

MAREK SKAŁA

SKUTECZNOŚĆ GÓRA!



MECCHANIZMY

INSPIRACJE

TECHNIKI

WPŁYWAJĄCE

NA TWOJE

DECYZJE

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Barbara Gancarz-Wójcicka

Ilustracje w książce: Andrzej Mleczek

Fotografie w książce: Anna Łowińska

Skład: Adrian Partyka

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie?trzyfi>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-283-8369-2

Copyright © Marek Skała 2021

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

Rozdział 1. Winnetou z Rudy Śląskiej z Jaśkiem Wędrowniczkiem w Kazimierzu Dolnym — jak i gdzie szukać inspiracji? · 7

- 1.1. Storytelling w akcji wielowątkowej · 8
- 1.2. Kartka z podróży pierwsza — czy podróże kształcą? · 14

Rozdział 2. Wszyscy, tylko nie ja... Jak żyć z Kłomaciem w matrixie... · 17

- 2.1. Kto żyje z Kłomaciem w matrixie? · 18
- 2.2. Kłomaciowe krasnoludki czy my sami? · 22
- 2.3. Spieszmy się, spieszymy... byle z sensem! · 26
- 2.4. Kartka z podróży druga — trzy inspiracje z kultury Maghrebu i okolic · 29

Rozdział 3. Zło bierze się z gadania... · 35

- 3.1. Słowa mądre i słowa... Słowa dobre i słowa... · 36
- 3.2. Osioł Gustawa Lutkiewicza · 39
- 3.3. Żyjesz tak, jak mówisz! · 43
- 3.4. Aby język giętki..., tylko czy pomyśli głowa? · 47
- 3.5. Kartka z podróży trzecia — inspiracje pomiędzy Hofburgiem i Albertiną · 51

Rozdział 4. Myślenie schematami skutecznie, czyli słowa o konkretnym pieniądzu na Dzień Dziecka · 59

- 4.1. Dzień Dziecka jak w filmie Machulskiego Kingsajz — dla każdego i przez cały rok! · 60
- 4.2. Słowa czy pieniądze — co motywuje nas mocniej? · 65
- 4.3. A KONKRETNIE? — czyli o działaniu METAMODELU w praktyce · 70
- 4.4. Kartka z podróży czwarta — London! · 74

Rozdział 5. Modny mindfulness, czyli nasza uważność codzienna · 81

- 5.1. Uważność tramwajowo-imprezowa · 82
- 5.2. Spotkałem szczęśliwych kelnerów... i uważnych... · 85
- 5.3. Inspiracje NIEOCZYWISTE są free, za wszystko inne... · 90
- 5.4. Kartka z podróży piąta — czego uczą tureckie wakacje? · 95

Rozdział 6. Dowozimy, dowozimy... czyli rzecz o skuteczności różnorodnej · 101

- 6.1. Fakit — technika w dowożeniu baaaardzo pomocna! · 103
- 6.2. Konferencje i kongresy — jak sobie radzić i być skutecznym, czyli dowożenie kongresowo-konferencyjne · 107

- 6.3. Dowozimy, dowozimy... czasem nawet w gumowcach vel gumiakach · 112
- 6.4. Kartka z podróży szósta — Rzymskie wakac... — inspiracje! · 116

Rozdział 7. Wakacyjny luz z małą na plecach — i technika WRR... · 123

- 7.1. Zacznijmy o zarządzaniu odwrotnie, od urlopu — wakacyjny luz-blues i zdziwko! · 124
- 7.2. O, masz małą na plecach! Przychodzi śmiało! Oraz WRR... · 128
- 7.3. Technika WRR w akcji — powrót do rzeczywistości, czasem brutalnej... czyli case study „Niechciany projekt” · 132
- 7.4. Kartka z podróży siódma — czyli dumanie na paryskim bruku... · 139

Rozdział 8. Inspiracje szpitalno-sportowe, czyli pożytki z oglądania telewizji (w wakacje i o kulach) · 149

- 8.1. Set pierwszy: inspiracje ikoniczne — sportowe legendy sprzed lat · 150
- 8.2. Set drugi — szpitalno-siatkarski · 154
- 8.3. Set (tercja?) trzeci(-a) — zimowa, czyli inspiracje z Soczi · 158
- 8.4. Kartka z podróży ósma — inspiracje po szwajcarsku! · 161

Rozdział 9. Zmiany, zmiany, zmiany — trochę inne niż klasyczny ser · 169

- 9.1. Zmiany i inne Blue Monday — inspiracje skuteczne · 171
- 9.2. Zmiana zrobiona na słońcu i na ścieżce · 176
- 9.3. Skąd pochodzi sukces w zmianie... ile talentu, a ile pracy? · 179
- 9.4. Kartka z podróży dziewiąta: Szalona Barcelona — Katalonia rulez — tym razem świątecznie · 183

Rozdział 10. Ballada niemal hotelowa — czego uczy noc w cudzym łóżku;-) · 189

- 10.1. Ballada hotelowa pierwsza: Na szkło, krzesło i chwilowy brak mózgu... · 190
- 10.2. Ballada hotelowa druga: Człowiek człowiekowi hotelowym wilkiem... · 195
- 10.3. Ballada hotelowa trzecia: Nauczyciel z gitarą jakoś nie są parrą... · 197
- 10.4. Kartka z podróży dziesiąta: Inspiracje po tokańsku — refleksje na początek roku · 200

Podziękowania · 207

O autorze · 211

ROZDZIAŁ 1.

WINNETOU Z RUDY
ŚLĄSKIEJ Z JAŚKIEM
WĘDROWNICZKIEM
W KAZIMIERZU
DOLNYM — JAK
I GDZIE SZUKAĆ
INSPIRACJI?

1.1. Storytelling w akcji wielowątkowej

Ludzie często pytają, skąd biorą się inspiracje. I pewnie nikt nie jest w stanie dokładnie odpowiedzieć. Coś się jakoś pojawia, kojarzy, łączy. I jest. Czasami wypływa z głębokich pokładów pamięci. Czasem łączy się z innymi zdarzeniami. Pozornie bez związku. A jednak...

Posłuchajcie...

Będzie to ciąg zdarzeń i skojarzeń. Coś wypływa z czegoś, coś się łączy i kojarzy. Ze skutków poniższych historii korzystam jeszcze dziś.

Zupełnym przypadkiem, podczas dziesięciu dni izolacji (pozytywny wynik testu na COVID-19, na szczęście bez objawów), zająłem na YouTube. Między wieloma propozycjami pojawił się... stary dobry *Winnetou*. Kilka części. Film z czasów dzieciństwa, poziom intelektualny jak na kinowych porankach, choć strzelali i ciągle ktoś ginął. W sumie tych części nagrano 11. Produkcja RFN, kręcony w Jugosławii, język niemiecki — w sumie dość kuriozalne jak na western.

Przypadkowo kliknąłem na *Winnetou i Old Surehand*. I wróciło wspomnienie z baardzo odległego dzieciństwa. Mama miała imieniny i choć miałem 7–8 lat, pomagałem, jak mogłem. W nagrodę dostałem na bilet do kina. Pamiętam, jak zaptakany wracałem do domu. Albo nie było już biletów, albo uznano, że jestem za mały. Wracałem lasem, przez Diabelską Górkę, żeby nikt bekisy nie zauważył. Widząc moją rozpacz, mama zadzwoniła do kina, po czym kazała mi tam iść z powrotem. Nie pamiętam, jak przebiegłem ten ponad kilometr, ale zdążyłem dotrzeć tuż po kronice. To taki dawny, 10-minutowy odpowiednik dzisiejszych reklam ;-) Mój poziom szczęścia był niebotyczny. I po kilkudziesięciu latach przypadkiem znowu zobaczyłem pierwszą scenę filmu. Pod wagon pełen ludzi bandyci podłożyli dynamit. Kiedy pozostało 10–15 cm lontu, Old Surehand odstrzelił płonąca końcówkę. Dla dzieciaka — emocje ogromne.

Równie mocno pamiętam także te z przepełnionego smutkiem powrotu do domu, a potem euforyczny bieg do kina. Do dziś mi to zostało. Walcz do końca, nie odpuszczaj! Czasem rozpacz przeradza się w euforię. Choć nie zawsze... Ale nie becz, walcz!

NIGDY NIE ODPUSZCZAJ, WALCZ DO KOŃCA!

Bardzo mnie wzruszyła opisana historia naszego spotkania w Kazimierzu Dolnym. Potwierdzam! Tak właśnie było! To były chyba najlepsze czasy w historii kabaretu Rak. Graliśmy w wielu miastach i przejeżdżaliśmy Polskę wzdłuż i wszerz. Takie spotkania, jak opisane w książce, były bardzo częste i tylko ze względu na wrodzone nam wszystkim w zespole poczucie odpowiedzialności czasami odpuszczaliśmy i odpoczywaliśmy przed następną podróżą. Od czasu do czasu popuszczaliśmy sobie cugli i kiedy trafiło się zacne towarzystwo do flaszczyki, spędzaliśmy wieczory na nocnych Polaków rozmowach. Tak było i tym razem w Kazimierzu. A temat Winnetou był jednym z wielu wątków napisanego i wykonywanego przeze mnie monologu o życiu celebrytów. Zawsze czuwałem, aby opisane na scenie sytuacje śmieszyły widza i odnosiły się także do jego wspomnień. Dziękuję za poświęcony mi wtedy czas i za cegiełkę pamięci o mojej skromnej osobie zamieszczoną w książce.



Krzysztof Hanke, kabaret Rak, kabaretrak.pl

Wiele lat temu widziałem skecz kabaretu Rak. Krzysztof Hanke opowiadał o pierwszym swoim wyjściu do kina w Rudzie Śląskiej. Tak. Macie rację. Też był na Winnetou. I kina też były podobne, bardzo stare. Jego miało piecyk na środku sali, by widzowie nie marzli. Moje było przedwojenne, ze specyficznym zapachem impregnowanego drewna. Z cudownymi plakatami, starymi skrzypiącymi fotelami. Jak magiczna bajka z nieznanego świata. Osią skeczu kabaretu Rak było samo kino w Rudzie Śląskiej, o ile pamiętam, chyba nawet była przerwa w filmie na dołożenie do pieca. Ja skupiłem się jednak na Winnetou, a Hanke dostrzegł w tym filmie sporo dziwnych rzeczy... A tak to zapamiętałem.

Film nakręcono według książki, którą niemiecki nauczyciel napisał w więzieniu w Berlinie. Nigdy nie widział prawdziwego Indianera. Apaczów grali Jugosłowianie, kowbojów zagrali Niemcy, a głównego Indianera — Francuz. Wszystko się dzieje na Chorwacji, a pierwsze słowa w filmie brzmią: „Herr Winnetou, Haende Hoch und Ausweis bitte!”.

Kiedy skecz się skończył, pomyślałem że mamy podobne doświadczenia z dzieciństwa. Zabawne. Nie wiedziałem jeszcze, że kilka lat później zdarzy się CDN. I ciąg dalszy nastąpił... w Kazimierzu Dolnym. Ale zanim pojedziemy nad Wisłę, chwila refleksji. Krzysztof Hanke znakomicie uchwycił udziwienia i książki, i filmów. Ale to dzięki nim miliony dzieciaków poznawały pojęcia szlachetności (bliskie głównie Apaczom) oraz odwagi (tożsame głównie z kowbojami). Sam Karol May też nie był jednoznaczny. Fakt: siedział w więzieniu. Fakt: nigdy nie był na Dzikim Zachodzie. Fakt: na drzwiach domu miał wizytówkę „Karl May zwany Old Shatterhand”. I rzeczywiście, prywatnie uważał się za brata Winnetou, w takim indiańskim rozumieniu braterstwa krwi. Dziwne. Ale nawet krytycy przyznają, że May wiernie oddał realia geograficzne, obyczajowe czy kulturowe, choć w Stanach był dopiero cztery lata przed śmiercią. Imiona Indian po prostu wymyślił, w żadnym ich języku takich nie znajdziemy. A książki Maya są pełne przesłań równości, braterstwa, szacunku dla ludzi.

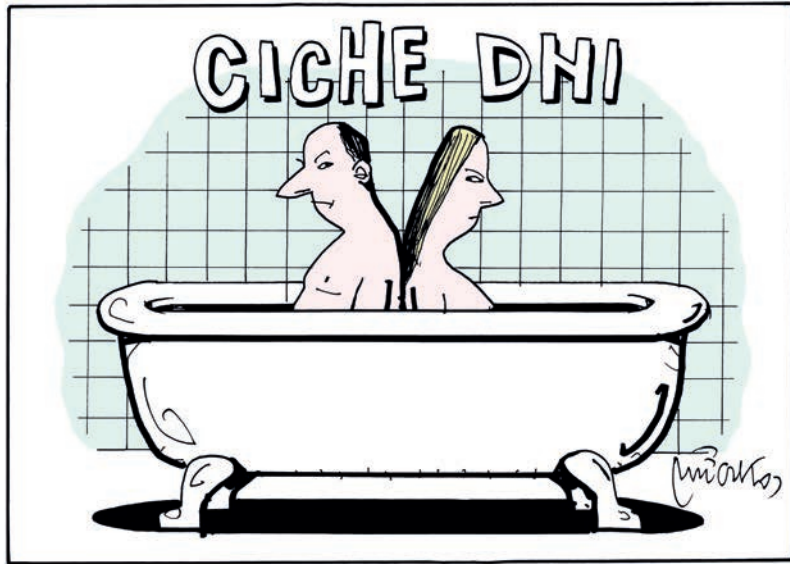
I tak od znakomitego skeczu można przejść do spraw bardzo poważnych.

**EMOCJE I WSPOMNIENIA ZOSTAJĄ W NAS NA DŁUGO,
CZASEM NA DZIESIĄTKI LAT. I WIELE SPRAW MOŻE MIEĆ
DRUGIE DNO. INNE, NIŻ PAMIĘTAMY ;-)**

Inspiracja boczna — 2 i 1/3 — Sorry Winnetou

Do dziś wiele osób pamięta ten zwrot, ale mało kto wie, skąd się wziął. Nawet mój wnuk tak czasem mówi, i to zupełnie poprawnie, czyli rozumie jego sens i znaczenie. Ale film jakoś go nie wciągnął. Szczerze mówiąc, jeśli Ty widziałeś ten film, to pewnie jesteś już dość stary... A oto źródło tego powiedzonka: dawno temu pani w szkole zapytała, kto jest najważniejszym człowiekiem na świecie. A rozsądny malec pocałował zdjęcie, szepnął: Sorry Winnetou, ale biznes to biznes i krzyknął, że Lenin. Z czasem w dowcipie Lenina wymieniano na kolejnych, nowszych „bogów”. Z czasem też zarówno dowcip, jak i filmy zapomniano. Ale powiedzenie zostało ;-) I wiele osób go używa, choć mało kto pamięta dowcip, a jeszcze mniej widziało film. Bywa...

SORRY WINNETOU, BIZNES TO BIZNES!



Rys. Andrzej Mleczko

Inspiracja boczna 2 i 2/3 — Górnik z Rudy Śląskiej

Prowadziłem szkolenie z negocjacji dla firmy inżynierskiej, produkującej maszyny dla górnictwa. Czekaliśmy na grupę czterech osób z Katowic, oczywiście inżynierów. Weszło trzech, pytam, gdzie czwarty, oni mówią, że już idzie. I wchodzi... kobieta! Bardzo wysoka, szczupła, w czarnym, skórzanym ubraniu. Kontrast ogromny, bo myśląc „inżynier górnik”, w głowie mamy raczej mężczyznę. Tak, byłem bardzo zaskoczony. A oni w śmiech i mówią: „Poznaj naszą broń masowego rażenia”. Brygida to rzeczywiście inżynier górnik (dziś może trzeba powiedzieć inżynierka górniczka), na dodatek z Rudy Śląskiej i na dodatek godo po ślonsku. Oczywiście skecz kabaretu Rak o kinie w Rudzie znała niemal na pamięć i „w oryginale”, czyli po ślonsku. Od razu się wszyscy polubiliśmy, więc zapytałem, o co chodzi z tą bronią. A oni mówią tak: „Jak mamy problem, to jedziemy do klienta na kopalnię i zabieramy Brygidę. Najpierw jest duże zaskoczenie, tak jak u ciebie. Pojawia się kobieta, a to rzadkość w tradycyjnym środowisku górniczym. Na dodatek jej wygląd i wzrost raczej wykluczają myślenie lekceważącą kategorią «baba na grubie». Przy powitaniu okazuje się, że godo jak hajer

(górnik), czyli jest Ślązaczką. Przy przedstawianiu się wychodzi też, że jest inżynierem górnikiem. Konsternacja jest pełna. I jednocześnie natychmiast budzi się ogromna sympatia, no bo jest podobna do gospodarzy — Ślązaczką, górniczką, inżynier — czyli naszą! I problemy rozwiązują się niemal same”.

POŁĄCZENIE TECHNIK ZASKOCZENIA I KONTRASTU Z MECHANIZMEM PODOBIENSTWA MOŻE PRZYNIĘŚĆ ZASKAKUJĄCE KORZYŚCI.

Historia doskonale niezwykła... Rzeczywiście wspomniane przez autora spotkanie odbyło się w doborowym gronie w Kazimierzu Dolnym nad Wisłą kilkanaście lat wstecz. Miejsce czarowne — często tam bywam, nie tylko jako ambasador marek luksusowych, ale również z koncertami jako aktor-wokalista, lub ze szkoleniami prozdrowotnymi jako trener. Natomiast nie przypuszczałem, że przy opowieściach o whisky Johnnie Walker i szkockich single malt może narodzić się technika pomagająca w przeprowadzeniu poważnych szkoleń. No ale skoro Marek tak twierdzi i potwierdza — to z pewnością ma rację! Serdecznie pozdrawiam, dziękując za wspomnienia z dawnych, naprawdę bardzo dobrych czasów.

Paweł „Argyll” Lipnicki — Szkot...

A przy okazji — trener, szkoleniowiec, coach, autor szkoleń, pisarz, aktor, prezenter TV.

Szukaj „Szkota” i „Argylla” na FB — „Trener Paweł Lipnicki”.



Po pierwszym dniu szkolenia w Kazimierzu Dolnym, w Villi Bohema, mieliśmy mieć kolację, a potem degustację whisky Johnnie Walker. Kiedy zszedłem do baru, żeby zobaczyć, jak idą przygotowania, spotkałem... tak, Krzysztofa Hanke z kabaretem Rak! Okazało się, że mieli występ w innym hotelu, ale klient zarezerwował im nocleg właśnie w Bohemie. Miła rozmowa, zaprosiliśmy ich na degustację. Prowadził ją świetny ambasador

marki JW, w szkockim stroju, który śpiewał i opowiadał fantastyczne anegdoty. Pełne wiedzy i humoru jednocześnie.

Jednak kilku uczestników szkolenia zrobiło trening już przed... I w efekcie mieli sporo do powiedzenia. Komentowali, dorzucali dość dziwne teksty o szwagrach, kumplach i ogólnie, o własnej przewadze w picciu. A prowadzący ze stoickim spokojem: „Doceniam ten sukces, gratuluję pomysłu, szanuję odwagę”. Wysoki, mocno zbudowany facet z potężnym głosem mówił to niezwykle ciepło i spokojnie. Łagodził. Wyciszał pola konfliktu. Nie polemizował. Zero ironii. Tylko spokój. Zyskał u nas ogromny szacunek — i u tych trzeźwych, i tych mniej trzeźwych też.

Kiedy po jakimś czasie ktoś na szkoleniu z prezentacji zapytał, jak sobie radzić z docinkami z sali, przypomniałem sobie „Szkota”. I opowiedziałem historię z Kazimierza. Morał nasuwał się sam i doprowadził do powstania techniki DCS — „doceniam, gratuluję, szanuję”. Od tej pory używam jej często, mam nawet odpowiedni slajd w prezentacjach. Dzięki „Szkocie”!

CZASEM NA DEGUSTACJI WHISKY NAUCZYSZ SIĘ CZEGOŚ, CO PRZYDA SIĘ PRZEZ LATA.

Dosłownie kilka dni temu znajomy z FB wrzucił zapytkę o dobrego specja od pralek. Mam, to się podzieliłem. Podziękował. I nagle przebłysk... Przecież pytający to znakomity spec od whisky właśnie! Może zna tego Szkota sprzed kilkunastu lat? Po pięciu minutach rozmowy mamy go! To Paweł Lipnicki, wtedy ambasador Johnnie Walkera, aktor. Zadzwoiłem. Zdarzenie pamiętał i miło wspominał. Rozbawiło go to, że od lat jest nieznanym autorem techniki DCS. Teraz już znanym ;-) Dzięki, Paweł!

WARTO BEZINTERESOWNIE POMÓC. U MNIE NAGRODĄ BYŁO WYJAŚNIENIE ZAGADKI SPRZED KILKUNASTU LAT. I POWYŻSZY FRAGMENT O INSPIRACJACH.

1.2. Kartka z podróży pierwsza — czy podróże kształcą?

Te kartki z podróży będą się przewijały przez całą książkę. Są jednocześnie inspiracją tu i teraz, do wykorzystania od zaraz, jak i zachętą do głębszej refleksji. Czasem wybitnie podróżną, do zastosowania w opisywanym miejscu. Czasem zaproszeniem do poważniejszych przemyśleń, do twórczego i absolutnie indywidualnego zastosowania rozmaitych własnych pomysłów.

Ciekawe, jak często przenosimy nasze, choćby najprostsze, zakupowe doświadczenia z podróży do swoich firm, do naszego życia. Jak często obserwacje z wyjazdów czy wakacji pozwalają nam coś poprawić w naszej pracy z klientem, zewnętrznym i wewnętrznym? Z pacjentem? Ze studentami? Albo zwyczajnie — w relacjach rodzinnych lub ze znajomymi?

CASE PIERWSZY: TRANSFER Z NIEMIEC

Po studiach przez kilka wakacji pracowałem w Niemczech. Około 1993 roku przywiozłem artykuł o merchandisingu, z długą listą pułapek (z rysunkami poglądowymi!), jakie supermarkety zastawiają na klientów: pochyłe półki, lustra powiększające ilość warzyw i owoców, dyndacze półkowe, zapachy, etc. Dziś to sprzedażowe ABC, ale w tamtym czasie — sensacja! Prowadziłem wtedy ćwiczenia z marketingu ze studentami, więc przydało się bardzo. Przy okazji przywiozłem też kilka gazetek handlowych, tam wtedy w pełni rozkwitu, u nas zupełnie nieznanych.

Już od roku pisałem dla „Gazety Wyborczej” teksty o marketingu, o biznesie. Połączyłem to wszystko w jeden koncept i 24 lutego 1994 roku wyszła „Gazeta na Zakupy”. Taki jednorazowy dodatek. Świetne teksty profesorów Zbigniewa Nęckiego i Edwarda Nęcki, doktora Kazimierza Sedlaka (dziś Sedlak & Sedlak) i innych. A także pierwsze w Polsce reklamy typu zdjęcie produktu wraz z przekreśloną starą ceną i nową, obniżoną. Był sukces, firmy handlowe chciały kontynuacji. Zabawne było to, że pierwszy numer nie miał numeru, bo nikt nie przewidział, że będzie jakiś drugi. Potem w całej Polsce ten dodatek miał nazwę „Supermarket”.

Po pewnym czasie firmy handlowe same zaczęły wydawać własne gazetki. A potem niestety pojawiły się tony tego typu reklam, trafiających do naszych skrzynek niemal codziennie. Nie wiedziałem wtedy, że to klasyczna innowacja — przeniesienie zupełnie zwyczajnych mechanizmów z jednego obszaru do innego. Elementów obsługi klienta, rozwiązań marketingowych czy sprzedażowych, promocji, chwytów reklamowych. Nie trzeba wymyślać od nowa — wystarczy uważnie obserwować i wdrożyć u siebie.

Jak wykorzystać?

Banalnie — trzeba zamienić naszą typową reakcję obronną (w sklepie, hotelu, restauracji) z „Ale wydziwiają” na „Ale to zaskakujące/ciekawe/interesujące”! A potem sprawdzić, co by było, gdyśmy tak my sami... u siebie, w domu, w naszej firmie...?!

CASE DRUGI: GOLARKA DO TRUMNY

To stara historia, wyjątkowo nie podróżna, lecz z rodzinnego Krakowa. Jednak relacyjnie i życiowo ciągle ważna. Kiedyś wszedłem do sklepu RTV i zapytałem o golarkę, taką do krótkiego strzyżenia brody. Nie mieli. Zapytałem, gdzie można kupić. Skłamali, że nie wiedzą. Nie chcieli polecić innego sklepu, bo to przecież konkurencja! No cóż... Może wyglądałem tak źle, że golarkę potrzebowałem, by ogolić się do trumny? Bo inaczej sprzedawca powinien pomyśleć, że albo gdzieś blisko mieszkam albo pracuję. I pewnie będę kiedyś potrzebował innych rzeczy. I wtedy przyjdę do niego właśnie — bo blisko. I przyjdę także dlatego, bo mi pomógł kupić golarkę, choć w innym sklepie. Przecież z jakiegoś powodu do niego przyszedłem, pewnie to dla mnie sklep tzw. pierwszego wyboru. Jak nie to nie!

Nigdy więcej do tego sklepu nie wszedłem. Straciłem zaufanie, zanim się pojawiło. Warto pamiętać, że klient bywa wdzięczny, że wraca, że poleca firmę. Jeśli ktoś mu pomógł. Ale tu nikt nie pomógł, wręcz okłamał. Jest w Krakowie inny sklep RTV, w połowie ulicy Karmelickiej. Kupuję tam od lat. Kiedy przed świętami zepsuł mi się telewizor, kupiłem nowy. Przez telefon. Dostałem trzy dopasowane propozycje mailem, wybrałem. Potem

przelew, dostawa, podłączenie, krótka instrukcja. W sklepie nie byłem, to sklep przyjechał do mnie. Ten rodzaj zaufania trwa ponad 15 lat. I jak się domyślacie, sieć lojalnych klientów tego właśnie sklepu, przy Karmelickiej.. jest ogromna, dla kilkuset rodzin jest to zawsze pierwszy wybór.

Jak skorzystać?

Zwyczajnie — pomóż klientowi, choćby potencjalnemu. Doradź. Nawet jeśli widzisz, że szuka informacji, by kupić potem taniej w internecie. Może zostanie Twoim klientem następnym razem? Doradzając, nie tracisz nic, a możesz zyskać. Warto.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

MIT MA KILKA ZNACZEŃ.
BYWA GRECKI. BYWA ULOTNY I MAGICZNY;
BYWA TEŻ AMERYKAŃSKI — MIT,
CZYLI MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY.
KSIĄZKA ŁĄCZY TE ZNACZENIA.
PONADTO ROZWIJA AKRONIM MIT TAK:
MECHANIZMY — INSPIRACJE — TECHNIKI.

MECHANIZM

Wiele lat temu, przed samym końcem zwiedzania wszedłem do muzealnego sklepu w Wiedniu. Zapłaciłem za kilka pamiątkowych drobiazgów, miło pogadałem z panią w kasie. Wybiła 18.00, sklep zamknięto. Jakaś turystka koniecznie jednak chciała coś kupić, zrobiła awanturę, podeszli ochroniarze. W tym momencie przybiegły moje córki i na migi, zza pleców ochroniarzy błagały, by kupić maskotkę słynnego zielonego hipopotama. Kiedy już awanturującą się turystkę wyprowadzono, pokazałem pani w kasie, też na migi, tę wymarzoną przez córki maskotkę. Ze stoickim spokojem i uśmiechem zaprosiła mnie do kasy. NILPFERD, choć wielce wymęczony, jest jedną z rodzinnych legend. Dziś mieszka w Edynburgu. (I jest na stronie 57).

INSPIRACJA

Hasło A może zrobimy sobie dziś Dzień Dziecka pada najczęściej wieczorem. Autorem przeważnie bywa rodzic, który (1) ma trochę dość, (2) ma odwagę, by odpuścić, (3) potrzebuje oddechu/uśmiechu/radości. I choć pierwsze zdanie tekstu oznacza zazwyczaj, że możemy się dziś wieczorem nie myć zbyt dokładnie, zjeść fryty i lody/na kolację, obejrzeć starą komedię, a sprzątanie odłożyć do jutra — to zachęcam! Nie codziennie, ale od czasu do czasu — zdecydowanie zachęcam!

TECHNIKA

Kiedy na szkoleniach proszę o śmiech lub choćby uśmiech — słyszę: okej, ale powiedz jakiś dowcip. Wtedy pytam uczestników, czy wiedzą, że śmiech to endorfiny, zdrowie etc. Wszyscy wiedzą. Tu pojawia się trudne pytanie: Skoro wiesz, że śmiech to zdrowie, to dlaczego tego nie zrobisz sam? Dlaczego potrzebujesz, by to ktoś inny Cię rozśmieszył, rzucił jakimś żartem? A bez tego, tak sam z siebie, to już nie? Sam z siebie to tylko na poñuro? Może warto być czasem jak dziecko?

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

ISBN 978-83-283-8369-2



9 788328 383692

ebook dostępny na:



Cena: 49,90 zł