

LWICE BIZNESU

O pewności siebie i poczuciu własnej wartości



POD REDAKCJĄ
Ilony Adamskiej

SPIS TREŚCI

ILONA ADAMSKA	3
GABRIELA ANTCZAK	5
MONIKA BLEZIEŃ-RUSZAJ	11
KAROLINA BLUMA	16
ŻANETA HEJNE	21
RENATA KAMIŃSKA	28
KATARZYNA KĘDZIERSKA-STĘPIEŃ	34
MIROSŁAWA KOWALKOWSKA	40
KATARZYNA KUKIELIŃSKA	49
MAGDALENA NOWAK	54
MAŁGORZATA WASILEWSKA-MAŃKOWSKA	61
MAŁGORZATA PASTUSZEK	67
AGNIESZKA RĄDLEWSKA	71
ALINA ROSZCZYŃSKA	78
EWELINA SALWUK-MARKO	84
ANNA STĘPIEŃ-KRASKA	90
AGNIESZKA ŚLIWKA-STACHOWIAK	98
AURELIA WIECZOREK	102
MALINA WIECZOREK	110



ILONA ADAMSKA

„Czynnikiem umacniającym poczucie pewności siebie jest akceptowanie siebie jako wartościowej osoby” – mówił w jednym ze swoich wystąpień znany i ceniony mówca motywacyjny Brian Tracy.

William James zaś twierdził: „Jest tylko jedna przyczyna ludzkich porażek. Brak wiary w prawdziwego siebie”.

E-book, który oddajemy w Twoje ręce, to zbiór wywiadów z inspirującymi kobietami biznesu, które uwierzyły w siebie. Które czują się wartościowe, szczęśliwe i spełnione. Które akceptują siebie ze swoimi niedoskonałościami. A przy tym bardzo często swoje poczucie wartości musiały zbudować na nowo. Które... tak naprawdę toczą każdego dnia walkę o siebie.

Budowanie poczucia wartości wymaga konsekwencji i systematyczności. Dokładnie tak, jak budowanie strategii marketingowej czy strategii rozwoju – mówi w książce Gabriela Antczak. To nie jest proces, który się „wydarza” raz i pozostaje z nami na zawsze. To ciężka praca, walka ze stereotypami i przeciwnościami, których w kobiecej codzienności nie brakuje.

Tytułowe Lwice Biznesu odsłaniają kawałek swojej duszy. Pokazują, jak wzmacniać na co dzień pewność siebie. Jak radzić sobie ze zmianami i wychodzeniem ze strefy komfortu.

Inspirują i motywują. Na koniec przekazując inspirujący cytat, który każdego dnia daje im siłę do działania.

Pamiętaj: świat należy do odważnych! Jesteś piękna! Mądra, dobra, wystarczająca! Zadbaj o siebie! I pokochaj!

Ilona Adamska

*pomysłodawczyni projektu,
prezes Europejskiego Klubu Kobiet Biznesu*



GABRIELA ANT CZAK

Od 20 lat jest praktykiem przygotowującym efektywne strategie marketingowe. Interesują i motywują ją wyniki, które wspólnie wypracowuje. I tylko wyniki są dla niej realnym i sensownym miernikiem skuteczności strategii. Na jej koncie są skuteczne wprowadzenia na rynek produktów i usług różnych branż i kategorii, poparte rekordowymi wynikami sprzedaży. Pracuje niestandardowo. Diagnostuje firmy przekrojowo, ponieważ skuteczny marketing jest działaniem osadzonym w DNA przedsiębiorstwa i musi współpracować ze wszystkimi departamentami w firmie, a jego oddziaływanie musi być ułożone odpowiednio szeroko. Jest autorką unikalnej metody STRATEGON Max, pozwalającej na maksymalizację efektywności tworzenia strategii wspólnie z Zespołem Klienta.

Laureatka wielu nagród, m.in.: „Dyrektor Marketingu Roku” w kategorii „Wyjątkowa efektywność przy niskim budżecie”; „Sukces Roku”, „Osobowość Roku”, „Lider efektywnych kampanii marketingowych”, „Diament Kobiecego Biznesu”. Przewodnicząca Konwentu Wyższej Szkoły Europejskiej im. ks. Tischnera w Krakowie.

Lubi pisać, prowadzić warsztaty i szkolenia marketingowe. Jest autorką poradnika „Mali mogą więcej. Marketing małej firmy, czyli wojna o rynek”, znajdującego się przez wiele miesięcy w TOP10 kategorii poradniki EMPIKU, a także licznych felietonów.

www.gabrielaantczak.pl

BYCIE SKUTECZNĄ W SWOJEJ DZIEDZINIE USKRZYDŁA

Pewność siebie? Co dla Ciebie kryje się pod tym określeniem?

To bardzo trudne pytanie. Niby wszyscy wiemy, co kryje się pod tym określeniem, ale gdy trzeba to „coś” nazwać, oczywistość znika...

Dla mnie pewność siebie to odmiana szacunku do siebie. Poszanowanie swoich osobistych praw i wartości. Uznanie we własnych oczach tego, co potrafimy i co dajemy bliskim, światu, za wartościowe i potrzebne.

Kiedy tracimy pewność siebie, przestajemy wierzyć we własne możliwości i zamykamy je w sobie. Wiele aspektów codziennego życia wymaga od nas poczucia słuszności co do własnych racji, przekonań i umiejętności. I o ile jeszcze my kobiety o przekonania częściej potrafimy walczyć z pasją, o tyle umiejętności ponizamy i deprecjonujemy systematycznie, robiąc sobie krzywdę.

Zaniżamy własną wartość. Nie potrafimy ani siebie doceniać, ani właściwie wyceniać własnych usług. Przyjmujemy zbyt często pozycję defensywną. To wszystko powoduje, że w efekcie mamy same do siebie żal i kaca moralnego. Koło się zamyka – tym bardziej tracimy pewność siebie.

Nie wolno na to pozwalać. Walka o siebie trwa każdego dnia bez wyjątku. Wymaga konsekwencji i systematyczności, dokładnie tak, jak (najbliższe mi zawodowo) budowanie strategii marketingowej czy strategii rozwoju. Konsekwentna realizacja drobnych celów, wspinanie się po szczeblach wiary i pewności siebie – w moim przekonaniu nie ma innej drogi. To nie jest proces, który się „wydarza” raz i pozostaje z nami na zawsze. To ciężka praca,

walka ze stereotypami i przeciwnościami, których w kobiecej codzienności nie brakuje.

Dlaczego tak mało kobiet wierzy w siebie, w swoje możliwości?

W moim przekonaniu brak wiary kobiet w siebie i swoje możliwości wynika z wieloletnich zaszłości. Jesteśmy uczone bycia grzecznymi i skromnymi. Nadal w niewielu domach chwali się talenty i osiągnięcia, tłumacząc to obawą o „uderzenie wody sodowej do głowy”. Oprócz tego biznes, tradycyjnie i od zawsze zdominowany przez mężczyzn, obawy te i stereotypy tylko wzmacnia. Prowadzę na co dzień strategiczne działania marketingowe dla wielu firm jednocześnie. W zdecydowanej większości zarządzają nimi mężczyźni, którzy zazwyczaj mają problem z uznawaniem zdania kobiet. Mówię o tym ze smutkiem, ale to niestety obraz prawdziwy. Trzeba mieć naprawdę mocną siłę i zapał, aby wywalczyć sobie w tym męskim, biznesowym świecie właściwą, merytoryczną pozycję. Niejedna kobieta poddaje się w połowie drogi, zmęczona, zrezygnowana i jeszcze mniej wierząca w to, ile potrafi i co może osiągnąć.

Jak wzmacniać pewność siebie? Czy istnieją jakieś skuteczne sposoby? Jak wzmacniasz na co dzień swoją pewność siebie?

Nigdy nie byłam mistrzynią wiary w siebie... Zawsze najwięcej od siebie wymagam i pozostaję w przekonaniu prostego założenia „wiem, że nic nie wiem”.

To wyniki i dowody merytorycznej efektywności są dla mnie najskuteczniejszą drogą do wzmacniania wiary w siebie. Nie zastanawiam się nad tym na co dzień, prowadząc własną firmę doradczą. Pracuję dużo i szybko. Wdrażam strategie marketingowe, które przynoszą moim partnerom wymierne wyniki. Wspieram firmy w budowie trwałych brandów. Wieloletnie doświadczenie, poparte dowodami ekonomicznymi, ale również nagrodami, dostarcza argumentów do rozmowy o kolejnych projektach. Bycie skuteczną w swojej dziedzinie motywuje, uskrzydla i rozwija najbardziej. Pewność siebie oparta na faktach i mierzalnych rezultatach rośnie.

Nie oczekuję pochlebstw i głaskania po głowie, nie potrzebuję tego. Korzystam z argumentów biznesowych i na nich opieram dyskusję. Wiem, co potrafię,

i wierzę, że potrafię. To w moim przekonaniu najlepszy fundament do budowania pewności siebie – znalezienie własnej drogi i pomysłu na siebie, w którym będziemy najlepsze! Robić to, co się potrafi i rozwalać system, nie czekając na zachętę i oklaski!

Pewność siebie budujemy między innymi poprzez wychodzenie ze swojej strefy komfortu. Dlaczego nie warto bać się zmian? Jak traktujesz zmiany w swoim życiu?

Moje życie jest namacalnym dowodem prawdziwości tezy, że „jedyne co w życiu pewne, to zmiana”. Pracuję stale z nowymi projektami i w zasadzie w każdym muszę od nowa wychodzić ze strefy komfortu. Różne branże, rynki, potrzeby i oczekiwania. Nowe narzędzia marketingowe i błyskawicznie zmieniający się człowiek – nazywany powszechnie konsumentem. Do tego wszystko, co wiąże się z prowadzeniem własnej firmy, z pełnym pakietem „udogodnień” organizacyjnych, podatkowych i wszelakich innych. Nie omija mnie to przecież. Stale szukam, zmieniam, odkrywam i poznaję. Na tym polega rozwój. Na niezatrzymywaniu się w miejscu.

Przez wiele lat pracowałam na stanowiskach dyrektorów marketingu. Zrezygnowałam z tej ścieżki na rzecz własnego biznesu. Czy było łatwo? Nigdy nie jest łatwo! Ale gdy zaczyna się dostrzegać pierwsze, wymierne wyniki, wyjście ze strefy komfortu wydaje się łatwe, a na pewno zasadne.

Mam jednak świadomość, że nie dla każdego życie w ciągłej zmianie będzie ok. Podejmowanie próby zmiany bywa trudne i wymaga przekonania, że warto lub że nie ma się nic do stracenia. W obu tych wariantach wspomniane przekonanie musi być wystarczająco silne, by podjąć ryzyko. Ja jestem chodzącym dowodem na to, że warto próbować i chętnie wspieram w zmianie inne kobiety (oczywiście nie tylko kobiety), chociażby poprzez pracę nad strategicznym podejściem do budowania marki osobistej. Strategia to słowo klucz do niniejszych rozważań w całości – na to, by wyjść ze strefy komfortu i dokonać zmiany, zwiększając w efekcie pewność siebie, potrzeba założeń, ścieżki, strategii właśnie. Nie jest dobrym pomysłem podejmowanie ryzyka dla ryzyka i zmiany dla niej samej. Musimy wiedzieć, po co to robimy, jaki jest nasz cel i w jaki sposób (choćby mniej więcej) chcemy do tegoż celu dotrzeć. Dlatego pracuję niejednokrotnie nad przygotowaniem strategii budowania marki osobistej, która nie jest niczym innym jak fundamentem dla

odważenia się do zmiany. A dobrze zbudowana i wdrożona koncepcja marki osobistej to najlepsza droga do umocnienia pewności siebie!

Czy nasze mamy mogły mieć wpływ na to, że dziś tak wiele z nas cierpi na brak poczucia własnej wartości? Męczą nas kompleksy, nie ufamy swoim możliwościom...

Uważam, że niestety tak. Wspomniałam już o tym i tezę tę podtrzymuję. Grzeczne dziewczynki nie robią tego i tamtego. Chłopakom się wybacza, bo... to chłopaki. Nam wpajano przez lata, co możemy, a co nie. Ja mam ogromne szczęście, że rodzice wierzyli w nas ogromnie i wspierali w edukacji, zapewniając dobry start. Niemniej, patrząc szerzej, oceniając skalę zjawiska, a nie indywidualne doświadczenia, niestety zgadzam się, że ogromny wpływ na brak poczucia własnej wartości i kompleksy mają stereotypy wyniesione z domu. Oczywiście nie tylko to, co kobietom mówiono i co się mówi nadal, ale również postawa i sposób życia naszych mam.

Panuje stereotyp, że mężczyźni nie mają kompleksów. Albo mają ich mało. Jak jest naprawdę? Masz jakieś spostrzeżenia w tym zakresie?

Jak się teraz zastanawiam, analizując pytanie, to mam takie przemyślenie, że często jedyny kompleks, jaki mają mężczyźni to ten... wobec kobiet. Wielokrotnie spotykam się z sytuacją walki o ostatnie słowo tylko dla zasady, o udowodnienie swoich racji bez względu na racje i interes ogółu – tylko dlatego, że inne zdanie zaprezentowała kobieta. Zaciekła obrona patriarchalnych reguł, deprecjonowanie wiedzy i umiejętności kobiet w wielu przypadkach – moim zdaniem – to objaw lęku przed wykształconą i zdolną, a także wielofunkcyjną konkurencją. A szkoda, bo najczęściej nie chodzi o konkurowanie (od zawsze będące domeną mężczyzn), a o efektywną współpracę (w czym, jak wiadomo, brują kobiety).

Wracając do pytania, generalnie tak, zgadzam się z tezą, że mężczyźni mają mniej kompleksów, mniej przejmują się zdaniem innych i na pewno lepiej potrafią sobie z kompleksami radzić. A ponieważ życie to stały rozwój i poszukiwanie – warto czasem przyjrzeć się temu mechanizmowi i spróbować wdrożyć go do własnego życia. Jeśli miałby pomóc? To dlaczego nie skorzystać i nie nauczyć się czegoś kolejnego, tym razem od płci przeciwnej?

**Ulubiony cytat o poczuciu własnej wartości albo złota rada,
którą chciałabyś przekazać naszym Czytelnikom?**

Znajdź coś, co będziesz robić z pasją i w czym będziesz najlepsza; doceniaj małe, ale ważne rzeczy – to one, a nie spektakularne sukcesy składają się na prawdziwą pewność siebie, bo budują naszą siłę na co dzień.



MONIKA BLEZIEŃ-RUSZAJ

Doradca ds. ekotrendów i wdrażania rozwiązań przyjaznych środowisku; autorka przewodników po systemie BDO, CEO w firmie BeautyEko. Pomaga rozwiązywać problemy małych i mikroprzedsiębiorców, szczególnie w branży beauty i fashion działających na rynku e-commerce, ale nie zamyka się na inne podmioty. Doradza głównie w zakresie wdrożeń związanych z ochroną środowiska oraz kosmetyką naturalną. Jest specjalistką ds. systemu BDO – pomaga przy rejestracji, aktualizacji bądź wykreśleniu z Bazy BDO; przygotowuje procedury dezynfekcji, BHP i odpadowe dla przedsiębiorstw. Od lipca 2022 członkini Europejskiego Klubu Kobiet Biznesu oraz partner kampanii społecznej „NIE HEJTUJĘ – MOTYWUJĘ”. W 2022 roku nominowana w konkursie Kobieta e-commerce 2022 organizowanym przez Fundację Kobiety e-biznesu w kategorii „Nowa usługa w e-commerce”.