

Szukając własnej drogi

W poprzednich artykułach zaprezentowałem główne zasady budowania marki osobistej oraz narzędzia, które pomagają nam poznać samych siebie



dr Sergiusz Trzeciak

ekspert personal branding, wizerunku publicznego, public relations i marketingu politycznego. Z sukcesami wspiera firmy i osoby publiczne w budowaniu marki osobistej i doradza im. Autor dziewięciu książek, w tym „Coaching marki osobistej, czyli kariera lidera” oraz „Wizerunek publiczny w Internecie”. Więcej informacji na stronach: www.trzeciak.pl oraz www.trzeciakconsulting.com

Bogatsi o tę wiedzę możemy przystąpić do wyznaczenia swojej wizji i misji oraz określenia wartości, jakimi kierujemy się w swoim życiu i na podstawie których zamierzamy budować naszą markę. To bardzo ważne, by szczerze określić swoje wartości, ponieważ marka osobista oparta na sztucznych lub nieakceptowanych wewnętrznie wartościach nie będzie autentyczna i prędzej czy później będzie tylko wizerunkiem, w dodatku sztucznie wykreowanym.

Moja wizja

Określenie swojej wizji jest wyznaczeniem punktu, do którego chcemy dotrzeć w założonym czasie. Nasz „wewnętrzny GPS” należy dobrze ustawić, żebyśmy wiedzieli, gdzie dokładnie zmierzamy, i byśmy po drodze nie zbaczyli z drogi. Znaną jest powiedzenie Seneki: „Gdy nie wiesz, do którego portu płyniesz, żaden wiatr nie jest dobry” i ta sentencja doskonale opisuje istotę określania swojej wizji. Wyznaczając swoją wizję, najlepiej wyjść od pytania: „Dlaczego?”. To, zdawać by się mogło, proste pytanie, jednak często odpowiedź na nie stwarza problemy. Ile jest sytuacji, gdy tak naprawdę nie wiemy, dlaczego coś robimy lub ktoś każe nam coś zrobić. Takie pytania o sens pewnych procesów często pojawiają się w korporacjach, gdzie wewnętrzne procedury regulują wiele obszarów, których nie rozumieją do końca pracownicy. Wyzwaniem wówczas dla managerów jest przekonanie pracowników do sensu realizowanych działań.

Takie same mechanizmy działają na poziomie indywidualnym, wiele osób wie, co i jak robi, jednak trudno jest im często odpowiedzieć na pytanie, dlaczego i po co to robią. Każdy z nas pewnie znalazł się w takiej sytuacji. Dlatego właśnie należy sformułować wizję własnej działalności, by wiedzieć dokładnie, dlaczego mamy robić to, co robimy. Nie bez przyczyny o Elonie Musku, twórcy Tesli mówimy, że to wizjoner. Jest on bowiem doskonałym przykładem tego, jak dobrze określona wizja wpływa na jakość pracy, ale także postrzegania osoby przez środowisko zewnętrzne. Zwykle wyznaczamy sobie cele cząstkowe, dzięki którym osiągamy pojedyncze sukcesy. A czy kiedykolwiek zastanawiałeś się nad celem głównym twojego życia? Może to właśnie odpowiednia chwila na taką refleksję. Często boimy się myśleć, że możemy wiele osiągnąć, stawiając sobie na siłę ograniczenia. Nie bójmy się wielkiego myślenia. Prawdziwi wizjonerzy to marzyciele, którzy nie boją się wielkości własnych wizji. Elon Musk, gdyby nie był marzycielem i miał, dosłownie, przyziemne pomysły, nie stworzyłby SpaceX ani nie planowałby podboju kosmosu, a Mark Zuckerberg nie zrewolucjonizowałby podejścia ludzi do komunikacji i budowania wirtualnych społeczności, tworząc Facebooka.

Zjedz słonia po kawałku

Wiele osób ma problem z tym, że mając wizję i określone wielkie cele, nie wie, jak strategicznie do tego podejść, jak realizować mniejsze cele, w tym

przypadku dobrze zastosować metodę, którą określa znane porzekadło „Jak zjeść słonia? Po kawałku” i którą wszystkim polecam. Kluczem do sukcesu jest dzielenie swoich wielkich celów na mniejsze zadania i konsekwentne ich realizowanie. W opozycji do tych, którzy mają wizję, są osoby, które skupiają się na realizacji codziennych, małych celów, zapominając o wyznaczeniu sobie długofalowej wizji, która nadawałaby ich działaniom głębszy sens. Takie osoby często mają problem z „wchodzeniem w ślepe zaułki”, które ich przez to ograniczają.

Na swoich szkoleniach często robię proste ćwiczenie – proszę, aby uczestnicy przedstawili się tak, jakby przenieśli się w przyszłość o pięć lat i osiągnęli już swój cel. Wtedy pytam ich, jak się czują. Dla większości samo mówienie o swoich wymarzonych celach w aspekcie dokonanych jest już niesamowitym doświadczeniem, które dodaje siły i wiary we własne możliwości. Dlaczego pięć lat? Ponieważ to akurat nie za długi i nie za krótki czas na osiągnięcie efektów. To dlatego nawet firmy czy instytucje zwykle w swoich planach uwzględniają właśnie taki okres na realizację założonej wizji. Wiele osób stosuje też technikę wizualizacji, która pomaga nam wyobrazić sobie swoje cele. Nie będę oczywiście radził realizacji tego, jak do swoich marzeń podszedł znany youtuber i mówca motywacyjny Łukasz Jakóbiak, który tworząc fałszywą scenografię, „zwizualizował” swoją wizytę w programie Ellen DeGeneres, czym wzbudził sporo kontrowersji.

Zdefiniuj swoje wartości i misję

Drugim istotnym obszarem w określeniu swojej roli jest wyznaczenie misji. Misja to nic innego jak tylko deklaracja naszej roli w życiu, czyli tego, kim chcemy być, co chcemy osiągnąć, w jaki sposób chcemy to osiągnąć. By to było jednak możliwe, trzeba dokładnie zdefiniować

Ci, dla których największą wartością jest wolność i chęć samodzielnego decydowania o swoich wyborach, dużo częściej decydują się na założenie własnego biznesu

wartości, jakie przyświecają naszemu życiu. Rodzina, praca, zdrowie, szczęście, odwaga, Bóg, mądrość, sprawiedliwość, wolność, sukces, lojalność, uczciwość. To tylko kilka wartości, które ludzie najczęściej wskazują. Podczas szkoleń zwykle proszę uczestników o stworzenie swojej listy wartości i nadanie im ważności. Wiele osób przyznaje, że pierwszy raz w usystematyzowany sposób podchodzi do wartości, które wyznają, i może zastanowić się, co tak naprawdę jest dla nich najważniejsze. Zatem zastanów się, jakimi wartościami ty na co dzień się kierujesz, i nadaj im hierarchię ważności. Jeśli dysponujesz już swoją listą wartości, to czas przejść do zdefiniowania swojej misji. Mówiąc wprost, misja to nasza filozofia życiowa, która wskazuje, co w życiu jest dla nas ważne, co daje nam poczucie spełnienia, i odpowiada na pytanie, po co to robimy. Są różne podejścia do tworzenia własnej misji, a jednym z nich jest szukanie metafor życia. I tak dla niektórych: „Życie to nieustanna wędrówka”, dla innych „Życie jest jak gra, albo ty ustalasz reguły, albo stajesz się pionkiem w cudzej grze”, a dla jeszcze innych „Życie jest jak zdobywanie szczytów”. Porównań może być wiele, ważne jest natomiast to, by porównanie było zgodne z wartościami, jakimi się kierujemy.

Jedni nie wyobrażają sobie innej pracy niż na etacie, chcąc mieć poczucie stabilizacji, ochrony i względnego spokoju. Dla innych z kolei największą wartością jest wolność i chęć samodzielnego decydowania o swoich wyborach. Takie osoby dużo częściej decydują się na założenie własnego biznesu i realizowanie siebie w oparciu o to, co w życiu jest dla nich ważne. To też element kreowania własnej misji. Richard Branson, na którego przykład powoływałem się w poprzednich artykułach, jest wierny swojej osobistej misji, ale także misji, którą określił dla wszystkich swoich przedsiębiorstw. Dzięki temu firmy skupione w ramach marki Virgin traktowane są jako wspólna idea, a nie tylko przedsiębiorstwa. Tą ideą jest znajdowanie sposobów, które pomagają ludziom spędzić przyjemnie czas – najlepiej w miejscach, gdzie się tego nie spodziewają.

Z pewnością nasza misja w miarę zdobywania nowych doświadczeń będzie się rozwijać i ewoluować. Warto jednak rozpocząć od jej zdefiniowania na poziomie ogólnym, który stanowić będzie punkt wyjścia do rozwijania. Są osoby, które uważają, że nie ma sensu tworzyć długofalowych wizji ze względu na nieprzewidywalność obecnej rzeczywistości. Na zjawisko nieprzewidywalności i kruchości obecnego systemu zwraca uwagę Nassim Nicholas Taleb w swoich książkach „Antykruchość” i „Czarny łabędź”. Oczywiście życia nie można zaplanować w 100 proc., zawsze zdarzają się nieprzewidziane sytuacje lub okoliczności, ale musimy wiedzieć, jak właśnie wtedy należy się zachować i co zrobić, jak elastycznie podejść do tego, co nam się przydarzyło. W tym właśnie pomaga wizja oparta na wartościach, które wyznajemy. Tak właśnie działa nasz wewnętrzny GPS – wiemy, dokąd zmierzamy, ale nigdy nie możemy być pewni, co nas spotka po drodze. Czy to jednak oznacza, że nie warto planować ani ruszać we własną drogę? ☺