

ZŁOTE
MYŚLI

Gut Impact[®]

J.D. Fuentes



**Jak bezpośrednio wpływać
na ludzkie instynkty, emocje
i wyobraźnię, sprawiając,
że wszelkie Twoje sugestie
staną się nieodparcie fascynujące,
zniewalające i hipnotyczne?**

Niniejsza **darmowa publikacja** zawiera jedynie fragment pełnej wersji całej publikacji.

Aby przeczytać ten tytuł w pełnej wersji [kliknij tutaj](#).

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez NetPress Digital Sp. z o.o., operatora [sklepu na którym można nabyć niniejszy tytuł w pełnej wersji](#). Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody NetPress oraz wydawcy niniejszej publikacji. Zabrania się jej od-sprzedaży, zgodnie z [regulaminem serwisu](#).

Pełna wersja niniejszej publikacji jest do nabycia w sklepie internetowym [Złote Ebooki](#).

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną**.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by ZloteMysli.pl

Data: 15.02.2007

Tytuł: Gut Impact

Autor: J.D. Fuentes

Tłumacz: Piotr Obmiński

Wydanie I

ISBN: 978-83-7521-168-9

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Sylwia Fortuna

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli

Netina Sp. z o. o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>Wstęp</u>	4
<u>1. Podstawy, czyli jak działa superkomunikacja</u>	8
<u>2. Co to jest Gut Talk i dlaczego jest takie użyteczne?</u>	10
<u>3. Głowa i Serce, czyli dwa sposoby przetwarzania informacji</u>	11
<u>4. Środki i cele, czyli czego chce Serce?</u>	13
<u>5. Elementy komunikacji, czyli mówisz nie tylko słowami</u>	16
<u>6. Dopasowanie słowne, czyli jak sprawić, by ludzie słuchali</u>	18
<u>7. Dopasowanie słowne krok po kroku</u>	24
<u>8. Interludium udające wyjaśnienie, czyli wędrówki Edgara i Garetha</u>	30
<u>9. Wyrównanie, czyli dlaczego dopasowanie słowne naprawdę działa</u>	33
<u>10. Stan alfa, czyli co się dzieje,</u>	38
<u>11. O Sercu, czyli do czego służy wyrównanie</u>	40
<u>12. Jeszcze o wewnętrznym wyrównaniu,</u>	44
<u>13. Wewnętrzne wyrównanie i ekspresyjność,</u>	46
<u>14. Podkreślanie aż do jedenastki,</u>	55
<u>15. Zewnętrzne wyrównanie,</u>	60
<u>16. Zasada różowego słonia,</u>	66
<u>17. Metafory, czyli jak używać rzeczy widzialnych i namacalnych,</u> .	69
<u>18. Pewnego razu... czyli jak używać historii i anegdot,</u>	72
<u>19. Pewnego razu... - część druga</u>	76
<u>20. Cytaty, czyli jak coś powiedzieć i otrzymać odpowiedź</u>	83
<u>21. Dobry opis jest książką kucharską,</u>	85
<u>22. Preferencje sensoryczne, czyli jak ludzie uczą się tego, co wiedzą</u>	90
<u>23. Kryteria, czyli jak wykryć i wykorzystywać abstrakcje</u>	95
<u>24. Wieloznaczność</u>	103
<u>25. Owijanie się flagą,</u>	116
<u>26. Presupozycje, czyli jak coś założyć,</u>	127
<u>27. Elastyczność konceptualna,</u>	129
<u>28. Zgoda, ale co z realnym światem?</u>	134
<u>29. Część druga: Typy osobowości</u>	146
<u>30. Cztery temperamenty Keirseya i Myers-Briggs</u>	147
<u>31. Dziewięć typów Enneagramu</u>	156
<u>32. Abstrakcyjne dopasowanie słowne - przykład rozszerzony</u>	173
<u>33. Maskarada jako kulminacja, czyli Wędrówki Edgara i Garetha,</u>	181

Wstęp

Jak przemawiać bezpośrednio do zmysłów, instynktów, emocji i wyobraźni innych ludzi, sprawiając, że wszelkie Twoje sugestie staną się nieodparcie fascynujące, seksowne i przekonujące?

Gut Impact – jak łatwo sprawić, by wszelkie Twoje sugestie natychmiast stały się nieodparcie fascynujące, seksowne i zniewalające.

Superefektywna Komunikacja – jak postępować i jak mówić, by ludzie Cię słuchali, lubili, cenili oraz natychmiast spełniali Twoje życzenia.

Możesz przemawiać bezpośrednio do czyichś instynktów i zmysłów, a wtedy Twoje słowa znajdą natychmiastowy odzew. Opisana w tej książce unikalna metoda nosi angielską nazwę Gut Talk. Tłumacząc dosłownie nazwę znaczy ona mniej więcej “mówienie do czyichś wnętrzości”, czyli do serca, emocji, instynktów. Tyle tylko, że po polsku nie daje się wyrazić nawet w przybliżeniu tak krótko i jednoznacznie, więc zachowaliśmy oryginalną nazwę.

Władza. Pieniądze. Seks. Jeśli jesteś mniej więcej taki, jak większość ludzi, to widząc lub słysząc te słowa, odczuwasz lekki dreszcz. Uwierzyć jednak, że wypowiedzianie słów: *władza, pieniądze czy seks*, to wcale nie jest jedyny sposób wywarcia wpływu na emocje innych ludzi.

Kiedy ktoś wie, jak używać pozostałych wymiarów ludzkiej komunikacji – jak skoordynować to jak mówi, z tym co mówi –

zdobywa umiejętność przyciągania czyjejs uwagi tak samo pewnie, jak dyskotekowy bramkarz potrafi wykręcić czyjąś rękę.

I nie chodzi tylko o zdobycie czyjejs uwagi. Ktoś, kto potrafi przemawiać bezpośrednio do instynktów, do serca, do emocjonalnej części psychiki; potrafi sprawić, że będziesz pragnął tego, czego nigdy nie pragnąłeś; potrafi otworzyć Twój umysł na możliwości, które nigdy by Ci nie przyszły do głowy.

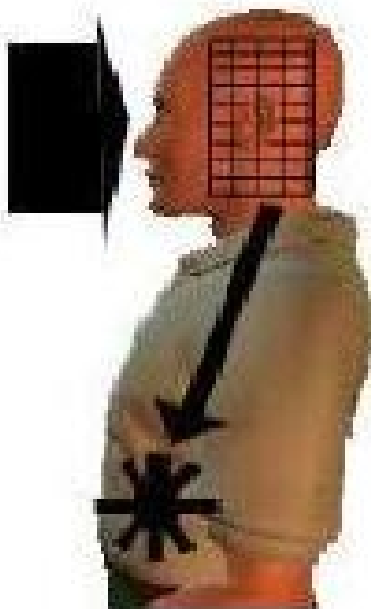
Książka, którą właśnie czytasz, stawia sobie za zadanie dać Ci tę władzę nad ludzkimi emocjami. Będzie tu mowa o tym, jak możesz się nauczyć sięgać poza racjonalne motywy innych ludzi i oddziaływać bezpośrednio na ich instynkty, rozbudzając i rozpalając swymi słowami ich wyobraźnię. Pokażemy Ci, w jaki sposób, sięgając poza racjonalne motywy słuchacza, możesz oddziaływać bezpośrednio na instynkty, jak możesz rozpałać wyobraźnię samymi słowami.

Chodzi o nauczenie Cię, jak możesz dotrzeć do ludzi, inspirować ich, motywować, prowadzić. Nie jest to książka pełna niezrozumiałych, naukowych dywagacji czy mglistych teorii. Jest to praktyczny poradnik, pełen konkretnych sposobów do wykorzystania w realnych, życiowych sytuacjach; prowadzący do uzyskania oczekiwanych rezultatów.

Ta książka nauczy Cię następujących rzeczy:

1. Jak sprawić, by ludzie naprawdę koncentrowali się na tym, co mówisz.
2. Jak sprawić, by dana osoba odczuła dowolną, wybraną przez Ciebie, emocję.

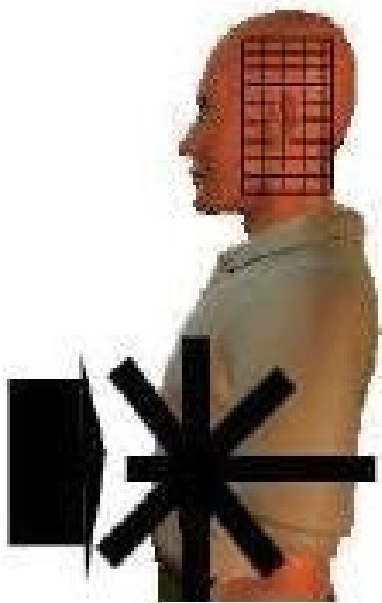
3. Jak używać historii w celu wywołania u słuchacza silnych emocji, a jednocześnie sprawić, by nie odczuwał z tego powodu żadnych negatywnych doznań.
4. Jak nadać swoim słowom siłę oddziaływania.
5. Jak sprawić, by dana osoba czuła się z Tobą swobodnie.
6. Jak rozpoznać typ osobowości danej osoby.
7. Jak “popychać i przyciągać” odpowiednio dla typu osobowości.
8. Jak emanować siłą i jak być naprawdę sugestywnym.



Zwykła mowa jest nakierowana na intelekt.

Intelekt słuchacza interpretuje ją i analizuje.

Po tym jak intelekt zinterpretował dany słowny przekaz, zaczynają reagować instynkty i emocje słuchacza.



GUT TALK to mowa skierowana bezpośrednio do “serca”.

GUT TALK przemawia bezpośrednio do instynktów słuchacza i to w ich własnym języku.

Jest to zatem sposób przemawiania o wiele potężniejszy i o wiele bardziej zniewalający, przez co jest o wiele skuteczniejszy w przekonywaniu. Dzięki zastosowaniu metody Gut Talk umysł słuchacza zostaje przekonany poprzez jego własną podświadomość. Musisz tylko przedtem tę podświadomość przekonać, co jest o wiele prostsze, kiedy już wiesz, jak się to robi.

GUT TALK to metoda kierowania uczuciami słuchacza poprzez omijanie racjonalnej części jego psychiki i przemawianie bezpośrednio do emocji.

1. Podstawy, czyli jak działa superkomunikacja

Efektywna superkomunikacja odnosi dwa, podstawowe skutki:

- a) angażuje uwagę słuchacza,
- b) kieruje uczucia i wyobraźnię słuchacza na wybraną przez Ciebie drogę.

Pierwszy z tych efektów nazwiemy *zaangażowaniem*. Polega ono na tym, że Twój słuchacz zostaje wciągnięty w to, co mu mówisz i zwraca więcej uwagi na to, niż na inne sprawy. Na przykład nie przejmie się tym, że obaj stoicie na rogu ulicy. Nie zwróci uwagi na fakt, że zapaliło się zielone światło na skrzyżowaniu albo na to, że powinien pędzić na umówione spotkanie. Czyli chodzi nam tutaj o to, żeby słuchanie Ciebie było dla niego przyjemniejsze i bardziej interesujące, niż wszystko inne.



ZAANGAŻOWANIE



STYMULACJA

Drugi z efektów nazwiemy *stymulacją*. Osiągasz go na przykład wtedy, gdy szczegółowo opowiadasz o swym weekendzie spędzonym w schronisku na Hali Gąsienicowej. Słuchacz zaczyna sobie wyobrażać ośnieżone stoki, świerki, blade, zimowe słońce, ciepło bijące z kominka, gorące napoje po całym dniu jeżdżenia na nartach, baranie kozuchy. Odbiorca nie tylko zaczyna widzieć oczyma wyobraźni, ale niemal czuje, jakby naprawdę to wszystko przeżywał.

Stymulacja to coś, co sprawia, że Twój słuchacz wyobraża sobie przeżywanie tego, o czym mu mówisz.

2. Co to jest *Gut Talk* i dlaczego jest takie użyteczne?

Zwykła, konwencjonalna komunikacja werbalna, czyli sposób, w jaki większość ludzi stara się zmienić opinie, przekonania czy zachowanie innych ludzi, opiera się na założeniu, iż fakty i argumenty kierują ludzkimi uczuciami i przekonaniem, z czego wynika logiczny wniosek, że fakty i argumenty kierują ludzkim zachowaniem.

Komunikacja synchroniczna, czyli to, co nazwaliśmy *Gut Talk*, opiera się na założeniu, że to uczucia i przekonania kierują zachowaniem oraz, że w istocie to uczucia i przekonania determinują jak fakty i argumenty zostaną zinterpretowane. *Gut Talk* kieruje się do uczuć i instynktów danej osoby, aby zmienić sposób widzenia przez nią “faktów”.

3. Głowa i Serce, czyli dwa sposoby przetwarzania informacji

Stać się znakomitym “komunikatorem” jest całkiem łatwo. Wystarczy tylko, że spojrzysz na osobę, z którą się komunikujesz, jako na złożoną z dwóch oddzielnych części. Każda z tych części, które dla prostoty określimy sobie jako *Głowa* i *Serce*, przetwarza informacje w całkiem inny sposób.

Głowa stosuje słowa i logikę w analizowaniu i przekazywaniu informacji. Innymi słowy Głowa rozbija otrzymaną informację na drobne części, przyczepia do nich etykiety, porównuje je z dotychczasowymi przekonaniem, zastanawia się nad ich przyczynami i skutkami, jakie będą miały na inne wydarzenia, planuje następne kroki i podejmuje decyzje. Emocjonalnie niezaangażowana Głowa, do przechowywania i przekazywania skomplikowanych informacji, używa systemów symboli, takich jak język i matematyka.

Serce reaguje na informację poprzez idące za nią emocjonalne asocjacje. Kiedy działa na nas jakiś konkretny bodziec lub otrzymujemy jakąś istotną dla nas informację, doświadczamy jednocześnie silnych emocji. Jeśli kiedykolwiek w późniejszym czasie zadziała na nas ten sam bodziec albo otrzymamy tę samą informację, Serce znowu odczuje te same silne emocje co za pierwszym razem.

Serce to jakby magazyn przeżytych doświadczeń i wyuczonych życiowych lekcji. Polega ono w znacznie większym stopniu na nawykach, niż na planowaniu i podejmowaniu decyzji. Może nawet

3. Głowa i Serce, czyli dwa sposoby przetwarzania informacji

“celowo” zniekształcać albo i całkiem wymazywać nową informację po to, by móc utrzymać dotychczasowe nawyki i przekonania. Serce świetnie rozumie wrażenia zmysłowe, ruchy ciała, metafory oraz szeroką gamę subtelnych znaków. Potrafi się także za ich pomocą komunikować.

Głowa robi plany i wyraża słowami idee. Serce dostarcza i podtrzymuje emocjonalną energię niezbędną do realizacji planów, jak również siłę, której nasze słowa potrzebują, by móc wpływać na innych. Serce ma decydujący wpływ na to, jak brzmią słowa, które wypowiadasz, a także na to, jak przy tym wyglądasz i jak się poruszasz. Kierując Twym postępowaniem zgodnie z nawykami i odruchami, często sabotuje plany, decyzje i pomysły Twej Głowy.

Aby zmienić czyjeś zachowanie musisz zmienić emocje z tym zachowaniem skojarzone. Musisz wpłynąć na Serce, co, nawiasem mówiąc, tłumaczy dlaczego dyskusje tak rzadko potrafią zmienić opinie i nastawienia ludzi mających już wcześniej silne przekonania. Dyskusje są z natury intelektualne, a Serce z łatwością wymazuje albo zniekształca wszelkie niewygodne fakty. Z tego samego powodu zarówno odkrycia dokonane na kozetce psychoanalityka, jak i noworoczne postanowienia zazwyczaj pozostają bez trwałego efektu, będąc wyłącznie tworamii Głowy, często po prostu nie mają wsparcia w Sercu.

Niniejsza **darmowa publikacja** zawiera jedynie fragment pełnej wersji całej publikacji.

Aby przeczytać ten tytuł w pełnej wersji [kliknij tutaj](#).

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez NetPress Digital Sp. z o.o., operatora [sklepu na którym można nabyć niniejszy tytuł w pełnej wersji](#). Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody NetPress oraz wydawcy niniejszej publikacji. Zabrania się jej od-sprzedaży, zgodnie z [regulaminem serwisu](#).

Pełna wersja niniejszej publikacji jest do nabycia w sklepie internetowym [Złote Ebooki](#).