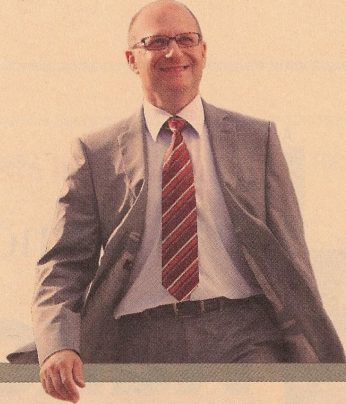


F2

www.finance.si

FINANCE, petek, 20. marca 2009, št. 55



O tem, zakaj razburjanje ne poma-
ga, če želite, da zaposleni delajo bol-
je, razlaga **Klaus Schuster.** ► 18, 19

Zaradi šefovega razburjanja se nihče ne bo poboljšal

Klaus Schuster

mojakariera@finance.si



Priganjanje k temu, da bi bili boljši, je blagoslov za tiste, ki želijo postati boljši, in prekletstvo za preostanek človeštva.

Nihče ne bo resno trdil, da pozna skrivnost sreče. Sam sem ta Nihče. Ob tem omenjene skrivnosti niti nisem iznašel. Samo našel sem jo. In sicer na sejmu Dom, na sejmu za tiste, ki gradijo hišo.

Neverjetno odkritje

Ko sva se s soprogo potikala po dvoranah, sva naletela tudi na stojnico prodajalca lepil, ki

► Klaus Schuster je lastnik svetovnega podjetja Klaus Schuster Management Consulting, ki deluje na območju Jadrana in Balkana. Sodeloval je pri ustanovitvi finančnega inštituta v vzhodni Evropi. Je kolumnist različnih strokovnih publikacij ter član upravnega odbora Združenja Manager.

je priporočal lepilo za ploščice. Ker nama ni več treba lepiti ploščic in ker se mi zdi lepilo zanje zanimivo približno toliko kot opazovanje pralnega stroja med centrifugiranjem, sem hotel čim prej naprej, dokler nisem osupel ugotovil, da sem izgubil najboljšo zakonsko ženo izmed

vseh. Kje je bila? Plavala je sredi hitro naraščajočega morja ljudi, ki so navdušeno sledili vzneseni hvalnici lepilu zgovorne moderatorke, medtem ko je marljiv polagalec ploščic za njo urno kot picopek umetelno metal ploščice na steno. Čeprav sem bil še pravkar na smrt zdolgočasen, je tudi mene nenadoma potegnilo k tej stojnici. Za hrptom sem občutil leden mraz.

Tam je bila stojnica prodajalca oken, ki je skupaj s svojimi kolegi naslanjal komolce na prodajni pult in zelen od zavisti opazoval početje svojega sosedu. Očitno je bilo, da sicer ima stojnico, a skoraj nobene omembe vredne perspektive, da bi kaj prodal. Zakaj ne?

Nepremagljiva želja po izboljšavah

Kaj ga loči od prodajalca lepil? To vprašanje me je v zadnjih le-

tih zaposlovalo bolj, kot bi smel priznati. Poznam neskončno veliko »prodajalcev oken«, ki imajo dobre izdelke, so sposobni in zavzeti, a morajo nazadnje vedno gledati, kako »prodajalci lepil« sklepano velike posle. Zakaj?

Ker jim nekaj manjka. Nekaj, česar imajo prodajalci lepil tega sveta v izobilju: neukročeno in nepremagljivo željo, da bi bili boljši. Naj vam zadevo razložim, medtem ko me boste spremljali pri nakupovanju. Vstopim v trgovino, v kateri sem bil prej že stokrat, in se ozrem naokrog. Približa se mi prodajalka in vpraša: »Vam lahko pomagam?« Kaj bi odgovorili vi? Prav to odgovorim tudi sam. Vedno. Nato grem k lastniku trgovine in mu – stotič – rečem: »Tvoja prodajalka mi je pravkar zastavila tisto morilsko vprašanje, zaradi katerega prodajalkam v dobrih trgovinah obesijo mlinski kamen za

vrat in jih utopijo v najbližjem vodnjaku.« Lastnik se razjezi, zagrozi svoji prodajalki s posledicami – in naslednjič mi bo znova zastavila isto vprašanje, s katerim vsak dan odžene na ducate strank. Kajti lastnik sicer opaža napako in se zaradi nje peklensko jezi. Toda zaradi golega razburjanja se ne bo nič in nihče zares poboljšal.

V naslednji trgovini me prodajalka vpraša: »Aha, ogledujete si naše nove poletne čevlje. Za prosti čas ali bolj za službo?« In že me je zapletla v prodajni pogovor, kar je namen in cilj prodajalke ali prodajalca. Potem me lastnik pokliče k sebi in reče: »Naši prodajalci so se sijajno naredili, se ti ne zdi? Odkar si mi dal tisti nasvet, sem jim malo bral levite, malo sem jih treniral, malo pokazal, kako in kaj – in glej, vsak dan so boljši.« Občutite njegovo navdušenje?

Jeza zavira napredek

Priganjanje k temu, da bi bili boljši, je blagoslov za tiste, ki želijo postati boljši, in prekletstvo za preostanek človeštva. Če se bom s prodajalcem oken pogovarjal o njegovem pomanjkanju uspeha in o njegovem nezadovoljstvu, se bo v vseh točkah strinjal z menoj – in se nato vljudno poslovil. Če pa se bom s prodajalcem lepil pogovarjal o njegovem uspehu in njegovem veselju do dela, me bo ta takoj vprašal: »A, vi ste svetovalec in inštruktor? Kaj lahko storite zame in za mojo ekipo?« To človeka zares pahne v depresijo. Tistim, ki jim ne gre dobro, tudi v prihodnje ne bo šlo. In tistim, ki jim gre dobro, bo šlo vedno bolje.

Niti meni ta pojav ni prizanesel. Že nekaj časa ponujam novo storitev za menedžerje. Dobro jo sprejemajo. A ne tako dobro, kot si sam želim. To

me jezi. Sprašujem se: »Zakaj menedžerji ne uvidijo, kako krasna je moja ponudba?« In prav to je napaka. Kdor se jezi, je že prenehal s tem, da bi želel biti boljši. V trenutku, ko mi je to postalo jasno, me je moja slaba volja nemudoma minila. Zdaj se sprašujem: »Kako naj menedžerjem pokažem, kako krasna je moja storitev?« In samo to preprosto vprašanje, ta kvišku usmerjena želja, da bi bil boljši, mi daje tista krila navdušenja, ki zame kot za Goetheja pomenijo bistvo tistega, čemur ljudje pravimo sreča. Zadnje želim tudi vam. ●

► Ocenite komentar, napišite svoje mnenje: www.finance.si/komentarji

► Komentarji izražajo stališča avtorjev, in ne nujno tudi organizacij, v katerih so zaposleni, ali uredništva Financ.