

## Zašto su priče toliko moćne?

### ■ PRIDOBIVANJEM PAŽNJE DIJELIMO EMOCIJE

Ako priča stvara znatiželju i napetost, istraživanja pokazuju da će slušatelj gotovo uvijek poprimiti emocije glavnog junaka i zadržati ih neko vrijeme čak i nakon što je priča završila. Zato na primjer možete intenzivno proživljavati osjećaje iz neke anegdote koju vam priča druga osoba. Isto tako, nakon gledanja filma 300 većina ljudi dobije želju za tjele vježbom ili se osjeća moćno nakon što *James Bond* spasi svijet i isplovi s ljepoticom na pučinu.

### ■ PRIČA POSTAJE DIO NAS

Je li vam se ikad dogodilo da ste nekome ispričali anegdotu i da vam dva tjedna kasnije ta osoba prepričava tu istu anegdotu kao da je njezina? To je nešto što se događa vrlo često i jedan je od najboljih dokaza za to koliko možemo pridobiti ljude snažnom pričom. Prema istraživanjima **prof. Hassona** s američkog Princetona, priča je mehanizam kojim pokre-

ćemo mozak slušatelja na takav način da ju slušatelj pretvara u svoje vlastito iskustvo.

### ■ PUBLIKA TUMAČI PRIČU NA SVOJ NAČIN

Svaka organizacija ima svoju kulturu, kao što svaki pojedinac ima svoj mentalni sklop i stvarnost. Ukoliko se pričom možemo približiti tim elementima naše publike, publici postaje vrlo lagano identificirati se s našom pričom, te poruku možemo prenijeti na trajno pamtljiv način. Imao sam prilike slušati neke sjajne vođe koji su svojim metaforama i pričama savršeno pogađali trenutno raspoloženje publike i omogućili publici snažan doživljaj ključne poruke. Sjećam se kako je na godišnjem sastanku kada je u tvrtci u kojoj sam radio vladala nervoza zbog ulaska puno većeg konkurenta na tržište glavni direktor ispričao metaforu o velikom i tromom tankeru i našoj brznoj i laganoj jedrilici koja lako mijenja smjer i sposobna je prilagoditi se novim okolnostima.



Najbolji komunikatori znaju da je posao ustvari baš poput filmske radnje: suočavanje s izazovima, učenje iz nekih poraza, savladavanje prepreka i na kraju postizanje uspjeha koji donose dobrobit svim sudionicima. Ako možete ispričati zanimljivu priču s kojom se druga strana može identificirati, definitivno imate alat kako udahnuti život u svoju komunikaciju i svoje poslovanje! ■



## Coquille biseri čine svaki trenutak posebnim!

„Coquille nakitom želim izraziti izvornu profinjenost i ljepotu svake žene“, objašnjava dizajnerica i osnivačica branda Tena Vodopija: „Dama si zbog onoga što nosiš u sebi, a ne na sebi - a posebnim komadom nakita ta se ljepota ističe i zaokružuje. Dama je samosvjesna žena koja u sebi kultivira najbolje od života. Prava se dama ne boji svoje divlje i razigrane strane, a svaka žena u sebi nosi i skitnicu, tražiteljicu; ona riskira mudro, ljubi strasno, bira kvalitetno i živi svoju posebnost!“

Tena Vodopija svojom je pojavom i stavom prava ambasadorica svog branda, koji postoji od 2012. godine a ove godine doživljava svoj istinski poslovni procvat. Znajući da je vrlo teško generirati profit projektom koji je u početnoj fazi, bez „financijskih injekcija“ sa treće strane, Tena od osnutka branda Coquille paralelno gradi karijeru i u svojoj struci (marketing, PR, CRM) a osim toga bavi se i glazbom. Iako ne uvijek toliko puna energije, svjesna je hrvatske realnosti, no ne vjeruje u čekanje i inertnost: „Teško je kretati od početka i sama voditi poslovanje, svi poduzetnici znaju koliko muke i odricanja je potrebno. Radim druge stvari kako bih razvijala svoju strast. Najteže od svega je, zapra-

vo, biti primoran učiti isključivo iz vlastitih grešaka - što sam ja definitivno, na svome putu, bila primorana. Griješila sam, griješim i griješit ću, no to je nužan dio razvoja. Ponekad je naporno, demoralizirajuće i fizički zahtjevno žonglirati sa svim obvezama, ali zadovoljstvo koje osjećam kada promatram kako iz ničega raste nešto prekrasno, to jednostavno nema cijenu.“

Coquille kampanja 2016 inspirirana je pričom o DAMI i SKITNICI, ciljajući na cjelovitost i misteriozan svijet žene. „U svijetu u kojemu je sve manje bitna kvaliteta, a vladaju plastika i lažno blještavilo, želimo objediniti tradiciju i trendove, stvarati kvalitetu te slaviti istinsku ljepotu. Biseri svojom jezgrovitošću, kvalitetom i elegancijom stopljenima u moderni dizajn čine upravo to- naglašavaju damu u vama, svaki dan u svim prigodama.“ Uz najpoznatije zagrebačke hotele poput The Westin-a, Sheratona i LogIn, Coquille bisere možete pronaći u DBoxX concept store-u u Petrinjskoj ulici, [Mondo.hr](http://Mondo.hr) webshopu te webshopu [www.coquille.com.hr](http://www.coquille.com.hr). Tu su još i Ohana giftshop te objekt makedonskog restorana Sv.Nikola.