

Vy

jako
značka



Osobní
branding
pro kariérní
růst

Cristina Muntean

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

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

Mgr. Cristina Muntean

Vy jako značka

Osobní branding pro kariéerní růst

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

jako svou 7040. publikaci

Odpovědný redaktor Petr Somogyi

Sazba a grafická úprava Antonín Plicka

Návrh a zpracování obálky Vojtěch Wagner

Fotografie autorky Tereza Lukavská

Počet stran 232

První vydání, Praha 2018

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2018

ISBN 978-80-271-2331-5 (ePub)

ISBN 978-80-271-2330-8 (pdf)

ISBN 978-80-247-3084-4 (print)

Obsah

Předmluva / 7

Řekli o knize / 9

O autorce / 13

Věnování / 15

Úvod / 17

Příběh jednoho konce a jednoho začátku / 17

Proč jsem napsala tuto knihu / 20

O čem tato kniha bude a o čem nebude / 21

Jak vytěžít z knihy co nejvíce / 23

Část I

PROČ OSOBNÍ BRANDING?

1. Co je osobní branding a co není / 27

1.1 Image, dobré jméno, reputace, osobní značka – co to všechno znamená? / 29

1.2 Jak zabezpečit autenticitu své osobní značky / 32

1.3 Co osobní branding zásadně není / 34

2. Proč osobní branding? Co nás čeká a nemine aneb budoucí trendy na českém trhu práce / 39

2.1 Profil české ekonomiky / 40

2.2 Automatizace, robotizace a proměna pracovních pozic / 41

2.3 Umělá inteligence / 42

2.4 Vyšší konkurence pro české manažery / 42

2.5 Nutnost redefinice systému vzdělávání / 44

2.6 Emoční inteligence a proměna firemních kultur / 46

2.7 Flexibilita, mobilita, diverzita: proměna kompetencí českých manažerů / 46

2.8 Různé generace na pracovišti –
výzva v každé firmě / 47

2.9 Trendy budoucnosti a budování osobní značky / 48

3. Co nám dává osobní branding / 53

3.1 Prevence ztrát a řízení rizik / 56

3.2 Kariérní růst / 57

3.3 Co dalšího nám dává silná osobní značka / 58

Část II

NA ČEM STAVĚT AUTENTICKOU OSOBNÍ ZNAČKU

- 4. Jste bohatší, než si myslíte. Základní kameny budování osobních značek / 65**
 - 4.1 Poslání a osobní mise / 67
 - 4.2 Vize / 68
 - 4.3 Hodnoty / 69
 - 4.4 Nadání / 70
 - 4.5 Koničky včetně dobrovolnictví / 71
 - 4.6 Silné i slabé stránky / 72
 - 4.7 Vzdělání a znalosti / 74
 - 4.8 Dovednosti, zkušenosti a pracovní úspěchy / 75
 - 4.9 Osobnost a úroveň její zralosti / 76
 - 4.10 Další unikátní aspekty osobní značky / 77
 - 4.11 Archetypy osobnosti podle Carla Junga / 80
 - 4.12 Profily osobnosti podle enneagramu a budování osobní značky / 84
- 5. Jak stručně, výstižně a pro každého vyjádřit to, kým jste / 89**
 - 5.1 Osobní elevator pitch / 89
 - 5.2 Jedinečná konkurenční výhoda / 93
- 6. Cílové skupiny / 99**
 - 6.1 Interní komunikace / 100
 - 6.2 Externí komunikace: další zájmové skupiny / 102
- 7. Osobní strategie komunikace: krátkodobé a dlouhodobé cíle osobní značky / 105**
 - 7.1 Potřeby / 105
 - 7.2 Cíle / 108
- 8. Jak víte, že jste úspěšní? Klíčové indikátory výkonnosti osobních značek / 113**
 - 8.1 Interní indikátory úspěchu / 113
 - 8.2 Externí indikátory úspěchu / 114

Část III

BUDOVNÍ A OCHRANA OSOBNÍ ZNAČKY – KONKRÉTNÍ KROKY

- 9. Emoční inteligence a osobní branding / 121**
 - 9.1 Co je emoční inteligence a jak souvisí s budováním osobní značky / 122
 - 9.2 Sebeuvědomění a sebeovládání / 124
 - 9.3 Empatie / 124
 - 9.4 Další sociální kompetence vědomé osobní značky / 125

- 10. Řeč těla, práce s hlasem a péče o vzhled / 127**
 - 10.1 Řeč těla / 127
 - 10.2 Práce s hlasem / 128
 - 10.3 Péče o vzhled / 129

- 11. Interní komunikace – intranet a další firemní komunikační nástroje / 133**

- 12. E-maily a osobní branding / 135**
 - 12.1 Nejlepší e-maily / 135
 - 12.2 Design e-mailů / 136
 - 12.3 E-mailové podpisy / 137
 - 12.4 Zprávy v nepřítomnosti / 137
 - 12.5 E-maily a konflikty v komunikaci / 138

- 13. Interní a externí networking / 141**
 - 13.1 Proč je networking při budování osobní značky důležitý / 141
 - 13.2 Druhy sítí / 143
 - 13.3 Jak se emočně motivovat k networkingu / 145
 - 13.4 Jak se připravit na networking / 146
 - 13.5 Běžné chyby při networkingu / 146
 - 13.6 Následné kroky po networkingu / 147
 - 13.7 Schůzky jako efektivní nástroj posílení vztahů / 148

- 14. LinkedIn a další sociální sítě / 151**
 - 14.1 LinkedIn / 151
 - 14.2 Facebook / 156
 - 14.3 Instagram / 157
 - 14.4 Twitter / 157
 - 14.5 YouTube a další možnosti sociální komunikace / 158

- 15. Vizuální komunikace / 159**
 - 15.1 Portfolio fotografií / 159
 - 15.2 Základy umění mluvit před kamerou / 160
 - 15.3 Videoprofil a videoprezentace / 161

- 16. Další nástroje tvorby osobní značky: prezentace a vedení porad / 165**
 - 16.1 Základy vedení úspěšných prezentací / 165
 - 16.2 Základy vedení porad / 169

- 17. Ústní doporučení a síla osobních referencí / 173**
 - 17.1 Jak si říct o osobní doporučení / 173
 - 17.2 Jak si říct o ústní doporučení / 174

18. Kvalitní sebeprezentace: životopis, osobní prezentace a osobní dopisy / 177

18.1 Životopis jako nástroj osobního marketingu / 177

18.2 Osobní značka na několika slidech / 179

18.3 Osobní dopisy / 179

19. Náročné konverzace: pohovory a kariérní růst / 181

19.1 Příprava na pohovor / 182

19.2 Příprava na nepříjemné otázky / 184

19.3 Chování během pohovoru / 185

19.4 Co dělat po skončení pohovoru / 186

20. Role mediální komunikace v tvorbě osobní značky / 189

20.1 Mít co říct novinářům / 189

20.2 Kultivace dlouhodobých vztahů s novináři / 190

20.3 Formáty mediální komunikace pro odborníky / 191

20.4 Fotografování do médií / 192

20.5 Příprava na mediální vystoupení / 192

20.6 Autorizace a následující kroky po mediálním vystoupení / 194

21. Krizová komunikace a ochrana osobní značky / 197

21.1 Krizová komunikace spojená s vaší pozicí / 197

21.2 Krizová komunikace spojená s vaší osobou / 198

21.3 Krizová komunikace na sociálních sítích / 199

21.4 Právní ochrana vlastního jména / 200

22. Jak na osobní branding, pokud... / 203

22.1 ... jste na začátku kariéry / 203

22.2 ... se chcete vrátit do práce po rodičovské / 206

22.3 ... jste žena, která chce kariéře růst / 210

22.4 ... se chcete prosadit v zahraničí / 212

22.5 ... chcete podporovat značku svého zaměstnavatele / 215

22.6 ... jste vědec a potřebujete lépe komunikovat / 217

22.7 ... pracujete ve státní správě / 220

22.8 ... je vám přes padesát a chcete si užít zbytek kariéry / 221

22.9 ... stojíte na začátku podnikání / 224

Závěrečné shrnutí / 227

Poznámky / 229

Literatura / 231

Předmluva

Cristina se nedá přehlédnout. Její rumunský temperament, zvědavé otázky, obrovský přehled a zájem o veřejný prostor, odhodlanost a obrovská lidskost jsou nepřehlédnutelné. Známe se dlouho. Pamatuji si ji jako novinářku, která byla vždy perfektně připravená, takže kladla těžké otázky. A zároveň byla naprosto profesionální a férová. Když se přesunula do komunikační branže, začala školit, koučovat a vést různorodé projekty, přenesla svoji novinářskou zkušenost do jiné roviny. Stále se perfektně připravuje a klade přesně mířené otázky tak dlouho, dokud nedostane odpověď. Dělá to s jasným záměrem – pomoci lidem, aby si ujasnili, kdo vlastně jsou, a aby našli odvahu rozvinout svůj lidský, profesní a komunikační potenciál.

Cristina sama je příkladem učícího se *perpetuum mobile*, které se nikdy nezastaví a stále na sobě pracuje – včetně své osobní značky. Je odvážná a důsledná. Nejen tím, že se hned po studiích přestěhovala do České republiky a bez znalosti češtiny se odhodlaně pustila do budování kariéry. Naučila se česky tak, že je schopná bez problémů psát, vyjadřovat hluboké myšlenky a pracovat s klienty v oblasti komunikace.

Je vlastně přirozené, že to je právě ona, kdo se rozhodl napsat ucelenou knihu (v češtině) o osobním branding. Věnuje se tomuto tématu už dvacet let a dělá to velmi dobře. Profesionálně a zároveň s šarmem, poctivostí a hlubokou lidskostí.

Když jsme se v létě v kavárně domluvily, že pro tuto knihu napíšu předmluvu, měla jsem z toho velkou radost – do okamžiku, než mi knihu poslala. Více než dvě stě stran. Proboha, řekla jsem si. Kdy to přečtu? Rozsahem svého díla mě ohromila a byl to jen další příklad její důslednosti a zodpovědnosti ke všemu, co dělá.

Zvládla jsem to za jeden den, protože se mi kniha opravdu dobře četla. Prostě žádná nuda. Má tři části, které na sebe přirozeně navazují a s každou z nich se dostáváte ke stále praktičtějším poznatkům a návodům. U každé kapitoly najdete jednak shrnutí toho nejpodstatnějšího, co stojí za zapamatování, a hlavně pak řadu dobře mířených otázek k zamyšlení a sebereflexi. Kniha vám nabídne jak kontext, tak praktickou kuchařku se všemi ingrediencemi. Co z nich pak uvaříte, je na vás. Ale pokud to vezmete opravdu důsledně, odměníte sami sebe dobře vystavěnou a srozumitelnou osobní značkou a strategií, jak ji poctivě budovat. Budete přemýšlet nejen o velkých tématech, jakými jsou vaše hodnoty nebo to, co tu chcete zanechat dalším generacím, ale také se zaměříte na zdánlivé detaily. Třeba na to, jak píšete e-maily (pokud je ještě píšete).

Pokud k sobě budete poctiví, tak vás tato kniha přinutí posadit se a zamyslet se nad sebou, nad svojí kariérou i nad tím, že neustálé vzdělávání se a ochota se rozvíjet je naprosto nezbytnou podmínkou pro zdravé přežití na pracovním trhu. A to ať je vám třicet nebo padesát, ať se pohybujete v byznysu, neziskové organizaci nebo ve státní správě.

Úplně nejlepší bude, pokud se vám kniha stane dlouhodobým průvodcem a budete se k ní vracet, pokud vám pomůže v různých životních situacích komunikovat sami sebe tak, abyste byli pro ostatní srozumitelní, inspirativní a hodnotní. V poslední kapitole uvádí Cristina příběhy několika lidí, kteří prošli zásadními momenty své kariéry, a nabízí praktické návody, na co se zaměřit při budování osobní značky právě v těchto zlomových situacích: vracíte se po mateřské do práce, vyměníte korporaci za vlastní podnikání, nebo vaši pozici ve firmě zruší a vy hledáte novou pracovní příležitost.

Celou knihou se pak prolínají Cristinininy velmi osobní myšlenky: jak smýšlí sama o sobě, o svých hodnotách a své značce. A co dělá pro její rozvoj. Moc se mi líbí například tato věta: „Budování osobní značky je cestou sebeuvědomění, seberozvoje a nabízení svých schopností do služby ostatním.“

Je ale také o upřímnosti k sobě samotnému, a to není vždy procházka růžovým sadem. Každopádně práce na osobní značce je krásné dobrodružství a já vám přeji, abyste si ho s touto knihou užili naplno!

Cristino, děkuji – a brzy na viděnou v kavárně!

Dita Stejskalová, ředitelka Ogilvy PR & Influence

Řekli o knize

„Nejste si jistí, co to vlastně je osobní značka a k čemu ji potřebujete? Anebo chcete na rozvoji své značky pracovat a nevíte jak? Tato kniha přináší čtenářům vysvětlení, praktické návody a rady, cvičení a užitečné otázky. Nezáleží na tom, jestli jste manažer v korporaci, podnikatel či zaměstnanec ve státní správě. Cristina obsáhla velmi širokou oblast budování osobní značky a při psaní této knihy myslela na každého. Podařilo se jí čtenářsky atraktivní formou spojit do jedné knihy dlouholeté zkušenosti, rady a konkrétní příběhy, a přinést tak dostatek podnětů pro každého, kdo má chuť na sobě pracovat. A jelikož budování osobní značky představuje celoživotní proces, určitě neodložíte tuto knihu po prvním přečtení, ale budete se k ní pravidelně vracet.“

**Drahomíra Mandíková, ředitelka firemních vztahů a komunikace,
Plzeňský Prazdroj**

„Charisma je prvek, který provází všechny velké lídry. Lze to i otočit: z manažera, který nemá charisma, opravdový lídr nikdy nebude. A osobní branding je nedílnou součástí charismatu. Cristinina knížka mě překvapila a stála mě jednu probdělou noc – prostě jsem ji nedokázal odložit nepřečtenou. Skvěle popisuje, proč je osobní branding důležitý a jak jej cíleně budovat.“

Martin Cígler, CEO, Solitea, a.s.

„Úspěch není nikdy náhodný. V dnešním zrychleném, neustále se měnícím, konkurenčním světě může komunikace a osobní značka posílit nebo zničit i toho nejzkušenějšího manažera. Tato kniha je povinnou četbou pro všechny z vás, kteří chtějí proaktivně vést a posunout svoji kariéru na další úroveň. Je to praktický průvodce, který krok za krokem nabízí reálné příklady a cvičení, abyste komunicovali co nejautentičtěji, přítomně a vlivně. Čtenáři budou doprovázeni nejen na cestě budování vlastní osobní značky, ale i na cestě sebepoznání a sebereflexe.“

**Vera Budway Strobach, ředitelka programu Diverzita,
Erste Group Bank AG**

„Jeden z nejvýraznějších poznatků, k němuž jsem za téměř dvacet let praxe v mezinárodních korporacích dospěla, je ten, že v umění sebeprezentace většina Čechů za svými zahraničními kolegy zaostává. Jak často slyším povzdech: Naše/moje výsledky jsou mnohem lepší, ale ‚oni‘ to umí lépe prodat! I proto považuji tuto knihu za

povinnou četbu všech profesionálů, kteří chtějí mít dopad. Jako bývalá novinářka píše Cristina s lehkostí, čtivě, uvádí řadu zajímavých faktů, které umí zasadit do smysluplného kontextu. Jakkoliv je téma nadčasové, Cristina správně poukazuje na měnící se charakter práce – s posunem do světa ‚zakázkové ekonomiky‘ je téma osobního brandu urgentnější než kdy dříve. Kniha je praktická, v nejlepším smyslu učebnice či návod. Provede úplného začátečníka, ale obohatí i zkušeného čtenáře. Nikdo asi nemůže říct, že perfektně zvládl úplně všechno, kniha navíc za každou kapitolou nabízí dlouhý seznam otázek, z nichž (jak autorka sama přiznává) se trochu točí hlava, ale které mohou každému z nás otevřít nové obzory. Cristina vše rámuje jak vlastním příběhem, tak řadou příběhů lidí, kteří podnikli konkrétní kroky s konkrétními výsledky. Sympatická výzva pro každého z nás.“

**Lenka Čábelová, manažerka komunikace a společenské odpovědnosti,
tisková mluvčí společnosti Microsoft Česká republika a Slovensko**

„Technologie začínají dominovat v řadě denních činností a brzy nahradí i rutinní manažery. Osobní branding je o byznysu mezi lidmi, o prvním dojmu a schopnostech odlišit se pro budování úspěšné manažerské kariéry. Je to cesta, jak se nestát předmětem automatizace či šedé průměrnosti. A je to právě Cristina, kdo nám svým vlastním osobním příkladem ukazuje cestu úspěšného osobního brandingu.“

Libor Witassek, kybernetik a transformační manažer, DC VISION

„Dobrý osobní branding je základ úspěchu, a to jak v pracovním, tak v osobním životě. Je to téma, kterému se nelze v dnešní době vyhnout. Žijeme v době moderních technologií, kdy se jakákoliv informace prožene rychlostí blesku trhem a může mít jak pozitivní, tak devastující následky. Opravit poničený brand je těžké a zdlouhavé. Každý by o něj měl konzistentně dbát, otevřeně a spolehlivě komunikovat a ideálně se snažit být v tom, co dělá, něčím výjimečným. Pro takového člověka nebude asi nikdy těžké si najít práci. Doporučuji se nad tématem osobního brandingu zamyslet – Cristinina kniha by mohla představovat dobrý start.“

**Petra Grabmayer, partnerka a ředitelka personální agentury
Pedersen & Partners pro Českou republiku**

„Kniha, kterou dala Cristina dohromady, je uceleným návodem, jak si úspěšně vytvořit svoji profesionální byznys auru. Jsem nadšená, že jsem mohla být u zrodu této knihy, protože svět práce a byznysu se mění, sociální média a jiné technologie se vyvíjejí velmi rychle a my se potřebujeme rychle zorientovat a využívat jejich

potenciál k našemu největšímu užitku. Nástroje a návody, které Cristina ve své knize popisuje, nám k tomu mohou skvěle posloužit. Cristino, díky!”

Hana Pullová, bývalá ředitelka personální agentury Randstad, spoluzakladatelka ATAIRU Group

„Osobnost a reputace byly důležité od pradávna a člověk si je přirozeně chrání. V globalizovaném světě pak kniha *Vy jako značka* nabízí návod, jak svoji reputaci nebo osobní značku vytvořit, komunikovat a prezentovat v souladu s hodnotovým nastavením každého z nás. Cristina v této knize zúročila roky zkušeností na poli komunikace. Skvělé dílo, které doporučím každému, kdo dbá o svoji pověst v podmínkách 21. století.“

Radoslav Petík, finanční manažer, Foxconn DRC

„Osobní značka jsem já. Můj život. Můj otisk ve světě. Já se sebou žiji desítky let. Já svůj otisk znám. Ovšem jak vtěsnat celý život do dvou až tří vět? Vtěsnat moji plastickou osobnost do několika slov a být u toho výstižná, pregnantní a srozumitelná? Je to nelehká práce sama se sebou, která vychází zevnitř. Cristina mi v tom během let už několikrát pomohla. Po hodině čtení její knihy zjišťuji, že jsem lapa na a obdivuji strukturu a praktičnost jednotlivých doporučení pro různé životní situace. Kniha je velmi dobře strukturovaná do kratších kapitol, proto se s ní dá dobře pracovat postupně, vše je možné pomalu a dobře strávit a vytáhnout ze sebe svou značku na světlo světa. Po další hodině vnímám, že odpovídám na otázky u některých cvičení a zkoumám, zda se po letech něco změnilo, doplnilo, či zda je vše stále naprosto pevné a ukotvené. Jsem to stále já, značka. Vy se jí stanete také, když si přečtete tuto knihu a budete s ní pracovat. Detailnější, strukturovanější práci na toto téma na českém trhu neznám.“

Lenka Mrazová, inspirátorka, mentorka, lektorka a koučka, Mentorka.cz

„Osobní brand není jen prázdná ulita definovaná vaším vzhledem, vystupováním nebo aktivitou na sociálních sítích. Je to naplnění potřeby učinit váš život smysluplným. Cristina Muntean vám poskytne nejen cenné rady, ale také doporučí, jaké otázky si máte klást a jak vystavět svoji osobní značku tak, aby neznamerala jen přínos pro vaši kariéru, ale aby vám pomohla si ujasnit, co chcete a jaký má mít na váš život dopad. Ať už jí věnujete dvě hodiny nebo několik týdnů, vždy pro vás bude mít hodnotu. Minimálně vám ukáže, jak o svém brandu přemýšlet a jaké otázky si klást.“

Alžběta Fridrichová, ředitelka a spolumajitelka komunikační agentury ADison

„Milé čtenářky, čtenáři – tato kniha je právě pro vás! Jste na cestě a otěže svého života držíte pevně v rukách. Život se neděje VÁM. Je to tak, že se život odvine podle vašeho vlastního přičinění. Jak být při držení těch otěží ještě o trochu aktivnější, informovanější a sebejistější? Přesně to se dozvíte v této úžasné inspirativní a praktické knize!“

Mariana Dachová, systemická koučka, CenteredTransitions.eu

„Naučit se budovat svou osobní značku je dovednost, kterou bychom neměli opomenout. Kniha Cristiny Muntean je velmi účinnou pomůckou: je plná užitečných rad, praktických cvičení i reálných příběhů. Ráda bych ji doporučila zejména těm, kteří chtějí mít způsob, jak a kde pracují a žijí, plně ve svých rukou.“

Lenka Šťastná, prezidentka, Business & Professional Women CR

„Cristina má dar předávat informace takovým stylem, že je nemůžete jen tak přejít. Kniha *Vy jako značka* je toho jasným důkazem. Pozorný čtenář může díky ní proniknout hluboko do problematiky osobního brandingu a vybrat si pro sebe to nejlepší.“

Jindra Šulcová, patentová zástupkyně, Česká republika

O autorce

Cristina Muntean je odbornice na strategickou komunikaci firem i osob. Narodila se v roce 1981 v Săcămaș, malé vesnici v rumunské Transylvánii. Vystudovala novinářinu na Fakultě žurnalistiky a masové komunikace Univerzity v Bukurešti. V roce 2004, po skončení studií se přestěhovala do Prahy.



V roce 2005 začala přispívat do anglicky psaného ekonomického časopisu *Czech Business Weekly*, kde později pracovala jako odborná redaktorka. V roce 2007 dostala na starost zpravodajství o finančních trzích, o rok později se stala šéfreportérkou, pak zástupkyní šéfredaktora.

V roce 2010, po uzavření *Czech Business Weekly*, opustila mediální svět a založila vlastní PR a vzdělávací agenturu **Media Education CEE**. Mezi klienty, s nimiž její firma v průběhu let spolupracovala, patří například Avon Cosmetics, B. Braun, Česká spořitelna, Československá obchodní banka, Celebrio Software, Cream Finance, DC Vision, Foxconn Global Services Division, Hay Group, Hypoteční banka, IBM, IKEA, Jihomoravské inovační centrum, Komerční banka, Mautilus, Moneta Money Bank, Naspers, Nespresso, O2, Plzeňský prazdroj, Raiffeisenbank Česká republika, RWE/Innogy, Salesforce, Schoenherr Legal Services, Sprinx Systems, Takeplace, Taylor Wessing, UniCredit Bank, University of Pittsburgh v Praze, Wrigley/Mars, Unilever a další.

Cristina osobně nabízí poradenství, školení, koučing i mentoring zaměřený na rozvoj dovedností budoucnosti: osobní branding, zpětnou vazbu a efektivní interní komunikaci, mediální a krizovou komunikaci, vedení vzdálených týmů, diverzitu a nevědomé předsudky, autentický ženský leadership a další aspekty emoční a systemické inteligence v komunikaci a ve vedení firem. Své služby nabízí v češtině, angličtině, francouzštině a v rumunštině, svém rodném jazyce. V roce 2011 byla zvolena předsedkyní českého PR klubu; o rok později se stala první ženou, která vedla Marketingový výbor Americké obchodní komory v České republice. Od prosince 2017 je členkou rady České asociace systemických konstelací (ČASK). V roce 2018 se stala členkou Mezinárodní asociace enneagramu (IEA) a Mezinárodní asociace systemických konstelací (ISCA).

Cristina čerpá svůj inovativní pohled na komunikaci, emoční inteligenci a leadership ze strategické kombinace svých mediálních a PR zkušeností a z různorodých

rodosti metod osobního rozvoje, které si v průběhu let osvojila. Od roku 2016 je mezinárodně certifikovanou lektorkou Enneagramu, komplexního a dynamického systému osobnostního rozvoje podporujícího růst emoční inteligence lidí. Je také certifikovanou exekutivní koučkou a koučkou s Enneagramem podle standardů Mezinárodní federace koučů (ICF). S lídry a budoucími lídry pracuje buď individuálně, nebo se věnuje diagnostice firem a rozvoji strategií komunikace a firemních kultur. Kromě emoční inteligence Cristina rozvíjí i sociální i systemickou inteligenci manažerů formou metody systemických konstelací, kterou si osvojila v Česku u Jana Bílého a v zahraničí u nizozemského Bert Hellinger Institute. Kontaktovat ji můžete na telefonním čísle +420 776 574 925 či na e-mailové adrese cm@cristinamuntean.com.

+ Věnování

Tuto knihu bych ráda věnovala s poděkováním všem, kteří se stali součástí mého českého příběhu:

Davidovi, se kterým to vše začalo.

Zdeňkovi, Katce, Honzovi, Míše a dalším českým spolužákům z Grenoblu, kteří mi ukázali jako první, jak milé a otevřené může být české srdce.

Panu Drahomíru Mejzrovi, zakladateli poradenské skupiny ACCON GROUP, který mi důvěřoval a pomohl mi získat první pracovní vízum v Česku.

Lence Mikešové, která byla tak trpělivá s mojí češtinou. Aleně Čarvašové, Janě Vlčkové a celé partě z ACCONU, kteří mě vzali mezi sebe, za přátelství, smích i trvalou dlouhodobou podporu.

Jitce, Pavle, Míše, Robertovi a všem dalším mým žákům francouzštiny a angličtiny, díky kterým jsem mohla po přestěhování do Čech zaplatit první nájmy.

Rodině Kašparových, která mi v roce 2006 půjčila peníze na nový notebook. Díky vám jsem mohla začít znovu psát do médií.

Janě Mlčochové a Petře Breyrové, které mi daly šanci vrátit se k novinářině a začít psát pro *Czech Business Weekly*. Brianovi a Raymondovi za vše, co jsem se od vás naučila o angličtině, o psaní a kvalitní novinářině.

Všem manažerům, kteří se nepřipravili na naše rozhovory do *Czech Business Weekly*. Díky vám jsem si mohla uvědomit, jak bych mohla být světu užitečná i po odchodu z médií.

Pavlu a Zlatce Trumpešovým, kteří mi důvěřovali, když mi bylo nejhůře, a půjčili mi peníze na založení vlastní firmy.

Kubovi Smutnému, který mi pomáhal připravit první smlouvy, poradil mi s registrací firmy a laskavě tlumil mé první střety s realitou podnikání. Petru Vyroubalovi, Honzovi Rabasovi, Jindře Šulcové a Hance Kukralové za přátelství a následující právní podporu.

Všem klientům, kteří mi během posledních let důvěřovali a světili do mých rukou své jméno a komunikaci svého projektu či firmy. Bez těch, kterým sloužíme, nejsme nic.

Tereze Lukavské za fotografie, Filipovi Plíhalovi za videa, Lucii Hamplové a Pavle Rathouské za marketing, design a veškerou grafiku. Díky vám jsem a do-
kážu toho víc.

Evě a Míše za enneagram, Janovi a Janu Jacobovi za konstelace. Hledala jsem cestu, jak dál. Vy jste mi ji ukázali.

Své rodině, kterou nosím neustále v srdci. A samozřejmě své původní vlasti, Rumunsku, jehož vášně, otevřenost, vynalézavost a odolnost tvoří jádro toho, kým jsem.

Úvod

Příběh jednoho konce a jednoho začátku

Bylo úterý 27. dubna 2010, těsně před obědem. Právě jsem vyšla z elegantního hotelu na Staroměstském náměstí, kde se konala jedna tisková konference. Jarní slunce krásně hřálo a já jsem se rozhodla udělat si před návratem do redakce příjemnou procházku. Náš časopis, ekonomický týdeník *Czech Business Weekly*, se před rokem přestěhoval z Provaznické ulice v centru Prahy do Francouzské na Vinohradech. Procházka znamenala pár okamžiků, které jsem měla sama pro sebe a kdy jsem si mohla utřídit myšlenky a naplánovat další články.

Najednou mi zvoní telefon. Byl to šéf, obvykle vtipný, klidný Američan, který by nevolal, pokud by něco nehořelo. „Doufám, že sedíš,“ řekl. „Mám pro tebe špatnou zprávu. Zrovna jsem se dozvěděl, že se včera sešlo vedení. Rozhodli se nás zavřít. Přestáváme vycházet hned teď, na konci dubna.“

Svět se najednou přestal točit. Hledala jsem lavičku, abych se mohla posadit. „Počkej... to myslíš vážně? Jako že končíme? A hned teď, na konci dubna? To snad není ani možné, dnes je přece úterý... Máme před sebou celé číslo... A co další čísla, všechny plány na léto?“ „No,“ řekl šéf chvějícím se hlasem, „tohle bude naše poslední číslo.“

Na zbytek posledního dubnového týdne roku 2010 si vzpomínám jen mlhavě. Nějak jsem se dostala do redakce, seděla a psala. Poslední číslo *Czech Business Weekly* muselo přece vyjít. Dala jsem dohromady všechny články, které jsem měla před sebou. V pátek dopoledne jsem sesbírala zbytky sil a připravila poslední úvodník. Odpoledne mě čekal pohovor s novým ředitelem vydavatelství. Nabídl nám jako odstupné jeden měsíční plat – stejně jsme už několik měsíců všichni pracovali na živnostenský list. Mluvili jsme spolu deset minut. Nic si z toho nepamatuji. Kdybych ho dnes potkala na ulici, nepoznala bych ho.

O víkendu jsme pak s kolegy třídili e-maily a uklidili si stoly. V pondělí ráno jsme odevzdali klíče a notebooky a šli pryč. Došli jsme na náměstí a dívali se na majestátní park s bujnou jarní přírodou. Naše pocity ale byly mrazivé. Tiše jsme se rozloučili. *Czech Business Weekly* přestal existovat.

Co bude dál?

Od svých jedenácti let jsem věděla, že chci být novinářkou. Tehdy jsem našla v tetině knihovně román o konci války ve Vietnamu, který napsal jeden americký novinář. „To je ono,“ řekla jsem si nadšeně. „To je přesně to, co chci dělat, až začnu

pracovat.“ V sedmnácti jsem pak náhodou na jednom večírku narazila na mladou ženu, která vystudovala na univerzitě v Bukurešti fakultu žurnalistiky. Vedla tam už i svoje vlastní semináře. Celý večer jsem se jí držela jako klíště: věděla jsem, že chci být jako ona. Doma jsem se hned zeptala, jak to uděláme. Věděla jsem, že budu potřebovat veškerou podporu svých nejbližších, abych se dostala na tak prestižní (a od nás 600 km vzdálenou) univerzitu v Bukurešti. Domluvila jsem se s onou ženou, že mi pomůže s přípravou na zkoušky. V posledním ročníku gymnázia jsem pravidelně jezdila nočním vlakem devět hodin tam a pak zase devět hodin zpátky z města Deva v mé rodné Transylvánii do Bukurešti, kde jsem se zdokonalovala v tvůrčím psaní.

Mona – tak se ta mladá žena jmenovala – mi postupně změnila způsob myšlení. Naučila mě přemýšlet novinářským způsobem, psát zprávy, vést základní rozhovory. Neustále mi kladla otázky: „Co by řekl tvůj malíček, kdyby začal hovořit? Kdyby tenhle kaktus byl člověkem, jak by vypadal? Podívej se na tu ženu – co si myslíš, že dnes udělá doma k večeři?“ Brzy jsem začala v hromadné dopravě pozorovat, jak se lidé k sobě chovají, jak mluví. Postupně se pro mě celý svět začal měnit na plátno, které se dalo pozorovat a popsat.

V září 2000 jsem pak dělala přijímací zkoušky. Na každé volné místo nás bylo jedenáct uchazečů. „Ty jsi tak trochu blázen,“ řekl mi táta, opravář v elektrárně, kterému některé měsíce zbyly jen drobné na dopravu, protože všechny peníze dával na moje vzdělávání. Když pak přišly výsledky přijímaček, rozbřečela jsem se. Přijali mě mezi prvními dvaceti – na státní stipendium jsem sice už nedosáhla, bylo jich jen sedm, ale – byla jsem tam. Budu moci celý život dělat to, po čem toužím – novinářinu. Možnost, že by pro mě osud připravil jinou cestu, mně tehdy ani na mysl nepřišla.

V dubnu 2002 – to už jsem byla studentkou druhého ročníku žurnalistiky – jsem dostala zajímavou nabídku. Nechtěla bych studovat novinářinu v Grenoblu, ve Francii, jako studentka evropského výměnného programu Erasmus? Jasně, že bych chtěla. Přihlásila jsem se, udělala další přijímačky a dostala stipendium. Do Grenoblu jsme dorazily se spolužačkou na začátku září 2002. V prostorách bývalé olympijské vesnice, z níž Francouzi udělali studentské koleje, jsme potkaly první Čechy. Byli to mimořádně laskaví a dobrosrdeční lidé. Jeden z nich se stal mým osudem. Zamílovala jsem se. Po skončení studií pak už byl ke stěhování do Čech jen krůček.

V září 2004 jsem byla v Praze a musela jsem si rychle najít nějakou obživu. Česky jsem neuměla ani slovo. Když jsem dorazila na první hodinu češtiny (bylo to v pondělí 6. září 2004 v devět hodin ráno), paní učitelka se nás zeptala, jak dlouho žijeme v Praze. „Dvě hodiny,“ odpověděla jsem, když mi spolužačka přeložila její