

Preuokviravanje možete koristiti za:

- Davanje drugačije perspektive i drugog značenja nekoj činjenici
- Smanjivanje negativnosti u nekoj tvrdnji i okretanje ka rješenju
- Prepoznavanje potrebe koja stoji iza neke izjave ili ponašanja
- Izražavanje zajedničkih ciljeva i područja slaganja u pregovorima

### Kako možete mijenjati okvire?

Postoje dvije osnovne vrste preokviravanja: mijenjanje okvira sadržaja i mijenjanje okvira konteksta. Kod mijenjanja okvira sadržaja postavljamo pitanje vezano na sam sadržaj „Što to (sadržaj) još može značiti?“ Npr. kada nekome šef stalno zadaje nove zadatke, ljudi se često žale da ih šef zatrpava i da ih ne simpatizira. No, stalno delegiranje zadataka može značiti i da u tu osobu šef ima najviše povjerenja da će najbolje odraditi taj posao. Takvo razmišljanje mijenja osjećaj tog zaposlenika a samim time i njegovu učinkovitost, zar ne?

Okvir konteksta mijenjamo kada se pitamo „U kojem drugom kontekstu nam je taj sadržaj koristan?“ Primjer za mijenjanje okvira konteksta je priča o tvrdoglavoj djevojčici s početka priče: njezina

tvrdoglavost je negativna u kontekstu slušanja roditelja, ali je pozitivna u kontekstu pritiska društva da napravi stvari koje ne bi htjela. Jednako tako Vam nečije cjepidlačenje može nekada ići na živce, ali je ono istovremeno vrijedan resurs kada se radi posao koji zahtjeva usredotočenost na detalje.

Tehnika preokviravanja se koristi u svakoj aktivnosti koja uključuje druge ljude, od psihoterapije preko pregovaranja do politike i raspravljanja. Možemo pogledati tri primjera preuokviravanja iz svakodnevnog života:

### 1. Preuokviravanje u politici: 76 potpisa

Može se reći da je politika idealno područje za proučavanje preokviravanja. Političar kaže: „Još nismo uspjeli prikupiti 76 potpisa.“ Njegov kolega koristi preuokviravanje za istu situaciju: „Proces prikupljanja potpisa teče odlično i sve smo bliže broju 76.“ Potpuno drugačiji prizvuk, zar ne?

### 2. Preuokviravanje u prodajnoj strategiji: Tesco

Jedan od sjajnih primjera mijenjanja okvira sadržaja u poslovanju odnosi se na poslovanje jednog od najvećih svjetskih trgovačkih lanaca, britanskog Tesca, u Južnoj Koreji. Suočen s padom poslovanja i nedostatkom vremena prosječnog potrošača za

odlazak u trgovinu krajem 2010.g. (vjerujte mi, ne želite znati koliko prosječni Korejac radi dnevno), Tesco se našao u situaciji da mora preispitati svoje poslovanje na modernom korejskom tržištu. Mijenjanjem okvira što sve Tesco trgovina može biti, kako izgleda i gdje se nalazi, krajem 2011. Tesco je izašao na tržište s konceptom virtualne trgovine na stanicama metroa koja funkcionira na sljedeći način: Dok potrošač čeka metro, veliki display koji izgleda kao polica trgovine prikazuje proizvode po odabranim kategorijama, te potrošač očitavanjem QR koda može odabrati proizvode koje želi i koji mu bivaju ekspresno dostavljeni kod kuće!

Preuokviravanjem pitanja „Kako dovesti potrošače u našu trgovinu?“ u „Kako dovesti našu trgovinu među potrošače?“ Tesco je oslobodio ogroman potencijal i preokrenuo trend svog poslovanja!

### 3. Preuokviravanje u pregovorima: Nije u fokusu

Dok sam radio u prodaji robe široke potrošnje, jedan kupac je jednom odbio moj prijedlog inovativne reorganizacije kategorije u trgovini (tzv. *category managementa*) rekavši mi da mu kategorija koju prodajem nije u fokusu jer je premala i nebitna. Moj odgovor je bio „Budući da su u fokusu vašeg trgovačkog lanca inova-

ktivnost i najbolja praksa, nisu li ova kategorija i ovaj projekt upravo idealni za isprobati i naučiti kako potrošači reagiraju, s minimalnim potencijalnim negativnim efektima?“ S promjenom okvira što je fokus njegove tvrtke (inovativnost, a ne velike kategorije) i korištenja argumenta da je prednost što će promjena prvo zahvatiti malu kategoriju, kupac je uvidio koristi za sebe i projekt je bio uspješno implementiran.

### „Što govoriš, to postojiš“

Na početku moje osnovne škole bilo je uobičajeno da se djeca međusobno zadirkuju i da na zadirkivanje ili izrugivanje prijatelja dječje odgovaramo sa „Što govoriš, to postojiš“. Zanimljivo je kako danas, iz perspektive poznavanja povezanosti naše komunikacije i rezultata koje postizemo, za sve ljude koji promišljaju komunikaciju ta rečenica može imati duboko značenje. Okolnosti i događaji su onakvi kakvi jesu, a kakvo im značenje pridajemo i ono što komuniciramo postaju stvarnost i život, kako nas samih, tako i ljudi oko nas. Koristeći preuokviravanje možete osvijetliti i drugu stranu medalje u svakoj situaciji i samim time donositi bolje odluke i povlačiti bolje poteze. I zato koristite preuokviravanje za oslobađanje svih resursa, kako u vama samima i pojedincima oko vas, tako i u vašim organizacijama. Sretno! ■

# Želite dobiti

— ALATE ZA RAZVOJ SEBE I DRUGIH

— VJEŠTINE UTJECAJNE KOMUNIKACIJE

— CERTIFIKAT AMERIČKE NLP UDRUGE



LIFE

Leadership Institute for Excellence

— [www.life-training.eu](http://www.life-training.eu) —

Prijavite se sada za Next Level NLP grupu koja kreće 7.10, upiti na 0992690657 i [domagoj@life-training.eu](mailto:domagoj@life-training.eu)