



...ve frontě na banány.

**Kniha o tom, „
proč ještě
nejste bohatší
než váš soused**



Tomáš Lukavec

Architekt lidských příběhů v byznyse

*Věnováno všem, kteří čekají ve frontách,
a věří, že se na ně jednou dostane.*

Tato knížka je volně šířitelná. Pošlete ji přátelům a svým kolegům v práci. Budování osobní značky je nejefektivnější a nejlevnější způsob, jak rychle znásobit hodnotu svého času a prodat své banány za víc peněz než Váš soused. Sdílejte i na Facebooku.

Sdílejte na Facebooku

Obsah, který je pro vás v rámci e-booku zcela zdarma

Je libo banán?	9
Tři oříšky	12
Banánové lži	19
Banány chudých	24
Přeměna BANÁNU v NEBANÁN	27
Opice, která se přestala opičit	44
Co může osobní značka udělat pro vaše podnikání?	54

Na další rozšiřující obsah se můžete těšit v roce 2015,
kdy e-book vyjde jako tištěná kniha!

Obsah, který se připravuje do tištěného vydání knihy

ÚKLID PO VEČÍRKU BANÁNŮ

Konkurz na uklízečku

Česko hledá Superstar

Jak uklízečka zaujala miliardáře

Uklízečka nechala bordel

Z uklízečky šéfka odborů

NEBANÁN A JEHO DĚTI

Pohádka, po které neusnete

Zakázané masturbace

Psychologie jedinečnosti

Jak oblafnout BANÁNY

VÁŠ SYSTÉM SLÁVY

Kupte banánové plantáže

Mluvte s pusou plnou banánů

Myslete na banán

Slupka nepatří do koše

8 pilířů vaší prezidentské kampaně

BOJ O POSLEDNÍ BANÁN

Tajuplný ostrov

Snědli, co neměli

Přežije ten poslední

POPELKA U PSYCHOLOGA

Zapomínání na chudobu

Odpuštění maceše

Rozvod s princem? Bude další

Kupte si další tuto knihu

Nekupujte si ji

Tomáš Lukavec

je mezinárodně uznávaný odborník na budování osobních i firemních značek. Tomáš staví prestiž značek na jednoduchých a autentických životních příbězích, díky tomu je přezdíván „architektem lidských příběhů v byznyse“.

Tomáš Lukavec spolupracoval do dnešního dne s osobnostmi jako **Mark Dzirasa** – mezinárodně uznávaný kouč a autor dvou knih, **Renata Kronowetterová** – mezinárodně uznávaná koučka a spolupracovnice Briana Tracyho, **Bob Proctor** – spoluautor díla Tajemství a autor několika bestsellerů podle New York Times, **Andy Winson** – mezinárodně uznávaný kouč a autor bestselleru, **Pavel Říha** – uznávaný infopodnikatel a trenér produktivních návyků, **Jaroslav Pilný** – mezinárodně uznávaný podnikatel a „král“ multilevlu a dalšími [více informací na www.tomaslukavec.cz/reference/].

Ve firemní kultuře školil budování značky pro mezinárodní společnost RE/MAX Invest, OVB, Partners, ČSOB, Česká spořitelna, Mood Media a další. Jeho rukama prošly kampaně oslovující až 200 000 klientů. V nynější době Tomáš Lukavec přednáší na vysokých školách po celé České republice a Slovensku. Ve svém volném čase moderuje vlastní talkshow Ordinace, do které zve úspěšné a známé celebrity a vystavuje jejich značku podrobnému výzkumu.

Více informací naleznete na www.tomaslukavec.cz.



Knihy jsou psány jednou rukou, ta je ovšem vedena rukami mnohých. I tak tomu je tentokrát. Mé veliké díky patří celému mému týmu, který se se mnou pouští stále do nových a nových dobrodružství. Dále také Petře Gryzové, ředitelce tradičního hotelu Luník, jejíž podpora i střízlivá kritika mne vždy pomohla se posunout dále. Dále Rostya Gordon Smith, která je mým patronem a v mnoha ohledech osobní inspirací. Rostya Gordon Smith je důkazem toho, že profesionálové spolu spolupracují, zatímco amatéři spolu zápasí. Mé veliké díky patří Pavlovi Říhovi. Ačkoliv s Pavlem dlouhodobě konzultuji jeho osobní značku, on sám se nepopíratelně stal součástí té mé. Pavel mne přiměl sepsat tuto knihu a mnoho toho, co budete číst, vychází z praktických marketingových a brandingových situací prožitých s ním.

Závěrem chci samozřejmě poděkovat všem klientům, s kterými spolupracuji na denní úrovni. Ať už se bavím o mezinárodně uznávaných osobnostech, jakými jsou Bob Proctor z Kanady či Daniel Konieczny z Polska, nebo českých kapacit, jakými jsou Mark Dziraša a další. Vše, co budete v této knize číst, vychází z reálných kampaní či z opravdových řešení brandingů či marketingů značek.



Jak snadno pochopit tuto knihu?

Pravidlo 1

BANÁN = člověk usilující o banán

NEBANÁN = člověk usilující o přeměnu

Pravidlo 2

Tuto knihu čtete očima, ale dělejte srdcem.

Pravidlo 3



Stáhněte si pracovní sešit

Jsou v něm doplňková cvičení pro budování vaší značky.



„Mami, vyprávěj mi ještě jednou pohádku *Fronta na banány!*“ Maminka se usmála, naklonila se k mé posteli, a pečlivě si mne prohlédla. „Vždyť jsi ji slyšel už tisíckrát,“ vzdechla si. *Fronta na banány* byla moje nejoblíbenější pohádka v dětství. Maminka neuměla příliš vyprávět klasické pohádky, a tak si vymýšlela své vlastní. *Fronta na banány* byla jedna z nich. Pohladila mě po tváři a začala:

„Bylo kdysi jedno království, a v tom království vládl soudruh Gagarin. Král to byl hodný, pomáhal lidem s prací, staral se o ně a měl je rád. Kousek za nemocnicí byl v království obchůdek s banány, kam je opice vozily až z Číny, protože ta měla banány nejlevnější. Všichni v království banány milovali, ale nebylo jich nikdy dost, protože v Číně se jich hodně snědlo a do království se jich tolik nedostalo. Přesto, každé úterý čekali všichni obyvatelé království dlouhou frontu na banány před kouzelným obchůdkem. Velikým tajemstvím ovšem každé úterý bylo, kolik banánů vlastně do království přivezli. Proto občas ti, kteří stáli na konci řady, nedostali žádný banán. Přesto všichni ve frontě doufali, že banán dostanou.

Jednoho krásného dne se ovšem stalo, že kvůli havárii na D1 dorazil do království banán jenom jeden. Když ho kouzelná prodávčka prodala prvnímu v řadě, celá fronta se podivila a pocítila velikou závist. Bylo totiž snadnější snést představu, že banány si odnáší deset lidí, než jenom jeden chamtivec. Tím chamtivcem byla toho dne Popelka. Všichni obyvatelé království se na ni hned vrhli, ta byla ovšem dost chudá na to, aby byla i hloupá, a tak řekla: „Já vám banán všem dám, když mi každý z vás dáte to, co máte, a máte toho hodně.“ A tak jí každý přinesl kus toho, co měl – někdo ořech, někdo lak na vlasy, někdo mercedes. A pak jim banán hodila a všichni se o něho porvali. To už však bylo Popelce jedno, valila si to do Čínského království pro bedny banánů svým novým Mercedesem a nalakovanými vlasy.“

Je libo banán?

Proč si přečíst tuto knihu? S největší pravděpodobností nyní trávíte svůj život ve frontě na banány. Čekáte, až se dostanete na vysokou. Čekáte, až vysokou dokončíte. Čekáte na svoji vysněnou práci. Čekáte na svůj první či padesátý milion. Na svého dokonalého partnera či partnerku. Jednoduše řečeno – čekáte na banán ve frontě na banány.

Popelka v našem příběhu prahla také po banánu. Pak se ho ovšem záhy vzdala. Vyměnila ho za něco, čeho měli ostatní dost a ona málo. Směnila nedostatkové za dostatek. Nyní chci, abyste si předešlou větu přečetli ještě jednou. Je velmi důležitá pro pochopení celé této knihy. Pro pochopení vás samotných. Raději vám ji zopakuji: „vyměnila nedostatkové za dostatek.“ Přemýšlejte se mnou. Položím vám nyní velmi důležitou otázku: Čeho je na světě hodně a čeho málo?

Hodně je třeba kamenů, vzduchu, mořské vody, aut, domů, peněz. Ano, peněz. Je jich hodně. Jsou všude kolem nás. Válí se nám na účtech, v kapsách, peněženkách, válí se i na ulicích. Čeho je málo? No, třeba diamantů, divokých šelem, korálových útesů a – Vás. Ano, Vy jste nedostatkovým zbožím. I pokud jste z trojčat, jste stále originál.

Nebudu vás učit, jak se stát unikátním modelem ve výloze. Naučím vás, jak se stát výlohou. Proč? Protože ve výloze můžete vystavit, co chcete, a zaujmout, koho chcete. Když jste modelem, nic neovlivníte. Lidé ovlivní vás. Strčí vás, kam potřebují. Posunou vás do světla tak, aby lépe prodali své produkty či služby, ne ty vaše. Vyhodí vás, když jste příliš opotřebovaní. Nebo když už neodpovídáte normám. To vám nikdo ve frontě na banány neřekl, že? Chtěli jste se stát slavným zpěvákem, hercem, milionářem, vědcem,

spisovatelem, vizionářem – ale něco se stalo. Zapomněli jste svou identitu ve frontě na banány. Dokonce možná právě teď pózujete ve výloze, která vám nepatří. Čtete tuto knihu tajně pod stolem, aby vás učitel či zaměstnavatel nenačapal. Ty ty ty!

Bojíte se? Já také. To je zdravé. Abyste se zbavili strachu, možná navštěvujete semináře, které vás motivují lépe čekat. Možná se učíte od lidí, kteří jeden či dva banány již získali.

Tato kniha není rozhodně zaměřena na získávání banánů. Zapomeňte na to. A položte si základní otázku: Má smysl usilovat o získání něčeho, čeho je dostatek? Nebo prospět tomuto světu něčím, čeho je nedostatek? Ano, mám na mysli Vás. Vy jste nedostatkovým zbožím.

Může se vám zdát, že je lepší jít v davu. U výrobních pásů stejně jako ve frontě na banány je větší teplo a pohodlí, než třeba v buši nebo na vrcholu Mount Everestu. Zkuste si ovšem někdy popovídat s člověkem, který Mount Everest zdolal. Ve své talkshow jsem dělal rozhovor s Radkem Jarošem, který jej vystoupal. A řeknu Vám jediné – to, co měl v očích, nebyla pýcha. Byl to život sám. Znam spousty lidí, kteří čekají ve frontě na banány. I já v ní čekal. V očích mají jediné – čekání.

Může tedy tato kniha něco změnit? Něco? Může změnit vše! Jak? Vaše schopnosti jsou nevyčerpatelné. Počet banánů v krabici je omezen. Pěstování banánů je závislé na mnoha podmínkách. Ale váš život, ten je závislý na jediném – na Vás samotných. Lidé, kteří chtějí banán, většinou chudnou. Lidé, kteří pochopí, že o banán tu nejde, stávají se bohatými. Pro chudé je banán nutnost přežití a životní cíl. Pro bohaté je banán přežitek. Zatímco chudí hrají hru o banány, aby zbohatli, bohatí hrají hru s chudými, aby ti druzí ještě více zchudli. Bohatý je každý, kdo pochopí nesmyslnost banánů. Chudý je každý, v té frontě stále ještě čeká.

Když si stoupneme poprvé do fronty, jsme plní nadšení. Cítíme se dospělými a náš život získává řád. Jako děti jsme to nepoznali – čas pro nás nehrál roli a banány jsme jedli v přesnídávkách. Ovšem jak se čekání táhne, fronta se začne zdát nekonečnou. Náhle

potřebujeme více motivace, více peněz, více odhodlání, více přátel. A pak, když už konečně dojdeme na konec řady a dostaneme to, po čem jsme prahli – jsme překvapení cenou banánu. Ležíme na smrtelné posteli a místo rukou milovaných držíme v rukách slupky od banánů. Místo životního příběhu kážeme o směšnosti fronty. Namísto odkazu zanecháváme hnědnoucí banán.

Cesta, na kterou se čtením této knihy vydáváte, je cestou návratu. Psal jsem ji s hravostí malého kluka, který touží dobýt svět. Do každého slova jsem ovšem vkládal nejvyšší pečlivost. Jsou to totiž Vaše oči, které je nyní čtou a které se díky ní dívají do své budoucnosti. Přeji si, abyste v ní dokončili to, co já jsem zde začal – Váš osobní příběh naplnění. Pokud se tak nestane, pak se tato kniha, stejně jako vy, nesetkala se svým osudem.

Tři oříšky

Každé malé dítě ví, že Popelka měla tři oříšky. Každý z těch oříšků jí pomohl se někam dostat. I mně život nadělil tři kouzelné oříšky. Narodil jsem se jako děsný samotář. Bohužel – do světa plného lidí... Když se na mě přišli podívat příbuzní do porodnice, prý jsem od nich odvracel hlavičku. V tomto duchu se táhlo celé mé dětství. Vyhýbal jsem se kontaktu s ostatními dětmi. Stavěl jsem si dál domy z kostiček a nestaral se, co se kolem mě děje. Snad i proto jsem se stal velmi snadno terčem šikany. Moje svačiny mizely tajně z batohu, v botách jsem nacházel kamínky, v jakékoliv honičce jsem hrál zloděje, teroristu či zrádce. Domů jsem se vracel s modřinami.

Táta mi dával lásku najevo svou vlastní cestou – vysvětloval mi, jak důležité je se pomstít. Byli jsme chudí a táta musel pracovat ve firmě, kde ho jeho nadřízení ponižovali. Bohužel se jeho celková nespokojenost většinou promítala do vztahu s maminkou, která těžko odolávala jeho výbuchům vzteku. To vše ve mně ještě více utvrzovalo mé samotářství. Vytvářel jsem si vlastní kamarády – z kloubových panáčků, které jsem dostával k vánocům či narozeninám. Měl jsem jich hned několik – supermana, batmana, taky nějakou amazonskou lovkyni (když jsem ji našel v dospělosti na půdě, připomínala spíše striptérku), Xenu a další. Vytvářel jsem jim příběh. Někteří se měli rádi, jiní mezi sebou zápasili. To jsem vždy určoval já sám. V bezpečí a daleko od lidí. Kdyby mě tou dobou vzali rodiče k psychologovi, diagnostikoval by mi autismus.

Rodiče ovšem potřebovali psychologa spíše pro sebe. Jednoho dne se pohádali více než obvykle. Místo řevu, bouchání do stolu a pláče byl všude po bytě slyšet dupot, běhání a nárazy nábytku. Mně, mladšímu bráčkovi a mámě se podařilo té noci utéct z domova.

Nebylo to poprvé. Tentokrát ovšem naposled. Přežívali jsme od souseda k sousedům, žili u přátel a rodiny. Přišli jsme tak i o to nic, co jsme měli. A o střechu nad hlavou. Vše se seběhlo tak rychle, že si vzpomínám pouze na detaily. Byly dny, kdy jsme s bratrem ani nejeli do školy, protože jsme neměli peníze. Do omluvenky maminka napsala, že jsme byli nemocní. Jídlo nám vozila babička ze školní jídelny, ve které vařila. Šlo většinou o zbytky, které balila do papírových ubrousků. Nikdy nezapomenu jejich starobní vanilkovou vůni.

Když jsme již dočerpali dobrosrdečnosti rodiny, stěhovali jsme se z jednoho místa na druhé jako špačci. Jeden půl rok tam, druhý tam, třetí tam. Maminka občas platila jeden nájem ve dvou měsících. Vznikala tak neřešitelná finanční spirála. Když se tato spirála přestala točit, museli jsme jít jinam. Vzpomínám na jednu čtvrt, kam jsme se nastěhovali. Byla plná Romů, sociálně vyloučených občanů a podivínů odříznutých od civilizace. Nad námi bydlel blázen, vedle nás drogoví dealeři a v nejvyšším patře bydlelo asi 15 cikánů. Ve střeše měli díru, aby si mohli v bytě dělat oheň. To bylo jedno z nejtěžších období v mém životě. Otec o nás nejevil zájem, my neměli moc co k jídlu, a maminku jsme skoro vůbec nevidali – chodila do dvou prací naráz. Když dorazila domů z jedné směny, musela jít zatopit do kotelny. Ta byla v přízemí bytovky. Vzala lopatu a házela uhlí do hořícího kotle. Aby se tehdy byt vytopil, musela přikládat pravidelně hodinu v kuse. V zimním období i dvě hodiny. Já s bratrem jsme seděli schoulení pod dekou vprostřed místnosti bez nábytku a dívali se na šumějící televizi.

Občas jsme mamince pomáhali, ona ovšem chtěla, abychom se spíše učili do školy. Věřila, že jednou dostudujeme a budeme mít hodně peněz. Pokaždé, když mi to říkala, vzal jsem učebnici a četl jsem dlouho do noci. Bolely mě oči i hlava. Srdce mi ovšem tlouklo jako pomatené. „Musím se dobře učit, abych vydělal hodně peněz a pomohl mamince.“ Jeden čas se maminčin zdravotní stav zhoršil. Říkala, že má alergii. Bylo naprosto jasné, že je vyčerpaná. Musel jsem něco změnit. Ale jak? Neměl jsem rád lidi a ještě k tomu jsem nic neuměl. Potřebovali jsme ovšem peníze. A mě napadlo to nejbláznivější, co mě snad napadnout mohlo.

Bylo tehdy asi půl šesté, červencového večera, kdy jsem spatřil v televizi reklamu na mycí prostředky. V ní krásná blondýnka leštila boháčovi přední skla Cadillacu daným přípravkem, a pak dostala do podprsenky dýško. Netrávil jsem čas porovnáváním svých vnad s těmi jejími. Prostě jsem vzal kbelík, hadr, a šel jsem na nejbližší benzínovou pumpu. Dodnes tam ta benzinka stojí. Na příhodném místě – na konci Dolních Libchav a Ústí nad Orlicí. Žaludek jsem měl až na jazyk a má roztřesená kolena mi bránila v chůzi. Občas jsem musel zastavit a vklidu se nadechnout. Vedla mě jediná myšlenka – vydělat peníze a pomoci mámě. Když už jsem tam dorazil a začal mýt první auto, vyběhla na mě starší paní, že to je nezákonné a že zavolá policii. V největším strachu jsem jí nabídl 20 % z vydělaných peněz, když bude mlčet. Usmlouvala to na 30 %, ale k mému překvapení souhlasila. Tak to šlo celé prázdniny, na benzince jsem byl od rána do večera. Vydělal jsem pouze to, co mi vystrčili řidiči skrze pootevřené okénku. Občas 2 koruny, občas 50 Kč, občas nic.

Přišlo mi to z počátku nespravedlivé – některým jsem umyl okna bravurně a oni nezaplatili. Jiné jsem trochu odflákl a dali mi peněz hodně. Soustřeďoval jsem se ovšem pořád a pouze na práci. Udělal jsem vše rychle a potichu, jakoby nic. Po čase jsem měl našetřeno asi 1 000 Kč. Mohl jsem s penězi udělat cokoli – jet na školní výlet, na který jsem nemohl, dát peníze mamince, nebo si koupit nějaké dobroty. A tím to mohlo celé skončit. Stále mě ovšem něco táhlo zpět do práce – stále ta samá otázka – podle čeho mě lidé odměňují? Důvod, s kterým jsem práci začal, se náhle rozplynul. Poháněla mě zvědavost. Abych to zjistil, musel jsem se stát lepším pozorovatelem. Rozhodl jsem se požádat svoji vnadnou kamarádku, zda by mi pomohla. Koupil jsem jí kbelík a hadr a domluvili jsme se, že jí dám půlku z toho, co vydělá.

Tou dobou jsem netušil, že jsem si v podstatě udělal svou první investici, vytvořil svého prvního zaměstnance a dobral se k pasivnímu zisku. Bylo mi 14 let, jak jsem to mohl tušit? Po čase spolupráce s kamarádkou jsem si všiml, že více peněz jí platí muži, nežli ženy. U mě to bylo naopak. A tak jsme si rozdělili klientelu. Další den jsem si udělal tabulky odměňování a došel k dalšímu pozoruhodnému závěru. Více platili lidé, se kterými jsem si povídal. Na základě toho jsme si s řidiči víc povídali, než nám zaplatili.

Začali jsme se jim více věnovat. Zisk vzrostl asi o 200%! Bylo to neuvěřitelné! Z 5 Kč se stalo 30 Kč! Celé se to vyvinulo tak daleko, že po čase k nám někteří lidé jezdili jen tak preventivně, aby si s námi popovídali o svých dětech, nesnázích, radostech. Jedna paní mě pozvala na oslavu dceřiných narozenin. Další paní mi dokonce vozila domácí buchty. Když na to nyní vzpomínám, chce se mi skoro plakat. Bylo to naprosto neuvěřitelné! Pak se ovšem změnil majitel benzinky a s naší prací byl nadobro konec. Vydělal jsem myslím něco kolem 20 000 Kč, což byl tou dobou průměrný český plat. A to bez vzdělání, bez jakékoliv atestace, bez předpokladů. O to více jsem na vše vzpomínal na vysoké škole.

Maminka mě od dětství motivovala ke vzdělávání. Říkala: “Čím chytřejší budeš ve škole, tím víc peněz budeš vydělávat, až budeš dospělý.” Toužil jsem tedy, že budu právník či politik. Mezinárodní vztahy mě vždycky lákaly. Vzpomínáte si na mou posedlost hraním si s kloubovými panáčky? Protože právník či politik znělo mojí mamince dobře v uších, podporovala mě. Na vysokou školu jsem se dostal až napodruhé. V prvním řízení mě nepřijali. Podle norem jsem byl těžký podprůměr. Když jsem se nedostal první rok na vysokou, vzal jsem si roční volno a jenom se učil. Moje hlava byla jako škopek plný vody. Občas mi informace tekly z uší. Pak jsem je vylil do testových papírů a byl jsem konečně přijat na tehdy nejprestižnější vysokou školu v ČR – Karlovu univerzitu, obor Evropská diplomacie.

První rok jsem se učil jako blázen. Protože mě ovšem teorie občas unavovala, začal jsem si přivydělávat jako lektor angličtiny. Měl jsem štěstí, že maminka krátce od rozvodu s tátou chodila s cizincem. Po čase jsem začal být líný, a tak jsem dohazoval klienty dalším studentům z fakulty. Díky tomu jsem si vytvořil pasivní zisk – nechával jsem si pár procent pro sebe. Na internet jsem vložil mnoho inzerátů pod různými jmény. Díky tomu jsem získal vysoký nárůst poptávky. Bylo vtipné pozorovat moje spolužáky, jak čekali na odpověď z jednoho svého inzerátu na internetu, když já jich tam měl asi 50. Když se mi někdo ozval, klienta jsem předal dál. Tento systém se osvědčil, a po čtyřech měsících jsem měl asi 20 lektorů a 50 klientů. To mi zaručovalo pasivní příjem asi 30 000 Kč měsíčně. Učili jsme v učebnách fakulty a studenti-lektoři získávali skvělou praxi.

Protože jsem měl propracovaný systém vzdělávání, roznesla se pověst mé „agentury“ všude možně po Praze. Za chvíli začaly chodit firemní nabídky a zakázky na velké školení manažerů. Nemohl jsem tomu uvěřit! Ze studenta mezinárodních vztahů se stal podnikatel s nabídkami za několik desítek tisíc korun. Bez jakékoliv reklamy, placené propagace či kontaktů. Vše ústními doporučeními.

To, že se mi dařilo, na mně bylo znát. Začal jsem se hezky oblékat a upravovat, abych reprezentoval „studentskou školu“. Zároveň jsem měl čas se připravovat na zkoušky. Druhý rok už jsem měl tolik kreditů, že jsem se nemusel téměř učit a mohl v klidu dopsat bakalářku. Když se už zdálo, že vše klapě jako hodinky, přišlo to z čistého nebe – pozval si mě na kobereček rektor fakulty. Nařkl mě z toho, že se obohacuji prací svých spolužáků, a vysvětlil mi, že na půdě fakulty nesmím provozovat žádnou výdělečnou činnost bez svolení fakulty. Požádal jsem ho tedy o svolení. On zamítl. Jeho kancelář jsem opouštěl propocený jako fretka. Onu noc jsem nezamhouřil oka. Kde nyní budeme učit? Proč to zamítl? Co jsem komu udělal? Další den jsem musel okamžitě začít řešit situaci. Buď pronajmout prostory v Praze a zvýšit ceny kurzů, nebo začít učit u klientů. Zkusil jsem oboje, a ani jedno nezabralo. Strávil jsem snad dva týdny intenzivním telefonováním. Klienti byli ovšem zaskočení a většinou od výuky ustoupili. Náhle jsem se dostal do dluhu a musel ho splácet. Taková blbost – prostory – řeknete si. Nejhorší mě ovšem čekalo.

Po půl roce jsem se dozvěděl od svého spolužáka, že fakulta již jednu jazykovou školu má. Tu založil před lety se studenty rektor fakulty. No jasně... Všechno mi to docvaklo. Cítil jsem zlost. Chtěl jsem všechno zničit. Pak se dostavilo to skvělé prozření – byla to moje blbost, že jsem si nezjistil více informací... Nevyužil jsem potenciál informací, které jsem měl přímo pod nosem. Moje největší konkurence ovládala fakultu, na které jsem učil já, a nevěděl jsem to. Ovšem, moje ego, ne a ne přiznat si chybu. Potřeboval jsem utéct z akademického světa. Potřeboval jsem si vyčistit hlavu. A tak se urodil další šílený nápad.

Vzal jsem všechny našetřené peníze a koupil letenku na druhou stranu planety. Jako své útočiště klidu jsem si vybral jedno z nejrušnějších míst světa. New York. Odletěl

jsem za svým kamarádem Seanem, který bydlí na 52 street, kousek od Central Par-ku. Netušil jsem, že mě čeká další velká životní lekce. Už třetí. První otázka kamaráda na letišti po uvítání byla, zda jsem si přečetl jeho e-mail. Upřímně jsem řekl, že na e-mail chodím snad jen o svátcích. Chyba. Kdybych totiž e-maily četl, dovzéděl bych se, že budu v šest hodin ráno vstávat se Seanem a chodit do města a vracet se v sedm večer domů společně s ním, když se vracel z práce. Byt totiž vlastnili jeho rodiče bydlící na Long Islandu, a ti nedůvěřovali Evropanům. Vtipné, že?

Díky tomu jsem prochodil celý New York křížem krážem. Chodil jsem z Bronxu na Manhattan, z Manhattanu do New Jersey, a pak zase zpátky. Když pršelo, cucal jsem v Me-káči osm hodin jedno kafe. Když bylo moc teplo, lehl jsem si v přístavu do parku. Jednou jsem si sedl unavený na kraj ulice a lidé mi z ničeho nic začali házet peníze. Ničemu jsem nerozuměl. Dokud na mě z druhého rohu nevykouknul zoufalý bezdomovec, který na mě nadával, že mu vyzobávám flek. Naštěstí jsem asi tak po třech týdnech natrefil na jednu knihovnu. Byla pro sociálně slabé. Vchod chránili policisté. Uvnitř byli poli-cisté. Knihovna byla plná černochoů, lidí v kapucích a potetovaných skinheadů. Ty jste v knihovně nepřehlédli. Knihy ano. Bylo jich tisíce. Všechny zmačkané, staré, ošuntělé. Zřejmě vše, co pobřeží vyplavilo New Yorku pod nos. Protože to bylo místo, kde jsem nemusel nic kupovat, abych mohl sedět, jednu knihu jsem si vzal, zapřel se o stůl a spal. Probudil mě policista, že knihovna je jenom pro čtenáře a ať laskavě vypadnu. Začal jsem tedy číst. Byla to kniha o mozku. Docela mě zaujala. Začetl jsem se. Z nutnosti se po čase stala zábava. Učil jsem se a studoval podnikání a mozek. Četl jsem vše od ne-urovňed po koučování, od podnikání po zákony fyziky. A také se dostal k marketingu a branding. To mě bavilo nejvíc. Strávil jsem měsíc samostudiem. Dodnes si schová-vám arch svých výpisků.

Najednou jsem byl připraven vrátit se domů. Plný nadšení jsem si rezervoval letenku a těšil se na návrat na vysokou. Rozhodl jsem se, že vše naučené zůročím. Zašel jsem tedy za svou profesorkou a požádal ji, zda mohu přednášet pro studenty o svých živých zážitcích z New Yorku. Jak jsem poznal jejich politiku, lidi, myšlení a vše spatřil na vlastní oči. Odmítla mě s tím, že na to ještě nemám papír. Samozřejmě mě tím naštvala. Sama

se jednou dozнала, že v New Yorku nikdy nebyla. To mi ovšem nebránilo jít dál. Rozhodl jsem se poslat všem klientům, které jsme učili anglicky, email s pozvánkou na společný večer, kde budu mluvit v angličtině o New Yorku. Přihlásilo se 20 lidí a já vybral asi 7 000 Kč. Nedovolil jsem profesorce, aby mi absence nějakého papíru zabránila dělat to, co jsem chtěl. To bylo třetí zásadní ponaučení v mém životě.

Tyto tři události se stali základem mého chápání světa. Tyto tři ořechy mi změnilý život. Co jsem v nich rozlouskl?

První oříšek

Zkušenost z benzinky – Lidé platí za pochopení.

Druhý oříšek

Zkušenost z jazykové školy – Nebudeš placen, pokud nepochopíš.

Třetí oříšek

Peníze odrážejí tvoji schopnost inspirovat tím, co miluješ.

Banánové lži

Rád bych nyní napsal, že na své cestě jsem pochopil svět a navázal hlubší spojení s vesmírem. Že jsem se zbavil toho negativního, co si nese moje ego, že jsem našel svůj věčný mír. Lhal bych vám jenom proto, abych se vám zalíbil. O to nestojím. Jsem jaký jsem. Jediné, čeho se mi dostalo, bylo pochopení mě samotného. Pochopil jsem sám sebe, své nedostatky i silné stránky. Přijal je. A prodal. Díky tomu dnes dělám, co dělám. Díky tomu jsem proseděl tři měsíce u počítače a napsal knihu, kterou nyní čtete. Kdybych ve svých 14 letech špinavý na benzince řekl, že napíšu knihu, všichni by se mi vysmáli. Lidé mají ve zvyku posuzovat vás i sebe samotné podle svých přesvědčení a návyků, podle předsudků, které si nesou životem. Tato přesvědčení jsou vyživována frontami. Lidé ve frontě potřebují věřit v to, že se dostane banán na každého, jinak by ve frontě nikdo nečekal. Ve svém oboru jsem takových mýtů slýchal dost a dost. Popíšu vám ty nejzákladnější:

1) Všechno je o kontaktech

Tento mýtus o získávání banánů je zčásti pravdivý, lidé si ho špatně vykládají. Domnívají se totiž, že známost samotného starosty, politika či celebrity jim zajistí banán. V tom je ovšem obrovský háček. Důvěra mezi lidmi, kteří vystoupili z fronty, je založena na tom, že vědí jeden o druhém, že jim nejde o banán. V okamžiku, kdy vy chcete banán a chcete se jen naoko skamarádit s někým, kdo již o banán neusiluje, vystavujete se riziku, že budete prohlédnuti. Z vlastní zkušenosti vím, jak tito lidé přemýšlí, a že si informace o vás velmi pečlivě předávají, sledují vás a hodnotí váš charakter.

2) Branding je drahý a k ničemu

Tento mýtus mají na svědomí marketéři BANÁNŮ. To jsou lidé, kteří vydělávají velké peníze za to, že vám poradí, jakou marketingovou strategii volit, co je nejlepší pro prodej atd. Ovšem hned záhy řeknou, že branding – tedy budování příběhu vaší značky – je přežitek. Dobrý branding nestojí žádné peníze, pokud si ho umíte chytře tvořit. Příběhy úspěšného brandingu vidíme každý den na YouTube. Jak je možné, že některá videa, která nestála ani korunu, se sdílí obrovskou rychlostí, zatímco placené reklamy se třeba ani nepohnou? Rozdíl dělá příběh a schopnost ho tlumočit.

3) Branding je jenom logo a krabice

Jenom ti samí vtipálkové z marketingu mohou pronést něco takového. Logo a vizuální charakter značky, barvy v místnosti atd. To všechno je součástí brandingu, ovšem ne jeho podstatou. Představte si, že jdete do divadla na muzikál Kleopatra, a místo příběhu se budou dvě hodiny na pódiu rozestavovat herci v krásných kostýmech, prostředí se bude měnit, osvětlení, hudba. Ale vy nepochopíte z příběhu nic – nic se totiž neděje. Hra žádný děj nemá. A teď si představte, že po krachu představení za vámi přijde takový chytrý marketér a jako řešení problému řekne: je třeba změnit kostýmy, barvu, osvětlení. Vy zaplatíte majlant. A fiasko se zopakuje. Branding je mnohem hlubší, je to psychologie lidské podstaty přeložená do příběhu, který Vás donutí plakat, smát se, a hlavně – kupovat.

4) Branding je pojem 21.století

Pojem osobní značka je moderní vynález, ale fenomén posuzování se navzájem podle reputace a chování je stejně staré jako interakce mezi lidmi. I u primitivních seskupení se lidé navzájem posuzovali podle prvních dojmů a rozhodovali se komu věřit podle pocitů.

Dnes všichni posuzujeme ostatní pouze podle povrchních informací. Představte si koktejlový večírek. S někým se seznámíte, a během pár vteřin si vytvoříte obraz o jeho

vzdělání, majetku a chování. Pokud se s ním později poznáte blíže, může se stát, že svůj názor změníte, ale je velmi těžké překonat ony první dojmy. Právě jste se setkali s osobní image, která tvoří DNA osobní značky.

Osobní značka je tedy přirozenou, organickou složkou lidské společnosti. Rozdíl dnešní doby je v tom, že již známe tajemství, které vám dovolí ovlivňovat, jak Vás ostatní vnímají. To znamená, že musíte definovat svou značku, jinak vaše značka definuje vás.

5) Vysoká škola mě učiní odborníkem

Je čas poděkovat našim rodičům za lásku a péči, kterou nám věnovali. Ale také jim dát na zadek. Proč? Protože toto sdělení, pokud jste ho doma slýchávali, platilo před desítkami, možná stovkami let. Není vinou Vašich rodičů, že vyrůstali s touto myšlenkou. Nejsem si jistý, jestli to vůbec kdy platilo. Rozhodně ale vím, že to neplatí dnes. Žádný vzdělávací systém sám o sobě není dokonalý. Tvoří ho lidé, a ti také nejsou dokonalí. Víte nejlépe sami, jak různí mohou být učitelé, a především studenti. Zním mnoho lidí, kteří si vysokou školu takzvaně „vyseděli“, rozhodně nevystudovali. Vysoká škola je skvělý nástroj, pokud jste již NEBANÁNEM a chcete se skutečně, ale skutečně vzdělávat. Pokud jste BANÁN a jdete na vysokou školu, čeká vás dřina, utrpení, diplom a pak průměrný plat. Proč? Abyste získali to jediné – banán. Žádný diplom z žádné vysoké školy na světě vás neučiní špičkou v oboru. Pouze vám dá nálepku – „měl by být nyní profík“. Zbytek je na vás.

6) Abych byl vidět, potřebuji média

Jako děti jsme v mnoha případech vyrůstali u televize či monitoru počítače. Už v dětství jsme si tak vytvořili iluzi, že herci, herečky a všichni významní lidé musí být zákonitě na obrazovkách televize. Jenomže televize je nástroj NEBANÁNŮ, jak vydělávat na těch, kteří po banánech prahnou. Skvělým nástrojem pro manipulaci s vámi je strach, že o svůj banán přijdete, že ho nikdy nedostanete, či že všechny banány světa jsou v ohrožení. Většina NEBANÁNŮ, s kterými jsem pracoval, se nikdy vytrvale nesnažili dostat do televize. Tam je prostě jednoho dne pozvali. A pak znovu. Znovu. A znovu. A pak

znám BANÁNY, kteří se tam svou vytrvalostí také dostali, ale pak nevěděli, co dál. A diváci jim byli k ničemu.

7) Abych byl slavný, musím být extrovert

V dospívání jsem s nadšením sledoval Superstar, Velkého bratra či Vyvolené. Všechny tyto reality show ukazují úspěch tak, jak si ho chceme pamatovat – přišel jako malý nevýrazný človíček a odcházel jako hvězda. Prostě jako v pohádce! Lidé mají skvělý pocit, že jsou svědkem zrození fenoménu, a že to tak funguje i v běžném životě... Garantuji vám, že takovéto show mají lidi především bavit. Známu mnoho zpěváků z těchto show, kteří uspěli. A řeknu vám jediné – v zákulisí je to všechno jinak. Nemusíte se proměnit v oslnivého extroverta, aby si vás ostatní všimli. Každý je jinačí a v tom je jeho hodnota. Einstein, Victor Hugo, princezna Diana, Norah Jones, Coco Chanell a další – se nikdy nepovažovali za extrovertní.

8) Musíš to perfektně umět, abys to mohl dělat

Thomas Alva Edison zaregistroval 1 093 patentů, které z velké většiny slouží spíše pro zasmání. Wolfgang Amadeus Mozart napsal více jak 600 skladeb. Většina z nich se nikdy neuchytila. Leonardo da Vinci přišel s tolika návrhy, že některé z nich by bylo vhodnější umístit do muzea smíchu. Picasso vytvořil přes 18 000 uměleckých děl. Většinu z nich si kritici věšeli na zeď pro výstrahu, jako exemplář nevkusu. Já sám, když jsem vytvořil online portál DoktorKouč – nevěděl jsem o online marketingu vůbec nic. Zbavte se pocitu, že věděním získáte praxi. Praxi získáte chybami. Chyby jsou vaši moudří učitelé. Chcete se celý život učit od jediné chyby? Nebo mít rozhled a stát se nepostradatelný?

9) Vaše image je značka

Každý má svou osobní image. Je to soubor kvalit, které si s vámi lidé spojují: váš smysl pro humor, váš účes, vaše oblečení, vaše oblíbené jídlo, váš vzhled a podobně. Dohromady tyto charakteristiky pomáhají si v hlavě stvořit váš obraz.

Osobní značka je jiná, neboť je o tom, jak vás lidé vnímají. Zvenku bývalý prezident USA Bill Clinton vypadá jako vznešený a atraktivní státník. Oproti tomu ale mnozí lidé z jeho předchozího chování soudí, že Clintonova značka je značka sešlého bývalého politika bez směru.

V nejlepším případě je osobní image shodná s osobní značkou. Matka Tereza po celý život vypadala jako žena dedikovaná pomoci chudým a bezmocným a my ji vnímáme jako moderní svatou. Mezi její image a značkou je úplná shoda – její image je tedy přesným obrazem její značky.

Banány chudých

Všichni známe příběh Popelky. Byla chudá jak kostelní myš a tyranizovaná svou matkou a nevlastními sestrami. Jednoho dne ale Popelka dostala tři kouzelné oříšky. Mohla si přát cokoliv – nový dům, jachtu, vilu u moře, tři bouráky. Když rozlouskla první ořech, přála si šaty, aby mohla na bál. Tam potkala krásného prince a zamilovala se. Nyní začíná příběh nabírat na obrátkách. Popelka měla ještě dva oříšky. Mohla si přát krásného chlapa, který by se o ni do konce života staral. Ona si ovšem přála krásné šaty, aby se potkala s tím samým princem. Proč tak riskovala? Mohla mít vše rozlousknutím oříšku. Ona se rozhodla jít cestou nejistoty – princ ji mohl odmítnout, mohl oslovit jinou z krasavic, mohl se z něho vyklubat po půl roce vztahu homosexuál nebo příšerný otec. Popelka ovšem věděla, co chce. To samé se opakovalo při rozlousknutí třetího ořechu – tentokrát to byly šaty svatební.

Pojďme si nyní upravenou pohádku bratří Grimmů upravit do současnosti. Coco Chanel měla také dvě sestry, na rozdíl od Popelky ovšem vlastní. Podobně jako Popelce i její maminka umřela velmi mladá ve svých 33 letech. Svě dětství tak prožívala v sirotčinci. Aby se Coco Chanel, vlastním jménem Gabriela, uživila, vystupovala v kabaretech, tančila a zpívala. Svě těžce vydřené peníze investovala znovu do soukromých lekcí zpěvu a tance. Viděla se jako úspěšná a bohatá zpěvačka, která udělá díru do světa. Po čase si ovšem uvědomila, že je její snaha marná – nikdy se nestane světoznámou zpěvačkou. Vzdala se snu a začala vnímat více své okolí. A to se jí vyplatilo. Občas navštěvovala se svými přítelkyněmi koňské dostihy a tam nemohla přehlédnout šílené krunýře, které nosily bohaté dámy na hlavách. V roce 1909 tak odhalila Paříži svou první kolekci klobouků. Všechny tím oslnila a z původní záliby se stal velmi dobře placený byznys. Coco

ovšem nezůstala u klobouků. Při procházkách Paříží se přistihla, že postrádá určitou vůni, která by zkrášlila Francii i její módní salon. A tak 5. Května 1921 uvedla na trh parfém Chanel No. 5, který uchvátil celý svět. Příchod druhé světové války znamenal pro Coco konec jedné skvělé éry. Zavřela svůj salon a ukončila všechny své aktivity. Až rok 1947 jí přinesl uznání, kdy se rozhodlo pro odvádění 2% ze zisku z každého prodaného parfému Chanel právě Coco na účet. Tato dvě prostá procenta ji učinila jednou z nejbohatších žen planety. Když v roce 1953 oslavila sedmdesáté narozeniny, každý by očekával, že Coco začne s pletením a křížovkami. Ona se ovšem rozhodla pro jeden z největších projektů svého života. Nové otevření svého salónu. Coco začala znovu tvořit a Paříž rostla očekáváním. Když svou kolekci zveřejnila, sklídila posměch. Přehlídka a modely byly označeny za přežitě a kritici si na ní smlsli. Přihodilo se ovšem něco pozoruhodného. Staromódní kolekce, se kterou Coco přišla znovu na trh, zaujala svou jednoduchostí a snadnou kopírovatelností Američany. Velcí američtí distributoři se rozhodli do kolekce investovat a od Coco její návrhy odkoupili.

Popelka ani Coco nemusely znovu riskovat. Popelce stačilo rozlousknout oříšek a přát si vše, co spatřila na bále. Coco mohla jednoduše žít jako rentiér – investovat do mladých návrhářů a jezdit si po světě. Obě dvě udělaly opak. Proč?

Protože ani jedna z nich neprahla po banánech. Obě dvě se realizovaly ve své přítomnosti. Ve vášni pro to, co dělaly.

Co je tedy ve skutečnosti banán a co není?

Banán je povýšení v práci, velká zakázka v byznyse, důležitý obchodní kontakt, majetek, společenské postavení, uznání veřejnosti, diplomy a vyznamenání. Jsou to všechny ty důvody, kvůli kterým stojíme ve frontě na banány. Pokaždé, když slyšíme vnitřní hlas, který říká: „Tohle bys měl udělat, takhle to je správné, pozor, aby si tě ostatní nevšimli, vrať se nohama na zem, buď vděčný, za to, co máš, a neriskuj.“ – Tak ve valné většině případů bojujeme s představou, že frontu na banány opouštíme. Fronta na banány má totiž jednu výhodu – udržuje nás v bezpečí. Jeden stojí za druhým. Ať je zima či léto,

pořád je někdo kolem nás. Dodává nám to pocit jistoty. Kdyby přišel útočník, vždycky se schováme za ostatní. Fronta na banány nás zachrání. To nám prostor mimo frontu nezajistí. Stát sám, bez lidí za sebou a před sebou, to je představa, která nás sužuje a trápí.

Banánem pro Coco bylo stát se známou zpěvačkou. Byla to představa, ke které se musí dodržet, dopracovat. Pracovala na sobě a všechny peníze, které vydělávala, investovala znovu do zpěvu. Bylo pro ni náročné přiznat si, že banánu nedosáhne čekáním ve frontě. Potem a dřinou z nekonečného vystávání důlku. Odříkáním a vírou v úspěch. Věřila v to, protože spatřila úspěch na ostatních ve frontě. Viděla, že se dočkali. Domnívala se totiž, že úspěch přišel z čekání ve frontě. Toho největšího úspěchu ovšem dosáhli ti zpěváci, kteří frontu opustili. To ovšem těžko vysvětlíte člověku, který stojí celý život ve frontě a domnívá se, že právě a jenom banán mu přinese štěstí a bohatství.

Banánem pro Popelku bylo vysvobození se z pout macechy. Všimněte si, že ke splnění tohoto cíle stačilo jediné – sbalit se a utéci. Asi tak, jako to činili vojenští zběhové za války. Proč to Popelka neudělala? Trpěla snad nadměrnou obezitou? Měla něco s nohama? Ne. Popelka neměla důvod utíkat. Ve skutečnosti ji bylo dobře ve frontě na banány. Byla v bezpečí. Ten tyran, který ji ubíjel, ji i krmil. Některý banán je v nás tvořen touhou, jiný strachem. Mnoho lidí říká, že je dobré řídit se touhou. Nemyslím si to. Znímám spoustu lidí, které jejich touha zničila. Tyto dva banány jsou ovládány jinými emocemi, přesto jsou to stále banány. Co tedy bylo nebanánem pro Popelku? Co to je nebanán?

Je to prosté – nebanán je přeměna.

Přeměna BANÁNU v NEBANÁN

Albert Schweitzer se narodil 14. ledna 1875 v Keresbert jako BANÁN. Byl synem luteránského faráře, který kázal v silně katolickém prostředí Alsaska. To mělo sehrát velkou roli ve dvou světových BANÁNOVÝCH válkách. Albert dostal ovšem roli větší – měl se změnit v NEBANÁN.

Čím započala jeho přeměna? V dětství prodělával nemoc za nemocí, trpěl neduživostí a neměl mnoho kamarádů. Ani jako student v ničem nevynikal. Jeho výsledky byly natolik tristní, až mu sám ředitel gymnázia v Mylhúzách oznámil, že by měl studium nadobro ukončit. Naději mu přinesl až jeho nový třídní učitel, který v něm spatřil určité odhodlání po BANÁNECH. Albert Schweitzer tak k překvapení všech získal hned dva BANÁNOVÉ doktoráty. Z filozofie v roce 1899 a teologie o rok později. Ačkoliv se zdálo, že mladý Albert dostal chuť na další BANÁN, něco se změnilo. V roce 1900 se skryl před světem za mohutné varhany kostela sv. Mikuláše ve Štrasburku. Zdálo se, že povede spokojený a ničím nerušený život.

Život si ovšem zahrál svou. Psal se tehdy rok 1904 a čtivého Alberta zaskočil článek v novinách. Psalo se v něm o utrpení lidí v rovníkové Africe. Nedostávalo se jim lékařské pomoci ani potřebného zdravotnického ošetření. Alberta to zasáhlo. Místo slz mu ovšem v očích svítl nápad. Myšlenka na to jim pomoci. Mělo to ovšem jeden háček –

doktory od dětství nesnášel a sám nikdy neoperoval ani žížalu za dvorkem. Nebylo jiné možnosti – Albert se rozhodl vystudovat medicínu.

Když nevýrazný štrasburský varhaník oznámil svým přátelům a známým svůj záměr – vysmáli se mu. To snad nemyslí vážně? On a lékař? Netrvalo dlouho a Albert si daroval ke svým 36 narozeninám diplom – lékařský. Třetí v řadě. Albert možná zrovna otvíral šampaňské k oslavě, když se mu z podvědomí ozvala další palčivá otázka: Kde vezme peníze na výstavbu nové nemocnice?

Lékař, teolog a filozof se rozhodl, že vydělá peníze tím, co miluje nejvíc. Jako varhaník. Šílené? Dva roky jezdil křížem krážem a koncertoval. S jediným cílem – našetřit dost peněz na výstavbu nemocnice v Africe. A podařilo se mu to. V roce 1913 se jeho neposedné nohy dotýkají vyschlé vrásčité půdy žlutého kontinentu. Jestli nyní čekáte americký happy end zakončený záběrem na novou skvostnou nemocnici a širokým úsměvem Alberta, budete překvapeni. Jeho první ordinací byl polorozpadající se slepičí kurník.

Albertův kurník ovšem praskal ve švech. Na jeho výplatní pásce byste ovšem nenalezli jediný dolar. Spíše tak pár kuřat, slepic, vajec a banánů... Do Evropy se vracel Albert zřídkka – jenom na pár přednášek a koncertních turné. Kdybyste mu sáhli na jeho smrtelné posteli do kapes, nenalezli byste v nich nic než svoji dlaň. Albertovi bylo placeno měnou nejsilnější. A to životem a zdravím lidí, kteří ho milovali. Dožil se téměř sta let a umřel tam, kam zamířil – v Africe. Za své celoživotní dílo a záchranu tisíců lidí dostal v roce 1952 Nobelovu cenu míru.

Mnohým z vás možná po přečtení tohoto příběhu běhá mráz po zádech. Někomu možná vyvstává otázka: Proč? Proč to všechno Albert Schweitzer udělal?

Albert měl moc věci měnit. Nemusel být přitom milionářem, politikem či celebritou. Cítil nutkavou potřebu udělat to, co cítil jako správné. Jako smysluplné. Kdybyste Albertovi řekli, že dostane Nobelovu cenu – záleželo by mu na tom? Domnívám se, že nikoliv. Kdybyste Albertovi řekli, že o něm budu nyní psát – vysmál by se tomu.

Albert totiž pochopil jednu podstatnou věc – moc není definována prostředky, které máme, ale schopností je získávat. Albert byl geniální a naplnil svůj osobní příběh. Albert se nenarodil s osobním snem zachraňovat lidi. Nebyl to jeho sen, za kterým by si šel hlava nehlava. On cítil nutnost. Nestál ve frontě na svůj sen. On se přeměňoval. A přesto zůstal sám sebou. A to hrál několik rolí zároveň – varhaníka, lékaře, koncertní hvězdu, učitele. Nepotřeboval získat v každém tomto oboru banán. On použil všechny tyto role, aby se o banán podělil s ostatními. Stal se Popelkou na začátku řady, a místo banánu si odnesl od každého něco. Od někoho slepici. Od druhého vajíčka. A pak také lidský vděk, úctu a lásku.

Nebanán je tedy přeměna. Přeměna sebe v hodnotu, kterou dáváme ostatním. Tato schopnost určuje náš úspěch v životě. Je to zdroj naší energie. Čím upřímnější naše přeměna je, o to větší hodnotu dostáváme zpět. Nemluvím zde o tom, že budete falešní jenom proto, abyste něčeho dosáhli. Mluvím zde o napojení Vás samotných na svůj NEBANÁN. Na schopnost proměňovat sám sebe. A nyní si představte, že většina lidí ani neví, o čem to píšu. Přitom by mohli namítnout – já pořád něco proměňuji! Například práci za peníze, peníze za jídlo. Nebo proměňuji své produkty a služby za produkty a služby jiných lidí. To je ovšem i důvod, proč jsou neúspěšní. Mají pocit, že k úspěchu musí přeměňovat „něco“ za „něco“. Ve skutečnosti k úspěchu stačí jenom přeměňovat „sám sebe“ za „sám sebe“.

V několika dalších částech podrobně popíšu, co tím mám na mysli. Rozebereme si krok za krokem přeměňování BANÁNA v NEBANÁN.

Jak se mění BANÁN v NEBANÁN

Protože se neznáme osobně, budu počítat s tím, že dosud prahnete po banánech. Jak jsem na to přišel? Sleduju vás už roky. Ta nepříjemná prodavačka v obchodě, taxikář, reportér v televizi – jsem to převlečený já. Dobrá, to nevyšlo. Poznal jsem to díky tomu, že čtete tuto knihu. Neberte to prosím osobně, tuto knihu by si nekoupil nikdo, kdo již papá svůj nebanán. Tato kniha by mu přišla směšná. Šel by knihkupectvím, vzal by si tuto knihu do ruky a začal by se nahlas smát a prskat. Možná by si tuto knihu vložil do rozkroku a začal by stepovat. V nejlepším případě by ji ani nezaznamenal. Člověk NEBANÁN by si koupil asi letadlo. Nebo žvýkačky. Prostě nějakou blbost, kterou stejně nepotřebuje – je totiž NEBANÁN. Tím chci říci, že pokud se budete této knize na konci smát či ji zahodíte po přečtení do koše – splnila svůj účel. Pochopili jste a stáváte se NEBANÁNEM. Ještě před tím, než ji vyhodíte do koše, mám pro vás jeden návrh, který vás potěší. Vaši přátelé jsou s největší pravděpodobností také banáni – proto spolu tak skvěle vycházíte. Po dočtení knihy ji pošlete nejprve jim. Oni ji beztak stejně vyhodí. Ale zvýší se šance, že podpoříme růst NEBANÁNŮ po celém světě.

Přeměna BANÁNU v NEBANÁN je velmi náročná činnost. Nebudu Vám mazat med kolem pusy. Ovšem mnohem náročnější je zůstat BANÁNEM. Popelka musela ráno brzy vstát – dala si budíka na půl šestou ráno, aby byla první ve frontě. Oblékla se, utekla z domu, nesměla ji vidět macecha. Možná utekla už večer a přenocovala přede dveřmi obchodu. Na tom by nebylo nic zvláštního. Děláme to dnes běžně před prodejny obchodů s elektronikou či při výprodejích. Prostě musela vykonat mnoho aktivity, aby byla ve frontě před Růženkou, Bajajou, Sandokanem a všemi postavičkami. A potom to přišlo. Jediný banán. A Popelka? Co udělala? Dala ho všem. Ostatní zaspali. Nebo se prostě zařadili. Ona měla největší právo banán dostat. Vzdala se ho.

Nakonec získala mnohem víc tím, že se ho vzdala, než tím, že se ho držela zuby nehty. Co by se nejspíše stalo, kdyby banán nevyměnila? Ostatní by ji neměli rádi. Možný by ji chtěli banán ukrást. Taky by jí možná zbili. Za co? Za to, že prostě vstala jako první, dřela

na sobě a makala, aby banán získala. Nespravedlivé? Vůbec ne. Právě naopak. Věřte, že i mezi zloději vládne spravedlivost, když se dělí o kořist. Pokud se občas s dětmi koukáte na pohádky, víte, o čem mluvím. Tak už to zkrátka chodí. Popelka by si to ale brala osobně – myslela by si, že to je útok na její osobu. Víím, není to snadné – představte si, že vás někdo chce zbít, okrást a snad i zabít za to, že máte banány. A řeknu vám: „Neberte to osobně...” Ovšem ti, co mi nyní rozumí, se radši svléknou do naha, dají všechny své banány, vzdají se všeho – jenom proto, aby přežili. Směnili banán za život, který jim zůstal. To je moudré. Přemýšlejí jako NEBANÁNI. BANÁNI by svůj život za banán obětovali.

Jak se tedy vy sami můžete stát NEBANÁNEM?

Existují jenom dva způsoby. Jako dvě cesty v pohádkách.

Jedna cesta vypadá náročně. Ovšem podíváte-li se zblízka, pochopíte, že je proslapaná miliony chodidel, která po ní kráčela před vámi. Je hodně členitá – jednou jdete nahoru, poté dolů. Občas se zapotíte – obzvláště při výstupu nahoru. Dolů se Vám jde zákonitě snadno a proto kolikrát zapomenete, že vlastně jdete, nabýváte pocitu, že se tak trochu vezete. Což si uvědomíte většinou úplně pod kopcem, když vás znovu čeká výstup. O to je to náročnější, o co déle jste kráčeli dolů. Ať už ovšem jdete jakokoliv rychle či pomalu, sami či ve skupince, vesele či smutně, s vervou či jen tak – dojdete do stejného cíle, jako všichni před vámi. Co je tím cílem? Nyní budete hodně překvapeni. Došli jste totiž NĚKAM. Prostě někam, nevíte kam, nevíte proč – prostě jste NĚKDE.

Abyste to lépe pochopili, zkusíme si malý praktický test. Vezměte si mapu nebo si na internetu mapu otevřete. Hodně lidí říká, že by rádo navštívilo Velkou Británii, protože se díky tomu naučí skvěle anglicky, ochutnají jejich tradiční jídla atd. Prosím, zavřete oči a píchněte prst někde na mapu Velké Británie. Nyní otevřete. Přiblížte si na mapě co nejbližší místo, kam jste zapíchnli prst. Pokud byla většina z vás poctivá, zřejmě jste zapíchnli svůj prst někde do zelené plochy, možná do místa, které nemá ani název, či

někde k nějakému nesmyslnému baráku, kopci či cestě. Nyní mám pro vás úkol – chci, abyste dané místo navštívili. Proč? Protože se tam naučíte skvěle anglicky a ochutnáte tradiční britská jídla. Jste nyní zmateni? Přesto máte v hlavě představu, že ve Velké Británii to vše získáte. Velká Británie je totiž z 80 % vše to, kam zapíchnete prst. Pokud máte na mysli Londýn, můžeme si test zopakovat. Píchnete prstem někam do Londýna a tam Vás pošlu na týden, abyste tam na to místo šli. Takto funguje i první cesta. Naším cílem je Velká Británie. Když tam dojdeme – k danému domku, kopci či cestě, jsme překvapeni. Takhle to přeci nemělo být! Čekali jste medaili, uznání, potlesk – ne bezvýznamnou pustinu kdesi mezi kopci! Čekali jste, že se stanete v cíli lepším člověkem. Ale jak? Nikdo Vás nezná. Nikoho neznáte Vy! Soustředili jste se na to, dojít do cíle. Sednete si na zem. Zaboříte hlavu do dlaní. Možná si zapláčete. Možná budete chvíli nevěřícně koukat kolem sebe. Možná ztratíte chuť jít dál. Budete-li pozorní, pochopíte, že jste vlastně nic neušli.

Proč to říkám? Ušli jste tisíce mil, přebrodili tisíce řek a viděli slunce tisíckrát za kopce zapadat. Přesto vám to zopakuji – nic jste neušli. Ačkoliv se krajina kolem Vás měnila, roční období plynula a vaše tělo zestárla – vy sami jste uvnitř zůstali stejní. Nezměnění. Soustředění dojít NĚKAM. Šli jste cestou BANÁNŮ. Čekali jste ve Frontě, ačkoliv jste spálili tisíce kalorií. Má to jednu světlou stránku – po této dlouhé cestě si uvědomíte to podstatné – je načase přestat chodit NĚKAM. Uvědomíte si, že není třeba nikam chodit. Že chůza sama za něčím je vyčerpávající a nesmyslná. V tu chvíli zažíváte prozření. Mnoho lidí to popisuje jako osvobození či Nirvánu. V ten okamžik se vzdáte všeho. Obnažíte se. A vzdáte se BANÁNŮ. Uvědomíte si svůj duchovní rozměr. Svou jedinečnost. Svou smrtelnost. A že umírat lze pouze pro to, co je nesmrtelné. V ten okamžik se stáváte NEBANÁNEM. Přeměníte obsah své batohu s dětmi v parku za úsměv, přeměníte své drobné za jídlo bezdomovce, přeměníte sami sebe v to, co druzí potřebují. A tím se stáváte svým nejvyšším uskutečněním. Protože ostatní se stanou tím, co potřebujete vy.

Tahle cesta NEBANÁNŮ Vám může zabrat roky. Přijdete na to možná ve dvaceti, ve třiceti, možná v šedesáti letech. Mnozí lidé na to přijdou až na smrtelné posteli. Ovšem ani tam není pozdě. Nikdy není pozdě. Toto uvědomění vás totiž osvobodí. A je jedno,

kdy se to stane. Čas nehraje v procitnutí roli. Stejně, jako nehraje pro matku roli datum narození dítěte. Pocit vysvobození prožíváme na každé své úrovni stejně. Jak se projeví? Kreativitou... Tvořením. Dáváním. Schopností přijímat. Způsobem, jakým žijete. Tím, jak tento svět opustíte.

Miluji pohled na zlámané slunečnice, když je letní slunce koupe ve svém žáru. Miluji pohled do zasněžených linek starců a stařenek, když se vysmívají vánicím času. Jsou ovšem lidé, co nikdy na této cestě neprozřou. Dostanou se NĚKAM a tam zakrní. Obviní svět, že je minul, a zatrpknou. Jsou to ovšem oni sami, kdo se minul s životem. Jsou obklopení banány a jsou hladoví. Jsou tam, kde chtějí být – NĚKDE – a zároveň jsou ztraceni. Kolem nich proudí lidé, oni ovšem cítí samotu. Aby demonstrovali, že NĚKAM došli, zotročí si své nejbližší. Rodinu, přátele, partnery. Stávají se jejich podřízenými. A slouží jim. Trpí jim jejich výbuchy zlosti, podrážděnost a nechutenství k životu. tolerují je, neboť jsou součástí jejich života, mají banány či NĚKAM už došli. Ovšem v tom je strašný omyl. Ten, kdo je skutečně potřebuje, je jejich zotročitel. Díky nim zahání svou samotu. Halí v nich své nepochopení cesty, kterou ušel. A banány, které mají, jsou zavěšené v jejich klecích jako pro orangutany.

Znám mnoho lidí, kteří šli touto cestou. Šli ji poctivě, ačkoliv se zdálo, že podvádějí, a že k banánů přichází neprávem. Spravedlnost na této cestě je jednoznačná. Mají totiž stejné myšlenky, jako vy, pokud jí jdete. Také chcete najít zkratku. Chcete být v cíli rychleji. Když ovšem spatříte někoho jinačího, kdo „podvádí“, zmocní se Vás zlost, úzkost a jste naštvaní. Cloumá s Vámi závist. Chcete dojít NĚKAM dříve, než-li ostatní. Vaše myšlenky Vás spojují. Ačkoliv oni to dělají a vy ne. Nejste o nic lepší. Jenom to, že je vidíte, znamená, že jdete stejnou cestou. A kdybyste získali příležitost jako oni, využijete ji. Stejně jako oni ovšem NĚKDE prozřete.

V PRACOVNÍM SEŠITĚ JE PRO VÁS PŘIPRAVENO CVIČENÍ

Druhá cesta

Druhá cesta je pro mnohé lidi otazníkem, a i když o ní mluvím hodiny, lidé se na ní přesto ztratí. Jak tato cesta vypadá? NIJAK. Nevím, jak vypadá. Proč bych to měl vědět? Myslíte si, že jsem odborník na branding proto, že to vím? Právě naopak. Domnívám se, že odborníkem jsem proto, že to nevím. Věřím, že mnoho mých kolegů by vám mohlo poradit. Když ne oni, tak vám poradí vaši přátelé. Či váš vysněný idol. Pokud i ti selžou, spolehněte se na rodiče. Ti vám poradí stoprocentně a rádi. Možná už dokonce tou cestou jdete. Neberte to zle, ale tuhle cestu já vám prostě nepopíšu. Nemohu.

Představte si, že jsme znovu v pohádce, a stojíte na rozcestí. První cestu jsme si již popsali. Ale teď se kouknete znovu na ukazatel a na něm je nápis: „Jdi, kam chceš jít.“ Kam ukazuje? Všude. Proč? Protože jste svobodné bytosti. Protože je to v podstatě jedno. Tluče vám nyní srdce? Jste zmatení? Výborně. Konečně začínáte přemýšlet se mnou. Když jsem vedl uzavřený workshop pro nejlépe placené manažery jedné banky, koukali na mě s otevřenou pusou. Po chvilce začaly padat otázky: „Co když se na té své pohádkové cestě ztratím?“ Ano, i to je možné – řekl jsem. „Co když spadnu z útesu?“ – Ano, i to je možné. „Co když zemřu hladu?“ – Ano, i to je možné. Otázky pokračovaly a já vždy souhlasil. Proč? Protože podstatou této cesty jsou možnosti. Možnost, že spadnete z útesu. Možnost, že z něho nespadnete. Možnost, že zemřete hladu. Možnost, že hladu nezemřete. Možnosti vás osvobozují a dostávají z vás maximum. Tyto možnosti vás podněcují k akci. Tyto možnosti vás dělají tím, čím jste nyní. Tato cesta není totiž o práci či dřině, o zdolávání kopců a jejich slézání, jak velí první cesta. Ta druhá je o vaší chytrosti. Je o inteligenci. Vidíte před sebou kopec? Vyjdete ho, nebo ho obejdete? Stojí vám to za to? Potřebujete se rozhlédnout, nabrat nový kurz, nebo jste si jistí krajinou před vámi? Neustále si pokládáte otázky. Nejdete totiž po vyšlapané cestě, která by vám říkala – ten kopec musíš vyšlapat! Jdete svou vlastní cestou. Všechny výjimečné osobnosti lidstva procházely touto cestou. Když Bill Gates vykročil poprvé na tuto cestu, zkrachoval. Jeho první firma Traf-O-Data se stala naprostým fiaskem. On se přesto rozhodl jít nadále cestou nejistoty. Jim Carrey, známý americký komik a herec, ukončil v 15 letech školu, aby živil rodinu. Jeho otec byl nezaměstnaný muzikant a Jim musel

vybočit z cesty. Takových příběhů bychom našli stovky. Jak ovšem poznáte, že po této cestě jdete vy sami? Jednoduše – NEJISTOTA, ve které se nacházíte, vás baví víc, než vaše jistota. Ano, tato cesta o nejistotě. Ta první je o jistotě.

Jak jsme si ovšem ukázali, na konci první cesty dojdete NĚKAM, kde se zastavíte a čekáte „uznání, peníze, medaile.“ Očekáváte určité jistoty. Kam dojdete na té druhé cestě? Budete asi překvapení, když vám řeknu, že je to jedno. Opravdu. Cílem druhé cesty totiž není někam dojít. A už vůbec ne natrhat někde na konci cesty banány. Cílem druhé cesty je zkrátka pochopit sám sebe. Zažít ji. Spojit s ní svůj život. Řekl bych dokonce, že posláním druhé cesty je ji vytvořit. Rozumíte, co vám zde nyní říkám? Cílem cesty je ji stvořit. Abychom lépe pochopili rozdíl mezi první a druhou cestou, popíšeme si ji na pár příkladech.

Příběhy lidí jdoucích první cestou

Tohle bude krátké, opravdu, a není třeba se tím příliš zabývat. Manažeři, podnikatelé, umělci, konzultanti, sportovci, osobnosti, politici, manželé a manželky – prostě všichni, kteří když NEUSPĚLI, tak skončili, utopili se v alkoholu, rozvedli se, zničili svá manželství i dobré vztahy s přáteli, utekli, zabili se, začali dělat práci, kterou nenávidí, prostě a jednoduše – vzdali se svého snu.

Všichni ti, kteří si slibovali, že tam NĚKDE dostanou banány, které je osvobodí od práce, závazků, uvolní jim čas, zlepší jim vztahy, namotivují je, posunou je, zviditelní je, uspokojí je, dají jim jistoty, spojí je s významnými lidmi, přinesou jim duchovní rozměr. Díky bohu, že tito lidé mají pouze dvě možnosti. Buď tam NĚKDE pochopí, a začnou skutečně cestu tvořit. Nebo zapšknou, uzavrou se, svou moc zneužijí, znudí se, či se nazvou zkrachovalcem, nulou, chudákem, a po nějakém čase opustí tento svět s banány či bez banánů – je to jedno, protože jejich banány nehrají žádnou roli.

Příběhy lidí jdoucích druhou cestou

Bathany Hamilton, snad již od narození celebrita mezi surfaři, se ve svých 13 letech ocitla v čelistech obřího žraloka. „Naštěstí“ ji připravil pouze o ruku. V tu chvíli se rozhodovala, co dál. O měsíc později skočila znovu se svým surfem do moře. O dva roky později vyhrála významnou soutěž Explorer Women Division of the NSSA National Championships.

Rodiče jednoho z nejvýznamnějších vynálezců, Benjamína Franklina, neměli do jeho 10 let dostatek financí na jeho vzdělání. Benjamin přesto projevoval veliké sympatie ke studiu a četbě. Proto trávil mnoho času samostudiem. Nikdo mu neřekl, co číst, aby se stal jedním z nejvýznamnějších vynálezců v dějinách. On sám si to předeepsal.

Richard Branson, jeden z nejbohatších lidí planety, byl jedním z nejhorších studentů vůbec. Trpěl dyslexií, nosil špatné známky, a všichni o něm pochybovali. Richard se rozhodl, že nepůjde první cestou. Místo přesvědčování ostatních, že je skvělý student, se rozhodl využívat své silné stránky. Mluvit moc neuměl, a tak naslouchal. Tak velmi rychle zjistil, co ostatní potřebují, a založil dnes multimilionovou společnost Virgin Records a mnoho dalších.

Kdo by neznal knihy Stephena Kinga? Jeho první román byl odmítnut nakladateli více než 30krát! Chystal se vše zabalit, když mu jeho manželka připomněla, že ještě nikdy v životě nic nevzdal. Tak pokračoval. A psal dál a dál. Dnes je z toho samého díla, které bylo tolikrát odmítnuto, prodáno více než 350 milionů kopií. A Stephen stále píše jako na běžícím páse.

Oprah Winfrey, jedna z nejbohatších žen planety, byla týraná a znásilňovaná svým vlastním bratrancem, strýcem a rodinnými přáteli. Ve 14 letech utekla z rodiny, aby se postavila na vlastní nohy. Ten samý rok porodila „rodinné“ dítě, které krátce na to zemřelo. Tento silný prožitek ji přiměl pomáhat lidem s podobnými problémy. Vystudovala psychologii? Založila firmu? Ne. Pomáhala lidem prostřednictvím svých vlastních zkušeností a prožitků. Dnes je prakticky mediální magnátkou.

Kdybyste se podívali na Kris Carr v jejích 32 letech, pomysleli byste si – průměrná ženská z New Yorku, která si užívá života. To byste ji asi nejspíše spatřili před návštěvou lékaře. Doktor při běžné prohlídce odhalil rozsáhlou rakovinu plic ve 4. stádiu rozkladu. Kris byla šokovaná. Něco jí nabouralo první cestu. Co udělala? Sebrala veškerou kuráž a svůj příběh začala sdílet s lidmi. Začala dodávat ostatním odvalu čelit této nemoci. Natočila několik dokumentů a napsala několik knih o svých zkušenostech, které pomohly stovkám tisíců lidí. Její webové stránky denně sleduje přes 40 000 lidí.

Jay-Z měl již od dětství veliký sen – stát se rapperem. Bohužel ho odmítla i jeho vlastní čtvrt a přátelé ho nazývali „směskou“. Jay-Z se přesto nevzdával a své vlastní nahrávky rozesílal snad všem hudebním společnostem v Americe několik let. Vždy bez odpovědi. Pak nastal zlom. Jedna nahrávka se chytla. Dnes je považován za jednoho z nejbohatších a nejvlivnějších lidí planety.

Simon Cowell, dnes spíše známý jako kritik a porotce Pop Idol, The X Factor, Britain's Got Talent a American Idol, měl i své útrapy. Od dětství snil o tom, že bude mít vlastní nahrávací společnost. Po jeho dvacátých narozeninách se mu skutečně zadařilo a vydělal své první miliony. V okamžiku však o ně přišel několika chybami. Tím, že uzavřel dohody s neúspěšnými hudebními skupinami. Skončil? Ne. Svůj neúspěch vzal jako další důvod jít dál.

Steven Spielberg, jeden z nejúspěšnějších a nejuznávanějších režisérů všech dob, byl dvakrát odmítnutý ve filmařské škole, na kterou se hlásil. Hodnotitelé v něm postrádali talent. Možná toho měl opravdu nechat a nenatočit Šindlerův seznam, Čelisti, E. T., Jurský park, Zachraňte vojína Ryana, Terminál, a vůbec všechny ostatní filmy, co myslíte?

J.K. Rowlingová, snad nejmilovanější spisovatelka napříč generacemi, napsala Harryho Pottera doslova na koleni. Jako samoživitelku ji již první cesta k úspěchu začala poněkud unavovat. Rozhodla se jít vlastní cestou. Neuvěřitelné? Nezapomeňte, že příběh Harryho Pottera je fikce.

Co spojuje všechny tyto lidi? V různých částech světa, v jiných dobách a úplně odlišných situacích? Jedna podstatná věc – v určité fázi se rozhodli jít vlastní cestou. Opustili první cestu a vyšli vstříc své nejistotě. Vezměte těmto lidem vše – auta, domy, peníze, prostě všechny banány – a věřím, že v krátké době je vybudují znovu. Stejně, jako Coco Chanel dosáhla znovu svého věhlasu, i tito lidé to dokáží. Umí se totiž transformovat. Je jedno, v jaké žijí době či v jaké zemi. Pochopili, že jejich bohatstvím je schopnost přeměny. Na své cestě jistě vytvoří i spousty braků, propadáků, či ne tolik oblíbených produktů. To jim ovšem nevadí. Ovládli systém NEBANÁNŮ. Zatímco systém BANÁNŮ si hraje s jistotou [vydělám příští měsíc stejně, za měsíc dostanu prémii, příští rok budu mít na nové auto], systém NEBANÁNŮ si hraje s nejistotou. Každý z nás ovšem nejprve v nějaké fázi svého života musí ovládnout systém jistoty, nebo jím alespoň částečně projít. Čím lépe pochopíte PRVNÍ CESTU a lidi, kteří po ní jdou, tím snáze se od ní osvobodíte.

Ted' nastal čas podívat se na vaši osobní značku. Co to vlastně je?

Osobní značka v říši banánů – aneb jak zajistit, aby ostatní ve frontě čekali na vás

Už dávno víte, že žijeme v novém světě, kde je čtyřicetiletá jistota práce dávnou minulostí. V dnešní době již neexistuje loajalita korporací a při nejbližší krizi je stejně pravděpodobné, že vás vyhodí, jako to, že vás povýší. To se děje bez ohledu na vaši rodinu, vaše hypotéky, vaše touhy či skutečné zásluhy. Vaši nadřízení žijí, stejně jako vy, ve světě banánů. To je nejspíš jeden z důvodů, proč jste se rozhodli budovat svoji osobní značku. A teď, ať už pracujete sami nebo v kanceláři s několika zaměstnanci, ať už jste na brigádě nebo se chystáte se svojí firmou expandovat, je na čase se sami sebe zeptat: Mám v tomto světě nějakou jistotu? A můžu já někomu nějakou jistotu dát?

Než na tuto otázku začnete hledat odpověď, zeptejte se na toto: Kolik lidí vás zná osobně oproti tomu, kolik vás zná z doslechu? Ať už jste zubař, dodavatel jídla, spisovatel na volné noze nebo módní návrhář, lidé z vašeho profesního okolí vás jako osobu nejspíše neznají. Mají požadavky, ví o vašich dovednostech, a někteří znají váš životopis. Ale s jakým procentem z těch lidí – s klienty, kontakty, dodavateli, potenciálními zákazníky a kolegy – jste byli na skleničce? Na večeři? S kolika jste mluvili o něčem jiném než o práci? S dvaceti procenty? Deseti?

Důležité je to, že kromě vašich nejbližších přátel a rodiny, vás lidé znají podle vaší povahy, reputace a dřívějších úspěchů. Znají vás tedy podle vaší osobní značky.

Zbývá odpovědět na první otázku – jak mít v tomto světě jistotu? Jedinou vaší jistotou jste vy sami. Jediné, o čem skutečně rozhodujete, je právě vaše osobní značka. Branding jsem již konzultoval s více než sto klienty. Většinou se jednalo o zámožné podnikatele či veřejně známé osoby. Tito lidé velmi často obhajovali názor, že by raději vybudovali

nějakou značku mimo svou osobu. Třeba že by založili firmu a té by budovali společenskou prestiž. Připadalo jim to jednodušší. V tom se ovšem hluboce mýlili. Když vám totiž zkrachuje firma, či se vaší firmně něco nepodaří – je pravda, že nejste zas tak moc vidět. Ovšem v tom je ten zásadní problém. – Nejste vidět. Není nic horšího na světě, než ne-být vidět v okamžiku, když se vám dostávají pod ruku ty nejlepší materiály. Jaké? Přeci neúspěchy. Každá pevná značka stojí na neúspěších, kterými si prošla. V okamžiku, kdy máte vybudovaných deset firem, které vám zkrachují – musíte znovu začít s další firmou pěkně od píky. Když jste ovšem značka Vy, může vám krachnout deset firem či projektů, ale vždy budete přitahovat pozornost a budete jako osobnost nepřehlédnutelní [pokud jste samozřejmě svou firmu nevytunelovali či někoho neokradli].

Co je osobní značka?

Vaše osobní značka je mocná, jasná, pozitivní myšlenka, která lidi napadne, když o vás přemýšlí. Je to to, za čím si stojíte – hodnoty, dovednosti a chování, které si s vámi lidé spojují. Je to profesionální alter ego vytvořené proto, aby ovlivňovalo, jak o vás lidé přemýšlejí a transformovalo tyto myšlenky v činy. Jak se pozná síla vaší značky? Představte si, že jdete po ulici svého rodného města a potkáte se s 10 známými, které jste dlouho neviděli. Ještě než se pozdravíte, se jim vybaví tyto čtyři věci o vás:



Kdo jste



Co děláte



Jaké jsou vaše výsledky



V co věříte

Když se Vám toto podaří, máte velmi silnou značku.

V PRACOVNÍM SEŠITĚ JE PRO VÁS PŘIPRAVENÉ CVIČENÍ

Je dost možné, že se to třeba podaří u 4 z 10, zbývající si vybaví jenom něco a budou se vás ptát, co děláte, jaké máte nové výsledky, či jestli pořád věříte v to, co před lety. Čím silnější je vaše značka, tím snáze si lidé vybaví všechny odpovědi na tyto otázky ještě před tím, než promluvíte. Existuje ještě tajná pátá přísada. Otázka, která je snad ze všech těchto otázek nejdůležitější. A zároveň nemůže existovat bez zodpovězení těch čtyřech předešlých.



Čím jste jedineční

To je to, co vás odlišuje od vaší konkurence. To je to, co vás odlišuje od vašich spolupracovníků. Bohužel, většina lidí začíná zodpovídáním této otázky a snaží se v ostatních vyvolat odpověď na tuto otázku. Přitom dotyčná osoba ani sama neví, kdo je, co dělá, jaké má výsledky či v co věří.

Když to nevíte vy, jak to mají vědět lidi kolem vás?

Lidé, kteří staví svou značku na jedinečnosti, jsou většinou lidé, kteří vás nadchnou, okouzlí, a poté zklamou, okradou či vás jednoduše opustí. Tito lidé to ve své podstatě nemyslí zle. Jsou jako štíři, kteří nechtějí ublížit, ale zákonitě „musí“, aby přežili. V dnešním světě je opravdu třeba být velmi pozorný. Sám jsem několikrát spolupracoval s lidmi, kteří byli velmi přesvědčiví a okouzlující. Ostatní je měli velmi rádi, a tak jsem podlehl dojmu, že to něco vypovídá o jejich značce. Bohužel jsem podlehl iluzi. Ostatní lidé je měli rádi na základě jiných hodnot a stanovisek. Znali se od dětství, či spolu zažili pár zábavných večírků... Snažte se proto vždy zjistit, na základě čeho ostatní obdivují lidi, které vám doporučují. Mohou vám totiž doporučit někoho na základě „kamarádství“ ne zkušenosti s jejich odvedenou prací, výsledky či skvělým přístupem.

Jedinečnost je dar nad zlato. A ačkoliv se předchozí čtyři pilíře staví na logických a většinou racionálních základech, vaše jedinečnost se buduje na úrovni emocí. Při mé práci s lidmi mě nepřestává fasinovat jedna věc, která se mi neustále s každým novým projektem či klientem potvrzuje: Jedinečnost láká 80 % vašich příjmů, klientů a zakázek.

Zatímco čtyři předchozí pilíře, ačkoliv jsou čtyři, budují 20 % vašeho úspěchu. Zároveň je ovšem nutné podotknout, že žádná značka nemůže existovat na 80 %, nebo na 20 %. Jsou buď značky dobré, či špatné. Značky, ze kterých máme špatný pocit, a ty, díky kterým bohatneme a jsme spokojenější. Tudíž žádný systém nemůže existovat bez toho druhého. Pokud se budete pohybovat pouze v prvních čtyřech bodech, nikdy nenaplníte své poslání. Pokud pouze v tom posledním, bude pro ostatní těžké vás pochopit. Představte si tento systém jako ledovec, ze kterého vidíte jen špičku, ale své mohutné základy má skryté pod hladinou.

První čtyři otázky by si lidé kolem vás měli zodpovědět automaticky. To poslední je to, co nevyjádříte slovy. Probíhá to na pocitové úrovni. Čím lépe si dokážete zodpovědět první čtyři otázky, o to lepší jste odborník. Čím jednoznačnější je ta poslední, o to více jste konkurenceschopný a lidé vás mají rádi.

V pracovním sešitě jsem pro Vás připravil cvičení. Zkuste se podívat na seznam osobností níže. Jsou světoznámé. Co se o nich říká?

Michael Jordan – Nejlepší basketbalista všech dob

Jimmy Buffett – Zakladatel životního stylu Margaritaville

Walter Cronkite – Nejdůvěryhodnější zprávař v USA

Madonna – Geniální ve znovuobjevování a propagaci sama sebe

Tom Hanks – Průměrný muž na stříbrném plátně

Bob Vila – Král domácích renovací

Collin Powell – Ušlechtilý vůdce a státník

Co umí osobní značka

Osobní značka je o vlivu. Ovlivňuje, jak vás lidé ve vaší cílové skupině vnímají. Pokud jste splnil domácí úkol, a znáte charakteristiky, které tito lidé pokládají za důležité, vytvoříte postřehy, které na oplátku vytvoří pocit známosti a zvýší vaši důvěryhodnost. Nahoře jsme si vysvětlili, co se lidem musí vybavit při zmínce vašeho jména. Pak jsme si ukázali podprahovou informaci, která je částečně nesdělitelná, ale která k vám lidi přitahuje. Vaše jedinečnost se skládá ze tří jednoduchých složek:

- 1. Jste jiný.** Schopnost odlišit se, a být viděn jako nový a originální, je nejdůležitější část osobní značky.
- 2. Jste lepší.** Vaše značka musí podporovat víru v to, že určitým způsobem patříte mezi ty nejlepší ve svém oboru – rychlejší, nabízející lepší služby, pracující s nejmodernějšími technologiemi a podobně. Když budete vnímán jako vůdce svého oboru, tak k vám lidé, kteří vás osobně neznají, snáze získají důvěru.
- 3. Jste autentický.** Nejlepší osobní značky jsou ty pravdivé. Vaše značka musí být postavena na tom, kdo opravdu jste, co jsou vaše silné stránky, a co máte na své práci rádi – a musíte to jasně komunikovat. Dnešní zákazníci jsou chytří a lehce poznají prázdné sliby.

Vytváření podprahových informací je jedním z nejdůležitější pilířů vaší značky. Spousty lidí dnes vytváří svoji osobní značku naprosto odlišným způsobem. Za tu dobu, co se zabývám budováním osobních značek, musím ovšem přiznat, že je jedno, zda jste podnikatel, celebrita či vědec – vždy se budete pohybovat ve dvou systémech budování. Během minulého roku jsem natočil přes 80 rozhovorů se známými osobnostmi osobního rozvoje, podnikání a showbyznysu. Udělal jsem to s jediným záměrem – chtěl jsem zjistit, čím se tito lidé tak liší od lidí, kteří jsou nevýrazní, nedaří se jim či se jim nedostává uznání. To, co jsem studoval rok, jsem pro vás přepsal do této knihy.

Opice, která se přestala opičit

Každý z nás se pohybuje ve dvou systémech. V systému **JISTOTY** a v systému **NEJISTOTY**. To, v jakém systému se pohybujeme, ovlivňuje naše rozhodování, naši sebeprezentaci a sílu naší značky na trhu. Pojďme si nyní oba systémy rozebrat.

Psychologie rozhodování vaší osobní značky

Představte si, že jste na ostrově plném opic. Představte si, že jedna z opic vám vyzobává parazity z kůže. Nechutné? Nebojte, vy sami jste totiž opice. A děláte to samé... Co se vám teď honí hlavou? Správně. Líbí se vám to. Pokud ne, jste stále člověkem! I když... No nechme toho. Jste opice. Zavěšená na stromě. Hledíc kamsi do oblak. Prožívající nerušenou nirvánu. Nyní příběh trochu zdramatizujeme. Představte si, že na ostrově je jenom jeden veliký banánovník. Ten banánovník vás udržuje při životě. Jednoho dne ovšem banánovník zlomí prudká bouře. Nepříjemné, že? Co se ovšem bude dít dál?

Máte dvě možnosti. Buď se budete živit pouze červíky a jinými plody, nebo najdete jiný banánovník. Protože jenom malá hrstka opic spatří v dané situaci příležitost, rozhodnou se hledat banánovník. Některým se to po pořádném hledání a mnoha dnech podaří. Protože jsou banány vyhledávaným zbožím, zvýší se tím zákonitě jejich reputace v tlupě, ostatní opice je začnou uznávat. Stanou se lídry vaší tlupy. Těmito opicím se po čase začne dostávat velikého uznání. Jejich značka je začne předcházet. A tak začnou o banánech vyučovat. Dokonce najmou ostatní opice, aby pro ně banány loupali a roznášeli je za jinou službu ostatním opicím. Po čase začnou své banány vystavovat na Facebooku a ostatní opice je začnou ještě více obdivovat. Když tato opice nabídne ostatním příležitost získat banány, žádná opice neodmítne – protože daná opice již banány má. Ostatní opice se začnou opičit. Při nejlepším začnou pouze opice s banány napodobovat. Začnou předstírat, že mají spousty banánů a že banánům také rozumí.

Vrcholem moci opice s banánem je, že tvrdí ostatním opicím, že banány nepotřebuje. Na banánech ovšem stojí veškerý její úspěch. Nemůžeme ji proto ovšem odsuzovat. Opice mají ve zvyku jíst banány. Mají je velmi rádi. Vy ovšem jiného dne zjistíte, že i ořechy, které se válí na ostrově po zemi, jsou jedlé. Musí se akorát rozbít. Protože to pro vás není snadné, vymýšlíte dlouhé roky, jak ořechy rozlousknout. Hledáte materiály na druhém konci ostrova. Chodíte se učit k veverkám, které ořechům rozumí. Okoukáváte špačky, jak do ořechů tlučou. Házíte je do vody. V noci nespíte, protože vám to nedá. Je to náročnější, než loupat banány. Pak ovšem konečně na ořech udeříte kamenem a on se rozbije a vám leží v dlaních sladké výživné jádro.

Nyní se ovšem začne dít něco pozoruhodného. Zapomněli jste se opičit. Ostatním opicím tedy ukážete svůj vynález. Protože jste se ovšem zapomněli opičit, pro opice bude velmi náročné vás pochopit. Aby toho nebylo málo, opice s banány proti vám vystoupí, že vaše ořechy jsou jedovaté, že vaše metoda je primitivní, a že ořechy stejně nikdy tak nenasytí jako banány.

A protože mluvíte o ořeších tak, jak to žádná opice nikdy neslyšela, zřejmě vás všichni odsoudí. Vaše nejbližší opice vám poradí, abyste si raději dali banán. Tak se proti sobě

postavily dvě protichůdné síly. Je důležité říci, že obě dvě opice mají stejné právo si rozumět i nerozumět. Jedna z nich se opírá o jistotu. Druhá o nejistotu. Jedna z nich pochopila, jak fungují banány, druhá z nich nabízí alternativu k banánům. První cesta versus ta druhá.

Příběh JISTOTY – Hledání přátel

1. stupeň budování značky

Pro pochopení psychologie lidského jednání nemusíte přečíst hromady knih. Já to učinil. A řeknu vám jediné – dívejte se kolem sebe, nečtěte. Dívejte se kolem sebe, poslouchajte své přátele, rodiče, poslouchajte lidi v televizi. Pokud budete skutečně pozorní, stanete se nejlepšími psychology této planety. Vaše dovednosti si ověříme nyní společně.

Přečetli jste si krátký příběh o opicích. Položím vám tedy základní otázku – v čem se lišilo chování opice Petra od opice Alice? [pracovní sešit] Vyvolal ve vás příběh nějaké pocity? Sympatizovali jste s někým z nich? **Ještě před tím, než budete pokračovat, si otevřete pracovní sešit na str. 2.**

Abych byl upřímný, obě dvě opice mám stejně rád a uznávám je stejnou měrou. Obě dvě však mají naprosto jiný přístup k životu. Dokonce k sobě samotné. Petr totiž pracuje v systému BANÁNŮ. Alice zase v systému NEBANÁNŮ. Je nutné říci, že i Petr by se mohl dostat na druhou cestu. To už by ovšem záleželo pouze na něm. Pojdme se nyní ovšem podívat na vaši podstatu. Na to, co tvaruje vás a proč nyní děláte, co děláte.

Podstatou lidské povahy je být součástí určitého celku. Být obklopen lidmi, kteří mu rozumí a kteří ho mají rádi. Tento systém budujeme za účelem uspokojení našich základních potřeb. Rozhodujeme se pouze na základě svého psychického rozpoložení. Vybíráme si partnery, kteří uspokojují naše biologické i intelektuální potřeby. Máme své přátele z dětství, se kterými jsme chodili do školy. Stýkáme si s přáteli našich rodin. Tito lidé, ať chceme či ne, jsou součástí našeho života. Opice v našem příběhu tráví také

svůj čas pospolu. Proč? Prostě proto, že jsou součástí tlupy. Protože tento systém je postavený na budování JISTOTY, tlupa si vše vnitřně rozvrhne podle uspokojování potřeb TLUPY. Vše se přitom řídí fantastickou rutinou – protože jenom ta znamená JISTOTU.

Každý z nás potřebuje ve svém životě určité jistoty. Ovšem bohužel tento systém ve většině případů vylučuje NEJISTOTY. Jakákoliv změna působí v tomto systému potíže. Setkáváme se s tím na každý den. Rodiče odmítají podivuhodné návrhy svých dětí na jejich budoucí kariéru. Nadřízení se bojí osobního růstu svých zaměstnanců. Učitelé mnohdy nepřímou potlačují originalitu jednotlivců ve třídě.

Nejčastějším projevem existence tohoto systému ve vašem životě je odmítnutí. Přijdete s nějakým nápadem, myšlenkou na změnu, a jste vystaveni odmítavému postoji. Protože jsou ovšem pro vás jistoty nyní důležitější, stáhnete zadek a zařadíte se zpět do tlupy.

Protože se tento systém ověřil v dějinách jako velmi účinný prostředek k udržování pořádku, používá se dodnes. Média, reklama, politici, osobnosti – ti všichni vám ukazují banány. Pokud je neukazují přímo, jdou na to oklikou. Zprávy, které sledujete, ukazují katastrofy. Proč? Protože jedině tak se stanou součástí našeho života. Jedině tak je budeme snáze akceptovat. Abychom nastavili jistoty, zvolíme ve volbách člověka, který nám je slíbí. Člověk, kterého si zvolíme, je odvolán v okamžiku, kdy se ukáže, že ve skutečnosti nás vede do nejistot – reformací, změn a nové fiskální politiky. Popřípadě se projeví jeho korupce.

Systém JISTOTY byl a bude v dějinách tím nejnižší hodnoceným systémem. Kdykoliv se rozhodnete nastoupit do nějakého systému JISTOTY, garantuji vám, že s největší jistotou budete okradeni těmi, kteří banány vlastní. Systém JISTOTY je ten nejvíce prodávěný systém pro ty, kteří do něj vstoupí. Každý den se pohybují mezi lidmi, kteří jsou velmi úspěšní v rámci své osobní značky – lidé je platí za to, že prostě jsou. Tito lidé vědí, díky čemu to tak je. Ani na krátký okamžik ovšem nepodlehnu zdání, že si mohou být jisti svým postavením. Právě naopak.

Jak se projevuje tento systém v budování vaší značky?

Prostě. Jste stále stejní. A snažíte se odlišit. Jak? Nejčastěji slovíčkařením. Často slychám na svých seminářích: „Chci vystoupit z řady, chci vybočovat, chci být výjimečný.“ Mám je to učit? Má to vůbec smysl? Čekají ve frontě na banány a chtějí návod na čekání. V tom je ta jinakost?

Kam jsme dali svoji výjimečnost a exkluzivitu? Z informací jsme vytvořili mechanické pásy na gumování mozku.

Tento systém vás jednoduše udržuje v JISTOTÁCH. Pokud máte ve svém životě příliš JISTOT, zakrněli jste. Jste jako opice Petr, který sice získal banány a postavil na tom svou značku, nicméně ... TADY NĚCO CHYBÍ

Zde je krátký popis systému JISTOTY. **V pracovním sešitě jsem pro vás na toto téma připravil cvičení, str. 6.**



STRACH: z konkurence, nepřátel, chytřejších a rychlejších lidí, že nikdy nebude dost banánů



MAJÍ RÁDI: svou komunitu, své přátele, své pohodlí



NESNÁŠÍ: odlišnosti, snahu přijít s něčím novým, lepší lidi, než jsou oni



O CO USILUJÍ: ovládnout více banánů, získat více přátel pro získávání banánů, silné postavení na trhu, obdiv ostatních, že dosáhli banánů



V CO VĚŘÍ: významu banánů, síle banánů, svému oprávnění banány vlastnit, frontám na banány a systému povyšování



JAK JE POZNÁME: jsou puntíčkáři, co se týče jejich sebe prezentace, mluví neustále o svých úspěších



JAK POZNÁME, ŽE JSOU STÁLE SOUČÁSTÍ TOHOTO SYSTÉMU: chtějí zlepšit svůj životopis, chtějí více motivace, chtějí více informací o získávání banánů, studují jen to, co jim přinese banány, chtějí za přátele lidi s hodně banány



PROČ JE OSTATNÍ OBDIVUJÍ: protože se pohybují v prvním systému jistot, podporují filosofii banánů, na které ostatní čekají, zároveň vyvolávají dojem, že již nemusí čekat ve frontě, že o banány již neusilují



KDY SE JIM NEJČASTĚJI PŘESTÁVÁ DAŘIT: když něco zpochybní jejich banány, když o pár banánů přijdou, když nemají moc nad trhem s banány, když je komunita obviní, že mají banánů příliš a že se nedělí, když dojdou na konec PRVNÍ CESTY a naleznou v ní svou duchovní vykastovanost



CO JIM POMÁHÁ: osobní prožitek a uvědomění, které nacházejí NĚKDE na PRVNÍ CESTĚ. I když mnohdy nepřekročí svůj stín a zůstávají uvězněni v systému JISTOT, alespoň mají duchovní zážitek

Příběh NEJISTOTY – Proč je dlouhodobý 2. stupeň budování značky

Nyní se dostáváme přesně do opačné situace. Budeme se bavit o Alici. Ta se rozhodla nehledat banány. Vydala se vlastní cestou. Druhou cestou. Jejím cílem bylo zjednodušit ostatním život a přinést na trh nový druh potravin. Dlouhou dobu zápasila s nepřízní. Ořechy, které objevila, měly tvrdý obal. Nakonec se jí to ovšem podařilo a objevila způsob, jakým ořechy otevírat. Tím se ovšem dostala do mnohem větších problémů. Jakých?

Ořechů bylo všude dost a banánů nebylo „dostatek“. Ořechy se daly trhat na stromech a mohl si je dovolit téměř každý. Banány vlastnila úzká skupinka vyvolených opic. Čím tedy vlastně Alice zhřešila? Vším zmíněným. Nezáměrně se stala největší konkurencí opic s banány. Stala se nepřítelem všech opic, kteří uznávali banány. Z banánů se vytvořilo nové náboženství. Alice má také ráda banány, ovšem pro ostatní trochu jinak.

Pokud vám Alice nyní připomíná Johanku z Arku, nejste daleko od pravdy. Na rozdíl od Johanky ovšem Alice neudělá zásadní chybu – nepostaví se do čela banánů proti armádě jinak nabarvených banánů.

Alice se pohybuje v 2. stupni budování značky. V zóně nepřátelství. Nyní je ovšem velmi důležité, abyste pochopil slovo „nepřítel“. Nemáme zde na mysli opice, vlastníci banány. Nemám zde na mysli systém, proti kterému dnes lidé bojují protesty. Dokonce nemám na mysli ani ostatní opice, které by začaly Alici kopírovat pro svůj užitek. Nepřítel v nejčistším slova smyslu. Lidé v systému JISTOTY se bojí nepřátel. Bojí se konkurence. Mají husí kůži při pomyšlení na ně a snaží se jim vyhnout. V systému NEJISTOTY je konkurence váš nejlepší kamarád. Proč? Protože vám pomáhá se dostat výše.

Kdo je tedy vlastně Aliciným nepřítelem? Tvrdá skořápka ořechu. Nerozumíte?

Řeknu vám jednoduchý příběh. V nedávné době jsem začal posilovat. S jedním ze svých klientů a nyní skvělých přátel, Pavlem Říhou, jsem začal chodit k soukromému trenérovi. V šatně před prvním cvičením jsem si pomyslel: „Paráda, jenom 60 minut, to je v pohodě.“ Jen co nás spatřil, už jsme museli kmitat jako fretky. Když uplynulo 30 minut, skoro jsem zkolaboval. Z dřepů, kliků, skákání, hopsání, kopání a všeho kolem se mi zamotala hlava a myslel jsem, že omdlím. Trenér se na mě usmál, položil mě na zem, dal mi nohy nahoru, a pokračoval dál s Pavlem. To je jako vše? Myslel jsem, že mám infarkt! Chtěl jsem volat sanitku! A všichni jako by nic! V posilovně vše pokračovalo svým běžným tempem. Jenom já umíral na podlaze. V tu chvíli jsem nenáviděl celý svět, trenéra, Pavla za to, že mě sem vzal, a nenáviděl jsem všechny okolo, kteří mohli stát na svých nohách. Když jsem se vzpamatoval a posadil se, trenér znovu příběhl, usmál

se, a pronesl: „Hochu, tvoje srdce to nezvládá, to je ale v pohodě, neuvědomuje si dosud svůj potenciál. Teď jsme mu ho právě připomenuli.“ Seděl jsem s otevřenou pusou. Takže za všechno mohlo moje srdce? Měl pravdu. Po dalších třech trénincích se mi to již nestalo. Mým nepřítelem nebyl trenér. Mým nepřítelem bylo srdce. Byly to moje ztuhlé svaly. Pomalý krevní oběh. Fyzika vesmíru. Chemické přeměny mého těla. Konstrukce. Byl jsem jako dům s hezkou fasádou, který se uvnitř rozpadal.

Ve svém životě balancujeme mezi systémem přátel a nepřátel. Každou minutu se rozhodujeme, kdo je na naší straně a na čí straně jsme my. Podle hloubky a pochopení nás samotných, a světa kolem nás, si vytváříme svá drobná vítězství i porážky. Kdybych se rozhodl, že mým nepřítelem bude do konce života trenér, zřejmě bych přestal na tréninky docházet, po letech bych ztloustl a začal bych nenávidět i své vlastní tělo. Já si zvolil za svého nepřítele fyziku a konstrukci svého těla. Každý den jsem svého nepřítele vyzýval na souboj – ráno jsem se protáhl, večer si zaběhal, zvýšil přísun bílkovin. Každým dnem mého boje ovšem můj největší nepřítel sílil. A já s ním. Pochopil jsem, že nejúspěšnější lidi planety si umí dobře vybrat své přátele. Ještě pečlivěji ovšem volí své nepřátele. Protože ti určí vaše přežití.

Představte si, že jste na poušti. Jste ztraceni a umíráte žízní. Existují jenom dvě otázky, které vás budou dělit od smrti. První – kde najdu vodu. A druhá otázka – proč kráčet dál. Odpověď na tu první otázku vás sice zachrání, ovšem nedonutí vás jít dál. Máte tedy stále dvě možnosti. Život nebo smrt. Ano či ne. Nic víc není. Garantuji vám, že je mnohem jednodušší to vzdát. Lehnout si a umřít. Voda ztratí význam a otázka také. Můžete v klidu umřít. Vodu už nepotřebujete. Ovšem...Proč kráčím dál? Mám ženu, která mě miluje. Mám úkol na této planetě, který potřebuji dokončit. To je to, co nás žene dál. Nikdy nevěřte větru slov, který lidé vypouští. Mají několik vrstev. Vždy jděte do hloubky. Nestarejte se o vodu. Lidé motivují vodou, ukazují vodu lidem žíznivým a díky vodě manipulují s masy. Správně nyní chápete, že voda je vlastně banán. Lidé, kteří touží po vodě, jsou schopní pro vodu zabít. Jenom lidé, kteří umírají žízní a přesto jdou pro více než vodu, jsou pokorní. Nezabijou jiné kvůli vodě. Neokradou je. Pokud se na poušti setkají dvě bytosti, které kráčí dál, než pro vodu, a jeden z nich vodu bude mít – rád

se podělí. Neboť voda není cíl jeho života. Je to pouhý prostředek jak jít dál. To je i váš brand. Maslowova pyramida nám desítky let říká, že na prvním místě jsou fyziologické potřeby. Tisíce umělců a lidí, kteří stvořili fenomén, to popírají. Tvořili v nouzi ty největší světová díla. Vaším nepřítelem je tedy význam vašeho života, ne nedostatek vody. Vaším největším nepřítelem je vaše schopnost věřit svému nepříteli.

Většina lidí bohužel prochází pouští života, až když jsou v krizi. Opustí nás přátelé, rodina, někdo nám umře, zkrachuje naše firma. Dojdou NĚKAM, a vše je jinak, než očekávali. Mnohokrát si ovšem tito lidé neuvědomují, že nyní se dostávají na vyšší úroveň chápání sebe sama. Bohužel ve většině případů zatrpknou a proklejou smrt, nebo politiky či ekonomickou krizi. Vráť se do pouště oslabení svou nenávistí, a to, co vypráví, je smrt a žal a utrpení. Jsou zbyteční jako je zbytečný vítr v děravých plachtách. Jsou němí, jako je němé ustrnutí vln v písku na pláži.

Pak jsou ovšem ti druzí, kteří se pokloní a přijmou svého nepřítele. Akceptují smrt, neúspěch, prohru. A tato úcta jim vhání sílu do žil. Má-li úcta význam, pak jedině k nepříteli. Své přátele milujeme neboť jsou naším odrazem. Své nepřátele milujeme proto, že jsou oknem do neznáma. Dokud nejste schopní přijmout své nepřátele, nerozumíte ani svým přátelům. Mečí kolem vás jako stádo jenom proto, aby vás utišili, aby vás objali, aby vám dodali kuráž. Kolik z vašich přátel vám říká pravdu? A když to udělají, budete je milovat, nebo je začnete tupě nenávidět?

Který boj je správný?

Ten, ve kterém váš nepřítel i vy sílíte.

Který boj je špatný?

Ten, v kterém vy i váš nepřítel slábnete.

To je jediný ukazatel vašeho naplnění. Pokud dostanete sami sebe do systému NEJISTOTY, vysmějete se všem frontám světa. A paradoxně – banány, kterými začnete opovrhovat, vám začnou padat do klína.

Zde je krátký popis systému NEJISTOTY. **V pracovním sešitě jsem pro vás na toto téma připravil cvičení, str. 9.**



STRACH: z vlastní smrtelnosti, že nestihnou splnit svůj veliký úděl, že lidé nikdy nepochopí prospěch toho, s čím přichází, že budou zapomenuti



MAJÍ RÁDI: své výzvy, své neúspěchy, své drobné pokroky



NESNÁŠÍ: stejnost, podobnost lidí, rutinu, omezující názory „autorit“



O CO USILUJÍ: navázat hlubší spojení sami se sebou, o prozření, o napojení



V CO VĚŘÍ: ve své osobní poslání, v sílu člověka měnit svůj život



JAK JE POZNÁME: promluví na vás, aniž by řekli slovo, inspirují vás, naplňují vás příjemnou energií



JAK POZNÁME, ŽE JSOU STÁLE SOUČÁSTÍ TOHOTO SYSTÉMU: zbavují se banánů, používají banány k výměně, nikolik k vlastnění



PROČ JE OSTATNÍ OBDIVUJÍ: většinou jim nerozumí, obdivují jejich schopnost žít bez banánů, i když jich mají, kolik chtějí



KDY SE JIM NEJČASTĚJI PŘESTÁVÁ DAŘIT: snad nikdy, přijdou o všechno, ostatní je chtějí ukamenovat, poníží je v televizi, a oni se baví dál životem a dělají si to svoje. Když nemůžou žít svobodně ve své rodné zemi, odstěhují se



CO JIM POMÁHÁ: nové výzvy, překážky, nebezpečí

Co může osobní značka udělat pro vaše podnikání?

Osobní značka funguje pro všechny. Nezáleží na tom, jestli jste lékař s vlastní ordinací, právník hledající klienty nebo majitel specializovaného obchodu se sběratelským zbožím. Veškeré podnikání je postavené na vztazích. Lidé s vámi pracují ne kvůli vašemu dosahu nebo velikosti, ale proto, že znají vás, vaši reputaci a vaši povahu. Vy vytváříte hodnotu.

Benefity skvělé osobní značky



Více těch správných klientů – Chcete movitější klienty? Klienty v určité etnické skupině? Klienty s těmi správnými kontakty? Vytvoření přesně definované osobní značky je tím nejlepším způsobem, jak je přesvědčit, aby za vámi přišli.



Potenciál vyšších tržeb – Vaše osobní značka vás posadí do pozice předního experta ve vašem odvětví. Jako takový si budete moci účtovat vyšší sazby.



Neustálý tok nových příležitostí – Jakmile budete mít osobní značku, nebudete už ve svém odvětví anonymní. Vaše jméno, zkušenosti a silné stránky jsou známé. Když neustále pracujete na tom, aby se vaše osobní značka

dostávala do oběhu, klienti budou neustále přicházet, aniž byste je museli sami hledat a honit.



Přitahuje lidi, kteří vám pomohou – mocná osobní značka vytváří auru, která přitahuje lidi, kteří vám mohou být užiteční. Podívejte se například na Colina Powella – důvěryhodného, upřímného státníka. V roce 1996 Powell nejevil vůbec žádný zájem o to, aby šel do voleb na prezidenta USA proti Billu Clintonovi, ale musel důrazně odmítnout nominaci od Republikánů. Tuto příležitost nehledal, jeho osobní značka ji sama přitáhla.



Status „Top-of-mind“ – když dojde na projekt nebo příležitost, kde jste jedním z mnoha kandidátů, vaše jméno je první, které někoho napadne.



Větší kredibilita – když jste známý, musíte být dobrý. Taková je logika trhu, a když máte osobní značku, máte velkou výhodu. Vaše názory a rozhodnutí získávají váhu.



Vedoucí pozice – silná osobní značka podporuje lidi v tom, aby vám předali vedení. Alan Greenspan, osobní značka “kouzelník ekonomiky”, může vyzdvihnout nebo potopit Wall Street několika dobře vybranými slovy.



Větší prestiž – prestiž může pocházet z úspěchů, pozice, znalostí nebo dokonce i osobního stylu. Dává vašim rozhodnutím větší váhu a zvyšuje vaši finanční hodnotu



Vyšší vnímaná hodnota – osobní značka, která zdůrazňuje upřímnost, znalosti a inteligenci zvýší prodeje, protože zákazník věří, že vztah s vámi přidává hodnotu.



Víc lidí Vás začne poznávat – to, že Vás lidé poznávají je odměnou za úspěchy, a jako výsledek nabízí nové možnosti. Skvělé osobní značky se těžko skrývají a když je na projektu či produktu váš podpis, lidé to poznají.



Asociace s trendem – osobní značka vám může pomoci do pozice, kde budete součástí nové metodologie nebo technologie.

Jak snadno pochopit tuto knihu?

Pravidlo 1

BANÁN = člověk usilující o banán

NEBANÁN = člověk usilující o přeměnu

Pravidlo 2

Tuto knihu čtete očima, ale dělejte srdcem.

Pravidlo 3



Stáhněte si pracovní sešit

Jsou v něm doplňková cvičení pro budování vaší značky.



