

Desatero k úspěchu

1100



OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA
ADAPTABILITA



Evropský sociální fond, Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

Baby Office - coworkingové centrum s miniškolkou na podporu sladování rodinného a pracovního života

Reg. č.: CZ.2.17/2.1.00/35203

SEBEPOZNÁNÍ

Motto: CESTA je CÍL

NASTARTUJTE SVŮJ ROZVOJ, MYŠLENÍ A PRIORITY!

1. Mateřství samo o sobě plně naplňuje jen 20 % žen. Ke spokojenému životu matky je nutné vyjít ze sociální izolace a stereotypu, udržovat kontakt se starým životem a zažívat pocity seberealizace

2. Do pyramidy potřeb amerického psychologa A.H.Maslowa patří kromě fyzického přežití, pocitu bezpečí a vytváření společenství (láska, rozmnožování) i pocit vlastní hodnoty, uznání ostatních a právě seberealizace.

3. K zamyšlení: Co pro vás znamená termín „správná matka“?

4. PRACUJI, TEDY JSEM?

Práce má pro člověka ekonomický a sociální rozměr. V práci člověk získává pocit úspěšnosti, uznání a potřebnosti. Práce život organizuje a člověk skrze ní vytváří své já a pracuje na svém sebevědomí.

5. CHCI PODNIKAT?

Nejprve si ujasněte svou podnikatelskou vizi – chcete velkou firmu, OSVČ nebo partnerství?

6. Máte vlastnosti potřebné pro podnikání? Mezi osobní předpoklady k podnikání řadíme pracovitost, podnikavost, znalosti, solidnost, odvahu, vytvrvalost, trpělivost, cílevědomost a ctížádost.

7. Další vhodné schopnosti pro podnikání:

- Vím o čem mluvím a co dělám
- komunikace, strategie, organizace, delegace, řešení konfliktů, teamová práce, obchodní dovednosti, kreativita

8. Odpovězte si na otázky:

Kdo jsem a kam směřuji? Co od sebe očekávám? Jaké jsou mé silné a slabé stránky?
Jaké jsou mé vize a cíle?

9. Udělejte si osobní SWOT analýzu, typologii MBTI a poznejte své silné a slabé stránky.

10. Nejprve si ujasněte svou podnikatelskou vizi – chcete velkou firmu, OSVČ nebo partnerství? Máte vlastnosti potřebné pro podnikání? Mezi osobní předpoklady k podnikání řadíme pracovitost, podnikavost, znalosti, solidnost, odvahu, vytvrvalost, trpělivost, cílevědomost a ctížádost.

SEBEPREZENTACE

Sebevědomí

- je největší hodnotou člověka, zaměstnavatel ho bere jako největší přednost
- spadá do emoční inteligence
- člověk potřebuje vnější dodavatele sebevědomí
- sebevědomí není vrozené, je to naučená vlastnost

Pro zvýšení sebevědomí – každý den najít jednu věc, za kterou se můžu pochválit

- mít alespoň jednu osobu, která funguje jako „dodavatel“ sebevědomí

Prezentace

- O čem – co chcete říct a komu
- K čemu
- Vtip – měla by být zábavná, důležité je určit cílovou skupinu a podle toho prezentaci postavit
- Jako kšandy – měla by být zajímavá a napínavá
- Jdu s vámi – být na stejné vlně s publikem
- Už dost – vědět, kdy přestat

Desatero pro přípravu powerpointové prezentace

1. Vždycky dělat prezentaci sám!
2. Vytvořit jen jako osu s relativně málo informacemi – více říkat než mít napsáno
3. Cílem je vždy vzbudit pozornost
4. Zapojit i účastníky
5. Nepoužívat jen fakta ale i historky ze života nebo osobní příběhy
6. Nestavět formu nad obsah
7. Střídmá grafika – nesmí upoutat víc než vy!
8. Nácvič ano, ale s mírou
9. Posluchači nejsou nepřátelé
10. Nejlepší improvizace je být připraven

MARKETING

1. Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními. Filip Kotler

2. Nelepší značkou pro vaše zboží nebo služby jste vy sama!
Tomu se říká osobní branding a je na něm postavená velká část marketingové komunikace 21. století.

3. Dobré zboží se prodává samo ... ano, ale až u dvacet let zavedené firmy.

4. MARKETING MIX – PRAVIDLO 4 P

PRODUKT - produkt

PROMOTION - reklama

PLACE - místo

PRICE - cena

5. Ideální vlastnosti pro správný marketing – fantazie, kreativita, sebevědomí, nadšení pro věc, pružné přizpůsobení se situaci, srozumitelnost, ovládat umění budovat značku

6. Pravidla pro budování značky

- Proč vy? Proč váš produkt?
- Komunikujte (mluvte, pište) srozumitelně
- Zaměřte se na PR, ne na inzerci
- Značka se buduje na tom, co o vás lidé říkají, ne na tom, co o sobě říkáte vy

7. Nástroje marketingové komunikace

- Reklama
- On-line
- Public relations
- Marketingové materiály
- Marketingové akce

8. Marketingová komunikace musí být správně „namíchaná“ - marketingový mix

9. Značka se buduje na tom, CO o Vás lidé říkají, ne na tom, CO o sobě říkáte Vy

10. Marketingový plán je jako mapa při cestě na dovolenou.

Bez ní můžete zabloudit, a než se vrátíte zpět na správnou cestu, bude vás to stát peníze navíc.

KOMUNIKACE

- 1.** Komunikace je základ pracovního a rodinného života. Pokud ovládnete umění komunikace, může se stát vaší nejsilnější zbraní. Vaše schopnost sdělit dobře o co vám jde znamená rozdíl mezi úspěchem a neúspěchem. Komunikace a dialog otevírá svět.
- 2.** Jak tedy komunikovat správně a efektivně?
 - Vzbudte sympatie
 - Vytvořte otevřenou a důvěryhodnou atmosféru
 - První dojem berte s rezervou
 - Nic nepředstírejte
 - Aktivně naslouchejte
 - Naučte se sumarizovat
 - Hovořte jasně, srozumitelně a nepodceňujte „řeč těla“ (pohyby, kývání hlavou, gesta, mimika, hlas, výraz tváře, chůze, pozice a držení těla, oční kontakt, vzhled)
- 3.** Člověk, který umí dobře a úspěšně komunikovat, zná své téma, své silné a slabé stránky a vhodné výrazy, které neváhá použít.
- 4.** Má jasný hlas, sebeúctu, pokoru, dostatek energie a elánu, správné držení těla a umí dobře naslouchat i sumarizovat. Ví, jak projevit empatii, uvážene pracuje a vytvářet vazby a budovat vztahy.
- 5.** Kvalita komunikace je samozřejmě ovlivněna i příjemcem. Schéma komunikace funguje na ose autor zprávy – vlastní zpráva – prostředek vyjádření – příjemce zprávy – zpětná vazba
- 6.** Při komunikaci s klienty je důležité především pečlivě naslouchat, říkat pravdu, být stručný a používat zájmeno já. Naopak je nutné vyvarovat se útočení na konkurenci, užívání firemního žargonu a přílišných emocí.
- 7.** Ideální vlastnosti pro úspěšnou komunikaci jsou připravenost, schopnost improvizace, srozumitelnost, energie, pozitivní pohled na svět, zdravé sebevědomí, nadšení pro věc, pružné přizpůsobení se situaci a empatie.
- 8.** Pokud nekomunikujeme správně, vystavujeme se nebezpečí promarněného času, nedostatečných výsledků, sporů, rozpadu vztahů, ztráty důvěry, nedorozumění i zhoršení obchodů.
- 9.** Základem Vaší komunikace jste VY = VY ovlivňujete svoji komunikaci a jen VY jí můžete zefektivnit a vylepšit
- 10.** To nejdůležitější v komunikaci je slyšet to, co nebylo řečeno. P.F. Drucker

TIME MANAGMENT

1. Time managment se zabývá plánováním času za účelem zvyšování efektivnosti jeho využití.
2. Odpovězte na otázky: Chodíte pozdě? Pracujete pod tlakem? Nedokončujete věci? Zapomínáte co máte udělat? Nemáte volný čas? Pokud jste na některou z otázek odpověděla kladně, zřejmě máte problém s time managmentem.
3. Pro zlepšení time managmentu je důležité nejprve definovat vaše hodnoty, co pro vás znamená a jak je naplňujete. Zaměřte se na stanovení priorit. Pamatujte přitom, že mnoho priorit znamená žádné priority.
4. Mějte přehled o tom, co děláte. Buďte realistická. Pište si poznámky. Omezte činnosti, které jsou zbytečné a jen zabírají čas.

Metody zlepšení vašeho time managmentu

5. Priorita – 4 D system

Do it – je potřeba věc udělat hned? Pokud ano, udělejte ji, pokud ne, jděte na druhý bod

Delay it – rozhodněte se, kdy je potřeba věc udělat a určete si priority. Napište si do poznámky, kdy je potřeba ji udělat.

Delegate it – pokud můžete, delegujte úkol na jiného kompetentního člověka

Drop it – Pokud se v průběhu procesu věc ukázala jako nepotřebná a zbytečná, nedělejte ji

6. SMART CÍL je

- Specifický - konkrétní
- Měřitelný – stanovte si měřítko úspěchu
- Akceptovatelný - podporovaný
- Realistický – můžete ho zvládnout
- Termínovaný – stanovený časový horizont

7. MODEL: CO CHCI

CO MÁM

KAM SMĚŘUJI

8. MÁM PLÁN – Krátkodobý, Střednědobý, Dlouhodobý

9. CO A V JAKÉ MÍŘE JE TŘEBA

10. Pravidlo 60 - 20 -20, je potřeba si plánovat čas tak, že 60% času vám zabere realizace aktivity, 20% máte na řešení nezbytných věcí a 20% strávíte lelkováním.

STRES MANAGMENT

Stres zásadně ovlivňuje naše psychické i fyzické zdraví.

Pociťujeme ho jako břímě, zátěž tlak nebo tíseň. Vyvolává emoční a výkonové změny.

Stres může způsobovat například přepracování, nedostatek spánku, nenadálá životní událost, krize v partnerství apod.

Odpovězte si na otázky:

Co je váš největší stresor? Jak se na vás stres projevuje? Jakými způsoby bojujete se stresem?

FÁZE STRESU

- 1.fáze – symptomy stresu – alarm
- 2.fáze – poplachová reakce organismu
- 3.fáze – obranná fáze – adaptace
 - a) aktivní – snaha o zvládnutí situace, boj, odhodlání
 - b) pasivní – vzdání se, útěk
- 4.fáze – jedná se o výsledek fáze adaptace, pozitivní či negativní

JAK NA STRES?

1. Řešení problému, ze kterého náš stres vzniká – řešení pramenu stresu
2. Nevystavovat se stresorům
3. Zdravý životní styl – zvyšuje naši odolnost vůči stresu
4. Mít radost ze života
5. Naučit se předvídat stres
6. Představit si budoucí stresující událost a zároveň jak se s danou situací vyrovnat, určit si odměnu v případě úspěchu, před událostí se uvolnit ověřeným relaxem a neočekávat 100 % úspěch
7. Nedělat si starosti, ještě nikdy ničemu nepomohly
8. Najít si čas na relaxaci
9. Najít si čas na přátele, stýkat se s lidmi
10. Udělat si čas na sebe

SLAĎOVÁNÍ PRÁCE A RODINY

1. Slaďováním práce a rodiny se dnes zabývají především ženy, muži ho většinou příliš neřeší, protože to od nich nikdo neočekává.
2. Pohled na muže a ženy změnila průmyslová revoluce, kdy začali muži odcházet za prací do měst a továren a ženy začaly být spolu s dětmi mimo hlavní dění. Do té doby dělali muži i ženy to, co bylo doma potřeba, včetně péče o děti.
3. V současnosti je v ČR na rodičovské dovolené 98 % a jen 2 %

Jak nejlépe slaďovat?

4. Uvědomte si, že nemůžete mít jen růžové brýle a okolí klidně prezentujte i negativa mateřství, například stres
5. Nastavte si priority a uvědomte si, že všechno stihnout nejde a že věci nemusí být dokonalé
6. Mateřství není vrozená vlastnost a tím, že se stanete matkou, se nestáváte někým jiným
7. Uvědomte si, že role žen a mužů jsou do velké míry přežitá a stereotypní
8. Rozdělte se o povinnosti
9. Využijte možnosti flexibilních úvazků nebo práce z domova
10. Věnujte čas na utřídění svých myšlenek, vytvořte si myšlenkovou mapu

Slaďování je hlavně o vás, začíná uvnitř a souvisí především s tím, kdo jste, co chcete a se sebevědomím

TIPY PRO HOME OFFICE

- Pokud to jde, pracujte bez dítěte (když spí apod.)
- Nesmíte se zabývat tím, co je doma potřeba udělat – kupte si paravan a pracovnu oddělte
- Klidně se oblékněte jako když jdete do práce

ŽENA MANAŽERKA

O ženě manažerce se přemýšlí velmi stereotypně.

Společnost stále rozděluje muže na živitele a manažery a ženy na matky.

Ženy se berou jako ty, které vždy preferují rodinu před prací a kariéra je pro ně až na druhém místě.

Ženy také společnost považuje za více emotivní a neschopné jednat racionálně.

Takové stereotypy jsou velmi limitující. Pozor: naše vlastní vnitřní bariéry (nemůžu být dobrá i v práci, chci být hlavně dobrá matka) nás často limitují více než vnější bariéry (co si kdo myslí apod.).

Zamyslete se, jak s těmito stereotypy a bariérami nejlépe bojovat a odpovězte na otázky: Jak je kariéra vnímána u mužů a jak u žen? Co ženskou kariéru ohrožuje a limituje? Je pro vás důležitá pracovní seberealizace? Máte svoji kariéru naplánovanou?

Proč být dobrou manažerkou?

1. Jen tak můžete úspěšně nastartovat a udržet vaše podnikání nebo být úspěšná na trhu práce
2. Budete mít pod kontrolou své sebevědomí, time management, rozhodování i komunikaci
3. Budete mít pod kontrolou pracovní i osobní život

K zamyšlení: Jaká je dobrá manažerka? Jak být dobrou manažerkou?

4. Je sebevědomá – uvědomuje si své silné stránky a přednosti, zná svůj potenciál a rezervy a zná dokonale oblast, ve které podniká
5. Umí řídit lidi i sebe
6. Je asertivní – ovládá zdravé sebeprosazování a respekt vůči jiným
7. Vyjadřuje ostatním respekt, ale také ho vyžaduje
8. Ovládá komunikaci – verbální i neverbální, krizovou i „face to face“
9. Orientuje se v mezilidských vztazích – je lidská, vnímavá a má sociální cítění, zajímá se o podřízené a umí komunikovat s lidmi na „všech úrovních“
10. Nepochybuje o sobě a i v krizi vidí příležitost

ZDRAVÁ FIRMA

Zdravé podnikání – realizovatelné podnikání
Zdravá firma v 8 bodech

1. Funguje na poctivých základech
2. Má zdravé cash-flow
3. Má reálné cíle
4. Nabízí životaschopné služby či produkty
5. Má zdravou firemní kulturu a zaměstnanci i klienti jsou spokojeni
6. Má dobrou interní i externí komunikaci
7. Má silný brand, který neustále posiluje
8. Snaží se o zvýšení kvality pracovního prostředí

Před začátkem podnikání je důležité stanovit si – co, proč, pro koho, jak, kdo, za kolik a kdy – odpovědí je BYZNYS PLÁN

9. BYZNYS PLÁN odpovídá na 4 základní otázky:

1. Poslání – Kam by měl směřovat váš business? Čeho chcete dosáhnout? Stručně, srozumitelně a hlavně splnitelně!
2. Cíl – Kam se chcete dostat? Klidně si vytyčte více cílů - čím více jich je, tím je větší naděje na úspěch.
3. Strategie – Jak se tam chcete dostat? Strategie se musí opírat o detailní průzkum trhu. Kdo bude můj zákazník? Kdo mi bude co dodávat a jak často? Kolik budu potřebovat zaměstnanců a z čeho je budu platit? Kdo je moje konkurence a ja se od ní budu lišit? Co udělám lépe než oni? Jaké jsou nové trendy v oblasti mého podnikání a jak je mohu využít?
4. Rozpočet – Máte dost peněz na rozjezd? Pokud nemáte, kde vezmete kapitál? Jaké náklady a výnosy plánujete?

Chytrý BYZNYS PLÁN je písemný, stručný a přehledný.

10. Dobrá podnikatelka ví, že

- Pověst je největší hodnota v byznysu
- Čas není nekonečný a všech možností se musí využít co nejdříve
- Důležité je rozvíjet se a nebát se chyb, když spadnete tak prostě znovu vstaňte

TIPY PRO JIŽ FUNGUJÍCÍ PODNIKÁNÍ

1. INOVACE

- Neusnout na vavřínech, konkurence je dravá
- Nutnost starat se jak o běžný chod podnikání, tak o inovace

2. SPRÁVNÁ SEBEPREZENTACE

- Důležité informace sdělit v prvních větách, pak pozornost posluchače výrazně klesá

3. OUTSOURCING

- Některé věci je lepší si zaplatit – člověk ve finále ušetří

4. HARMONOGRAM

- Práce po nocích nejde na trvalo – je potřeba vytvořit si režim

5. SÍŤOVÁNÍ

- V současnosti nejdůležitější – navazování nových kontaktů na networkingových akcích

6. WEB Kvalitní obsah pro uživatele, ne pro vyhledávače (klasické SEO je minulostí)

- Kvalitní zpětné odkazy - z blogů, diskuzí a kvalitních serverů
- Důležité jsou recenze na webu

7. Propojení webu se sociálními sítěmi – facebook, twitter

8. LEADERSHIP

9. RŮST

Firma, která neroste, tak stagnuje a od stagnace je jen krůček k úpadku.

10. EXIT

Cílem podnikání může být vydělat peníze, firmu prodat a peníze dále investovat.

Desatero k úspěchu

Vydal: Hana Krejčí, Pod Harfou 58, 190 00 Praha 9

editor: Hana Krejčí, oppa.babyoffice.cz, kontakt: hana.krejci@babyoffice.cz

Evropský sociální fond, Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

Reg. č.: CZ.2.17/2.1.00/35203

Název prioritní osy: Podpora vstupu na trh práce

Název projektu: Baby Office - coworkingové centrum s miniškolkou na podporu sladování rodinného a pracovního života

Skupina aktivit: B. Podpora souladu pracovního a soukromého života