Cere o marire de salariu si poate ti se va da: cum sa-ti convingi seful sa-ti creasca salariul

„Cere si ti se va da.” Asa spune un proverb romanesc. Multi angajati nu primesc mariri de salariu pentru ca nu indraznesc sa ceara ce isi doresc. Iar pentru a creste sansele de obtinere, iti prezentam mai jos recomandarile specialistilor romani si straini.

Momentul potrivit sa ceri o marire de salariu

Ca timp, este recomandat sa vorbesti cu seful tau cu cateva saptamani inainte de ianuarie, iunie si iulie, pentru ca acestea sunt lunile in care, la nivel general, sunt acordate cele mai multe mariri de salariu, sustin specialistii din strainatate.

Apoi, trebuie sa tii cont de climatul din companie, de cat de bine o duce si de cat timp a trecut de la ultima marire de salariu pe care ai primit-o. Sa consideram, totusi, ca lucrurile merg minunat in companie si ca are o evolutie la care ai contribuit si tu. Altfel, nu ai avea de ce sa ceri, nu?

Bine, dar cum ii spui sefului ca

vrei o marire?

Pregateste bine terenul inainte sa mergi la seful tau si sa-l intrebi cand o sa primesti mai multi bani, te sfatuiesc recrutorii romani. „Angajatul trebuie sa isi pregateasca o lista cu realizarile lui din ultimii 2-3 ani sau de cand a primit ultima crestere salariala. Lista trebuie sa contina detalii despre contributia lui directa la bunul mers al companiei sau/si cum si-a ajutat colegii, colaboratorii in munca lor. De asemenea, trebuie sa fie pregatit sa puncteze in discutia cu superiorul sau care ii sunt punctele tari, talentele si abilitatile care il recomanda drept un angajat valoros pentru companie. **La intalnirea cu superiorul, trebuie sa pastreze discutia pe un ton pozitiv. Sa inceapa spunand ca ii place mult ceea ce face, ca e multumit de companie, de colegi, de mediu„**, spune Elena Popa, senior HR consultant la compania de recrutare Adecco.

> ***„Sansele de reusita nu vor veni din mila."***

Cel mai potrivit moment pentru a deschide subiectul este intr-o situatie de evaluare, de feedback din partea superiorului direct. Asa ca pregateste-te cu cifre, realizari, imbunatatiri sau orice alta forma de cuantificare a implicarii tale. Cu un tonus pozitiv, increzator si orientat catre business-ul din care faci parte, dialogul va fi in mod cert constructiv, sustine Eugenia Dabu, manager de recrutare la compania Lugera.

Totodata, **este recomandat sa nu aduci in discutie situatia personala**, de exemplu probleme personale si/sau financiare. **„Sansele de reusita nu vor veni din mila si/sau empatie**, ci din rationamente pragmatice, si anume cat de importanta este acea persoana pentru companie si cat de mult i-ar costa plecarea lui. Daca acea persoana chiar are o contributie in companie (nu neaparat prin marirea directa a cifrei de afaceri, dar si prin suportul pe care il ofera celorlalti, etc), costurile cu inlocuirea ei sunt mult mai mari decat acea

crestere solicitata”, sustine Elena Popa, specialist recrutare la Adecco.

Un alt moment prielnic pentru a cere o marire de salariu este implicarea intr-un proiect mai complex sau cu impact mare in organizatie. In astfel de situatii, poti argumenta ca structura si continutul jobului devin mai complexe si mai solicitante din punctul de vedere al resurselor si eforturilor personale, recomanda Daniela Miritescu, director de recrutare la Apt Group.

Ce nu trebuie sa negociezi

„Ca abordare, angajatul (mai ales daca este nou in firma) trebuie sa fie atent la regulile, procedurile si cutumele organizatiei, privind planurile de cariera. In ceea ce priveste continutul concret al solicitarii, exista variante diverse: practic, se negociaza nu atat un salariu, cat un pachet salarial. Pe de o parte, se poate negocia o parte fixa a salariului, dar si una flexibila (de exemplu bonusurile in cazul joburilor de vanzari). Sau, pe langa salariul propriu-zis, cu valoare neta financiara, se pot negocia beneficiile, programele de formare, de dezvoltare personala (cursuri si workshop-uri), plata orelor suplimentare, flexibilitatea programului de lucru”, spune specialistul de la Apt Group.

Pe langa aceste sfaturi, trebuie sa tii cont si de salariile acordate in piata. Daca nu ai acces la studii, recrutorii romani te incurajeaza sa pornesti documentarea pe Internet, printre fosti colegi, prieteni, cunostinte pentru a cere o suma realista si cu mari sanse de obtinere.
In cele din urma, trebuie sa fii constient ca tu esti cel mai important in negocierea cresterii salariale. Asa ca insista foarte mult pe cat de valoros esti pentru companie prin reusitele pe care le-ai bifat deja si care ti-au adus laudele sefului.

Tu cum ti-ai convins seful sa-ti acorde un salariu mai mare?

Sursa: www.wall-street.ro

Cum scapi de teama de a vorbi în public

Inima iti bate puternic, cuvintele nu-ti ies pe gura, te iau transpiratiile si simti ca mainile si picioarele iti tremura ori de cate ori urci pe scena cu intentia de a tine un discurs. Teama de a vorbi in public poate fi depasita daca inveti sa-ti controlezi emotiile.

Toate aceste ,,simptome” ascund ceea ce psihologii numesc glosofobie. Mai simplu, teama de a vorbi in public sau tracul de scena. Sunt foarte multi cei care trec prin asemenea stari cand se trezesc in fata unei multimi. In Romania nu exista o statistica in acest sens, dar cele din strainatate arata ca in jur de 40% din oameni au un trac de scena, mai mult sai mai putin intens.

Pentru persoanele introvertite ori emotive, incapacitatea de a tine un discurs se poate dovedi un handicap, pentru ca abilitatile de comunicare sunt foarte apreciate astazi de angajatori. Ele faciliteaza crearea de relatii noi si contribuie astfel la dezvoltarea afacerii pe care o reprezinti.

Vorbitul in public este o metoda de a-ti imbunatati imaginea si poate fi un avantaj competitiv in fata celorlalti. Discursurile publice te vor ajuta sa fii perceput ca expert in domeniul in care profesezi. Iata motive suficiente pentru a invata sa-ti controlezi emotiile puternice. Sa-ti imaginezi

spectatorii dezbracati poate o metoda de a invinge frica de vorbit in public, dar nu este nici singura si nici cea mai eficienta cale de a scapa de tracul de scena.

Repetitia, ,,mama" fricii

Un discurs improvizat nu poate avea niciodata succes daca este tinut de o persoana cu trac de scena. ,,Sa investesti timp in repetitii este necesar. Exerseaza in fata unei oglinzi. Repeta mai ales primele replici ale discursului si incearca sa le memorezi chiar, pentru a nu-ti mai face probleme in legatura cu modul in care vei incepe discursul. Anxietatea de scena este vizibila mai ales la inceputul unui discurs", spune psihologul american Vivian Diller pentru publicatia ,,The Huffington Post". Daca vei incepe discursul ,,in forta", vei avea sanse mai mari sa-l continui in acest mod, mai spune specialistul.

Frica de frica intensifica frica

Multi oameni au tendinta de a-si accentua teama de vorbit in public gandindu-se foarte mult la momentul in care va urca pe scena. Psihologii numesc acest obicei anxietate anticipatorie. ,,Secretul este sa ramai calm si sa nu-ti fie teama ca iti va fi teama", crede psihologul Vivian Diller. Ar trebui sa ne distragem atentia de la ,,marele eveniment" in zilele si in orele premergatoare acestuia. Tehnicile de meditatie pot sa ajute in acest sens.

Familiarizeaza-te cu scena

O alta metoda de a controla teama de a vorbi in public este sa te familiarizezci cu scena pe care urmeaza sa urci. Poti merge cu cateva ore inainte sa vezi sala in care vei tine discursul si sa urci pe scena si sa-ti imaginezi ca te afli in fata unor spectatori pentru a ,,exersa" senzatiile de care te temi. Cand te vei afla a doua oara in aceasta ipostaza, de data aceasta cu spectatori reali, te vei simti mai confortabil.

Aplauzele, prilej de pregatire

Daca spectatorii aplauda urcarea ta pe scena, asteapta sa faca liniste inainte de a incepe discursul. Cele cateva zeci de secunde ar trebui folosite pentru a-ti aduna gandurile si pentru a te concentra asupra primelor fraze ale discursului – pe care le-ai memorat. ,,Foloseste acele momente pentru a respira, zambi, privi de jur imprejurul tau si pentru a da din cap in semn de multumire pentru aplauzele primite”, recomanda psihologul american.

Sparge gheata

Prezentarile care incep cu o gluma sunt preferatele publicului de orice vartsa si orice conditie sociala. Poti spune o anecdota sau o poveste personala – orice replica sau intamplare care sa descreteasca fruntile persoanelor pe acre le ai in fata. aceasta este si o metoda foarte buna de a-ti imprastia temerile si de a-si aduna ideile pe care urmeaza sa le prezinti.

Notitele sunt foarte utile

Oamenii sunt mai receptivi atunci cand le vorbesti decat atunci cand le citesti un discurs, asa incat ar trebui sa faci efortul de a-l retine. Totusi, pentru ca nu este deloc usor sa-ti amintesti toate ideile cand inima iti bate cu putere si picioarele iti tremura, poti nota ideile principale pe o hartie. Arunca din cand in cand cate o privire pe notite, pentru a te asigura ca nu ai omis anumite puncte ale discursului. La fel de util ar fi sa scrii pe aceeasi hartie numele tuturor persoanelor carora trebuie sa le adresezi multumiri la finalul discursului.

Sursa: adevarul.ro

5 Reasons You Should Network With People Who AREN’T In Your Industry

There are a ton of people out there who believe networking should remain strictly within their field or industry. Why would anyone else benefit them? What could they do to help those outside of their industry?

Unfortunately, this close-minded approach isn’t the smartest networking strategy. In fact, it’s extremely beneficial to network with professionals who aren’t in your specific industry. Why? Here are five great reasons:

1. They Can Be Good References

Although it’s important to have references who are in your specific field of interest, it’s not a bad idea to include professional references who aren’t in your industry. Although they might not be able to speak to your specific skill set, they can provide insight into your character, work ethic, and ability to build professional relationships.

Just make sure you give your contact a heads up before you list them as a reference! Not only is it inappropriate to just list someone without asking for their permission, but it’s also not a good strategy for you. If you don’t allow them to prepare for the call, they might say the wrong thing. Not good for anyone!

2. They Could Become A Customer

Branching out and networking with professionals from different industries can seem unproductive, however, it can really give your sales a boost. Let’s say you’re a website designer. If you’re only making an effort to network with other website designers, you’re probably not going to get many clients. However, if you’re actively seeking to network with people who you think could benefit from having a website (ahem, pretty much everyone), you could really increase your client base.

3. They Might Know Someone…

Let’s say you’re a writer who is looking for professional writing or blogging opportunities. Let’s also say you just met this delightful person at an event who works in marketing. Since content marketing is in such high-demand right now, it’s very possible that person knows someone in the publishing industry who is looking for professional writers. The truth is, you just never know who someone knows!

4. …Or YOU Might Know Someone

And the same goes for you – you might have someone in your network who could benefit from connecting with this marketing professional. Maybe they need some marketing work done for their brand – you could help both parties by simply providing an introduction. They will remember your generosity and repay you later.

5. They Can Provide A Different Perspective

It’s always good to have people in your pocket who are willing to give you feedback. It’s especially helpful to know people who have little to no ties to your industry, products, or services because they can give you honest feedback on things

like marketing strategies.

What did they think about a certain phrase you used to promote your brand? Did they feel like they understood exactly what you were selling and why they needed to purchase it? Having people who are outside your field of expertise can be extremely beneficial in terms of feedback.

Sursa: www.careerealism.com

Negocierea cu orgolioșii – invinge-l cu armele lui

Orgoliile lezate sunt mai primejdioase decât interesele lezate! L.J.M.C. de Bonald

Aşa-i orgoliul omului: ceea ce el nu pricepe, decretează că este greşeală sau nebunie. (H. de Balzac)

Negocierea cu orgolioşii este extrem de periculoasă. In primul rând pentru că nu negociezi preţul, nu negociezi serviciile ci negociezi cu orgoliul interlocutorului. Am întâlnit foarte mulţi orgolioşi, iar experienţa mi-a arătat un lucru ferm, anume că nu trebui să te pui la mintea lui pentru că în acel moment ai pierdut negocierea. Nu înţelege ca el ar câştiga, avem de-a face cu o negociere în care nu câştigă nici una dintre părţi.

În rândurile de mai jos o să dau câteva exemple despre cum ar trebui să-i replici, sau să-i răspunzi la o întrebare unui orgolios. Simţul tău de Negociator trebui să te ajute să identifici dacă ai de-a face cu un orgolios. Ca tehnică de

răspuns, trebui să-l baţi cu propriile arme, trebui să-l prinzi în propria plasă. O să fi surprins plăcut când o să constaţi că vei învăţa o tehnică mult mai eficientă decât *Gâdilarea orgoliului*. Această gâdilarea a orgoliului, o consider net inferioară tehnicii care v-o prezint mai jos.

Citiţi cu atenţie exemplele de mai jos:

Orgoliosul: Cred că preţul este prea mare!

Negociatorul: îmi dau seama că sunteţi un om tare chibzuit, care ştie să aprecieze valoarea investiţiei! Cred ca deja v-aţi dat seama cât de util vă va fi acest produs.

Orgoliosul: Nu-mi place oferta ta!

Negociatorul: Înţeleg că aveţi gusturi rafinate, tocmai de aceea mă aştept să vedeţi rapid avantajele acestei oferte.

Orgoliosul: Trebuie să vorbesc cu şeful meu!

Negociatorul: Bănuiesc însă că sunteţi o persoană importantă şi şeful dumneavoastră vă ascultă părerea, puteţi oare să-l convingeţi?

Orgoliosul: Trebuie să mă mai gândesc!

Negociatorul: Eram sigur că sunteţi genul de om calculat! Ce aţi mai dori să aflaţi despre acest produs?

Orgoliosul: Nu vreau pur şi simplu!

Negociatorul: Este şi acesta un motiv destul de serios! Simt că am de-a face cu un om hotărât care vrea să se convingă că ia cea mai bună decizie. Haideţi să discutăm puţin de beneficii!

Orgoliosul: Sunt convins că am dreptate!

Negociatorul: Şi eu sunt convins că aveţi dreptate! Fiind un manager veritabil, nu mă aştept să vă conving, cu siguranţă

sunteţi genul de om care se convinge singur!

Orgoliosul: Vreau să mi se facă livrarea în trei zile, altfel nu mai comand nimic; (el are nevoie real în 7 zile şi tu îi poţi face livrarea în cinci zile)

Negociatorul: Sunteţi un client special, o să vi se facă livrarea cu trei zile mai devreme decât o facem în mod regulat şi acest lucru îl facem special pentru dumneavoastră!

Orgoliosul: Produsul acesta are valabilitate doar 6 luni!

Negociatorul: Sunteţi mai informat decât mă aşteptam. Probabil ştiţi că toate produsele de pe piaţă se încadrează în acest termen de 6 luni! Sunt convins că ştiţi şi cât de bun este acest produs, altfel n-aţi sta de vorbă cu mine.

Orgoliosul: Vreau să-mi mai lăsaţi din preţ!

Negociatorul: Dacă reuşesc să fac acest lucru special pentru dumneavoastră, înţeleg că batem palma!

Orgoliosul: Eu cunosc piaţa şi ştiu cum stau lucrurile!

Negociatorul: Nici nu mă gândeam altfel! De-asta sunt aici!

Orgoliosul: Acest parteneriat mi se pare imposibil de pus în practică!

Negociatorul: Nu şi cu un om ca dumneavoastră!

Exemplele pot continua, sper ca aţi prins mecanismul! Exemplele sunt extrase din context şi probabil nu întotdeauna ceea ce am prezentat mai sus va fi replica perfectă! Trebuie să te adaptezi persoanei şi situaţiei. Ideea este simplă. Ori de câte ori cere ceva trebuie să-i identifici orgoliul lui şi pune-l să lucreze în favoarea ta! Cu alte cuvinte trebuie în loc de a te pune la contrazis cu el şi a-i aduce atingere orgoliului, să îl întrebi, în cuvinte frumoase:*Oare orgoliul tău poate să facă ceva*? Sau *Orgoliul tău cu siguranţă pricepe…*

pricepe şi avantajele!

Este o linie foarte fină. Atenţie, în replicile de mai sus nu-i gâdilăm deloc orgoliul, mergem cu o treaptă mai sus şi încercăm să-i punem orgoliul la treabă. A rămâne în stadiul de gâdilat orgoliul, nu recomand, pentru că va încerca să te umilească apoi, crezând-se mult prea frumos şi deştept.

Atenţie de asemenea că nu trebuie gâdilat în orgoliu din senin şi să-i facem complimente după complimente; trebuie să facem observaţii constructive, care să-l provoace, să-l pună în mişcare şi să aibă legătură tocmai cu spusele lui, să fie un fel de continuare, pe care să n-o poată nega…. pentru că şi-ar nega orgoliul! Acum că ai înţeles tehnica, ăţi recomand să mai arunci încă o privire pe răspunsurile de mai sus şi să le analizazi ci atenţie. Poţi încerca de asemenea să găseşti răspunsuri şi mai ingenioase decât cele date de mine.

Negocierea cu un orgolios este dificilă pe de o parte, dar uşoară dacă şti să o foloseşti, pentru că-ţi serveşte „materialul didactic”, ţie rămânându-ţi doar să-i continui fraza! De remarcat că această tehnică poate fi valabilă şi când nu avem de-a face cu un orgolios; această tehnică, a apelului la competenţele şi abilităţile lui poate să dea roade deosebite în multe situaţii. Este o tehnică care dezarmează interlocutorului şi te înarmează pe tine cu armele lui!

Atenţie, trebuie exerciţiu!

Sursa: www.traininguri.ro

Mai citeste si : 35 tehnici de negociere

21 Creative DIY Wall Art Ideas To Decorate Your Space

When you’re thinking of brightening up a boring, plain wall, a fresh coat of paint or a framed picture isn’t the only way you can go about it. Why not get really creative and add some 3D wall art to your living spaces? It’s a fun way of decorating, and best of all, you can do it yourself and make something to be proud of. Check out these 21 DIY ways to make your walls 3D.

etsy

You can make almost any hanging shape you like out of cardboard cutouts, like this heart for instance.

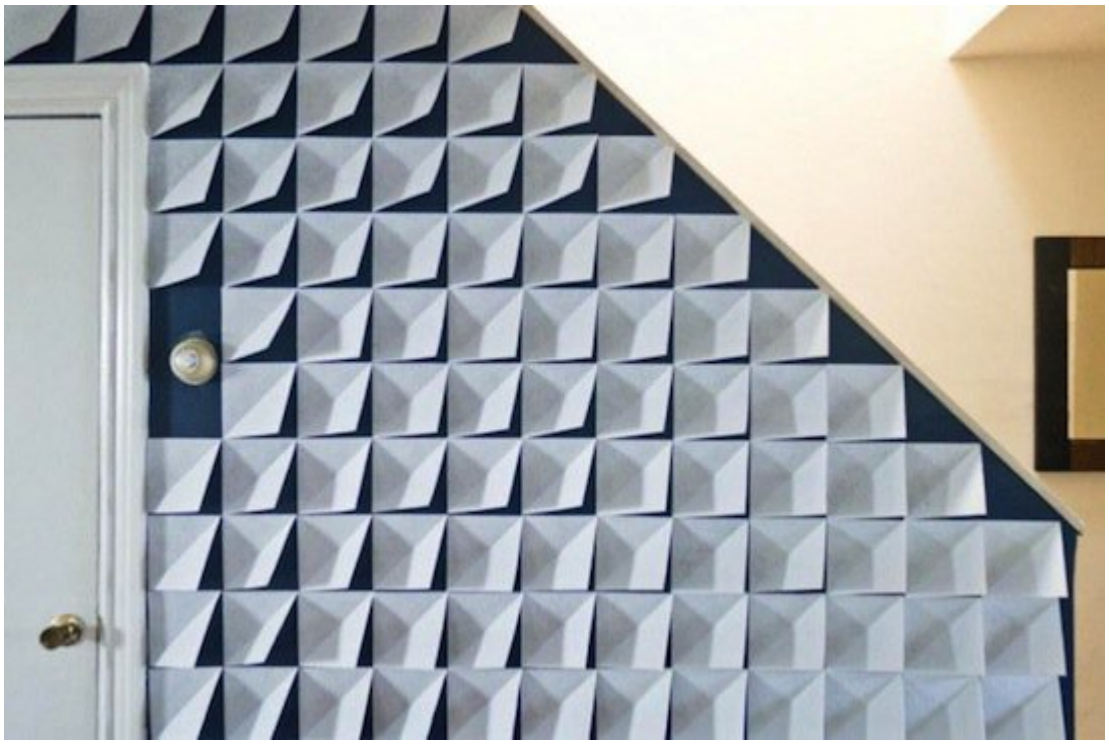
Envelopes can add a layer of interest to a wall.

Butterflies are a really popular form of wall art, not to mention cute and pretty.

As are flowers, which you can make from a variety of materials in all different shapes and sizes.

A little of the outdoors can be brought indoors for a unique effect.

5/18/12
John O.



crazinessensues.wordpressGet creative using pebbles.

Look how eye-catching this vase of flowers inside a frame in.

Sursa: www.architecturendesign.net

35 tehnici de negociere

Tehnicile de negociere prezentate mai jos sunt doar o trecere sumara in revista a tehnicilor ce pot fi folosite intr-o negociere. Sunt repere. Unele tehnici de negociere pot fi considerate bune, altele mai putin bune, unele dintre ele pot fi considerate etice altele, mai putin.
Aceste tehnici sunt utile pentru a avea o viziune in ansamblu, fiecare tehnica necesitand o abordare specifica, detaliata si exemplificata pentru a o putea aplica eficient.

35 tehnici de negociere

1. Tactica uliul si porumbelul sau baiat bun-baiat rau
Mecanismul tacticii este simplu: intr-o echipa formata din doi negociatori, unul din ei va conduce etapele introductive ale negocierii si apoi va lasa conducerea celuilalt coleg pentru fazele finale. Practic in timp ce unul joaca rolul dur al inflexibilului si dezvolta starea de conflict, celalalt joaca un rol conciliant si dezvolta starea de cooperare.
Avantajul este ca se pot avansa cereri inalte la inceputul negocierii, ferm si fara rezerve.
Putem proceda astfel deoarece in momentul negocierii cel care a cerut mai mult nu va fi obligat sa cedeze: initial s-a stabilit o pozitie puternica pe care primul (uliul sau baiatul rau) va trebui sa o apere!

2. Tactica eludarii

O astfel de tactica este intalnita frecvent in cazul organizatiilor internationale superdimensionate.
Negociatorul, in dorinta de a exercita o presiune asupra

partenerului cauta sa discute cu superiorii sau chiar cu colegii acestuia din urma; in acest fel el urmareste sa-i submineze acestuia pozitia, sa-l izoleze.
Masura de aparare pe care specialistii o considera cea mai adecvata este aceea de a pune in garda persoanele vizate de negociatorul care apeleaza la o astfel de tactica, asupra posibilitatii de a fi contactate, precum si asupra intentiilor fundamentale ale persoanei in cauza.

3. Tactica: Este important pentru mine!

Aceasta tactica reflecta modul in care trebuie actionat in privinta problemelor care nu sunt esentiale pentru noi in scopul de a da satisfactie partenerilor. Partenerul vostru va reactiona pozitiv atunci cand va veti arata sincer interesati de problemele cu care acesta se confrunta!

4. Tactica gambitului

Se mai numeste si sacrificarea pionului. Este o tehnica folosita de negociatorul experimentat in scopul contrabalansarii. El lanseaza, pe langa cererea reala, inca o cerere, care nu este neaparat exagerata si de care nu are nevoie in mod special. Negociatorul Experimentat stie ca partenerul de negociere nu poate sau nu vrea sa indeplineasca cea de-a a doua cerere, astfel ca, in schimbul renuntarii la ea, partenerul va fi obligat la o serie de concesii suplimentare 2.

5. Tactica lipsa de imputernicire

Aceasta tactica se poate practica atunci cand negociatorul isi da seama ca este fortat sa cedeze mai mult decat ar dori. Se poate argumenta ca nu are imputernicirea de a semna un acord in termenii care au fost discutati. Aceasta tactica poate deranja partenerul, singura scapare fiind aceea ca in discutie au aparut elemente noi care trebuie discutate si la alt nivel!

6. Tactica dominarii discutiilor

In general, in orice negociere o atentie deosebita trebuie acordata tacticilor utilizate de partener.

Sunt des intalnite situatiile cand acesta preia initiativa in procesul de negociere si lanseaza cereri mult mai mari decat cele care ii sunt efectiv necesare.
Astfel acesta va continua sa domine initiativa discutiilor tinandu-si partenerii sub presiunea cererilor sale, cautand totodata sa le dezechilibreze pozitia. In acelasi timp va incerca sa delimiteze la maximum posibilitatea de actiune a acestuia prin mentinerea exclusiva in discutie a subiectului lansat. In acest fel partenerul va fi determinat sa faca concesii, una dupa alta, pana la epuizarea acestora.

7. Tactica efectuarii sau evitarii efectuarii primei oferte

In general nu este recomandabil sa se faca prima oferta in negociere. Daca totusi acest lucru se impune, atunci trebuie evitate doua extreme:
– sa nu se faca o oferta foarte sus, ceea ce ar determina cealalta parte sa o interpreteze ca pe un bluff;
– invers, sa nu se faca o oferta prea jos intrucat ar putea fi interpretata ca o slabiciune si necunoasterea realitatilor.

8. Tactica folosirii timpului

Este o tactica care poate fi folosita oricand, mizand pe presiunea timpului. Timpul are un rol cheie in negocieri. Puteti sa-l faceti sa lucreze in favoarea voastra, insa daca nu sunteti suficient de atenti se poate transforma intr-un dezavantaj. Cererea este lansata in ultimul moment lasand partenerui de negociere un timp foarte scurt de decizie. Cel mai probabil vei primi raspunsul dorit!

9. Tactica tergiversarii

Utilizand o astfel de tactica negociatorul cauta sa evite luarea unei decizii motivand lipsa de documente, starea sanatatii, concedii, deplasari, urgente etc. Intr-o asemenea situatie se va incerca sa se convinga partenerul sa continue tratativele. Se va arata regretul de a nu finaliza operatiunea si nevoia de a o finaliza cu o alta firma concurenta.

10. Tactica paraverbalului

Principiul este simplu, trebuie sa vorbim in acelasi mod cu partenerul de negociere pentru ca numai astfel el ne poate intelege mai bine si vom putea intra pe aceeasi lungime de unda. Poate este un lucru ciudat, insa avem mai multa incredere in oamenii care ne seamana, chiar daca nu suntem constienti de acest lucru. Cateva exemple ar fi urmatoarele: daca interlocutorul vorbeste repede, vorbeste si tu repede; daca interlocutorul vorbeste mai rar, vorbeste si tu mai rar; daca interlocutorul vorbeste pe un ton mai ridicat, vorbeste si tu pe un tot mai ridicat; daca el accentueaza verbele, accentueaza-le si tu; daca vorbeste folosind o anumita linie melodica foloseste-o si tu etc.

11. Tactica apelului la simturi

Se utilizeaza atunci cand ratiunea nu consimte la un anumit lucru. Se face apel la colaborarea anterioara, mandria personala sau nationala, la amintirea unor momente placute petrecute impreuna in cadrul actiunilor de protocol (mese, spectacole, etc.,).

Pentru a contraataca o asfel de tactica se va cauta a se aminti partenerului ocazii similare desfasurate pe baza de reciprocitate si la care a fost invitat si se va cauta revenirea la discutia de baza.

12. Tactica stimularii si urmaririi

Este o tehnica prin care partenerului de negociere i se pun o serie de intrebari (despre situatii care s-au intamplat deja si care urmeaza sa se intample). Este stimulata memoria si imaginatia. Aceste intrebari fac, bineinteles, parte din discutia obisnuita (ex: Cum v-ati petrecut concediul? memorie sau Daca ai putea sa iti construiesti o casa cum ar arata? (imaginatie). In tot acest timp se urmaresc ochii persoanei care raspunde, iar limbajul ochilor se va asocia apoi cu ceea ce spune persoana in cauza. In general, coltul din stanga sus corespunde adevarului iar coltul din dreapta sus, falsului sau improvizatiei.

Aceasta situatie poate fi diferita la unele persoane, tocmai

de aceea, inainte de a trage concluzii se face calibrarea, adica, se pun cateva intrebari de proba pentru a verifica pozitia ochilor.

13. Tactica – asta-i tot ce am

Aceasta tactica se va avea intotdeauna in vedere cand se cumpara un produs sau un serviciu relativ complex.
Atunci cand un cumparator spune: imi place produsul dumneavoastra, dar nu am atatia bani;vanzatorul poate raspunde pozitiv, prietenos, devine implicat in problema cumparatorului. Cum sa fii ostil fata de cineva caruia ii place produsul tau?

14. Tactica lui Colombo

Tactica lui Colombo este atunci cand facem pe nestiutorii. In aparenta este o tehnica periculoasa, in practica insa, suporta un grad mic de risc si da roade excelente.
In practica, tehnica este simpla. Nu aratati ca stiti totul. Puteti juca rolul copilului curios care vrea sa afle cat mai multe, iar cea mai potrivita persoana sa va spuna aceste lucruri este chiar cel din fata dumneavoastra. Orgoliul lui nu va rezista. Cu mici exceptii va vedea in voi un partener inofensiv. Negocierea devine relaxata, aproape ca celalalt va face o datorie din a va spune mai multe lucruri decat v-ati asteptat.

15. Tactica escaladarii

Escaladarea este una din cele mai eficiente tactici. Ea trebuie cunoscuta de orice negociator, atat vanzator cat si cumparator, pentru ca acesta sa poata evita eventualele dezavantaje in derularea tranzactiei efectuate.
In conditiile in care o asemenea tactica este etica – si este atat rezonabila cat si corecta – ea satisface ambii parteneri. Exista si cazuri cand aceasta se practica intr-o foma neloiala.
Spre exemplu, in cazul in care desi cele doua parti (vanzator si cumparator) au stabilit un anumit pret, ulterior, vanzatorul ridica pretul, punandu-l pe cumparator intr-o

situatie neplacuta. Desi suparat, acesta este nevoit sa inceapa o noua negociere, ajungandu-se la un compromis; de fapt este vorba de un pret mai mare decat cel stabilit initial.

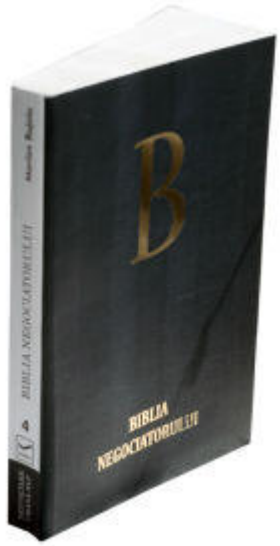
16. Tactica politetii exagerate

Este folosita pornind de la premisa ca unui partener politicos, amabil, nu i se poate refuza nicio dorinta. Uneori o astfel de tactica poate masca desconsiderarea sau dispretul. Prin politete exagerata se evidentiaza merite reale sau imaginare. Uneori cu cat complimentele sunt mai placute cu atat solicitarile si rezultatele vor fi mai substantiale.
Intr-o asemenea situatie se va cauta sa se adopte o pozitie similara, manifestandu-se o politete exagerata pentru a-l determina pe partener sa renunte.

17. Tactica intrebarilor introductive

Negociatorul va intra in incaperea destinata negocierii, va strange mana oponentilor urandu-le “Buna-dimineata!” si apoi va trece imediat la abordarea problemelor.
Se va interesa de situatia afacerilor partenerului, de productia si serviciile de care este interesat, sau chiar de situatia afacerilor personale. El va cauta sa obtina avantaje suplimentare prin culegerea de informatii despre parteneri si le va construi acestora o imagine in care sa poata gasi punctele mai slabe, vulnerabile.

18. Tactica – primeste – da



Intotdeauna un negociator este interesat sa primeasca mai intai si apoi sa dea ceva. Va face o concesie mica dupa ce oponentii au facut o concesie mica. Va face o concesie mare dupa ce va primi una mare si va cauta sa obtina informatii inainte sa le dea. Va cauta sa primeasca oferta celorlalti inainte de a o face pe a sa.
O astfel de tactica, utilizata de

negociatori experimentati, poate avea avantaje comerciale pozitive pe termen scurt si va putea castiga teren in timpul negocierii. Pe termen lung insa, dezavantajul consta in aceea ca se introduce riscul intarzierilor si al atingerii unor puncte moarte, in care niciuna din parti nu doreste sa dea ceva inainte de a primi.

19. Tactica rosu si negru

In esenta, aceasta tehnica de negociere este foarte simpla, insa foarte eficienta. Este mai mult un tips and tricks aplicat de obicei de catre agentii de vanzari pentru finalizarea vanzarii. Aceasta tehnica mai este cunoscuta in limbajul NLP ca “falsa alegere”. Intrebarile sunt construite altfel, sugereand o alternativa. Practic, in loc sa intrebati pe cineva daca-i place rosu, daca merge in parc etc, reformulati: “Cum ai prefera sa fie, rosu sau negru?”; “Ai prefera sa mergem in parc astazi sau maine?” sau “Ati prefera sa platiti in avans 20% sau 50 %?”.

Practic, inainte ca interlocutorul sa se decida, ii sugerati sa aleaga intre doua variante. In acel moment, inconstient, partenerul va fi fortat sa gandeasca in alti termeni. El atunci se va gandi: Este mai bine rosu sau negru? Este mai bine acum sau maine?

20. Tactica – tinuta gen pocker

Negociatorul va avea o tinuta impietrita, de nepatruns, nu va arata nimic prin expresie, ton, tinuta sau gesturi, aceasta tactica facad o parte importanta a arsenalului propriu. Aceasta tehnica, destul de intalnita si practicata este folosita de regula din doua motive: fie pentru a arata dezinteresul pentru ceea ce are de oferit partenerul, fie de a forta partenerul sa cedeze mai mult decat in mod normal.

21. Tactica schimbarii negociatorului

Deseori, pe parcursul unei negocieri si mai ales atunci cand te astepti mai putin, partea adversa schimba negociatorul.

Este una din tacticile dure, utilizate de negociatorii razboinici si careia cu greu i se poate face fata. Aceasta

deoarece odata ce te-ai obisnuit cu cineva, chiar daca iti este oponent intr-o negociere, este destul de neplacut sa iei totul de la capat; de obicei se prefera stabilitatea, chiar si a celor ce ti se opun.
Fara indoiala ca negociatorul isi va pune o serie de intrebari: Ne place sau nu noul partener?, Este mai bun, mai rau, mai pregatit sau mai putin pregatit fata de cel care a fost inlocuit?; De fapt de ce s-a facut schimbarea? Ce semnificatie are aceasta?.

22. Tactica lansarii unor cereri exagerate

Prin aceasta partenerul isi asigura posibilitatea de a face ulterior o serie de concesii care sa nu afecteze fondul pozitiei sale. In lipsa unei documentari adecvate, diferenta dintre limita partenerului si nivelul gandit de noi ne poate inhiba, determinandu-ne in final sa acceptam de exemplu un pret mult superior celui normal.

23. Tactica de obosire a partenerului

Intrucat negociatorul nu se poate relaxa nici dupa terminarea argumentatiei, fiind obligat sa-si pregateasca mutarile urmatoare in functie de argumentele noi aduse de partener, negocierea constituie un proces obositor.

24. Tactica ezitarii

Aceasta tactica presupune, asa cum ii spune si numele, o ezitare din partea celui care vinde. Folosirea acestei tactici are o serie de avantaje care va pot clasa pe pozitia de leader al negocierii. In primul rand, negocierea incepe cu o oferta facuta de partener. O prezentare corecta a produsului il va face pe partener sa si-l doreasca mai mult in timp ce produsul este mai bine pus in valoare de ezitarea dumneavoastra de a-l vinde.

25. Tactica asocierii pozitive

Majoritatea evenimentelor din viata noastra sunt asociate unor sentimente pozitive, negative sau neutre. Vom tine minte mai ales sentimentele pozitive si negative, iar ori de cate ori

vom avea de-a face cu un eveniment sau o actiune similara, apare automat si sentimentul. Creierul, odata ce a asociat un eveniment cu o anumita stare, ori de cate ori se va intalni cu evenimentul respectiv nu va putea sa-l disocieze, decat in foarte mica masura.
In zona negocierii va puteti servi de aceasta forta puternica a asocierii, ea transformandu-va partenerii de negociere in relatii pe termen lung sau in cazul nefericit chiar in dusmani.
Sunt cateva detalii de care este bine sa tineti cont atunci cand pregatiti o negociere (atmosfera, aranjamentul salii, aspectul personal, atitudinea, insotitorii etc). Luati-le in considerare si sentimentele pozitive generate vor fi mereu asociate cu parteneriatul dumneavoastra.

26. Tactica presupozitiei

Aceastaa tactica pleaca de la premisa ca se poate si presupune ca totul este posibil. O intrebare buna pusa intr-o negociere care iti asigura de obicei rezultatul dorit este aceasta: cat de usor ar fi sa?; Tehnica foloseste puterea presupozitiei si pleaca de la premiza ca un lucru este mai mult sau mai putin usor, scotand complet din calcul varianta “imposibil”.

27. Tactica tacerii

Tacerea este marcata semiotic in functie de temperament, apartenenta etnica, etc. Negociatorii sunt mai mult sau mai putin inclinati sa pastreze tacerea. In general tacerea e resimtita ca o situatie jenanta, care ii impinge pe oameni sa vorbeasca cu orice pret, uneori chiar mai mult decat trebuie. In orice discutie trebuie avut in vedere un echilibru intre lungimea replicilor fiecarui partener. Rabdarea de a astepta reactiile partenerului la afirmatiile, propunerile, ofertele proprii, inhibarea dorintei de a vorbi este esentiala pentru reusita negocierii. Regula de aur a negocierii este sa nu iei niciodata cuvantul atunci cand poti foarte bine sa pastrezi tacerea.

28. Tactica ofertelor false

Una dintre numeroasele tactici imorale folosite de negociatori, tactica ofertelor false, angreneaza defavorabil in jocul sau atat vanzatorii cat si cumparatorii. Astfel, un cumparator intra in negociere cu o oferta suficient de mare ca valoare, pentru a inlatura de la inceput concurenta. Odata ce acest lucru s-a obtinut, prezumptivul cumparator isi retrage oferta initiala si astfel negocierea initiala isi pierde valabilitatea.
De regula oferta falsa este facuta pentru a inlatura competitia, astfel incat negociatorului sa-i ramana terenul deschis. De cele mai multe ori o asemenea tactica da roade, se materializeaza, deoarece partenerul este luat prin surprindere.

29. Tactica de negociere cu oamenii orgoliosi

Negocierea cu o persoana orgolioasa este extrem de dificila. In primul rand pentru ca nu negociati un pret, nu negociati servicii, negociati cu orgoliul interlocutorului. Ca tehnica de raspundere, trebuie sa-l bateti cu propriile arme, trebuie sa-l prindeti in propria plasa. Ori de cate ori cere ceva trebuie sa-i identificati orgoliul lui si puneti-l sa lucreze in favoarea dumneavoastra! Cu alte cuvinte trebuie in loc sa va contraziceti cu el si sa-i aduceti atingere orgoliului, sa il intrebati, in cuvinte frumoase: Oare orgoliul tau poate sa faca ceva? Sau Orgoliul tau cu siguranta pricepe… pricepe si avantajele!

30. Tactica incastrarii (folosirii vocii)

Se mai numeste si tehnica celor doua voci, vocea constinetului si vocea inconstientului. Milton Erickson, fondatorul hipnozei Ericksoniene, care ii si poarta numele dupa cum observati, obisnuia sa se adreseze pacientilor folosind cu maiestrie aceste doua voci.
Vocea cu care ne adresam constientului este clara, este cea pe care o folosim in toate interactiunile cu oamenii; este vocea noastra obisnuita. In schimb, pentru a avea acces la inconstientul unei persoane trebuie facuta o schimbare de ritm

in vorbire, constand de cele mai multe ori in coborarea tonalitatii vocii si a intensitatii ei.

31. Tactica folosirii impasului

Poate fi folosita ca mijloc temporar de testare a pozitiei celeilalte parti si de a rezolva problema in discutie. Ea se foloseste numai atunci cand exista pretentia ca cealalta parte nu va reactiona puternic astfel incat sa solicite fie terminarea negocierii, fie concesii suplimentare dupa reluarea acesteia.

32. Tactica mutarii in timp si spatiu

Aceasta tehnica consta in spargerea convingerilor partenerului prin reevaluarea implicatiilor credintei, plasand-o intr-un alt context/spatiu sau prin mutarea ei in timp. Tehnica face parte strategia de convingere care se numeste “Sleight of mouth”. Exemplu: Partenerul: Nu fac afaceri cu tine pentru ca te imbraci sport. Raspuns persuasiv: Marile afaceri se incheie pe terenul de golf. Nota: Actualul cadru spatial este inlocuit cu un teren de golf.

33. Tactica – nu vand oricui

Prin aceasta tactica dumneavoastra va stabiliti foarte clar pozitia: nu vindeti nimic, voi il ajutati pe partener sa se dezvolte, nu duceti lipsa de clienti. Este foarte important in aceasta tactica sa il faceti pe partener sa inteleaga ca va alegeti cu grija clientii. Incearcati sa-i starniti dorinta de a lucra cu dumneavoastra si usor, lasati-l pe el sa va convinga sa-i vindeti!

34. Tactica identificarii decidentului

Daca tineti cont de aceasta tehnica veti putea declansa usor decizia de cumparare. Identificarea decindentului presupune sa tineti cont de ceea ce se numeste unitatea de luare a deciziilor. Aceasta unitate are in general urmatoarea schema: cerberii (secretarele, portarii, femeile de serviciu, asistentii manageri, etc; sunt acele persoane care stau in calea ajungerii la decident), decidentul (persoana care ia

decizia), utilizatorul (cel care lucreaza cu produsele tale, sau ale concurentei), beneficiarul, achizitiile (de multe ori deciziile se iau de aici), influentatorii (va pot ajuta, va pot incurca, sau pot influenta decidentul).
Legati o relatie cu toti membrii ULD. Nu genereaza un rezultat 100% dar va poate duce cel mai aproape de 100%.

35. Tactica – Ai putea mai mult decat atat

Aceasta tactica deruteaza vanzatorul, avantajand de regula, cumparatorul. Inteleasa insa bine, vanzatorul poate sa o faca sa lucreze in favoarea sa.
Sa ne imaginam un vanzator in situatia de a vinde o cantitate de, sa zicem, cafea naturala pentru care solicita un pret de 5 lei/kg. Un alt vanzator cere 4,8 lei/kg, in timp ce un al treilea 5,2 lei/kg. Acum cumparatorul va folosi tactica "ai putea mai mult decat atat". El le va spune celor trei ofertanti: "Trebuie sa puteti mai mult decat atat!".
Vor face vanzatorii acest lucru? Este de presupus ca da.

Ce tehnica trebuie sa folosim?

Tehnicile de mai sus isi regasesc eficacitatea in folosirea lor. Ele trebuie adaptate la context, la mediul in care se poarta negocierea. Astfel, trebuie sa adaptezi tactica la potentialul tau de a o folosi. Nu toate tehnicile de mai sus pot fi fosite de catre oricine si in orice moment. In functie de personalitatea ta, unele dintre aceste tehnici le vei putea folosi mai usor, cu rezultate mai bune. Prin urmare trebuie sa folosim acele tehnici care conduc catre maximizarea rezultatelor. Nu trebuie sa uitam insa de un principiu al negocierii moderne si anume WIN – WIN (intr-o negociere trebuie sa castige ambele parti). Totodata este foarte important ca aceste tehnici tactici sa fie adaptate la personalitatea interlocutorului nostru.

Cunoasterea tehnicilor de mai sus mai are un avantaj mare: faptul ca vei putea identifica foarte usor ce tehnica foloseste partenerul de negociere. Cunoscand mai bine tactica folosita de acesta veti putea contracara mai usor.

Sursa: http://www.marian-rujoiu.ro

Cum sa fotografiezi o eclipsa de soare

foto: Alex Conu

Prima eclipsă de Soare a anului 2015 are loc **vineri, 20 martie 2015.** Din păcate pentru noi, zona de totalitate eclipsei se află în nordul Oceanului Atlantic și Înghețat, totuși va fi vizibilă parțial și din Romania. **Gradul de acoperire al Soarelui va fi de peste 50%** (în functie de localitatea în care locuiești). Urmatoarea eclipsa parțiala de Soare va mai putea fi observată din Romania doar în 2020 și va avea un grad de acoperire redus, de aproximativ 10%.

Eclipsa va debuta în vestul României la ora 10:40, penumbra Lunii deplasându-se de la vest la est – nord-est. La ora 10:56 eclipsa va fi în desfășurare în întreaga țară. **Maximul eclipsei se va produce în jurul orei 11:55**, valoarea exactă depinzând de locația observatorului.

În **București**, Astroclubul București organizează, cu această ocazie, pe platoul din fața intrării în Baneasa Shopping City (intrarea în zona cu restaurante), o sesiune de observații prin telescop însoțite de explicații oferite de membrii Astroclubului București.
Alte sesiuni de observații sunt organizate în: **Alba Iulia (esplanada obeliscului lui Horea, Cloșca și Crișan), Baia Mare (complexul astronomic Baia Mare), Bârlad (Muzeul Vasile Pârvan), Bistrița (Pietonal Liviu Rebreanu), Bumbești Jiu,**

Cluj Napoca (Observatorul Astronomic al Universității Babeș-Bolyai), Sfantu Gheorghe (Tein Coffe & Tea House), Sighetu-Marmației (Colegiul Național Dragoș-Vodă), Târgoviște (Piața Tricolorului) și Timișoara (Piaţa Axente Sever nr 1).

Animația de mai jos, realizată de siteul astro-info.ro ne arată cum va fi eclipsat soarele vineri:

Sunt puțini cei care se uită la o eclipsă de Soare fără a încerca să o fotografieze. E nevoie însă de mai mult decât aparatul de fotografiat pentru a face asta. Iar trepiedul, diversele obiective, filtre sau telecomenzi sunt doar începutul, cei cu adevărat pasionați folosind chiar lunete pentru realizarea fotografiilor dorite.

Echipamentul necesar pentru a fotografia o eclipsa de Soare

Filtrul solar

Când fotografiați eclipse parțiale de Soare sau Soarele în general nu uitați niciodată de utilizarea filtrului solar. Fără acesta, obturatorul și cip-ul camerei vor avea de suferit. Și mai ales există pericolul să orbiți. **Nu priviți/fotografiați NICIODATĂ Soarele prin instrumente optice fără un filtru special destinat acestui scop.**Dacă eclipsa este totală, cu câteva fracțiuni de secundă înainte de totalitate va trebui scos acest filtru și va fi repus la loc imediat după totalitate.
Pentru fotografierea fazei totale a unei eclipse de Soare avem nevoie de focale mai lungi. 600mm ar fi ideal probabil.

Filtrele se pot achiziționa de la magazinele de specialitate, care comercializează echipament astronomic (Astromagazin, Astroshop, Telescop Expert etc.).
Unele sunt sub forma de folie (Baader Folie filtru solar de

exemplu) și pot fi decupate în funcție de nevoi, pentru a se potrivi obiectivului tău.

Camera foto

Probabil cea mai comună opțiune pentru fotografierea eclipselor sunt aparatele foto **DSLR sau SLR** (pe film), dar aparatele foto **mirrorless** vin și ele din urmă.
Important e să fie un **aparat foto care să îți permită control manual**, astfel ca tu să setezi atât valoarea diafragmei cât și timpul de expunere.

Obiectivele

Multe site-uri, bloguri sau chiar și cărți despre astrofotografie vor preciza faptul că datorită mărimii lor aparent mici pe cer, Soarele și Luna sunt greu de surprins fără un obiectiv cu distanță focală lunga. Lucrurile nu sunt însă neaparat îngrijorătoare nici dacă ai un wide în loc de tele. Rezultate frumoase se pot obține în toate cazurile, important e să fii creativ, chiar și în cazul fotografiei astronomice.
Toate obiectivele sunt capabile să captureze aspecte unice ale unei eclipse, trebuie să știi însă ce și când să folosești, în funcție de rezultatul final la care aspiri.

Obiectivele grand-angulare (wide) și fisheye

Aceste obiective oferă posibilitatea de a captura cadre scenice, mai artistice, în care vei arăta atât eclipsa cât si elemente terestre, cum ar fi diverse clădiri, peisaje urbane, oceanul, un orizont distant etc.
Nu uita însă ca pentru fotografierea eclipselor solare este OBLIGATORIE folosirea unui filtru solar pentru a reduce lumina și radiațiile periculoase.
Obiectivele wide sunt de asemenea ideale pentru a înregistra o expunere multiplă a eclipsei respective, prin luarea unei imagini o dată la fiecare 5 sau 10 minute, astfel încât la final să obții în fotografie o înlănțuire a Soarelui în

diversele faze ale eclipsei.

Dacă realizezi și o fotografie cu peisajul respectiv în care are loc eclipsa, fie el urban, montan etc. iar ulterior realizezi un montaj, rezultatul final poate fi cu adevărat impresionant.

foto: Cristina Țintă

Obiectivele fixe de 40 sau 50mm

Mai puțin utilizate în fotografierea propriu-zisă a eclipselor, pot fi utile însă pentru surprinderea unor detalii precum proiecția unei eclipse pe o coală de hârtie sau ecran. Nu uita de asemenea să observi umbrele de sub copacii din apropiere , atunci când are loc o eclipsă de Soare. Frunzele și ramurile vor acționa ca un fel de cameră obscură, proiectând mici sori pe pământ.

foto: Cristina Țintă

Teleobiectivele (100-1000mm)

Probabil cele mai populare obiective pentru fotografierea eclipselor. Teleobiectivele cu o focală moderată sunt foarte bune pentru a captura expunerile unice care înregistrează

progresul unei eclipse , în timp ce teleobiectivele lungi te pot ajuta cu succes să capturezi coroana solară , margelele lui Bailey sau efectul inelului de diamant. (în cazul eclipselor totale)
De asemenea , obiectivele tele cu focale lungi sunt utile în înregistrarea unor detalii de suprafață , cum ar fi petele solare.

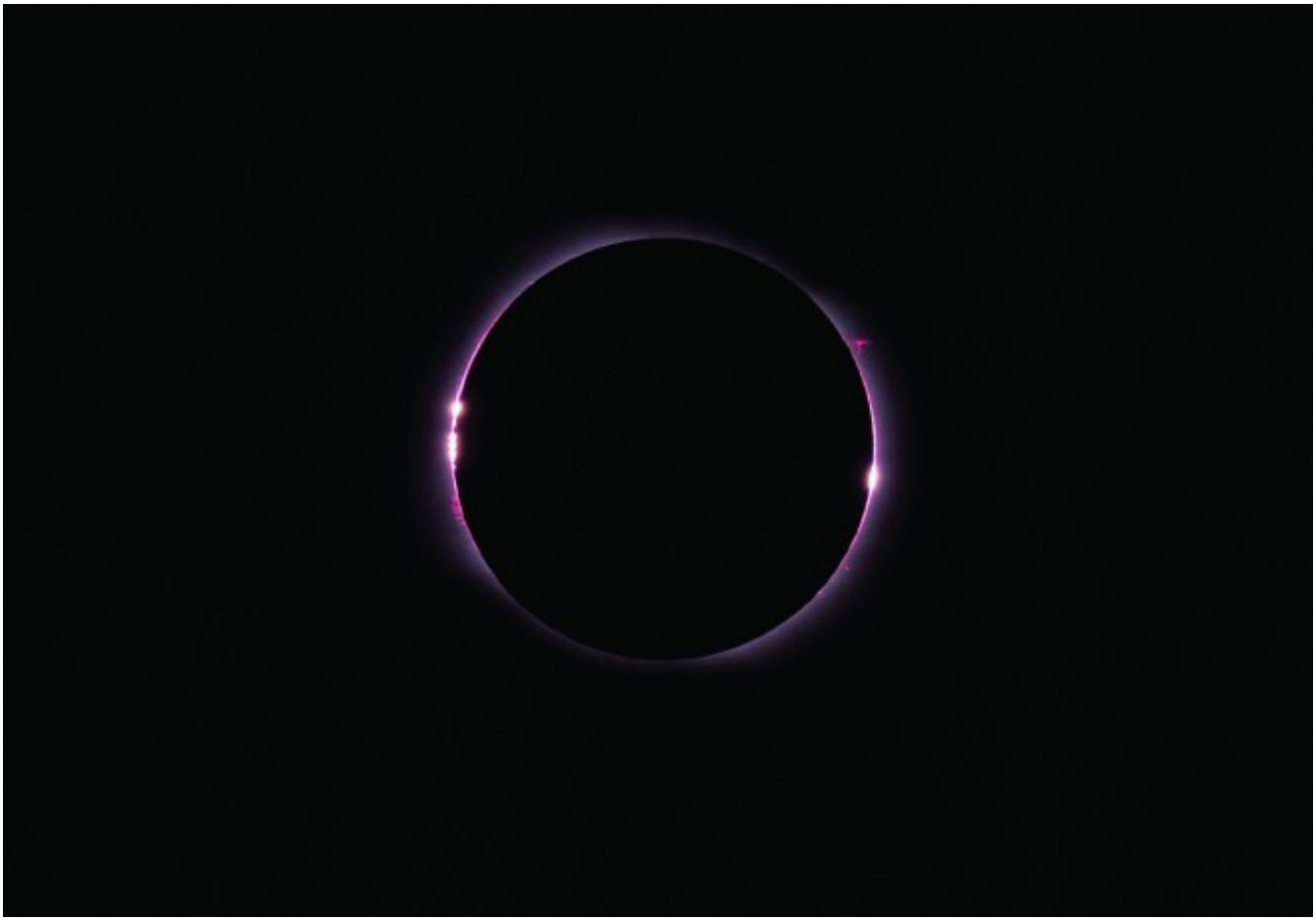


foto: Cătălin Beldea

foto: Mihai Curtașu

Teleconvertorul

Pentru a mări focala, puteți atașa un teleconvertor. Unul **2x** este chiar recomandat, în acest caz, în special dacă deții un teleobiectiv cu focală moderată (100-300mm).

Cum rămâne cu telescoapele ?, vei spune . Ei bine , un telescop este de asemenea mare ajutor în fotografuerea eclipselor de Soare, mai ales dacă ți-ai propus să obții cadre cu proeminențele solare, coroana sau cromosfera . În oricare dintre cazuri, nu uita de filtrele solare !
Când se folosește un telescop , **montura** este de asemenea un element de bază, fiind de preferat utilizarea unei**monturi ecuatoriale.**

foto: Alex Conu

foto: Cătălin Păduraru

Declanșatorul flexibil/telecomanda

Un accesoriu extrem de important în fotografierea eclipselor, care vă ajută să preîntâmpinați mișcarea imaginilor datorată apăsării butonului declanșator, mai ales la focale foarte lungi.

Trepiedul

Trepiedul este un alt accesoriu de bază în acest caz, fiind indicat unul de calitate, care să susțină cu ușurință greutatea unui body și a unui teleobiectiv, chiar dacă vorbim de o eclipsă parțială și vom fotografia cu timpi de expunere foarte scurți.

Setări recomandate pentru a fotografia o eclipsa de Soare

- **focalizarea manuală:** este recomandat să focalizați manual („la infinit”), deoarece sistemul AF al aparatului poate fi mai ușor păcălit în acest caz, astfel că vei obține rezultate mai bune setând expunerea și focalizând manual.
- **fomatul fotografiilor**: RAW (sau **RAW+JPG**)
- Pentru reglarea manuală a parametrilor de expunere:
  -optează pentru o **valoare ISO cât mai redusa** (ISO 100)
  -alege o **diafragmă cât mai închisă** (ex f/16)
  – setează un **timp de expunere cât mai scurt** (aceștia variază însă în funcție de fazele eclipsei și de ce îți dorești să evidențiezi; mai jos ai un tabel orientativ, valabil și pentru fotografia digitală); cel mai bine însă, pentru a evalua corect expunerea, realizează câteva cadre de test și fă ulteriror ajustările, consultând bineînteles și histograma afișată.

F/ Stop	Partial Phases (ND4)*	Diamond Ring	Baily's Beads	Promi-nences	Inner Corona	Middle Corona	Outer Corona	Land-scape	Sky
ISO 100 Film									
2	1/8000	1/4000	—	1/2000	1/250	1/125	1/30	1/15	2
2.8	1/4000	1/2000	1/8000	1/1000	1/125	1/60	1/15	1/8	4
4	1/2000	1/1000	1/4000	1/500	1/60	1/30	1/8	1/4	8
5.6	1/1000	1/500	1/2000	1/250	1/30	1/15	1/4	1/2	16
8	1/500	1/250	1/1000	1/125	1/15	1/8	1/2	1	32
11	1/250	1/125	1/500	1/60	1/8	1/4	1	2	64
16	1/125	1/60	1/250	1/30	1/4	1/2	2	4	128
ISO 400 Film									
2	—	—	—	1/8000	1/1000	1/500	1/125	1/60	1/2
2.8	—	1/8000	—	1/4000	1/500	1/250	1/60	1/30	1
4	1/8000	1/4000	—	1/2000	1/250	1/125	1/30	1/15	2
5.6	1/4000	1/2000	1/8000	1/1000	1/125	1/60	1/15	1/8	4
8	1/2000	1/1000	1/4000	1/500	1/60	1/30	1/8	1/4	8
11	1/1000	1/500	1/2000	1/250	1/30	1/15	1/4	1/2	16
16	1/500	1/250	1/1000	1/125	1/16	1/8	1/2	1	32

Eclipsa totală de Soare din 20 martie 2015 va fi observată de astronomul român **Cătălin Beldea.** Acesta va participa la o **expediție de observare a eclipsei din avion, denumita EFLIGHT 2015**. Te vom tine la curent cu observațiile lui Cătălin, iar după revenirea în țară ne-am propus să organizăm o proiecție cu fotografiile realizate.

Eclipsele de Soare și Lună sunt evenimente spectaculoase și rare de accea reprezintă un gen al astrofotografiei mai des abordat și de cei care nu fac asta neapărat în mod constant. Așadar, **te îndemnăm să ieși la fotografiat iar vineri, după eclipsă, așteptăm fotografiile tale pe blog@f64studio.ro sau pe Facebook, unde vom realiza o galerie.**

Sursa: http://blog.f64.ro

Tehnica negociere Rosu sau Negru?

În esenţă, această tehnică de negociere este foarte simplă, însă este foarte eficientă. Este mai mult un tips and tricks aplicat de obicei de către agenţii de vânzări pentru finalizarea vânzării. Această tehnică mai este cunoscută în limbajul NLP ca „falsă alegere”.

Atunci când întrebi pe cineva:

„Ai vrea să mergem la un film?” (Poţi primi un răspuns de genul: Aş vrea, dar nu am timp!)

„Ai vrea să mergem în parc?”

„Îţi place această maşină”?

„Te-ai hotărât să-l cumperi”? etc

Aceste întrebări nu sunt foarte convingătoare pentru că îi dai posibilitatea interlocutorului să „scape” foarte rapid. Punând asemenea întrebări „îţi forţezi” interlocutorul să răspundă cu da sau nu. Partea afectivă sau partea logică a celui cu care discuţi se va grăbi să-ţi dea un răspuns care nu-ţi este foarte convenabil.

Tehnica Roşu sau Negru sugerează o alternativă. Practic, nu-l mai întrebi dacă-i place roşu, ci-l întrebi: „Cum ai prefera să fie, roşu sau negru?” „Ai prefera să mergem în parc astăzi sau mâine?” sau „Aţi prefera să plătiţi în avans 20% sau 50 %?”

Practic, înainte ca interlocutorul să se decidă, îi sugerezi să aleagă între două variante. În acel moment, inconştient, partenerul va fi forţat să gândească în alţi termeni. El

atunci se va gândi: Este mai bine roşu sau negru? Este mai bine acum sau mâine?

Această tehnică este eficientă pentru că punând o asemenea întrebare vei sări voit peste întrebarea dacă vrea sau nu, şi-l întrebi cum vrea, când vrea sau ce vrea exact. Este foarte puţin agresivă şi funcţionează. Interlocutorul tău va încerca să găsească cea mai bună variantă, cumva îl treci, fără să-şi dea seama, peste a vrea sau nu şi îl întrebi de care vrea. Pleci de la premisa că el sau ea vrea lucrul respectiv. De obicei, când pui o asemenea întrebare, dacă vrea roşu sau negru, în mod automat şi el pleacă de la premisa că vrea. Mai jos veţi găsi o serie de exemple despre cum pot fi aplicate:

Exemple în viaţa de zi cu zi în familie / cuplu:

1. Dragul meu vrei să mergem în parc astăzi sau mâine?
2. Crezi că ar fi mai bine să-mi cumpăr o pereche de pantofi roşii sau negri?
3. Când crezi ca ar fi mai bine să mergem în concediu, în luna iulie sau în luna august?
4. În weekendul următor m-am gândit să mergem undeva. Unde ţi-ar plăcea mai mult, la mare sau la munte?

Exemple în vânzări:

1. Preferaţi profilul roşu sau cel negru?
2. Preferaţi livrarea imediată sau în 4-5 zile?
3. Doriţi 4 sau 6 bucăţi?
4. Doriţi să plătiţi cash sau prin bancă?
5. Când aţi mai vrea să revin cu un telefon, la sfârşitul săptămânii sau la începutul săptămânii viitoare?

Exemple la serviciu:

1. Când ai dori să ne ocupăm de acest raport, astăzi sau mâine?
2. Câţi potenţiali clienţi contactăm astăzi, 30 sau 40?
3. Facem comunicatul de presă astăzi sau mâine?

4. Unde ai prefera să mergi astăzi, la trezorerie sau la administraţia financiară?
5. Când facem comanda la papetărie, de dimineaţă sau după amiază?

Ca orice tehnică, are limitările ei şi nu este obligatoriu să funcţioneze întotdeauna. De exemplu, este posibil să nu prefere nici roşu, nici negru. Este bine chiar şi atunci când preferă verdele, de exemplu. Dacă vrem să punem la îndoială eficienţa acestei tehnici putem spune: dar dacă omul nu vrea deloc, ce facem? Practic în condiţiile în care el nu ştie ce vrea sau este nehotărât, o asemenea tehnică are scopul de a-l ajuta să se decidă, de a-l testa, de a-l determina să ia o decizie.

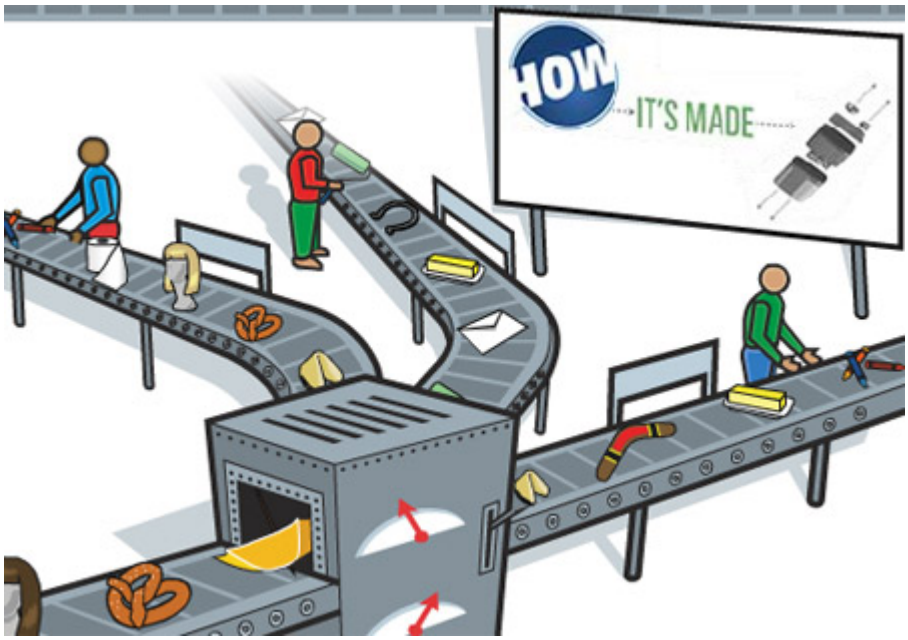
Vă sfătuiesc să o aplicaţi, este elegantă, eficientă şi cu beneficii multiple. Sunt cuvinte oarecum magice care determină interlocutorul, partenerul sau cumpărătorul să se hotărască. Nu puţine sunt situaţiile în care agenţii de vânzări sunt foarte convingători, ei duc vânzarea aproape până la capăt numai că nu reuşesc să smulgă „DA-ul final”. Presupune că ţi-a spus da şi intră pe un detaliu de formă, printr-o întrebare cu două variante.

Aş vrea să reţineţi că oamenii se hotărăsc mai uşor când expui două variante. Paradoxal, cu cât le expui mai multe variante din care ei să aleagă, cu atât probabilitatea ca ei să se hotărască scade. Adică, nu trebuie să sugerezi 4 sau 5 variante, pentru că nu vrei reuşi să-l faci să se decidă.

Sursa: http://www.marian-rujoiu.ro

Mai citeste: 35 tehnici de negociere

CumSaFacSingur.ro


HOW
IT'S MADE