brother At your side. Canon deli Double A EMTEC EPSON hp KYOCERA LEXMARK SAMSUNG

što žele i zašto to žele. Međutim, na ovoj edukaciji su predamnom sjedili pametni, iskusni i vješti prodavači koji su u tom trenutku svoj posao gledali kao nešto što je u neskladu s njihovim životnim ambicijama. Izašavši pred njih osjećao sam se kao trener borilačkih vještina koji s naprednim polaznicima treba uvježbati neke odlične i zahtjevne poteze, a oni sjede iščašenih zglobova i ukočenih leđa, nesposobni za bilo kakvu vježbu.

Odlučio sam da je, prije nego krenemo s bilo kakvim treningom konkretnih vještina, potrebno napraviti svojevrsnu „kiropraktiku" i vratiti polaznike u balans kako bi ponovno osjetili motivaciju za stalnim usavršavanjem.

Neurološke razine

Robert Dilts, jedan od pionira NLP-a (neurolingvističkog programiranja) i istraživača povezanosti naših unutarnjih procesa i uspješnosti, razvio je na temelju rada jednog od najvećih umova 20. stoljeća **Gregory Batesona** model imena *Neurologičke razine*. Prema njemu, svako naše djelovanje odvija se na 6 razina i te razine možete zamisliti kao da s glavice luka gulite slojeve: svaki sljedeći sloj nalazi se dalje, dublje i bliže samoj srži.

Sve razine djeluju u oba smjera i međusobno su povezane, a generalno pravilo glasi: Ako želimo zaista promijeniti određenu razinu, potrebno je napraviti promjenu i na razini dubljoj od nje. Npr. ako želimo unaprijediti ponašanje našeg prodavača, potrebno je dati mu nove vještine koje će mu omogućiti izbor novih ponašanja u određenim situacijama.

Jedan od najvećih management gurua 20. stoljeća **Stephen Covey** rekao je da stvari koje nam se događaju u životu možemo smjestiti u 2 kruga. Prvi krug je *„Circle of Influence"* , odnosno *Krug utjecaja*: tu pripadaju sve stvari na koje imamo utjecaj i koje možemo mijenjati. Drugi krug je *„Circle of Concern"*, *Krug brige*, u koji ulaze sve one stvari na koje volimo trošiti energiju, a nemamo apsolutno nikakav direktan utjecaj: stanje u državi, stanje u branši, šefov karakter, kolega koji nam se ne sviđa, pojedini proizvod naše tvrtke, odluka *managementa* tvrtke itd, itd.

Pitanje je samo kojem od ta dva kruga želimo poklanjati svoju pažnju, vrijeme i energiju – onome gdje ne možemo ništa promijeniti ili pak onome gdje naše uloženo vrijeme i energija mogu uroditi nečim drugačijim i boljim? Jedna od uloga vođa, pogotovo u prodaji, je da kukanje o problemima i ograničenjima ostave dežurnim kritičarima po kafićima i svoje ljude svakog dana usmjeravaju prema njihovom *Krugu utjecaja*. Što je to na što mogu utjecati i što mogu na tom putu učiniti SADA?

Svaki prodavač u prostoriji je na pitanja iz 6 *Neurologičkih razina* odgovorio na svoj jedinstveni način u skladu sa svojom osobnošću ,no krajnji ishod je za sve bio isti: svaka osoba je ponovno uspostavila vezu između sebe i svog posla i „prisjetila se" zašto voli prodaju i zašto želi biti sjajna u onome što radi.

Jer, u životu i poslu nam se okolnosti mijenjaju i sigurno je da će se i dalje mijenjati, a mi se kao osobe trebamo prilagoditi i slijediti svoje ambicije i snove bez obzira na drugačije uvjete igre. Tako su se i moji prodavači prisjetili koliko prodaja može biti sjajna, koliko oni mogu biti izvrsni kada uspješno prodaju i zašto, bez obzira na neke nepovoljne okolnosti, itekako žele rasti, napredovati i ostvarivati se kao profesionalci i kao ljudi.

Motivacijska kiropraktika je pomogla da da svi mentalni i emocionalni kralješci polaznika sjednu na svoje mjesto i da se s velikim entuzijazmom prepustimo učenju i savladavanju naprednih tehnika.■