

ÚSPĚŠNÝ MUŽ

Jak získat působivý image

II. díl

Němcová Marie



Kniha

ÚSPĚŠNÝ MUŽ

Jak získat působivý image

OBSAH

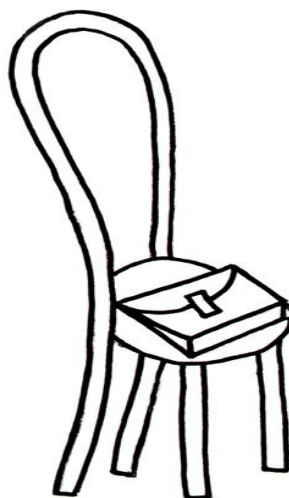
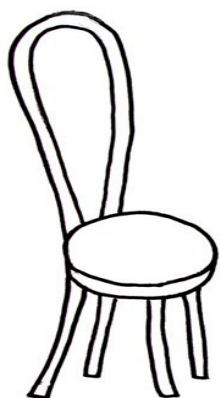
II. díl

	Strana
1 Působivý image - cesta k úspěchu	6
1.1 Faktory, které image ovlivňují	6
1.2 Poznej sám sebe	14
1.3 První a profesionální dojem	19
1.4 Chování, zvyky a vystupování	21
1.5 Sebedůvěra a jak ji získat	31
1.6 Asertivní jednání	35
2 Společenský cit a takt	43
2.1 Pozdrav	43
2.2 Podávání ruky	48
2.3 Představování	51
2.4 Vizitky	55
2.5 Návštěva	57
2.6 Chůze a společenské chování	61
2.7 Tykání a vykání	63
2.8 Auto a společenská přednost	67
2.9 Kdy sedět a kdy vstát	67
2.10 Darujeme pro radost	70
2.11 Pohoštění v pracovním styku	73
2.11.1 Pohoštění mimo pracoviště	77
2.11.2 Pracovní oběd nebo večeře	78
2.11.3 Různá slavnostní pracovní pohoštění	82
2.11.4 Ostatní společenské akce	88

	Strana	
3	Gastronomie	97
3.1	Nápoje	98
3.2	Společenské zvyklosti u stolu	108
3.3	Jak jíme	115
3.4	Jak se co jí	118
3.5	Zásady gastronomických pravidel	129
4	Oblečení	131
4.1	Umění oblékat se	133
4.2	Profesní oblečení	137
4.3	Barevné typy	142
4.4	Pánský oblek	145
4.5	Volnočasová móda	164
4.6	Módní doplňky	169
4.7	Kosmetické úpravy v mužském pojetí	201

**Cokoliv si lidská mysl dokáže představit
a čemu dokáže uvěřit,
toho lze dosáhnout.**

Napoleon Hill



- ⇒ **Podáváte stejný výkon jako vaši kolegové?**
- ⇒ **Jste svědomitý, rozhodný, odborně zdatný?**
- ⇒ **Unesete větší odpovědnost?**

**A přece vybrali na vyšší funkci vašeho kolegu
nebo kolegyni?**

Vyjmenované schopnosti totiž zaručí jen vyplacení mzdy za odvedenou práci. Pokud chceme profesně růst, nestačí jen pilně pracovat a zvyšovat si svoji odbornost.

Jak daleko to dotáhneme a jak úspěšní budeme, o tom rozhoduje náš osobní image, styl řízení a to, jak viditelní v organizaci budeme. Odpovědní za svoji kariéru jsme tedy my, ne firma, ve které pracujeme.

Při výběru na vyšší „post“ nadřízený zohledňuje nejen naše odborné schopnosti, ale i to, jak na něj působíme jako osobnost. Jak dokážeme pohotově reagovat, komunikovat, jak se chováme, gestikulujeme.

Napoví o nás i naše oblečení, umění sebeprezentace, zvyky a zlozvyky a také společenské chování.

To vše vytváří určité charisma, kterým působíme na své okolí. Je to naše vizitka, tedy osobní reklama. Tak dáváme najevo svým kolegům, zákazníkům i konkurenci, kdo jsme, o co usilujeme, co respektujeme, jakými pravidly se řídíme nejen my, ale i naše firma, pro kterou pracujeme.

Tyto informace musíme účinně a nepřetržitě sdělovat všem, každý den své profesní kariéry, aniž bychom přitom ustupovali ze svých zásad, ztráceli svou identitu nebo smysl pro humor.

Měli bychom na sobě tvrdě pracovat a být vytrvalí. Nestačí jen začít, je nutno vše dotáhnout do správného konce.

„Člověk, který chce dosáhnout určité úrovně, tak se chová, jako by ji dosáhl.“ W. James

TIP

Jak je důležitá vytrvalost, potvrzuje Calvin Coolidge slovy:

„Vytrvalost nenahradí nic na světě.

- **Ani talent – neexistuje nic běžnějšího než neúspěšní lidé s talentem.**
- **Ani genialita – nedoceněný génius, to už je skoro přísloví.**
- **Ani vzdělání – svět je plný vzdělaných zkrachovanců.**

Na druhou stranu, vytrvalost a odhodlání jsou vytrvalé. Řčení „vydrž dál“ je rada, jež vyřešila a vždycky vyřeší problémy lidstva.“

1. Působivý image – cesta k úspěchu

Osobní image je obraz každého z nás. Nelze ho nemít, bez ohledu na to, jestli jsme s ním spokojeni nebo ne. Okolí vždy vidí to, co jsme se mu rozhodli ukázat.

Naštěstí je možno většinu faktorů, které image tvoří, změnit, ať už je to oblečení, účes, chování, naučení se prosadit, uplatnění znalostí společenského chování nebo získáním odvahy a vyrovnanosti.

Každý z nás je jiný a tak neexistuje jednotná zásada, která by určovala, jaký bychom měli zvolit účes, jak mluvit v danou chvíli, abychom byli úspěšní. Můžeme volit z řady variant.

Ať už je naše současná image jakákoli, přestože nám dnes pomáhá při profesním růstu, zítra už nemusí stačit k tomu, aby pomohla splnit naše další plány. Proto bychom ji měli stále rozvíjet pro vlastní budoucí pozice. Po určitém čase se nám to, do čeho jsme se museli nutit, stane vlastní a my se podle toho začneme chovat.

Nestačí jen pár chytrých triků, abychom přesvědčili ostatní, že jsme někým, kým vlastně nejsme. Naše představa by měla odpovídat skutečnosti a náš zevnějšek by měl vyjadřovat kdo jsme – ne, kdo si myslíme, že jsme.

1.1 Faktory, které image ovlivňují

Jedná se o kombinaci proměnlivých a neměnných faktorů.

- ◆ **Faktory, které jsou dány geneticky** a to třeba fyzické rysy a temperament jsou do jisté míry nezměnitelné. Ale způsob chůze, sezení a chybnou výslovnost je možné tréninkem ovlivnit.

- ◆ **Faktory, které jsou výsledkem našeho osobního rozhodnutí** a volby. Přitom jsou důležitými faktory, které naši image výrazně ovlivňují, třeba oblečení.
- ◆ **Faktory, které říkají okolí, co je uvnitř nás.** Dáváme-li druhým najevo, že jsme kompetentní, na úrovni, tak bychom takoví měli být i ve skutečnosti. Jinak z nás bude okolí zklamáno a nebude nám věřit.

Víte, že?

Životní hodnoty nám mohou sloužit ve dvou formách:

1. **Prostředek** - odvaha, čestnost, pravdomluvnost, odpovědnost
2. **Cíl** - životní láska, kariéra, zdraví, svoboda

Faktory, které jsou částečně geneticky dány a částečně je můžeme ovlivnit

OSOBNÍ STYL — je to „něco,“ co nás odlišuje od ostatních. Každý člověk je něčím charakteristický a podle toho ho rozpoznáme. Je to právě náš osobní styl, který by měl co nejvíce odpovídat charakteru firmy, ve které pracujeme. Jsme-li konzervativní, dobře se uplatníme v účetní firmě nebo v bankovníctví. Náš kreativní styl přijme spíše umělecká nebo reklamní agentura. O Angličanech se říká, že vlastní britskou eleganci. Oblečení je část jejich stylu. Patří k němu přirozené držení těla, způsob, jak se pohybují, držení hlavy i chůze. Dokonce i způsob posazení klobouku, držení doutníku nebo nošení deštníku.

EMOCIONÁLNÍ STABILITA - „Nomen omen,“ značící klid, uvolněnost, stabilitu, přiměřenou míru agresivity bez příměsi agrese, uvolněnost v projevu i spokojenost se svým údělem, možnostmi i nedostatky – to by měla být naše de- viza, naše image. Na druhém konci stojí neklid, nejistota, úzkost, nervozita i náchylnost k psychickému vyčerpání. To jsou faktory, které dokreslují naši osobnost a to buď v pozitivním nebo negativním duchu. Jevíme-li se jako ne- vyrovnaná osobnost, nepomůže nám ani značkový oblek.

NÁLADOVOST - může blokovat naše „dospělé“ uvažování a jednání. Jsme zranitelní nejistotou. Při nenáladě si nasa- díme černé brýle se všemi důsledky, které to přináší. Nao- pak kladné naladění navozuje spokojenost se situací, což vede ke kladnému hodnocení lidí kolem nás.

CHŮZE - oživuje naše myšlení. I některé geniální myšlenky vznikly při chůzi, protože chůze nás uklidňuje.

„Chůze dopředu, rovná se šanci na genialitu, chůze pozpát- ku blahé zapomnění. Pozor, nezaměňovat!“ L. Kochánek.

Elegantní muž se nešourá jako důchodce, nehoupe se při chůzi, nenapodobuje ženskou chůzi, ale chodí rovně, při- rozeně a sebejistě se přibližuje k cíli.

Zkusme se zeptat nejbližších, který typ chůze je pro nás charakteristický.

TIP

Jako velmi účinný způsob odreagování se doporu- čuje chůze pozpátku. Myslíte soustředěně na ces- tu za sebou, na to, abyste sebou nešvihli. Nemáte čas přemýšlet o hloupostech, problémech a malé- rech, které vás ten den potkaly. Proto vždycky, když budeme chtít zapomenout na všední staros- ti, chodme pozpátku!

Co o nás chůze prozradí?

Ležerní typ – uvolněná chůze, ležerní pohupování, spíše loudání. Otáčení hlavy. Tento typ chůze mívá inteligentní muž, ne příliš cílevědomý.

Pesimistický typ – hlava i ramena lehce svěšená, plouží se. Muž s takovou chůzí působí bojácně a chaoticky. Má pocit, že musí vyvinout obrovské úsilí k přiblížení se k cíli.

Kačení typ – horní část těla je rozkývaná, zadeček vystrčený. Tento muž je vždy dobře naladěný, optimistický. Umí jednat s lidmi a dovede je řídit.

Cupitavý typ – hlavu nese vzhůru, nohy cupitají drobnými krůčky, jeho chůze se podobá ženské. Ruce drobně švihají podél těla. Působí bojácně, je nejistý a hledá ochranu.

Pružný typ – je dynamický. Má delší sebejistý krok, výrazněji švihá rukama. Vzbuzuje dojem ochránce nebo opory druhých.

Afektovaný typ – napodobuje chůzi žen. Dává nohu před nohu, pohupuje se. Působí žensky, je to typ nestálý, nespolehlivý, nemá vyhraněný cíl. Chce se předvádět a většinou se mu podaří vyniknout.

Pružný typ – chodí rovně a působí optimisticky a sportovně. Je aktivní, dynamický, pozitivní a vzbuzuje důvěru. Vhodný vůdčí typ, většinou s dobrou náladou.

Neohrabaný typ – působí strnule, uspěchaně a neohrabaně. Může být netolerantní až agresivní, zakomplexovaný, urážlivý, zakaboněný, bez smyslu pro humor. Často dosahuje vedoucího postavení a je postrachem pro druhé.

Temperament je nám dán do vínku, stejně jako způsob chůze. Ten však můžeme ovlivnit, někdy k horšímu, jindy k lepšímu. Často vyjadřuje naši náladu.

Faktory, které můžeme výrazně ovlivnit

REKVIZITY KOLEM NÁS - velmi záleží na tom, čím se obklopujeme. Jestli je to jachta, vrtulník nebo přátelé z mokré čtvrti. Čím cestujeme a s kým se stýkáme.

Profesionál by měl mít jasno v tom, co potřebuje pro práci a co příznivě zvyšuje jeho image. Využívá jen to, co splňuje oba požadavky. Nemusí létat vrtulníkem do práce, aby zdůraznil, že má nedostatek času, ale měl by využívat nejnovější technické vymoženosti, které mu usnadňují práci.

Také hodinky, kabelky, diplomatky, pera, notebooky a jiné pomůcky bychom měli mít v nejlepší kvalitě, kterou si můžeme dovolit. Tyto doplňky by měly odrážet naše cíle, ne současný stav.

LIDÉ, KTEŘÍ NÁS OBKLOPUJÍ - velmi záleží na tom, s jakými lidmi se stýkáme a které máme kolem sebe. Navzájem se ovlivňujeme, přebíráme své zvyky, oblékáme se podobně. Máme podobné názory na svět, jsme jimi ovlivňováni a stejně tak ovlivňujeme i my je.

NAŠE ZVYKY - ovlivňují naši pozici ve firmě. Je to třeba styl písemného projevu nebo způsob telefonování. Je rozdíl mezi podepsáním obchodní smlouvy firemní propiskou nebo značkovým plnicím perem. To vše přispívá k vytvoření našeho osobního stylu, který druhým předkládáme a podle něj nás hodnotí.

ZPŮSOB OBLÉKÁNÍ A VLASTNÍ VKUS - v královském šatu se cítíme jinak, než v tepláčkách a také jinak jednáme s okolím a okolí s námi. Oblečení je první kritérium, podle kterého člověka soudíme na první pohled. A to ještě dříve, než nám může předvést svoje přednosti a talent. Protože oblečení je obalem, který ukazuje to, co je v nás. Jeho změnou neměníme jen zevnějšek, ale i osobnost.

Faktory, které říkají co je uvnitř nás, ale můžeme je ovlivnit

VLASTNÍ HODNOCENÍ - jak se hodnotíme sami, oceňujeme a budíme u druhých dojem určitých vlastností, silně ovlivňuje mínění druhých lidí o nás a tak ovlivňuje i náš osobní image.

„Mít vlastní mínění je podobný zvyk, jako mít v hospodě svou vlastní sklenici.“ Karel Čapek

POSKLÁDÁNÍ ŽIVOTNÍCH HODNOT - „žebříček hodnot“ si vytváříme během svého života postupně. Rozvíjíme svoji hodnotovou škálu a řadíme za sebou ty životní hodnoty, které považujeme za více nebo méně důležité. Podle tohoto žebříčku hodnot se pak řídíme v různých životních situacích. Máme-li na prvním místě zdraví a kariéru až na čtvrtém místě, nezraní nás tolik nezdary v oblasti kariéry. Kdyby byla pro nás prioritou, pak by nás každý nezdar daleko více zranil, než třeba zlomená noha.

Dnes se většinou preferují profesní hodnoty na úkor hodnot v soukromém a rodinném životě a to i na úkor hodnot spjatých s osudem a vývojem celé společnosti. Preferuje se např. hodnota atraktivní práce, zaručeného a ekvivalentního výdělku nebo podílu na rozhodování ve firmě.

Zvážíme hodnoty, na kterých nám záleží. Sestavíme vlastní hodnotový žebříček.

Sestavení těchto hodnot má odpovídat našim představám, tužbám i možnostem, nikoliv všeobecnému mínění nebo lidem, na kterých nám záleží. Pak bychom se řídili pravidly i přáními jiných, nikoliv vlastními a tak jejich plnění by bylo nad naše síly a stálé neúspěchy by nás jen deptaly.

ETIKETA – respektujeme zájmy a potřeby druhých při současném uspokojování svých. Dobré způsoby zůstávají nepovšimnuty, špatné si každý pamatuje.

„Etiketa znamená, že se chováme o něco lépe, než je absolutně nutné.“ Viliam Cuppy.

Image člověka s dobrými mravy získáme, budeme-li:

- ◇ Respektovat čas, prostor, soukromí a priority kolegů
- ◇ Respektovat pravidlo stejných šancí pro všechny
- ◇ Jednat asertivně, nikoli agresivně
- ◇ Vyhybat se kouření, pití alkoholu, pokud s tím ostatní nesouhlasí nebo nám tato možnost nebyla nabídnuta
- ◇ Uplatňovat všeobecné projevy zdvořilosti – nabídneme kolegům nebo hostům občerstvení, místo k sezení a pod.
- ◇ Vyhybat se pomlouvání druhých a naslouchání klevetám

SNAHA A VYTRVALOST – to jsou vlastnosti, které je nutno pěstovat. Jsou důležité proto, abychom se dokázali oprostít od zlovyků, stereotypů, které nám škodí a chtěli se změnit. Uměli naslouchat těm, kteří jsou k nám upřímní, ale korigovat své chování nebo vzhled bychom měli ne kvůli nim, ale pouze jen kvůli sobě.

Neexistuje jednotná zásada, jak dosáhnout celkové image, které nám zaručí úspěch. Každý člověk je jiný a má možnost si vybrat z řady variant, jak vlastní image zlepšit.

ZAMYSLÍME SE NAD SEBOU a začneme pracovat na jiné image, která bude v souladu s našimi plány do budoucna. Nestačí jen about si „cool“ boty, prohánět se po greenu, hodně o golfu mluvit a vystříhat se hovoru o běžných a potřebných věcech.

MÁME PEVNOU VŮLI A VYTRVALOST. Nestačí jen pár chytrých triků, ty nás nezmění. Jen na chvíli budeme své okolí přesvědčovat, že jsme někým, kým vlastně ani nejsme. Naše vlastní představa o nás, by měla odpovídat skutečnosti a náš zevnějšek by měl o nás okolí sdělit, kdo jsme v souladu s tím, co si o sobě myslíme.

OVLÁDÁME SE, bereme ohled na druhé. Chováme se klidně, skromně, ale důstojně. Na našem chování se projeví nervozita a nejistota.

„Chování je zrcadlo, v němž každý ukazuje svoji podobu.“

J. W. Goethe

Nejsme dokonalí? Tak si připomeneme, že jsme na tom všichni stejně. Zbytek světa nefunguje na sto procent a my na celé planetě nejsme jediní, kteří nejsou zcela dokonalí. Přesto někdy máme dojem, že s méněcenností se potýkáme docela sami. Někdy nám chybí sebedůvěra, jindy pouze o sobě chvíli pochybujeme.

Měli bychom umět povzbudit nejen druhé, ale především sami sebe. Půjdeme-li na pohovor, když měníme místo, řekneme si, že jsme ti praví, které firma potřebuje.

<p>Zapamatujeme si</p> <p>Důležitost image naznačuje spirála, vedoucí k odstartování kariéry:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dobrá vzhled zvyšuje sebedůvěru• Sebedůvěra zlepšuje vztahy• Dobré vztahy zlepšují výkon• Vyšší výkon zlepšuje sebedůvěru	
--	--

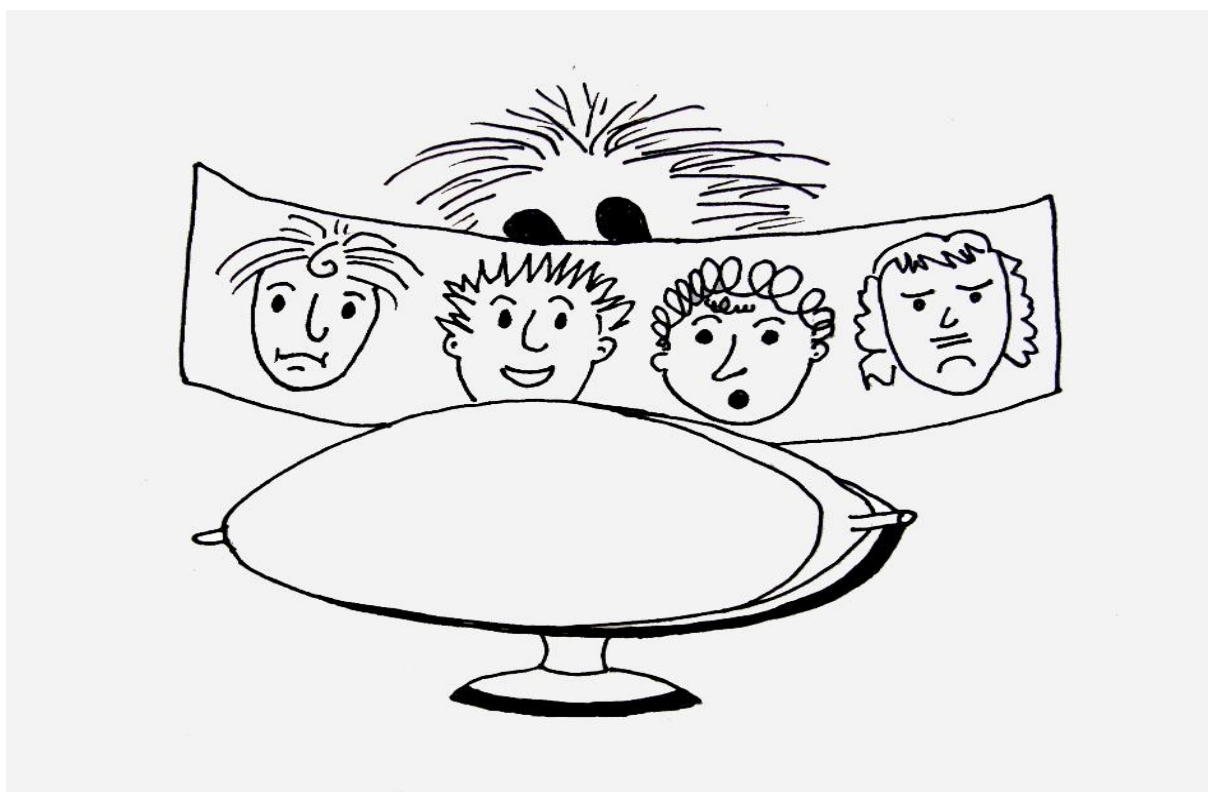
1.2 Poznej sám sebe

Než začneme na sobě pracovat, měli bychom si uvědomit, jak vidíme sami sebe. K čemu máme sklon, zda se považujeme za atraktivního, zdravého, usilovně pracujícího člověka, za někoho kdo má úspěch.

Nebo máme zato, že se nám nedaří a nevíme přesně co chceme.

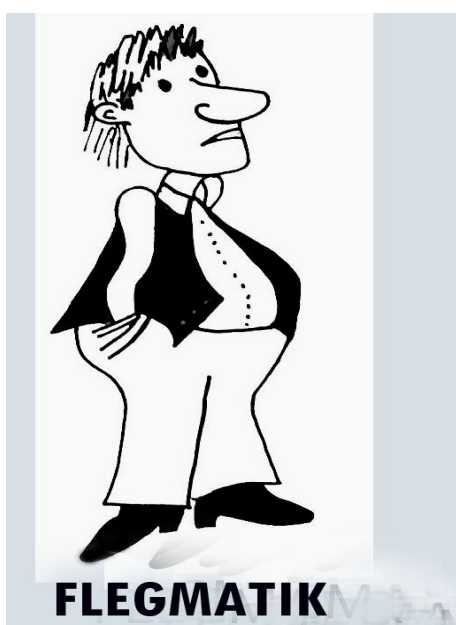
Zjistíme, co nám vadí, co nás rozčiluje a zda jsme introvert nebo extrovert.

Náš vlastní obraz o sobě ovlivňují jednak minulé zkušenosti a jednak i to, jak se momentálně hodnotíme a oceňujeme. Máme-li svůj den a všechno se nám daří, jsme plní energie a máme o sobě lichotivé mínění. V opačném případě si připadáme jako nekňubové, kteří nikdy v ničem neuspějí.



Jak se zařadíme

Výrazné rysy jsou poznamenány dědičností, temperamen-tem, výchovou, prostředím i stykem s lidmi. Každý člověk je jiný a podle toho, jak se projevuje, můžeme jej zařadit do skupin. Nemůžeme však lidi dělit takto jednoznačně, neboť každý z nás má v sobě něco i z jiného typu. Jde o to, co převládá, co je v nás kladného a co negativního, na jehož zlepšení bychom měli na sobě pracovat.



Flegmatik – klidný člověk, kterého nic nerozčílí, nevyvede z míry. Vypadá lhostejně, někdy až netečně. Nemá výkyvy nálad, je pomalejší, ale vždy spolehlivý.



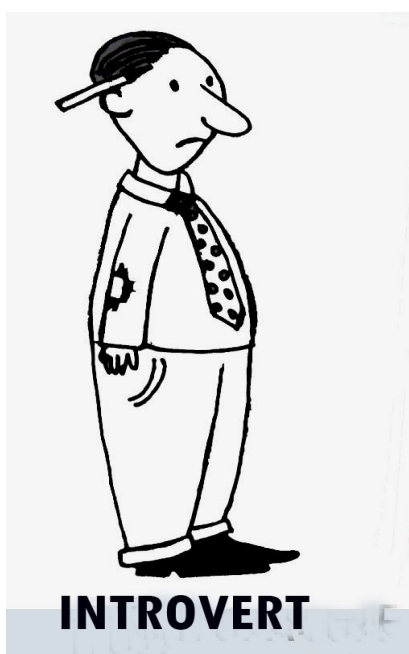
Cholerik – snadno se rozruší, vyletí, rozčílí se, stačí malý podnět. Bývá často vzteklý, zrudne, snadno se rozhněvá. Nehněvá se však dlouho, rychle se uklidní.



Melancholik – má často smutnou náladu, je pesimista, nic ho netěší. Těžko se přizpůsobuje, projevuje se jako velice precitlivělý. Má nešťastnou povahu.



Extrovert – je velice družný, společenský, obklopuje se stále přáteli, chce je mít okolo sebe, baví se. Touží po vzrušení, často riskuje, jedná z okamžitého podnětu, je impulzivní. Je také pohotový, neboť má rád změnu. Je bezstarostný, optimistický, veselý, stále v pohybu.



Introvert - je tichý, stahuje se do sebe. Má rád více knihy, než lidi. Drží od lidí odstup s výjimkou nejbližších přátel. Nemá rád vzrušení, ale naopak určitý řád v životě. Plánuje dopředu, nedůvěřuje okamžitým impulsům. Svoje city drží pod přísnou kontrolou, málokdy se chová agresivně, neztrácí snadno trpělivost a náladu. Je spolehlivý, spíše pesimistický, záleží mu na estetických normách.



Sangvinik – čilý, dobromyslný člověk, je spíše optimistický, snadno se pro něco nadchne, reaguje živě.



Neurotik – má v sobě negativní vlastnosti několika typů.

1.3 První a profesionální dojem

Pro hodnocení člověka je nejdůležitější rozhodující dojem, který na něj učiníme. V zaměstnání se setkáváme se spolupracovníky i nadřízeným téměř denně. Pokažený image si budou dlouho pamatovat, stálý profesionální image berou jako samozřejmost.

První dojem

Během prvních minut setkání s neznámým člověkem si vytváříme úsudek, založený zejména na vizuálních vjelech. Upoutají nás jeho fyzické rysy, vystupování, oblečení, výraz tváře, účes. Jsou to signály, ze kterých si složíme jeho obraz, tedy první dojem. Kdo jsme a co chceme, o tom informuje okolí náš obličej, zejména naše oči. Vzhled podmiňuje reakce lidí kolem nás.

Uvádí se, že první dojem tvoří z 55% vzhled, z 38 % hlas, jen ze 7 % obsah. Informace takto získané během krátké doby jsou sice rizikem, protože mohou být mylné, v každém případě však zanechávají silný dojem.

Při prvním setkání se tedy snažíme zapůsobit co nejlépe, neboť vymazat nepříznivý první dojem vyžaduje značné úsilí.

V poslední fázi se rozhodujeme, zda můžeme druhé osobě důvěřovat, je nám sympatická, můžeme s ní obchodně spolupracovat nebo se přátelit. Jsou to signály, ze kterých si skládáme obraz o určité osobě.

„Byl jsem na společné večeři v kasinu v Central Parku v New Yorku. Jedna z mladých dam se snažila na každého udělat dobrý dojem. Měla na sobě celé jmění v sobolině, v démantech a perlách. Zato z její tváře vyhlížela kyselost a sobectví. Neuvědomila si totiž, že výraz, v jaký oděje svou tvář, má větší význam, než oděv, který má na sobě. (To je dobré si zapamatovat, neboť se to hodí, až vaše žena bude chtít nové šaty.)

D. Carnegie

I MY HODNOTÍME DRUHÉ podle prvního dojmu. Většinou na první pohled si zařadíme člověka do určité „škatulky“. Ale stačí, aby ten den neměl zrovna nejlepší náladu, protože mu odešla žena nebo ho propustili z práce. Pak jsou naše kritéria ten den zcela jiná, neboť my jsme právě naladěni do růžova.

Cit hraje v mezilidských vztazích velkou úlohu, ale neměli bychom zapomínat na rozum. Nejdříve pozorujeme, sbíráme zkušenosti a porovnáváme. A pak jsme překvapeni, jak chybný byl náš první odhad druhého.

Charakteristické rysy druhých osob vnímáme v tomto pořadí: **Pohlaví, věk, velikost, výraz obličeje, oči, vlasy, oblečení, pohyb a držení těla.**

Profesionální dojem

Je to obraz, který o nás říká, co můžeme nabídnout v profesní sféře. Nadřízení, kteří jsou zahrnováni množstvím informací, nemají dostatek času si stále opravovat své mínění o podřízených. Proto je třeba působit v zaměstnání profesionálně trvale.

Zapamatujeme si

Přiznat chybu je součástí přirozené inteligence. To jen lidé, v tomto směru omezení, mají pocit, že nemohou opravit svůj názor a lpějí tvrdošijně na svém.

Mají asi pocit, že by tím ztratili svoji důstojnost.