

Image je nanic, pokud není v souladu s tím, co děláte

Skóre: 0.80
Název zdroje: Hospodářské noviny
Datum vydání: 17.08.2010
Nadpis: Image je nanic, pokud není v souladu s tím, co děláte
Strana: 22
Mutace: Podniky a trhy
Rubrika: Business Class
Autor: Jitka Richtrová
Náklad: 45065
Odkaz: <http://www.iHNed.cz/>
Oblast: Celostátní deníky
Zpracováno: 17.08.2010 05:49
Identifikace: DCHN20100817020033 cz
Klíčová slova: Filip Brodan, Filipem Brodanem

NADTITULEK: Styl

Pamatuji si na první setkání s **Filipem Brodanem**, majitelem firmy UP NETWORK. Tenkrát jsem byla mírně nervózní. Byl perfektně oblečený, a měl galantní vystupování, něco, co už nemají zdejší mladí muži příliš ve zvyku. Říkala jsem si, zda není má nejistota určitou sebereflexí nad vlastními nedostatky. Jenže nikdo nejsme dokonalý - a určitě ani Filip ne.

V každém případě je ale perfekcionista, který se snaží dělat všechno na 100 procent. Včetně oblékání. Chodí v kvalitních oblecích šitých na míru. Jsou nejen pohodlné, ale také důležité pro jeho dobrý pocit. Podstatné jsou rovněž detaily, například manžetové knoflíčky, hodinky nebo boty. Jak to tak vypadá, Brodanův image má úspěch, a soudě podle vzhledu lidí z jeho týmu, je i nakažlivý.

Brodan vyznává heslo "Pokud něco děláš, dělej to pořádně, anebo toho nechej." To lze aplikovat nejen na práci, ale i na oblékání, bydlení či koníčky. Aby byl člověk úspěšný v tom, co dělá, nezáleží pouze na podmínkách okolo něho, nýbrž i na sebedůvěře a víře ve svůj projekt. Toto přesvědčení je už polovinou úspěchu.

Pokud si věříte, jste ochotni investovat do projektu maximum práce a energie a samozřejmě i nějaké ty finance. Investujete přece do vlastní budoucnosti. Ať už je to hezká kancelář, kvalitní auto, nebo oblečení, v němž se budete cítit sebevědomě.

Jak říká Brodan, ke každému prostředí patří i ten správný image. A to se týká bez výjimky všech. Bezdomevec musí vypadat jako chudý člověk hodný podpory, úspěšný bankéř zase jako sebevědomý manažer. A samosebou, že to nemůže být jenom bezduchá póza, nutné jsou také znalosti. Jak říká Brodan, perfektní oblek od Cerrutiho vám příliš nepomůže, pokud toho v hlavě moc nemáte.

O tom, že výběr image není radno podceňovat, ostatně svědčí také experiment, který byl proveden v Americe. Světoznámý virtuos, jenž vyprodává koncertní sály, se nechal přesvědčit, aby se převlékl za bezdomovce a hrál v metru. Upoutal však pozornost velmi málo lidí. Ne proto, že by nehrál dostatečně kvalitně, ale kvůli svému vzhledu nestál lidem za to, aby se u něho zastavili. Neboť k tomu, co chtěl prezentovat, se nehodily ani jeho image, ani prostředí.

Jitka Richtrová
oděvní poradkyně

Filip Brodan

UP NETWORK.