



# KDYŽ ČLOVĚK PREZENTUJE

*Pitching = znalost vlastních silných a slabých stránek*

Náš nejnítěrnější strach nespočívá v obavě, že bychom na věc nestačili. Naším nejnítěrnějším strachem je, že bychom mohli získat nesmírnou moc. Bojíme se svého světa, nikoli své temnoty. Ptáme se sami sebe: „Kdo vlastně jsem, že bych směl být vyzářující, úchvatná, milostí obdařená a fantastická bytost? “ *Ale kdo vlastně jsi ty, že bys takový nemohl být?*

*Nelson Mandela*

## A TVŮRCE A JEHO POSTOJ

Úspěch začíná v hlavě. To platí jak pro vnější faktory, projekt a prezentaci, tak i pro člověka, který pitch provádí. Položte si otázku, proč děláte to, co děláte! Jaký postoj máte k sobě, k projektu a ke své práci? To vše jsou základní a velmi osobní otázky vašeho sebepojetí. Zůstat v tomto oboru dlouhodobě úspěšný vyžaduje mnoho osobní námahy. Abyste tento úkol zvládli, vyplatí se vedle přípravy projektů a firemních cílů pohlédnout i do vlastního nitra. Ze všeho nejdůležitější jsou zřejmě otázky sebepojetí a vlastní profesní hodnoty vás jakožto producentů, případně tvůrců, které vzbuzují odpovědnost za svou kreativitu. Musíte poznat vlastní schopnosti a dovednosti, ale také získat jasné vnitřní vědomí sebe sama; nyní tedy jde o vaši osobní přípravu. Přesněji o vnitřní postoj a psychiku toho, kdo pitchuje, a o to, jak dalece sám sebe a své chování zná, případně, jakou má sebekontrolu a kontrolu nad situací.

Jak vnímat odpovědnost ve své profesní pozici? Tvůrci a zvláště producenti musejí zvládnout velmi složitou úlohu, aby úspěšně prosadili své cíle. Stejně jako u prezentace,

jde i tady o principy odpovědnosti: být inspirátorem, vyhledat a vést jednání s obchodním partnerem, tvůrčími spolupracovníky a týmem; brilantně komunikovat a překonávat případné překážky a rovněž zacházet s kritikou (umět sám konstruktivně kritizovat i kritiku přijímat).

Z toho plyne celá řada otázek, které se v následující kapitole pokusíme zodpovědět: Jak se jako tvůrce vnímáte a jak se vám daří zůstat tomuto obrazu věrní i v kritických situacích? V jakém duševním rozpoložení musíte být, aby se vám podařilo úspěšně prezentovat svůj projekt? K tomu přistupují ještě úvahy o vašich komunikačních schopnostech: Jak jste odolní vůči kritice? Jak snášíte stres? A jak se dá i přes vaše případné slabé stránky dosáhnout nejlepšího výsledku?

Tyto otázky lze zhruba rozčlenit do tří oblastí. První z nich představují intelektuální schopnosti, rozumově poznatelné, a tedy ovladatelné vlastnosti a způsoby chování. To jsou v oblasti prezentace ochota komunikovat a komunikační kompetence, zacházení s kritikou a obecné úvahy o „selfmanagementu“ ve vztahu k cílovému zadání a kreativní strategii.

Druhou oblastí jsou osobnostní struktury člověka, které řídí jeho chování, ať je jakkoli socializované. Sem spadají pod heslem „film je týmová spolupráce“ úvahy o schopnosti pracovat v týmu a o dělbě práce. Kromě toho sem patří i osobní mechanismy chování v otázkách motivace, učení a rozhodování, ale také uskutečňování. Někdy se stává, že

je lepší k prezentaci projektu nepřistoupit, já tomu říkám misionářská horlivost, *overpitching*...

Třetí a poslední komplex se zabývá psychologickými a praktickými prvky, které lze poměrně snadno a pragmaticky řešit; což jsou mimo jiné stres a jeho zvládnání, anebo prevence stresu prostřednictvím kompetence.

Všechny uvedené silné a slabé stránky, jistě ještě doplnitelné o další zcela osobní a individuální zkušenost, nazývám jasné vnitřní vědomí sebe sama. K němu by se měl člověk dopracovat dřív, než se rozhodne přistoupit k pitchingu. Zjištění, řešení a odpovědnost za tyto sice velmi individuální, přesto však u všech prezentujících v téže či podobné formě se vyskytující problémy, se řadí k hlavním předpokladům úspěšné prezentace.

Záměrně opakuji, že lidé „pitchují“ ve všech možných situacích. Člověk si chce pronajmout byt, ale s ním i patnáct dalších zájemců; potřebuje přesvědčit osobního poradce v bance, aby mu navýšil kontokorent; anebo flirtuje – ryzí pitch... V každodenním životě existuje nespočet dalších situací, které bychom mohli jmenovat. Všem je společná snaha ukázat se v co nejlepším světle, a to nejen proto, abych získal práci, byt, partnera nebo vyšší kontokorent. To jsou jen vnější cíle. Kromě toho by člověk rád toho druhého přesvědčil a utvrdil v tom, že toto rozhodnutí bude i pro něj samotného správné. Tohoto cíle se dá dosáhnout tím, že se během času vymezeného pro jednání, resp. pitch, podaří vzbudit odpovídající důvěru ve vlastní osobu, spolehlivost a kompetenci.

Výraz „pitchovat“ používám v této souvislosti ve velmi širokém významu, abych na základě zmíněných každodenních situací objasnila, že každý z nás zná chvíle,

kdy musí prezentovat sám sebe, a v mnoha oblastech života je už prožil a (ať už vědomě, či nevědomě) využil – neboť v každodenním vzájemném kontaktu bychom chtěli, a také musíme, být přesvědčiví. Někteří z vás snad určité z těchto situací zvládají bravurně, jiné možná méně elegantně.

Jak lze při prvním setkání s decision makerem, a zvláště jako začátečník v oboru, vzbudit jeho důvěru? Právě k tomu si musí být člověk vědom svých osobních silných a slabých stránek ve zmíněných dennodenních situacích. Protože se většinou jedná o základní, strukturální citlivost vlastní psyché, projeví se při prezentaci její pozitivní i negativní stránky. Takže: Znáte své slabé stránky? Jste ochotni se jim zblízka podívat do očí, přijmout jejich existenci, a bude-li zapotřebí, změnit je? Pokud ano, co k tomu potřebujete?

Lidé se silným negativním vnímáním sebe sama mohou najít povzbuzení v knize Carlose Castanedy *Cesta do Ixtlanu*<sup>24</sup>: Don Juan doporučuje Castanedovi, aby si během osmi dní důsledně lhal. Místo, aby si říkal *pravdu*, že je neschopný a ošklivý, měl by si vědomě lhat a jednoduše tvrdit pravý opak toho, co si jinak o sobě myslí. Když se Castaneda ptal na smysl a účel tohoto cvičení, Don Juan mu odpověděl, že podstatou pravdy není přehánět vlastní negativní ani pozitivní stránky. Klíč k autentickému bytí v tomto životě spočívá v tom, že se osvobodíme od starých zvyklostí a staneme se vědomě tím, co bychom skutečně – úměrně realitě a svému rozvíjejícímu se bytí – chtěli vyzdvihnout: „Záleží na tom, o co usilujeme,“ řekl. „Bud' sami sebe oslabujeme, anebo sami sebe posilujeme. Množství

24 Castaneda, Carlos. *Cesta do Ixtlanu*. Z ang. orig. přeložila Lily Sekytová. 1. vyd. Praha: Volvox Globator, 1996. Německy: *Die Reise nach Ixtlan: Die Lehre des Don Juan*. Frankfurt nad Mohanem: Fischer-Verlag, 1972.

práce je stále stejné.“ Proč tedy pro změnu jednou nevyzdvihnout to dobré?

Tuto příhodu vyprávím ráda, když pracuji s lidmi, kteří před prezentací sami sebe shazují a vidí se hůř, než je nutné. Pro vlastní motivaci a posilu je v takových situacích důležité přestat bojovat proti sobě samému a začít si objektivně uvědomovat své silné stránky – jen tak se lze naučit autenticky žít. Nemůžete vzbudit důvěru a udělat na svůj protějšek profesionální dojem, pokud se budete trvale podceňovat, nebo přeceňovat.

Z tohoto hlediska vám může být velmi užitečná zpětná vazba k vašemu cvičení, ať už prostřednictvím jiných lidí, nebo pomocí kamery či diktafonu. Nahrajte si cvičně svou prezentaci a rozeberte ji. Časem si vyvinete měřítko, která vzniknou z racionálního a emocionálně subjektivního vnímání spojeného s realistickou sebereflexí a případně vnější kontrolou někým dalším.

Mezi vnímáním sebe sama a chápáním naší osoby ostatními lidmi existuje velký nepochopitelný rozdíl. Zažívám to stále znovu při kamerových cvičeních. Když se prezentující vidí na záznamu, k svému překvapení pozná, že je „vlastně docela dobrý“, to ho motivuje a rád přijme (a uskuteční) návrhy na zlepšení. Tyto osobní silné stránky je dobré poznat a použít. Platí to i v opačném případě. Se svými případnými slabostmi se vypořádávejte konstruktivně a podle objektivních kritérií. A stejně je to i při zacházení s kritikou.

Existuje jednoduché cvičení, při kterém v reakci dalších lidí získáte realistický obraz sebe samých při prezentaci a zároveň váš příběh dostane jasnou strukturu. Vyzkoušejte si tzv. *pitch babičce*. Předněte svůj nápad přátelům, známým, příbuzným – a zvláště babičce – a požádejte je, aby vám

zopakovali body a fakta, jež jim utkvěla v paměti a která jim na vašem projektu a vaší prezentaci připadala přesvědčivá a napínavá. Při každém opakování si kromě toho můžete procvičovat schopnost znovu vzbudit nadšení – u sebe i ostatních.

Další, velmi podobné cvičení, které často provádím s účastníky seminářů, spočívá v tom, že jeden účastník prezentuje ostatním příběh. Ti musejí, aniž by si dělali poznámky, pitch zopakovat. Při opakování a díky pohledu zvenčí lze lépe rozpoznat, co je na vlastní prezentaci zajímavého, případně která fakta jsou zvláště dobře, nebo také obzvláště špatně, zapamatovatelná. Rovněž se ukáže, zda určité detaily či fakta neprezentujete zkresleně, nebo nerealisticky. O praktickém významu tohoto cvičení jsme se už zmínili v předcházející části knihy, a to při popisu efektu zvaného „tichá pošta“.

Nejčastěji uváděným problematickým místem prezentace je z hlediska pozorovatelů vedle nejasné, nestrukturované formy vyprávění slabá sebedůvěra, popřípadě nedůvěra v projekt. Buď na prezentaci leží stín přehnané rezervovanosti, plachosti a chybějícího bojovného ducha, anebo – zcela naopak – nerealistické zamilovanosti do projektu. Profesní zaslepenost je naprosto nepřijatelná.

Až příliš často stojíme při prezentování sami sobě v cestě, protože neznáme dostatečně dobře vlastní osobnostní hranice a jejich vliv ve stresových situacích podceňujeme. Na to existuje následující „psychohra“: Představte si, že jste na večírku a vidíte sami sebe stát uprostřed místnosti. Přistoupili byste k sobě a chtěli byste se se sebou seznámit? Zvažte přitom, kde stojíte – jestli uprostřed místnosti, v koutě, anebo na terase? Stojíte sami, nebo uprostřed skupiny lidí? Kdo mluví?