

Jste spíše Tiger Woods nebo Steve Jobs? Najděte se

Lord

Typ, který velmi nerad plýtvá. Nejlépe umí zacházet s financemi. Zatímco hvězda utratí často peníze dříve, než je dostane, Lord si nekoupí nic ani potom.

Rizika při podnikání:

Někdy ho okolí považuje za lakomce. Paul Getty je naftový král, ale doma má pro hosty telefon na mince. Že by měl financovat cizí hovory, to je pro něj nemyslitelné. „Možná je nějaká náhrada za tvrdá fakta, ale nemám tušení, co by to mohlo být,“ tvrdí. Lordi umí být netaktní a hrubí. Jednájí bez servítků a k věci, protože jsou přesvědčeni o své pravdě.

Jak na to:

Skvěle se mu bude dařit optimalizovat byznys a procesy. Nikdo o něm neví, protože je to introvert, ale najednou se objeví a skoupí nejsilnější firmy na světě. Klíčem k úspěchu je kontrola aktiv, které generují tok peněz.

Příklad:

O indickém oceláři Lakshmi Mittalovi toho nikdo moc nevěděl, než se stal největším výrobcem oceli na světě. Vyjednal fúzi s druhým největším producentem oceli na světě. Sice jej dvakrát odmítli, ale pak nabídl jinou cenu a nyní vlastní 95% oceli na světě. Lakshmi Mittal neustále sleduje asi 65 ukazatelů. Podívá se na čísla a přesně ví, co se děje.

Podporovatel

Rád buduje týmy a sítě postavené na lidech. Číslo ho nezajímá. Může být skvělý ředitel rozběhnuté firmy. Vytváří bohatství tím, že dává prostor jiným. V diáři má tisíce kontaktů, mnohem více než jiné typy.

Rizika při podnikání:

Pochybnosti. Připadá mu, že nic neumí, často si neuvědomuje důležitost své role. Jeho hodnota je v tom, že řídí ostatní. Dá prostor tvůrci, aby tvořil, mechanikovi, aby zlepšil systém, hvězdě, aby zazářila. Není nejlepší prodejce, protože mu až příliš záleží na vztahu. Spíš čeká na zájem druhé strany.

Jak na to:

Jeho největší devízou je důvěra. Lidé do jeho firmy jdou, protože na něj spoléhají. Využije svoje kontakty při marketingu. Díky němu totiž klienti nedají přednost konkurenci. A ti noví si řeknou: „Chci tenhle byznys dělat právě s ním.“ Má předpoklady dobře vést tým, jen musí sám sebe uznat jako odborníka na vedení lidí.

Příklad:

Jack Welsch, generální ředitel General Electric v letech 1981 až 2001, měl velmi propracovaný systém, jak hodnotit, oceňovat a motivovat lidi. Perfektně doladil metodu řízení talentů. Jeho knihy o vedení lidí se staly bestsellery.

Spojovatel

Ochota věci měnit, ale přitom nepokazit vztah, je pro něj nejdůležitější. S každým se zná a s každým je zadobře. Tito lidé jsou zábavní, všemu přístupní. Hodně věcí dohodnou při běžné konverzaci, potřebují svobodu, aby se mohli potkávat s lidmi. Zaměřují se na úzkou oblast trhu, ve které dominují, a kde přitahují skvělé příležitosti.

Rizika při podnikání:

Především je to závislost na hodnotě kontaktů a také situaci na trhu. Typicky jde o headhuntery nebo fotbalové agenty, kteří dobře vědí, jaká je aktuální hodnota každého hráče.

Někdy je ale láká dojednat nejlepší podmínky hlavně pro sebe, což je může ohrozit v budoucnosti. Když dokáží zařídít, aby byli spokojeni i jejich spojenci, byznys jim pokvete.

Jak na to:

Nesmí nechat proklouznout mezi prsty příležitost. Musí být stále ve střehu. Potřebuje oporu ve stabilním administrativním zázemí. Klíčem k úspěchu je spojování správných lidí ve správný čas.

Příklad:

Miliardář a realitní makléř Donald Trump potřebuje tři sekretářky, protože buď sám telefonuje, nebo na hovor s ním někdo další čeká.

Tvůrce

Charakteristická je pro něj vize. Může to být podnikatel, který rád rozjíždí byznys. Nebo režisér, architekt. Tam, kde nic nebylo, stvoří něco nového.

Rizika při podnikání:

Tvůrce často hrozí, že doslova „rozdá“, co vytvořil. Potřebuje proto, aby mu někdo pomohl ošetřit podíly na zisku a tantiémy. Když podniká, neobejde se bez realizačního týmu, který jeho myšlenky dotahuje. Když je totiž zavalen detaily souvisejícími s uvedením jeho vizi do života nebo s administrativou, bere mu to energii.

Jak na to:

I když je tvůrce v myšlenkách stále o krok napřed, vyplatí se mu je trochu „ukotvit“. Jinak nic nedotáhne do konce. Měl by se stát specialistou, vybrat si činnost, kde mu jeho talent přinese maximální hodnotu a je zároveň obtížně napodobitelná. Zvlášť začátečník musí být čitelný pro klienty, aby si jej našli. Je třeba zvolit i správné komunikační kanály.

Příklad:

Steve Jobs má talent vytvářet kult inovací. Jeho produkty jsou těžko kopírovatelné, a když jej konkurence dožene, už je zase o míli dále. Získává tak až fanaticky loajální zákazníky.



Hvězda

Její roli je zářit. Její cena roste, když je nedostupná. Jen tak v showbyznysu naplní stadion. Když je to majitel advokátní kanceláře, svým jménem jí zajistí renomé. Petr Mašek z firmy Mašek advokáti říká: „Dávám kanceláři tvář. Lidé se na mě obracují, protože s nimi rád komunikují. Navazují kontakty a vztahy, otevírají spolupráci, ale věci k řešení předávám ostatním.“

Rizika při podnikání:

Musí si dát pozor, aby mluvil s rozmyslem, vysvětluje Mašek. „A také nesmí podlehnout dojmům, že je v byznysu jediná.“ I tak občas „přeshívne“ sebe prezentaci.

Jak na to:

Klíčem je najít si identitu a hrát podle svých pravidel. Hvězdy dělá image. Vyplatí se hlídat si způsob prezentace. Třeba Bea Benková je koučka talentovaných žen. Lákat takové klientky na webu není pro ni vhodná strategie, její služby tím ztrácí výlučnost. Volí proto osobní oslovení. Být hvězdou ale není jednoduché. Zatímco jedny přitahují, druhé odpuzují. Když image ztratí, má problém.

Příklad:

Golfista Tiger Woods ztratil identitu dokonalého člověka a manžela, když se objevily zprávy o jeho poměru. Okamžitě ho to poškodilo finančně. Když se omlouval veřejně ženě, nešlo jen o ni, ale také o sponzory.

Obchodník

Nejlépe funguje, když je v epicentru dění. Jeho devízou je realistické vyhodnocení správné ceny toho, s čím pracuje. Často vidí, co ostatní přehlédnou. Vyniká proto tam, kde je třeba dělat operativní rozhodnutí.

Rizika při podnikání:

Mohou sejít z cesty, když se pustí do tvorby, administrativy či prezentace. „Získali jsme zastoupení nové firmy. Pustil jsem se i do tvorby propagačních materiálů. Není to moje parketa, ale беру to na sebe, protože vím, že to zvládnou. Jenže pak nemám čas na svou práci,“ říká Michael

Wagner z fitness centra Flowin, který se prý díky typologii konečně „usazuje“ ve své kůži.

Jak na to:

Umi, „uzemnit“ členy týmu, kteří létají v oblacích. Chce to dát na svoje postřehy a nebat se opřít o svůj názor. Většinou se třetí přesně do ceny věcí nebo služeb. Když mu při jednání něco neseď, potřebuje o tom mluvit. Pokud nebude vše vyladěné, nebude se dobře cítit. Klíčem je pro něj lacino nakoupit a prodát drazě.

Příklad:

George Soros během deseti let od roku 1970, kdy založil Quantum Fund, zhodnotil svůj vklad o 4000 procent.

Akumulátor

Bohatne, protože hromadí věci a umí je zhodnotit. Obchodníci nakupují lacino a prodávají drahé. Akumulátor peníze drží a přemýšlí, do čeho investuje. Vše si spočítá, myslí analyticky. V dětství sbírá známky, v dospělosti firmy, umělecká díla, historická auta, šperky. Také investuje na kapitálových trzích.

Rizika při podnikání:

Někdy s rozhodnutím příliš otálí. I když už nakupoval vědomosti, firmy nebo peníze, bývá zbytečně pesimistický. Nežádka hromadí i zbytečné věci místo toho, aby žil.

Jak na to:

Je želvou, která vyhrává závody. Chce to jen držet se svých plánů a tempa. Silnými stránkami jsou spolehlivost, opatrnost, rozvážnost. Bývá z něj výborný projektový manažer. Na mítinku si často dělá poznámky a pak prohlásí: „Promiňte, ale váš plán má tento zádrhel. Jak ho chcete vyřešit?“ Na námítky vizionáře, který tvrdí, že se to vyřeší později, nedá. Chce před sebou mít jasné časové plány.

Příklad:

Warren Buffet investuje jen do firem s obrátem nad 5 miliard. Při jeho hotovosti to není problém. Nejde o perfekcionista, ale drží se svého plánu.

Exercise 1

Vocabulary: Matching. Match the words from the text with their correct definitions:

- Embrace change
- take a turn for the worse
- traditional indicators
- external environment
- top down
- implementation of change
- lifelong learning

- a coming from above in a hierarchy
b sets of information that have been used for some time
c learning as a continual activity
d agree that change is necessary and achieve it
e conditions outside an organisation
f become worse
g making change happen

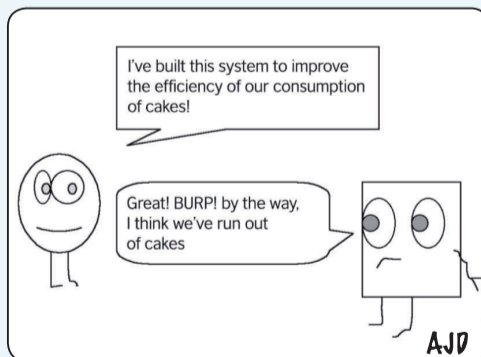
Exercise 2

Vocabulary: Matching. Choose the correct words to fill the gaps in the sentences:

- achieve / change / learning / vision
embrace / individuals / indicators
organisation / lifelong

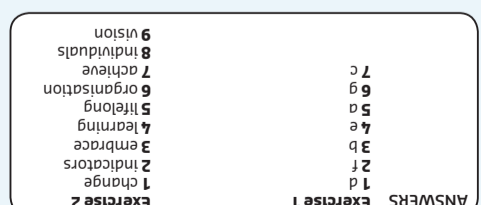
The rate of [1] in the business world is always increasing. Charles Handy suggests that companies should not wait for [2] such as poor sales to tell them that change is necessary. A company should [3] change when it is doing well. Professor Senge says that [4] organisations are better at embracing change. Such organisations share five factors: employees embrace[5] learning; employees are encouraged to question all aspects of the company's [6]; the vision of the company's future should be something that all employees wish to [7]; employees need to learn as teams not as [8]; wide [9] across all sectors of an organisation is required.

The Ideas Factory



Více informací o jazykových kurzech angličtiny najdete na www.britishcouncil.cz

For more business English articles and exercises go to: www.britishcouncil.org/professionals.htm



SOUTĚŽTE S NÁMI O KURZ ANGLIČTINY
Dnes začíná druhý měsíc kurzu. Každé pondělí najdete na adrese www.britishcouncil.cz pod bannerem Win a Free Course kvízovou soutěžní otázku. Soutěž bude vyhodnocena po 4 týdnech. Výherce získá kurz angličtiny od British Council v hodnotě 10 500 Kč. Výhercem z prvního měsíce kurzu je Marta Homolková.

Word search



See if you can find these words in the grid. They can be horizontal, vertical, diagonal and backwards.
BUSINESS
ORGANIS_T_I_N
COMPET_T_R
T_AM
DEVELOPM_NT
THINK_NG
EMPLOY_E
TRADITION_L
INFORM_T_ON
VIS_ON

INZERCE

Gradua-CEGOS, s.r.o.

vzdělávání a poradenství

Chcete pro své pracovníky na nižším, středním i vyšším stupni řízení zajistit
efektivní a flexibilní vzdělávání?

Využijte nově e-learning Gradua-CEGOS



- > nejlepší praktické zkušenosti v distančním vzdělávání,
- > vysoká interaktivita,
- > motivační pedagogické metody,
- > více než 200 modulů v několika jazycích,
- > přehledná navigace,
- > atraktivní grafika,
- > pro využití samostatně nebo v kombinaci s prezenční formou výuky či tréninku,
- > v nabídce hotové moduly, zakázkové přizpůsobení obsahu nebo vytvoření zcela nových témat.

Více informací o e-learningovém řešení vzdělávání Gradua-CEGOS:

tel.: 226 006 300
www.gradua.cz



AKCELERACE ÚSPĚCHU