

MÁ MOTIVÁCIA SMER? AK ÁNO, ČO S TÝM?

V zásade platí: buď sme pre niečo motivovaní, alebo nie sme. To je jedna časť pravdy. Málokedy si uvedomujeme, že naša motivácia má dva smery. Takže záleží nielen na tom, či sme motivovaní, ale aj od smeru našej motivácie. No dobre – a čo s tým? Keď viete, ako sa niekto motivuje, dokážete si ho rýchlo získať na svoju stranu. To znamená, že máte výhodu nielen v súkromnom živote, ale aj v práci, pri predaji a pod.



DOKÁŽEME ZISTIŤ, AKO SA ĽUDIA MOTIVUJÚ?

Áno, dokážeme! A to veľmi jednoducho. Stačí počúvať. Tým, ako ľudia rozprávajú, nám jasne dávajú najavo, ako sa motivujú, popr. rozhodujú. A nielen to – na základe reči dokážeme o ľuďoch zistiť viac, ako si uvedomujú oni sami. **Pritom nezáleží na tom, čo hovoria** (obsah), ale na tom, **ako to hovoria** (štruktúra). Takže ak sa niekto snaží hovoriť tak, aby to dobre vyzeralo (napr. pri prijímacom pohovore), dokáže hovoriť len tak, ako je „naprogramovaný“. A pozornému poslucháčovi vždy o sebe mnoho prezradí.

A ČO PRESNE NÁM PREZRADÍ SMER MOTIVÁCIE?

Dajme tomu, že predávame byt alebo rodinný dom:

Motivácia Smerom od...

Kupujúci na otázku, čo je pre neho dôležité, odpovedá: „*V žiadnom prípade nesmie byť ďaleko škôlka. Lokalita nesmie byť hlučná a nechcem takých susedov, akých sme mali v starom byte.*“ Tento kupujúci nám dal jasne najavo, že **jeho smer motivácie je: Smerom od...**

To znamená, že **vie, čo nechce**. Vie, **čomu sa chce vyhnúť a čomu chce zabrániť**. Predávajúci by mal v takom prípade prispôbiť svoju odpoveď tomuto smeru motivácie.

Odpoveď by mohla vyzeráť napr. takto: „*Môžem vás ubezpečiť, že do škôlky to vôbec nie je ďaleko. Nepotrebuje peši viac ako päť minút. Z ulice do bytu nejde takmer žiaden hluk – cesta nevedie popri bytovke a cez deň tu takmer nič nepočuť. No a medzi susedmi tu nikdy nebol problém.*“

Pri odpovedi sme sa naladili na kupujúceho. Potvrdili sme mu, čomu sa vyhne, aké problémy nebude mať. Boli sme teda aktívni v jeho **mentálnej mape**. A to na podvedomej úrovni spôsobí, že naša odpoveď presne zapadá do jeho reality. On nám jednoducho porozumie a jednoducho sme mu (práve preto) sympatickejší.

Motivácia Smerom ku...

Kupujúci na tú istú otázku odpovedá: „*Škôlka by mala byť blízko. Lokalita by mala byť tichá a susedia by mali byť priateľskí a milí.*“ Tento kupujúci nám dal najavo, že **jeho smer motivácie je: Smerom ku...**

To znamená, že **vie, čo chce**. Vie, aké výhody pri používaní produktu (v tomto prípade nehnuteľnosti) chce dosiahnuť. Odpoveď teraz vytvorte vy. **Ako odpoviete na takýto smer motivácie?**

Ak ste manažér a vediete ľudí, je lepšie, ak viete formulovať, čo od nich chcete a nehľadáte len možné problémy.

Ako by ste reagovali na tieto kritéria:

- Nehcem pôsobiť ako niekto, kto na to nemá.
- Moje nové auto by malo mať nízku spotrebu a veľa miesta vzadu.
- Nehcem do práce dlho cestovať.
- Nehcem hlučný hotel a preplnenú pláž.

AKÝ SMER MOTIVÁCIE MÁTE VY?

Je potrebné povedať, že smer motivácie sa môže meniť v závislosti od kontextu. To znamená, že v určitej situácii viete, čomu sa chcete vyhnúť a v inej zas viete, čo chcete dosiahnuť. Všímajte si, aký smer u vás prevažuje.

KTORÝ SMER MOTIVÁCIE JE LEPŠÍ?

Uvažujte nad tým takto: Máte účtovníka a človeka, ktorý má na starosti kontrolu kvality. Je vhodné, aby obaja boli motivovaní prevažne **Smerom od...** Títo ľudia sú doslova platení za to, aby hľadali chyby. Ak ste manažér a vediete ľudí, je lepšie, ak viete formulovať, čo od nich chcete a nehľadáte len možné problémy. Čiže ak vediete ľudí, mal by u vás prevažovať tzv. metaprogram **Smerom ku...**

MENTÁLNA MAPA – AKO VNÍMAME REALITU

Mapa nie je teritórium. Predstavte si, že idete s niekým v aute po meste. Vy máte na kolenách mapu a tá druhá osoba má 3D model toho mesta. Kto z vás má na kolenách mesto? Správne. Nikto. Máte len mapu a model.

Podobne je to aj s naším vnímaním reality. Na realitu okolo nás nereagujeme priamo, ale prostredníctvom mapy, ktorú sme si vytvorili na základe:

- skúseností
- presvedčení
- filtrov

Filtre, ktoré tvoria našu „realitu“

1. Vymazanie (deletion)
2. Skreslenie (distortion)
3. Zovšeobecnenie (generalization)

VYMAZANIE

Svet okolo nás je nekonečne bohatý na informácie. Musíme obrovskú časť z týchto informácií vymazať, aby sme sa v ňom dokázali orientovať. Každú sekundu na našich päť zmys-

lov pôsobí 400 miliárd bitov. Vedome sme však schopní spracovať „len“ asi 2000 bitov.

Preto vnímame len to, čo považujeme za dôležité. Všetky „nepodstatné“ informácie mozog vymazáva a pre nás akoby neexistujú. Práve preto (až kým si to neprečítate), nevnímame pocit, ktorý máte teraz v malíčku na pravej nohe. Nevnímame dotyk oblečenia na vašom tele, ani tlak vašich rúk, ktorými držíte tento časopis.

SKRESLENIE

Podme späť do auta. Povedzme, že manželka šoféruje. Manžel sedí vedľa nej a povie: „Vpredu je zelená!“ Často takýto komentár dokáže pekne pristriť atmosféru. **Mozog** totiž funguje tak, že **prideluje informáciám význam**. Vetu: „Vpredu je zelená“, môžeme interpretovať donekonečna:

- Pridaj, ponáhľam sa!
- Zdá sa mi, že nevidíš, čo je vpredu, preto ťa na to upozorňujem.
- Pomáham ti zorientovať sa v premávke.
- Bezo mňa nič nefunguje atď.

ZOVŠEOBECNENIE / GENERALIZOVANIE

Zovšeobecnenie nám pomáha učiť sa. Ak sa dieťa naučí otvoriť jednu dvere, dokáže túto schopnosť preniesť na všetky ostatné dvere. Ak sme sa raz popálili na horúcej platničke, už si dávame automaticky pozor. Zovšeobecnenie má preto aj ochrannú funkciu. No môže nás aj obmedzovať.

Mnoho ľudí si na základe zovšeobecnení vytvára presvedčenia:

- Všetci muži (všetky ženy) sú rovnakí (rovnaké).
- Nikdy ma nepočúvaš.
- Vždy takto reaguješ.

Takéto obmedzujúce presvedčenia znižujú a ochudobňujú mapu. Preto prehodnoťte, aké zovšeobecnenia, skreslenia a vymazávanie chcete vedome používať. Pretože len niektoré vám pomáhajú.

Zaujímá vás ako „fungujeme“ a ako uvažujeme? Prečítajte si viac v článkoch na stránkach NLP Akadémie: www.nlp-akademia.sk. Čakajú na vás zaujímavé informácie o Neuro-lingvistickom programovaní (NLP). ■



Autor článku: Peter Sasín

NLP Akadémia, s.r.o., www.nlp-akademia.sk