

Část první

Mýty a představy o obchodu

PAVEL KOTEK

Svět obchodu je opředen mnoha mýty a představami, které nešíří pouze laikové, kteří mají s obchodním světem jen málo společného (nebereme-li v potaz fakt, že všichni – tyto lidi nevyjímaje – něco pravidelně nakupují), ale i obchodníci, kteří jsou v branži považováni za profesionály. Dříve, než se tedy pustíme do řešení konkrétní obchodní problematiky, rád bych uvedl některé věci na pravou míru.

Obchod je řemeslo – má svoji historii, současnost a nepochybně i budoucnost. Jistě si vzpomenete na školní léta, kdy jste slyšeli o výměnném obchodu. Potíž tohoto systému spočívala v tom, že pokud jste měli například kozu a potřebovali jste sekeru, museli jste s kozou chodit od vesnice k vesnici a najít toho, kdo sekeru měl a nutně potřeboval právě kozu. Často se stávalo, že než jste někoho takového našli, koza vám posla. Velkým průlomem v systému obchodování bylo zavedení peněz, které vše výrazně zjednodušily – věděli jste, že první peníze (platidlo) se objevují v Mezopotámii již v pátém století před Kristem a první bankovky v Číně ve století desátém? Je zřejmé, že obchod zažil (z mnoha důvodů) neuvěřitelný rozvoj a totéž nás nepochybně čeká i v budoucnu.

Nechci vás v žádném případě zatěžovat historickými fakty – zmiňuji to zde z prostého důvodu: Pokud se zeptáte opravdu dobrého truhláře, co ví o svém řemeslu, bude vám nejspíše dlouhé hodiny vyprávět o historii, nástrojích, technikách, druzích dřeva atd. Pokud se truhláře zeptáte, proč si vybral toto řemeslo, nejspíše vám odpoví, že rád pracuje se dřevem. Většina obchodníků, kterých se ptám, proč dělají zrovna tuto práci, nejčastěji odpovídá, že rádi pracují s lidmi. Uvědomují si, že každý den pracují s lidmi a cítí se dobře. Je to i váš případ? Ptám se tedy zcela záměrně a provokativně: „Co víte o lidech a o lidství?“

Pokud přijmeme fakt, že obchod je řemeslo, které má svoji minulost, současnost i budoucnost, je zřejmé, že jestliže chceme být v této oblasti opravdovými profesionály, nezbyvá nám nic jiného, než své řemeslo opravdu důkladně znát, neustále se vzdělávat, abychom udrželi krok nejen s dobou, ale zejména s konkurencí.

Obchod není pro každého

Skutečně. A to navzdory přesvědčování mnoha školicích a pracovních agentur o tom, že v obchodu může uspět každý, pokud bude

alespoň trochu chtít. Navzdory přesvědčení mnoha lidí, že obchod může dělat prostě každý. Znáte ve svém okolí někoho, kdo nespěl v původní práci, a tak se rozhodl, že bude dělat obchodního zástupce? Studenty, kteří si potřebují přivydělat při škole, a tak se na chvíli stanou prodejci všeho možného – pojistkami a levnou elektřinou počínaje, výhodnými investicemi do neznámých fondů či vysavači po telefonu konče? Pokud se těchto lidí zeptáte, čím se živí, nejčastěji vám odpoví, že jsou obchodníci. Stejně tak vám ale odpoví i zaměstnanci některých distribučních firem v oblasti IT, jejichž práce spočívá v usilovném čekání na objednávky od zákazníků a jejich následném zadání do systému. Není se tedy čemu divit, že pověst obchodníků je velmi pošramocena. Zatímco v historii byl obchodník často velmi vzdělaný a světa znalý, vítaný host v nejlepších rodinách ve městě, dnes se mnoho lidí za práci obchodníka téměř stydí. Co se stalo?

V dalším díle se budeme zabývat efektivní přípravou na obchodní jednání, neboť právě tato oblast je dle mé zkušenosti velmi často podceňována (ne-li ignorována), případně je vnímána pouze jako administrativní činnost. Pokusím se nastítnit základní pravidla přípravy, která vám nezabere příliš času a pomůže vám při získání větší jistoty při jednání.

Stalo se to, že v mnoha případech zvítězila touha po okamžitém zisku nad slušností, agresivita a manipulace nad poctivostí, neznalost je nahrazena arogancí. Mnoho zaměstnavatelů tvrdí, že do svého obchodního týmu potřebuje dravce s tahem na branku, kteří začnou velmi rychle „nosit peníze“. Mnoho (nejen) začínajících obchodníků je tak tlačeno téměř do role nemorálních zlodějů. Kdy jste naposledy slyšeli, že někdo hledá do týmu slušného, poctivého, vzdělaného a moudrého obchodníka s citem pro řemeslo? Pokud tvrdím, že obchod není pro každého, nemyslím tím, že obchod je vhodnou prací pouze pro lidi, kteří jsou dravci ochotní pro uzavření obchodu udělat cokoli – právě naopak. Říkám tím, že obchod je poctivé řemeslo, a pokud chcete být hrdí na svou práci, musíte být hrdí sami na sebe, na to, jak se každý den chováte ke svým zákazníkům i kolegům. Zkuste vyměnit „tah na branku“ za vášně a radost z práce. Místo gólů zákazníkům ukažte cestu, jak být společně úspěšní. Lidé, kteří vnímají obchod jako výhru nad poctivostí a slušností, nemají v byznysu co dělat.

**Obchod je velmi osobní záležitost**

Obchod je často vnímán jako druh transakce z firmy A do firmy B, případně mezi více zúčastněnými firmami. Není to náhodou tak, že obchoduje člověk s člověkem? Pokud přijmeme za své fakt, že naším „pracovním materiálem“ jsou lidé jako my, pak musíme nutně přijmout i fakt, že naším základním nástrojem, který nám může pomoci k úspěchu, jsme my sami, tedy naše osobnost a jak s ní umíme zacházet (neboť právě z naší osobnosti vychází např. styl naší komunikace, reakce na neočekávané situace, způsob, jakým získané informace vnitřně zpracujeme atp.). Jistě, můžeme se sice naučit spoustu „záračných“ technik, předstírat u zákazníků téměř cokoli. Pokud se však nenaučíme pracovat sami se sebou na základě velmi důkladné sebereflexe (neporozumíme důkladně sobě), můžeme mít jen těžko ambici rozumět ostatním, jejich motivaci, chování, názorům atd. (Mimoходом, není právě toto ono pověstné porozumění potřebám zákazníků?) Ano, opět jsme u otřepané fráze „začni sám od sebe“, která nám často leze krkem. Bohužel. Možná právě proto, že bychom nejraději začínali od ostatních, přetvářeli ostatní k obrazu svému, namísto práce na sobě, na svých nedostatcích (o kterých často dobře víme a nemáme vůli s nimi cokoli udělat) nás tato fráze tolik rozčiluje. Obchodník-profesionál dobře ví, že pokud dokáže ovládat sám sebe (pracovat se svou osobností jako s nástrojem), má oproti konkurenci velký náskok. Protože práce na sobě a sebereflexe jsou jedním z nejtěžších úkolů, nezkazíte nic tím, když požádáte o pomoc nezaujatého profesionála, který vám pomůže rychleji se zorientovat, určit si priority a efektivněji dosahovat zamýšlených cílů.

Pavel Kotek má dlouholetou praxi v oblasti obchodu i managementu u nadnárodních společností a od roku 2004 se současně věnuje kultivaci obchodní a manažerské sféry v EU. Více informací na www.spml.cz