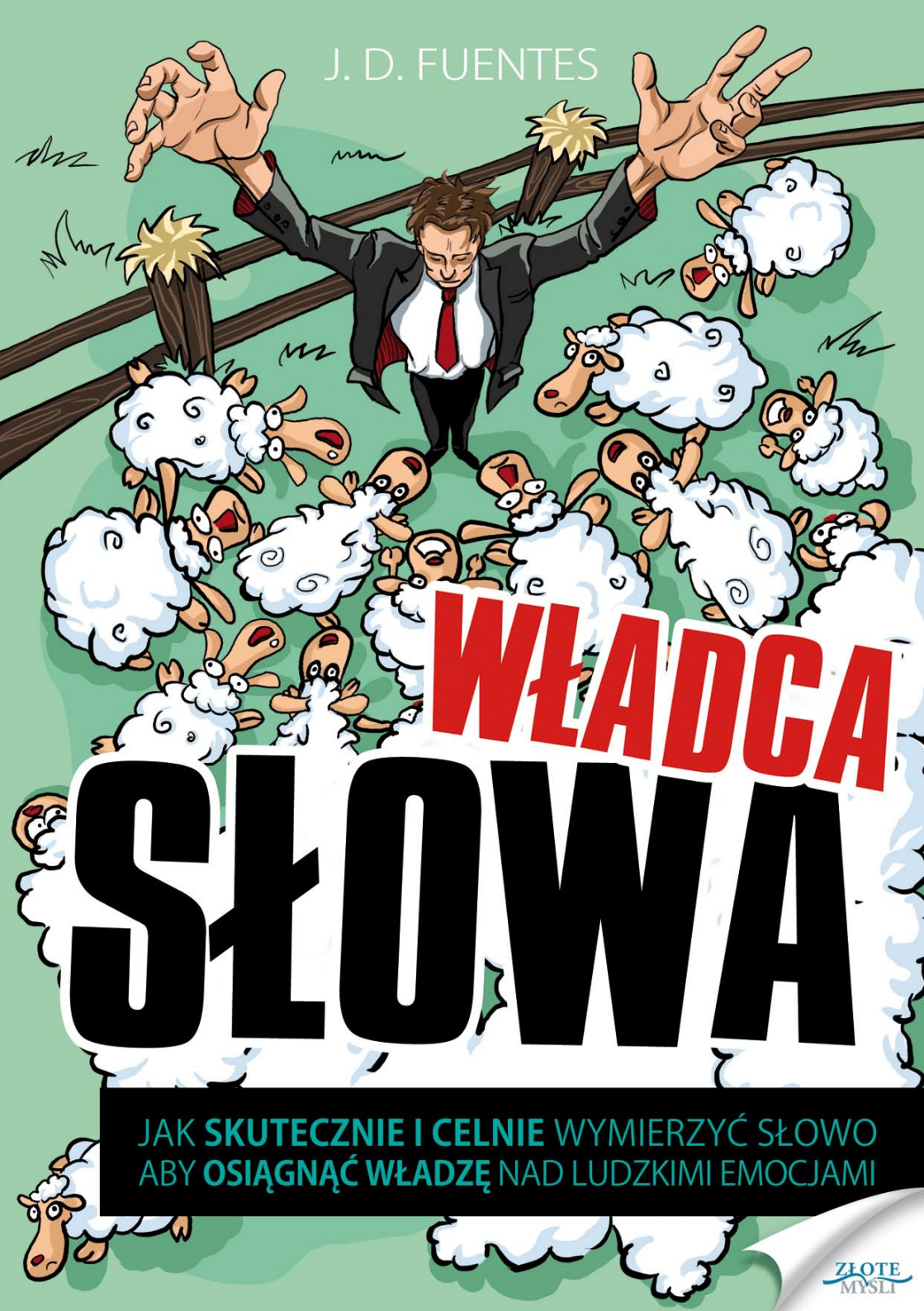


J. D. FUENTES



# WŁADCA SŁOWA

JAK SKUTECZNIE I CELNIE WYMIERZYĆ SŁOWO  
ABY OSIĄGNĄĆ WŁADZĘ NAD LUDZKIMI EMOCJAMI

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

Darmowa publikacja dostarczona przez  
[ZloteMysli.pl](http://ZloteMysli.pl)

Copyright by Złote Myśli & J.D. Fuentes, rok 2011

Autor: J.D. Fuentes  
Tytuł: Władca Słowa

Data: 22.06.2011

Złote Myśli Sp. z o.o.  
ul. Daszyńskiego 5  
44-100 Gliwice  
[www.zlotemysli.pl](http://www.zlotemysli.pl)  
email: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto: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
1 Podstawy .....	11
2 Co to jest Gut Talk .....	13
3 Głowa i Serce.....	15
4 Środki i cele .....	17
Ćwiczenie.....	19
5 Elementy komunikacji .....	21
6 Dopasowanie słowne.....	23
Skutki dopasowania i niedopasowania do przekonań i wrażeń zmysłowych słuchacza .....	25
Dopasowanie a niedopasowanie .....	26
7 Dopasowanie słowne krok po kroku .....	29
8 Interludium udające wyjaśnienie .....	35
9 Wyrównanie .....	39
10 Stan alfa.....	45
11 O Sercu.....	49
12 Wewnętrzne wyrównanie .....	53
13 Wewnętrzne wyrównanie i ekspresyjność .....	55
Droga na skróty do przekonujących przekazów niewerbalnych .....	59
Ćwiczenia.....	63
14 Podkręcanie aż do jedenastki .....	65
Tempo mówienia .....	66
Wysokość głosu .....	66
Barwa głosu .....	67
Zmienność.....	67
Głośność .....	67
Rezonans .....	67
Rytm .....	68
„Emocjonalne zabarwienie” .....	68
Gesty .....	68

15	Zewnętrzne wyrównanie.....	71
	Komunikowanie się z czyimś Sercem .....	72
16	Zasada różowego słońca.....	79
17	Metafory.....	83
	Stosowanie metafor statycznych .....	85
18	Pewnego razu... ..	87
19	Pewnego razu... ..	91
20	Cytaty .....	99
21	Dobry opis jest książką kucharską .....	101
22	Preferencje sensoryczne .....	107
	Ćwiczenie 1 .....	110
	Ćwiczenie 2 .....	112
23	Kryteria .....	113
24	Wieloznaczność.....	121
	Stosowanie wieloznaczności .....	122
	Tworzenie wieloznaczności składniowych .....	127
	Do czego można użyć nominalizacji .....	128
25	Owijanie się flagą .....	135
	Flaga.....	137
26	Presupozycje .....	149
27	Elastyczność konceptualna.....	153
	Zmysły.....	153
	Aspekty .....	154
	Czasy .....	155
	Obiekty.....	156
	Referenci .....	157
28	Co z realnym światem? .....	159
29	Typy osobowości .....	173
30	Cztery temperamenty Keirseya i Myers-Briggs.....	175
	Cztery typy osobowości .....	176
31	Dziewięć typów Enneagramu .....	185
	Typ Jeden: Sędzia .....	186

Typ Dwa: Opiekun .....	187
Typ Trzy: Gwiazda .....	188
Typ Cztery: Artysta .....	189
Typ Pięć: Obserwator.....	190
Typ Sześć. Towarzysz .....	191
Typ Siedem: Bon Vivant .....	192
Typ Osiem: Autokrata .....	193
Typ Dziewięć: Mediator.....	194
Motywowanie poszczególnych typów Enneagramu.....	195
32 Abstrakcyjne dopasowanie słowne .....	203
33 Maskarada jako kulminacja .....	213
Słownik zastosowanych terminów .....	221

# 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 *stymulacja*. 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 kożuchy. 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 „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 Twojej 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.

## 4 Środki i cele

*czyli czego chce Serce?*

Słowa wywołują myśli i reakcje emocjonalne — i to nie tylko słowa tak naładowane treścią, jak *władza*, *pieniądze* czy *seks*. Słowa, które wydają nam się prawdziwe, słowa ściśle pasujące do tego, co sami myślimy — albo też takie, które pasują do tego, co widzimy, słyszymy i czujemy — sprawiają, że stajemy się uważni i pragniemy usłyszeć (oraz odczuć) jeszcze więcej. Tak się dzieje, ponieważ ta część naszej psychiki, która jest związana z instynktami, została zaangażowana w intensywne przeżywanie własnych doświadczeń, wrażeń oraz własnego modelu świata, którym znowu została nakarmiona.

Instynktowna część psychiki zawsze poszukuje dokładnego, możliwie długo trwającego *feedbacku* (sprzężenia zwrotnego), przez co należy tutaj rozumieć potwierdzenie tego, co dla niej jest prawdziwe. Kiedy ta część psychiki taką informację otrzymuje, szeroko się „otwiera”, by dowiedzieć się jak najwięcej i jak najwięcej odczuć.

Kiedy psychika „otwiera się” w ten sposób, łatwą rzeczą staje się dla niej myślenie i robienie rzeczy, których w innej sytuacji nigdy by nie chciała albo nie mogła pomyśleć ani zrobić.

Można to także wyrazić w inny sposób:

Na racjonalnym, analitycznym poziomie druga osoba (którą będziemy dalej nazywać *D*) pragnie nowych informacji, chce rozumieć różne rzeczy, chce robić plany, chce z punktu A przejść do punktu B.

Na emocjonalnym, instynktownym poziomie *D* pragnie informacji *prawdziwej* — czyli takiej, którą potrafi zweryfikować własnymi oczami, uszami i palcami, albo takiej, która zgadza się z tym, w co już wierzy.

Aby sprawić, żeby ktoś całkowicie skoncentrował się na tym, co mówisz, czyli aby *zaangażować* instynkty i wyobraźnię tej osoby — wyraż *nieprzerwaną* serię kwestii, które ten ktoś potrafi własnymi zmysłami zweryfikować jako prawdziwe oraz/albo nieprzerwaną serię opinii, z którymi się zgadza.

Bardziej szczegółowo omówimy tę sprawę w niedalekiej przyszłości.

**Kiedy wypowiedasz wiele kwestii, które Twój słuchacz może natychmiast zweryfikować jako słuszne i zgodne z tym, co mu mówią: uruchamia się jego własna, zmysłowa percepcja albo abstrakcyjne przekonania, zostają zaangażowane jego emocje, a wyobraźnia „otwiera się”, stając się wyjątkowo podatną na sugestie.**

## Ćwiczenie

Po spędzeniu z kimś większej ilości czasu zazwyczaj potrafisz dość dobrze określić, z jakimi poglądami ten ktoś by się zgodził oraz jak patrzy na różne rzeczy. Na rozgrzewkę, a także byś nabral chęci do eksperymentów, spróbuj wykonać następujące proste ćwiczenie.

1. Usiądź w taki sposób, abyś cały czas widział twarz rozmówcy i zacznij z daną osobą rozmawiać.
2. W pewnym momencie, mówiąc w swobodnym tempie, wyraż w formie długiej, nieprzerwanej serii kilka poglądów, które w Twojej opinii ogólnie zgadzają się ze światopoglądem rozmówcy albo jeszcze lepiej — wypowiedz kilka twierdzeń, co najmniej sześć lub siedem, co do których jesteś pewien, że Twój rozmówca uzna je za prawdziwe i zgodne z rzeczywistością. Może to być cokolwiek, od „niebo jest niebieskie” i „jesteśmy teraz w biurze”, po „to prawda, powinienem być się z Tobą ożenić już dawno temu”. Twierdzenia dobierz w zależności od tego, z czym w Twojej opinii słuchacz się zgodzi.
3. Aby zachować swobodne przejścia pomiędzy wszystkimi stwierdzeniami, połącz je spójnikami: „i”, „ponieważ”, „podczas gdy”, „więc”, „kiedy”, „i dlatego też”.
4. Obserwuj reakcję Twego rozmówcy.

**Przykład.** Siedzisz przy tym stoliku już od co najmniej trzydziestu minut. Jak widzę, degustowałaś kilka rodzajów kawy, nigdy przedtem się nie widzieliśmy i absolutnie

J. D. FUENTES

nic o Tobie nie wiem — ani skąd jesteś, ani czym się zajmujesz, ani gdzie teraz chciałabyś być, gdybyś mogła być gdzie tylko zechcesz, ani co najbardziej pragnęłabyś robić, gdybyś tam była...

## 5 Elementy komunikacji

*czyli mówisz nie tylko słowami*

Za każdym razem, gdy udaje Ci się komunikować z drugą osobą w efektywny sposób, odbywa się kilka interesujących rzeczy.

Po pierwsze, przekazujesz słuchaczowi poczucie podobieństwa oraz wzajemnego zrozumienia między Wami.

Po drugie, zapraszasz słuchacza do przeżycia czegoś, czego dotychczas osobiście nie widział, nie dotykał, nie słyszał albo przedstawiasz mu jakiś nowy aspekt znajomej rzeczy.

Po trzecie, angażujesz Serce słuchacza, sprawiając, że oglądanie Cię i słuchanie sprawia mu przyjemność.

Oczywiście międzyludzka komunikacja oko w oko nie jest tym samym, co czytanie książki albo odsłuchiwanie zapisu nagrania dźwiękowego. Występuje w niej wiele szczegółów, które mają bardzo mało wspólnego z wypowiedzianymi słowami, ukazują się bowiem zaledwie w mgnieniu oka i przekazywane są tam i z powrotem. To właśnie mistrzowskie opanowanie tych subtelnych (a także tych mniej subtelnych) niuansów może dać Twojej komunikacji efektywność najwyższą z możliwych.

Abyś mógł owe subtelności łatwo opanować, podaję listę (niepełną) elementów międzyludzkiej komunikacji:

1. wyraz twarzy,
2. postawa i napięcie mięśni,
3. ruchy ciała i gesty,
4. wysokość głosu, tempo mówienia, brzmienie i intonacja głosu,
5. dosłowne znaczenie tego, co mówisz.

Zwróć uwagę na bardzo istotny fakt, że to, co mówisz, stanowi tylko ułamek tego, co komunikujesz. A zatem to, jak wyglądasz, jak brzmisz i jak się poruszasz, może zarówno całkiem zniwelować potencjalny efekt Twoich słów, jak i ogromnie go wzmocnić.

Zanim pokażę Ci, jak wyglądać, brzmieć i poruszać się w taki sposób, by zmaksymalizować swój wpływ na emocje słuchacza, będziesz się musiał nauczyć sposobów zdobycia czyjejś uwagi, by to, co powiesz, wryło mu się w pamięć, by Twoje słowa zawładnęły jego uczuciami i wyobraźnią. Nazywamy tę technikę *dopasowaniem słownym*.



## 6 Dopasowanie słowne

*czyli jak sprawić, by ludzie słuchali  
i instynktownie się zgadzali?*

**Mówienie jedynie rzeczy, które słuchacz może pozytywnie zweryfikować własnymi zmysłami i/lub rzeczy, które uważa za prawdziwe.**

Mówiąc D tylko takie rzeczy, które odpowiadają percepcjom zmysłowym D i/lub jego abstrakcyjnym przekonaniom, sprawiasz, że D zaczyna czuć się swobodnie i być przekonany, iż Ty rozumiesz jego potrzeby. Długa seria stwierdzeń, które dla D są prawdziwe, sprawi, że wszystko co potem powiesz, stanie się dla niego bardziej przekonujące i bardziej inspirujące. Jeżeli wobec kogoś zastosowałeś intensywne *słowne dopasowanie*, to kiedy następnie opiszesz, jak fajnie jest jeździć na nartach albo rozwiązywać zadania matematyczne, D znacznie łatwiej podejmie wysiłek wypróbowania tych wszystkich miłych wrażeń, które mu sugerujesz, że powinien odczuć.

*Dopasowanie słowne* to metoda:

- a) uchwycenia uwagi słuchacza,
- b) zdobycia zaufania i przychylności słuchacza,
- c) sprawienia, by słuchacz był bardziej zaangażowany emocjonalnie i silniej reagował na to, co mu mówisz.

Dobrze wykonane *dopasowanie słowne* powoduje, że słuchacz otwiera swą wyobraźnię i swoje emocje na to, co mówisz, w wyniku czego to, co mu następnie powiesz, odczuwa jako bardziej znaczące, bardziej przekonujące, wreszcie bardziej zniewalające, niż by to uczynił w innym przypadku.

Przekaz, do którego prowadzi Twoje *dopasowanie słowne*, będziemy nazywać *puentą*.

Nieco później wytłumaczę Ci wszystkie co subtelniejsze sprawy związane z *dopasowaniem słownym*. Na razie przedstawię same podstawy, żebyś mógł to jak najszybciej zacząć praktycznie stosować.

*Dopasowanie słowne* w maksymalnym skrócie:

1. Zorientuj się, co Twój słuchacz odczuwa fizycznie (widzi, słyszy, smakuje) albo w co wierzy.
2. Wspomnij kolejno, jedno po drugim, o kilku spośród tych niepodważalnych, niedających się zignorować — prawdach.
3. Zauważ, kiedy słuchacz zaczyna być intensywnie skoncentrowany albo bardzo zrelaksowany. Będzie to oznaczało, że jego wyobraźnia i instynkty są teraz zaabsorbowane i bardziej podatne na wewnętrzne przetwarzanie widoków, dźwięków, odczuć, smaków, zapachów, myśli i emocji, które zechcesz opisać.
4. Opisz ze szczegółami wrażenia, odczucia i myśli, które chcesz, by Twój słuchacz zaczął przeżywać...

*Empiryczne dopasowanie słowne* polega na wypowiedzianiu słowami tego, co słuchacz już i tak widzi, słyszy czy odczuwa.

*Abstrakcyjne dopasowanie słowne* polega na wypowiedzianiu słowami tego, co słuchacz już i tak uważa za prawdziwe.

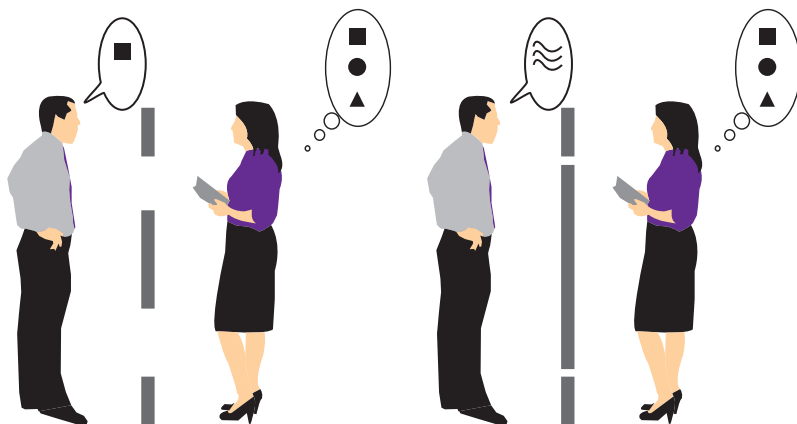
Wyrażanie twierdzeń zgodnych z przekonaniami słuchacza i z tym, co słuchacz rejestruje za pomocą własnych zmysłów, zwiększa jego podatność na przyszłe sugestie.

## **Skutki dopasowania i niedopasowania do przekonań i wrażeń zmysłowych słuchacza**



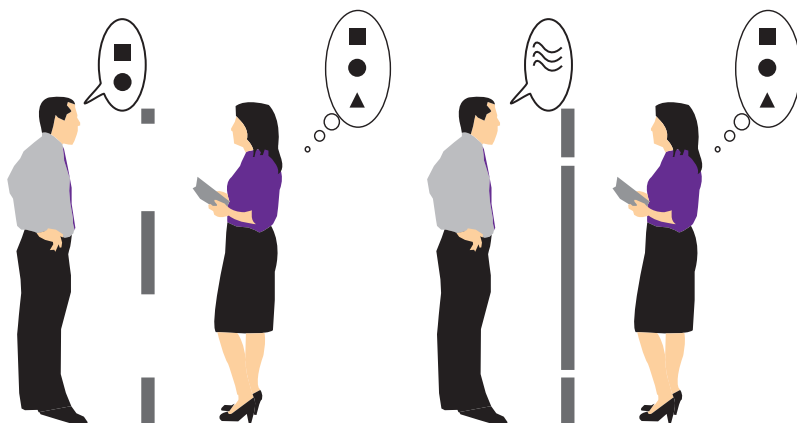
*Neutralny punkt początkowy przed dopasowaniem lub niedopasowaniem. Symbole oznaczają idee/przekonania. Szare słupki oznaczają opór słuchacza*

## Dopasowanie a niedopasowanie



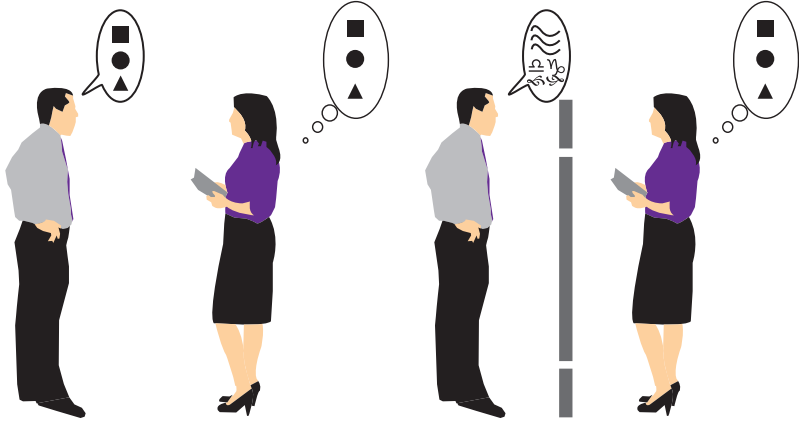
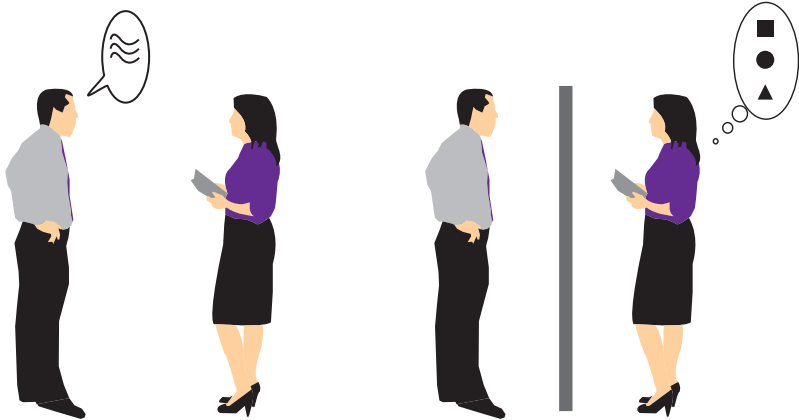
*Dopasowanie do przekonań słuchacza  
zmniejsza jego opór*

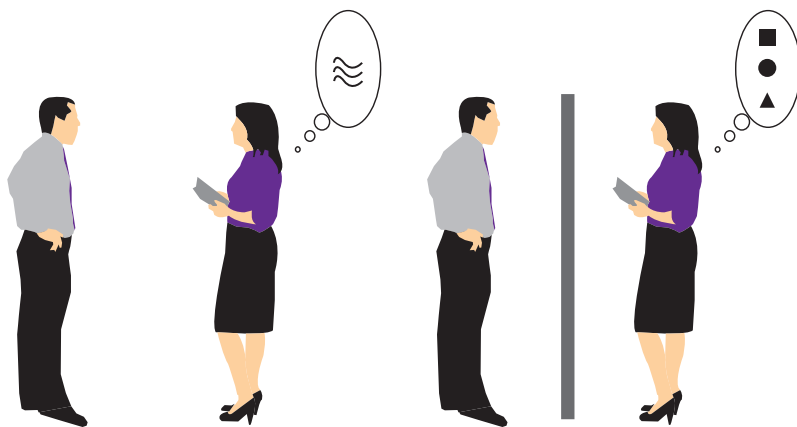
*Negowanie przekonań słuchacza zwiększa jego opór*



*Dopasowanie*

*Niedopasowanie*

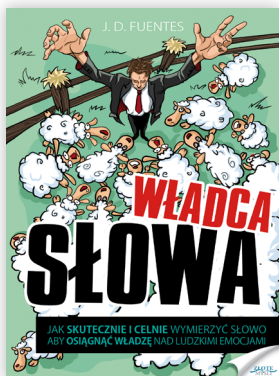
*Dopasowanie**Niedopasowanie**Dopasowanie**Niedopasowanie*



*Dopasowanie*

*Niedopasowanie*

## DLACZEGO WARTO MIEĆ PEŁNĄ WERSJĘ?



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

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.

Dzięki tej książce odkryjesz, 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:

- 👉 Jak sprawić, by ludzie naprawdę koncentrowali się na tym, co mówisz.
- 👉 Jak sprawić, by dana osoba odczuła dowolną, wybraną przez Ciebie, emocję.
- 👉 Jak używać historii w celu wywołania u słuchacza silnych emocji, a jednocześnie sprawić, by nie odczuwał z tego powodu żadnych negatywnych doznań.
- 👉 Jak nadać swoim słowom siłę oddziaływania.
- 👉 Jak sprawić, by dana osoba czuła się z Tobą swobodnie.

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli:

<http://wywieranie-wplywu-na-ludzi.zlotemysl.pl>



## Seksualny klucz do kobiecych emocji

### J. D. Fuentes

Jak wzbudzić w kobiecie pożądanie, wykorzystując strukturę kobiecej psychiki?

Jeśli pragniesz nauczyć się praktycznych, szybkich i skutecznych technik wywołujących w kobietach fizyczne i emocjonalne podniecenie - ta książka jest dla Ciebie.

Aby wykorzystywać to, czego Cię ta książka nauczy, nie potrzebujesz urody, młodości ani pieniędzy. Nie potrzebujesz limuzyny, prywatnego odrzutowca, ciała wyczynowego pływaka ani twarzy gwiazdy filmowej. Wszystko, czego potrzebujesz, to głośne wypowiedanie odpowiednich słów.

Publikacja ta nauczy Cię następujących rzeczy:

- ☞ Jak zwrócić na siebie uwagę kobiety.
- ☞ Jak ją zaangażować uczuciowo i jak dalej rozbudzać jej emocje.
- ☞ Jak, nawet jej nie dotykając, szybko wzbudzić w niej pożądanie.
- ☞ Jak sprawić, by naprawdę odczuwała to, o czym czyta w romanсах.
- ☞ Jak mówić do niej, aby wyzwolić jej skryte emocjonalne potrzeby.

Jak taka niewielka książeczka może Cię nauczyć tak wiele? Za pomocą wyizolowania kilku zasadniczych spraw, takich jak:

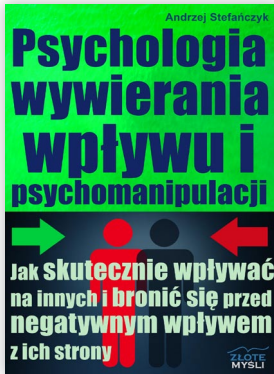
- ☞ Struktura kobiecego doświadczenia emocjonalnego.
- ☞ Struktura kobiecego języka.
- ☞ Związek kobiecego języka z uczuciami.

Jest to książka o tym, jak naprawdę przebiega w kobietach proces seksualnego pobudzenia oraz jak możesz te ich mechanizmy wykorzystać dla własnej rozkoszy.

Książkę zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli:

<http://seksualny-klucz.zlotemysli.pl>





## Psychologia wywierania wpływu i psychomanipulacji

Andrzej Stefańczyk

W jaki sposób skutecznie wpływać na innych i bronić się przed negatywnym wpływem z ich strony?

Zapewne zdajesz sobie sprawę z tego, że manipulacja jest obecna prawie wszędzie. Czy potrafisz jednak zachować się i reagować na nią odpowiednio? Wiesz, jak wykorzystać perswazję i wywieranie wpływu tak,

aby pracowały dla Ciebie, a nie przeciwko Tobie?

Co jest najlepszą obroną? Niektórzy twierdzą, że atak! I coś w tym jest, Twoim „atakem” może być wiedza zawarta w tej książce. Sama świadomość jest potężną tarczą, która będzie chronić Ciebie i Twoje cele.

Zobacz, czego nauczysz się dzięki tej publikacji:

- 👉 Będziesz śmiać się z nieudolnej manipulacji innych ludzi mając świadomość wiedzy i praktycznych porad zawartych w tej książce.
- 👉 Zrozumiesz, w jaki sposób można nakłonić innych do podjęcia lub zmiany jakiejś decyzji.
- 👉 Zrozumiesz, w jaki sposób można wpływać na emocje innych ludzi skłaniając ich do określonego zachowania.
- 👉 Zrozumiesz istotę komunikacji międzyludzkiej i wpływ poszczególnych jej składników na proces wywierania wpływu na innych ludzi.
- 👉 Będziesz wiedział, w jaki sposób skutecznie obronić się przed manipulacją, tak, aby czuć się bezpiecznie.

Książkę zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli:

<http://psychologia-manipulacja.zlotemysli.pl>



## Magia perswazji

### Aleksander Buczny

Jak być magikiem perswazji i opanować do perfekcji skuteczne wywieranie wpływu na ludzi?

Aby stać się magikiem perswazji, musisz nauczyć się działać tak, jak działa magik. Musisz nauczyć się wykorzystywać ludzkie myślenie, instynkty, które pozwolą Ci świadomie kierować zachowaniem innych osób, jednocześnie nie wzbudzając w nich żadnych podejrzeń.

Tego właśnie możesz się dowiedzieć i nauczyć:

- ☞ Jak skutecznie destabilizować przekonania innych osób, czyli co zrobić, aby przekonać innych do swoich racji.
- ☞ Jak wydawać innym osobom ukryte polecenia i sprawiać, że będą mieli je ochotę wykonywać zupełnie nieświadomie.
- ☞ Zaskakujące polecenie, które automatycznie wprowadzi większość Twoich rozmówców w stan silnej podatności na perswazję.
- ☞ Jak łatwo rozpałać silne pożądanie do kupienia Twoich towarów u trudnych klientów.
- ☞ Jak szybko i skutecznie poradzić sobie z osobami, które są nastawione na „nie” do Twoich propozycji.
- ☞ Skuteczny sposób na zainteresowanie klienta nawet takimi tematami, które wydają mu się wyjątkowo nudne.

Książkę zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli:

<http://perswazja.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 DOSKONAŁIĆ 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