

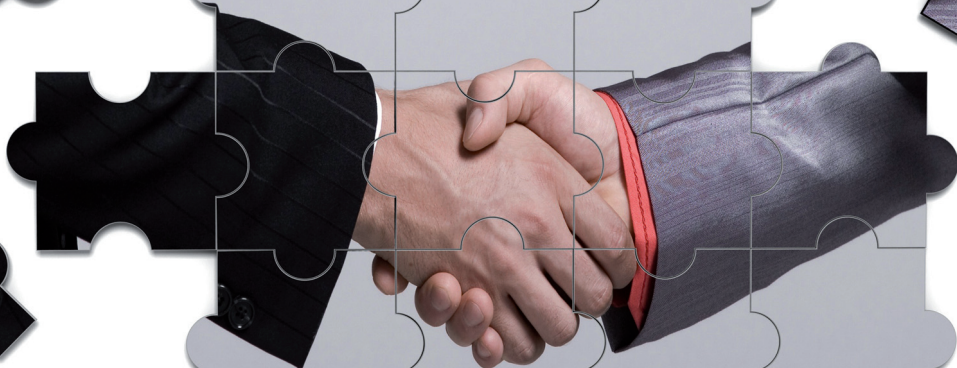
# PRODEJ

DŘINA

NEBO

HRA

Jiří Jemelka



*Knihu věnuji všem poctivým a čestným obchodníkům i těm,  
kteří mají upřímnou touhu takovými se stát.*

---

Jiří Jemelka

# PRODEJ

DŘINA

NEBO

HRA



Grada Publishing

***Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy***

*Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.*

Ing. Jiří Jemelka

## Prodej – dřina nebo hra

---

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE

Vydala Grada Publishing, a.s.  
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7  
tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400  
[www.grada.cz](http://www.grada.cz)  
jako svou 5204. publikaci

Odpovědná redaktorka Mgr. Marie Zelinová  
Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková  
Počet stran 240  
První vydání, Praha 2013  
Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., ROK  
Cover Photo © Photobanka Allphoto

ISBN 978-80-247-4805-4

---

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE

ISBN 978-80-247-8578-3 (ve formátu PDF)  
ISBN 978-80-247-8579-0 (ve formátu EPUB)

# Obsah

O autorovi .....	12
Předmluva .....	13
Úvod .....	15
<b>1</b>	
1.1 Základ života – vybudované porozumění .....	17
1.2 Úkol člověka – činit druhé šťastnými .....	18
1.3 Nech být OK vše, co se děje .....	19
1.4 Vytrvalost je mírou víry .....	19
1.5 Ved' obchodní schůzku uvolněně a v klidu .....	21
<b>2</b>	
2.1 Jak uvnitř, tak venku .....	22
2.2 Cíl obchodní schůzky? Nejdříve kvalita – vnitřní klid, vybudované porozumění, teprve potom kvantita – velikost objednávky .....	23
2.3 Otázky zaměřené na zjištění zákaznických potřeb .....	24
2.4 Pozornost zaměř ven – na klienta, pak se při obchodování budete oba cítit lépe .....	26
2.5 Dva faktory, které rozhodují o nákupu – bolest a radost .....	27
2.6 Vytrvalé zaměření se na kvalitu schůzek přináší výsledky .....	29
<b>3</b>	
3.1 Síla rozhodnutí .....	31
3.2 Zdravá, nevtíravá smělost obchodníka .....	32
3.3 Pokora poprvé .....	33
3.4 Pokora podruhé .....	34
3.5 Otázky – základní nástroj obchodníka .....	35
3.6 Do třetice všeho dobrého i zlého – pokora .....	36
<b>4</b>	
4.1 Bez sebedůležitosti .....	38
4.2 Význam obchodu – vytvářet hodnoty pro druhé .....	39
4.3 Čistota rozhodnutí – rozhodnost, jeden z hlavních klíčů k úspěchu .....	40

	4.4	Zákazníkovi patří plná pozornost aneb Čistý a upřímný zájem o člověka – další klíč k úspěchu .....	42
	4.5	Spustíš? Nespustíš? .....	42
	4.6	Buď obchodník profesionál – s lidskou tváří a vnímavým srdcem .....	43
<b>5</b>	5.1	Další klíč k úspěchu – neustálý trénink, neustálé kontinuální zlepšování se coby obchodníka i člověka .....	46
	5.2	Jak uvnitř, tak vně – mé zaváhání, zákazníkovo zaváhání .....	47
	5.3	Základní přesvědčovací nástroje : vnitřní jistota obchodníka, řeč těla, tonalita hlasu – teprve pak následují co do přesvědčivosti slova a jejich význam .....	48
	5.4	Nikdy neházej flintu do žita .....	50
	5.5	Nejlepší způsob, jak navázat rozhovor – vyslovit, co jsem vyzoroval .....	51
	5.6	Zásada pro obchod zní: Nejdříve vždy zjisti potřeby, teprve pak přesvědčivě prezentuj .....	53
	5.7	Po uzavření obchodu se s klientem dál bav o životě – chceš přítele, ne „zákazníka na jedno použití“ .....	54
<b>6</b>	6.1	Chceš uzavřít obchod? Vybuduj s druhou stranou vzájemné porozumění .....	57
	6.2	Soustřed se ze všech sil na zájmy klienta – vyplatí se to .....	58
	6.3	Mluv od srdce, obchoduj srdcem .....	59
	6.4	Nevyvíjej na zákazníka nátlak .....	60
	6.5	Obchodem chci získat přítele, nejen zákazníka – to je ta nejkrásnější věc na byznyse .....	62
<b>7</b>	7.1	Vše, co potřebuješ k obchodu – schopnost vybudovat porozumění, schopnost naslouchat a rozhodnutí být druhému užitečný .....	64
<b>8</b>	8.1	Když se nedaří, nevzdávej to – nezdary netrvají věčně, vytrvej .....	67
	8.2	Dávej druhému zřetelné najevo, že mu rozumíš – pokud mu skutečně rozumíš .....	68
<b>9</b>	9.1	Tajemství „Pana Obchodníka“ – klid, vyrovnanost, touha vyslechnout a pochopit, prozíravě odpovědět, zachovat si v každé situaci vnitřní rovnováhu .....	71
	9.2	Vnitřní klid, vnitřní klid a vnitřní klid .....	72
	9.3	Každý člověk má právo na svůj vlastní názor. Umím to pochopit? .....	72

	9.4	Nech druhé mluvit, to je celé .....	73
	9.5	Být v klidu, vnímat, co se děje – a pak říct, co mám zrovna na myslí .....	75
	9.6	Jak uvnitř, tak vně – platí stále .....	76
<b>10</b>	10.1	Řekni si o reference .....	78
	10.2	Znovu a znovu – nejdříve zjistí, co chce zákazník, teprve pak předloží nabídku .....	79
	10.3	Pokud jsou otázky základním nástrojem obchodníka, potom otázka „proč?“ je mezi nimi zlatem .....	79
	10.4	Vždy klientovi zrekapituluj, co ses od něho dozvěděl – klidně i třikrát, čtyřikrát za celou obchodní schůzku .....	81
	10.5	Základní paradox – čím méně chceš prodávat a čím víc chceš pomáhat, tím víc obchodů dojednáš .....	83
<b>11</b>	11.1	Podceňovaná síla rozhodnutí .....	84
	11.2	I obchodník má právo vybírat si zákazníky .....	85
	11.3	Podle ovoce poznáte správnost či nesprávnost rozhodnutí .....	86
<b>12</b>	12.1	Když uzavřeš obchod, je to OK – když ho neuzavřeš, je to taky OK ...	87
	12.2	Nejdříve seznam klienta s hodnotou a přínosem výrobku/služby pro něho, teprve pak mluv o ceně této hodnoty a přínosu .....	88
	12.3	Střídej „rytmus“ nálady na schůzce – uvolněnost a smích s vážností a upřímností .....	89
	12.4	Chvilce, kdy zákazník přemýšlí, je posvátná – buď zticha .....	91
	12.5	Vždy, vždy, vždy umožni klientovi zachovat si tvář – ať už má pravdu nebo ne .....	92
	12.6	Nesnaž se dostat klienta tam, kam chceš ty – to ty se přizpůsob jeho potřebám .....	93
	12.7	Ticho a pohled do očí .....	94
	12.8	Shrnutí klíčových bodů prodeje .....	96
<b>13</b>	13.1	A co když klient už má dodavatele, konkurenční firmu? Běž si prostě jen popovídat .....	98
	13.2	Úsměv od srdce rozpouští ledy .....	99
	13.3	Nech druhému jeho pravdu .....	100
	13.4	Nepři se s druhými o nepodstatné věci. Dej klientovi prostor mít pravdu, říct, co chce říct .....	101

<b>14</b>	14.1	Opakování, matka moudrosti – když si jednou něco uvědomíš, neznamená to, že si toho budeš vědom „navěky“ .....	105
	14.2	Budovat porozumění – základ obchodu .....	105
	14.3	Sobectví v obchodě – neúspěch jistý .....	107
	14.4	Dej druhému člověku své srdce – on ti pak dá to svoje. Získej si srdce člověka – on ti pak dá svou důvěru v tebe .....	108
	14.5	Rozjímání o účelu obchodu .....	109
	14.6	Na schůzku budu chodit s tím, že na prvním místě je vybudovat porozumění .....	110
<b>15</b>	15.1	Co to znamená být v kůži druhého člověka .....	112
	15.2	Několik slov o telefonování .....	113
	15.3	Když je klient vztekly, běž za ním ve své emoci vědomě „dolů“ .....	115
	15.4	Měj z obchodu radost, neboj to smrtelně vážně .....	117
<b>16</b>	16.1	Co když mám v hlavě myšlenku: „Nezvládnou to!“ .....	119
	16.2	Pouhé potlačování negativních pocitů tě vždy zradí .....	120
	16.3	Dělej vše nejlépe, jak umíš. Podle nejlepšího vědomí a svědomí – pak bude vše OK .....	120
<b>17</b>	17.1	Řekni klientovi, že nejsi prodejce, který musí za každou cenu prodat – myslíš-li to vážně, sblíží vás to .....	122
	17.2	Zajímej se o druhé tak dlouho, dokud se nezačnou oni upřímně zajímat o tebe .....	124
	17.3	Když nevíš, co říct nebo udělat, mlč, buď v klidu a nech věcem volný průběh .....	126
	17.4	Když se ti nedaří, nevzdávej se. Buď aktivní, používej zdravý selský rozum, dej do „toho“ srdíčko .....	128
	17.5	Možná stačí méně hodnotit a více se snažit porozumět .....	129
<b>18</b>	18.1	Na prvním místě člověk, ne obchod .....	131
	18.2	Dávej druhým najevo, že jim rozumíš – vytváří to „most porozumění“ mezi vámi .....	133
	18.3	Používej další nástroj obchodníka – usměrňování toku zájmu .....	134
	18.4	Jak můžeš reagovat, mimo jiné, na zákaznickou otázku: „A co mi vlastně můžete nabídnout?“ .....	136
	18.5	Nech zákazníky, ať si vybírají a nakupují sami. Neprodávej, jen usměrňuj obchodní jednání .....	137
	18.6	Dej zákazníkovi šanci a prostor přemýšlet o tom, co chce .....	138



	18.7 Tvůj neverbální projev dává klientovi výraznou zpětnou vazbu – nehodnot tedy klientova slova přehnaným neverbálním projevem (vytřeštěnýma očima apod.), pokud mluví o něčem choulostivém .....	140
	18.8 Řekni si o obchod .....	141
	18.9 A co když přijde námitka? .....	142
	18.10 Co následuje po schůzce? .....	143
<b>19</b>	19.1 A kdo tluče, tomu bude otevřeno... Tluč, pros, hledej .....	145
	19.2 Jedna z největších chyb – být netrpělivý .....	147
	19.3 Otázky – klíč k cestě a výsledku .....	147
	19.4 Obchodník, který nemá v prodeji výsledky, nemá skutečné odhodlání uspět .....	148
	19.5 Několik postřehů navíc .....	149
<b>20</b>	20.1 Na nic si nehraj, buď upřímný a přirozený, buď sám sebou .....	151
	20.2 Trpělivě a upřímně se zajímej .....	151
	20.3 Co se mám tímto naučit? .....	153
<b>21</b>	21.1 Na obchodní schůzku se připrav, nepodceňuj význam přípravy .....	155
	21.2 Odstraň svou vídnostní sociální masky a tvrdost obchodních partnerů .....	156
	21.3 Co tím máte na mysli, hodně peněz? .....	156
	21.4 Při zvládání námitek neargumentuj, snaž se vžít do zákazníka a pochopit to, čeho se bojí. Pak předlož důkaz, ne argument .....	158
	21.5 Zkoušej to. Kdo nic nezkusí, nic nezíská .....	160
	21.6 Na počátku schůzky se pohodlně posaď a sed' tak po celý rozhovor .....	161
<b>22</b>	22.1 Sedm bodů prodeje .....	163
	22.2 Klid, pohoda, duševní rovnováha .....	163
	22.3 Upřímnost nad zlato .....	164
	22.4 Trpělivý zájem .....	165
	22.5 Pozorné naslouchání .....	167
	22.6 Porozumět lidem .....	167
	22.7 Stále se učit .....	168
	22.8 Účel .....	169

23	23.1	Duševní stav obchodníka – proč jej řešit? .....	171
	23.2	Tvoje schopnosti říkají: „Dokážeš to“ .....	171
	23.3	Věnuj pozornost tomu, co cítíš uvnitř, nejen tomu, co vidíš vně .....	172
	23.4	Buduj důvěru, teprve pak prodávej .....	173
	23.5	Klíč k obchodu – najít přání a potřeby zákazníka. Najdi aspoň 5–7 důvodů „proč“ .....	174
	23.6	Používej shrnutí, rekapitulaci rozhovoru tak často, jak jen to jde .....	174
	23.7	Sleduj nejlepší zájmy klienta .....	176
	23.8	Jak vypadá profesionální obchodník? .....	176
24	24.1	Síla rozhodnutí působí stále .....	178
	24.2	Trpělivost, trpělivost, trpělivost .....	179
	24.3	Lidi nezajímá, co pro ně máš, dokud nepoznají, že se zajímáš především o ně .....	179
	24.4	Plusové body v komunikaci .....	180
	24.5	Projevovat úctu druhému člověku – základní lidská slušnost .....	182
	24.6	Člověk velmi dobře reaguje na „plusovou komunikaci“ .....	183
25	25.1	Tisíc a jedna každodenní maličkost .....	186
26	26.1	Naslouchej svému vnitřnímu hlasu, hlasu svědomí .....	197
	26.2	Intenzita, energie, moudrost .....	198
27	27.1	Základ života .....	200
28	28.1	Psychická příprava na schůzku .....	201
	28.2	Udělej během přípravy na schůzku vše, co je v tvých silách – na schůzce samotné dej věcem volný průběh .....	202
	28.3	Kompas pro životní cesty .....	203
29	29.1	Vytrvalá a vstřícná snaha o komunikaci .....	205
30	30.1	Pokud ti klient zruší smlouvu, nevzdávej se, nezanevři na něj – kontaktuj ho za nějaký čas v přátelském duchu znovu .....	207
	30.2	Historicky byl prodej založen především na prezentaci a přesvědčování. Poté přišla doba, kdy obchodníci především naslouchali. Dnes se obchod posouvá dál. Jeho základem bude přátelství – a samozřejmě kvalitní produkt .....	208

30.3	Klientova otázka, obava, nejistota – to nejsou námitky .....	209
30.4	Nátlakem a argumentací zvládají námitky amatéři. Profesionální obchodník zvládá námitky porozuměním, pochopením, otázkami, vstřícností, diskuzí a trpělivostí .....	210
30.5	Nereaguj na slovní výpady – buď stále klidný, drž se debaty k věci .....	211
30.6	Vyjít se dá s každým, pokud se pro to rozhodneš a jsi připraven zaplatit za to cenu – od trpělivosti přes sebezapření až po pokoření .....	214
30.7	Cesta na vrchol. A zpátky .....	215
<b>31</b>	31.1 Obchod s přítelem .....	218
	31.2 Upřímnost k sobě samému .....	220
	31.3 Udělej z úspěchu zvyk .....	221
	31.4 Příčina a důsledek, akce a reakce, kauzalita .....	223
	31.5 Jak se zlepšovat? .....	224
	31.6 Znamení dobrého obchodníka .....	225
	Závěr .....	233
	Doslov .....	234
	A na úplný závěr .....	235
	Seznam lekcí .....	236

## O autorovi



Tuto knihu napsal na základě svých prodejních zkušeností obchodník, marketingový specialista, odborník na růst a rozvoj firem, podnikatel, školitel, lektor a kouč v oblastech management, prodej, marketing a finance: Ing. Bc. Jiří Jemelka. Zakladatel společnosti J.I.P. pro firmy s.r.o. zaměřené na zvyšování produktivity v obchodních i výrobních firmách ([www.jip-pf.cz](http://www.jip-pf.cz)), provozovatel specializovaného webu restrukturalizace.cz a marketingového poradenství na [www.btcí.cz](http://www.btcí.cz). Díky zkušenostem, praktičnosti uvažování, schopnosti rychle a věcně proniknout do problému se všemi podstatnými souvislostmi a vazbami je považován za odborníka v dané oblasti.

Vystudoval VŠB-TU Ostrava, obor Management a ekonomika, dálkově studoval na Impac University, USA, Florida, 2005, obor Operations Organization. Deset let se věnuje obchodnímu, podnikovému a marketingovému poradenství, rozvoji, revitalizaci a restrukturalizaci firem, vzdělávání podnikatelů, manažerů, marketingových pracovníků a obchodníků. Systematicky pracuje s obchodníky, manažery a podnikateli s hlavním cílem – zlepšit jejich dovednosti a výsledky.

Již ve 24 letech stál poprvé před lidmi jako trenér krátkých dvouhodinových přednášek. Věnoval se prodeji, manažerským konzultacím a stále hledal fungující způsoby, jak vyřešit prodejní i manažerské problémy, se kterými se dnes a denně setkávají jeho klienti. Těto činnosti se věnuje dodnes. Postupem času kombinací vlastních zkušeností, zkušeností klientů a tipů získaných dalším vzděláváním vytvořil systém prodejních a manažerských nástrojů, kterými lze velice účinně zvyšovat tržby, zisk, produktivitu lidí a efektivitu provozu. Během deseti let přispěl k růstu desítek firem z různých odvětví i z různých částí ČR.

# Předmluva

Vítám tě u čtení této knihy, ve které najdeš detailně popsané události z konkrétních obchodních schůzek. Jedná se o skutečné příběhy, které jsem měl možnost prožít během svého působení ve firmě, jež poskytuje svým klientům manažerské a obchodní tréninky. Pracoval jsem zde na pozici obchodníka. Během této práce jsem v sobě objevil skryté „hodnoty“. Začal jsem totiž používat (a to nejen v práci) trpělivost, vnímavost vůči životu, opravdovost v zájmu o druhé, pracovitost, přání neustále se zlepšovat... Tyto hodnoty mi byly v dosavadním životě cizí. Právě zde jsem se učil dělat první krůčky v obchodě. Učil jsem se obchodovat ne za účelem zisku, ale za účelem služby. Učil jsem se objevovat a rozvíjet v sobě dovednosti, jež jsou pro prodej podstatné. Při tom mi pomáhali především dva muži, kterým jsem dodnes vděčný, R. Z. a M. K. Oba jsou mými bývalými šéfy. Obou si velmi vážím a děkuji jim za vše, co mi předali. „Dávali ze sebe“ a učili mě žít pro druhé. Pomáhali mi být lepším člověkem.

Všechno, co mě naučil život sám, jsem v průběhu času zachytil v podobě „úspěšných akcí“. V nich jsem se snažil popsat, proč se mi podařilo zrovna v ten který den uzavřít obchod s klientem. Své postřehy jsem psal, abych si lépe zapamatoval, co vlastně dělám v obchodě správně. Snažil jsem se pojmenovat „důvody proč“, proč se mi dařilo, abych tyto „pojmenované principy“ mohl používat znovu při dalších obchodních schůzkách. Věřil jsem, že úspěch v obchodním jednání má své příčiny. Přál jsem si je objevit, ale neměl jsem v úmyslu je zveřejňovat. Později – již coby lektor a kouč – jsem pomáhal obchodníkům jedné firmy zlepšovat prodejní výsledky, a když jsem jim dal přečíst své zápisky o obchodních schůzkách, obrátili se na mne s dotazem: „Proč to nevydáš? Vždyť by to mohlo pomoci i jiným!“ Jejich spontánní reakce mě přivedla na myšlenku tyto zápisky zveřejnit.

Respektuji soukromí svých bývalých klientů, a proto nezveřejňuji ani názvy jejich firem, ani jejich jména. Stejně tak si uvědomuji, že za mnohé poznatky vděčím svému působení ve vzdělávací firmě a neúnavnému vedení ze strany svých dřívějších šéfů. Proto respektuji zájmy firmy, ve které jsem pracoval, a neuvádím v knize nic, co by se s těmito zájmy křížilo.

Přál bych si, aby ti tato kniha pomohla cítit při obchodování opravdovou vnitřní pohodu a radost z práce, kterou děláš. Vnitřní pohodu místo vnitřní křeče a stísněnosti, jak jsem toho byl u mnoha obchodníků (včetně sebe sama) svědkem. Budu vděčný za příležitost přispět k tomu, že se i tobě stane obchod hrou. Hrou místo dřiny. Budu vděčný, pokud i díky této knize objevíš krásu, která se v obchodě ukrývá. Obchodování je forma umění, stejně jako zpěv, malování, psaní nebo jakákoli jiná umělecká činnost. Obchod je umění, obchod je poctivé řemeslo. Obchod je krásná práce, v níž jde o setkávání s lidmi, o komunikaci, o vytváření hodnot pro druhé. Vraťme obchodování pozici, která mu sluší a patří. Pozici, která ctí základní zákony života – službu, vytváření hodnot pro druhé, poctivost, slušnost, respekt k druhým, pracovitost.

# Úvod

Kdysi jsem dostal od kamarádky jeden z těch e-mailů, které se hromadně rozesílají všem známým. Znáš to. Když ho odešleš do pěti minut po přečtení, budeš mít do tří dnů štěstí. A když ho nerozeleš, budeš mít smůlu. Seznámím tě s ním. Vystihuje totiž dobře obsah celé následující knihy, její pohled na obchod a na dosahování dobrých prodejních výsledků. Máš tedy možnost posoudit již na začátku, zda budeš věnovat pozornost celému jejímu obsahu.

Nepřivlastňuji si autorství níže uvedené citace. Neznám jméno autora, proto ho zde neuvádím. Text cituji doslova, jen oslovení „Můj synu“ jsem změnil na „Můj obchodníku“.

*„Můj obchodníku,*

*dobrá rada je vždy cenná. Nikdo se přece nenarodil moudrý. Každý potřebuje zkušenost a čas. Žil jsem a pozoroval svět déle než ty, a proto věz, že není zlato vše, co se trpytí. Viděl jsem padnout zářící hvězdu a také jsem viděl, jak se zlomila mnohá opěrná hůl, na niž lidé spoléhali. Chci ti dnes dát některé rady, abys i ty věděl, k čemu jsem dospěl a co mě čas naučil.*

*Uprostřed hluku a chvatu buď klidný a trpělivý. Mysli na pokoj a mír, který může existovat jen v tichu. Ze všech svých sil se snaž vycházet s lidmi v míru. Svou pravdu říkej klidně a jasně, ale vyslechni i jiné. Nezapomeň, že i ti, kteří nejsou zrovna učenci a kteří mnohdy jednají těžkopádně, ti mají co říci. Vyvaruj se lidí násilných a hlučných. Ti by do tvého života nepřinesli nic dobrého, jedině neklid.*

*Podář-li se ti splnit svá předsevzetí a dosáhneš-li úspěchu a uznání, zůstaň nadále skromný. Skromnost a pokora jsou jediným trvalým majetkem. Věz, že není velké a dobré a není pravdivé to, co neobstojí před věčnou Pravdou deseti přikázání. Drž se proto pevně dobrého a neříkej nikomu zlé. Pamatuji,*

*milý obchodníku, že pravda se nikdy neřídí podle nás, ale my se musíme řídit podle pravdy.*

*Nikoho se neboj více než sebe samého. V našem nitru bydlí soudce. Je jím svědomí, které nezklame a na němž záleží víc než na souhlasu celého světa. Nic nečiň proti jeho radám. Pamatuj si provždy, že promlouvá velmi tiše, a budeš-li je neustále přehlížet, ztichne docela. Toho se varuj!*

*Uč se od druhých. A kde se mluví o moudrosti, svobodě a pokoře, tam vždy pilně naslouchej! Bude-li tě někdo chtít učit moudrosti, podívej se mu nejprve do tváře a do očí, protože věčné hodnoty může rozdávat pouze ten, kdo je sám dost moudrý.*

*Čiň dobře a nestarej se o odměnu. Svou práci konej s plnou odpovědností a do cizích záležitostí se nepleť.*

*Nikomu nepochlebuji a sám pochlebování nepřijímaj. Neříkej vše, co víš. Ale sleduj, co říkáš. Buď ochoten vyslechnout každého. Nedělej žádnému člověku těžké srdce.*

*Posiluj v sobě touhu vždy konat dobro. Denně se také v tichosti zabloubej do myšlenek o životě a smrti, abys mohl s nezatíženým svědomím odejít z tohoto světa.*

*To, co nazýváme smrtí, je jen proměna k novému bytí. Učiň vše, abys na druhý břeh odcházel s láskou a úctyplnou bázní ke svému Stvořiteli, kterého jsi poznal v jeho dílech na zemi a svým životem vyznal.“*

Konec citace. A nyní již následují příběhy, které přinesl život.  
Píše se rok 2003...



## Kapitola

## 1

## 1.1 Základ života – vybudované porozumění

28. 1.

Zdravím tě, obchodníku!

Dneska jsem se vrátil domů a mám skvělý pocit z odvedené práce, tak se o něj chci s tebou podělit.

Začalo to už ráno. Byl jsem ve škole na zkoušce z předmětu Bankovníctví a kapitálové trhy. Proč tady o tom píšeš? Protože tajemství života a základ obchodování – vybudovat porozumění s lidmi – jsem zužitkoval i u zkoušky. Zkouška byla (alespoň pro mě) složitá, měl jsem značné mezery ve znalostech. Nakonec se paní zkoušející rozhodla, že mi dá trojku. Řekl jsem jí, že to беру, protože v současnosti se věnuji naplno práci a navíc mě čeká ještě dalších pět zkoušek. Takže myšlenka na opakování zkoušky pouze kvůli lepší známce nepřipadá v úvahu. Se známkou jsem byl smířený.

Profesorka se na mě podívala a zeptala se na moji práci. Ve stručnosti jsem jí řekl, že jsem obchodník. Chvilí jsme si povídali o tom, co to všechno obnáší. Pak jsem projevil zájem o ni a na oplátku jsem se zeptal na její práci. Mimo jiné jsem byl zvědavý i na to, zda používá teorii, kterou učí, v praxi. Řekla, že ne. Poté jsem jí položil několik dalších otázek, a ani nevím jak, najednou byl z našeho rozhovoru velmi příjemný dialog o životě. Upřímně jsem se o ni zajímal. Člověk pozná, zda je zájem

druhého předstíraný (motivovaný ziskuchtivostí), nebo zda jde skutečně od srdce.

Po několikaminutovém rozhovoru o životě řekla, že mi dá ještě doplňující otázku – ať jí povím, co je to „zlatá akcie“. Byl jsem překvapený, že se znovu vrátila ke zkoušení. Řekl jsem jí, co jsem na dané téma věděl. A když už jsme si před tím tak příjemně popovídali o životě, zapojil jsem ji do rozhovoru. V podstatě jsme si spolu pěkně pohovořili na téma zlatá akcie. Diskuzi uzavřela slovy, že mi nakonec tedy dá s přimhouřenýma očima dvojkou.

Bylo to milé překvapení. Nic takového jsem nečekal. Měl jsem radost. Ale ani ne tak z té známky. Kouzlo celé situace bylo v tom, že jsem s ní vybudoval porozumění, „jen“ jsem se zajímal o ni jako o člověka. Pro dobrý pocit nás obou. Prostě jsem chtěl, aby se ona cítila dobře. A abych se i já cítil dobře. A z ničeho nic se mi tento projev „ochoty zajímat se“ vrátil v podobě snahy druhé strany vyjít mi také vstříc.

## 1.2 Úkol člověka – činit druhé šťastnými

D. Chopra ve své knize *Vytváření hojnosti* píše o tom, že: „... po pravdě řečeno, úkolem každého z nás je učinit šťastným každého člověka, se kterým přijdeme do styku.“ Teď jsem jeho slova zažil v reálném životě a mám z toho moc příjemný pocit. Proč nechodit po světě a nedělat druhé šťastnými, aniž bych od nich něco chtěl? Už jen ten pocit, že vidím druhého, jak se cítí příjemněji, mi dává zpátky něco cenného – pociťuji radost.

Podívejte, co udělala moje snaha vybudovat porozumění s paní zkoušející! A to z ní měla většina studentů strach, protože ji předcházela pověst nepříjemné profesorky! Vytvořené porozumění ji proměnilo ve velmi příjemného člověka. Ukázala i druhou stránku své osobnosti, vstřícnost. A to je cenné poučení do života. Všude, ať ve škole ve vztahu učitel–žák, či v obchodě ve vztahu klient–obchodník, jde především o setkávání dvou lidí. O komunikaci člověka s člověkem. A člověk se cítí dobře, když si

s druhým rozumí. Lidé nebyli stvořeni proti sobě, byli stvořeni pro sebe. Klíčem k srdci člověka je ochota porozumět mu.

Ještě jedna perlička na závěr. Když jsem odcházel ze zkoušky, řekla mi ta paní, že když budu někdy investovat na kapitálovém trhu, tak se u ní můžu stavít pro pár užitečných informací. Řekni sám, nepřináší větší radost zajímat se v první řadě vždy o druhého člověka? Snažit se s ním vyjít, vybudovat porozumění?

### 1.3 Nech být OK vše, co se děje

A teď k práci. Minulý týden jsem se naučil zase něco nového o porozumění. Taky jsem více pochopil, co to znamená být v klidu, nechat být vše, co se děje, OK. Trpělivě to, co se děje, vnímat. Uvědomuji si, že když budu vědomě chtít (a já chci), může být život jedna velká radost. Radost, díky „bytí v klidu“, za každé situace. Úžasná myšlenka – dělat cokoli v životě, úplně všecičko v naprostém klidu.

Před pár dny jsem si přečetl pro mě velmi hodnotnou myšlenku: „*Mít klid, být v klidu a odpočívat v klidu lze jen v přítomném okamžiku.*“ To znamená nelétat v mysli do minulosti či do budoucnosti.

Mám přání, abych jednou byl ve všech situacích klidný – ve smyslu pokojný, mírný. V jakékoliv situaci, při jakékoliv činnosti. Mám přání objevit trvalý vnitřní klid a mír. Kéž by se mi to povedlo. Je to smělá myšlenka, zejména proto, že v sobě cítím mnoho neklidu. Uvědomuji si, že nemůžu mít kontrolu nad každou situací. A ani nechci. Ale můžu mít vždy kontrolu nad sebou, být vyrovnaný a přemýšlet.

### 1.4 Vytrvalost je mírou víry

V posledním týdnu jsem prošel několika situacemi, ve kterých jsem si ověřil, že to hlavní, co k práci potřebuji, je vnitřní víra v dosažení žádoucích výsledků.