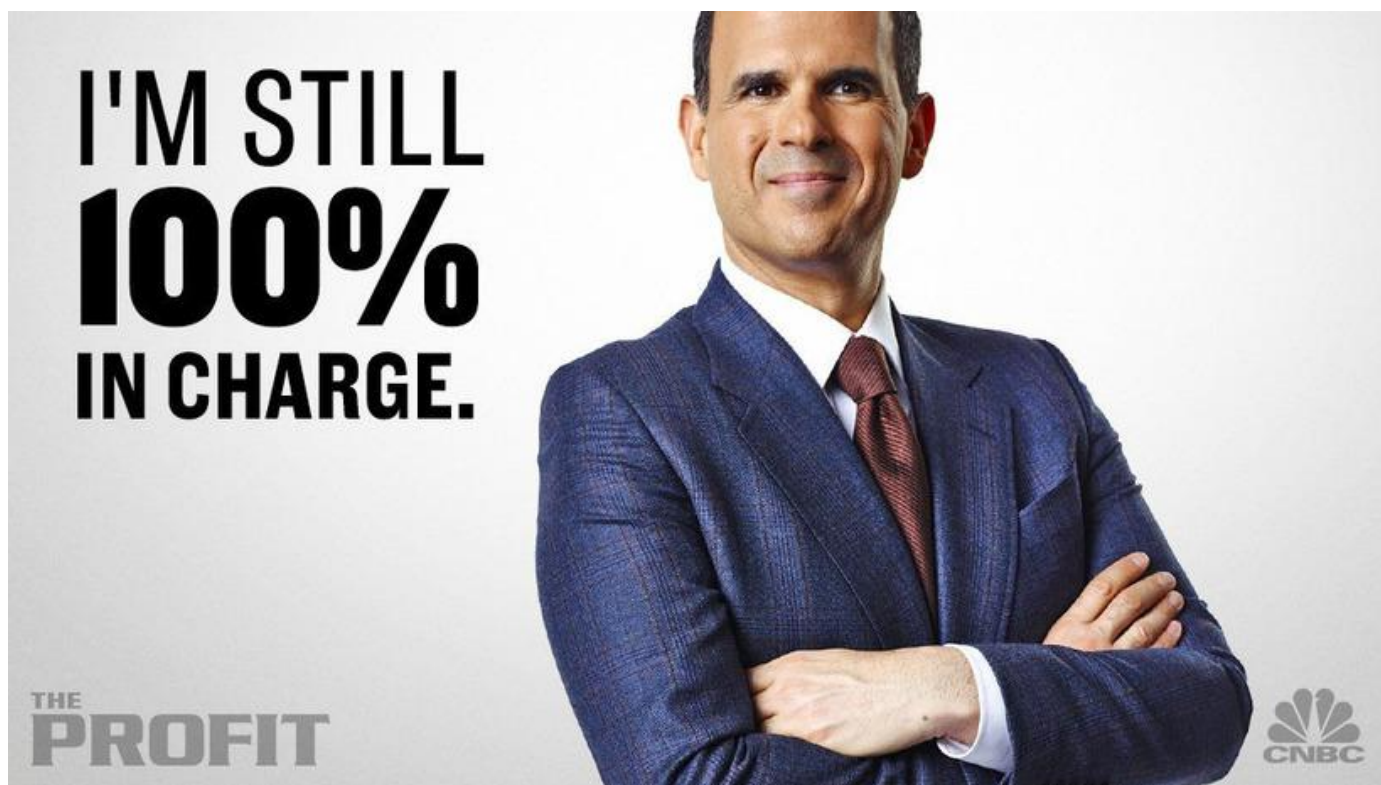


# MĂESTRIE

*Creează-ți propria slujbă și fă în fiecare zi lucruri care contează*



## Ia-ți un MBA în afaceri de la Marcus Lemonis

de Bogdan Popescu

Cele mai mari averi din istorie au fost facute în afaceri. Ce surpriza?!

Afacerile sunt motorul economiei și conform celor mai inteligenți oameni din lume precum Nassim Taleb, sau Youval Noah Harari, tot progresul tehnologic, cultural și social al omenirii se datorează afacerilor și antreprenorilor. Nu oamenilor de știință, sau filozofilor, așa cum susțin mulți.

Asadar, pentru cine nu știe ce competente să-și dezvolte, vrea să se reorienteze, sau vrea să mai învețe ceva nou pe lângă meseria principală, cel mai bun pariu este să înveți BIZNIS.

IN ACEST NUMĂR

**IA-ȚI UN MBA ÎN AFACERI DE LA MARCUS LEMONIS**

**MNEMONICELE - TRUCURI MAGICE PENTRU O MEMORIE PE CARE TE POȚI BAZA**

Chiar daca alegi sa-ti continui activitatea din postura de angajat vei avea multe de castigat daca intelegi cel putin lucrurile de baza despre afaceri. De ce? Pentru ca vei putea sa intelegi cand firma la care lucrezi se afla pe un drum bun, sau e mai bine sa-ti cauti altceva. Vei stii cum sa aduci mai multa valoare si in timp vei culege roadele pentru ca automat vei castiga mai bine.

Ai putea sa ajungi sa gestionezi o firma, sau sa oferi consultatii.

Astazi vom face impreuna primii pasi ca sa inveti lucrurile esentiale despre afaceri. Iar ce vei invata astazi, poti combina cu strategia din numarul 8 al Maiestriei, sa cumperi o afacere ieftin, sau gratis, sa o pui pe picioare si sa o vinzi scump.

### **Un profesor cum nu se poate mai bun**

Si vom invata de la unul dintre cei mai buni antreprenori: Marcus Lemonis, starul emisiunii The Profit, un show TV la care aplica sute de afaceri (cu probleme) de pe tot teritoriul USA pentru a obtine o eventuala investitie de la Marcus, dar mai ales ajutorul si mentoratul sau.



Dintre sutele de afaceri care aplica, Marcus alege doar cateva in care investeste si pe care incearca sa le faca cat mai profitabile.

In timp el a ajutat si investit in zeci de afaceri, prin intermediul show-ului the Profit si nu numai.

Plus, inainte de show Marcus a fondat o gramada de afaceri, cea mai mare si cunoscuta dintre ele fiind Camping World, o companie listata la NYSE, care valoreaza peste \$1 miliard.

In alt numar ti-am povestit chestiile pe care eu personal le-am invatat de cand ma ocup de afacerea mea, dar acum vreau sa adaugam mai multe nuanțe, sa invatam de la cel mai bun si sa ai un proces mai detaliat despre ce-ar insemna sa gestionezi o afacere, chiar una cu probleme.

Si Marcus e intr-adevar unul dintre cei mai buni. Intr-un interviu, el a povestit ca un profesor de afaceri de la Harvard University isi puna studentii sa urmareasca show-ul The Profit la cursuri si apoi aveau discutii despre modul in care Marcus *vindeca* afacerile.

In general, toate afacerile care apeleaza la ajutorul lui Marcus au probleme. Cel puțin cele pe care le alege el si care devin episoade.

### Cei 3 P

Atunci cand incearca sa rezolve problemele unei afaceri, Marcus are un proces clar despre care vorbeste in majoritatea episoadelor, numit cei 3 P: Product, People, Process, (Produce, Persoane, Proces).

*“De cand eram copil si am inceput o afacere de tuns gazon, am stiut ca produsul trebuie sa fie grozav, ca trebuie sa fiu capabil sa angajez oameni foarte buni si ca trebuie sa am un proces care sa-i faca pe clienti sa vrea sa lucreze cu mine din nou.” - Marcus Lemonis*

Practic, in prima etapa el evalueaza aceste aspecte ale fiecărei afaceri, apoi decide unde trebuie sa intervina, cum sa o faca si cu ce prioritate. De obicei are de lucrat la toate trei: produs, proces si a persoane.

### OFERTA

Dupa ce intelege despre ce e vorba si stie in mare ce are de facut, Marcus se aseaza la masa cu proprietarii si le face o oferta pentru a deveni parteneri.

Marcus e un om corect, cu valori solide si bune. Dar asta nu inseamna ca face actiuni caritabile.

In plus, trebuie sa-si reduca posibilele pierderi in eventualitatea in care afacerea esueaza.

De obicei, suma pe care o ofera e cea care el considera ca e necesara companiei pentru a se redresa si a se aseza pe o traiectorie de crestere.

Asadar, suma pe care o investeste intra intotdeauna in companie, nu in buzunarele proprietarilor.

In schimb, cere o bucata din companie direct proportionala cu procentul reprezentat de suma investita. Pentru a ajunge la acest procent el face o evaluare a pretului companiei tinand cont de situatia financiara, dar si de perspectivele companiei.

Sunt multe situatii in care Marcus le spune antreprenorilor: *“Într-o luna afacerea asta va da faliment.”*

Desi asemenea afaceri valoreaza zero, sau mai putin, daca decide sa investeasca, inseamna ca Marcus vede un potential in afacere. De aceea, el face evaluarea bazat pe o estimare din viitor a profiturilor.

Sunt sigur ca pentru a-si reduce riscurile nu face calculul bazat pe cel mai optimist scenariu. Daca ar face asta, ar fi foarte greu sa aiba profituri per total din tot portofoliul lui de investitii.

Dupa ce prezinta oferta, Marcus le spune clar oamenilor: *“Daca accepti oferta, sa fii constient ca pana la finalul emisiunii... **I’m 100% in charge**”*

Dupa ce da mana cu proprietarii, Marcus e 100% la conducere pana dupa terminarea emisiunii si isi incepe munca de redresare in cele trei directii de care-ti spuneam: persoane, proces, produs.

## Persoane

De obicei, cel mai mult lucreaza cu detinatorul afacerii, dar nu intotdeauna. E normal ca unui antreprenor sa-i pese mai mult decat angajatilor de viitorul unei afaceri, dar vei fi surprins sa afli ca nu intotdeauna asa stau lucrurile.

Unii antreprenori au o atitudine de genul... "patronul nu munceste, patronul da ordine si angajatii executa." In situatii din astea, poate te intrebi de ce nu-si ia Marcus talpasita si sa-i lase in plata domnului.

Cateodata el se implica chiar pentru angajati. Au fost situatii in care a cumparat un mare procent din companii si le-a dat angajatilor actiuni astfel incat proprietarul initial a ramas actionar minoritar.

Dar... in situatia in care antreprenorul e o persoana rezonabila, care isi da interesul si munceste pentru binele afacerii, Marcus incearca sa-l mentoreze si sa-l ajute sa devina un lider care sa poata conduce bine afacerea pentru toti cei implicati: antreprenor, angajati, investitori.

Lucreaza cu ei atat la mentalitate, cat si la competente.

Incearca sa se apropie de ei si sa-i cunoasca. Pana la urma, e normal sa ai o relatie apropiata cu un viitor partener. E important sa existe un sentiment reciproc de incredere.

Pe langa asta, Marcus aproape de fiecare data pune intrebarile: *"De ce ai inceput afacerea asta?" "Ce inseamna ea pentru tine?"*

E atat de important lucrul asta... motivatia din spatele actiunilor noastre.

Pentru oamenii care doar vor sa-si asigure un venit pentru a trai, de multe ori e un motiv care nu-i impinge la un nivel prea inalt.

Pentru cei care au altfel de motivatii, ceva legat de iubirea pentru o activitate, legat de o mostenire, legat de familie, sau de comunitate, lucrurile pot merge mult mai bine, pentru ca acel lucru e un combustibil mult mai puternic ce le da o energie exploziva pentru activitatile si provocarile de zi cu zi.

In paralel cu mentoratul, Marcus ii si testeaza sa-si dea seama de caracterul lor, de nivelul lor de competente si de capacitatea de a se descurca in situatii stresante.

Unii sunt extrem de deranjati atunci cand Marcus ii testeaza și il confrunta. Altii chiar renunta la ajutorul si investitia lui.

In general, cam toti au probleme sa se confrunte cu limitarile lor, mai ales sa fie expuse pe TV, dar unii reusesc sa le depaseasca. Sa tii cont de lucrurile astea daca vreodata esti in situatia sa faci consultatii.

## Pune mare preț pe angajați și îi respectă

Intotdeauna Marcus discuta cu toti angajatii, ii intreaba care e rolul lor, ce dificultati au, ce le place la respectivul loc de munca, cum e sa-l aiba sef pe respectivul antreprenor. Alt lucru pe care-l face... îi roagă sa-l invete si pe el sa faca ce fac ei. Si chiar face orice: iubeste sa faca mancare, cateodata lucreaza in constructii, dar a spalat WC-uri...

Cand simte ca un angajat nu-si face treaba, discuta cu el pe fata si daca lucrurile nu se imbunatatesc, ii concedieaza.

In unele situatii in care antreprenorii nu au ce le trebuie sa conduca afacerile, dar vede ca unul dintre angajati are acest potential, le da lor cheile afacerii.

Plus... o chestie pe care n-am prea auzit-o in Romania... celor care merita... le da din actiunile lui. Cu asta face doua lucruri: ii recompenseaza si le recunoaste meritele, dar creste si sansele sa-i pastreze in afacere pe acei oameni valorosi.

Asta s-a intamplat cu Tami Forbes o angajata la Key Lime Pie Co. din Key West, Florida. Marcus a observat ca Tami facea aproape totul in firma si era platita cu doar \$1200 pe luna.

Din cauza ca banii nu-i ajungeau, Tami avea o a doua slujba.

Marcus cumparase initial 51% din afacere. Dupa ce si-a dat seama ca se poate baza pe Tami, Marcus a cumparat si restul de 49% si i-a marit salariul lui Tami la \$4000 pe saptamana ca sa poata renunta la celalalta slujba.

Pe parcursul urmatorului an, Tami a facut o treaba grozava, vanzarile companiei au crescut. LA profituri... a trecut de la -\$100.000, la plus \$100.000. Recompensa a venit imediat.

Marcus i-a donat 25% din actiuni.

*"Daca vrei sa ai o afacere de succes, trebuie sa ai in echipa oameni care iubesc cu adevarat afacerea si au grija de ea la fel de mult ca tine."* Marcus Lemonis

Pentru Tami, venirea lui Marcus in afacere a insemnat un lucru miraculos. Desi merita mai mult, avea o viata chinuita. Acum, ea face o treaba mai buna si se bucura de recunoastere si de rasplata pentru munca ei.

*"Sa ai un salariu corect si sa fi recunoscut ca angajat e un lucru mare. Marcus e o persoana fenomenala si priceperea lui de a lucra cu oamenii e uimitoare."* Tami Forbes

## Proces

Toate actiunile pe care le face legate de proces, pleaca de la numerele afacerii. Marcus tine mult la asta: "trebuie sa-ti cunosti numerele".

Despre ce numere e vorba?

- Vanzari
- Cheltuieli
- Profit Brut
- Profit Net
- Marja bruta de profit
- Marja neta de profit
- Cost de productie per bucata de produs (daca e cazul)
- Datorii
- Capital de lucru
- Inventar

Uitandu-se la aceste numere, Marcus isi da seama daca poate sa imbunatateasca procesul si unde sa intervina cu prioritate.

De exemplu, daca o afacere are vanzari mari si profit mic, sau negativ, atunci problema poate fi la costul de productie, sau la marje.

Daca marjele sunt bune, dar vanzarile sunt mici, atunci ar trebui lucrat la cresterea vanzarilor?

Dar care-i motivul pentru care vanzarile sunt mici?

Are legatura cu interesul oamenilor pentru produs?

Sau trebuie intervenit la partea de marketing si vanzari?

De cele mai multe ori, daca decide sa investeasca, Marcus plateste din start toate datoriile.

Doar prin pasul asta, creste instant profitul net, pentru ca firma nu mai trebuie sa plateasca rate si dobanzi pentru datorii.

Dupa numere, trece la...

## Inventar

Initial, ia de buna suma pe care o gaseste in actele contabile, sau cea comunicata de antreprenori. Ce inseamna asta?

Un exemplu: "Cat valoreaza inventarul?" "\$10.000"

Dupa aceea, trece la evaluarea detaliata a inventarului. Absolut toate afacerile au dezastru in inventar. Habar n-au ce produse au, sunt depozitate haotic si antreprenorii nu stiu ce valoare de piata au acele produse.

De cele mai multe ori, Marcus lichideaza sau arunca tot inventarul. Chiar daca produsele se mai pot vinde cu 5% din pretul de achizitie, sau nu mai valoreaza nimic, tot castiga ceva bani gheata, elibereaza spatiul si scapa afacerea de o povara.



E ca si cum nu ai fi aruncat ani de zile gunoaiete si dintr-odata ar veni cineva sa faca asta pentru tine.

Dupa ce scapa de povara trecutului, Marcus pune in functiune sisteme profesioniste de gestionare si urmarire a inventarului. E o alta imbunatatire care aduce din start profit in plus pentru ca reduce pierderile si economiseste timp enorm.

## Reducerea cheltuielilor

Daca firma se ocupa de productie, aduce imbunatiri in procesul de productie astfel incat sa-l faca mai rapid, mai eficient si sa creasca capacitatea.

Asta cateodata inseamna investitii in echipamente noi, sau chiar in spatii noi.



Daca e vorba de magazine, care-si cumpara marfa de la alti producatori, cauta sa negocieze preturi mai bune, sau isi face relatii cu noi companii de unde poate cumpara produse diferite.

Ideea nu e de a vinde chestii ieftine, ci de a obtine marjele pe care le tinteste.

De la Marcus am aflat ca pentru fiecare tip de afacere exista un interval in care vrei sa ai marjele de profit pentru a avea o afacere sanatoasa.

In USA exista date disponibile si se pot afla chestiile astea.

La noi, ai putea face propria cercetare, de exemplu vorbind cu mai multi antreprenori care au afaceri similare.

E o chestie cruciala, pentru ca o afacere care nu reuseste sa obtina marjele necesare va da faliment.

### **Lasa-i pe cei care se ocupa cu productia sa faca asta**

Exista firme care incearca sa "integreze pe verticala".

Adica... Am un magazin de haine. De ce sa tot cumpar de la altii? Hai sa-mi fac si eu o fabrica de jeans, sau de tricouri.

Cred ca doar Zara poate face bine asta. Zara, adica o companie mare.

Pentru companiile mici e mai bine sa-si concentreze resursele pentru a face un profit cat mai mare cu magazinul. Extinderea pe orizontala e o idee mai buna.

Daca ai un magazin ce merge ca un Ferrari, mai deschide unul. Iti poti folosi aceleasi competente, spre deosebire de implicarea in productie ceea ce e cu totul altceva.

De exemplu, in episodul 2 din sezonul 3, **Tonnie's Minis**, Marcus investeste intr-o mica afacere care vindea in principal briose, dar si alte produse de cofetarie facute in propria bucatarie, aflata chiar in cofetarie.

Marcus l-a dus pe Tonnie la o firma care facea orice fel de produse dupa retetele clientilor. Afacerea a fost "no brainer" pentru Tonnie.

Dintr-un foc i-a scazut costul de productie, a crescut capacitatea si a facut rost de mai mult spatiu pentru ca nu mai avea nevoie de propria bucatarie.

Plus, a economisit timp si a scapat de stresul legat de gatitul produselor si de gestionarea unei bucatarii proprii.

Multi cred ca daca ai bucataria ta "iesi mai ieftin". Probabil ca mai des se intampla invers. Daca iei totul in calcul, angajati, spatiu, batai de cap... e greu sa scoti pret mai bun decat o firma specializata.

Dar si reciproca e de multe ori adevarata. Daca esti bun la productie, vinde en-gros altor companii care se ocupa de desfacere. E o afacere diferita.

## Franciza

Marcus foloseste strategia de extindere pe orizontala in multe afaceri in care investeste. Dar incepe cu inceputul. Alege un prim magazin pe care se concentreaza si testeaza conceptul.

Pana cand primul nu e unde isi propune ca vanzari si profit, nu apasa pe tragaci.

Dar daca e ceva apreciat si cautat de clienti si cel mai important... votat cu portofelul, o alta optiune e franciza.

Ce inseamna franciza?

Dupa ce ai unul sau doua magazine (pot fi de haine, de incaltaminte, restaurante, cofetarii, sau altceva) scrie o documentatie cu o *reteta* ce poate fi folosita de un incepator in afaceri pentru a-si deschide un magazin ca al tau. Magazinul unui cumparator de franciza va avea chiar acelasi nume, beneficiind de un brand deja cunoscut de clienti.

Poti sa vinzi o franciza cu o suma la inceput si procent din vanzarile din viitor. Asta au facut si unele din afacerile lui Marcus, de exemplu **Car Cash (episodul 1 sezonul 1)**. Dupa ce a transformat prima locatie Car Cash din New York intr-un succes, la doar doi ani dupa implicarea lui Marcus, Car Cash avea peste 100 de locatii in USA si era sponsor NASCAR.

## Spatiul de expunere

Intotdeauna renoveaza spatiile si le aranjeaza cu doua obiective in minte:

1. Clientii sa aiba o experienta placuta in magazin, sa se simta bine si sa poata gasi usor produsele dorite.

2. Magazinele sa genereze vanzari cat mai mari pe fiecare metru patrat de spatiu disponibil.

## Produs

Si la partea de produs, schimbarile pe care le face Marcus sunt esentiale.

Nu face niciun compromis la calitate. Fie ca e vorba de productie, sau de comert, afacerile in care Marcus se implica ofera clientilor doar produse cu calitate de top.

De exemplu, multe afaceri care fac produse alimentare, folosesc ingrediente de genul... umplutura de nuca (continut de nuca 40%. Restul de 60% ce-o fi?) sau alte prafuri cu gust de X si Y.

Marcus schimba din start retetele la ingrediente naturale.

## Simplificare

Doua chestii care sunt la intersectia dintre Proces si Produs...

1. Selectia produselor in functie de vanzari si marja de profit.

Analizeaza toata gama de produse vanduta de companie, se uita la vanzari si marje si renunta la cele care nu aduc suficient profit pentru a contribui la tinta finala a companiei.

2. De la haos la poveste si claritate

Daca te uiti la cateva episoade din The Profit poti intelege cat e de important aspectul asta.

Probabil ca Marcus nu e singurul care face chestia asta, mai sunt si alte afaceri, mai ales unele mai mari, dar extrem de putine se obolesc sa-si clarifice povestea si focusul.

Despre ce vorbesc?

Diferenta dintre magazin de haine si magazin de haine de zi cu zi pentru barbati.

Alegerea unei nise cat mai specifice, desi pe multi antreprenori ii sperie, aduce multe beneficii unei afaceri:

- Claritate pentru antreprenori si o mai buna concentrare a eforturilor pentru a putea fi in top in acea categorie
- Vanzari mai mari si fidelizarea clientilor din respectiva nisa. Ei vor cumpara de la magazinul specializat, nu de la "magazinul de haine".
- Se poate crea o poveste unica si memorabila legata de istoria si valorile companiei cu care clientii pot relationa.

*"Nu vrem sa facem de toate pentru toti, am ales categoria asta, pentru ca X si Y sunt importante pentru noi si totul a inceput cand.... (povestea continua)."*

Vei intelege mai usor despre ce vorbesc daca te uiti la episodul Flex Watches (Episodul 4, Sezonul 4).

In acest episod, tipii de la Flex Watches vindeau ceasuri si donau o parte din venituri pentru diferite organizatii de caritate.

Ideea de a face toate astea a venit dupa ce mama lui Travis, unul dintre cei 3 parteneri Flex Watches, a decedat de cancer la sân.

Una dintre colectiile lor de ceasuri, chiar aveau o culoare specifica pentru fiecare cauza caritabila la care contribuiau.

Asta a fost un aspect cu care clientii au relationat si aceasta colectie s-a vandut foarte bine.

Stilul ceasurilor era unul sport si pretul mic.

Dupa succesul cu aceasta campanie, cei 3 parteneri Flex Watches, in loc sa ramana concentrati pe aspectul caritabil, au facut in continuare doar alegeri care i-au dus aproape de faliment.

De exemplu, au facut ceasuri de aur pe care le impachetau in niste cutii ieftine.

Marcus i-a ajutat sa-si identifice punctele forte, i-a dat incredere lui Travis sa-si spuna povestea si s-o integreze cu misiunea companiei.

Toate lucrurile astea au adus un aspect de claritate, atat in mintile celor 3 parteneri, dar si in perceptia consumatorilor asupra povestii din spatele produselor Flex Watches.

Dupa asocierea cu Marcus, au ramas concentrati pe acelasi gen de ceasuri, acelea care comunica misiunea companiei si povestea ei.

SHOP ▾ OUR STORY

**flex**

GET INVOLVED ▾

10% DONATED TO CHARITY



**AUTISM BAND 38/40MM**  
\$ 40.00



**AUTISM BAND 42/44MM**  
\$ 40.00



**AUTISM CLASSIC PRINT**  
\$ 40.00



**AUTISM MINI PRINT**  
\$ 40.00



**CLEAN WATER CLASSIC PRINT**  
\$ 40.00



**CLEAN WATER MINI PRINT**  
\$ 40.00



**ANTI-BULLYING GOLD CLASSIC**  
\$ 40.00



**ANTI-BULLYING GOLD MINI**  
\$ 40.00

### Alt exemplu minunat de clarificare a povestii: Inkkas Footwear (sezonul 3, episodul 18)

Alt episod in care poti vedea ce impact puternic poate avea procesul acesta de a-ti clarifica misiunea, valorile si povestea pe care doresti s-o comunicii prin activitatea si produsele companiei.

Inainte sa treaca prin toate astea alaturi de Marcus, cei de la Inkkas Footwear, producatori de incaltaminte, incercau sa faca de toate.

De la tenisi, pana la pantofi sport din material textil, dar si din piele. Plus genti si palarii. Peste 100 de produse unice, din care 50 de modele de pantofi.

Lucrurile se intamplau in felul urmatoare: CEO-ul companiei, care e si designer, le propunea celor doi parteneri tot felul de idei de produse noi: o sa fac un pantof X si o geanta Y.

Chiar si cand partenerii nu erau de acord... el tot le facea.

*“Aceasta lipsa de focus le-ar putea fi fatala.”* a spus Marcus cand a aflat despre nebunia asta.

Asa ca au luat fiecare produs in parte si s-au uitat la vanzari.

Din cele peste 100 de produse, doar 5 au adus peste 80% din vanzari.  
Celelalte 45 de modele, aproape zero vanzari.

Asa ca... impreuna cu Marcus, au decis sa ramana concentrati doar pe 5 modele de tenisi.

Iar acelea 5 le-au combinat cu 4 influente geografice: America de Nord, America de Sud, Europa, Africa.



Frumos intr-adevar.

Asta inseamna focus si asa se fac afacerile.

Aceste companii, produceau haotic, fara o viziune strategie sau poveste.  
Povestea te diferentiaza, te face memorabil pentru clienti si iti da un focus.

E o diferenta de la cer la pamant intre a arunca in balta orice-ti trece prin cap si a avea niste criterii pentru a decide ce aduci in fata clientilor:

- Se incadreaza acest produs in povestea noastra?
- Il putem vinde cu marja suficient de buna?

## Înapoi la bază

Intr-unul din episoadele ultimului sezon, Marcus a baut o cafea cu fondatorul Baby Bump, (companie pe care a redenumit-o Cool Kids) cu scopul de a-l face sa inteleaga chestiile esentiale despre afaceri.

*"Uite care-i treaba. Scopul e sa detii mai mult decat datorezi.*

*Modul in care iti repari balanta e:*

1. Sa vinzi mai mult
2. Sa-ti imbunatatesti marjele
3. Sa-ti controlezi cheltuielile

*Asa faci... Profitul. Asta e" - Marcus Lemonis*

Fie ca ai o afacere, o sa pornesti una in viitor, cumperi una sa o pui pe picioare si s-o vinzi, faci consultatii, sau chiar lucrezi ca angajat, cu lectiile invatate de la Marcus poti intoarce soarta oricarei afaceri si o poti face profitabila.

Daca iti doresti cu adevarat sa inveti cat mai multe despre afaceri, iti spun si tie ce i-as spune baiatului meu daca ar vrea sa faca asta.

1. Citeste materialul de mai sus - probabil ai facut-o deja
2. Uita-te la The Profit in loc de Lost sau Game of Thrones
3. Am 2 recomandari de carti, dar te rog sa-mi scrii un email pentru a afla titlurile

## Mnemonicile - Trucuri magice pentru o memorie pe care te poți baza

*de Bogdan Popescu*

Ce cuvânt?! Mnemonice. Se cam împiedica limba cand il pronunti. Dar dincolo de cum suna si de efectele asupra limbii, sunt niste chestii ce ne pot aduce avantaje in orice vrem sa invatam.

Mnemonicile sunt niste tehnici de a tine minte un anumit tip de informatii, pe termen mediu, sau pe termen lung.

E vorba despre informatii care sunt înspăimântător de greu de învățat folosind metodele cele mai cunoscute elevilor. Gandeste-te ca ai avea de invatat tabelul lui Mendeleev, ala cu elemente chimice.



Ei bine, mnemonicile transforma o chestie pe care nici macar n-ai avea curaj s-o incerci intr-una amuzanta si cu trei beneficii puternice:

1. N-ai niciun dubiu ca le-ai putea invata
2. Cu fiecare folosire a unei tehnici din categoria mnemonicelor, memoria ta devine mai puternica
3. Folosirea lor iti creste creativitatea si inteligenta
4. Sunt amuzante si de aceea...
5. Te ajuta sa fii mai sanatos
6. Ai mai bune rezultate la orice test

Ia te uita. Sunt 6 de fapt. De 2 ori mai bine.

Toate sistemele mnemonice au la baza o idee simpla: poti crea legaturi mentale prin intermediul unor poze din imaginatia ta. Aceste poze se pot crea rapid si se pot tine



minte pentru un timp mai lung decat folosind alte metode ca repetitia, sau asocierea automata.

Pozele pot contine in ele informatia pe care vrei s-o pui in memorie, sau pot reprezenta o legatura puternica spre acea informatie.

Alt avantaj e ca iti permit sa retii o cantitate imensa de informatii, folosind doar mnemonicele, fara sa ai nevoie de alte metode de invatare.

E important sa intelegi de la inceput ca mnemonicele sunt doar o unealta pe care o poti folosi in scopul de a memora si de a invata informatii.

E una pe care cu cat o folosesti mai des, cu atat o vei face mai rapid, mai eficient si cu atat rezultatele vor fi mai bune, adica iti vei aminti informatiile cu acuratețe pentru o perioada cat mai mare.

Apropo de timpul in care vei putea sa-ti amintesti informatiile, cu mnemonicele poti retine informatii pentru o durata medie de timp. Sunt undeva intre memoria de lucru si memoria pe termen lung.

Asta le face perfecte pentru atunci cand te pregatesti pentru un examen, sau test, de exemplu.

Sunt bune pentru memorarea informatiilor care trebuie "tocite" in contrast cu cele care trebuie procesate pentru a le intelege.

Dezavantajul mnemonicele e ca se pot cataloga ca invatare superficiala, nu te ajuta sa intelegi mai bine subiectele.

De exemplu, cineva care stapaneste foarte bine la mnemonice, le poate folosi sa invete o carte de matematica cu probleme si solutii, fara sa inteleaga nimic din ce e important si fara sa devina capabil sa rezolve o alta problema, chiar si putin schimbata fata de cele din cartea respectiva.

Asadar, e important sa folosesti aceasta unealta in favoarea ta, adica pentru a memora informatiile pentru care e potrivita si e de preferat ca pe langa ea sa mai ai si alte unelte, cele care te ajuta sa inveti, sa intelegi idei si concepte abstracte. Le-am discutat in numarul 8 al Maiestrie

*"Pentru un om cu un ciocan, totul arata ca un cui." - Mark Twain*

Buuuuuun. Acum hai sa vedem cateva metode concrete.

## **Metoda înlănțuirii (Link Method)**

Se foloseste pentru a memora o lista de mai multe idei, concepte, sau cuvinte.

Cum functioneaza:

1. Iei doua idei pe care vrei sa le legi astfel incat atunci cand te gandesti la una dintre ele, ti-o vei aminti automat si pe cealalta
2. Formezi cate o imagine pentru fiecare idee. Cateodata e simplu, atunci cand e vorba de ceva vizual, concret, real. Cateodata, daca vrei sa memorezi ceva abstract, poti crea un simbol care sa ia locul ideii principale
3. Combini cele doua imagini intr-o scena memorabila. Prin crearea acestei scene cele doua idei vor fi legate intr-un mod care e mai greu de uitat
4. Cand te gandesti la una dintre idei, vei vedea scena in minte si-ti vei aminti si ideea partenera

Hai sa vedem si cateva exemple. Incepem cu cel mai simplu pentru ca e util pentru a intelege mai bine metoda.

## **Lista de cumparaturi**

Imagineaza-ti ca pleci la cumparaturi, dar nu-ti scrii lista, ci vrei sa o tii minte.

1. Primele doua produse sunt banane si lapte.
2. Ai nevoie de cate o imagine pentru fiecare. In cazul asta e usor: iti imaginezi banane si lapte.
3. Urmatorul pas e sa creezi o scena memorabila. Cateva moduri de a face scenele memorabile sunt: sa creezi imagini exagerate, iesite din comun, amuzante, surprinzatoare. Iar daca vrei sa fii extraninja, poti folosi si mirosuri, gusturi, sau alte senzatii si emotii.

Pentru exemplul nostru, as putea sa-mi imaginez o banana mare cat o femeie, care mulge lapte de la o vaca direct intr-o sticla de Zuzu, Napolact, sau ce brand de lapte preferi.

Dupa ce am vazut cum se leaga doua idei, hai sa trecem la o lista intreaga: banane, lapte, conserva de ton, o rola de scotch, si plasturi

Deja avem prima legatura formata. Acum trebuie sa legam lapte si conserva de ton.

As putea sa-mi imaginez ca iau sticla de lapte sa-mi torn intr-o cana, dar in loc de lapte, din sticla incep sa curga bucatele de ton cu ulei, simt un miros de conserva de peste... bleah.

Urmatoarea legatura - conserva de ton cu rola de scotch. Iau din frigider conserva de ton sa-mi fac un sandwich si aud din interior un sunet ciudat, ca si cum ar fi un obiect inaintu. Cand desfac conserva, inuntru gasesc o rola de scotch pe care sunt desenate multi pestisori.

Rola de scotch cu plasturi. M-am ranit la mana, imi curge sange si iau la repezela o rola de scotch sa-mi bandajez rana, dar apoi ma duc la un cabinet medical unde o asistenta, imi da jos scotch-ul si imi pune un plasure.

In acest fel am creat aceasta lista intr-un mod in care fiecare element aminteste de urmatorul, si asa mai departe.

Pe masura ce practici aceasta metoda, vei putea sa tii minte liste mari de informatii si sa le formezi in timp din ce in ce mai scurt.

Si apropo de practica, incearca si tu chiar acum sa creezi cateva legaturi pentru a memora urmatoarea lista de cuvinte: pepene, ochelari de soare, pâine, muștar, ovăz.

Mai departe la ceva putin mai complex.

## **Idei Abstracte**

Sa zicem ca doresti sa tii minte cele patru componente principale ale creierului.

- Trunchiul cerebral
- Cerbelul
- Diencefalul
- Emisferele Centrale

Acestea nu sunt chestii pe care le poti vizualiza, asa ca vom gasi cate un substitut pentru fiecare. O imagine care sa ne aminteasca automat de cuvantul pe care vrem sa ni-l amintim.

Trunchiul cerebral - Un trunchi de copac

Cerebelul - Cantaretul Cerebel

Diencefalul - "Diana ce faci?"

Emisferele Centrale - Tai o sfera cu drujba si obtin doua (s)emisfere

Povestea care leaga toate elementele:

Ma plimb pe o poienita la marginea unei paduri si vad cum cade un trunchi mare de copac.

Ma duc langa el sa vad ce s-a intamplat si-l vad pe cantaretul Cerebel cu o drujba in mana.

El taiase copacul.

Imediat dupa ce am ajuns eu langa el, apare de nicaieri si masina

padurarilor. Dar din ea coboara lady Diana.

Şocat, Cerebel o întreaba: "Diana... Ce faci?"

Diana ia o bucata taiata de Cerebel din trunchiul de copac si o sculteaza in forma de sfera.

Apoi, ia drujba si o taie pe centru, in doua (s)emisfere.



Metoda Înlanțuirii nu e foarte practica daca vrei sa memorezi liste prea lungi.

Imagineaza-ti ca vrei sa tii minte o lista de 20 de elemente. Daca uiti o singura legatura, e posibil sa nu-ti mai amintesti niciun element care urmeaza dupa acea legatura.

O alta problema poate aparea daca doresti sa memorezi doua liste și cel puțin unul dintre elemente apare în amandoua. Asta va crea confuzie.

Solutia e...

### **Metoda Palatului Memoriei**

Folosind aceasta metoda, chiar daca uiti un element, nu te impiedica in niciun fel sa-ti amintesti restul listei si elimina confuzia ce poate aparea daca ai de tinut minte doua liste care contin elemente comune.

Uite cum functioneaza...

1. Iti imaginezi o locatie geografica pe care o cunosti foarte bine
2. In mintea ta, mergi prin aceasta locatie dintr-un capat in celalalt al ei si observi anumite puncte de referinta (poate fi casa ta, casa copilăriei, drumul spre lucru, un alt itinerariu pe care-l parcurgi des)
3. Pe masura ce intalnesti aceste obiecte, sau puncte memorabile din locatie imaginata, le legi de elementele din lista ta. De exemplu, daca ai ales casa ta, poate observi masuta de cafea. Ai de tinut minte elementul banana si il legi de masuta de cafea. Poate doar vizualizezi o banana pe masuta, sau poti si aici sa adaugi elemente memorabile: culori iesite din comun, o scena fantastica, mirosuri, emotii, senzatii. Asa ca poti sa-ti imaginezi ca banana e la o sedinta foto si incepe sa-si desfacă coaja pe masura ce un fotograf se plimba in jurul mesei si imortalizeaza momentele.
4. Cand ai nevoie sa-ti amintesti, parcurgi din nou acel spatiu si pe masura ce vizualizezi punctele de referinta, iti vei aminti automat elementele din lista

Palatul memoriei e o metoda utila pentru memorarea unor liste lungi si arbitrare de cuvinte.

Ca in cazul metodei înlănțuirii, vei folosi simboluri care sa reprezinte idei abstracte atunci cand ai de memorat o lista ce contine cuvinte de acest gen.

Alt avantaj e ca atunci cand ai de retinut doua liste poti folosi doua locatii diferite, cate una pentru fiecare lista. De exemplu casa ta pentru una dintre ele si drumul catre serviciu pentru cealalta.

Sa vedem si un exemplu complet.

Sa zicem ca am de tinut minte urmatoarea lista de cuvinte: mobil, struguri, mânuși, pepene, vin.

Imi aleg casa mea ca locatie.

Ajung acasa si vad ca usa mea s-a transformat intr-un telefon mobil urias. Dau swipe cu palma si se deschide.

Intru in casa si vad ca pe cuier e insirata o vie plina de struguri delicioși.

Aud un zgomot din sufragerie si intru sa vad ce se intampla.

Pe masuta de cafea doua mânuși au un meci de box.

Le las in pace si ma duc la bucatarie. Cand intru, un pepene sare pe masa ca o minge de baschet.

Apoi observ ceva ciudat in filtrul de cafea. In ibric e un lichid de culoare rosie. Il ridic si simt un miros de vin rosu parfumat.

## Mnemonica pentru a invata cuvinte noi (inclusiv in alte limbi)

Aceasta metoda e folositoare pentru a memora cuvinte noi sau definitii, fie ca inveti o limba straina sau o materie precum anatomia ce contine cuvinte greu de retinut.

Aceasta metoda e rapida, puternica si iti permite sa memorezi usor cuvinte noi.

Cum functioneaza

1. Alege cuvantul pe care doresti sa-l memorezi si complementul sau
2. Foloseste metoda "suna ca" pentru a gasi niste cuvinte usor de vizualizat
3. Creezi o scena memorabila in care legi cuvantul de retinut sau complementul lui de cuvantul usor de vizualizat

Sa zicem ca vrei sa inveti cuvantul obrigado - multumesc in portugheza.

Atunci cand inveti un cuvant nou, vrei sa stii ce inseamna si sa ti-l aduci aminte atunci cand ai nevoie sa-l folosesti in vorbire, la un anumit test, sau in munca ta.

1. Asadar... trebuie sa legam cuvantul obrigado de cuvantul multumesc. In contextul asta, multumesc e complementul lui obrigado.
2. Obrigado - O brigada de muncitori
3. Ajungi acasa intr-o zi si vezi **o brigada** de muncitori care ti-au construit o piscina de vis. Dupa ce-ti revii din soc te duci incântat la ei si le **multumesti**.

## Transformarea informatiilor in povesti

Până la urmă... așa aș putea sa rezum tot secretul mnemonicelor. Povestile sunt cele mai puternice vehicule folosite de stramosii nostri pentru a-si transmite cunostinte, sisteme de valori si secrete din generatie in generatie.

Și cântecele pot fi la fel, sau mai puternice pentru anumite informatii.

Poti considera ca sunt uneltele cel mai bine acordate cu modul de functionare al memoriei noastre având în vedere ca ne sunt alături de milenii.

Asadar, orice informatii abstracte si respingatoare ai de retinut, gaseste un mod amuzant de a te juca cu ele si incearca sa ajungi cumva la o mini-poveste, ca cele din aceste postari de pe Facebook.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=3033585926666958&set=a.291146084244303&type=3&theater>

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=3038491949509689&set=a.291146084244303&type=3&theater>

Am pus doar link-urile ca ş-aşa te-am binecuvântat cu un numar mai lung luna asta.

Si daca tot suntem la referinte, sunt doua carti in limba engleza daca vrei sa devii doctor in mnemonice. Amandoua sunt scrise de campioni la concursuri mnemonice.

1. Moonwalking with Einstein
2. How to learn anything in 48 hours

Cu drag,  
Bogdan Popescu