



# Biznes jak miłość

Zburzmy mur między światem prywatnym i zawodowym

**OLGIERD ŚWIDA**, "W PUNKT" NR 2



Olgierd Świda. Fot. Kinga Kenig

Nieraz odnoszę wrażenie, że w Polsce prowadzenie biznesu, a konkretnie zarabianie pieniędzy, traktowane jest jako coś nieczystego, wręcz wstydlivego. Być może dlatego w codziennym życiu oddzielamy sferę prywatną od biznesowej. Nie sprzedajemy niczego znajomym, o sprawach zawodowych nie rozmawiamy z

rodziną, a w pracy o życiu prywatnym. O rozdzieleniu obu sfer

świadczy także używanie różnych „biznesowych” pojęć. Na ulicy i w mediach słychać o biznesowych spotkaniach i lunchach, na Stadionie Narodowym są biznesowe łóże, a ostatnio widziałem nawet biznesowy kosz kwiatów. Czy wkrótce będziemy mieli biznesowe piwo, wódkę albo bieliznę? Tak czy inaczej między światem prywatnym a zawodowym postawiliśmy wysoki i gruby mur. Zupełnie niepotrzebnie.

Nie było mnie w kraju przez 25 lat. Dużą część tego czasu spędziłem w Stanach Zjednoczonych. Gdy szedłem na lunch z klientem, to po prostu szedłem na lunch z klientem. Nie na żaden biznesowy lunch. Rozmowa o życiu prywatnym z klientem lub współpracownikiem to był czasem tylko small talk, ale niekiedy schodziła ona na głębszy poziom. Firma, w której pracowałem, organizowała co roku kilka imprez dla pracowników i ich rodzin, o których często już wiele słyszałem. Podczas dorocznego pikniku poznawałem żony, mężów i dzieci kolegów z pracy. Graliśmy w piłkę, podjadaliśmy smakołyki z grilla, nasze dzieci razem się bawiły. Było bardzo rodzinnie.

Obcokrajowców przyjeżdżających do Polski razi nieuprzejmość i brak uśmiechu na twarzach sprzedawców. Dla tych ostatnich więź z klientem musi być oczywiście „biznesowa”, a więc z natury inna niż z przyjaciółmi czy rodziną. Gruby mur. Niestety, także popularne dziś szkolenia z tego, jak powinna wyglądać relacja „biznesowa”, podkreślają konieczność jego budowania.



Pobierz cały  
numer

A gdyby zainspirować się prywatną relacją – romantic relationship – jaką zawiązują żona i mąż, narzeczona i narzeczony, dziewczyna i chłopak?

Anthony Robbins dzieli relacje damsko-męskie na trzy poziomy. Na pierwszym dla każdego z partnerów liczą się wyłącznie własne

potrzeby, natomiast potrzeby drugiej strony są ignorowane; w takiej relacji nie chcesz być długo. Na drugim poziomie panuje równowaga: każdy z partnerów zaspokaja potrzeby drugiego w podobnym stopniu. Działa wynegocjowany kompromis – na przykład każdy z partnerów sprząta kuchnię co drugi dzień. Gdy z jakiegoś powodu równowaga zostaje naruszona, relacja musi być negocjowana na nowo albo się kończy. Poziom trzeci oznacza traktowanie potrzeb partnera jak własnych i zaspokajanie ich długoterminowo, niezależnie od istnienia równowagi w danym momencie. Ostatni rodzaj relacji jest typowy dla osób pozostających w związku przez kilkadziesiąt lat.

Nie ma to nic wspólnego z biznesem? Otóż ma. Wyobraźmy sobie, że w analogiczny sposób zdefiniujemy relacje z klientami. Na pierwszym poziomie można sobie wyobrazić sprzedawców, którzy klientów oszukują, kiedy na przykład handlują na bazarze podróbkami i wmawiają, że to oryginały. Jedna strona zyskuje dzięki kłamstwu, druga zostaje oszukana. W takiej relacji nikt nie chce pozostać. Jest to relacja jednego oszukańczego dealu.

Drugi poziom relacji – wynegocjowanego kompromisu – jest dziś typowy w polskim biznesie. Obie strony kurczowo trzymają się wynegocjowanej umowy. Po jednej stronie jest produkt lub usługa, po drugiej wynagrodzenie. To relacja trwalsza niż pierwsza – obie strony muszą się wywiązać ze zobowiązań. Relacja się jednak kończy, gdy zachwieje się równowaga: ktoś czegoś nie dostarczył na czas, ktoś nie zapłacił. Jeśli nie uda się wynegocjować kolejnej umowy, partnerzy stają się przeciwnikami i idą do sądu jak małżeństwo, które się rozwodzi.

Wyobraźmy sobie relację na poziomie trzecim, na którym potrzeby jednej strony stają się potrzebami drugiej i każda ze stron ma wolę zaspokajania potrzeb drugiej. Partnerzy nie mają przed sobą tajemnic i panuje między nimi pełne zaufanie. Każdy jest zainteresowany tym, by drugi zarobił, mógł rozwijać firmę i przetrwał

na rynku jak najdłużej. Chwilowe zachwianie równowagi jest podrzędne wobec chęci utrzymania relacji w długim terminie. Jak w kochającym się kilkadziesiąt lat małżeństwie, w którym małżonkowie rozumieją się bez słów, znają potrzeby drugiego i zaspokajają je bez konieczności robienia krótkoterminowych dealów.

W latach 90. Microsoft, w którym pracowałem, budował z głównymi klientami-partnerami (producentami komputerów, dystrybutorami, firmami software'owymi oraz producentem mikroprocesorów Intel) właśnie trzeci typ relacji. Chwilowe zawirowania na rynku czy negocjacje kontraktów handlowych nie przeszkadzały inżynierom z firm partnerskich współpracować z inżynierami Microsoftu nad rozwojem nowych technologii.

Oczywiście w trzecim typie relacji zdarzają się i rozwody. Są one wtedy bardzo głośne. Przypomina się zerwanie więzi Microsoftu z IBM-em podczas prac nad systemem operacyjnym OS/2, planowanym następcą słynnego MS DOS. Rozwód odbył się z hukiem i był bolesny. W rezultacie Microsoft skoncentrował się na rozwoju i promocji Windowsa, który później opanował świat.

Warto więc świadomie wybierać tych, z którymi można zbudować i utrzymać relacje na trzecim poziomie. Bo nie ze wszystkimi się da, ale i nie ze wszystkimi trzeba. W przypadku pozostałych może wystarczą relacje na poziomie drugim. Ważne, by świadomie podejmować decyzje i mieć odwagę do inspirowania się prywatnym życiem w biznesie. Mur między tym, co prywatne, a tym, co zawodowe, należy zburzyć. Symboliczny płotek zupełnie by wystarczył.

Jakie są Twoje relacje klientami, dostawcami? Na którym są poziomie?

Co Cię uwiera w polskim biznesie, a co inspiruje? Napisz do mnie:

[olgierd.swida@magazywpunkt.pl](mailto:olgierd.swida@magazywpunkt.pl)

**Olgierd Świda** – trener biznesowy, członek redakcji magazynu „W Punkt”. W latach 90. pracował dla Microsoftu w Niemczech i USA. Zdefiniował polskie słownictwo w Windowsie. Współwynałazca Open License. W latach 2006–2007 odpowiadał za produkcję newsów w TVP. Senior leader w ramach organizacji Anthony’ego Robbinsa, legendarnego pioniera coachingu i motywacji. Prowadzi firmę Tools 2 Lead

Zobacz, jak czytać "W PUNKT" na urządzeniach z Androidem i na komputerze.



[STRONA GŁÓWNA](#)

[REALIZACJA HB MEDIA](#)

[NUMERY ARCHIWALNE](#)

[REKLAMA](#)

[REDAKCJA](#)

[POLITYKA PRYWATNOŚCI](#)

[COPYRIGHT © 2013 W PUNKT](#)