

F2



Klaus Schuster o
tem, kako razviti in
v poslovno okolje
prenesti osebno
življenjsko filo-
zofijo. ► 19

www.finance.si

FINANCE, petek, 12. oktobra 2007, št. 196

Kaj pomeni uspešna življenjska filozofija

Klaus Schuster

finance@finance.si



Mladi menedžerji bi, še preden se zavihtijo po poklicni lestvici, morali osvojiti lastno življenjsko filozofijo, ki bi jo prenašali na svoje vsakodnevno delo. Tega se ni mogoče naučiti na tečaju MBA ali s prebiranjem knjig o poslovodstvu.

Pred kratkim sem se s skupinico na našem območju vodilnih bančnikov pogovarjal o vprašanih glede strategij. Vsi smo vedeli veliko o pozicioniranju, segmentiranju trga in podobnem. A so, če vprašate mene, za uspeh vsega podjetja - kot tudi vas osebno - odločilne predvsem drobne stvari, ki sestavljajo menedžerjev osebni pogled na svet.

Majhne stvari, velik učinek

Naj to podkrepim s primerom svojega brata: poklicno pot je pred 27 leti začel kot pripravnik v majhni prodajalni zabavne elektronike in bele tehnike. Prodajal je žarnice, električne likalnike, televizorje, inštalacijski material za električarje in podobno. Danes

je eden od vodilnih tržnikov v regiji in še vedno obožuje svoje delo, saj ga - kot mi je zatrdil sam - pri tem v srcu vodi nekaj posebnega; nekaj, čemur bi verjetno lahko rekli življenjska filozofija. Kar mi je tudi osvetlil z naslednjima primeroma.

Nekega dne je v prodajalno, v kateri je delal, s polno vrečko drugje kupljenih stvari vstopila starejša gospa, da bi tam kupila nekaj žarnic. Bratov šef je stal sredi prodajalne, sam pa je že pripravljen čakal za pultom, da jo postreže. Žarnice, ki jih je kupila, ji je dal v novo vrečko, in gospa, ki je zdaj imela v vsaki roki po eno vrečko, se je odpravila proti izhodu. Ko je prišla do vrat (takrat še niso kot današnje trgovine drsečih vrat), se je zgodilo: šef je urno skočil do njih, jih zanosno odprl in stari gospe voščil »na svidenje«.

Brata je to nadvse osupnilo in obhajali so ga dvomi, češ, zakaj bi človek nekomu odpiral vrata, ko pa bi ta zgolj moral na tla položiti eno od vrečk in bi ... A od takrat naprej je strankam tudi sam odpiral vrata, kar jim je bilo zelo všeč, in si pri tem mislil:

Čudovito, tako majhna gesta, pa tako velik učinek!

Izraz človeškosti

Prepričan sem, da je kaj takšnega spreletelo tudi vas, čeprav morda ne v vlogi prodajalca, zagotovo pa kot kupca, ko vam je bodisi kdo odprl vrata bodisi ste si tega želeli.

Vendar si poskušajmo predstavljati, da ste menedžer in da, recimo, hodite po hodniku z vašimi sodelavci. Kdaj ste bili nazadnje vi tisti, ki ste komu - ne oziraje se na njen ali njegov položaj - odprli vrata? Prepričan sem namreč, da ne bi smelo veljati, da morajo zgolj podrejeni odpirati vrata svojim šefom; kajti, če se zgodi obrnjeno, je to lahko tudi primeren izraz menedžerjeve človeškosti.

Šefi znajo presenetiti

Podjetje, v katerem je delal moj brat, je imelo v našem domačem kraju tri prodajalne in nekega dne se je uprava odločila, da bi morali prodajati šivalne stroje. »Si predstavljaj, kako sem se takrat počutil,« se spominja brat, »jaz, šestnajstletnik, bi moral prodajati šivalne stroje?« Toda, kaj storiti? Uprava je odločitev sprejela, njemu se je to delo upiralo - in posledično ni prodal ničesar. »Potožil sem se vsakemu, ki me je bil pripra-

vljen poslušati,« se spominja. »Glede tega, kako visoke so cene naših šivalnih strojev v primerjavi s cenami drugih na trgu, glede kupcev, ki so želeli, da bi šivalni stroji, ki smo jih ponujali pri nas, imeli kakšne drugačne značilnosti in podobno.«

Bilo je na začetku decembra in takrat so krajevne trgovine družno organizirale božični sejem. Na njem se je predstavila tudi prodajalna mojega brata - seveda skupaj s šivalnimi stroji. In brat ni mogel verjeti svojim očem: njegov šef je šivalne stroje prodajal kot za med. Skrivni recept? Vsem gospem, ki so prišle na sejem, je preprosto pokazal, kako je treba šivati. Si predstavljate, moški, ki sedi za šivalnim strojem in šiva ...

Brat je - vnovič - doživel presenečenje. In to tolikšno, da se je pri priči še sam lotil šivanja - in to nič manj kot gumbnic. O tem, kako težko je te šivati s šivalnim strojem, vprašajte bralci, ki niste docela seznanjeni s šiviljskimi veččinami, svoje žene, dekleta ali mame. Kakorkoli že, brat je do konca sejma postal glavna zanimivost in ženske so se kar gnetle okoli njega, čudeč se mladeniču, ki šiva gumbnice (kar je bilo, mimogrede, tudi edino, kar je znal delati s šivalnim strojem).

A zdaj prenesimo ta pri-

mer v vaše poslovno okolje. Bi bili pripravljeni storiti kaj podobnega? Nekaj, kar morda docela nasprotuje vašim nazorom, kar bi se vam najverjetneje močno upiralo ali pa za kar celo mislite, da je pod vašo ravno? Bi bili kot bančni menedžer, denimo, pripravljeni za blagajniškim okencem prodajati tekoče račune ali kreditne kartice, in to zgolj za to, da bi poglobili svoj občutek za vaše odjemalce ali bolje razumeli delo vaših delavcev, ki morajo izdelke prodajati po vaših navodilih?

Oba omenjena primera po mojem zelo dobro ponazarjata tisto, kar bi morali mladi menedžerji v svojih glavah osvojiti, še preden se zavihtijo po poklicni lestvici navzgor: lastno življenjsko filozofijo, ki jo prenesejo tudi na svoje vsakodnevno delo. Tega se, mimogrede, ni mogoče naučiti na tečaju MBA ali na podlagi prebiranja kakšne od knjig o poslovodstvu. ●

F INFO

► Klaus Schuster je lastnik svetovalnega podjetja Klaus Schuster Management Consulting, ki se ukvarja z menedžerskim svetovanjem ter razvojem in izvajanjem mednarodnih projektov za banke in finančne institucije.