

ZAKAJ TEMELJI NLP V KOMUNIKACIJI ?

Nevrolingvistično programiranje sta razvila Richard Bandler in John Grinder v zgodnjih 70. letih, ko sta skupaj sodelovala na kalifornijski univerzi Santa Cruz. Zastavila sta si pomembno vprašanje:

Kaj je tisto, kar naredi opazno razliko med nekom, ki je dober na svojem področju in nekom, ki je na svojem področju odličen?

Modelirala sta jezikovne vzorce, fiziologijo in mentalne procese treh izjemnih terapevtov:

Fritza Perlsa (Geštalt terapija);

Virginijo Satir (Družinska terapija) in

Miltona Ericsona (Hipno-terapija).

Ko sta končala, sta ugotovila jezikovne in mentalne vzorce, ki so bili skupni vsem trem terapevtom.

Nekaj osnovnih vsebin:

1. Temeljna izhodišča uspešne komunikacije
2. Človekovi čutni kanali VAKOG
3. Reprezentacijski sistemi
4. Reprezentacijski modeli – procesne besede
5. Strateška komunikacija PRL
6. Povratna informacija

Cilj uporabe NLP-ja je torej postati odličen na svojem področju!

1. TEMELJNA IZHODIŠČA USPEŠNE KOMUNIKACIJE

1. *CILJ*

- Pomen komunikacije je v reakciji, ki jo izzovemo pri sogovorniku,
- Vsi viri, ki jih posameznik potrebuje, so v njem samem,
- Vsi rezultati so povratna informacija, naj gre za uspeh ali neuspeh.

2. *ČUTNA OSTRINA*

- Informacije iz zunanjega sveta zaznavamo s pomočjo petih čutov: Vizualno (z vidom), Avditivno (s sluhom), Kinestetično (z gibom, čutom), Olfaktorično (z vohom) in Gustatorično (z okusom) – VAKOG,
- Komunikacija poteka na dveh nivojih: zavednem in nezavednem,
- Telo in duševnost vplivata drug na drugega.

3. *DOBER STIK*

- Za vsakim vedenjem se skriva pozitiven namen,
- Zemljevid ni pokrajina,
- Kot posamezniki imamo različne modele sveta.

4. *FLEKSIBILNOST*

- Ne moremo ne komunicirati,
- Vedno imamo na voljo vsaj tri možnosti,
- Tisti del sistema, ki je najprožnejši, uravnava cel sistem.

2. SISTEM V.A.K.O.G.

Pri podajanju in prejemanju informacij se vedno srečamo s sistemom VAKOG, ki pomeni naslednjih pet kanalov ali načinov sprejemanja in podajanja informacij:

V – vizualni kanal

A – avditivni kanal

K – kinestetični kanal

O – olfaktorni kanal

G – gustatorni kanal

Sistem VAKOG nam pojasnjuje kako lahko ljudje vse sprejmemo informacije iz okolja in kako jih tudi notranje obdelujemo. Pri procesih prodaje je to izjemno pomembno dejstvo saj vsi pristopi dobrega oglaševanja, pospeševanja prodaje ali načini dobre osebne prodaje temeljijo na teh kanalih – več jih je vključeno v prodajni cikel, bolj se zvečajo možnosti za ugoden izid postopka prodaje.

Tega sistema pa ne srečujemo samo pri procesih prodaje temveč tudi pri vodenju različnih ljudi v prodaji. Tako lahko dober vodja uporabi znanje o različnih kanalih sprejemanja informacij za prilagoditev informacij osebi s katero se pogovarja, da bi s tem dosegel večjo jasnost in razumljivost pri sogovorniku. Večja jasnost in razumljivost pa seveda pomenita, da se spet zvišajo možnosti za doseganje skupnih ciljev ter da prihaja do manj konfliktnih situacij zaradi nerazumevanja navodil.

3. REPREZENTACIJSKI SISTEMI

Z nekaterimi se lažje oziroma težje razumemo glede na čutni kanal, katerega uporabljamo.

VIZUALNI TIP

- je urejen
- govori hitro
- je zelo dober v dolgoročnem načrtovanju
- pomemben mu je videz, tako pri oblačenju kot pri predstavitvah
- zelo dobro črkuje in dobesedno vizualizira besede
- si zapomni vse kar je videl

- zaradi vizualnih asociacij ima dober spomin
- raje ima pisna kot ustna navodila
- pogosto prosi druge, da ponovijo, kar so povedali
- je hiter bralec
- raje bere sam, kot bi poslušal druge
- potrebuje pregled, "veliko sliko" in namen projekta, da bi lahko začel delati na njem
- med dolgočasnim sestankom ali telefonskim razgovorom riše
- pozabi prenesti ustna sporočila
- ponavadi odgovarja na vprašanja le z DA ali NE
- bo raje nekaj demonstriral kot pripravil govor na to temo
- ima rad umetnost
- včasih se "izklopi"
- pogosto ve, kaj bi rad povedal, vendar ne najde pravih besed
- ima rad kontrastne barve

AVDITIVNI TIP

- govori melodično
- pogovarja se sam s seboj (notrenji monolog)
- ga lahko zmoti hrup
- premika ustnice med tihim branjem
- uživa v branju naglas in poslušanju
- lahko dobesedo ponovi kar je slišal
- pisanje mu ne gre preveč dobro, pripovedovanje pa zelo
- ima bogat besedni zaklad
- ima rad glasbo
- spomni se pogovorov iz preteklosti
- je komunikativen, rad se pogovarja, uživa v dolgih diskusijah
- ima težave s črkovanjem
- rad posluša in pripoveduje vice

KINESTETIČEN TIP

- govori počasi
- se rad dotakne drugih
- stoji zelo blizu sogovorniku
- ima rad gibanje in športne aktivnosti
- zelo zgodaj razvije mišice
- uči se skozi izkušnje
- stvari si zapomni le, če jih poskusi
- med branjem vleče prst po tekstu
- med govorjenjem uporablja veliko gest
- ne more biti dolgo pri miru
- ne spomni se zemljepisa, razen, če je obiskal določene dežele

- uporablja besede z aktivnim pomenom (gremo, naredimo...)
- lahko ima zelo neberljiv rokopis
- ima rad aktivne vaje in igrice
- ima rad temne barve
- ima rad mehke tkanine

4. REPREZENTACIJSKI MODELI

PROCESNE BESEDE

VIZUALNE procesne besede

zdi se mi
 iz ptičje perspektive
 imeti vpogled v
 na štiri oči
 megleno
 v tej luči
 moj pogled na to je...
 izgleda kot
 predstavljati si
 kot strela z jasnega
 gledati
 očitno
 jasno videti
 glede na
 opazovati
 je to jasno?
 perspektiva
 kot vidiš
 poglej
 lepo, da se spet vidiva

AVDITIVNE procesne besede

poslušati
 poklicati
 zveni znano
 ušesa so ga
 glasovi
 pogovor
 glasno
 govoriti
 povedati

neslišno
povej po pravici
uglašen
aktivno poslušanje
slišati
šelestenje
žuborenje
to se sliši

KINESTETIČNE procesne besede

spoprijeti se
navezati stik
narediti
vztrajati
občutki
položiti karte na mizo
energija
toplo
mrzlo
dotik
preizkus
plesati
prijetno
udobno
slediti
sprehajati se
lotiti se
to dobro dene
gibanje

5. STRATEŠKA KOMUNIKACIJA

Vodenje 2

Vodenje 1

Dober stik

Spremljanje

Strateška komunikacija po sistemi PRLL pomeni poizkus opisa naravnih procesov do katerih prihaja pri vsakem procesu prodaje, kjer imamo prodajalca in kupca ter tudi pri vseh demokratičnih načinih vodenja ljudi in pogajanj, kjer si prizadevamo za doseganje »win – win« situacij – kjer nastanejo ugodne posledice za obe strani, ki sta udeleženi v pogovor.

Cel sistem se začne pri prvem koraku, ki se imenuje SPREMLAJNJE in pomeni pozornost tistega, ki zavestno vodi proces komunikacije na vse tiste segmente medosebne komunikacije, ki se nanašajo na prepoznavanje notranjih stanj sogovornika ter sprememb v njegovem vedenju in delovanju.

Naslednji korak je DOBER STIK, ki pomeni da na različnih ravneh s sogovornikom vzpostavimo dober stik, ki pomeni vzbujanje zaupanja pri sogovorniku.

Če nam uspe prva dva koraka dosledno izpeljati, se kot naravna posledica zgodita naslednji dve stopnji, ki pa se nanašata samo na zavestno vodenje sogovornika skozi pogovor. Prva stopnja je neverbalno vodenje, ki se naravno zgodi, če dobro izpeljemo spremljanje in dober stik in pomeni zrcaljenje govornice telesa pri sogovorniku. Nato pa lahko pride tudi do verbalnega vodenja, kjer na podlagi dobro izpeljane metode prihaja pri sogovorniku tudi do ponavljanja samih besed in stavčnih vzorcev.

Zadnja stopnja predstavlja najvišjo možno stopničko pri doseganju ugodne klime za »win – win« situacije.