

**IDŹ DO:**

- ▶ Spis treści
- ▶ Przykładowy rozdział

**KATALOG KSIĄŻEK:**

- ▶ Katalog online
- ▶ Bestsellery
- ▶ Nowe książki
- ▶ Zapowiedzi

**CENNIK I INFORMACJE:**

- ▶ Zamów informacje o nowościach
- ▶ Zamów cennik

**CZYTELNIA:**

- ▶ Fragmenty książek online

## Jestem moją pracą. Rozrzućcie me prochy w sali konferencyjnej

Autor: Stan Slap

ISBN: 978-83-246-2990-9

Tytuł oryginału: Bury My Heart at ConferenceRoom B: The Unbeatable Impact of TrulyCommitted Managers

Format: 158×235, stron: 280

**Potencjał tkwi w Twoim sercu**

Oto wymykająca się standardom, niezwykła książka biznesowa, pokazująca, jak zdobyć źródło potężnej energii, wartę więcej niż wszystkie finansowe, intelektualne i materialne zachęty razem wzięte.

Każdy menedżer może być pracownikiem produktywnym i entuzjastycznie nastawionym do zatrudniającej go organizacji. Wystarczy, że zostanie odpowiednio zmotywowany finansowo, intelektualnie i materialnie. Jeśli jednak kiedykolwiek spotkałeś człowieka emocjonalnie zaangażowanego w pracę tak, jakby płacono mu miliony, mimo że naprawdę zarabia niewiele, wiesz, że między dobrym pracownikiem a pasjonatem istnieje diametralna różnica. Ten drugi pragnie sukcesu mierzonego w jego własnej skali i zgodnie z własnymi osobistymi standardami oraz kategoriami. Zatrzymaj się na chwilę w gorączkowej gonitwie po kolejnych szczeblach kariery i zastanów się, czy wierzysz w to, co robisz?

Czy w miejscu pracy chcesz żyć zgodnie z Twoimi najważniejszymi osobistymi wartościami? Chcesz zabierać do pracy to, co najlepszego daje Ci życie? Chcesz po wyjściu z pracy mieć dość energii, by pozostała część dnia nie przypominała życia na przepustce z więzienia?

Czy pragniesz szacunku? Chcesz, aby praca menedżera była doceniana jako po części sztuka i po części nauka? Chcesz, aby płacono Ci za myślenie, a nie za wykonywanie poleceń?

Czy pragniesz kontroli? Chcesz mieć autorytet, który dorównuje Twojej odpowiedzialności? Chcesz pracy interesującej i stawiającej wyzwania, ale nie takiej, w której stałym wyzwaniem jest przetrwanie?

Czy chcesz mieć wpływ? Chcesz wiedzieć, że praca, którą wykonujesz, coś dla kogoś znaczy i sprawia, że świat staje się... jeśli nie lepszy, to przynajmniej nie gorszy?

Ta książka mówi o poważnych sprawach, dotyczących samego kośćca Twojej osobowości i prowadzących do konkretnych efektów, mających przełożenie na wyniki finansowe. Będzie dla Ciebie nieocenioną pomocą, jeśli chcesz, by Twoje życie stało się pełne i spójne, jeśli pragniesz, aby Twoje prywatne wartości przyczyniły się do osiągnięcia wielkiego sukcesu.

**Uwaga!** Podręcznik posługuje się wysoko ocenianą techniką zarządzania, stosowaną przez najlepsze firmy z całego świata. Elementy programu zostały dokładnie przebadane i wsparte wynikami naukowymi oraz praktyką dziesiątek tysięcy najlepszych menedżerów z siedemdziesięciu krajów.

Do koszyka



Do przechowalni


 Nowość


 Promocja

Wywrotowa i radykalna książka na temat triumfu osobistych wartości, która w sposób unikalny przedstawia tajemnicę sukcesu organizacyjnego.

WARREN BENNIS, profesor katedry biznesu na Uniwersytecie Południowej Kalifornii, autor *Still Surprised: A Memoir of a Life in Leadership*

# Jestem moją pracą

Rozrzucie me prochy  
w sali konferencyjnej



## STAN SLAP

Slap jest autorem książki będącej Świętym Graalem dla firm, które pragną jak najlepiej wykorzystać potencjał swoich menedżerów, i dla menedżerów, którzy chcą jak najlepszych relacji ze swoją firmą. Fascynującej, zmuszającej do zastanowienia i zachęcającej do podjęcia działań. Ta książka nie jest tylko „pozycją obowiązkową” w kontekście lektury... ale wręcz „obowiązkową aktywnością”.

JACK CALHOUN, prezes Banana Republic

# SPIS TREŚCI

## **MARZENIE MENEDŻERA 13**

O tym, czego najbardziej pragną menedżerowie w relacjach ze swoimi firmami.

## **WPROWADZENIE 15**

Spełnieni menedżerowie opowiadają o tym, jak udało im się osiągnąć jeszcze większy sukces dzięki fuzji jaźni i światów.

# **CZĘŚĆ I POTRZEBNA JEST WARTOŚCIOWA OFERTA**

## **1. SKRYWANA PRAWDA 25**

Wprowadzenie do najbardziej wartościowej i jednocześnie najtrudniejszej do osiągnięcia formy zaangażowania menedżerskiego.

## **2. TAJEMNICZY CEL 33**

O tym, jak ta książka pomoże Ci być lepszym członkiem zarządu, menedżerem i człowiekiem.

## **3. DLA ŻADNEGO MENEDŻERA CZAS NIE STOI W MIEJSCU 41**

Wykonaj niezbędne obliczenia matematyczne, zanim sam staniesz się ofiarą matematyki i czasu.

## CZĘŚĆ II PORTFEL, SERCE, KLUCZE

### 4. MARZENIE FIRMY 45

To, czego firmy chcą od swoich menedżerów.

### 5. OPOWIEŚĆ O DWÓCH FIRMACH... 47

Tam, gdzie dzieje się to, co dziwne i wspaniałe.

### 6. O TYM, CO SPRAWIA, ŻE MARZENIE NIE STAJE SIĘ RZECZYWISTOŚCIĄ 65

Dlaczego firmy nie otrzymują od swoich menedżerów tego, czego chcą?

### 7. JAK DZIAŁA MÓZG MENEDŻERA? I DLACZEGO NIE DZIAŁA? 71

Dlaczego większa część teorii logiki korporacyjnej w realnym świecie menedżera staje się zupełnie nielogiczna?

### 8. USZCZYPNIJ MNIE, BO CHYBA ŚNIĘ... 77

Zderzenie marzeń: brak ofiar.

## CZĘŚĆ III MUSISZ. MOŻESZ

### 9. JAK SIĘ DOWIEDZIEĆ, CO NAPRAWDĘ SIĘ DLA CIEBIE LICZY 87

Dlaczego to trudniejsze, niż się wydaje? Jak możesz ułatwić sobie zadanie?

### 10. JAK SPRZEDAĆ IDEĘ WARTOŚCI SAMEMU SOBIE? 117

Dziesięć powodów, które zwykle powstrzymują menedżerów od działania. I o tym, dlaczego Ciebie nie powstrzymają.

### 11. JAK SPRZEDAĆ TO TWOIM LUDZIOM? 139

Jak przemienić to, co dla Ciebie najważniejsze, w wartościowy cel wszystkich pracowników?

### 12. JAK SPRZEDAĆ TĘ IDEĘ W SWOJEJ FIRMIE? 169

Jak przemienić to, co dla Ciebie najważniejsze, we wpływy biznesowe oraz sukces zawodowy?

## **CZĘŚĆ IV DO ROBOTY!**

### **13. IMPLEMENTACJA INDYWIDUALNA 185**

Pierwsze kroki na drodze do osobistego spełnienia.

### **14. ZASTOSOWANIE W ORGANIZACJI 235**

Pierwsze kroki na drodze do dobrych wyników osiąganych w skali globalnej.

### **15. MUSISZ O TYM PAMIĘTAĆ 249**

Cel. Droga. Do czego to wszystko się sprowadza?

## **CZĘŚĆ V POD WOALEM TAJEMNICY...**

Materiały z badań naukowych, notatki, podziękowania i nieuniknione analizy zachowań ssaków naczelnych oraz cytaty z Sun Tzu i Rumiego.

# USZCZYPNIJ MNIE, BO CHYBA ŚNIĘ...

# 8

**F**IRMY WIEDZĄ, czego pragną najbardziej:

emocjonalnego zaangażowania menedżerów. Jednocześnie nerwowo reagują na myśl o możliwym ryzyku związanym z uzyskaniem tego zaangażowania, sfrustrowane konsekwentnie powtarzanymi działaniami, które jak dotąd nie przyniosły trwałych efektów. Twoja firma po prostu stara się chronić swoje interesy, ale ta obronna postawa uniemożliwia jej uzyskanie tego, czego pożąda.

Menedżerowie wiedzą, czego najbardziej pragną: chodzi im o możliwość osiągnięcia sukcesu dzięki temu, kim są, a nie poprzez udawanie kogoś innego. Są nieco zdezorientowani i rozproszeni, muszą bowiem nieustannie podejmować wysiłek, by utrzymać wewnętrzną równowagę w wirującym korporacyjnym wszechświecie. Próbujesz chronić swoje człowieczeństwo,

ale koncentrując się na działaniach defensywnych, uniemożliwiasz sobie osiągnięcie tego, czego pragniesz.

Marzenia Twoje i Twojej firmy wcale nie muszą być identyczne, ale na pewno nie są niekompatybilne. Jedynym problemem wydaje się to, że firma nie chce pozwolić Ci ofiarować jej tego, czego sama najbardziej pragnie, a Ty nie chcesz dać tego, co pragniesz otrzymać.

Tu już nie chodzi nawet o to, że „król jest nagi”. Nikt nie ma na sobie żadnych ubrań i, szczerze mówiąc, to wcale nie jest przyjemny widok.

## ROZWIĄZANIE SPRYTNIE PRZEBRANE ZA PROBLEM

Potrzebny jest model, który będzie niezawodnym sposobem umożliwienia menedżerom pracy zgodnie z wyznawanymi przez nich wartościami osobistymi, bez potrzeby nieustannej ingerencji firmy, samowystarczalny system, bezpieczny i dobry wybór zarówno dla firmy, jak i dla jej menedżerów. Przygotuj się: ten model nazywa się **przywództwo**.

Poczekaj — wróć!

Nie chodzi o „przywództwo” w formie, o której najczęściej słyszysz. Nie mówimy o wersji korporacyjnej przywództwa, w której niezbędna jest konkretna liczba... dziesięciu, stu lub tysiąca dobrych, bezinteresownych realizacji organizacyjnych projektów czy zachowań, aby zostać namaszczone i uznanym oficjalnie za „lidera” organizacji. Prawdziwym celem działań przywódcy nie jest zwiększenie wartości akcji lub wydajności zespołów zadaniowych. To oczywiście jest ważne i przywództwo faktycznie umożliwia poprawę kondycji firmy — każde zadanie czy cel firmy zależny od poziomu inspiracji ludzi decydujących się na podjęcie wysiłku najlepiej realizować poprzez właściwe przywództwo. Ale nie o to chodzi, nigdy nie chodziło i nigdy nie będzie chodzić o takie pojmowanie przywództwa. Mylenie przyczyny ze skutkiem prowadzi przede wszystkim do niespełnienia krytycznego warunku, który umożliwia stanie się liderem.

Jeśli weźmie się stwierdzenie „liderzy robią coś dobrego” zbyt dosłownie, w swoim „owczym pędzie” firmy rozpoczną poszukiwania tego „czegoś”, co stanowi Świętego Graala przywództwa. Ważne nie jest to, *co* robią przywódcy, ale *dla czego* to robią. Przywództwo to motywacja. Jest cel, zanim będzie można pomyśleć o działaniu. Najgorszym Twoim nawykiem jako menedżera nie jest robienie czegoś źle, tylko z niewłaściwego powodu.

W rozmowach na temat przywództwa znajdziesz więcej mitologii, błędzenia, przesądów i akademickiego bełkotu niż w omówieniu jakiegokolwiek innego zagadnienia związanego z działalnością gospodarczą. W gruncie rzeczy celem przywództwa jest dążenie do zmiany otaczającego nas świata w imię swoich wartości i dla swojego dobra — aby móc żyć z nimi w pełnej zgodzie. Proces przywództwa jest działaniem zmierzającym do zamiany Twoich wartości w coś na tyle atrakcyjnego dla innych, by móc zgromadzić środki niezbędne do realizacji tego celu. Prawdziwe przywództwo jest zatem idealną organizacją dostępnych zasobów w ramach zdobywania i przekazywania tego, o czym mówimy w tej książce.

Nieredukowalność istoty przywództwa staje się oczywistością, gdy zdamy sobie sprawę, iż przywódcy są ludźmi, którzy żyją zgodnie z wyznawanymi przez siebie najistotniejszymi wartościami, nie pozwalając sobie na kompromisy i wykorzystując te wartości w celu uczynienia życia innych ludzi łatwiejszym. Właśnie z tego powodu ludzie stają się przywódcami. Z tego samego powodu inni ludzie podążają za liderami.

Ponieważ przywódcy żyją zgodnie ze swoimi wartościami, są oni zasadniczo jednostkami automotywacyjnymi, a to oznacza, że firmy nie muszą starać się za wszelką cenę zapewnić im motywacji. Liderzy stają się również wzorami ludzi napędzanych emocjonalnym zaangażowaniem i działających z myślą o wywołaniu takiego zaangażowania u innych — na przekór wszystkiemu i, jeśli to konieczne, wbrew zdrowemu rozsądkowi odpowiedzialnemu za ochronę wnętrza i serca pracownika. Jeśli organizacja ma się rozwijać, potrzebuje właśnie prawdziwych przywódców.

A jednak warto mieć świadomość, że firma prowadzi swoje interesy w niebezpiecznej dżungli biznesu, gdzie w mroku czai się mnóstwo głodnych bestii. W tym otoczeniu liczy się tylko przetrwanie, dlatego ostatnią rzeczą, o której myśli się w takich okolicznościach, jest działanie sprzeczne z intuicją. Firma absolutnie nie może pozwolić sobie na świadome wywoływanie chaosu w uporządkowanym świecie organizacji, a to oznacza także zachęcanie do autentycznej formy przywództwa w szeregach kadry zarządzającej. Elementem teorii chaosu jest idea tzw. dziwnych atraktorów... — przywódcy bez wątpienia są właśnie Twoimi dziwnymi atraktorami, oddziałującymi na innych w środowisku korporacyjnym.

Przywództwo w swojej najprawdziwszej formie postrzegane jest jako chaotyczna propozycja, bałagan, i, przy wszystkich kuszących, potencjalnych korzyściach, jako coś niepewnego i trudnego do opanowania. Ile razy mówiono Ci, byś stał się liderem? Ile czasu szkoliłeś się w jednej lub drugiej



metodzie przywództwa, ile razy pouczano Cię, wyżywano się na Tobie? Ile razy liderowanie pojawiało się w zakresie Twoich podstawowych obowiązków i celów? I ile razy brakowało Ci wsparcia wywołującego bezkompromisową osobistą motywację, która to właśnie jest głównym składnikiem przepisu na lidera? Firmy chcą tego, co robią przywódcy, bez konieczności ponoszenia kosztów związanych z przyczyną tego, co robią.

Jakie by nie były wartości firmy, *prawdziwi* przywódcy nie będą mieli żadnych obiekcji przed odrzuceniem ich w imię swoich własnych wartości. Gotowi są raczej spalić gmach korporacji, niż pozwolić sobie na rezygnację z własnych preferencji. Pozwolenie prawdziwym liderom na ingerencję w system może doprowadzić do jego zniszczenia. Zmieniają oni równowagę sił, nie zastanawiając się nad praktycznymi konsekwencjami. Problem ten można uznać za istotny, ponieważ, jak pokazuje historia, tak właśnie dotychczas zawsze postępowali prawdziwi, silni przywódcy.

Ale... coś takiego miało miejsce tylko, jeśli zniszczenie systemu było jednym z celów ich przywództwa. Pomyśl, co by się stało, gdyby ich zadaniem była ochrona systemu, gdyby prawdziwi przywódcy, wybrani z grona menedżerów firmy, rozwijali się w przekonaniu, że asekurowanie przedsiębiorstwa jest działaniem mającym na celu ochronę ich osobistych możliwości, wykorzystanie umiejętności do uzyskania korzyści osobistych — pracy i życia zgodnych z wyznawanymi przez nich najwyższymi wartościami osobistymi?

Czy taka sytuacja jest w ogóle możliwa?

Każdy ekspert w dziedzinie behawioryzmu powie Ci, że jeśli chcesz stworzyć silny związek osób zaangażowanych emocjonalnie, musisz pozwolić, by obie strony tej relacji przez cały czas „były sobą”. To jest problem, który powinien zostać rozwiązany, jeśli firma pragnie uzyskać od swoich menedżerów to, czego chce najbardziej.

Nie ma się nad czym zastanawiać, jeśli organizacja po prostu korzysta ze swoich menedżerów, obsadzając ich w roli standardowych komponentów i przedstawiając im wysokie wymagania w zakresie wydajności pracy. Ale jeśli chce tego, co najlepszego może dać człowiek, musi go uwolnić. Dać sobie szansę. Tylko jeśli firma uwolni swoich menedżerów, będzie mogła stać się niezawodną maszyną do realizacji marzeń. I zyska na tej wolności, pozbywając się kosztownych ciężarów fałszywie stymulujących płytkich zobowiązań. Menedżerowie wreszcie będą mogli robić dokładnie to, czego pragnęli. Podobnie jak firma.

Oto nowa prawda: bodźcem działań nie może być potrzeba firmy — sami menedżerowie muszą poszukiwać swoich wartości w organizacji. Nie chodzi tu o licencjonowanie chaosu, tylko o zapewnienie kontroli. Nie ma bardziej niezawodnego sposobu motywowania niż podkreślanie faktu, że nie zawsze musi się być przyczyną i źródłem działania.

Czy firmy mogą wierzyć, że jeśli ich menedżerowie uzyskają pełną swobodę w zakresie wyznawanych wartości, wciąż z pełnym zaangażowaniem będą dbać o dobro przedsiębiorstwa? Jeśli jesteś osobą zarządzającą grupą menedżerów, przedstawię Ci pewny sposób na poznanie prawdy. Odpowiedz na pytanie: „Czy ufasz sobie?”. Jeśli tak, to samo zaufanie może być rozciągnięte na całą kadrę kierowniczą firmy.

Ludzkie zachowanie jest nieprzewidywalne i niebezpieczne jedynie wtedy, gdy punktem wyjścia nie jest człowieczeństwo. Aby móc bezpiecznie zaufać menedżerom, firma musi umożliwić im robienie rzeczy, które prawdziwi liderzy robią zgodnie ze swoimi sumieniami. Musi stać się najlepszym miejscem do realizacji prawdziwego spełnienia, życia zgodnego z wyznawanymi wartościami i uświadamiania sobie silnego związku oraz jedności celu.

Takiego systemu menedżerowie będą bronić. O takim systemie marzą.

## **DOBRA WIADOMOŚĆ: TO NIE TWOJA WINA** **ZŁA WIADOMOŚĆ: JESTEŚ ZA TO ODPOWIEDZIALNY**

Twoja firma naturalnie nie przyjmie automatycznie Twoich najważniejszych wartości osobistych. Sam musisz o nie zadbać, a potem sprawić, że zasady te zostaną wdrożone w firmie. Musisz stać się prawdziwym liderem.

Czy jesteś w stanie to zrobić? *O tak!* Przywództwo nie jest jakąś rzadką genetyczną cechą imperatywną. To wrodzona umiejętność każdego człowieka i potrafisz zrobić z niej cholernie dobry użytek! Musisz tylko dowiedzieć się, od czego zacząć. Liderzy rozpoczynają od uzyskania całkowitej pewności co do kwestii dotyczącej tego, co jest dla nich najważniejsze, i od głębokiego pragnienia przebudowy otaczającego świata, tak by umożliwił doświadczenie większej przyjemności związanej z realizacją marzeń. Jeśli spojrzeć na historię i dokonania wielkich przywódców, ta świadomość zwykle miała swoje źródło w jakimś trudnym przejściu, sytuacji, w której

wyznawane przez nich wartości były poważnie zagrożone. Chcesz sprawdzić, co liczy się dla Ciebie? Poznaj kogoś, kto spróbuje Ci to zabrać.

Nelson Mandela? Matka Teresa? Historia i pamiętniki opisujące życie największych przywódców bardzo ułatwiają zadanie. Zróbmy mały test... Wolność: tak czy nie? Trąd: dobry czy zły?

Zapalniki niezbędne do wywołania zapłonu — eksplozji cechy przywództwa — zostały już umieszczone na właściwym miejscu, ponieważ to, co jest dla Ciebie ważne, już od dawna jest zagrożone. Być może uświadomienie sobie tego faktu jest nieco trudniejsze, ponieważ presja wywierana na wartości osobiste menedżera często przyjmuje formę owiniętego w kolorowy papier prezentu, bodźca finansowego i wzmocnienia poczucia własnej wartości, będących konsekwencją poczucia wspólnoty z celami i jedności z potęgą Twojej firmy.

Powinieneś też pamiętać, że firma tak naprawdę wcale nie chce, abyś stał się liderem. Przywódcy wykorzystują bowiem własne wartości i siłę wizji do obalenia istniejącego porządku i uwolnienia innych ludzi z okowów. Czy jesteś szaleńcem? To ostatnia rzecz, której pragnie Twoja firma. Organizacja nie chce, żeby kiedykolwiek coś takiego przyszło Ci na myśl! Twoja firma chce po prostu, abyś robił to, co zwykle robią przywódcy modelujący bezinteresowne akty pobożności i inspirujący innych do krwawej ofiary w bitwie o wzgórze okupowane przez konkurencję.

Tak naprawdę Twoja firma chce od Ciebie emocjonalnego zaangażowania w pracy — nie tylko bazującego na czynnikach finansowych, intelektualnych i fizycznych. Nie ma w tym nic złego. Tyle że to nie jest powód do tego, by zostać liderem. Posłuchaj. Najważniejszą odpowiedzialnością menedżera jest odpowiedzialność wobec firmy. Najważniejszą odpowiedzialnością lidera jest odpowiedzialność za siebie. Najpierw musisz wypełnić zobowiązania, jakie masz względem siebie, nie działając przy tym jak wywrotowiec. To jest jedna z najbardziej rozsądnych aktywności o charakterze korporacyjnym, jakie w ogóle możesz podjąć.

Twoja firma tak naprawdę najpierw musi pracować dla Ciebie, zanim będziesz mógł zacząć pracować dla niej.

## OBALAMY WIELKI MIT

Kim są najszczęśliwsi ludzie na ziemi? To osoby, które robią to, w co wierzą. Żyją w bezpiecznym miejscu, ponieważ mogą liczyć na wsparcie innych w obszarach, które są dla nich najważniejsze. I Ty masz szansę stać się jednym z nich. Zawsze ją miałeś. Ona istniała gdzieś tam od dawna, ukryta pod całym tym bełkotem i mylącymi stwierdzeniami na temat przywództwa.

Jednym z największych mitów przywództwa jest to, że stanowi ono ciężar. Gdyby tak było, nikt nie chciałby zostać liderem. Przywództwo to korzyści. Poza tym funkcja lidera wiąże się z pewną liczbą istotnych osobistych pożytków, które można zyskać, robiąc tylko to, co zwykle robią przywódcy. Spodobają Ci się korzyści płynące z przywództwa.

Czas zacząć. Uczynisz miejsce pracy lepszym nie tylko dla siebie — pociągniesz za sobą całą firmę. Najwyższy czas dowiedzieć się nie tego, *jak* być liderem, ale *dla czego*. Pora zrozumieć, że prawdziwą wartością przywództwa jest perspektywa możliwości zmiany świata. Przeobrażania świata menedżera.

Możesz pracować zgodnie z wyznawanymi przez siebie najważniejszymi wartościami osobistymi. Tak — pozwoli Ci na to Twoja firma, a pracownicy pomogą Ci w realizacji tego celu. Za chwilę pokażę Ci, jak sprawić, że będziesz mógł to robić, i jak zapewnić sobie wsparcie.

Wszystko zaczyna się od wartości. Pomówmy o kilku z nich.

# POTENCJAŁ TKWI W TWOIM SERCU

Oto wymykająca się standardom, niezwykła książka biznesowa, pokazująca, jak zdobyć źródło potężnej energii, wartej więcej niż wszystkie finansowe, intelektualne i materialne zachęty razem wzięte.

Każdy menedżer może być pracownikiem produktywnym i entuzjastycznie nastawionym do zatrudniającej go organizacji. Wystarczy, że zostanie odpowiednio zmotywowany finansowo, intelektualnie i materialnie. Jeśli jednak kiedykolwiek spotkałeś człowieka emocjonalnie zaangażowanego w pracę tak, jakby płacono mu miliony, mimo że naprawdę zarabia niewiele, wiesz, że między dobrym pracownikiem a pasjonatem istnieje diametralna różnica. Ten drugi pragnie sukcesu mierzonego w jego własnej skali i zgodnie z własnymi osobistymi standardami oraz kategoriami.

**Zatrzymaj się na chwilę w gorączkowej gonitwie po kolejnych szczeblach kariery i zastanów się, czy wierzysz w to, co robisz?**

**Czy w miejscu pracy chcesz żyć zgodnie z Twoimi najważniejszymi osobistymi wartościami?** Chcesz zabierać do pracy to, co najlepszego daje Ci życie? Chcesz po wyjściu z pracy mieć dość energii, by pozostała część dnia nie przypominała życia na przepustce z więzienia?

**Czy pragniesz szacunku?** Chcesz, aby praca menedżera była doceniana jako po części sztuka i po części nauka? Chcesz, aby płacono Ci za myślenie, a nie za wykonywanie poleceń?

**Czy pragniesz kontroli?** Chcesz mieć autorytet, który dorównuje Twojej odpowiedzialności? Chcesz pracy interesującej i stawiającej wyzwania, ale nie takiej, w której stałym wyzwaniem jest przetrwanie?

**Czy chcesz mieć wpływ?** Chcesz wiedzieć, że praca, którą wykonujesz, coś dla kogoś znaczy i sprawia, że świat staje się... jeśli nie lepszy, to przynajmniej nie gorszy?

Ta książka mówi o poważnych sprawach, dotyczących samego kośćca Twojej osobowości i prowadzących do konkretnych efektów, mających przełożenie na wyniki finansowe. Będzie dla Ciebie nieocenioną pomocą, jeśli chcesz, by Twoje życie stało się pełne i spójne, jeśli pragniesz, aby Twoje prywatne wartości przyczyniły się do osiągnięcia wielkiego sukcesu.

**Uwaga!** Podręcznik posługuje się wysoko ocenianą techniką zarządzania, stosowaną przez najlepsze firmy z całego świata. Elementy programu zostały dokładnie przebadane i wsparte wynikami naukowymi oraz praktyką dziesiątek tysięcy najlepszych menedżerów z siedemdziesięciu krajów.

**STAN SLAP** stał się sprawcą rewolucyjnych zmian w wielu największych i najbardziej wymagających organizacjach. Jego firma konsultingowa o światowym zasięgu specjalizuje się w działaniach mających na celu wywołanie płomiennego zaangażowania członków kadry kierowniczej, zwykłych pracowników i przedstawicieli klientów — trzech grup ludzi, od których zależy sukces każdego przedsiębiorstwa. Na liście klientów firmy Stana Slapa znajdują się takie korporacje, jak Hewlett-Packard, Microsoft, HSBC czy Viacom. Autor pracuje obecnie nad swoją drugą książką, a kiedy tylko ma okazję, żyje i mieszka w San Francisco. Zajrzyj na stronę internetową [www.slapcompany.com](http://www.slapcompany.com).

książkiklasybusiness

Nr katalogowy: 6016

Księgarnia internetowa:  
<http://onepress.pl>

Zamówienia telefoniczne:  
0 801 339900  
0 601 339900

**one**  
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:  
● <http://onepress.pl/promocje>  
Książki najchętniej czytane:  
● <http://onepress.pl/bestsellery>  
Zamów informacje o nowościach:  
● <http://onepress.pl/nowosci>

Helion SA  
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice  
tel.: 32 230 98 63  
e-mail: [onepress@onepress.pl](mailto:onepress@onepress.pl)  
<http://onepress.pl>

Cena 42,90 zł

ISBN 978-83-246-2990-9



9 788324 629909