih izzivov in zaživijo bolj polno kot kdajkoli prej.

Odločilni dejavnik za našo reakcijo torej ni dogodek, bistvena je osebna naravnost. Vse niti igre imamo v svojih rokah, svojem srcu in svoji glavi, le zavedati se moramo tega. To pa je šele pol poti do lastne ozdravitve in postopne ozdravitve vsega človeštva. Skladno s tem zavedanjem moramo začeti živeti, hkrati pa spoštovati soljudi in jih poskušati razumeti.

Z njimi je treba graditi pristne, z iskrenostjo utrjene mostove. Besede so pri tem neprecenljivo orodje. Njihova vloga je ključna za približanje osebne resničnosti soljudem. Vsakdo na svoj način doživlja svet in življenje, zato je za ubrano sobivanje treba iskati stične točke. To pomeni, da drugim ne vsiljujemo svojega mnenja kot edinega pravilnega, ampak z ljubečo naklonjenostjo stremimo k temu, da bi jih razumeli.

-----  
Boštjan Grošelj, novinar, lektor, pesnik in zavarovalni posrednik  
[boskobosko@siol.net](mailto:boskobosko@siol.net)  
GSM: 031 373 826

**UPORABNI INTERNETNI NASVETI**  
**Vse, kar ste kdajkoli želeli vedeti o tem, pa niste upali vprašati.**  
Avtor članka: Boris Peršak

**OGLAŠEVANJE na INTERNETU: brez larifarija – oglaševanje s pomočjo elektronske pošte**

***PROTI: Spamerji in goljufi – strup današnje informacijske družbe***

Kadar danes povprečni uporabnik sliši za oglaševanje po elektronski pošti, najprej pomisli na zelo moteča sporočila, ki prihajajo od neznano kje, ki jih nihče ni naročil in ki ponujajo tako banalne stvari, da se mora normalno umsko razvit posameznik vprašati, kdo je nor. Tudi če je reklama povsem "normalna", ali prevedeno v razumen jezik – ponuja povsem uporaben izdelek, nas dejstvo, da je nismo naročili, spravi v slabo voljo.

Kot enega najbolj neumnih primerov naj omenim debilna "pisma prijaznih stricev iz Nigerije z milijoni \$\$\$ samo za nas", ki spadajo med največje goljufije iz svetovne zgodovine. Po podatkih na strani FBI je to tretja do peta največja goljufija na svetu, ki je iz žepov naivnih do danes potegnila milijarde dolarjev, nekateri pa so celo odpotovali v Nigerijo, kjer so postali ujetniki nigerijskih kriminalnih skupin, dokler njihove družine niso zbrale dovolj sredstev za plačilo odkupnin.

Vse to je bilo dovolj, da je FBI ustanovil poseben oddelek za boj proti "nigerijski mafiji", ali kot ji še rečejo, "419 fraud", kar se navezuje na 419. člen nigerijskega kazenskega zakonika, ta pa se nanaša na protipraven odliv sredstev v tujino, zato nigerijska vlada nič kaj prijazno ne gleda na tuje "kršitelje", ki so "vpleteni" v iznos denarja iz države, kar je osnovni namen.

Ob tem najbolj slikovitem, za naivne usodnem primeru pa se dnevno srečujemo z množico neuporabnih elektronskih sporočil, ki se množijo kot gobe po dežju. Sploh ni pomembno, da se nikoli nismo prijaviili za kaj takega, našli so nas (spamerji s posebnimi programi skenirajo celoten svetovni splet) in zdaj je naš naslov v vseh možnih bazah, ki jih prodajajo po svetu na deset- ali stomilijonskih gogoščenkah.

Končni rezultat je, da smo postali odporni na vse oblike oglaševanja na Internetu, saj se najprej spomnimo na ponudbe za članstvo na raznih porno straneh in za nakup najbolj nepotrebni izdelkov, kar so jih kdaj izumili. V tej luči je Internet zares postal smetišče, pa ne samo smetišče informacij, ampak tudi najbolj bizarnih in neuporabnih izdelkov, kot da bi nekdo želel spraviti v promet vso nesnago in odpadke tega sveta.

Ta način oglaševanja pomeni najslabšo možno reklamo za nas same, če se nameravamo s posli ukvarjati resneje in dolgoročno. In na tem mestu odsvetujem vsak nakup kakršnihkoli zgoščenk z milijoni e-poštnih naslovov po vsem svetu, ker je pol teh naslovov lažnih ali ugasnjenih, še huje pa je, da od nikogar niste dobili dovoljenja za pošiljanje reklamnih sporočil, in v tej luči boste doživeli zlivanje ognja in žvepla na vaše glave, morda vam bodo ukinili e-poštni naslov in morebitno spletno stran, lahko pa se celo znajdete na kakšni črni listi. Preveč tveganja za premalo učinka.

### **ZA: Gradnja skupnosti zainteresiranih članov**

Tipičen primer je stran našega gostitelja Roya Goreye, ki gradi na prostovoljnem članstvu, skupen interes vseh naših članov pa je prejemanje uporabnih člankov z različnih področij osebne rasti. Prav tako smo nekateri člani v krog pristopili zaradi podpore Royu, saj v njem vidimo svetel primer, da volja res najde pot. In kaj ima oglaševanje v e-poštnih sporočilih opraviti s temi mislimi?

Vsak e-mesečnik ima na vrhu povezave do razpisanih delavnic, seminarjev in predavanj, ki nikogar ne "posiljujejo" z vsemi dejstvi, zainteresiranim pa omogočajo, da se s klikom na zeleni datum in kraj povežejo z vsebino na spletni strani, kjer je podroben opis. Prav tako so na vrhu članka ostale povezave, ki omogočajo vam bralcem dostop do ostalih informacij, ki so na spletni strani, nikogar pa ne silijo, da jih mora pogledati, odvisno je od vaše svobodne volje.

V članku bom na tem mestu demonstriral, kako lahko reklamo neprisiljeno vključimo v e-poštno sporočilo, ne da bi preveč štrlela iz konteksta, vpijoč: "Jaz sem reklama, preberi me!" Edino pravilo je, da reklama ne sme imeti enake oblike, kot jo pri reklamih pričakujemo.

Naj reklama raje deluje kot prijazen nasvet ali ugotovitev znotraj članka. Tako kot zna Roy na svojih delavnicah, seminarjih in predavanjih na energetsko eksploziven način napolniti svoje slušatelje z informacijami, ki jim spremenijo in preusmerijo tok življenja, ob tem pa ne reklamira svoje knjige in nikomur ne zviža rok, češ, kupi jo.

Iz mojih opažanj in sodelovanja pri Royevih nastopih lahko mirne duše zagotovim, da kljub temu, da sem prebral enormne količine knjig in člankov, vključno s tistimi na Internetu, na vsakem izmed teh dogodkov uživam, kot da sem njiva, godna za setev. Vedno sem po teh dogodkih poln energije in znova in znova jemljem v roke Royevo knjigo, da si pogledam kakšen del, ki ga v danem trenutku potrebujem. In verjemite mi, da je Royeva knjiga vrelc idej in modrih misli, ki jih nisem našel še nikjer v tako zgoščeni in preudarno izbrani obliki.

Naslednje izjemno učinkovito reklamno orodje so pozitivna mnenja, ki jih Roy dobiva na samih nastopih kot tudi po elektronski pošti. Vsa, ki sem jih doslej prebral, še niso bila objavljena, kar je na nek način škoda, so pa dobra rezerva za v prihodnje. Objava takšnih mnenj je seveda vezana na dovoljenja oseb, ki so jih dale, da se smejo objaviti na spletu ali v elektronski pošti.

Objava v e-mesečniku je lahko učinkovito prodajno orodje, zopet pa bi rad poudaril pravilo, ki služi podpori verodostojnosti takšnega mnenja: objavijo naj se le takšna mnenja, kjer avtor dovoli tudi objavo imena in priimka ter elektronskega naslova, da bo bralec čutil, da je za tem mnenjem resnična oseba.

Tri odstavke nazaj sem obljubil demonstracijo "reklame" in jo tudi uresničil. V pretekla dva odstavka sem neprisiljeno vključil to, kar o Royu in njegovem delu iskreno mislim, pa kljub temu ni delovalo kot klasična reklama, prej kot pohvala in priporočilo, kajne?

Spodaj pa vam za pokušino prilagam še eno konkretno mnenje o Royu in njegovem delu, seveda podpisano s strani resnične osebe:

***"Spoznati se z Royem Goreyo in občutiti njegovo vztrajnost, pogum in optimizem, so trenutki v življenju, ki te obogatijo s preprostimi nauki, kako živeti. In življenje***

**zlahka postane umetnost. Nobena pot ni več brez cilja, nobena ovira nepremagljiva, nobena želja neuresničljiva. Želim si, da bi do tega spoznanja prišel vsakdo in v sebi odkril mogočno voljo do življenja. In prav Royeva knjiga je pri tem v zelo veliko pomoč. Je darilo življenja. Hvaležna sem Royu za to."** Tanja Paar, prof.

### **Zaključne misli**

Oglaševanje, kot ga poznamo s TV ali z letakov in revij, je v elektronski pošti povsem neprimerno. Velik potencial za oglaševanje je podpis e-poštnega sporočila, seveda mora biti dobro sestavljen. Še en dodaten vir reklamiranja pa je službena pošta, ki si jo izmenjujemo s poslovnimi partnerji in kupci. Če imamo kaj v akciji, to brez nepotrebnega leporečja ponudimo v prostotekočem besedilu, vedno ga napišimo za vsakega prejemnika posebej in ne uporabljamo predpripravljenih besedil, ker dajejo vtis uniformnosti in togosti. Najboljša je "osebna" komunikacija, prilagojena sogovorniku.

### **Še primer mojega dejanskega reklamnega sporočila – klasična oblika:**

\*\*\*\*\*

#### **ZAGOTOVITE SI SOFINANCIRANO IZDELAVO SPLETNE STRANI – DO 50% SUBVENCIJA**

Načrtovanje, strukturiranje in izdelava spletne strani za delujoče malo ali srednje veliko podjetje po subvencionirani ceni v sistemu vavčerskega svetovanja. Koristite lahko subvencijo do bruto 300.000 tolarjev. Pokličite me na spodnji telefon ali mi pošljite elektronsko pošto in razložil vam bom podrobnosti.

\*\*\*\*\*

V naslednjem članku bom podrobneje predstavil državne spodbude na področju e-poslovanja s stališča svetovalca specialista v vavčerskem sistemu svetovanja za izdelavo spletnih strani in e-poslovanje.

-----  
IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec  
<http://www.idejamož-sp.si>  
[info@idejamož-sp.si](mailto:info@idejamož-sp.si)  
GSM: 041 791 081

### **ODKRIJTE SVOJO LEPOTO IN STIL**

**Kako s primerno obleko in privlačnim make-upom do uspeha?**

**Avtorica članka: Katja Fašink**

### **ZUNANJA SAMOPODOBA IN OSEBNI SLOG**

Da bi bili dobro oblečeni, morate nositi oblačila, primerna za vas, ki vas dopolnjujejo psihično in izražajo vašo osebnost in osebni slog. Oblečila morajo biti primerna priložnosti in družbi, v kateri se gibljete. Ozirajte se tudi na modne trende. Najpomembnejše pa je, da najdete pravo mero mode in svojega sloga.

V zadnjih letih nas razne revije, televizijske oddaje in knjige poučujejo o barvah in slogu, ki so primerni takemu tipu, kot smo sami. Ozirajo se na barvo las, oči in polti. Težava pa ostaja ustrezna, prilegajoča se obleka. Delna rešitev je, da se posvetujemo z modnim svetovalcem oziroma stilistom, da nam pomaga določiti slog in poiskati ustrezna oblačila za nas. Zakaj delna rešitev? Preprosto – dva stilista, dva sloga.

Pri izbiri stilista se ozirajmo na slog, ki ga oseba, ki smo jo najeli za stilista, izžareva. Če je stilist provokativen, oblečen neobičajno in ima npr. divjo barvo las, včasih njegove sposobnosti niso tako vsestranske, da lahko kakovostno in navidez lepo obleče poslovnega človeka. Če pa je stilist urejen in izžareva eleganco, lahko tudi športno, ali pa enostavno nek svoj umirjen slog, mu lahko zares zaupamo in se mu prepustimo.

Razmišljati moramo o celostni podobi osebnega sloga. To pomeni tudi določiti ustrezen make-

up, pričesko in oblačila, da lahko v popolnosti izrazimo svoj slog, določimo barve in kroj, material in dodatke, ki naj sovpadajo z barvo, višino in obliko telesa ter potezami obraza. Da lahko ustvarimo enkratni osebni slog, potrebujemo profesionalni nasvet svetovalca stilista.

Katja Fašink, profesionalna vizažistka in stilistka

<http://www.lepotainstil.net>

[katja.fasink@lepotainstil.net](mailto:katja.fasink@lepotainstil.net)

### **MODRE MISLI ZA VSAK DAN**

**Misli, ki vas bodo motivirale za vrhunske dosežke.**

**"Tu smo zato, da si na življenjski poti drug drugemu pomagamo."** William J. Bennet

**"Delajte na veliko, delajte prav in delajte v slogu."** Fred Astaire

**"Samo tisti, ki tvegajo, da bodo šli predaleč, lahko sploh ugotovijo, kako daleč lahko nekdo gre."** T. S. Elliot

### **ANEKDOTA E-MESEČNIKA**

**Resnične zgodbe, ki vas bodo spravile v smeh.**

#### **NAKLJUČNA PODOBNOST**

Rimskega cesarja Avgusta je močno presenetilo, ko je opazil, da sta si z nekim kmetom zelo podobna. V šali ga je vprašal, ali je bila njegova mati večkrat v Rimu.

»O, ne,« je odgovoril kmet, »pač pa je večkrat zahajal tja moj oče.«

#### **RAZPRODAN ROMAN**

Peter Axworthy je napisal in dal tiskati svoj prvi roman, toda kupcev ni bilo. Napeto je razmišljal, kaj naj stori, da bo knjige prodal, in posvetilo se mu je. V časopise je dal naslednji oglas:

»Milijonar, visok, eleganten, izobražen, glasbenik, bi rad poročil gospodično, ki bi bila v vsem podobna junakinji romana »Zmagala je ljubezen«, ki ga je napisal Peter Axworthy.«

Roman je bil takoj razprodan.

#### **KAJ BO SIN?**

V svoji mržnji do Amerike si je angleški državnik grof Artur James Balfour izmislil tole zgodbico, ki jo je rad pripovedoval prijateljem:

»Ameriški trgovec ni vedel, kateri poklic naj bi izbral za svojega sina, zato ga je zaprl v sobo, kjer je bilo samo troje reči: sveto pismo, jabolko in bančni ček. Mislil si je: »Če ga dobim pri branju svetega pisma, ga bom dal za pastorka; če bo opazoval jabolko, bo poljedelec; če bo gledal ček, pa bančnik.« Čez nekaj časa je pogledal v sobo: sin je s čekom v žepu sedel na svetem pismu in jedel jabolko. – Tedaj je oče sklenil, da bo sin politik.«

#### **KAKO KONČATI ZVEZO?**

Francoski igralec Michael Baron ni imel velikih uspehov samo na odru, temveč tudi pri lepem spolu. Za hitrejšo menjavo si je mož izmislil poseben sistem, ki se je menda zmeraj obnesel. Ko je hotel pretrgati razmerje s katero od prijateljic, je Baron šel k njej in rekel z usodnim glasom: »Madame, vse vem!«

In vsakokrat je dama prebledela. Tedaj jo je prezirljivo pogledal, se obrnil na peti in odšel, kakor da niti slišati noče zgodbe o njenem grehu.

[ [Knjige](#) ] [ [Osebno svetovanje](#) ] [ [Forum "KORAKI DO USPEHA"](#) ]  
[ [Spletno gostovanje, registracija domen, antivirus program](#) ]

**Poslušajte KOROŠKI RADIO Slovenj Gradec na FM 97.2 MHz!**  
**V sredo 26. februarja 2003 ob 20:00 boste v oddaji KOLO ŽIVLJENJA izvedeli vse o novih terminih predavanj, seminarjev in delavnic, ki jih organizira Roy Goreya.**

Izdajatelj: [WWW.OSEBNA-RAST.COM](http://WWW.OSEBNA-RAST.COM)  
E-pošta: [roy.goreya@osebna-rast.com](mailto:roy.goreya@osebna-rast.com)

© OSEBNA RAST 2003