Управление временем включает в себя:

- планирование,
- распределение, **постановку целей**,
- делегирование,
- анализ временных затрат,
- мониторинг,
- организация,
- составление списков
- **расстановка приоритетов**

КОГДА ВАМ ПОКАЖЕТСЯ,
ЧТО ЦЕЛЬ НЕДОСТИЖИМА,
НЕ ИЗМЕНЯЙТЕ ЦЕЛЬ —
ИЗМЕНЯЙТЕ СВОЙ ПЛАН
ДЕЙСТВИЙ
- КОНФУЦИЙ -

Оказывается….

При составлении плана на день:

- Спланировать можно лишь 60% времени
- 20% рекомендовано отнести на непредвиденные работы
- 20% - на форс-мажор

Недостаток времени может выглядеть так:

- Клиент не знает распорядка дня своего Агента, не знает, где тот будет находится в течение дня и что делать для Клиента
- Агент несвоевременно отвечает на звонки и другие запросы Клиента
- Агент, бывает, выполняет для своих Клиентов ту работу, которая ими не оплачивается (Для Руководителей АН: Руководитель часто выполняет за Агентов (стажеров) работу, так как ему кажется, что он сделает её лучше них)

Времени может не хватать, потому что:

- Неадекватно оцениваем свои способности, ценность своей работы (вечный вопрос - как обосновать себе и Клиенту высокую стоимость своих комиссионных?)
- Притесняем себя в своих желаниях – в мыслях, общении, **выражении эмоций**

А еще, потому что….

…… потому что нами манипулируют и мы поддаемся этим манипуляциям

ЕСЛИ ВАМИ НИКТО НЕ МАНИПУЛИРУЕТ, ВЫ В РУКАХ ПРОФЕССИОНАЛОВ.

VK.COM/IN.HUMOUR

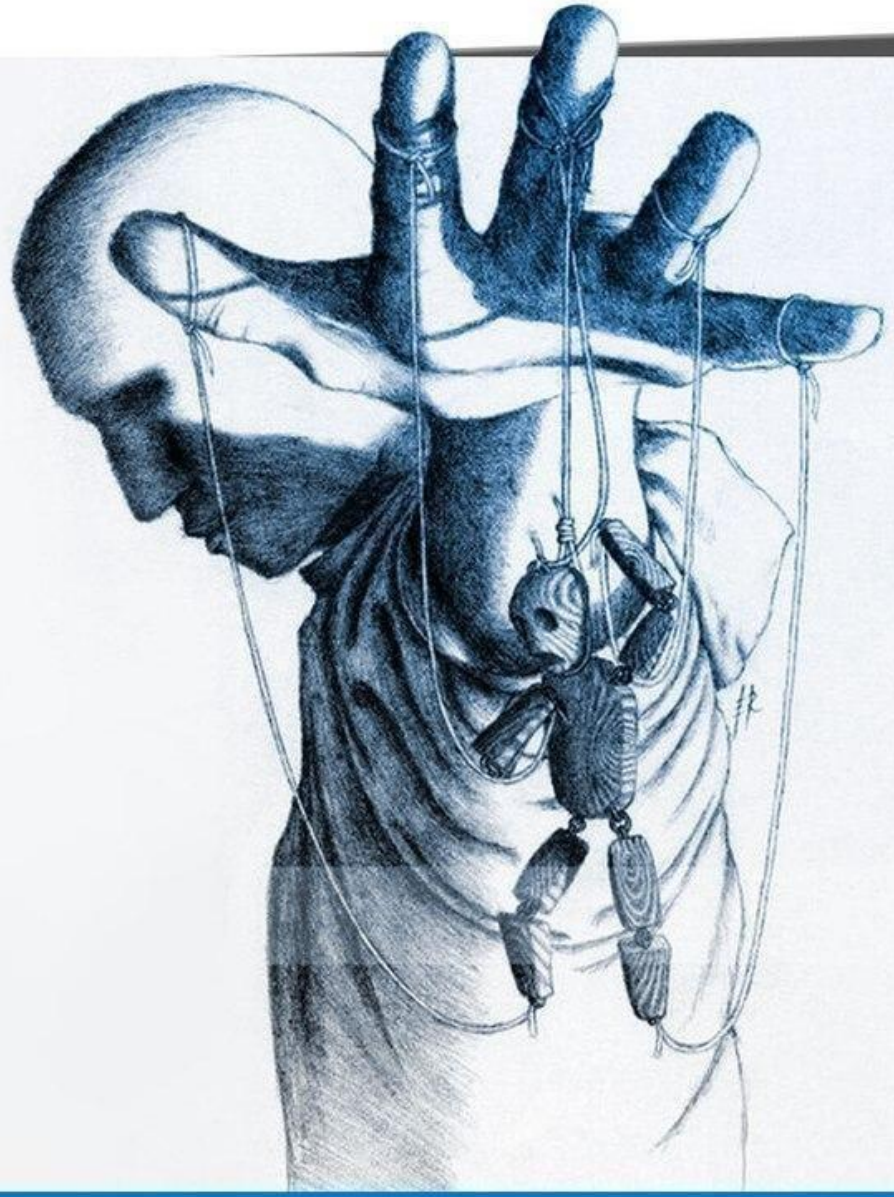
Манипуляция

Воздействие одного человека на другого,
при котором цель этого воздействия
остаётся скрытой
от объекта манипуляции

Отличительные черты манипуляции

- Манипулятор свои цели и средства осознает
- Цели манипулятора скрыты
- Средства манипулятора скрыты
- Ответственность за происходящее возлагается на объект манипуляции

Если ты
не научишься
управлять собой,
тобой будут
управлять другие.



Информация = рациональное + иррациональное

- 10 % информации = рациональное (цифры, логика, факты…)
- 90% информации = иррациональное (эмоции, чувства, ценности, верования, убеждения…..)

ЕСЛИ В СПОРЕ С ДЕВУШКОЙ ТЫ ВООРУЖЕН ЛИШЬ ЛОГИКОЙ, ФАКТАМИ И ЗДРАВЫМ СМЫСЛОМ — У ТЕБЯ НЕТ ШАНСОВ.

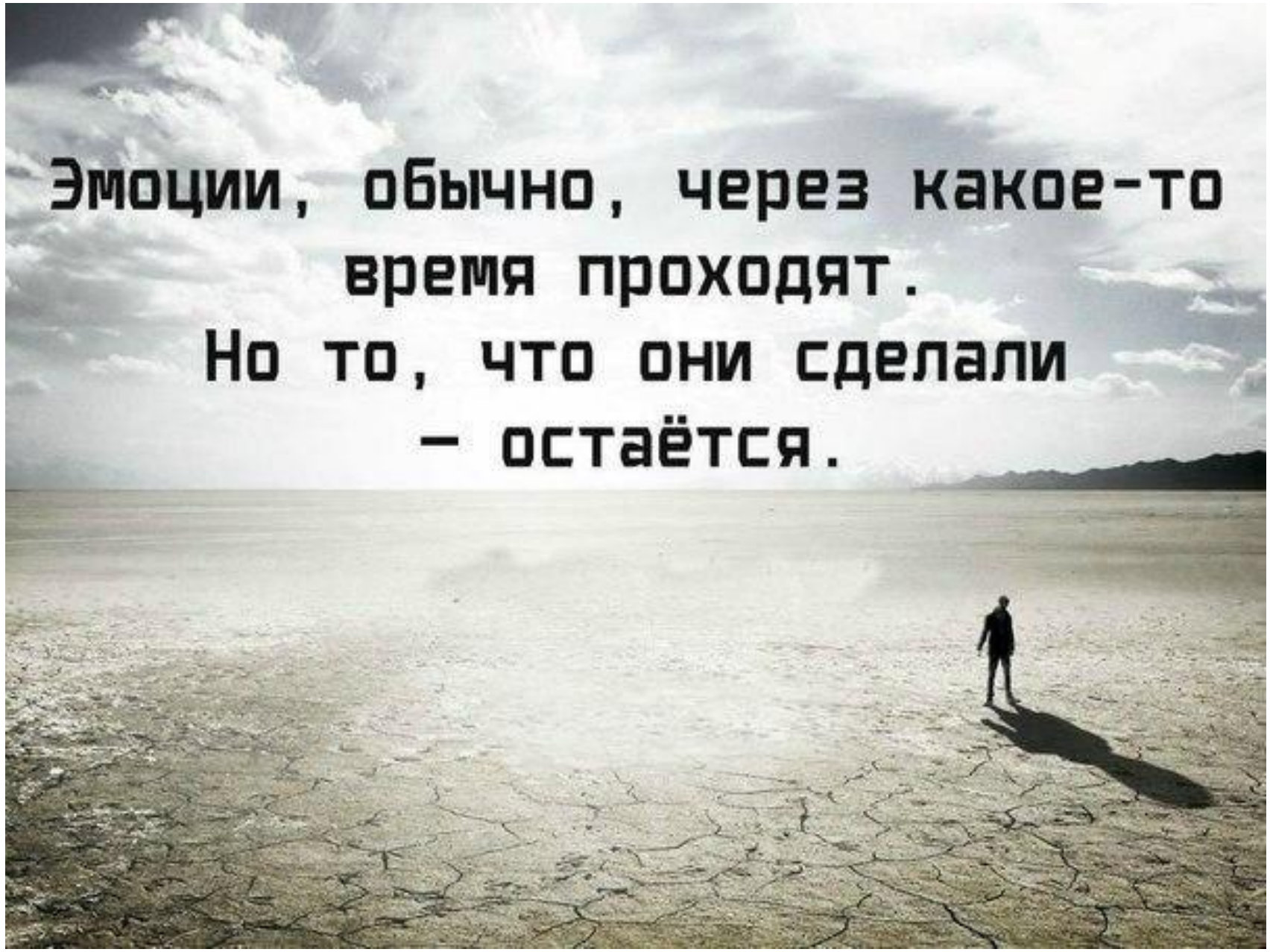
VK.COM/IN.HUMOUR

Что мы можем делать, общаясь с Клиентом

- Наблюдать за поведением Клиента
- Осознавать свою реакцию (свою эмоции)
- Делать предположение о намерениях Клиента

Оказывается….

…..люди не очень хорошо умеют согласовывать свои внутренние намерения и действия


Эмоции, обычно, через какое-то
время проходят.
Но то, что они сделали
— остаётся.