

**С какими запросами мы чаще всего имеем дело здесь, в России? Здесь - рейтинг наиболее частых обращений.**

1. Профориентация ребенка, подростка от 15 лет до 21 года. Большинство людей озабочено этим вопросом, поэтому активно обращаются с ним к гравиологу.

2. Отношения в паре: как гармонизировать эти отношения, улучшить. Насколько потенциальные партнеры совместимы, чтобы вступить в брак. Часто это и отношения акционеров, например, когда будущие партнеры по бизнесу понимают их специфические сильные стороны, особенности поведения и могут прогнозировать заранее риски (как, например, благонадежность). Таким образом, партнеры еще на начальном этапе имеют возможность договориться о зонах влияния каждого из них.

3. Способности в управленческой деятельности - это ряд синдромов, определяющих видение лидерского потенциала (влиятельность, решительность, мотивация, эмпатия и так далее). И под это видение гравиологи составляют описание профиля личности. Точно так же организации обращаются с запросом о подробном психологическом портрете будущего руководителя.

Как мы понимаем, цена назначения руководителя на должность огромная, есть прямые и косвенные издержки назначения человека, особенно, когда человек вышел не из компании, а нанят со стороны. Руководство и акционеры вправе знать все возможные последствия принятого ими решения. И очень часто именно гравиологический анализ полезен - он страхует от каких-либо фатальных ошибок.

4. Существует много и специфических запросов. Например, «что мне дальше делать?», когда человек находится на перепутье, проживает некий возрастной, экзистенциальный кризис. И вот сейчас ему нужна «шкала отсчета», с которой он дальше будет жить и делать выводы или объективный взгляд со стороны, который позволит человеку самостоятельно сориентироваться и выбрать путь наименьшего или достаточного сопротивления для создания собственного будущего.

Что ж, вот несколько слов о гравиологии, ее возможностях и наиболее часто повторяющихся запросах. Удачи! Ждем вас на гравиологические консультации!