

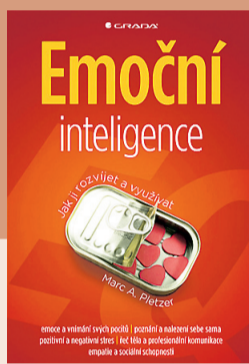
PANORAMA**Celoživotní učení****Hana Kejhová****Dobrý kurz není školení**

Všimla jsem si zajímavého detailu. Je obrovský rozdíl v tom, kolik peněz jsou různí lidé ochotni investovat do svého dalšího vzdělávání. Pět tisíc za denní seminář? Tak to fakt nedám... Proč ne? V Česku převládá hlavně u dospělých obrovská skepse k jakýmkoli vzdělávacím aktivitám. Většinou jsou otráveni z dřívější doby tím, že prošli nekvalitními školeními, která pro ně neměla valnou cenu.

Přispívá k tomu i to, že jsme nebyli zvyklí za učení platit. A co si člověk nekoupí, toho si moc neváží. Přitom když potkáte skutečně úspěšné lidi, tak na kvalitním vzdělávání nešetří. Jenže jim musí být ušito na míru a vedeno oprav-

du dobrým koučem. Pokud vám na školení zbývá čas hrát piškvorky, plánovat nákup na víkend, jde o ztracený čas i peníze.

Schopný lektor se zajímá o to, koho má ve skupině a co ti lidé potřebují do praxe a života. A hlavně – po celou dobu vás nenechá vydechnout a nepustí z drápů. A pokud vzbudí zájem, tak energie proudí i o přestávkách na kávu a oběd. Vizitky lítají vzduchem, byznysmani si dělají poznámky a je to prostě hukot. Ideální je, když odcházíte a říkáte si, tomu člověku musím zavolat a tamtoho pozvat na oběd. A také to uděláte, protože jinak by vám utekla skvělá příležitost mezi prsty. Byly to vyhozené peníze? Určitě ne.

Kniha, kterou čtu**EVA VELECHOVSKÁ**
majitelka společnosti Veva

Představte si, že by lidé zcela samozřejmě přebírali odpovědnost za svoje jednání, rozuměli svým emocím, komunikovali navzájem a spolupracovali. Díky tomu by utvářeli své životy a byli úspěšní v práci i v soukromí. První krok ke splnění tohoto snu můžete udělat s knihou **Emoční inteligence**. Často totiž spíše obviňujeme druhé za vlastní agresi a emoce. Změnu však máme ve svých rukou.

Telegraf

SEMINÁŘ O CELNÍ UNII. Dne 10. června pořádá ministerstvo průmyslu a obchodu v Brně seminář o spolupráci s celní unií Ruska, Běloruska a Kazachstánu. Místem konání je budova hospodářské komory, Výstaviště 1. Kontakt: e-mail: akce@cech.cz.

KONZULTACE O NĚMECKU. Ve dne 18. června se v sídle

agentury CzechTrade, Škroupova 4, Hradec Králové, koná konzultace o německém trhu. Více na tel. 495 581 960 nebo e-mail: peter.lukac@cechtrade.cz.

OBCHOD S PÓLSKEM. Na 22. června připravila ostravská agentura CzechTrade, Výstavní 8, konzultaci o obchodu s polskými firmami. Tel. 597 479 322. MPO

Procenta**41 %**

V anketě na portálu Jobs.cz se 41 % respondentů vyjádřilo, že by práci operátora v call centru nikdy neuzalo. Zhruba třetina uchazečů by ji přijala, pokud by dlouho nemohli nalézt jiné uplatnění. A 18 % hlasujících by šlo do call centra pracovat pouze za skvělý plat. Jako příležitost pro zahájení kariéry call centrum vnímá 13 % odpovídajících.

Moje rada

Nezapomínejme na zákazníka, bez něj byznys nemá smysl. Myslete i na svůj tým, jsou to lidé, až potom kolegové v práci.

**PAVEL HRADEC**, generální ředitel Inter IKEA Centre ČR a SR**MOJE HN KARIÉRA****Osobnostní typologie**

Jak vydělat na tom, kdo jste

Metoda, která odhalí vaše „osobní zlato“**Hana Kejhová**
hana.kejhova@economia.cz

Proč se někdo vyvíjí k úspěchu, zatímco jiný zůstává trčet dole? Kouč Roger James Hamilton zkoumal životní cestu úspěšných. Po setkání s Billem Clintonem nebo nejbohatším mužem světa Carlosem Slimem si pohlá s osobnostní typologií lidí, kteří mají v životě „štěstí“. Konstatoval, že na rozdíl od úspěšných si většina ostatních jen mlhavě uvědomuje, v čem spočívá jejich „osobní zlato“. Co je hodnota, za kterou jim zaplatí. „Pokud to, co děláte, vyžaduje velkou námahu, neděláte správnou věc,“ tvrdí. Jeho metoda Dynamika bohatství pomáhá lidem poznat mentální vzorce, podle kterých se rozhodují.

„Poznat svůj typ pro mě byla transformační záležitost. Bylo to, jako bych si naostřil tupý meč,“ vysvětluje Martin Hausenblas, spolumajitel společnosti Adler v Ústí nad Labem, která vyrábí a distribuuje reklamní texty do světa. Ztotožňuje se s typem „tvůrce a vizionář“. Naučil se, že je užitečnější, když „jen“ vytváří strategii a na detaily si najme střední management. „Typologie a vedení kvalitním koučem otevře

úplně nový prostor,“ říká. „Pomůže odpovědět, jaký typ lidí mi pomůže? Kdo by měl být součástí mého týmu? Kdo v něm nemá co dělat? Na co se mám soustředit, abych se jako podnikatel rozvíjel? Na to těžko naleznete odpovědi v izolaci.“

Proto se podnikatelé sdružují v klubech a na workshopech. Patří k nim i Michael Wagner, majitel fitnesscentra a reklamní agentury. „Chci, aby moji obchodní partneři prošli stejným kurzem, protože se lépe poznáme jako byznys partneři. Když i moji zaměstnanci projdou testem, sestavíme úspěšnější tým,“ říká. Cílem není jen vydělat více peněz, ale být co nejefektivnější s co nejmenší námahou. Hamilton to přirovnává k vytvoření nádherné zahrady, do které si přiváíbíte krásné motýly. Když je člověk v souladu se svým typem, daří se mu finančně, ale především – takový člověk doslova září. A lepší se na něj správní lidé a klienti.

Hamiltonova Dynamika bohatství v podnikání se inspirovuje zkušenostmi podnikatelů. Certifikovaní koučové sami prošli vrcholovými pozicemi v byznysu, takže neudělují obecné rady. I když je třeba říci, že ve svých základech není zcela unikátní. Tak jako řada dalších nava-



Pokud to, co děláte, vyžaduje velkou námahu, neděláte správnou věc.

ROGER JAMES HAMILTON
kouč a tvůrce metody Dynamika bohatství

zuje na myšlenky Carla Gustava Junga.

Hamiltonova metodika je hlavně pro ty, kdo chtějí uspět a nestojí jen o klinickou diagnostiku k vlastní sebereflexi. Udělat si na webu test svého typu je první krok. V angličtině ho za sto dolarů poskytují společnosti jako Wealth Dynamics, Prosperity Vision nebo Expertis. Více obohátí workshopy, na kterých podnikatelé sdílejí zkušenosti. V Česku se rozvíjí od dubna a poskytuje je vzdělávací firma Expertis. Denní seminář stojí pět tisíc, permanentka na čtyři a půl dne kolem čtyřiceti tisíc.

Typologie je nejprospěšnější pro ty, kdo se chtějí dostat na vyšší úroveň, než je zasloužilý pracovník. Odpoutat se z této role je nejtěžší krok. „Někdy si zaměstnanec nemusí uvědomit, jakou oporu mu skýtá infrastruktura podniku. Při přechodu do podnikatelské role si musí být vědom toho, že všechna dosavadní podpora zmizí. Třeba i podpora týmu,“ vysvětluje Ján Polák, konzultant a kouč, který získal certifikaci přímo u Hamiltona. V první fázi je podle něj důležité poznat, jakou hodnotu nabízím a jaká je moje konkurence. Pak je důležité poznat „páku“, která pomáhá násobit užitek plynoucí z tohoto talentu.

Angličtina s Hospodářskými novinami**BRITISH COUNCIL****ŠESTIMĚSÍČNÍ KURS ANGLIČTINY - PROFESSIONAL ENGLISH 5****Change management****Pre-reading task**

Before you read the text match the expressions with their correct meanings in the vocabulary section in the right-hand column.

The rate of change and development in the business world is always increasing. New competitors, new markets, new technologies, new products all result in an enterprise having to embrace change to remain successful.

How can an organisation know when change is necessary? Charles Handy, a former professor at the London Business School, suggested that organisations should embrace change when they are doing well; they should not wait until things take a turn for the worse. It is doubtful that many organisations follow this advice. It is more likely that traditional indicators such as sales information can be used to decide when and what to change. Changes in the external environment need to be monitored – what are your competitors planning? Do you suddenly have a new competitor?

How can an organisation achieve change? Financial and accounting information can help in the planning and implementation of change. However, for Professor Senger, from the Massachusetts Institute of Technology, this isn't enough.

He suggests that a vital factor in the successful implementation of change is that organisations must 'learn to learn'. The traditional top-down, authoritarian way of doing things is not flexible enough to cope with today's rapidly changing business environment. Senger lists five factors that help make an organisation a 'learning organisation':

'personal mastery' – an employee's desire for lifelong learning to continually update that employee's set of job skills

'the creative use of mental models' – all employees should question all aspects of a company's organisation

'building a shared vision' – the vision of the company's future must be positive, innovative, constantly evolving and something that all employees wish to achieve

'team learning' – employees need to think and learn together; teams need to learn, not just individuals

'systems thinking' – this requires a wide vision across all sectors of an organisation; in fact the concept of 'a sector' within a company is not useful – activities in a company should be seen as a whole; it is also important to recognise patterns across an organisation, even in complex circumstances.

If a company can become a learning organisation then it should be able to bring about successful organisational change.

GRAHAM BRADFORD