



Podcast „Z pasją o mocnych stronach”

Data publikacji: 17.05.2018

Tytuł: Podcast 057 – od pierwszego wrażenia do współpracy - rozmowa z dziewczynami z Autokreacji

To jest podcast „Z pasją o mocnych stronach”, odcinek 57., o tym, jak robić pierwsze wrażenie – rozmowa z Marleną i Aliną z Autokreacji.

Nazywam się Dominik Juszczyk i w tym podcaście opowiadam o tym, jak odkrywać swoje talenty, budować mocne strony i jak z nich korzystać w codziennym życiu. Jeśli chcesz działać skuteczniej, wykorzystując swoje mocne strony, to ten podcast jest dla Ciebie.

Cześć, witajcie w kolejnym odcinku podcastu. Dzisiaj rozmowa z Marleną i Aliną. Odcinek o tyle wyjątkowy, że po raz pierwszy nagrywany w moim domowym studio na trzy mikrofony. I bardzo ciekawy – poruszamy trochę inne tematy, ale oczywiście na wszystko patrzymy przez pryzmat talentów. Marlenę i Alinę spotkałem na konferencji, na której razem występowaliśmy. Zrobiły na mnie ogromne wrażenie. Pomyślałem, że byłoby super, gdybyśmy mogli porozmawiać w moim podcaście o tym, na czym one znają się najlepiej. Od razu się zgodziły.

Zachęcam Was do zwrócenia uwagi w tej rozmowie na kontent, treść, ale także na to, jak widoczne są talenty dziewczyn w tym, co i jak mówią. Mają tylko jeden wspólny talent, ale bardzo dobrze się uzupełniają. Pod sam koniec podcastu o tym wspominaliśmy. Zapraszam więc Was do wysłuchania tej bardzo merytorycznej i konkretnej rozmowy, z której można wręcz robić notatki i wdrażać u siebie pomysły. Zapraszam do rozmowy!

Cześć, dziewczyny! Serdecznie Was witam w moim podcaście. Dziękuję, że przyjęłyście zaproszenie. Proszę, przedstawcie się.

Marlena: Dziękujemy, jest nam bardzo miło, witamy Was wszystkich.

Alina: Jesteśmy duetem Autokreacji, lubimy o sobie mówić „miks psychologii i biznesu”, ponieważ przekładamy dziedzinę psychologii na biznes.

Marlena: Kierujemy przekaz głównie do przedsiębiorców. Lubimy mówić, że to są młodzi przedsiębiorcy, ale mamy na myśli młodych duchem przedsiębiorców. Uczymy ich, jak dbać o swój PR, czyli jak dobrze prezentować się w sytuacjach biznesowych, np. podczas wystąpień publicznych, spotkań z klientami czy prezentacji w firmie.

Alina: Robimy to podczas szkoleń, ale prowadzimy także konsultacje indywidualne dla przedsiębiorców.

Poznaliśmy się podczas konferencji organizowanej przez łódzki urząd pracy. Najpierw wszedłem ja, potem Wy. I zobaczyłem dwie dziewczyny pełne energii. Zawładnęłyście salą. Pomyślałem już wtedy, że warto Was zaprosić do podcastu, abyście opowiedziały o tym, czego na co dzień uczycie innych. Prosiłem Was też o zrobienie testu StrengthsFinder, więc powiedzcie, jakie macie talenty.

Marlena: Najpierw mam maksymalistę, potem czar, następnie: komunikację, aktywatora i optymizm.

Alina: Indywidualizacja, bliskość, aktywator, strateg i osiągnięcie.

Czyli macie jeden wspólny talent: aktywator. Tworzycie miks psychologii i biznesu, prowadzicie szkolenia z autoprezentacji. Jeden z tematów, który mnie szczególnie zainteresował, związany jest z robieniem pierwszego wrażenia. O co w tym chodzi?

Marlena: Pierwsze wrażenie to jest dobry temat i bardzo ważny, aczkolwiek często pomijany. Często mówi się, że pierwsze wrażenie jest trudne do zatarcia, i na tym się poprzestaje. On jest ważny, gdyż to, jakie pierwsze wrażenie zrobimy na początku spotkania – czy jako osoba, czy jako firma – ma duży wpływ na cały jego przebieg. Bo jeśli zrobimy na kimś dobre wrażenie, to ta osoba poczuje się dobrze w naszym towarzystwie, zyska do nas zaufanie i przez całe spotkanie będzie pod tym dobrym wrażeniem.

Czym właściwie jest to dobre wrażenie?

Alina: Dobre wrażenie to przede wszystkim pierwsze sekundy. W zasadzie ciężko powiedzieć, czym ono jest, ponieważ ma dużo składowych. Liczy się gest, słowo, mimika – wszystko to, co widać i słychać. Pierwsza styczność z osobą ma znaczenie. Oprócz tego, że wpływa na przebieg spotkania, decyduje także o tym, jak będziemy tę osobę później odbierać. Pierwsze wrażenie ma ogromny wpływ, który często bagatelizujemy.

Marlena: Myślę, że kwestia zaufania jest tu bardzo ważna, bo to, czy my podejmiemy z kimś współpracę, czy nie, w dużej mierze wynika z tego, czy dobrze czujemy się z tą osobą, czy chcemy z nią przebywać i rozmawiać, czy czujemy się z nią komfortowo, czy możemy powierzyć jej swoje pieniądze i czas.

Gdy zobaczyłem Was pierwszy raz, spostrzegłem u Was uśmiech i energię. Zawładnęłyście pokojem. I to jest to pierwsze wrażenie. Czy można zaplanować pierwsze wrażenie?

Marlena: Tak. Zwróć uwagę na to, co powiedziałeś. Stwierdziłeś, że na początku ujrzałeś uśmiech i ciepłą energię. Jesteśmy osobami, którym zależy na tym, aby ludzie chcieli z nami pracować i czuli się przy nas komfortowo. Więc uśmiech i pozytywna energia jest u nas wskazana. Ale jeśli np. byłybyśmy prezesami firmy, chciałybyśmy pokazać swoją władzę, relację hierarchiczną, to nie byłybyśmy zbyt otwarte, otwartość i uśmiech mogłyby przeszkadzać. Wtedy nie trzeba się uśmiechać, gdyż odebrałoby to nam eksperckość. Uśmiech w tym wypadku nie budowałby dystansu. Trzeba zadać sobie pytanie, jak chcę być odbierany. Jeśli jako osoba otwarta, to powinno się pracować nad tym, aby być uśmiechniętym i otwartym. I można takie rzeczy wypracować.

Gdzie jest granica między moją osobowością, pierwszym wrażeniem, które chcę wywrzeć, i taką obawą o posądzenie o sztuczność – czy to jestem jeszcze ja, czy tylko moja poza? Z doświadczenia wiem, że sztuczność kojarzona jest z kłamstwem na temat tego, kim jestem. A kłamanie jest trudne i wyczerpujące, bo cały czas trzeba pamiętać, że ma się być takim i takim. Gdzie jest więc granica między wykorzystaniem siebie w tym pierwszym wrażeniu a zaplanowaniem tego, jak chcę być postrzegany?

Alina: Taka obawa pojawia się bardzo często wśród naszych klientów i w zasadzie wśród uczestników szkolenia, ponieważ tam najczęściej poruszamy temat pierwszego wrażenia. Myślę, że przede wszystkim powinniśmy być świadomi tego, jakie w ogóle pierwsze wrażenie wywieramy. Jeśli jesteśmy tego świadomi, to jesteśmy też świadomi tego, jak chcielibyśmy być odbierani. Na tej podstawie możemy zacząć świadomie budować swoją markę osobistą i wpływać na pierwsze wrażenie, na cały

nasz wizerunek. Ostatnio często z Marleną rozmawiamy o tym, że autentyczność jest teraz pewnym trendem, czyli to, co jest autentyczne, jest dla nas najbardziej wartościowe. Bardzo lubimy, jeśli ktoś pokazuje swoją prawdziwą twarz. Nie lubimy ideałów, kłamstwa. Chcemy widzieć osobę taką, jaką ona jest. Kluczem do tego, żeby się nie pogubić i nie zakłamać w pierwszym wrażeniu, jest to, by być świadomym swoich umiejętności, wyciągać je i budować swój wizerunek na tym, w czym jesteśmy najlepsi.

Marlena: Czyli kluczem do tego, żeby się nie pogubić i nie zatracić w tym, co jest naszą kreacją, a tym, co jest naszym autentycznym „ja”, jest świadomość tego, kim się jest. Bo jeżeli wiem, kim jestem, jakie mam talenty, mocne strony, jaką jestem osobą, kiedy czuję się dobrze, kiedy źle, to jestem w stanie w jakiś sposób się prezentować.

Podam Wam przykład, wykorzystując to, jakie macie talenty. Ty, Marlena, masz czar, a ja i Alina mamy indywidualizację. Czar to otwartość do ludzi, to, że chcesz poznawać nowe osoby. Jak prowadzę warsztaty i proszę o podniesienie ręki te osoby, które same z siebie, niepytane, rozmawiają z kimś w windzie, to podnoszą ją te, które mają czar. Dla mnie to nie jest naturalne. Ja jestem sobą, która obserwuje, z kim ma porozmawiać, nawiązać pierwszy kontakt, o czym rozmawiać. Jak mam prowadzić warsztaty, a nie znam grupy, to dla mnie nie jest naturalne, by wyjść uśmiechniętym i wyluzowanym. Używam trików, by zminimalizować ten efekt, np. stoję w drzwiach i witam wszystkich, podając im rękę. Staram się w pierwszym momencie zapamiętać imiona wszystkich osób, aby jak najszybciej przejść na „ty”. Pytam więc o autentyczność, bo każdy z nas jest trochę inny. Na którymś z filmików pokazywałyście takie zajawki, żeby wejść pewnym krokiem, aby swoją postawą pokazywać, że jestem taki, a nie inny. Ale dla mnie to jest nienaturalne. Jak mogę wykorzystać siebie do bycia autentycznym i zrobienia dobrego wrażenia, skoro cały świat mówi mi, że aby zrobić dobre wrażenie, muszę być pewny siebie, uśmiechnięty?

Alina: My na pewno uogólniamy pewien typ, do którego warto dążyć. W ogólnych wskazówkach, które wypuszczamy w sieci, zawarłyśmy taki wzór osoby pewnej siebie. Czyli mamy modelowego przedsiębiorcę, który jest osobą pewną siebie, idącą pewnym krokiem, uśmiechniętą itd. Na pewno te wszystkie wskazówki, którymi dzielimy się, odnoszą się właśnie do niego. Ale kiedy pracujemy z konkretnym klientem, robimy to na danym przypadku. W zasadzie wszystkie wskazówki, które wtedy polecamy, są dopasowane do jego przypadku, do jego przykładu.

Marlena: Tak, bo ten modelowy przedsiębiorca to osoba, która będzie odbierana jako bardzo pewna siebie i otwarta. Jeśli ktoś chce być tak odbierany, to jak najbardziej jest to wskazówka dla niego. Ale są też przedsiębiorcy, którzy będą chcieli być odbierani jako naturalni, być może spokojni, nie tak entuzjastycznie nastawieni do wszystkiego ani przebojowi. Wtedy polecamy inne wskazówki. Bo nie zawsze trzeba chodzić bardzo wyprostowanym i szybkim krokiem, jeśli chcemy być odbierani jako osoby naturalne. To wszystko trzeba dopasować do siebie, bo bardzo mocno skupiamy się na tym, aby to było autentyczne i aby ta osoba dobrze się w tym czuła.

À propos tego przedsiębiorcy, tu już wchodzi stereotypy. Bo mówimy, że przedsiębiorca ma być ubrany w garnitur, chodzić z teczką szybkim krokiem, rozmawiając przez telefon. Te stereotypy pomagają nam, ale jednocześnie też przeszkadzają. Pomagają wtedy, gdy idziemy na spotkanie i chcemy wywrzeć wrażenie. Dzięki stereotypom możemy wywnioskować, jak się ubrać, co wziąć ze sobą na spotkanie, jaką mieć w sobie energię, jak się poruszać. Z drugiej strony przeszkadzają, bo stereotypy są krzywdzące. Często krzywdzące cechy przypisujemy różnym osobom. Kobiety skarżą się, że nie mogą zarabiać tyle, ile mężczyźni, albo więcej. Musimy radzić sobie z tymi stereotypami. Nie mówię, że walczyć, bo walczyć się nie da.

A jak sobie z nimi radzić?

Marlena: Przede wszystkim być ich świadomym. Wiem, że jak wezmę plecak na spotkanie, to on sprawi, że będę odbierana jako osoba ucząca się, studentka, a nie chcę być tak odbierana. Jeśli jestem świadoma stereotypu studentki, to nie założę plecaka. Gadżety są ważne, bo dużo podpowiadają.

Czy są jakieś wskazówki, jak przygotować się do zrobienia pierwszego wrażenia za pomocą zewnętrznych atrybutów?

Alina: Tak. Poruszamy się w zasadzie po każdym obrębie. Po zachowaniu, czyli tym, co robimy, naszych gestach, mimice. Do tego gadżety, czyli jakie mamy okulary, zegarek, przyrządy do pisania. Samo to, czy długopis i ołówek, które niosę ze sobą na spotkanie, mam w etui, czy nie, też o czymś świadczy. Jeśli wyciągam pomietą kartkę i długopis z kiosku, to widać, że jestem trochę zabiegana, niechlujna, że chcę zrobić wiele rzeczy naraz. Ale jeśli przychodzę na spotkanie z kartką, która jest na clipboardzie, sięgam po etui, z którego wyciągam pióro, to inaczej o mnie świadczy i daje inne wskazówki rozmówcy. Podobnie jest ze strojem oraz komunikatem słownym, czyli tym, jak wyrażam swoje myśli.

Marlena: To nie oznacza, że tacy jesteśmy, tylko że jesteśmy tak odbierani. Druga osoba odczytuje pewne poszlaki. Może odczytać, że jesteśmy zorganizowani bądź nie, niechlujni, chaotyczni albo przygotowani, planujemy to, co będzie się działo. To są poszlaki, nie znaczy to, że tacy jesteśmy.

Czyli chcecie mi powiedzieć, że mogę zaplanować to, jak będę postrzegany, np. jako osoba kreatywna albo zorganizowana, albo słowna, albo pewna siebie za pomocą zewnętrznych zachowań, akcesoriów, sposobów postępowania w czasie spotkania?

Marlena: Tak, ale jeżeli jesteś świadomy, że jesteś taką sobą, to będzie też widoczne w Twoich działaniach. Jeśli zacznę od uświadomienia sobie, jakie są moje talenty i mocne strony, to wszystkie działania będą wychodziły ze mnie. Owszem, mogę nauczyć się tego, pójść na szkolenie i posłuchać kogoś, kto podpowie mi, w jaki sposób się kreować, co będzie dla mnie pomocne, ale lepiej wyjść od tego, kim naprawdę jestem, bo wtedy te rzeczy objawiają się naturalnie.

Alina: Autentyczność nie męczy. Jeśli wykreujemy wizerunek, który jest niezgodny z tym, jacy jesteśmy, to będziemy się bardzo mocno męczyć w każdym kontakcie z drugą osobą.

Mówicie właściwie to samo, o czym ja uczę ludzi za pomocą StrengthsFindera: że budujemy na tym, co jest w nas, na naszych mocnych stronach. Nauczmy się tego, a potem zobaczymy, jak możemy to podkreślić albo wykorzystać do zrobienia pierwszego wrażenia.

Jest coś, na co nie mamy wpływu, np. na rysy twarzy. Na którymś z Waszych live'ów pokazywałyście makiety. Były dwie osoby z różnymi rysami twarzy. Powiedziałyście, że jeden z nich będzie postrzegany jako przestępca, a drugi – jako osoba godna zaufania.

Marlena: I tu pojawia się taka kwestia: jeśli przypominam z wyglądu bardziej przestępcę, czyli osobę, która nie jest godna zaufania, to co to dla mnie oznacza? Że nigdy nie będę mogła pracować z ludźmi, że nikt nigdy nie obdarzy mnie zaufaniem? Jeżeli tak, to nie mam już nic do roboty. Ale nie o to chodzi. Chodzi o to, że jeżeli jestem tego świadom, to wiem, że muszę włożyć dwa razy więcej pracy w to, żeby ludzie mi zaufali, żeby być otwartym. Czyli włożyć trochę więcej czaru, być bardziej otwartym, pamiętać o uśmiechu, o kontakcie wzrokowym, o wszystkich innych aspektach autoprezentacji, które sprawią, że jednak będę godna zaufania.

Co z takimi cechami jak zarost, fryzura? Czy to ma wpływ na to, jak jestem odbierany?

Alina: Weźmy punkt widzenia drugiej osoby, z którą się kontaktujemy. Pewne cechy mogą się z czymś kojarzyć, jak np. fryzura, kolor włosów, zarost. Powinniśmy czasem zastanowić się, jak to jest odbierane przez społeczeństwo. Bo są pewne rzeczy, które w dany sposób są odbierane. Dzieje się to już na poziomie podświadomym. Nie jest tak, że stoimy i świadomie analizujemy, jaka ta osoba jest z tego powodu, że ma brodę i dany kolor włosów. Odbywa się to w sposób podświadomy, dlatego że mózg działa poprzez skojarzenia. Bardzo dobrze, że tak się dzieje, bo gdyby tak nie było, mózg mógłby eksplodować.

Uzmysłowiliście mi, że podświadomie, kierując się pewnymi stereotypami, też w pewien sposób zarządzam swoim wizerunkiem, np. przykrywam koszulą tatuaże. Jeśli pójdę do konserwatywnego klienta, to lepiej ich nie pokazywać, bo nie wiem, jaki ma stosunek do nich.

Alina: Dokładnie tak to działa. Akurat tatuaże są takim elementem, który za kilka lat nie będzie już żadnym problemem. Tatuaże zaczynają kojarzą się dość pospolicie.

Moim rodzicom kojarzy się jednoznacznie negatywnie, twierdzą, że „ludzie z więzienia je mają”. Myślę, że po stronie klienta biznesowego też mogą być takie reakcje. Zapytam teraz o pojęcie, które mi się spodobało: efekt aureoli. O co tu chodzi?

Alina: To zjawisko w psychologii. Na podstawie jednej cechy wnioskujemy o danej osobie. Może to być pozytywne wnioskowanie, ale też negatywne. Na podstawie jednej cechy przypisujemy wszystkie inne. Przykładowo osoba spóźnia się na spotkanie i na podstawie tego inni mówią, że jest spóźnialska, nieodpowiedzialna, że nie poradzi sobie z danym projektem. To działa również w drugą stronę.

W szkole było podobnie: jak człowiek przyłożył się na początku, to potem mógł jechać na opinii.

Marlena: Ja też to w szkole wykorzystywałam. Zawsze odpowiadałam na pierwsze, najłatwiejsze pytanie, dzięki czemu uważano mnie za osobę inteligentną. A jak były trudniejsze pytania, to nie trzeba było się udzielać.

A jak powinęła się takiej osobie noga, znaczyło to tylko, że miała gorszy dzień.

Alina: Dobrze, że to poruszyłeś, bo jeśli zdarzy się kolejna sytuacja, w której ta osoba się nie wykaże, to tłumaczy się ją w ten sposób, że coś poszło nie tak.

Czy można przygotować się do czegoś takiego? Mam na myśli dwa aspekty. Po pierwsze żyjemy w świecie social mediów, łatwo nas wyszukać w internecie. Pierwsze wrażenie o kimś można więc sobie wyrobić na długo przed spotkaniem. Co robić, aby dobrze tym zarządzać?

Marlena: Często myślimy, że pierwsze wrażenie to spotkanie twarzą w twarz, a wcale tak nie jest. Bardzo często przed właściwym spotkaniem sprawdzamy kogoś na Facebooku. Rekruterzy też to robią. Pierwszy kontakt jest więc w sieci, na Facebooku, Instagramie, LinkedInie. To może być także rozmowa telefoniczna. Przez telefon jesteśmy w stanie dużo ocenić, np. to, czy ktoś jest uprzejmy, czy ponury. Jest bardzo dużo podpowiedzi, z kim mamy do czynienia. To może być też kontakt mailowy, w którym zwracamy uwagę na to, jak ktoś buduje swojego maila. Lubimy wyłapywać błędy ortograficzne, interpunkcyjne. Są osoby, które uwielbiają to robić i znają zasady pisania maili.

Jak najbardziej możemy się do tego przygotować. W sieci pojawia się teraz masa materiałów wideo na ten temat. Pojawiają się one dlatego, że są lepiej pozycjonowane, docierają do większej liczby osób. Są też badania, które tłumaczą, dlaczego dobrze jest wrzucać materiały wideo. Wspomnę tu o Jeremim Biesanzie z Uniwersytetu Columbia Brytyjskiej, który przeprowadził badania pokazujące, że znacznie

lepiej oceniamy kogoś, widząc go po raz pierwszy, kiedy oglądamy materiał wideo – to może być np. czat wideo – niż kiedy widzimy tylko zdjęcie profilowe na Facebooku.

Alina: A jeszcze lepiej, jeśli jest to transmisja live. Myślę, że tu ma wagę ta autentyczność, bo widzimy, jak dana osoba się zachowuje, wiemy, że nie ma dubli i że ta osoba taka właśnie jest.

Ja sam korzystam z live'ów na grupie na Facebooku, w której uczestniczę. Natomiast mam tu pewną zagwozdkę, bo z jednej strony Facebook Live, Instagram Stories jest dostępny na wyciągnięcie ręki. Moglibyśmy w tym momencie otworzyć nasze telefony i część nagrywania tego podcastu wrzucić do sieci. Byłby tu mój wizerunek, bo jesteśmy w moim pokoju, widać Was, jak jesteście ubrane. Z jednej strony będę oceniany przez mój wizerunek, a z drugiej jest coś, co chcę dostarczyć. Moim nadrzędnym celem jest dawanie wartości. Jestem pod wielkim wrażeniem książki *Dawaj i bierz*, która mówi o tym, dlaczego warto być giverem. Czasami mam dylemat: czy dać wartość, czy jednak poczekać 2–3 dni, przygotować sobie wizerunek, ubrać się, lepiej to opisać? Czasami mam ogromną ochotę dać wartość w danym momencie, ale mam niewyprasowany czarny T-shirt. Gdzie jest balans między jednym a drugim? Bo zakładam, że dawanie wartości czasem może się nie obronić, jeżeli firma nie jest odpowiednia.

Marlena: Zwróćmy uwagę, że są różne kanały social media. Każdy kanał jest trochę inny. Myślę, że pomięta koszulka nie będzie problemem na Instagramie, gdzie wrzucamy masę autentycznych zdjęć, naturalnych, w czasie rzeczywistym, kiedy to przygotowanie nie jest potrzebne. Ale to samo zdjęcie wrzucasz na LinkedInie. Na Facebooku jest tak samo. Naturalność najlepsza jest na Instagramie. Trochę lepiej przygotowanym należy być na Facebooku, a na LinkedInie mamy już typowo biznesowy kanał.

YouTube jest gdzieś pomiędzy?

Alina: To zależy. Jeśli chodzi o YouTube, to jest to kanał, gdzie zarówno biznesowo możesz ostro działać i promować swój kanał, ale też bardzo mocno prywatnie i mieć kanał na bardzo luźny temat. I wtedy tok działania jest zupełnie inny.

Miałem niezliczoną ilość dyskusji z żoną na temat tego, jak mówię. Zaczęliśmy się spotykać kilka lat temu i zdarzało mi się popełniać błędy językowe, np. „jestem na mieszkaniu” zamiast „jestem w mieszkaniu”. Obrywało mi się za to. Wtedy pomyślałem: „Dlaczego to jest takie ważne? Przecież ktoś zrozumiał, gdzie jestem i co robię”. A teraz mówicie mi, że to rzutuje na mnie jako osobę, która prowadzi warsztat, przygotowuje materiał, i na inne rzeczy.

Marlena: Wtedy widać, czy zwracasz uwagę na szczegóły, czy detale Cię w ogóle interesują, czy nie, czy poprawność Cię interesuje, czy nie, czy wykonane lepsze jest od idealnego. Takie osoby będziesz przyciągać. Bo przyciągamy takich ludzi, jakimi sami jesteśmy. Jeśli będziemy popełniać błędy językowe i nie zwracać uwagi na szczegóły, to osoby, które będą skłonne zwracać uwagę na szczegóły, być może nie staną się Twoimi fanami.

Alina: Wiesz, dlaczego tak się dzieje, że przyciągamy osoby, które są podobne do nas?

Lubimy siebie, więc...

Alina: Lubimy to, co jest nam znane. Jeśli coś jest nam znane, to jest przyjazne, dlatego lubimy osoby, które lubią to, co my, które są podobne do nas.

Ten podcast prowadzę od września 2016 r. Gdy słuchacze będą oglądać ten odcinek, to będzie już ten o *Deep Work*. Żeby go zrobić, musiałem przesłuchać 9. odcinek podcastu. I cierpiałem, bo dużo

błędów popełniałem. Jednocześnie słyszę od moich słuchaczy, że jestem przez to bardziej autentyczny. Że ja coś robię, a w tym czasie popełniam błędy, wyciągam z nich wnioski i uczę się na nich. Niepoprawność na początku i pewna ułomność dodaje mi więc autentyczności, ale robiąc coś, przyciągam ludzi podobnych do siebie, więc pewnie przyciągam takich, którzy są w tej drodze i chcą się uczyć dalej.

Marlena: Powiedziałaś sentencję kluczową, czyli: popełniam błędy i wyciągam z nich wnioski. Autentyczność budujemy, pokazując nasze mocne strony, ale też potknięcia i słabe strony – jak mamy gorszy dzień, jak nam coś nie wychodzi. Ale żeby utrzymać wizerunek eksperta, osoby, która zna się w temacie, to kluczowe jest wyciąganie wniosków. Czyli pokazuję, że coś mi nie wyszło, ale zaraz pokazuję, że czegoś się z tego nauczyłem. To sprawia, że czuję się z Tobą blisko, bo popełniasz błędy tak jak ja, ale jesteś trochę ode mnie wyżej, bo wyciągasz z nich wnioski i podpowiadasz mi, co mam zrobić w tej sytuacji.

Śledzę takiego człowieka, który nazywa się Chris Ducker. Prowadzi firmę i ma społeczność, która nazywa się Youpreneur. Chris mówi, że warto budować markę osobistą, ponieważ cokolwiek robimy, za jakiś czas możemy to zmienić. Natomiast jeżeli zmienimy obszar naszego działania, to dalej będziemy mieli markę, którą zbudowaliśmy, i łatwiej będzie nam zrobić pivot, bo ktoś będzie nas szukał – nie naszego produktu, tylko nas. On podaje dużo porad, jak markę budować, łącznie z takimi praktycznymi. Twierdzi, że bardzo ważnym aspektem jest spójność informacji o nas dostępnych w internecie. Jeżeli prowadzimy biznes, to zadbajmy o to, aby w różnych social mediach było takie samo zdjęcie bądź lekko stuningowane. Czy jest więcej takich rad, jak budować spójność swojego wizerunku?

Alina: Myślę, że warto udzielać się jako ekspert w pewnej dziedzinie, w której po prostu jesteście dobrzy. Fajnie, że wspomniałaś o tym zdjęciu, bo właśnie ostatnio miałyśmy klientkę, której przygotowaliśmy CV, ale pytała nas także o swoje kanały social mediów. Pokazała, że na Facebooku ma takie zdjęcie, a na LinkedInie – inne. Powiedziałyśmy, żeby dała jedno zdjęcie, aby ktoś, kto zobaczy jej CV, wszedł na jej Facebooka lub LinkedIna i zobaczył jedną i tę samą osobę. To jest kluczowe, aby pokazywać się zarówno na Facebooku, LinkedInie i innych kanałach, w których działamy.

Czy można mieć jakieś dodatkowe atrybuty? Znam człowieka, który był nawet gościem odcinka o talencie dowodzenie. Jego znakiem charakterystycznym jest muszka. Jest to Marcin Osman. Gdziekolwiek go zobaczycie, występuje w muszce. Czy można grać takimi elementami?

Alina: Jak najbardziej. Myślę, że oprócz tego, że grasz gadżetem, który masz na sobie i eksponujesz go na zdjęciach, możesz grać hasztagiem. Przykładem jest Rahim Blak, który genialnie wykorzystuje hashtag „To będzie dobre szkolenie”, „To będzie dobra konferencja”, „To będzie dobry dzień”. Ten znaczek pojawia się w każdym jego social medium. To jest znak wyróżniający go. Ciężko stwierdzić, czy tak powinno być, czy to jest element Twojego przemyślanego, autentycznego wizerunku. Myślę, że to jest właśnie pomysł na coś, co będzie spójne w każdym Twoim profilu social media.

Marlena: Ja bym też dodała, że budowanie wizerunku opiera się na stworzeniu w głowach odbiorców pewnego obrazu. Jeśli mam ze sobą jakiś gadżet, który mnie charakteryzuje i szczególnie wyróżnia, to znacznie łatwiej będzie mi ten obraz stworzyć. Bo myśląc o tej osobie, od razu zobaczę w swojej głowie mężczyznę z muszką.

Czy można zmienić pierwsze wrażenie?

Alina: Można mieć wpływ na to, jak potem będziemy odbierani. Pierwszego wrażenia nie zmienimy, ale mamy wpływ na to, jak będziemy postrzegani przez daną osobę w dalszym kontakcie. Ale musimy pamiętać, że jesteśmy odbierani przez pryzmat pierwszego wrażenia, bo to ułatwia nam komunikację. Jeśli włożymy więcej pracy w to, żeby zmienić nastawienie czyjeś osoby do nas, to jak najbardziej jest to możliwe.

Marlena: Jeśli mamy czas, żeby zmienić pierwsze wrażenie, to super. Ale bardzo często jest tak, że to spotkanie trwa chwilę. To jest jedno spotkanie z klientem, który ma w tym czasie podjąć decyzję, czy chce z nami pracować, czy nie. Jeżeli zrobimy słabe wrażenie, to nie pozyskamy klienta. Jeżeli go pozyskamy, bo zrobiliśmy dobre wrażenie, to w toku naszej współpracy możemy to wrażenie zmieniać – zmieniać to, co on o nas myśli. Kluczowe jest to, że mamy drugą szansę, ale czasem drugiej szansy nie dostajemy.

Czyli jeśli jest to dłuższy proces, to nie wszystko stracone. Jak krótki i jedna szansa na interakcję z daną osobą – to już za późno na pracę nad zmianą pierwszego wrażenia.

Marlena: Tak, dlatego jest to tak ważne, szczególnie dla przedsiębiorców, którzy pracują z ludźmi, którzy muszą sprzedać nie produkt, tylko siebie, żeby pozyskać klienta. Jeżeli więc robimy słabe pierwsze wrażenie podczas pierwszego spotkania lub gdy klient wchodzi na naszą stronę internetową, to nie pozyskamy go.

Mam pewien dylemat. Moja działalność w internecie to content marketing i moja sprzedaż. Dzięki temu jestem postrzegany jako ekspert, jako spójny, autentyczny. Zastanawiam się, jak wiele warto pokazywać ze swojego prywatnego życia. Nie po to, żeby manipulować, tylko nie zanudzić kogoś. Czy ludzie tego oczekują?

Alina: To ciekawe pytanie, ponieważ zaczynając swoją markę i działania w Autokreacji, myślałyśmy tak: w związku z tym, że jesteśmy we dwie, oczywiście promujemy też swoje profile osobowe, ale bardziej skupiamy się na fanpage'u. Na początku wyszłyśmy z założenia, że ludzie nie chcą oglądać nas prywatnie, ludzie chcą mięso, wskazówki i konkret. Działyśmy wg tej strategii. Po jakimś czasie zauważyłyśmy, że tak to nie działa. Że nasze zdjęcia to coś, co dzieje się trochę za kulisami. Nie chodzi o autentyczność, ale bardziej o sferę prywatną, która jest bardziej ciekawa dla odbiorców. Jeśli chodzi o to, ile pokazywać z tej części prywatnej, to nie będzie tu konkretnej proporcji czy złotego środka. Myślę, że warto pokazywać sobie od strony prywatnej, bo to pokaże na pewno autentyczność i naszą ludzką twarz.

Marlena: Myślę też, że ważny jest kanał, przez który się komunikujemy, bo na Insta Stories dobrze będzie pokazywać swoje życie prywatne, na Facebooku już mniej, a na LinkedInie w ogóle go już nie pokazujemy. Życie prywatne w social mediach wiąże się z moim życiem zawodowym. Nie będę pokazywać siebie podczas mycia naczyń, bo to nie interesuje mojej grupy docelowej. Pokażę kulisy tego, jak spotykam się z Alą, kulisy nagrywania podcastu, kulisy przygotowywania się do warsztatu. To będą sytuacje prywatne, która będę pokazywać w sieci.

Instagram Stories są efemeryczne – 24 godziny i znikają. Są widoczne tylko przez chwilę, w kontekście tego, co w danym momencie robicie. I to tam ma wartość, a na LinkedInie – nie. Pryzmat wartości dla grupy docelowej jest więc bardzo istotny. Od dłuższego czasu nie używam Facebooka jako profilu prywatnego, tylko jako wsparcie profilu „Z pasją o mocnych stronach”. Ale nie będzie tam zdjęć moich dzieci, zdjęć z poranka, bo kogo to interesuje? Pokazuję część mojego prywatnego życia, ale w kontekście życia zawodowego.

Marlena: Ciekawe i zabawne jest to, że nasz profil prywatny wspiera ten biznesowy i stara się być bardziej biznesowym, a z kolei profil biznesowy – fanpage – stara się udawać prywatny, pokazywać życie zza kulis i autentyczność, ale to jest mimo wszystko kreacja.

Alina: Warto wspomnieć o tym, że to nie jest profil osobisty, tylko osobowy, czyli ja pokazuję swoją osobę, ale to nie jest nic prywatnego, co zostawiam dla siebie, ponieważ po to są social media, żeby utrzymywać w nich kontakt z drugą sobą, z moimi znajomymi, obserwatorami.

Większość osób, które są moimi znajomymi na Facebooku, to osoby, które poznałem przez podcast, które nie znają mnie w życiu. One poznały Dominika Juszczyka z podcastu czy z innej działalności, a nie Dominika, który żyje sobie w Krakowie i robi coś w czasie prywatnym.

Marlena: Ważny jest temat ról społecznych, w jakie wchodzimy. Bo jeśli znam Ciebie w tej sytuacji, w której nagrywamy podcast, to nie musi to oznaczać, że kiedy pójdziemy razem na piwo w piątek wieczorem, będziesz zupełnie inny. Po prostu będziesz cały czas Dominikiem Juszczykiem, tylko w roli kumpla, osoby, która wyszła na piwo. I to jest bardzo ważne. Bo często spotykamy się z przekonaniem, że to są kreacje, maski, które zakładamy. Oczywiście, można zakładać maski. Ale należy pamiętać, że zawsze będziemy trochę inaczej zachowywać się w poszczególnych rolach życiowych. W pracy zachowujemy się nieco inaczej niż w domu, i to jest zdrowe. Dyrektor finansowy ma trudną i stresującą pracę, bo musi zarządzać ludźmi. Byłoby niezdrowe, jeśli po powrocie do domu chciałby dalej zarządzać finansami, ludźmi, pracownikami w domu.

Mam pytanie o sam proces. Widziałem, że na Waszym profilu są zdjęcia przed i po, pokazywałyście kogoś, kto przeszedł tę drogę, na Waszej stronie. Jak ten proces wygląda, jak długo trwa? Gdybym chciał do Was przyjść i powiedzieć, żebyście pomogły mi wykreować własny styl, który jest spójny ze mną, ale bardziej biznesowy, który czerpie z Waszej wiedzy psychologicznej i biznesowej, to jak wyglądałaby taka współpraca?

Alina: Jeśli chodzi o sam proces, to nie ma on konkretnego czasu trwania. Zależy to od klienta. Zazwyczaj proces rozpoczyna się od szkolenia, na którym przekazywane są informacje dość ogólne. Potem przechodzimy do pracy indywidualnej podczas konsultacji. Zazwyczaj dana osoba ma już pewien pomysł na siebie, ale stoi przed wyzwaniem, do którego chce się przygotować. Najpierw sprawdzamy, na ile ta osoba jest gotowa, żeby podjąć to wyzwanie, np. wystąpienie na konferencji. Sprawdzamy, czego jeszcze potrzebuje, żeby czuć się w stu procentach przygotowaną do tego, i nad tym pracujemy.

Marlena: Proces budowania strategii marki nie trwa rok czy pół roku. Zależy od tego, jakie masz potrzeby, na jakim etapie świadomości już jesteś. Zawsze zaczynamy ten proces, wykorzystując narzędzia coachingowe, czyli zadając pytania – one są proste, często zaskakujące, ale pozwalają zastanowić się i trochę stanąć z boku.

Czy możesz podać przykład takich pytań?

Marlena: Jednym z pytań, które zadajemy na początku, jest to, jak chcesz być odbierany. To pytanie jest w jakiś sposób zaskakujące, dlatego że nie zawsze zastanawiamy się, jak chcemy być odbierani. Czasem zastanawiamy się, jacy jesteśmy, jakie są nasze mocne strony, ale nigdy nie patrzymy z perspektywy drugiej osoby.

Łatwiej byłoby mi odpowiedzieć na pytanie, jak chciałbym się ubierać, wyglądać. Ale to, jak bym chciał wyglądać, jest podporządkowane temu, jak chciałbym być odbierany.

Marlena: Na naszych szkoleniach zawsze pada najpierw pytanie, jak chcesz być odbierany, a później mówimy: „Słuchaj, a teraz wyobraź sobie, że wchodzisz do domu właśnie tej osoby, stajesz przed jej garderobą, otwierasz ją i patrzysz na jej zawartość. Teraz zobacz, co ona w niej ma, jakie ubrania”. Patrzymy na te ubrania, rozpisujemy sobie dokładny set, jak ta osoba powinna wyglądać, jak powinna być ubrana, żebym odbierała ją właśnie jako taką osobę. I pojawia się tu takie stwierdzenie: „No to muszę iść na zakupy”. Kobiety się z tego cieszą.

Ja bym się bał tego, że musiałbym zmienić styl ubierania. Lubię raczej luźne rzeczy: T-shirt, dżinsy, marynarka. Większość zdjęć na mojej stronie jest właśnie taka. Dla większości moich klientów jest to OK. Zdarzyło mi się raz pojechać do klienta w koszuli, w dżinsach, podczas gdy wszyscy chodzili w krawatach, a ja nie mam ani jednego. Gdybym pracował więcej z tymi drugimi, to pewnie powiedziałabyście mi, żebym kupił garnitur i krawaty, a ja nie czuję się w tym dobrze. Czy to znaczy, że powinienem zmienić biznes, czy jednak nauczyć się chodzić w takich ciuchach?

Alina: Warto spojrzeć na to, że usługi, które świadczysz, są faktycznie spójne z tym gościem w T-shircie z Panem Kleksem. Wchodzisz na salę i musisz nawiązać relację bliskości i zaufania. A jeśli chodzi o klientów, którzy chodzą w garniturach pod krawatem, to tam panuje konkretny *dress code*, do którego są przyzwyczajeni, i to jest OK. To, że nagle wyskoczysz w T-shircie czy w dżinsach i koszuli, cały czas będzie spójne z Twoim wizerunkiem, mimo iż w środowisku klientów w garniturach będziesz wyglądał troszeczkę inaczej.

Marlena: Warto powiedzieć o tym, aby nie wywoływać dysonansu poznawczego. Jeżeli jestem w grupie osób, które mają w swojej głowie wizerunek trenera jako eksperta w garniturze, elegancko ubranego, to jeżeli przyjdiesz w T-shircie, oni poczną się nieswojo i niepewnie, bo będziesz łamać ich stereotyp w głowie. Ale trener jest takim zawodem, który pozwala nosić albo garnitur, albo T-shirt. Ale co np. z ochroniarzem, który jest w T-shircie? Czy on będzie wzbudzać w nas szacunek?

Wzbudza pewne skojarzenia, co on ochrania itd.

Marlena: Wątpilibyśmy w jego kompetencje. Musimy więc pamiętać, że nasi odbiorcy mają w głowie pewien obraz naszej osoby, i dostosujemy się do niego, ale pamiętajmy, aby samemu dobrze się w tym czuć. Pamiętajmy o tym, by działać z wizją końca, czyli tego, jaki chcemy osiągnąć cel.

To jest mi bliskie, ja jestem freakiem, jeśli chodzi o produktywność. Najpierw powiedz, co chcesz osiągnąć, potem planuj jak.

To jest ta część, jeśli chodzi o strój, ubiór, styl, natomiast co z rzeczami, o których mówiłaś na początku: żeby mieć świadomość pewnych czynników wpływających na robienie dobrego pierwszego wrażenia, np. pewny krok, sylwetka? Jak pracujecie z tą częścią projektowania pierwszego wrażenia? Czy to są zajęcia aktorskie, czy wykład, który ktoś ma wykuć na blachę, czy klient uczy się, że ma patrzeć w prawo, a nie w lewo?

Alina: Rzeczy, o których mówisz, to przede wszystkim kwestia mowy ciała. Jak najbardziej poruszamy te kwestie. One w zasadzie są kluczowe, niezmiernie ważne, np. komunikacja niewerbalna i werbalna. Wstrzeliłeś się tutaj, bo warsztat aktorski bardzo się przydaje. To, w jaki sposób wypowiadamy pewne słowa – czy są wyraźne, czy nie, czy są mówione głośno, czy cicho, szybko, czy wolno – w pewien sposób wpływa na odbiór komunikatu. Odbieramy go w taki, a nie inny sposób.

Jeśli chodzi o mowę ciała, to tu także są pewne zależności. Zawsze podkreślamy, że to nie jest tak, że jeśli dana osoba spojrzy w lewo, to znaczy, że kłamie. Albo jeśli dana osoba siedzi z założonymi na klatce

piersiowej rękami, to znaczy, że jest zamknięta. Bardzo często spotykamy się z takimi określeniami. Zawsze wtedy powtarzamy, że jeśli chodzi o mowę ciała, to ona jest dla nas podpowiedzią, wskazówką co do tego, jak odbieramy daną osobę. Powinniśmy pamiętać, że nasza mowa ciała może polepszyć, ale też pogorszyć nasz przekaz.

I to można wyćwiczyć, czyli pamiętać o mowie ciała i ćwiczyć pewne rzeczy. Rzeczy, o których mówiłaś, to są bardzo mocne stereotypy. Każdy mówi o tym, żeby nie stać z założonymi rękami, bo wygląda się wtedy na osobę zamkniętą, która nie chce z nikim rozmawiać.

Alina: Nie powiedziałaabym, że to są stereotypy. Mowę ciała możemy odbierać dwojako – po pierwsze z naszego punktu widzenia, tego, jak moje ciało zachowuje się w tym momencie, jaki ma to na mnie wpływ i jak czuję się w danej sytuacji. Ale – po drugie – dana osoba na mnie patrzy, odbiera to, w jaki sposób ja się poruszam, siedzę, czy się pochylam, czy nie. To są takie naturalne rzeczy, które są w dany sposób odbierane. Przykładowo: jeśli siedzę na kanapie i pochylam się mocno do przodu ku Tobie, to na co to wskazuje?

Oznacza to, że jesteś bardzo zaangażowana i chcesz mi coś przekazać.

Alina: A jak myślisz dlaczego?

Bo skracasz dystans.

Alina: Tak, jestem bliżej, więc lepiej Cię widzę i słyszę.

Gdybym Cię nie znał, tobym się przestraszył i odsunął.

Alina: Odsunąłbyś się, ponieważ czułbyś się atakowany. Naturalnie wykonałbyś ruch do tyłu, czyli zwiększybyś dystans pomiędzy nami z poczucia bycia atakowanym.

Każdy z nas ma swoją przestrzeń osobistą. A jak długo trwa taki proces? Gdybym przyszedł do Was jako klient, to jak długo musiałbym z Wami pracować?

Marlena: To nie jest tak, że my powiemy Ci, że potrwa to miesiąc, dwa albo jedno spotkanie. To zależy, na jakim etapie świadomości jesteś, ile już wiesz. Każdy ma różną wiedzę na ten temat. Dobrym sposobem na zbadanie tego, jaką mamy świadomość, jest praca z kamerą.

To jest straszne.

Marlena: To bardzo trudne przeżycie, ciężko oglądać siebie na kamerze. Ale to bardzo dużo mówi: czy mam tę otwartość, żeby widzieć siebie na kamerze? Zwiększa się moja świadomość ciała, jeśli wiem, że jestem nagrywany. To pokazuje, ile osoba, z którą pracujemy, wie już na swój temat.

Czyli to jest ćwiczenie, od którego można zacząć, nawet samemu. Jak wygląda praca z Wami krok po kroku?

Alina: Przede wszystkim robimy nagrania na początku i na końcu całego procesu, które pokazują różnicę. Wtedy jak na dłoni widać świadomość swoich umiejętności oraz umiejętność kontroli swojego zachowania.

Gdy wybierałem, w jakich social mediach chcę być obecny, to Instagram Stories spodobał mi się dlatego, że Insta Stories są efemeryczne, to jest świetny obszar do testowania siebie w kamerze. Mamy telefon, bierzemy go i uczymy się mówić. To fajny sposób, by szybko zobaczyć, jak wyglądamy,

jak nas ludzie odbierają oraz by szybko wprowadzać poprawki. Zaraz możemy nagrać kolejny 15-sekundowy filmik, w którym możemy poprawić te rzeczy.

Alina: Można wykorzystać to do przechodzenia na levele wyżej. Jeśli chcę nagrywać live'y, to najpierw zacznę nagrywać Insta Stories, które znikają, które mogą też kontrolować, usunąć albo opublikować. Potem zacznę nagrywać live'y na Instagramie, ponieważ mają mniejszy zasięg, a potem na Facebooku, ponieważ tam zasięg jest znacznie większy. To może być taka forma testów.

Chciałbym jeszcze porozmawiać o Was. Autokreacja to firma, którą razem prowadzicie. Jeżeli ktoś patrzy na Waszą działalność, na Waszą stronę, na Waszego Facebooka, to co byście chcieli, aby pomyśleli o Was ludzie przez pryzmat tego, co pokazujecie? Pytam po to, by słuchacze mogli wejść sobie na Waszą stronę i zobaczyć, jakie będą mieli wrażenie.

Marlena: Pierwsze skojarzenie, które chcemy wywoływać, to będzie test, czy faktycznie tak jest. To jest autoprezentacja w biznesie. Pokazujemy, jak prezentować się, ale bierzemy też pod uwagę kontekst biznesowy.

Alina: Chcemy, aby nas wyróżniało działanie w duecie. Wnosimy we dwie swoją energię.

Bardzo widać to, że jesteście we dwójkę. Gdy wchodzi się na jakiegokolwiek medium, jesteście tam we dwie. Rzadko widoczna jest tylko jedna z Was, a jeżeli jest widoczna tylko jedna, to druga komentuje to gdzieś spoza kadru.

Alina: Zdarzyło nam się być w kwietniu w pojedynkę na niektórych eventach, które relacjonowałyśmy też w swoich social mediach – wtedy tłumaczymy, dlaczego jesteśmy w pojedynkę.

Marlena: To wychodzi chyba nieświadomie. Nam się dobrze razem pracuje. Czujemy, że Autokreacja to jesteśmy my dwie. Nie mogłaby istnieć, gdyby tworzyła ją tylko Ala albo tylko ja.

Jak w ogóle zaczęłyście pracować? Z tego, co rozumiem, to jest Wasz biznes, który robicie obok Waszej pracy zawodowej, co jest bardzo fajnym sposobem na rozwój, ale też wymagającym. Sam w ten sposób pracowałem przez dwa lata. Bywały trudne tygodnie. Jak to się u Was zaczęło i jak sobie teraz z tym radzicie?

Alina: Zacznę od tego, że jesteśmy samozwańczymi ambasadorkami robienia biznesu z przyjaciółmi. U nas w zasadzie zaczęło się od tego, że poznałyśmy się na studiach, zaprzyjaźniłyśmy, ale zanim zaczęłyśmy myśleć o Autokreacji, prowadziłyśmy kilka projektów wspólnie właśnie na studiach. Myślę, że to było zapalnikiem do tego, żeby zacząć działać później razem. Poznałyśmy wzajemnie siebie i swoje mocne strony. Zobaczyłyśmy, jak się uzupełniamy. I to nam bardzo, bardzo odpowiadało.

Marlena: Przyszedł piękny majowy dzień Konferencji Trenersko-Coachingowej Profectus. Pojawiłyśmy się tam już nie w roli organizatorek, tylko uczestniczek. Siedziałyśmy koło siebie, to była taka ogromna sala wykładowa, gdzie siedzieli wykładowcy, coachowie, profesjonalni trenerzy, wspaniałe osoby do poznania. I ze sceny pada sugestia: odwróć się do osoby obok Ciebie i zastanówcie się, jak możecie sobie pomóc. Moja pierwsza myśl: „Rany boskie, tyle świetnych osób, które chciałabym poznać, ale ja jak zwykle siedzę obok osoby, którą doskonale znam. Komfortowa sytuacja, nic nie wyniosę z tego ćwiczenia, ale z przyzwoitości zróbmy to ćwiczenie”.

Alina: Dokładnie tak było. Kurtuazyjnie warto wykonać ćwiczenie na panelu, na którym jesteśmy.

Marlena: I zaczęłyśmy opowiadać. Ja mówiłam, że bardzo chciałabym mieć swoją firmę, prowadzić szkolenia.

Alina: Ja opowiedziałam o organizacji eventów, konferencji, że chciałabym to robić.

Marlena: Spojrzałyśmy się na siebie i stwierdziłyśmy: „To działajmy razem”. I na pierwszy plan wyszedł nasz talent aktywator. Spotkałyśmy się i rozmawiałyśmy o tym, jak prowadzić biznes.

Alina, Ty masz talent strateg. Czy on był widoczny w Twoich działaniach? Strateg, czyli widzenie wielu możliwości, obieranie właściwej ścieżki.

Alina: Ten strateg jest bardzo widoczny. Bo jak prowadzi się firmę w dwie osoby, to myślę, że wiadomo, że jest się księgowym, informatykiem, programistą. Myślę, że tego stratega widać u mnie szczególnie w sytuacjach, kiedy coś nam nie idzie, coś trzeba wykombinować i inaczej zaplanować. Lubię wymyślać różne ścieżki, jak do czegoś dojść. Nawet na chłopski rozum, ale moją domeną jest to, że staram się z każdej sytuacji wyjść w taki, a nie inny sposób.

Ty, Marlena, masz talent maksymalizm, który kojarzy mi się z jakością albo z takim podejściem, że tutaj Wasza energia przyniesie więcej, a tu nie ma co się angażować, bo nie mamy po co tam iść. Kiwasz głową, więc zakładam, że tak jest, że tak jest widoczna Twoja rola w tym duecie.

Marlena: Jest widoczna i w tym duecie, i w ogóle w całym moim życiu. Ja bardzo często mówię, że trzeba wykorzystywać swoje talenty. Choć założyłyśmy Autokreację, to dalej pracuję w korporacji i mam poczucie, że nie do końca realizuję się, że nie są wykorzystywane moje kompetencje, moje mocne strony. Mam też taką świadomość, że tych kompetencji trochę mam i nie było takiej opcji, abym je zostawiła. Właśnie przez to, że mam maksymalistę, absolutnie głupotą by było, żebym nie wykorzystywała swoich talentów. To jest straszne, żeby nie korzystać z siły, którą mamy w sobie. Założenie własnej firmy, gdzie mogę się w stu procentach realizować, nie jest dla mnie abstrakcją, to jest coś, co muszę zrobić.

Chciałbym zapytać jeszcze o dwa Wasze talenty. Ty, Marlena, masz czar, a Ty, Alina, bliskość. Według statystyk, jeśli ktoś ma w swoim top 5 talent czar, to najmniej prawdopodobne jest to, że będzie miał talent relator. To są rzadkie talenty w jednej osobie. Jak działa czar z bliskością w dwóch różnych osobach?

Alina: Na pewno się nie kłóci. Autokreacja ma w sumie dziewięć najlepiej rozwiniętych talentów, bo jeden się powtarza. I korzystamy z nich. To się nie kłóci. Ja lubię robić biznes z osobami, które znam. Tak jak wspomniałam, jestem tego ambasadorką, więc ten relator jest bardzo ważny. I my też tak działamy. Nasz model biznesowy opiera się na tym, że najpierw poznajemy osoby, z którymi później podejmujemy współpracę.

Tu jest opis bardzo produktywnego partnerstwa. Jeżeli masz jakiś talent i potrzebujesz innego, to znajdź sobie partnera. Wyobrażam sobie, że Marlena może poznawać bardzo szeroko osoby, a Ty wykonujesz kolejne kroki, żeby nawiązać bliższe relacje. Czy to dobrze na Was wpływa?

Alina: Marlena podczas spotkań networkingowych jest duszą towarzystwa, napędza je, co bardzo mocno widać. W zasadzie podział obowiązków w firmie opiera się na tym, w czym my czujemy się dobrze, komfortowo i co możemy wykorzystywać.

Marlena: To też jest bardzo duża oszczędność i czasu, i pieniędzy. Bo np. Ala jest świetna w tworzeniu grafik. Ja tego nie potrafię zrobić na takim poziomie jak ona. Gdybym prowadziła biznes sama, musiałabym komuś zapłacić. A tak to możemy korzystać z efektu synergii, z tego, że działamy razem. Dzięki temu oszczędzamy dużo pieniędzy.

Ja sam prowadzę firmę i sam muszę robić to, co Wy dzielcie między siebie.

Alina: Mam jeszcze przykład naszego aktywatora. Aktywator nas łączy, ja i Marlena mamy go w swoim top 5. Pamiętam pewną konferencję, w której byłyśmy uczestniczkami. Organizatorzy oddali głos uczestniczkom i powiedzieli, że mamy 10 minut, żeby wyjść na scenę i opowiedzieć o sobie. Akurat byłyśmy przed jednym ze szkoleń i chciałyśmy, aby uczestniczy o nim usłyszeli. Nawet sekunda nie minęła, wstałyśmy razem, wzięłyśmy się za ręce, pobiegłyśmy na scenę. Myślę, że w tym momencie aktywator bardzo się uruchomił w nas obu.

Marlena: Później pojawiły się tego konsekwencje, ale na początku, gdy padł impuls do działania, to nie zastanawiałyśmy się.

Aktywator nie myśli daleko do przodu. A co polecilibyście słuchaczom do poczytania, obejrzenia?

Marlena: Czytałam ostatnio książkę związaną z tym, co robimy, więc chętnie ją polecę. Nosi tytuł *TED. Jak wygłosić mowę życia*. Tam zebrane są różne wystąpienia z konferencji TED, gdzie ludzie dzielą się ideami wartymi rozpowszechniania. Są one bardzo rzetelnie analizowane pod kątem tego, dlaczego akurat to wystąpienie było dobre.

Alina: Ja, jako psycholog, podzielę się badaniami. Polecam szczególnie Paula Ekmana. Prowadzi on badania na temat mikroekspresji. To są niezwykle ciekawe badania, merytoryczne i niosą ogromną wartość, więc serdecznie polecam właśnie jego. Mogę też tu polecić książki Dorothy Johnson, założycielki Szkoły Etykiety w Waszyngtonie, z tym że tam jest bardziej o etykiecie biznesowej, aczkolwiek warto poczytać.

Gdzie można znaleźć Was w internecie albo w świecie fizycznym?

Marlena: Zapraszamy głównie na naszego Facebooka, bo tam jest wszystko. Kumulacja wszystkich naszych działań, materiały wideo, posty, zdjęcia, odnośniki do innych naszych kanałów. Facebook jest fajny.

Czyli jak ktoś wyszuka Autokreację na Facebooku, to do Was trafi.

Marlena: I zapraszamy na nasze szkolenia, do bliższego poznania się. Uwielbiamy poznawać ludzi. Szkolenia są głównie w Krakowie, aczkolwiek w lipcu pojawimy się także w Warszawie. To będzie premierowe szkolenie, więc jesteśmy podekscytowane.

Nagrywamy to w kwietniu. Jeżeli ktoś słucha zaraz po premierze tego odcinka, która będzie w maju, to może skorzystać. Na Facebooku znajdziecie linki do wszystkich miejsc.

Pięknie Wam dziękuję za odwiedzenie mnie w moim domu. Większość odcinków nagrywam przez internet, a jako osoba z indywidualizacją bardzo lubię poznawać osoby *face to face*. Więc dzięki za to i jesteśmy w kontakcie!

Alina: Dziękujemy Ci bardzo.

Marlena: Dziękujemy również wszystkim naszym słuchaczom.

Jak Wam się podobało? Jestem bardzo zadowolony z tego, co udało się przedstawić, bo przeszliśmy po wielu tematach dość dokładnie. Dużo się nauczyłem. W prowadzeniu podcastów cudowne jest to, że dzięki rozmowom uczę się bardzo wiele. Mam nadzieję, że także Wy z tego skorzystaliście.

Zapraszam Was na stronę npp.run/057. Jeśli macie jakieś pytania, chcielibyście coś skomentować i dowiedzieć się czegoś więcej od dziewczyn, to śmiało pytajcie, przekieruję wszystkie pytania do Marleny i Aliny. Mam nadzieję, że dzięki temu odcinkowi dowiedzieliście się trochę więcej o tym, jak ważne jest pierwsze wrażenie, jak przygotować się, jak je wykorzystywać, jak być autentycznym i być sobą. Dziękuję za rozmowę!

Chciałbym Was jeszcze zaprosić na stronę forum.dominikjuszczyk.pl. Jest to miejsce, które stworzyłem po to, by móc dyskutować o każdym talencie osobno. Na grupie facebookowej „Z pasją o mocnych stronach” są świetne dyskusje, natomiast ciężko znaleźć jedno miejsce, które by było łatwe do znalezienia, gdzie byłaby dyskusja na temat jednego bądź grupy talentów. Stwierdziłem, że spróbujemy z zewnętrznym forum. Tam są 34 pokoje z moderatorami, będę chciał wybrać co najmniej dwóch moderatorów per talent. Tam można w spokoju porozmawiać o jednym talencie.

Stworzę też osobny pokój do rozmowy o parach talentów. Jeśli ktoś chciałby porozmawiać o wizjonerze ze strategiem, to będzie osobne forum, gdzie będzie można zakładać wątki tematyczne na temat par lub większej liczby talentów i rozmawiać na te tematy. Zapraszam, dajcie znać, co o tym myślicie. Gdy zarejestrujecie się na forum, będziecie musieli chwilę poczekać, aż Was zatwierdzę. Potem będziecie mieli dostęp do wszystkich pokoi. Jeżeli czegoś nie ma, czegoś Wam brakuje, to zapraszam do kontaktu pod adresem kontakt@npp.run. Tam ja lub Ola, która ze mną współpracuje, odpowiemy na Wasze pytania i pomożemy – trochę będzie tu widoczny aktywator z arrangerem w mojej osobie. Bo jest pomysł, zaczynamy to organizować, patrzymy, jak to działa na żywo.

Bardzo serdecznie Was zapraszam do spróbowania, co pozwoli Wam jeszcze lepiej poznać swoje talenty i mieć bezpieczne miejsce do rozmowy o nich.

To tyle na dzisiaj. Dziękuję wszystkim, dziękuję moim patronom za motywację i możliwość testowania tych pomysłów. Dziękuję wszystkim słuchaczom i do usłyszenia w kolejnym odcinku, cześć!

