NENÃ• Å Ã‰F JAKO Å Ã‰F

PondÄ›lÃ-, 28 duben 2008

Dnes mÅ¯Å¾ete pracovat v zahraniÄ•ní firmÄ›, aniÅ¾ byste vytáhli paty z ÄŒech. ZáleÅ¾í jen na vás, jak šikovnÄ› se s
šéfovi budete prezentovat. Jaký je váš "styl marketingu". Co napÅ™íklad tohle: Na moÅ™skou pláÅ¾ vyleze z
vody potápÄ›Ä• a nese v náruÄ•í obrovskou perlu. "Kde jste to vzal? " diví se lidé na pláÅ¾i. "Tam dole na dnÄ› je jich
spousta," vysvÄ›tluje šÅ¥astný potápÄ›Ä•.
Lidé se hned nahrnou do obchodu s potápÄ›Ä•skými potÅ™ebami a skoupí všechny skafandry a kyslíkové bomby.
"Tedy pane vedoucí, to byla zase dneska trÅ¾ba, viÄ•te?" povídá prodavaÄ•ka. "Ano to byla," pÅ™itaká vedoucí, "ostatnÄ› jako
vÅ¾dycky kdyÅ¾ se brácha projde ve skafandru po pláÅ¾i s tou sklenÄ›nou koulí." Víte, jací jsou ti naši "zahraniÄ•ní
šéfové? AmeriÄ•anéKaÅ¾dý AmeriÄ•an se uÅ¾ od narození cítí jako vládce svÄ›ta, i kdyÅ¾ se tÅ™eba ve ško
tak úplnÄ› nedozví, kde Å¾e ten svÄ›t vlastnÄ› leÅ¾í. Zvýšené sebevÄ›domí zámoÅ™ských šéfÅ¯ musíte ov&s
respektovat, takÅ¾e na jakýkoli jejich nápad reagujte obdivným vytím wow, popÅ™ípadÄ› alespoÅˆ táhlým greaaat. V americké
firmÄ› se také hodnÄ› vÄ›Å™í na mávání vlajeÄ•kami,nošení trenclí v podnikových barvách, zpívání korporátní hymny a
vÅ¯bec další projevy tzv. „firemní kultury" (pozn. red. UrÄ•itÄ› si hodnÄ› lidí vzpomene na rÅ¯zné dealerské
prezentace, kde se s nÄ›Ä•ím podobným setkali. StejnÄ› tak uÅ¾ i mnoho našich podnikÅ¯ si po jejich vzoru poÅ™ídilo
„úÅ¾asné a inteligentní firemní hymny"). AmeriÄ•tí manaÅ¾eÅ™i se také poÅ™ád usmívají, coÅ¾ si my ÄŒe&sc
vykládáme tak, jak se se všemi mají rádi a Å¾e se vším souhlasí. Nenechte se zmást. Tihle borci
investovali do svých zubÅ¯ tolik,co vy do svého baráku - a nÄ›jak to pÅ™ece ukázat musí. Zvláštní poddruh:
„AmeriÄ•an z VysoÄ•an" - Takový typický Johnny Reznicek nebo Fitzgerald Utrinos je drsné individuum, které v roce
1988 pÅ™ekroÄ•ilo na vlakovém záchodku jugoslávskou hranici, aby se o dva roky pozdÄ›ji vrátilo jako ostÅ™ílený menedÅ¾r
západního stÅ™ihu. AmeriÄ•an z VysoÄ•an v sobÄ› kombinuje zámoÅ™skou aroganci s Ä•eskou vykutáleností, coÅ¾ z nÄ›j dÄ
nejnebezpeÄ•nÄ›jší formu šéfa. FrancouziJestli uÅ¾ máte pÅ™edpoklad k mrtviÄ•ce a lékaÅ™i vám radí vyhý
stresu, tak o francouzské firmÄ› ani neuvaÅ¾ujte. Francouzi jsou známí tím, Å¾e jejich systém Å™ízení dÅ™ív dohánÄ›l koloni
obÄ•anským válkám a dnes dohání Ä•eské zamÄ›stnance do sanatoria v Kosmonosích. Francouzský manaÅ¾er miluje chaos a
ze všeho nejradši je, kdyÅ¾ mÅ¯Å¾e dvakrát dennÄ› mÄ›nit klíÄ•ové rozhodnutí. OvšemÅ¾e vám klidn
zabije rozjetý projekt -zkuste na to ale upozornit, a budete mít takový „malheur", Å¾e budete doma rychleji neÅ¾ TGV.
NejvÄ›tší výhodou francouzského šéfa je, Å¾e si kaÅ¾dý den zajde na Å™ácký tÅ™í aÅ¾ Ä•tyÅ™hodinový o
dlouhou polední pauzu dovolil i vám, ale aspoÅˆ na chvíli vyklidí kanceláÅ™ a vy mÅ¯Å¾ete nÄ›co udÄ›lat. Zvláštní
znamení: Mohutná parfemizace. Jet v malém výtahu se skupinou galských elegánÅ¯ je vyloÅ¾ený oÄ•istec. No a pokud se k
vám v mezipatÅ™e nacpou ještÄ› dva italští konzultanti, tak se mÅ¯Å¾ete vsadit, Å¾e vás dole vynesou v
bezvÄ›domí. HolanÄ•anéCo Skot zahodí, to HolanÄ•an zvedne. OkÅ™ídlené rÄ•ení pÅ™esnÄ› vystihuje hlavní problém holanc
firem, kterým je jejich nehorázná lakota. Co taky Ä•ekat od národa, který se radši kodrcá pÅ™es celou Evropu v
pÅ™ívÄ›su, neÅ¾ aby vyplázl tÅ™icet euro za hotel? ZaÅ¾il jsem nizozemské vedení, které nutilo zamÄ›stnance, aby strkali do
tiskáren jiÅ¾ pouÅ¾ité papíry a tiskli z obou stran. VÄ›tší škrti jsou snad uÅ¾ jen Korejci, kteÅ™í potištÄ
papíry ještÄ› nosí na toalety, aby ušetÅ™ili za harmasan.Zvláštní znamení: HolanÄ•ané jsou zvídaví a
brzy pochytí pár Ä•eských slov. Pozor tedy na pusu, aÅ¾ budete s pÅ™áteli neformálnÄ› hodnotit, co má ten váš
prÄ•och zase na sobÄ› a jak vás ošulil na prémiích. NapÅ™íklad u AmeriÄ•anÅ¯ tenhle problém odpadá - ti se pÅ™es
nÄ›jaké to „aaa - choj" nikdy dál nedostanou. NÄ›mciNÄ›mecký národ je nám blízký, tak blízký, Å¾e zná mnohé dámy
v našem pohraniÄ•í lépe neÅ¾ my sami. Tím ale intimita konÄ•í, protoÅ¾e v práci si NÄ›mec nikoho k tÄ›lu nepustí. Na
všechno je proces, zasedání stÅ™ídá zasedání, a na konci dne si Ä•lovÄ›k pÅ™ipadá jak v jedné z tÄ›ch nekoneÄ•ných
talkshow na RTL, kde Uwe a Uschi neustále vykládají svÄ›tu, jak se v dÄ›tství poÄ•urávali. Ve firmÄ› panuje tuhá
centralizace a neÅ¾ váš projekt doputuje na schválení do Å˜íše (s povinnou zastávkou v Dubí), tak uÅ¾
nebudete vÄ›dÄ›t, Ä•eho se vlastnÄ› týkal.Zvláštní znamení: Na nÄ›meckém šéfovi je hezké to, Å¾e kdyby se
pÅ™etrhl, vÅ¾dycky bude mít v angliÄ•tinÄ› ještÄ› hustší pÅ™ízvuk neÅ¾ vy. JaponciJaponci jsou zvlá&scaron
Na jednu stranu jsou velmi zdvoÅ™ilí a poÅ™ád se klaní, aÅ¾ skoro mlátí Ä•ely o jekor. Na druhou stranu umÄ›jí dát najevo, Å¾
nás i další cizince povaÅ¾ují za hmyz a Å¾e kdyÅ¾ my jsme ještÄ› lezli po stromech, oni uÅ¾ mÄ›li vypilovaný
obÅ™ad a jejich uÄ•enci sepisovali hrdinné skutky dynastie Å½vejÅ¾uÅ¾u. Práce pro japonskou firmu je vhodná pro submisiv
typy a poskytne vám spoustu záÅ¾itkÅ¯, za které byste v sadomaso salonu museli tÄ›Å¾ce platit.Zvláštní znamení:
Japonští šéfové jsou beznadÄ›jní cholerici a kdyÅ¾ se poÅ™ádnÄ› rozÄ•ilí, skáÄ•ou vzteky aÅ¾ do výše
ramen, coÅ¾ bývá klidnÄ› i pÅ¯l metru. ChraÅˆte se v takové situaci usmát - to uÅ¾ byste mohli rovnou spáchat harakiri. Dol
styl je taky tenhle: Kamelot VeÄ•erníku vykÅ™ikuje na ulici: "Obrovský podvod! 90 obÄ›tí! Obrovský podvod!" Okolo jdoucí ch
koupí noviny, prolistuje je a podráÅ¾dÄ›nÄ› poznamená: "Co to tu vykÅ™ikujete, kdyÅ¾ se tam nic o obrovském podvodu
nepíše!"
"Obrovský podvooooood! JiÅ¾ 91 obÄ›tí! Obrovský podvod!", pokraÄ•uje ve svém marketingu kamelot...
Z hlubin internetu vyhrabala Alena T.