

Ky dokument nuk është prova. Prova janë bajtët e ruajtur: HTML-ja e faqes, pamja e saj, dhe zinxhiri i hash-eve që i lidh. Kjo dëshmi është paraqitja e tyre, e prodhuar automatikisht. Verifikohet me kodin më poshtë **pa na pyetur ne**.

ARTIKULLI

TITULLI	Si të mbeteni në mendjen e të tjerëve, 6 këshilla nga neuroshkenca
ADRESA	https://boldnews.al/2026/10/01/si-te-mbeteni-ne-mendjen-e-te-tjereve-6-keshilla-nga-neuroshkenca/
BURIMI	boldnews.al
GJENDJA	online

KOHA

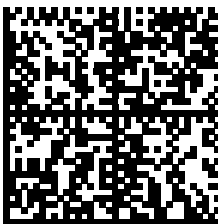
KAPUR NGA NE	1 tetor 2026, 18:30:34 UTC <i>Dritarja jonë e pasigurisë: ± 300 s — intervali me të cilin e kontrollojmë këtë burim.</i>
DEKLARUAR NGA PORTALI	1 tetor 2026, 18:26:33 UTC <i>Koha e deklaruar vjen nga pala që po vlerësohet. Ora jonë nuk preket prej saj, dhe të dyja shfaqen këtu të ndara.</i>

HASH-ET · SHA-256

PËRMBAJTJA	8cf652f6a6244e6a4086b139326b0b6d43639070b4d9f50ae9aaa7a43d8868c3
TEKSTI	c7904f0ff57b724bf2729f341d11d6779800139274c4cdb1d43f9ca0a8890f4a
PAMJA	32b0e48ddf9029786eb135dd169898ca2d1abefeead30332e6e4b624e5b7433c

ZINXHIRI I PROVËS

KJO HYRJE	fe969fe95bb7fb9c0d9854797110880b400bd96babb4e3cf0b7de59be69242f3
E MËPARSHMJA	—
RRËNJA MERKLE	—
ANKORIMI	nuk është ankoruar ende <i>Kjo hyrje nuk është përfshirë ende në asnjë pemë Merkle të dërguar. Zinxhiri i hash-eve provon rendin dhe integritetin; koha jo.</i>



SKANOJE PËR TA VERIFIKUAR

Kodi të nxjerr te eksploruesi i STAMLES. Ai regjistër nuk është yni: nëse serveri ynë bie nesër, vula mbetet aty ku është.

Faqja tregon njërën nga tri gjendjet — **nuk u gjet, në radhë**, ose **e konfirmuar** me bllokun, rrënjën Merkle dhe transaksionin në Polygon. Krahazo hash-in që gjen atje me atë të shtypur më lart: nëse përputhen, kjo kapje ekzistonte para asaj ore, dhe ne nuk mund ta kishim ndryshuar pas saj.

<https://scan.stamles.eu/verify/fe969fe95bb7fb9c0d9854797110880b400bd96babb4e3cf0b7de59be69242f3>

PAMJA E FAQES

Renderuar nga HTML-ja jonë e ruajtur, jo nga rrjeti. **Riprodhon kopjen tonë, jo pamjen e atëhershme:** stilet dhe imazhet e largëta mund të mos ekzistojnë më ose të kenë ndryshuar.

Motori: chromium-stored+assets · dritarja 1280×1024 px

Fillimi > NDRYSHE

Si të mbeteni në mendjen e të tjerëve, 6 këshilla nga neuroshkenca

20:26 : 01/10/2026 në NDRYSHE



Lexo edhe:

Skema mashtruese me mesazhe telefonike në emër të Postës, ekspertët: Mos klikoni linqe të dyshimta

Rikthehen kontaktet e vjetra/ Katër shenjat e horoskopit që do marrin një urim të papritur për festa

Mjafton të dëgjoni emrin Coca-Cola dhe mendja sjell menjëherë një sërë imazhesh: ngjyrën e kuqe, shishen karakteristike apo një reklamë që keni parë vite më parë. Sipas neuroshkencëtarit A.K. Pradeep, diçka e ngjashme ndodh edhe me njerëzit.

Kur dikush dëgjon emrin e një drejtuesi, sipërmarrësi apo profesionisti që njeh, në mendje aktivizohen lidhje të krijuara nga ato që ka parë, dëgjuar apo lexuar më parë për të.

Pradeep, themelues i kompanisë së neuromarketingut NeuroFocus, e blerë më pas nga Nielsen, dhe aktualisht drejtues i Sensori.ai, i quan këto lidhje “struktura të kujtesës”. Për drejtuesit, kjo do të thotë se çdo postim, intervistë, koment apo dalje publike ndikon në mënyrën se si të tjerët i perceptojnë dhe i kujtojnë.

Kompanitë shpenzojnë shumë para për t’u dhënë markave personalitet dhe karakter njerëzor.

Një drejtues e ka këtë avantazh natyrshëm: ka fytyrë, zë, histori dhe përvojë. Por për ta shndërruar këtë në një markë personale të dallueshme, disa elemente janë veçanërisht të rëndësishme.

Përsëritni temat me të cilat doni të identifikoheni

Të flasësh vazhdimisht për disa tema nuk do të thotë të bëheni të mërzitshëm. Përsëritja ndihmon audiencën të krijojë lidhjen mes emrit tuaj dhe një fushe të caktuar.

Nëse sot komunikoni për teknologjinë, nesër për motivimin dhe më pas për një temë krejt tjetër, identiteti bëhet më i paqartë.

Krijoni diçka që ju dallon

TË GJITHA



Si të mbeteni në mendjen e të tjerëve, 6 këshilla nga neuroshkenca

20:26 : 01/10/2026



Skandali i videove intime/Gazetarja: Ai nuk mohoi se e kishte vendosur kamerën

20:14 : 01/10/2026



BE bie dakord të ndajë 50 miliardë dollarë për Ukrainën

19:56 : 01/10/2026



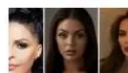
Harta që zbulon aleancat e errëta në Britani: Si shqiptarët u futën në zemër të tregut të drogës

19:39 : 01/10/2026



Pankartat ironike për Ramën: Me BE-në flet për progres, me Belën bën rezistencë

19:21 : 01/10/2026



Videot intime tronditën rrjetin, pas Aurela Gaçes reagojnë Fifi dhe Rozana: Nuk jemi në videot që qarkullojnë

19:06 : 01/10/2026



Muzeu i Luvrit forcon sigurinë, nis rinovimin 1.1 miliardë euro

18:50 : 01/10/2026

Ne një mjedis të mbushur me permbajtje, mesazhet e pergjithshme harrohen shpejt.

Një këndvështrim i veçantë, një mënyrë karakteristike komunikimi apo një histori personale mund të krijojë një pikë referimi. Qëllimi nuk është të jeni ndryshe me çdo kusht, por të jeni lehtësisht të dallueshëm.

Emocionin në komunikim

Truri nuk i trajton të gjitha informacionet njësoj. Përmbajtja që shkakton kuriozitet, habi, kënaqësi apo një reagim tjetër emocional ka më shumë mundësi të mbahet mend.

Për drejtuesit kjo nuk nënkupton dramatizim, por komunikim më njerëzor, ku faktet lidhen me histori dhe përvoja konkrete.

Mesazh i thjeshtë

Sa më shumë ide përpiqeni të komunikoni njëkohësisht, aq më e vështirë bëhet për audiencën të kuptojë se çfarë përfaqësoni.

Një markë personale e fortë zakonisht lidhet me disa ide të qarta. Nëse njerëzit nuk mund ta përmbledhin lehtësisht atë që përfaqësoni, vështirë se do ta kujtojnë.

Jini të qëndrueshëm

Marka personale nuk krijohet nga një postim që bëhet viral. Ajo ndërtohet me kalimin e kohës.

Temat, toni dhe mënyra e komunikimit duhet të krijojnë një identitet të dallueshëm. Çdo dalje publike shton një element tjetër në atë që Pradeep e quan “strukturë të kujtesës”.

Përdorni avantazhin që kompanitë nuk e kanë

Markat përpiqen vazhdimisht të duken më njerëzore. Drejtuesit dhe sipërmarrësit janë tashmë njerëz, ndaj nuk kanë pse të shpikin një personalitet artificial.

Përvoja profesionale, gabimet, mësimet dhe mënyra personale e të menduarit mund të krijojnë një lidhje që një korporatë e ka shumë më të vështirë ta ndërtojë.

Në një kohë kur platformat dhe algoritmet ndryshojnë vazhdimisht, sfida nuk është vetëm të tërhiqni vëmendjen. Më e rëndësishme është se çfarë u vjen njerëzve në mendje kur dëgjojnë emrin tuaj./ **Monitor**

Etiketa: avantazh komunikime mesazhe neuroshkenca sipërmarrësi

Lajme të lidhura



Skema mashtruese me mesazhe telefonike në emër të Postës, ekspertët: Mos klikoni linqe të dyshimta

20:07 : 03/02/2026



Rikthehen kontaktet e vjetra/ Katër shenjat e horoskopit që do marrin një urim të papritur për festa

19:25 : 25/12/2025



Gjenden në bregun australian mesazhet në shishe të dy ushtarëve të Luftës së Parë Botërore

19:46 : 29/10/2025



Pedofili “guximtar” kapet mat duke paguar hotelin ku kishte ftuar “13-vjeçaren”

22:53 : 19/09/2025



Shembjet në Theth, sipërmarrësi: Nuk e lëshoj tokenë pa gjak, do ndërtoj sërish

21:29 : 12/07/2025



KUJDES! Ky mesazh që u vjen në celular është mashtrim, u vjedhin të dhënat bankare

13:48 : 10/07/2025



RRETH NESH

Boldnews.al mbetet zgjedhja e parë për një lexues i cili kërkon të informohet me saktësi për një lajm. Misioni jonë kryesor është paanshëmëria dhe profesionalizmi dhe për këtë janë të punësuar gazetarët më të mirë në tregun mediatik.

Na kontakto:

NA NDIQ



Pamja këtu është e ri-koduar për ta futur në dokument. Artefakti autoritar është skedari WebP i ruajtur, dhe hash-i i tij është ai i shtypur te faqja e parë — pra dallimi është i verifikueshëm, jo i fshehur.