



NEURO-MEETINGS™

**Jak prowadzić spotkania,
które mają sens i prowadzą do decyzji**





60k/dzień



60k → SPOTIFY

25+ SPOTKANÍ

3 007 x INFO



KONTR-INTUICJA



Public Playlist

Summer Pop Mix

Summer Pop music picked just for you

Made for **Wojciech Mendyka** • 50 songs, 3 hr 12 min

Summer Pop Mix

Play button, Shuffle, Add, Download, and More options icons

#	Title	Album
1	The Sign Music video • Ace of Base	The Sign
2	Heartbeats The Knife	Deep Cuts
3	Safe and Sound Capital Cities	In A Tidal Wave of Mystery
4	Soak Up The Sun Music video • Sheryl Crow	C'mon, C'mon
5	Alright - Remastered 2013 Music video • Jamiroquai	Travelling Without Moving (Remastered)
6	CAN'T STOP THE FEELING! (from DreamWorks Animation's "TROLLS") Music video • Justin Timberlake	CAN'T STOP THE FEELING! (from DreamWorks Animation's "TROLLS")
7	Paradise Music video • George Ezra	Staying at Tamara's
8	Busy Earnin' Music video • Jungle	Jungle



NEURO-MEETINGS

Jak prowadzić spotkania, które mają sens i prowadzą do decyzji



VS





#ZAANGAŻOWANIE



ZAANGAŻUJ
W PRZĘKAZ



#ZAPAMIĘTANIE



DAJ IM
ZAPAMIĘTAĆ



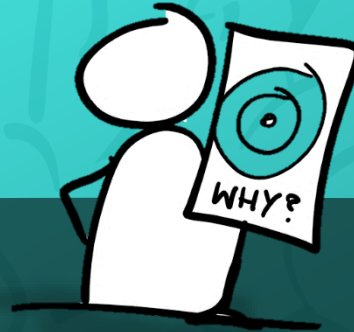
#ZAINTERESOWANIE



ZŁAP
UWAGĘ

ZAANGAŻUJ W PRZEKAZ

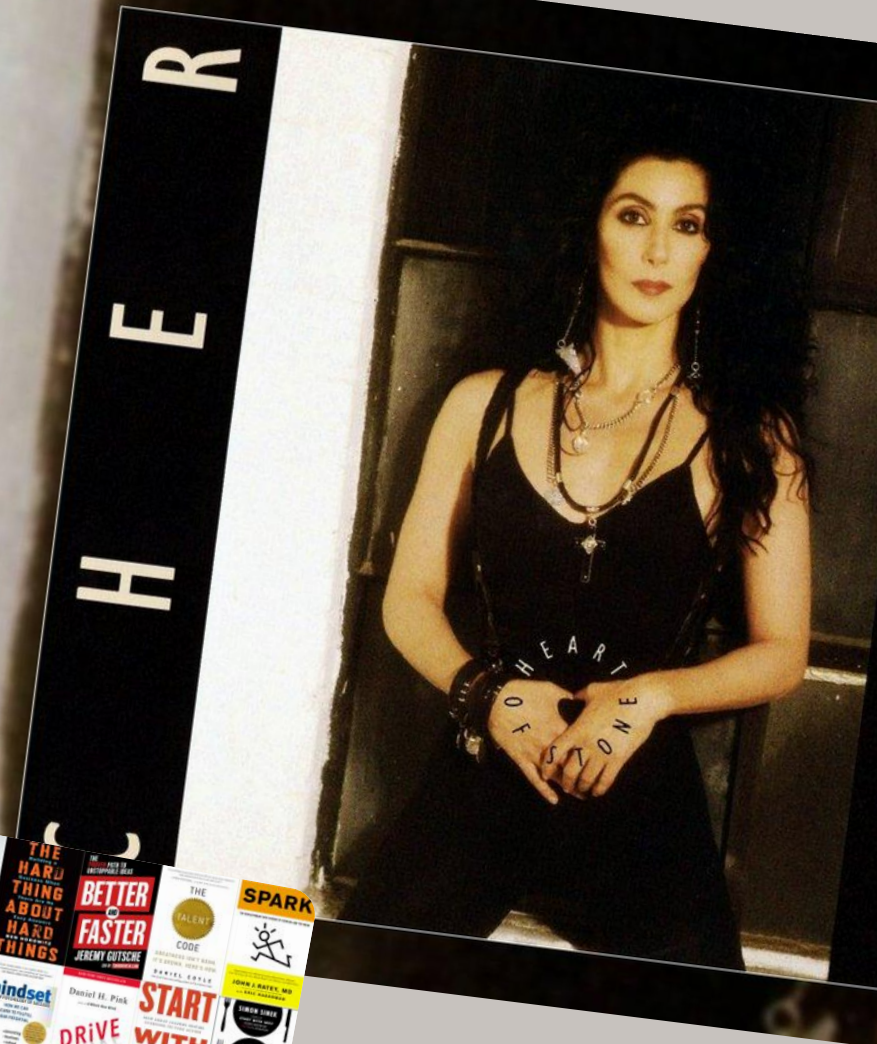
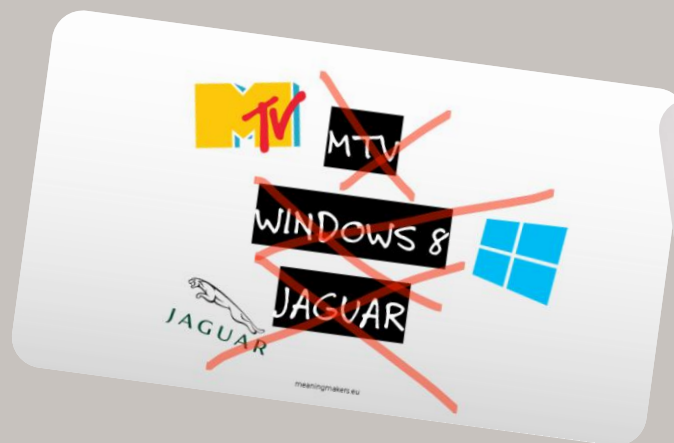
„Po co tu jestem?”



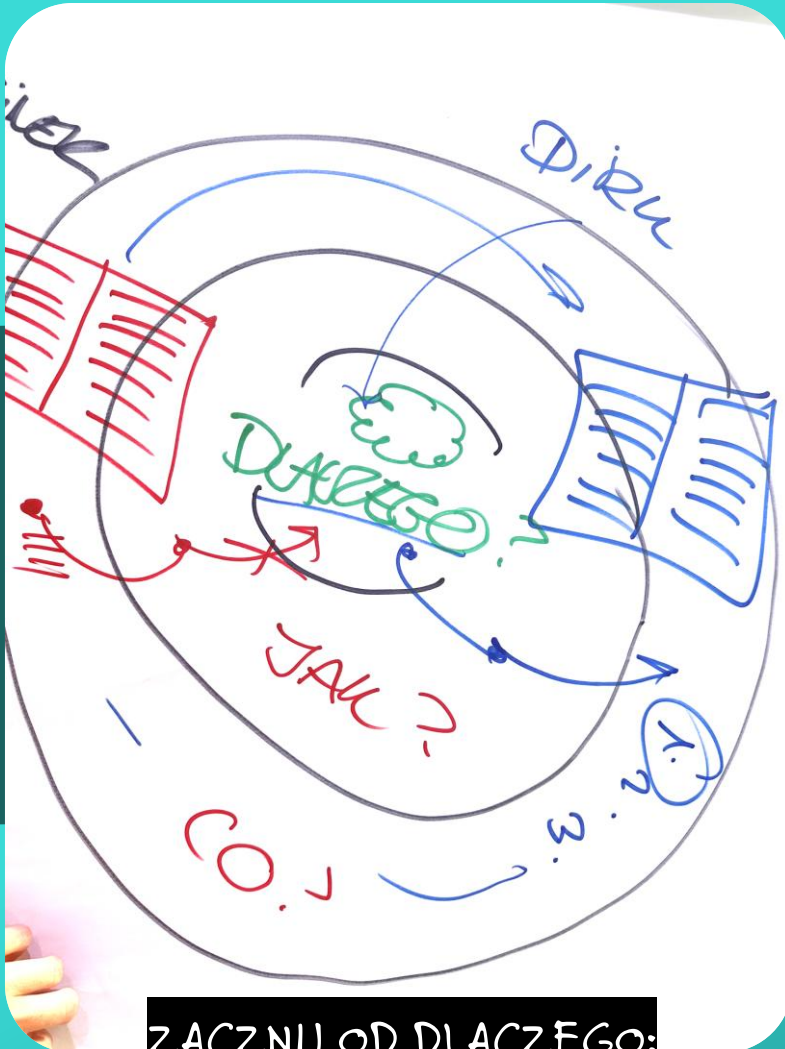
„Czy to ważne?”

„Czy mnie to obchodzi?”

ZNACZENIE

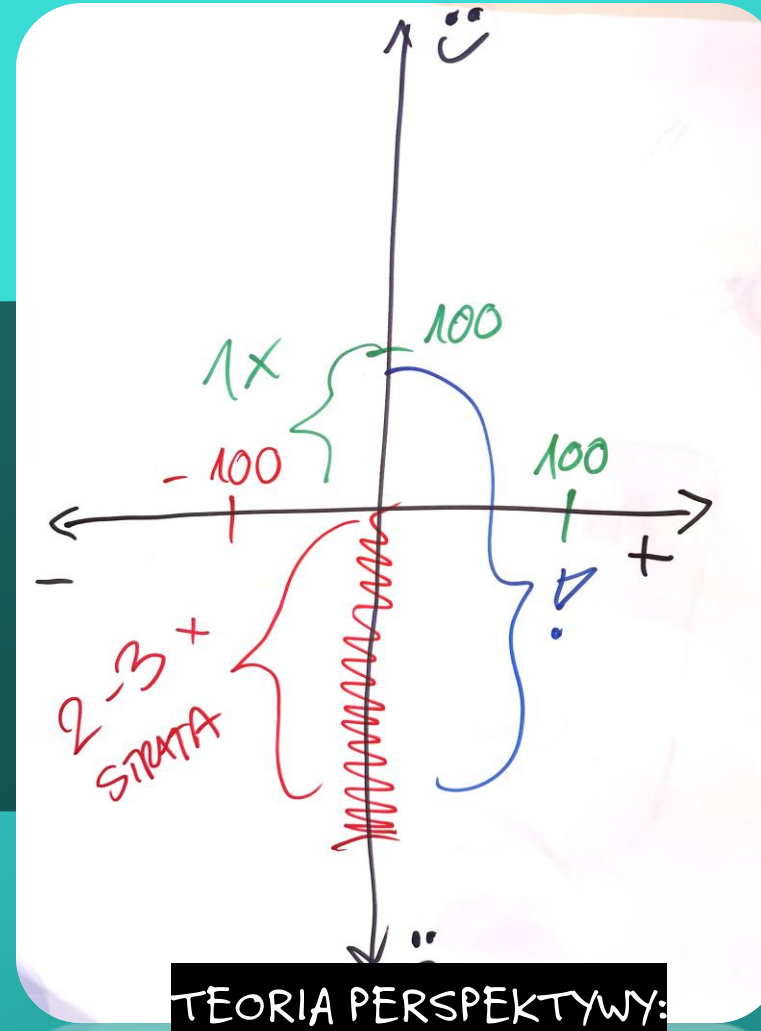


KLUCZOWA IDEA #1: ZAANGAŻOWANIE W PRZEKAZ



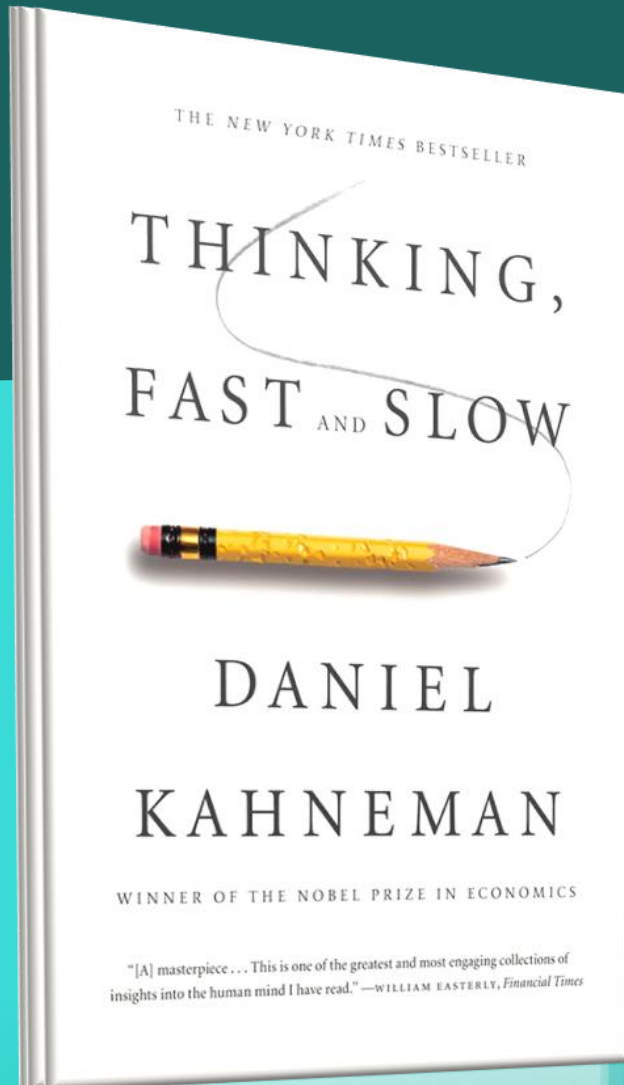
ZACZNIJ OD DLACZEGO:

Kolejność komunikacji jest kluczowa – odwróć ją.



TEORIA PERSPEKTYWY:

Jeśli pokazujesz tylko zysk – tracisz wpływ i siłę przekazu.



„Reakcja na straty jest silniejsza niż
reakcja na odpowiadające im zyski.”

- Daniel Kahneman – laureat Nobla, ekonomista behawioralny

"Prospect theory: an analysis of decision under risk,"

1

2

3

4

Let's take back control



Vote Leave



91% 

ZAANGAŻOWANIE...



1. INFORMACJA TO NIE INSPIRACJA - DO SŁUCHANIA, DZIAŁANIA CZY PRZEMYŚLENIA. **DLACZEGO TO WAŻNE?**
2. ZACZNIJ Z WIZJĄ KOŃCA. CO MAJĄ ZROBIĆ, ZAPAMIĘTAĆ, JAK SIĘ CZUĆ - **PO WYSŁUCHANIU PRZEKAZU?**
3. POCZĄTEK JEST NAJWAŻNIEJSZY. OD RAZU NADAWAJ NA FALACH WII.FM. **JAKI JEST PROBLEM? JAKIE RYZYKO?**
4. MÓZG REAGUJE NA TO CO NOWE I NIEBEZPIECZNE - **JAKI JEST NOWY PROBLEM? JAK NA NICH WPŁYWA?**
5. STRATA GENERUJE 2-3x WIĘKSZĄ MOTYWACJĘ NIŻ ZYSK. **POKAŻ RYZYKO W BRAKU DZIAŁANIA.**
6. ODBIORCA W CENTRUM. NIE RECYTUJ CV BY ZBUDOWAĆ AUTORYTET. **ZRÓB TO POPRZECZ DOBRY PRZEKAZ.**



ZAANGAŻUJ
W PRZĘKAZ

NASTĘPNYM RAZEM...

1. NIE ZAKŁADAJ, ŻE WIEDZĄ DLACZEGO
2. POKAŻ ZNACZENIE – Z ICH PERSPEKTYWY, NIE TWOJEJ
3. WPROWADŹ „EMOCJĘ” – STRATA, CIEKAWOŚĆ, SPRAWCZOŚĆ



DAJ IM ZAPAMIĘTAĆ

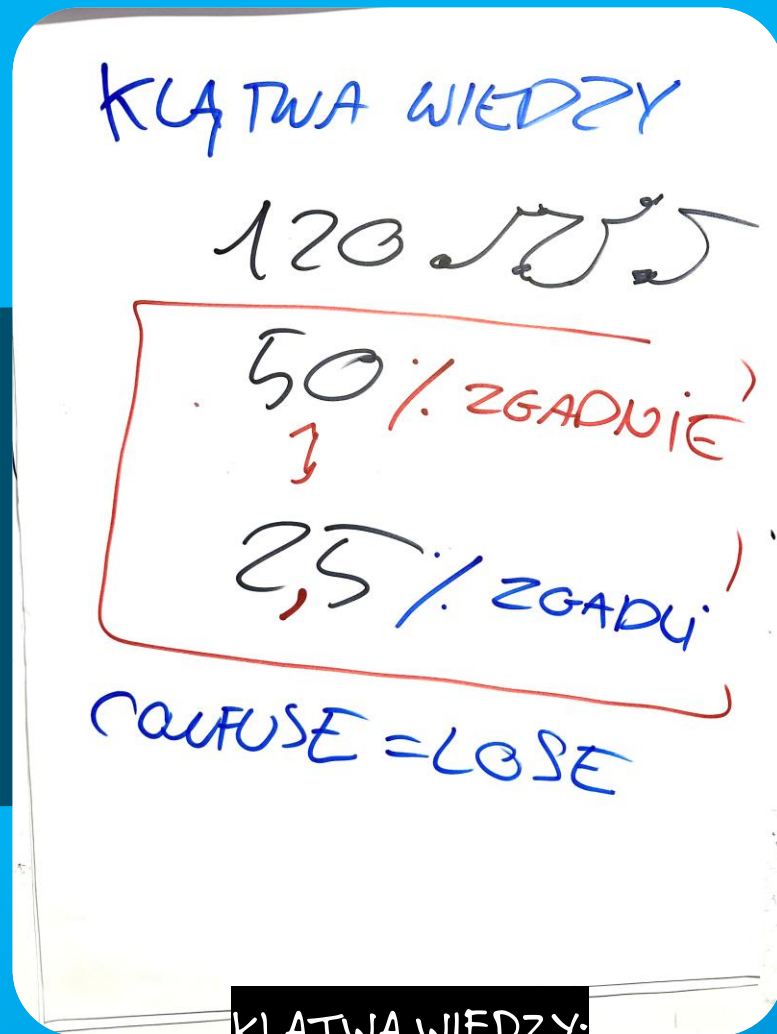
„Mam to zapamiętać?”



„O co tu chodzi?”

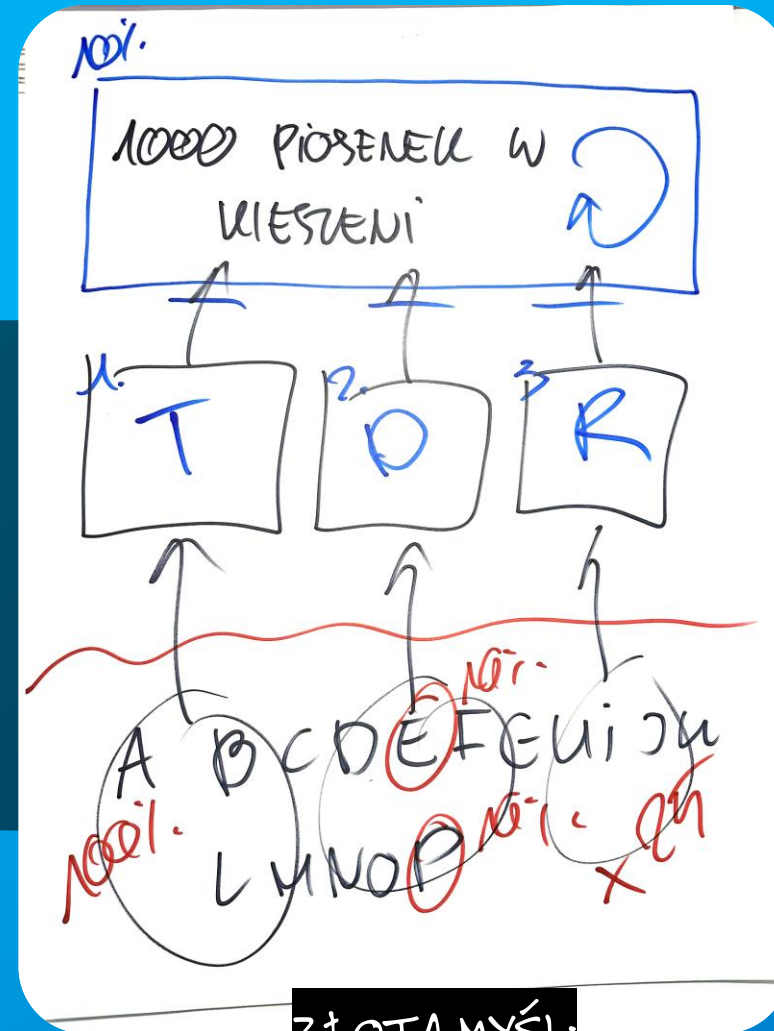
„Co jest w tym najważniejsze?”

KLUCZOWA IDEA #2: ZAPAMIĘTANIE PRZEKAZU



KLĄTWA WIEDZY:

Przeceniasz wiedzę odbiorców – i niedoceniasz własnej.



ZŁOTA MYŚL:

Wybierz 10% przekazu, którego nie mogą zapomnieć i wracaj do niego.

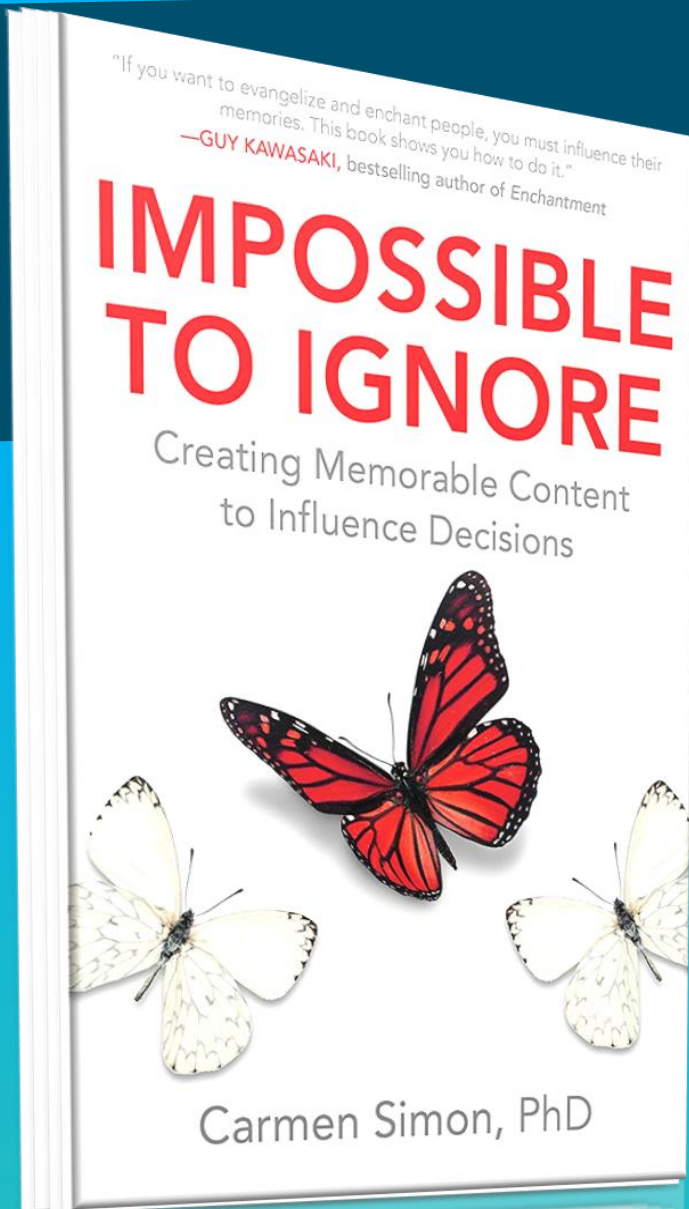
KLĄTWA WIEDZY



FAKT: **wszyscy cierpimy na klątwę wiedzy**

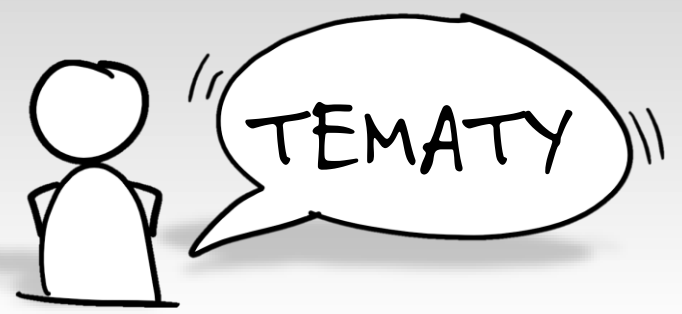
Jest to błąd poznawczy, który pojawia się, gdy jednostka, komunikując się z innymi osobami, nieświadomie **zakłada, że inni mają podstawy do zrozumienia** o czym mówi. Powoduje to **trzy kluczowe błędy w przekazie**:

- ① **ZA DUŻO INFORMACJI** (slajdów, bulletów, słów, przykładów)
- ② **Z TWOJEGO PUNKTU WIDZENIA** („ja/my/nasza firma... możemy, pomożemy, robimy...”)
- ③ **BEZ POWTARZANIA NAJWAŻNIEJSZEGO** (brak silnego motywu przewodniego
rozwadnia całość)



Ludzie podejmują decyzje na
podstawie tego, o czym pamiętają, a
nie tego, o czym zapomną.

— Carmen Simon, PhD, Neuroscientist



- Aktualizacja budżetu Q3
- Feedback klienta z ostatniej iteracji
- Planowanie spotkań zespołowych na przyszły miesiąc
- Omówienie nowego narzędzia do zarządzania zadaniami
- Problemy z jakością kodu w ostatnim release
- Ustalanie deadline'ów na Q4
- Retrospektywa po zakończonym sprincie
- Prezentacja nowego designu UI
- Dyskusja o nowej strategii marketingowej

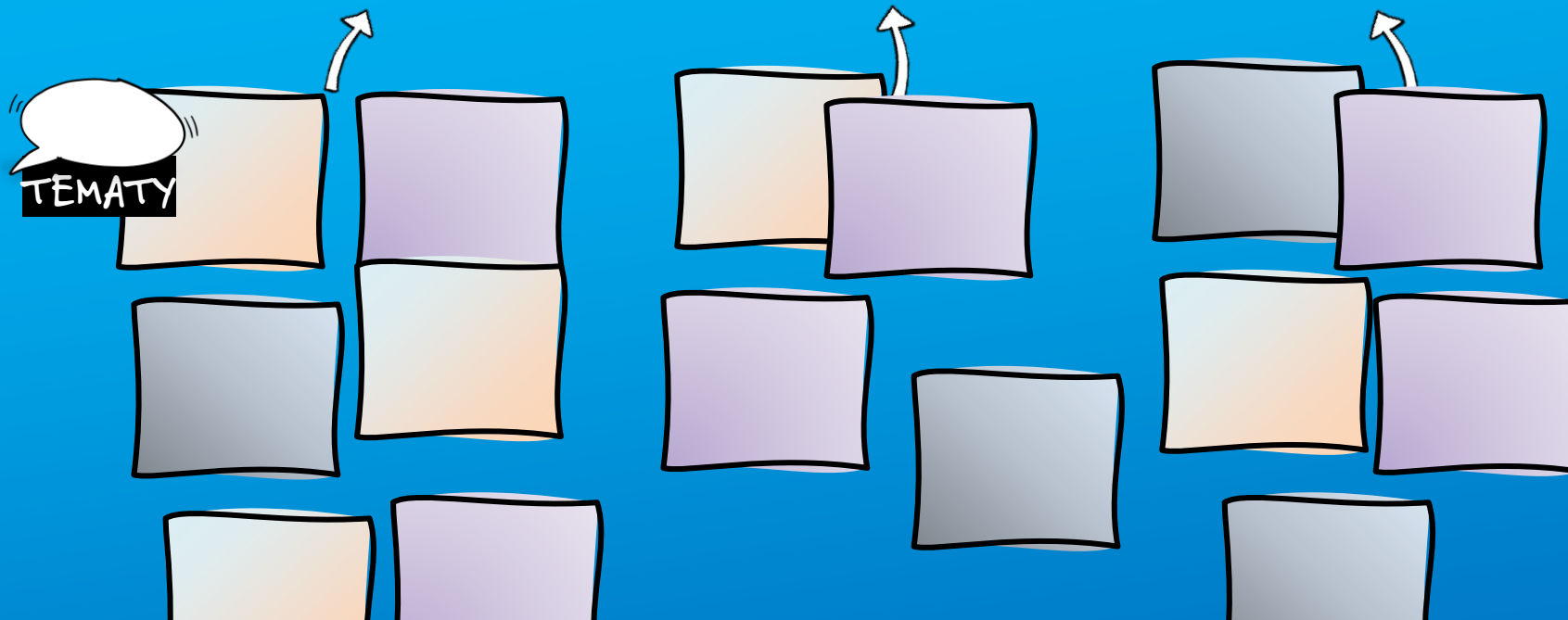
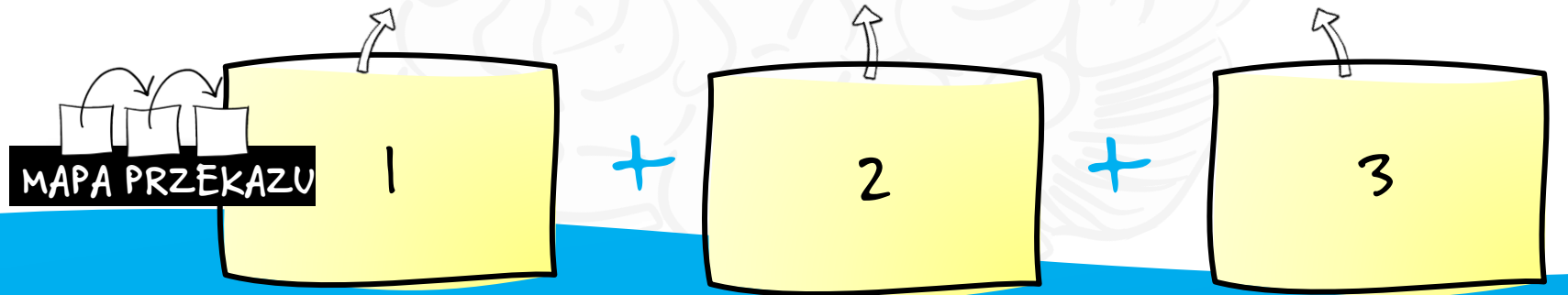
THE WHITE STRIPES

SEVEN NATION ARMY

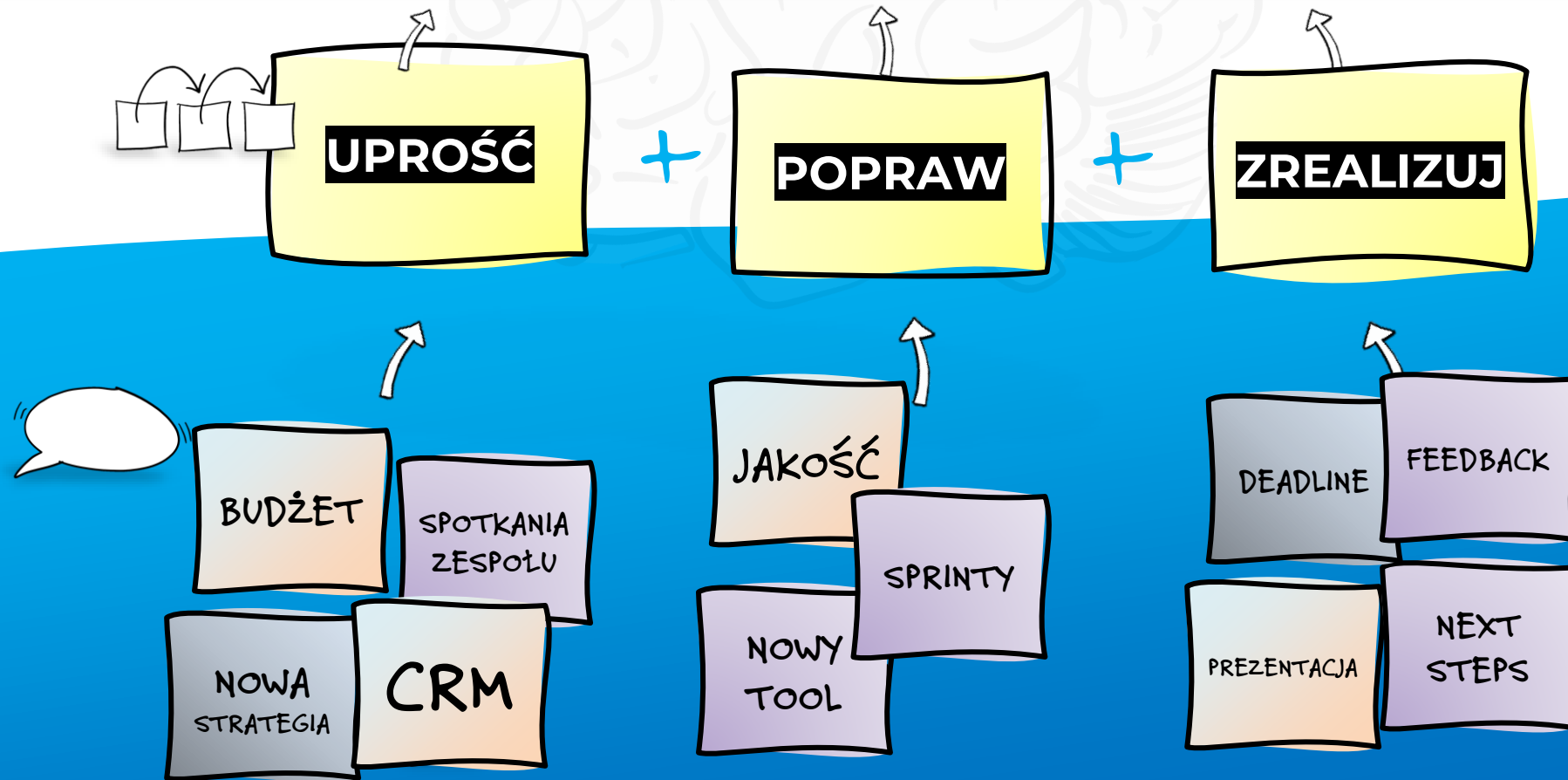
770 MLN



ZŁOTA MYŚL



UŁATW SOBIE PRACĘ W Q4





ZAPAMIĘTANIE...

1. MNIEJ ZNACZY WIĘCEJ. KTÓRE SLAJDY MOŻESZ OPUŚCIĆ BEZ WPŁYWU NA TWÓJ PRZĘKAZ?
2. WARTOŚĆ LEŻY W KONTRAŚCIE. CZY TWÓJ SLAJD ZE ZŁOTĄ MYŚLĄ WIDOCZNIE ODRÓŻNIA SIĘ OD RESZTY?
3. PUNKTY WSPIERAJĄCE. W JAKI SPOSÓB MOŻESZ WIZUALNIE POŁĄCZYĆ SVOJE GŁÓWNE PUNKTY ZE ZŁOTĄ MYŚLĄ?
4. TWÓJ SLAJD ZE ZŁOTĄ MYŚLĄ - GDZIE GO UMIEŚCISZ? DLACZEGO TYLKO W TRZECH MIEJSCACH?
5. BĄDŹ JAK BANKSY. JAKIE ZASADY TWOICH TYPOWYCH PREZENTACJI MOŻESZ ZŁAMAĆ?
6. CONFUSE = LOSE. CZY TWOJA ZŁOTA MYŚL WYRAŹNIE POKAZUJE WARTOŚĆ? CZY TO MA DLA NICH ZNACZENIE?



#ZAPAMIĘTANIE



DAJ IM
ZAPAMIĘTAĆ

NASTĘPNYM RAZEM...

1. USTAL ZŁOTĄ MYŚL I WRACAJ DO NIEJ
2. POGRUPUJ TEMATY – POKAŻ POWIĄZANIA
3. MNIEJ ZNACZY WIĘCEJ – „JASNA IDEA, SILNE PUNKTY.”



ZŁAP UWAGĘ

„Czy to ciekawe?”



„Słuchać dalej?”

„Spojrzeć już na telefon?”

KLUCZOWA IDEA #3: ZAINTERESOWANIE I UTRZYMANIE UWAGI



HAMAK UWAGI:

To prawdopodobny wykres uwagi
– jeśli pominiesz ludzkie instynkty.

UNIKAJ PRYZYWYCZAJENIA:

Mózg szuka bezpieczeństwa – pokaż
mu coś czego nie widział i zilustruj
konsekwencje braku uwagi.

WYZWAŁACZE UWAGI:

7 bodźców, których ludzki mózg
nie może zignorować.

LUDZIE W LATACH 90., KIEDY ROBOTYCZNY GŁOS POWTARZA
„AROUND THE WORLD” 130 RAZY Z RZĘDU



DAFT PUNK

?????????

JAK MOŻESZ TEGO UNIKNAĆ
NA SWOICH SPOTKANIACH?

70%



100%

WYZWALACZE UWAGI

20%

WYZWALACZE UWAGI

PROSTOTA

EMOCJE

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

WIZUALIZACJA

KONTRAST

KONKRETY

70%

100%



PIERWSZE I OSTATNIE

114-126



WYZWALACZE UWAGI

TWOI ODBIORCY

TWOJE SPOTKANIE



ŚMIERĆ

CRIME SCENE DO NOT CROSS



PRZEZ

CRIME SCENE DO NOT CROSS

CRIME SCENE DO NOT CROSS

POWERPOINT'A

PRZEMYŚL TO...



FAKT: oni czytają szybciej **niż Ty potrafisz mówić.**

FAKT: ludzie nie mogą jednocześnie **czytać i słuchać.**

FAKT: mózg stale szuka nowości i **poświęca mniej uwagi temu, co już wie.**

JAK TO WPŁYNIE NA TO JAK PRZEDSTAWISZ TWÓJ PRZĘKAZ?

ZAINTERESOWANIE...



1. LUDZIE CZYTAJĄ SZYBCIEJ, NIŻ TY MÓWISZ. **NIE POKAZUJ IM WSZYSTKIEGO.**



2. NIE DA SIĘ JEDNOCZEŚNIE CZYTAĆ I SŁUCHAĆ. **OGRANICZ TO CO MOGĄ PRZECZYTAĆ.**



3. JEŚLI WSZYSTKO ROZGRYŻĄ - STRACĄ ZAINTERESOWANIE. **TRZYMAJ ICH W NIEPEWNOŚCI.**



4. STWÓRZ POCZUCIE POSTĘPU. **ZBUDUJ HISTORIĘ PRZED NIMI.**



5. RESETUJ UWAGĘ. POWTARZALNY BODZIEC **ZAWSZE PROWADZI DO HAMAKA.**



6. ZASKOCZENIE I NIEPEWNOŚĆ TWORZĄ NAPIĘCIE. **TAKŻE W TOBIE. ZARZĄDZAJ TYM.**



7. UCZ SIĘ OD NETFLIXA. PRZEŁAM WZÓR **OCZEKIWANY PRZEZ MÓZG.**



8. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE MOGĄ UCZYĆ ZAANGAŻOWANIA. **PRZYNIEŚ NAGRODY, NIE TEMATY.**



9. NIENAWIDZIMY TRACIĆ TO CO MAMY. CZY ISTNIEJE RYZYKO, **KTÓRE MOŻESZ PODKREŚLIĆ?**



#ZAINTERESOWANIE



ZŁAP
UWAGĘ

NASTĘPNYM RAZEM...

1. WYKORZYSTAJ POCZĄTEK - POKAŻ
„NEW” + „KILL”
2. PODBIJAJ UWAGĘ - WYKORZYSTAJ
WYZWALACZE
3. LOGIKA I FORMA TWOJEGO PRZEKAZU
NIE WYSTARCZY



#ZAANGAŻOWANIE



ZAANGAŻUJ
W PRZEKAZ



#ZAPAMIĘTANIE



DAJ IM
ZAPAMIĘTAĆ



#ZAINTERESOWANIE



ZŁAP
UWAGĘ



Ponad 25 krajów, 15 lat i klienci z listy Fortune 500.

Wojtek współpracuje z największymi i najlepszymi w swoich branżach, pomagając liderom, ekspertom i zespołom sprzedażowym w budowaniu skutecznych, opartych na nauce strategii komunikacji.

Założyciel i główny trener w Meaning Makers®, gdzie uczy, jak uzyskiwać wyniki za pomocą kontr-intuicyjnej komunikacji - w przywództwie, w prezentacji, sprzedaży lub negocjacjach - poprzez kształtowanie przekazu, który skutecznie komunikuje wartość i wpływa na decyzje.

Przez lata współpracował m.in. z Google, Amazon, EY, Deloitte, Philips, BD, Salesforce, UPS, ING, Electrolux, ExxonMobil, BT, Continental, Pfizer, Capgemini, mBank, PKO i wieloma innymi.

Wojtek jest wykładowcą MBA na dwóch uczelniach, współpracuje także z MIT Sloan Management Review oraz NeuroLeadership Institute.

DLACZEGO TERAZ? Bo dziś nie brakuje informacji – brakuje zrozumienia

PRZELADOWANIE INFORMACJAMI



25+ spotkań tygodniowo, brak decyzji i rosnące zmęczenie uwagą – to dziś jeden z głównych **kosztów współpracy**.

(Źródło: dane Meaning Makers, 2024)

ZMĘCZENIE DECYZJĄ



70% ludzi deklaruje przeciążenie decyzjami i zaczyna **odkładać je na później** lub wraca do status quo.

(The Sales Collective, 2023)

NIERÓZWIĄZANE KONFLIKTY



85% pracowników **doświadcza konfliktów** w pracy, ale tylko **29%** czuje się komfortowo, by o nich **otwarcie rozmawiać**.

(CIPD & O.C. Tanner Institute, 2023)

OPÓR PRZED ZMIANĄ



Gotowość pracowników do **wspierania zmian** spadła o **50%** w ciągu ostatnich 7 lat. Zmęczenie **ciągłą transformacją** obniża otwartość, zaufanie i tempo wdrażania nowych inicjatyw.

(Gartner HR Change Fatigue Survey, 2022)

BRAK JASNOŚCI



Organizacje tracą średnio **7h** tygodniowo na **nieefektywną komunikację** wewnątrz zespołów. To równowartość prawie jednego dnia pracy na osobę – **tygodniowo**.

Źródło: Grammarly Business x Harris Poll, 2023

WYPALENIE I PRZECIĄŻENIE

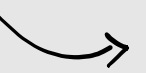


44% pracowników doświadcza codziennego **stresu** w pracy, a ponad **50%** liderów HR wskazuje **wypalenie zespołów** jako największe ryzyko dla organizacji w 2025 roku

Źródło: Gallup, State of the Global Workplace 2023

Twój zespół nie potrzebuje więcej komunikacji.

Potrzebuje kontr-intuicyjnej i skutecznej komunikacji.





Różne rozmowy. Ten sam język – język mózgu i działania.

Modułowe programy rozwoju kompetencji komunikacyjnych, opartych na tym, jak działa ludzki mózg.

Wybierz Wasz program Meaning Makers:

NEURO-MEETINGS™

Twórz spotkania, które zostają w głowie – nie w kalendarzu.
Prowadź rozmowy, które angażują, zamiast męczyć.

COMMUNICATION & COOPERATION™

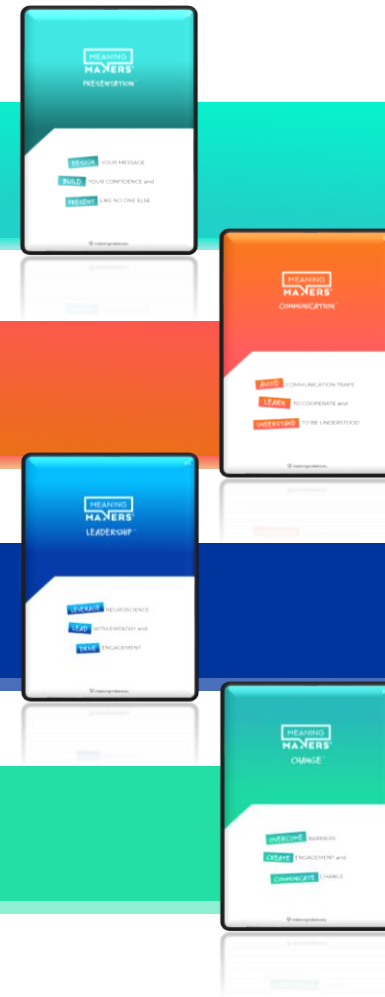
Rozmawiaj tak, by ludzie słyszeli więcej niż słowa.
Odzyskaj wpływ w rozmowie i buduj zaufanie w zespole.

NEURO-LEADERSHIP™

Prowadź ludzi przez wpływ, nie przez kontrolę.
Buduj bezpieczeństwo, zaangażowanie i decyzyjność.

CHANGE-MAKING™

Komunikuj i zmieniaj razem z ludźmi, nie przeciwko nim.
Prowadź ludzi przez zmianę z ciekawością, nie z oporem.



KĄŻDY Z PROGRAMÓW MOŻESZ ŁĄCZYĆ I ROZWIJAĆ W ELASTYCZNE ŚCIEŻKI DOPASOWANE DO ZESPOŁU.





Różne rozmowy. Ten sam język – język mózgu i działania.

Modułowe programy rozwoju kompetencji komunikacyjnych, opartych na tym, jak działa ludzki mózg.

Wybierz Wasz program Meaning Makers:

INFLUENCE BY DESIGN™

Zwiększ swój wpływ na decyzje innych w kluczowych momentach.
Projektuj rozmowy decyzyjne zamiast eskalować argumenty i naciskać.

NEURO-SELLING™

Sprzedawaj tak, jak działa mózg – nie jak działa proces.
Zacznij prowadzić rozmowy, która zmieniają decyzje.

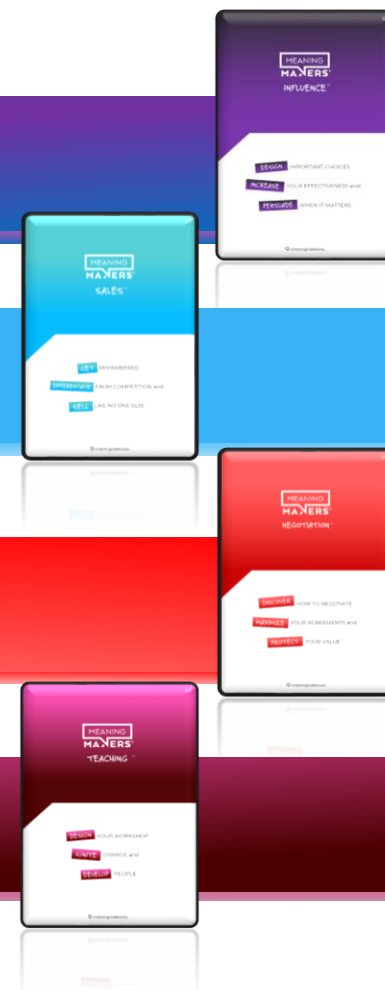
SITUATIONAL NEGOTIATIONS™

Negocjuj mądrze. Reaguj elastycznie. Wygrywaj wspólnie.
Wykorzystaj napięcie jako siłę współpracy, nie konfliktu.

TRAIN THE TRAINER™

Ucz innych tak, by widzieli sens – i chcieli się uczyć.
Projektuj proces uczenia, który buduje zaangażowanie i zapamiętywanie.

KAŻDY Z PROGRAMÓW MOŻESZ ŁĄCZYĆ I ROZWIJAĆ W ELASTYCZNE ŚCIEŻKI DOPASOWANE DO ZESPOŁU.





94%

Uczestników warsztatów jest **zadowolonych z modułowego procesu** nauczania, który oferujemy

9,36/10

To średnia **ocena uczestników** różnych warsztatów Meaning Makers

95%

Uczestników programów Meaning Makers **poleciłoby warsztaty** swoim znajomym lub współpracownikom z firmy

Zainwestuj w rozwój, który zostaje **w głowie** — nie w kalendarzu.



hello@meaningmakers.eu



[+48 725 133 699](tel:+48725133699)



<http://www.meaningmakers.eu>

Skontaktuj się z nami i zaplanuj **kolejny krok.**

ZASUBSKRYBUJ NEWSLETTER



click!

...I ŚLEDŹ NAS NA



Rozwój oparty na neuronauce. Zaprojektowany pod realne decyzje.