

MINEMO BIZNES

JAK PAMIĘĆ WPŁYWA NA ZYSKI?

*Zdobądź wiedzę o pamięci,
a pozostaniesz na zawsze
w umysłach klientów!*

ANDRZEJ BUBROWIECKI

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[MNEMObiznes](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez
www.darmowe-ebooki.com

Copyright by Złote Myśli & Andrzej Bubrowiecki, rok 2012

Autor: Andrzej Bubrowiecki

Tytuł: MNEMObiznes

Data: 10.05.2017

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Kościuszki 1c

44-100 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Pamięć eksperta	11
Mapy myśli — źródło informacji	12
Jak stworzyć mapę myśli na temat produktu	17
Eksperckie umiejętności	18
Techniki pracy umysłowej	19
Szybkie czytanie	20
Podstawowe techniki pamięciowe	21
Kartoteka Przydatnej Wiedzy (KPW)	22
Inteligencja werbalna	24
Bogata wyobraźnia	25
Rozdział 2. Pamięć dla sukcesu	27
Rozdział 3. Mechanizmy działania pamięci	31
Zapamiętywanie jako proces	38
Kodowanie	38
Przechowywanie	39
Przywoływanie	39
Wnioski	43
Warunkowanie klasyczne	45
Pamięć płci	47
Rozdział 4. Pamiętam cię. Zapamiętywanie twarzy i nazwisk	51
Nastawienie mentalne	52
Koncentracja na osobie	53
Spostrzegawczość	54
Twórcza praca wyobraźni	56
Baza danych klienta	58
Tworzenie mapy myśli — baza danych klienta	60
Rozdział 5. Prawa zapamiętywania w marketingu i sprzedaży. 61	
Efekt początku i końca	61

Prawo skojarzeń.....	65
Reguła wyjątkowości.....	67
Prawo powtórek.....	75
Zasada aktywności poznawczej.....	77
Prawo elaboracji.....	78
<i>Ruch</i>	79
<i>Szczegółowość</i>	79
<i>Obrazy pozytywne</i>	79
<i>Kolory</i>	80
<i>Humor</i>	80
<i>Zmysłowość</i>	80
<i>Liczby</i>	81
Rola emocji w zapamiętywaniu.....	82
Rozdział 6. Sprzedaż przez lewą i prawą półkulę.....	89
Lewa półkula.....	90
Prawa półkula.....	92
Rozdział 7. Sprzedaż wszystkimi zmysłami.....	97
Wzrok.....	97
Słuch.....	98
Węch.....	100
Smak.....	102
Dotyk.....	102
Typ wizualny.....	103
Typ audytywny.....	104
Typ kinestetyczny.....	105
Rozdział 8. Techniki pamięciowe w rozmowie handlowej i w prezentacjach.....	113
Rozmowa w stanie alfa.....	113
Obraz potrzeb klienta.....	115
Jak narysować mapę potrzeb klienta?.....	120
Rodzaje pytań w komunikacji z klientem.....	121
Kompas sprzedaży.....	124

Zapamiętana prezentacja	127
Podsumowanie. Jak przeprowadzić rozmowę handlową godną zapamiętania	128
Etap pierwszy. Przygotowanie się do rozmowy	130
Etap drugi. Przywitanie się z klientem	132
Etap trzeci. Rozpoczęcie rozmowy	133
Etap czwarty. Rozpoznanie potrzeb	134
Etap piąty. Prezentacja rozwiązania	137
Etap szósty. Zamknięcie sprzedaży	139
Strategia 3 A.....	139
Rozdział 9. Prezentacja w formie wystąpienia	141
Przygotowanie.....	141
Wygląd	144
Mowa ciała	144
Ton głosu.....	145
Użycie multimediiów.....	146
Rozdział 10. Metafora w marketingu.....	147
Równowaga	149
Przemiana	150
Podróż.....	151
Natura.....	152
Więź.....	152
Rozdział 11. Marketing narracyjny	157
Rozdział 12. Kreatywny sprzedawca.....	165
Wybrane metody twórczego myślenia	171
Burza myśli.....	171
Kreatywny przewodnik.....	172
Słowo na zakończenie.....	173

PATRONAT:



ROZDZIAŁ 4.

Pamiętam cię.

Zapamiętywanie twarzy i nazwisk

Wyobraź sobie, że z łatwością zapamiętujesz twarze i nazwiska swoich klientów, a oni nie mogą zapomnieć o tobie. Brzmi nieźle, prawda? Zapamiętywanie innych ludzi to jeden z kluczowych elementów nawiązywania przyjaznych stosunków zarówno w życiu prywatnym, jak i w świecie biznesu. Ludzie po prostu lubią, gdy pamiętamy ich twarze, imiona czy nazwiska. Odczuwają do nas z tego powodu większą sympatię, ponieważ zapamiętując ich, dajemy im do zrozumienia, że są dla nas kimś ważnym i wyjątkowym, kimś, komu poświęciliśmy odpowiednią ilość czasu i energii. To podstawa budowania między nami a klientem sympatii — tego rodzaju znajomości, który w świecie biznesu jest być może najważniejszym sposobem budowania relacji interpersonalnych. Badania psychologów społecznych udowodniły, że: 1) zapamiętanie przez sprzedawców imienia klienta zwiększa jego skłonność do powtórnego robienia zakupów; 2) jeśli zapamiętasz imię osoby, którą poznałeś, a potem użyjesz go podczas kolejnego kontaktu, łatwiej przekonasz ją do skorzystania właśnie z twojej oferty handlowej. Doskonalecie zdolności zapamiętywania ludzi to jedna z najbardziej cenionych umiejętności

pożądanych przez handlowców chcących osiągnąć sukcesy w swojej profesji. Dale Carnegie pisał: „Jeśli chcesz zdobyć przyjaciół, zadbaj o to, by ich zapamiętać. To, że pamiętasz moje imię, jest dla mnie subtelnym komplementem; w ten sposób dajesz do zrozumienia, że zrobiłem na tobie wrażenie. Pamiętaj imię, a sprawisz, że poczuję się ważniejszy”¹².

Zasady, które poznasz za chwilę, umożliwią ci opanowanie sztuki zapamiętywania twarzy i nazwisk swoich ewentualnych klientów, i to już po pierwszym spotkaniu, również wtedy, gdy będziesz chciał szybko utrwalić sobie w pamięci szersze grono osób poznawanych w tym samym czasie.

Zapamiętywanie ludzi to umiejętność, która wymaga od ciebie: odpowiedniego nastawienia mentalnego, koncentracji na osobie, spostrzegawczości oraz twórczej pracy wyobraźni.

Nastawienie mentalne

Przede wszystkim zaprogramuj się na sukces. Przed momentem, w którym spotkasz nowe osoby, powtarzaj sobie w myślach, z pełnym przekonaniem: „Mam doskonałą pamięć i bez problemu zapamiętam twarze i nazwiska (imiona) nowo poznanych osób”. Przeprowadź w wyobraźni trening mentalny, jak to będziesz z powodzeniem robił. Wyobraź sobie tę przyszłą chwilę, w której widzisz twarze i słyszysz nazwiska z ust dopiero co

¹² N. Kasibhatla, *Pamięć absolutna*. Gliwice 2011, s.121

poznanych przez siebie ludzi. Witasz się, uśmiechasz, jesteś opanowany, rozluźniony i pewny swoich umiejętności.

Koncentracja na osobie

Skoncentruj całą swoją uwagę na osobie, którą właśnie poznajesz. Wylącz „funkcję skanowania otoczenia” i uaktywnij „funkcję skupienia na punkcie”. Niech nic poza kontaktem z drugim człowiekiem nie rozprasza twojej uwagi. Gdy podajesz rękę lub witasz kogoś w inny sposób, utrzymuj kontakt wzrokowy. Okaż szczerze zainteresowanie drugą osobą. Uśmiechnij się. Jeżeli nie ma innych wymogów *savoir vivre*’u w danej sytuacji, przedstaw się jako pierwszy, okazując w ten sposób swoją otwartość. Uśmiech przy powitaniu z twojej strony to nie tylko budowanie pozytywnych relacji na „dzień dobry”, ale również działanie na rzecz lepszego zapamiętania siebie przez klienta. Według badań przeprowadzonych w 2008 roku przez prof. prof. Takashiego Tsukiurę i Roberta Cabezę z Duke University w Durham w Karolinie Północnej osoby uśmiechnięte bardziej nam się podobają i łatwiej zapamiętujemy ich imiona. Takich obserwacji dokonano, gdy uczestnicy eksperymentu oglądali zdjęcia ludzi uśmiechniętych i nieuśmiechających się, po czym poznawali ich imiona. Badanie za pomocą fMRI (rezonansu magnetycznego) wykazało, że część mózgu osób biorących udział w eksperymencie, odpowiedzialna za odczuwanie nagrody (kora okołoczołowa), była bardziej aktywna,

gdy osoby te uczyły się imion osób uśmiechniętych, jak również wtedy, gdy te imiona odtwarzały z pamięci. Cabeza wyjaśniał: „Jesteśmy wrażliwi na pozytywne sygnały społeczne. Chcemy zapamiętać ludzi, którzy byli dla nas mili, na wypadek gdybyśmy w przyszłości mieli się jeszcze z nimi zetknąć”.

Gdy usłyszysz nazwisko lub imię (otrzymasz wizytówkę), dokonaj ich werbalizacji. Powtórz je w grzecznej formie, na przykład „Pani Justyna Lubecka, cieszę się, że mogę panią poznać”. Jeżeli za pierwszym razem nie usłyszałeś wyraźnie imienia lub nazwiska przedstawiającej się osoby, poproś o powtórzenie lub przeliterowanie. Każda powtórka nowej informacji to większe prawdopodobieństwo szybszego jej zapamiętania i odtworzenia. Możesz również poświęcić krótką chwilę na rozmowę o tym, co oznacza dane imię, skąd pochodzi, jakie jest (i czy jest lubiane) zdrobnienie bądź jaki jest rodowód nazwiska. Oczywiście należy to robić z wyczuciem i kulturą.

Spostrzegawczość

Obserwuj bacznie poznawaną osobę. Nieuważne patrzenie jest jednym z powodów słabej pamięci. Zwróć uwagę, jakie elementy charakterystyczne fizjonomii lub ubioru „rzucają ci się natychmiast w oczy”. Ucz się rozpoznawać cechy charakterystyczne w wyglądzie innych ludzi. Pomoże ci to dokładnie obserwować i określić każdego w indywidualny sposób oraz lepiej zapamiętać dzięki swoim skojarzeniom.

Trenuj rozpoznawanie charakterystycznych cech fizjonomii napotykanych ludzi. Naucz się wychwytywać te indywidualne i niepowtarzalne cechy. Oto możliwe charakterystyczne wyróżniki, na które warto zwrócić uwagę:

GŁOWA — duża, średnia, mała, okrągła, kwadratowa, prostokątna, trójkątna, wąska, szeroka, owalna

WŁOSY — długie, krótkie, proste, kręcone, spięte, delikatne, grube, łysina, farbowane, rzadkie, gęste

CZOŁO — wysokie, szerokie, pomarszczone, gładkie

USZY — duże, małe, przylegające, odstające, okrągłe, prostokątne, trójkątne, z małym płatkim, bez płatka

OCZY — duże, małe, skośne, wylupiate, szeroko rozstawione, osadzone blisko nosa, w określonym kolorze, powieki mogą być duże, małe, napuchnięte

NOS — duży, mały, wąski, szeroki, zakrzywiony, zaokrąglony, spiczasty, orli, zadarty

USTA — małe, wydatne, wygięte do góry, wygięte do dołu, z wydatną górną wargą, z wąską dolną wargą

BRODA — spiczasta, okrągła, kwadratowa, z dolkiem na środku, długa, krótka, podwójna

SKÓRA — gładka, szorstka, jasna, ciemna, sucha, blada, pomarszczona, opalona, piegowata, ziemista, plamista

Ćwicz sztukę uważnej obserwacji przy każdej okazji. Rozwijaj swoje umiejętności stopniowo, krok po kroku koncentrując uwagę na innych cechach fizjonomii. Przez dwa, trzy dni przyglądaj się na przykład ludzkim nosom, potem uszom, przez kolejne dni brwiom itd.

Twórcza praca wyobraźni

Gdy znajdziesz u poznawanej osoby jej cechę charakterystyczną (tzw. zakładkę wizualną), połącz tę cechę w swojej twórczej wyobraźni z usłyszanym nazwiskiem (imieniem), zamieniając je również na obrazowe skojarzenie.

Wyobraź sobie na przykład znajomego, który ma łysą głowę i odstające uszy. Nazywa się Kowal. Łatwo go zapamiętasz, gdy przez chwilę wyobrazisz sobie na czubku łysej głowy kowala przyklepującego wielkim młotem uszy. Jeśli jest to Kasia Salacka, u której spostrzegłeś duże oryginalne kolczyki, możesz po prostu na jednym z nich „zawiesić” paczkę kaszy (skojarzenie z Kasią), a na drugim „zobaczyć” przez chwilę główkę salaty (bliskie skojarzenie do nazwiska). Potraktuj zapamiętywanie jak przyjemną zabawę. Pozwoli to twojej prawej półkuli tworzyć szybciej oryginalne skojarzenia i związki zapewniające dobrą pamięć.

Jak najszybciej powtórz w wyobraźni przynajmniej dwukrotnie swoje skojarzenia; przypomnij sobie, co było charakterystyczną cechą danej osoby, jak zamieniłeś imię lub nazwisko na obraz oraz w jaki sposób połączyłeś oba elementy ze sobą. Spójrz na osobę, którą przed chwilą poznałeś, i zwróć się do niej w myślach z jakąś uwagą, posługując się jej imieniem bądź nazwiskiem.

Jeśli jesteś w dużym gronie poznanych ludzi, z którymi wcześniej „przerobiłeś” całą procedurę zaznajomienia, przy nadarzającej się okazji podejdź do każdego i zamień kilka zdań, używając właściwych imion lub nazwisk. Wyko-

naj również co pewien czas powtórkę całości. Stań z boku i jeszcze raz przypomnij sobie poszczególne osoby oraz metodę, którą wykorzystales do ich zapamiętania.

Jeżeli byłeś na spotkaniu, na którym poznałeś wiele ważnych dla ciebie osób, i zależy ci, aby ich nazwiska zostały w twojej pamięci na dłużej, po powrocie do domu wykonaj mapę myśli. Umieść na niej wszystkie osoby, cechy charakterystyczne ich wyglądu i zachowań, wybrane zakładki wizualne, imiona i nazwiska zamienione na obrazowe skojarzenia oraz sposób zapamiętania.

Ćwiczenie

Wyobraź sobie, że właśnie poznajesz grono nowych osób i chcesz zapamiętać ich nazwiska. Znajdziesz je poniżej wraz z charakterystycznymi cechami fizjonomii oraz rzucającymi się w oczy elementami ubioru poszczególnych ludzi. Zapamiętaj je w trzy minuty, a potem uzupełnij tabelę kontrolną.

- A. Kwiatkowski — krzaczaste brwi, zegarek kieszonkowy
- B. Węgielek — orli nos, znaczek kibica Legii
- C. Malec — czarne kręcone włosy, skórzana kurtka
- D. Widlicka — skośne oczy, czarne kozaczki
- E. Stawicka — dołki w policzkach, pasek ze złotą klamrą
- F. Lesiak — pasemka na włosach, naszyjnik z koralami
- G. Kolečki — sumiaste wąsy, żółty krawat
- H. Leszczuk — lysina, muszka
- I. Kalinowski — czoło pomarszczone, niebieski golf
- J. Wojnowski — długa broda, okulary

Szczegóły fizjonomii	Elementy garderoby	Nazwisko
skośne oczy	czarne kozaczki	
orli nos	znaczek kibica Legii	
dołki w policzkach	pasek ze złotą klamrą	
łysina	muszka	
czoło pomarszczone	niebieski golf	
długa broda	okulary	
krzaczaste brwi	zegarek kieszonkowy	
sumiaste wąsy	żółty krawat	
pasemka na włosach	naszyjnik z koralami	
czarne kręcone włosy	skórzana kurtka	

Baza danych klienta

Utrzymywanie dłuższych i systematycznych kontaktów z klientami to klucz do budowania efektywnych relacji biznesowych. Relacje te powinny być w znacznym stopniu skoncentrowane na osobie klienta, na tym, co go interesuje, cieszy i powoduje, że chętnie o nas pamięta, lubi z nami przebywać i wraca do nas po kolejny zakup. Takie skupienie na drugiej osobie to znakomity sposób na realizację

w praktyce jednej z najpotężniejszych zasad wywierania wpływu — zasady sympatii. Jesteśmy w stanie zrobić więcej rzeczy dla ludzi, których lubimy. Wolimy kupować od tych, którzy nas rozumieją, słuchają, uśmiechają się i rozmawiają o tym, co nas najbardziej interesuje. Dlatego warto wiedzieć i zapamiętywać, w jaki sposób odnosić się do poszczególnych klientów, na jakie tematy z nimi rozmawiać, na co zwracać uwagę, jak się do nich dopasowywać w procesie komunikacji, jakie mają metaprogramy i systemy reprezentacji, w jaki sposób podejmują decyzje, co ostatnio kupili, o jakich innych swoich potrzebach wspominali itd.

Profile swoich klientów możesz z powodzeniem „magazynować” za pomocą map myśli. Mapy pozwalają przyswoić dużą ilość informacji, przechować je i odtworzyć w dowolnej sytuacji. Porządkują również myśli, pozwalają lepiej skupić się na danym temacie oraz stymulują twórczą wyobraźnię.

Tworzenie prostych map myśli dotyczących osobowości i zakupów klienta ułatwi twoje kontakty handlowe. Najlepiej takie mapy tworzy się zaraz po spotkaniu z klientem lub po dokonaniu transakcji. Efekt świeżości nabytej wiedzy pozwala ci wtedy na jak najwierniejsze odtworzenie w umyśle ważnych informacji i opisanie ich. Przeglądanie map, analizowanie zawartych na nich informacji i wykorzystywanie ich w przyszłych kontaktach handlowych to doskonała droga do zapamiętania ogromnej ilości szczegółów dotyczących twoich najlepszych klientów. Pomyśl, jak taka wiedza może ci pomóc w sprzedaży!

Tworzenie mapy myśli — baza danych klienta

Oto opis tego, w jaki sposób taką mapę myśli o sprzedaży możesz szybko i łatwo wykonać:

1. Weź czystą kartkę papieru formatu A4 i ulóż ją poziomo.
2. Na środku strony napisz nazwisko klienta i narysuj przedstawiający go rysunek. Najbardziej charakterystyczne cechy fizjonomii narysuj wyolbrzymione, karykaturalne. Jeśli nazwisko kojarzy się z jakimś obrazem, na przykład Kaczor, Kozak itp., wykorzystaj ten fakt w rysunku centralnym.
3. Od rysunku centralnego poprowadź w różnych kierunkach gałęzie z najważniejszymi tematami (na każdej gałęzi oddzielny temat, każda grupa tematyczna innym kolorem), na przykład: zainteresowania, upodobania, ubiór, temperament, sposób spędzania wolnego czasu, hobby, tempo mówienia, zakupy, przyszłe zakupy.
4. Rozbuduj główne zagadnienia, dołączając do nich nowe gałęzie, na których umieść wszystkie szczegółowe informacje, jakie na dany temat masz.
5. Umieść na mapie swoje sugestie i pomysły. Dodaj rysunki, kody i symbole, które wyzwolą synergiczną pracę twojej lewej i prawej półkuli mózgu.
6. Umieszczaj swoje kolejne mapy w segregatorze „Baza klientów”.
7. Wyznacz sobie w ciągu dnia czas, w którym będziesz przeglądał mapy myśli i dzięki temu utrwalal zawartą w nich wiedzę.
8. Na bieżąco dodawaj nowe informacje, uaktualniaj i poprawiaj swoje mapy myśli.



Ale urwał!

Andrzej Bubrowiecki

Publikacja ta pokaże Ci dziesiątki technik umożliwiających przyswajanie wiedzy w skuteczny sposób. Mało tego, dzięki zawartym w książce testom, zrozumiesz, jakim typem ucznia jesteś, jaka półkula mózgu u Ciebie

dominuje oraz jaki prezentujesz typ inteligencji. Dzięki wynikom testów, będziesz wiedział jaką technikę wybrać, by nauka już nigdy nie sprawiała Ci problemu. Ta książka jest po prostu gotową instrukcją, która od A do Z wytłumaczy Ci, jak najszybciej oraz najskuteczniej zacząć się uczyć.

Książka ta stanowi logiczny system bardzo konkretnych kroków, jakie należy wykonać, aby skutecznie przyswajając wiedzę. Materiał stanowi jasno określony ramowy plan postępowania, co oczywiście nie znaczy, że nie można go odpowiednio modyfikować do własnych potrzeb.

[HTTP://ALE-URWAL.ZLOTEMYSLI.PL](http://ale-urwal.zlotemyсли.pl)

Sekrety kreatywnego myślenia Andrzej Bubrowiecki

Chcę Cię przekonać, że Twój mózg jest twórczy, tak jak mózg Leonarda da Vinci, Alberta Einsteina czy Thomasa Edisona. Czytając tę publikację i wykonując kolejne ćwiczenia, przekonasz się, jakie ogromne możliwości tkwią w Twoim umyśle, jak możesz je skutecznie rozwijać i dzięki nim poprawić znacznie jakość swojego życia. Kilka powodów, dla których powinieneś przeczytać tę książkę:

- ☞ Poznasz sekrety wielkich wynalazców.
- ☞ Będziesz mógł wykonać wiele ćwiczeń poprawiających jakość Twojego myślenia; stanie się ono bardziej twórcze oraz oryginalne.
- ☞ Nauczysz się wykorzystywać w życiu sprawdzone strategie i techniki rozwiązywania problemów.
- ☞ Dowiesz się, dlaczego i Ty możesz zostać wynalazcą i odkrywcą.
- ☞ Rozwiniesz różne rodzaje inteligencji.
- ☞ Przestaniesz narzekać na brak pomysłów.





Techniki pamięciowe dla każdego

Andrzej Bubrowiecki

Wyobraź sobie, jakby to było, gdybyś dowolny materiał, który dostaniesz do nauczenia się lub przyswojenia, był w stanie zapamiętać w niezwykle krótkim czasie, a przede wszystkim pamiętać go bardzo długo i „na wrywki”.

W tej publikacji znajdziesz techniki, dzięki którym bez trudu będziesz w stanie zapamiętać:

- ☞ słówka z języków obcych i słowa „trudne” obcego pochodzenia;
- ☞ wzory matematyczne, fizyczne, chemiczne;
- ☞ informacje z historii, biologii, geografii;
- ☞ wiadomości z medycyny, geologii, muzyki, paleontologii, astronomii i wielu innych dziedzin wiedzy.

Przestań „wkuwać”. Zaczynaj uczyć się z głową i spraw, aby nauka przestała być dla Ciebie uciążliwym zajęciem.

[HTTP://TECHNIKI-PAMIECIOWE.ZLOTEMYSLI.PL](http://techniki-pamieciowe.zlotemysli.pl)

DOŁĄCZ DO NAS



ZŁOTY PROGRAM PARTNERSKI

POZYTYWNA WIEDZA,
WARTOŚCIOWE PUBLIKACJE,

POMAGAJ INNYM I ZARABIAJ

Dołącz do nas

DOŁĄCZ DO ZŁOTEGO KLUBU

NALEŻĄ DO NIEGO LUDZIE AMBITNI,
KTÓRZY WIEDZA, ŻE ABY OSIĄGNAĆ SUKCES,
NALEŻY SIĘ DOSKONALIĆ I POSZERZAĆ WIEDZĘ.

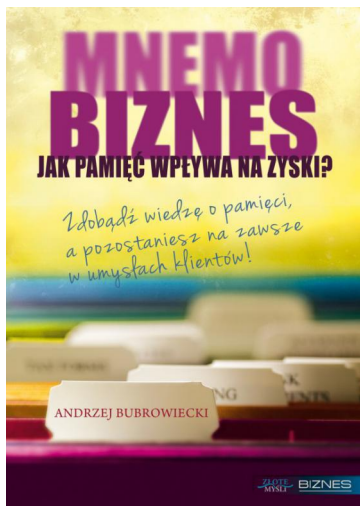
ZAPISZ SIĘ ZA DARMO,
A POMOŻEMY CI Z SUKCESEM.

- ZBIERAJ **ZŁOTE PUNKTY**
- KORZYSTAJ ZE STAŁYCH RABATÓW DO **25%**
- CO TYDZIEŃ SPECJALNE PROMOCJE I PROPOZYCJE TYLKO DLA CZŁONKÓW **ZŁOTEGO KLUBU.**



Dołącz do nas

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Gdy mówimy "pamięć w biznesie lub w sprzedaży", przychodzi nam na myśl najczęściej jeden temat: „dzięki technikom zapamiętywania mogę nauczyć się zapamiętywać twarze i nazwiska klientów i tym zabłysnąć”. Owszem, to jedna z możliwości, jakie daje nam wyćwiczona pamięć. Ale zgłębiając tajniki MNEMObiznesu, tak naprawdę otrzymujesz narzędzia wykorzystywane przez psychologię sprzedaży, którymi wdrukujesz na stałe w pamięć klienta ważne informacje o swoim produkcie, marce, firmie. W odróżnieniu od innych książek, temat „pamięci” nie jest związany z „uczeniem się” w rozumieniu szkolnym czy akademickim, ale w całości dotyczy sfery biznesowej. W

odróżnieniu z kolei od książek o sprzedaży, nie jest tylko małym fragmentem dotyczącym „pamięci” i włączonym do większej całości (jak to zwykle bywa), lecz stanowi punkt centralny rozważań. Główny temat, na zasadzie logicznych powiązań, pogłębiają zagadnienia dotyczące takich kwestii jak psychologia sprzedaży, neuromarketing, psychologia percepcji i reklamy. "MNEMObiznes" to wiedza o mechanizmach działania pamięci pod kątem wykorzystania jej w marketingu, reklamie i sprzedaży. Jak skorzystać z możliwości wpływania poprzez pamięć i mnemotechniki na zysk w biznesie, niezależnie od tego, czy prowadzisz małą, nawet jednoosobową firmę, czy zarządzasz dużym przedsiębiorstwem? Odpowiedź możesz znaleźć w tej publikacji.

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://www.zlotemyсли.pl/prod/12341/mnemobiznes-andrzej-bubrowiecki.html>

[Dodaj do koszyka](#)