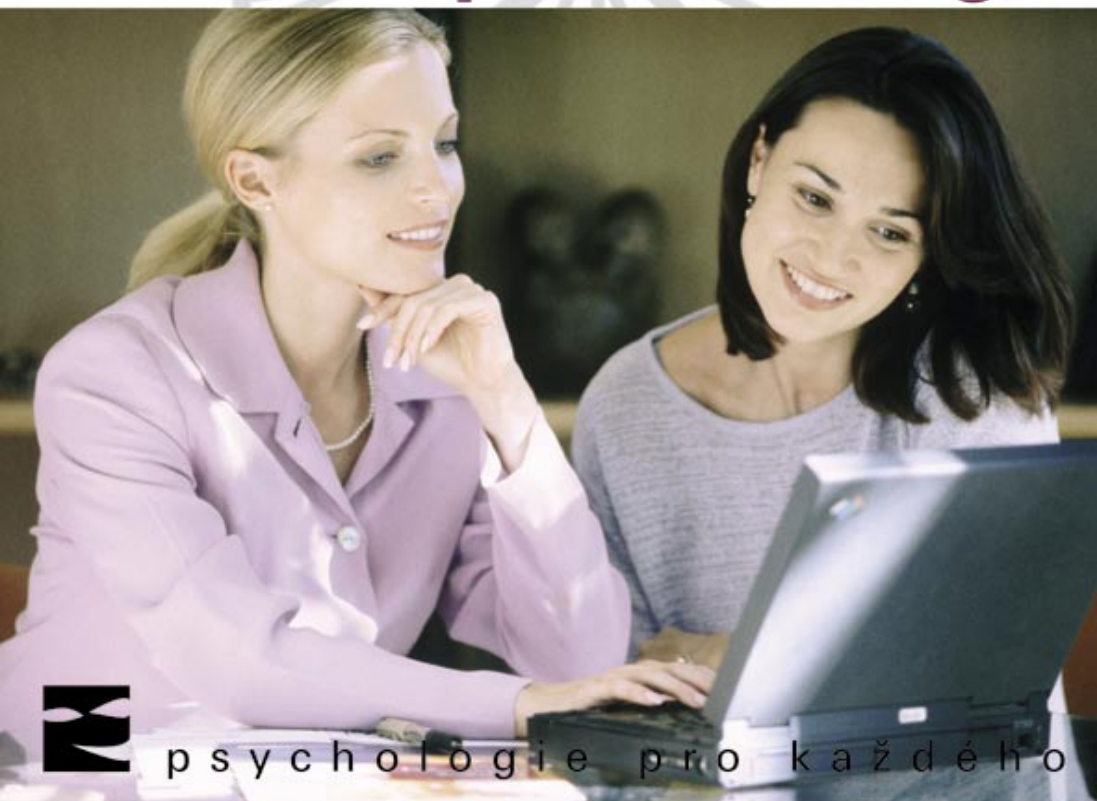


# Moderní žena

Marie Němcová

## Dokonalá profesní image



psychologie pro každého

UMĚNÍ KOMUNIKACE

SEBEPROSAZENÍ

VYTŘÍBENÝ VKUS A SPOLEČENSKÉ CHOVÁNÍ

# Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

*Používání elektronické verze knihy je umožněno jen osobě, která ji legálně nabyla a jen pro její osobní a vnitřní potřeby v rozsahu stanoveném autorským zákonem. Elektronická kniha je datový soubor, který lze užívat pouze v takové formě, v jaké jej lze stáhnout s portálu. Jakékoliv neoprávněné užití elektronické knihy nebo její části, spočívající např. v kopírování, úpravách, prodeji, pronajímání, půjčování, sdělování veřejnosti nebo jakémkoliv druhu obchodování nebo neobchodního šíření je zakázáno! Zejména je zakázána jakákoliv konverze datového souboru nebo extrakce části nebo celého textu, umístování textu na servery, ze kterých je možno tento soubor dále stahovat, přitom není rozhodující, kdo takovéto sdílení umožnil. Je zakázáno sdělování údajů o uživatelském účtu jiným osobám, zasahování do technických prostředků, které chrání elektronickou knihu, případně omezují rozsah jejího užití. Uživatel také není oprávněn jakkoliv testovat, zkoušet či obcházet technické zabezpečení elektronické knihy.*





Copyright © Grada Publishing, a.s.

**Marie Němcová**

Moderní žena

**Dokonalý profesní image**

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 220 386 401, fax: +420 220 386 400

[www.grada.cz](http://www.grada.cz)

jako svou 2635. publikaci

Odpovědná redaktorka Mgr. Jitka Straková

Sazba a zlom Antonín Plicka

Počet stran 176

Vydání 1., 2006

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a. s.,

Husova ulice 1881, Havlíčkův Brod

© Grada Publishing, a.s., 2006

Cover Photo © [profimedia.cz](http://profimedia.cz)/CORBIS

ISBN 80-247-1596-1 (tištěná verze)

ISBN 978-80-247-6538-9 (elektronická verze ve formátu PDF)

© Grada Publishing, a.s. 2011

# Obsah

Předmluva .....	9
<b>1. kapitola</b>	
Působivý image – cesta k úspěchu .....	11
Staňme se osobností .....	14
První dojem .....	16
Profesionální dojem .....	17
<b>2. kapitola</b>	
Oblékání – mám vytříbený vkus .....	21
Určení tvaru postavy .....	22
Vlastní styl odívání .....	24
Módní trendy .....	26
Jak zvýraznit přednosti a zakrýt nedostatky .....	27
Barvy v odívání .....	29
Výběr oblečení .....	38
Tvorba šatníku .....	40
Obuv .....	49
Oblečení pro různé příležitosti .....	53
Oděvní doplňky .....	64

**3. kapitola**

Líčení – každý den krásná .....	85
Jak se správně nalíčit? .....	85
Líčení pro různé příležitosti .....	95
Péče o vlasy .....	99
Péče o ruce .....	101
Péče o nohy .....	102
Svět vůní ženy .....	103

**4. kapitola**

## Umění komunikace – umím naslouchat

i hovořit .....	109
Kontakt při rozhovoru .....	110
Umění naslouchat .....	112
Umění kritizovat .....	112
Umění přesvědčit druhé .....	114
Umění prosadit svůj názor .....	115
Průběh hovoru .....	116
Hlas .....	119
Tempo řeči .....	120
Kontrola hlasu a vyjadřování .....	121
Výběr slov a přesné vyjadřování .....	121
Etika řeči .....	123
Veřejné vystupování .....	123

**5. kapitola**

Sebeprosazení – dokážu říci „ne“ .....	127
Asertivita .....	127
Sebedůvěra .....	134

**6. kapitola**

Chování, zvyky a vystupování – jsem báječná .....	137
Chování a vystupování .....	138
Tykání .....	145
Chůze .....	147

**7. kapitola**

Společenské chování – jsem opravdová dáma .....	149
Pozdrav v zaměstnání .....	150
Oslovení .....	152
Podávání ruky .....	152
Seznámení a představování .....	153
Kdy sedět, kdy vstát .....	156
Denní setkání s lidmi .....	157
Pozvání na návštěvu .....	158
Přijímání návštěv .....	159
Zásady stolování .....	160
Něco o nápojích .....	167
Gastronomická pravidla .....	169
Vizitky .....	171
Dárky pro radost .....	172
Závěrečné doporučení .....	175
Literatura .....	176

# Předmluva

Tato knížka je určena především cílevědomým ženám, které si chtějí vybudovat dokonalý image. Klade si za cíl vzbudit u nich chuť i elán na sobě pracovat a aktivně ovlivnit jak vlastní profesní růst, tak i osobní život a splnit si své nejtajnější sny.

Každá žena se může změnit v elegantní, krásnou, zdravě sebevědomou, prostě dokonalou dámu. Jen vědět jak na to!

A proto je zde tato knížka, aby v jednotlivých kapitolách poradila, jak se zviditelnit, vytvořit soulad mezi osobním stylem, uměním komunikovat, oblékat se, líčit, vhodně se chovat a dodržovat společenská pravidla. Jinak řečeno – získat dokonalý image.

Nejde o šedou teorii, ale o praktické rady, jak vylepšit sebe sama, lépe působit na druhé, získat přátele a zejména uspět v zaměstnání. Stát se nepřehlédnutelnou, prostě takovou, kterou není možno při výběru na vyšší místo opomenout. Eleri Sampsonová k tomu říká: „Jak jinak zahlédnout hvězdu v poli sobě rovných?“

Ač se z obsahu knihy může zdát, že získat schopnost zaujmout i umění odlišit se je příliš velký úkol, není tomu tak. Každá z nás už svůj image má. Ale je třeba, aby byl výraznější, dokonalejší. Stačí ho správně zkorigovat a upravit. Postupovat zvolna a změny uskutečňovat krok za krokem. A tak se stát ženou, se kterou je nutno počítat! Jak v zaměstnání, tak i v životě.



## 1. kapitola

# Působivý image – cesta k úspěchu

Podáváte v zaměstnání stejně dobrý výkon jako vaše kolegyně? Jste stejně svědomitá, umíte se rozhodovat a unesete zodpovědnost? Tak máte stejnou šanci na postup jako kolegyně. Pouze usilovná a svědomitá práce však úspěšnou kariéru nezaručuje. Zaručuje jen vyplacení mzdy za odvedenou práci.

Avšak neklesejme na mysli! Je zde dobrá zpráva! Svoji kariéru můžeme aktivně ovlivnit, ale potřebujeme k ní „něco navíc“. A tím je působivý osobní image, který umožní zaujmout, odlišit se a zviditelnit.

**Osobní image** – to je kombinace našich vnitřních i vnějších faktorů, které dávají dohromady náš vlastní obraz, na jehož utvoření máme největší vliv my samy. Jak se prezentujeme, zviditelňujeme ve firmě i jak působíme na okolí svým charizma, to je naše reklama. Patří k ní i vzhled, způsob řeči, charakteristické projevy, komunikace, společenská prezentace, zvyky a chování. To vše dává tušit, co od nás mohou druzí očekávat.

Záleží také na tom, čím se obklopujeme – zda je to jachta, mobil, počítač nebo vrtulník – a kam cestujeme, s kým se stýkáme.

Na osobní image má vliv zejména to, jak se my samy hodnotíme, oceňujeme a budíme u druhých dojem určitých vlastností, které bud

**Na osobní image má vliv to, jak se my sami hodnotíme** máme, nebo je předstíráme. V královském šatu se cítíme jinak než v tepláčkách.

Korigovat nás může naše okolí buď oceněním, nebo kritikou. Měly bychom jim naslouchat, ale neměly bychom pozitivní image vytvářet kvůli druhým, ale kvůli sobě.

Neexistuje jednotná zásada, která by určovala, jaké šaty bychom měly nosit, jaký účes zvolit, jakým způsobem mluvit v danou chvíli, abychom byly úspěšné. Každá z nás je jiná a každá má možnost zvolit z řady variant. Měly bychom se naučit posoudit svůj současný image a pracovat na jiném, který bude v souladu s našimi plány do budoucna.

Ať už je náš současný image jakýkoli, přestože nám dnes pomáhá při profesním růstu, zítra už nemusí stačit k tomu, aby nám pomohl splnit naše další plány. Proto bychom svůj image měly stále rozvíjet pro vlastní budoucí pozice.

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

Pamatujme si

### **Důležitost image naznačí spirála vedoucí k odstartování kariéry:**

- Dobrý vzhled zvyšuje sebedůvěru.
- Sebedůvěra zlepšuje vztahy.
- Dobré vztahy zlepšují výkon.
- Vyšší výkon zlepšuje sebedůvěru.
- Sebedůvěra zvyšuje potřebu vypadat lépe.

Je prokázáno, že osobní reprezentace je hlavním faktorem při získání zaměstnání.

*Profesionálka by se měla cítit a být viděna jako:* pečlivá, znalá své profese, sebejistá, poctivá, přátelská, kompetentní a klidná.

Zeptejme se samy sebe: „*Působím tak, právě já?*“

## Tip

*Proč bychom měly na svůj image dbát?* Po určitém čase se nám to, do čeho jsme se musely nutit, stane vlastní a my se podle toho začneme chovat.

## Pamatujme si

### **K prosazení sebe samé jsou důležité tři faktory:**

1. **Práce** (10 %) – Zahrnuje pracovní výkon, jeho kvalitu, schopnost plnit požadavky a unést odpovědnost.
2. **Image a osobní cíl** (30 %) – Jedná se o způsob, kterým se projevujeme a plníme úkoly. O přístup k problémům a o to, jak působíme ve vztazích k druhým lidem.
3. **Zviditelnění se** (60 %) – Jedná se o umění vhodně se prezentovat, utvořit si profesionální image. Mít dobré informace o organizaci, o své roli a funkci. Být neustále dobře oblečena a upravena.

Ve firmě, kde všichni tvrdě pracují, rozhoduje o tom, jak se prosadíme a jaký bude náš postup, spíše image a schopnost zviditelnit se. Měly bychom vypadat tak, jak chceme působit. Chceme-li se prosadit, nepomůže nám role Popelky, stejně tak agresivním postojem ve stálé obraně budeme provokovat k útoku.

**Image můžeme změnit** Pokud bychom se na sebe mohly podívat očima druhých, přinutilo by nás to k tomu, abychom vylepšily svůj vzhled i chování, což by nám současně zvedlo i sebevědomí. Vzhled i oblečení jsou nejdůležitějšími kritérii, podle kterých soudíme lidi na první pohled, tedy ještě dříve než nám mohou předvést svoje přednosti a talent.

Image je našťastí něčím, co můžeme změnit – a to oblečením, účesem nebo líčením. A protože oblečení je obalem, který ukazuje to, co je v nás, jeho změnou neměníme jen zevnějšek, ale i osobnost.

## Staňme se osobností

Jistě se vám to také stalo. Přišla jste na jednání a obchodní partner vám vyjádřil obdiv. Zaujal ho váš dokonalý účes, padnoucí kostým, vybrané chování nebo způsob vystupování. Možná také, že „smekl klobouk“ nad vaší schopností organizovat, komunikovat, prostě zaujmout. Stala jste se pro něj osobností.

Určitě si vzpomenete, že jednání pak bylo příjemné. Najednou jste pocítila vnitřní sílu a sebejistotu. Uvolněněji jste se vyjadřovala, vně i uvnitř se usmívala. Prostě jste udělala na partnera dobrý dojem. Průběh jednání pak byl přátelský a konstruktivní.

Ale i nejkrásnější fasáda se zhroutí, bude-li třeba osobnost hledat lupou. Aby ze ženy vyzařovala profesionalita, je třeba spojit osobnost, inteligenci i vtipnost.

## Pamatujme si

**Abychom mohly svoji osobnost podpořit, řídíme se několika zásadami:**

### **1. Odkoukávání od ostatních**

Vybíráme si od nich to nejlepší. Každý úspěšný člověk odkoukal část svého úspěchu od úspěšných lidí, kteří se stali jeho vzorem. Vypozorujeme to nejlepší, co nám mohou ze svého stylu nabídnout. Nezapomeňme však do všeho vnést svůj styl, být originální a své.

### **2. Zdravé sebevědomí**

Cíl, který si vytyčíme, nejdříve pečlivě promyslíme, vybudujeme a pak ho udržujeme a prezentujeme. Nezakrýváme své schopnosti a v pravou chvíli předvedeme to nejlepší. Nechlubíme se a působíme sympaticky a šarmantně.

### **3. Víra v sebe**

Víme, že máme svoji hodnotu. Při hovoru s druhou osobou se nestavíme do slabší pozice. Jsme přesvědčeny o svých kvalitách, což činí dobrý dojem na ostatní.

Na večírku se nesvěřujeme přítelkyni, že máme ochablou postavu, ale řekneme, že chodíme pravidelně do fitness centra, a pochlubíme se, jak nám to svědčí.

### **4. Dostatek vůle**

Vůle je klíčem nejen k úspěchu, ale ke všemu. Úspěch se dostaví, pokud ho chceme a přejeme si ho. Nikdo nám ho však nepředloží na zlatém podnosu. Je třeba být aktivní, na úspěchu stále pracovat, nenechat se odradit překážkami. Nečekat na druhé a jít neustále kupředu.

### 5. *Hospodaření s časem*

Nebojme se seznamu! Pomůže nám zorganizovat náš čas. Naučme se odhadovat, co je důležité a co počká. Neodkládejme nutné úkoly a nenahrazujme je příjemnějšími a nedůležitými záležitostmi.

### 6. *Asertivní jednání*

Nikdy neříkejme pouze „ne“, ale přidejme hned logické zdůvodnění a příjemný úsměv. Budeme neodolatelné i se svým „ne“.

### 7. *Ovládnutí strategie k získání účinné obrany proti zátěži:*

- Naučíme se vést konstruktivní vnitřní monolog.
- Ujasníme si vlastní hodnotový žebříček.
- Uvědomíme si, do jaké míry můžeme samy za to, co se nám přihodilo.
- Navazujeme a udržujeme kontakty s druhými lidmi.
- Poznáme, kde je míra vlastní rovnováhy, a umíme ji udržet.

## První **dojem**

Pro hodnocení člověka je nejdůležitější a rozhodující první dojem. Při prvním setkání bychom měly zapůsobit co nejlépe. A to proto, že vymazat nepříznivý první dojem vyžaduje značné úsilí.

Během prvních minut setkání s neznámým člověkem si vytváříme úsudek, který je založen zejména na vizuálních vjemech. Upoutají nás jeho fyzické rysy, vystupování, oblečení, výraz tváře, účes. Jsou to signály, ze kterých si ostatní lidé skládají obraz o naší osobě, tedy první dojem. Kdo jsme a co chceme, o tom informuje okolí zejména náš obličej a v něm oči. Vzhled podmiňuje reakce lidí okolo nás.

Některé ženy považují za krásné jen to, co se jim podobá, a to jak zevnějškem, tak i životním stylem. Měly bychom se však naučit vnímat i krásu lidí kolem nás.

Uvádí se, že první dojem tvoří z 55 % vzhled, z 38 % hlas a jen ze 7 % obsah. Informace takto získané během krátké doby jsou sice rizikem, protože mohou být mylné, ale v každém případě zanechávají silný dojem. Zejména nadřízení, kteří jsou zahrnováni množstvím informací, nemají čas stále opravovat své mínění o svých podřízených.

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

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.

### Tip

První dojem málokdo změní a druhou možnost vyvolat první dojem už nikdy mít nebudeme.

## Profesionální dojem

Profesionální dojem je obraz, který o nás říká, co můžeme nabídnout v profesní sféře. V podstatě se jedná o pět vlastností: *kompetentnost*, *důvěryhodnost*, *sebekontrola*, *sebedůvěra* a *důstojnost*.

### **Kompetentnost**

Zahrnuje schopnosti, nadání, kvalifikaci, zkušenosti a další dovednosti, kterými disponujeme. Důležité je, abychom si uvědomily:

- v čem vynikáme,
- co umíme dobře,
- co zvládneme.

### **Důvěryhodnost**

Okolí nám věří a hodnotí nás, zda zvládneme to, o čem říkáme, že umíme. Dokážeme rozeznat, kdy je nutno řídit se pravidly a kdy je možno je překročit.

### **Sebekontrola**

Vyznačuje se schopností ovládat se, mít dobré způsoby, vystupování a jednání. Pokud překročíme meze, měly bychom se zeptat samy sebe, zda to stálo za to. Naše ostrá slova nebo slzy, když jsme se v zaměstnání přestaly kontrolovat, si budou spolupracovníci pamatovat déle než situaci, která k nim vedla.

### **Sebedůvěra**

Vyznačuje se vzpřímeným držením těla, uvolněným dýcháním, pozitivním stavem mysli i vědomím, že jsme dobře připraveny a máme dostatek schopností a informací. Volíme pozitivní výrazy, nepřeceňujeme se, ale ani nepodceňujeme.

### **Důslednost**

Má-li být profesionální image účinný, musí být vytvářen každý den, všude, při setkání s kýmkoliv. V den, kdy polevíme, se určitě objeví potřeba, abychom se svým profesionálním image blýskly. Oblečme se pro volný čas, vezmeme si džíny a šéf nás pověří, abychom doprovázely zahraniční delegaci za nemocného kolegu.



**Tip**

Jak jsme oblečeny, to by měl být jen náš niterný pocit a nemělo by v něm být žádné srovnávání. Každá z nás je originál, a tak by měla vnímat nejen sebe, ale stejným způsobem i ostatní ženy. Mládí zdobí půvab, vyšší věk může zdobit sebevědomí a přání cítit se dobře.

## 2. kapitola

# Oblékání – mám vytříbený vkus

„Dokonce i když už zapomenete, co měla žena na sobě, přetrvává dojem, který udělala,“ řekl kdysi Christian Dior. Jednou z vizitek, jež přispívají k vytvoření prvního dojmu, který na okolí uděláme, je oblečení. Podle něj si nás lidé zařazují, třeba jako typ elegantní, urousaný, nepořádný, výstřední nebo seriózní. Stejně tak je možno podle oblečení odhadnout i profesi.

*Vhodné oblečení nás ovlivňuje* jak v soukromém, tak i v profesionálním životě. Podle toho, jak se oblékáme, se také cítíme. Pokud dobře, roste naše sebevědomí, spokojenost i dobrý pocit ze sebe sama.

Jestliže se zaměřujeme jen na smysl své práce a ignorujeme vlastní nevhodný styl oblékání, není divu, že setraváme stále na stejné pozici, zatímco kolegyně odcházejí na vyšší místa. Působíme totiž nejistě a neprofesionálně, a tím jsme nuceny svého šéfa více přesvědčovat svými pracovními výkony, znalostmi a schopnostmi. Neboť od té chudinky, která se neumí ani obléci, se dá těžko vyšší výkon očekávat...

*Některé z nás jsou silně sebevědomé*, přesvědčeny o své kráse, *jiné trpí komplexy*, nacházejí na sobě samé nedostatky. Než by se spravedlivě posoudily, raději se odsoudí.

Takže, milé dámy, žádná z nás není poskládána bezchybně. Je jen třeba z těchto chyb udělat přednosti. Umět vybrat oděv, který nebude naše horší partie zatracovat, ale podporovat. Christine Kaufmannová,

**Oblečení vyjadřuje naši osobnost** herečka a spisovatelka, jednou odpověděla na kompliment svého kolegy: „Děkuji, ale vždyť já se skládám ze samých chyb.“ A on odpověděl: „To je fakt, ale ty chyby jsou dobře sestavené.“ I když uděláme chybu a první dojem není ten nejlepší, měly bychom se alespoň snažit celkový dojem napravit. Brát to jako nepříjemnost, ze které jsme se poučily. Nemělo by nám to pokazit den.

*Oblečení by nás mělo jen „rámovat“.* Důležité jsme totiž jen my, ne náš oděv. Oděv je v podstatě obal, který říká, co je uvnitř.

Signálem, že něco není v souladu, je věta kolegyně: „Ty máš dnes hezkou halenku!“ Naopak jako kompliment bude znít pochvala: „Tobě to dneska sluší!“

*Být dobře oblečena znamená být oblečena méně nápadně.* To neznamená, že budeme kupovat podřadnou konfekci ze stánku ani mít šatník na prasknutí. Jeho dominantou by měly být nadčasové klasické části oděvu, dvou, nanejvýš tří barev, oživené dalšími odstíny.

*Umět se obléci znamená najít vlastní styl v oblékání,* který vyjadřuje naši osobnost. Neexistují ošklivé ženy. Jsou jen ženy, které se neumí upravit.

*Dbát na sebe a pěkně se oblékat bychom měly v každém věku.* Následující příběh svědčí o tom, že to jde. Spisovatel D. Carnegie v jedné ze svých knih uvádí příklad své babičky, která měla 98 let. Ukázali jí její fotografii starou třicet let. Babička ztěží rozeznala podobu na fotce, občas si pletla své dvě dcery, ale zeptala se: „Co jsem měla tehdy na sobě?“

Ženám je tento zájem vlastní, zato většina mužů už ani neví, co měli na sobě včera. Ani je to často nezajímá.

## Určení tvaru postavy

Než začneme vybírat oblečení, měly bychom určit tvar své postavy a z toho vycházet. Nebudeme se kritizovat, že máme silná stehna

a úzká ramena. Zhodnotíme celkovou vizáž své postavy, která může být:

- **hranatá**, což znamená, že naše postava vypadá jako obdélník s nevýrazným pasem, oblými boky i hýžděmi; šířka ramen odpovídá šířce boků.

Pro tento typ postavy jsou vhodnější pevnější látky a jednodušší střihy. Nenosíme hedvábné šaty ani sukně nabrané v pase. Vhodnější jsou střihy, které nezdůrazňují pas. K hranaté postavě se hodí hranaté výstřihy, doplňky i rovné linie.

- **ve tvaru přesýpacích hodin**, s výraznými rameny a boky, ale s užším pasem.

Vyhnete se trčícím materiálům, rovným sukním, sakům i hranatým výstřihům. Vhodné je oblečení z žerzeje, mikrovlákna, jemného flanelu, hedvábí, beránčí vlny a vlněného krepu, které by mělo zdůrazňovat pas, sukně by měla být dole rozšířená. Výstřihy volíme ve tvaru „V“.

- **kopírující trojúhelník**, a to buď se širokými rameny a úzkými boky, nebo obráceně se širšími boky a úzkými rameny.

Máme-li úzká ramena a široké boky, určitě použijeme ramenní vycpávky. Nekupujeme si těsná a úzká saka a oblečení ve vrchní části volíme z více vrstev. Vyhnete se širokým sukním. Ve vrchní části oblečení používáme jasnější a výraznější barvy, třeba i se vzory.

Je-li tomu naopak – máme-li úzké boky a širší ramena, zvolíme volný oděv, v místě boků rozšířený, s kapsami, výraznějšími barvami a detaily na oblečení, které umísťujeme spíše ve spodní části oděvu.

- **oválná**, vyznačující se oblými liniemi. Střední část postavy je širší než ramena a boky. Nejkritičtějším místem je tedy pas.

Volíme jednoduché střihy, kdy oděv padá z ramen volně dolů a odvádí pozornost od silnějších částí.