

A black and white photograph of a man with a beard and glasses, wearing a dark suit and white shirt. He is holding a small red rose in his hands, looking down at it with a thoughtful expression. The background is dark and out of focus, showing what appears to be a painting or a framed picture on a wall.

2025

HUMOR W BIZNESIE

Jak sprawić, by się śmiały... autentycznie

JERZY ZIENTKOWSKI

SPIS TREŚCI	○2
<u>ZAMIAST WSTĘPU</u>	○3
<u>PO CO HUMOR</u>	○4
<u>ANEKDOTA</u>	○5
<u>HISTORIA</u>	○7
<u>AUTO IRONIA</u>	○9
<u>INTERAKCJA</u>	11
<u>PODSUMOWANIE</u>	13
<u>DOSPRZEDAŻ ;)</u>	14



ZAMIAST WSTĘPU

Nie jestem autentycznie śmieszny.

Więcej - mam problem z czuciem humoru, powagi, emocji, problem z interakcjami z innymi ludźmi.

Mimo zawodu wykonywanego - mówca profesjonalny, jestem bardziej osadzony w zawodzie wyuczonym - informatyk. Oznacza to, że ciężko mi idzie praca nad przemówieniami, podczas których mam mówić do innych.

Dziesięć lat temu mój syn, Julian, dostał ode mnie Księgę Żartów. I codziennie opowiadał nam kolejne żarty z tej książki, testując swoje poczucie humoru - i naszą odporność psychiczną. Wiem już, jak czuję się niektórzy moi słuchacze, kiedy ja na nich testuję moje poczucie, nazwijmy to tak, humoru.

Ale nie mogę w biznesie iść drogą czytania czyichś żartów na scenie. Suchary, te prawdziwe i te w przenośni, są konsumowalne do pewnego stopnia i przez niedługi okres. Potem stają się nużące i nieśmieszne.

Musiałem zatem odnaleźć swoją własną drogę do budowania humory w biznesie. Analiza, narzędzia, schematy, powtarzalność - to wszystko czeka Cię na tej drodze, która może nie być aż tak śmieszna, ale jest skuteczna.

Witaj w Autentycznym Humorze w Biznesie.

I Do Zobaczenia Na Scenie :)

PO CO HUMOR W BIZNESIE

**Biznes jest poważny.
Pieniądze lubią ciszę.
Nie jestem clownem.**

A jeden z moich potencjalnych klientów wprost powiedział mi:

- Jurek, ja nie chcę być takim amerykańskim coachem, co to się wygłupia ze sceny...

Ale to nie tak działa. Humor w biznesie ma bardzo konkretne cele, zastosowania, działa na poziomie hormonalnym i pozwala "naoliwić" relacje pomiędzy ludźmi, i firmami.

Bez tego mamy sytuacje, w których o wyborze kontrahenta decyduje excel, a dział zakupowy często nie ma szans na porozmawianie z dostawcą. I okazuje się, że parametry i produktu, i dostawy, i gwarancji i w ogóle - zgadzają się, ale...

Ale brakuje "chemii". Nie dogadujemy się. Koszty komunikacji są okrutnie duże, ludzie się frustrują i sypią piasek w koła projektów. A wystarczyłoby porozmawiać.

Humor jest świetnym narzędziem do sprawdzenia kompatybilności klienta i dostawcy. Pracodawcy i załogi. Partnerów w biznesie.

Ale jest też znakomitym narzędziem do nawiązywania relacji, pokazania, że ma się dystans do siebie, procesu, problemów.

Humor otworzył mi wiele drzwi.
Oto kilka wytrychów dla Ciebie :)

ANEGDOTA

Prawie historia, ale wiemy, że się nie wydarzyła.

Stopień trudności: łatwy

Poziom humoru: lekki

Anegdota jest formą historyjki, która nosi pozory prawdy, ale niekoniecznie musiała się wydarzyć. Czyli - nie jest przypowieścią (nie ma elementów fantasy), ale też nie można jej zweryfikować.

Dzięki temu w anegdote łatwo można używać wyobraźmien, absurdów, uproszczeń czy opowiadać ją w sposób wprost sugerujący widowni, że jest zmyślona - przy zachowaniu pozorów prawdy (ale uwaga - nie chodzi o to, żeby kłamać czy zmyślać!)

W przykładzie, który zobaczysz za moment na YT, podczas prezentacji opowiadam o tym, jak działa storytelling i dlaczego jest taki skuteczny. I pokazuję, że nie musi być długi, żeby działał.

W klasycznym humorze są dwie części opowieści - setup i punchline.

Setupem jest tutaj teza, że dzieci nie robią tego, co im mówimy wprost. I historia pierwszego dziecka.

Punchline to mój krótki dialog z drugim dzieckiem.



ZIENTKOWSKI.PL

PRZYKŁAD ANEGDOTY

BRACISZEK

Podczas jednego z przemówień pokazuję, jak w storytellingu działa anegdota - krótka forma historii, która się nigdy nie wydarzyła.
Zobacz, jak reaguje widownia na kilkanaście słów, które malują obraz w głowach odbiorców

Z O B A C Z

HISTORIA

Wiarygodność, weryfikowalność, humor

Stopień trudności: średni

Poziom humoru: lekki+

Historia wydarzyła się naprawdę. I może dlatego jest śmieszna - mówi się, że komedia to tragedia plus czas. I te rzeczy, które kiedyś wydawały nam się złe, smutne, tragiczne, dziś mogą bawić.

Kiedy opowiadasz swoją historię, na pewno znajdujesz w niej miejsca, w których ludzie się śmieją. Często nie wtedy, kiedy chcesz. Ale i to można wykorzystać.

Zapamiętaj (zapisz?), gdzie i kiedy ludzie śmiali się z Twojej historii. Powtórz dla innej widowni - znów się śmieją? Masz gotowy humor.

W przykładzie za moment pokazuję kawałek mojej kariery. Ten pierwszy, kiedy jeszcze pracowałem jako informatyk. I jasne, ta historia jest przerysowana. A w momencie, kiedy mi się przydarzała, nie myślałem o niej "śmieszna".

Ale dziś, z perspektywy lat i z dystansu doświadczenia - sam się śmieję z tego, jak straciłem etat.



realizował swoje cele,

ZIENTKOWSKI.PL

PRZYKŁAD HISTORII

MARZENIE

Podczas jednego z przemówień pokazuję, jak w storytellingu działa historia - krótka opowieść o prawdziwych wydarzeniach.

Zobacz, jak reaguje widownia na personalne przeżycia, opowiedziane z dystansem.

Z O B A C Z

AUTOIRONIA

Najłatwiej humorem trafiać w siebie. Ale i najtrudniej...

Stopień trudności: średni

Poziom humoru: średni

Najłatwiej żartować z siebie. Ale - jest kilka prostych zasad, które dobrze jest przyswoić. Inaczej może okazać się, że ludzie

- nie rozumieją Twojego humoru (bo nie mają kontekstu)
- myślą, że się sam deprecjonujesz (i nie rozumieją, dlaczego)
- zapłacą Ci mniej (skoro jesteś taki słaby)
- obrażają się (bo śmiejesz się z łysych - mimo, że sam jesteś łysy)

Autoironia musi być kontekstowa - powinna wynikać z treści tego, o czym mówisz. Nie młotkuj się za darmo...

Autoironia powinna być podana z dystansem - ludzie chcą widzieć, że się z tym dobrze czujesz, że sobie z tego nic nie robisz. W najgorszym razie - powiedz im o tym.

Autoironia nie może być podana saute, czyli na Bustera Keatona (z poważną miną) - musi być zawór bezpieczeństwa, który pokazuje, że Ty wiesz, że to jest śmieszne. Puść oko do widowni.

Dobrze jest przećwiczyć autoironię z kimś, kto Ci powie, że jest ok. Przez blisko pięć lat moi przyjaciele ze sceny (Olivia Schofield, Florian Mueck czy John Zimmer) mówili mi, że przesadzam, mówiąc o sobie za bardzo źle. W końcu dotarło.



ZIENTKOWSKI.PL

PRZYKŁAD AUTOIRONII

NIE MAM TAKICH PIENIĘDZY...

To przykład humoru nieintencjonalnego - wyszło mi, zażartowałem z siebie. Zobacz, jak w prosty sposób można, mówiąc o sobie, zażartować - i dać widowni poczucie bezpieczeństwa.

Z O B A C Z

INTERAKCJA

Widownia jest też częścią Twojej prezentacji

Stopień trudności: trudny

Poziom humoru: duży

Najtrudniej żartować z kogoś. Nie dość, że łatwo kogoś urazić - ba, na pewno! kogoś urazisz - to jeszcze, żeby działało, musi być i kontekstowe, i dobrze podane, i śmieszne.

Nie oznacza to, że nie można puszczając oczka do widowni, pośmiać się z jej wad albo reakcji. Zwłaszcza to drugie - interakcje z widownią są świetną metodą na wzbudzenie śmiechu.

Metod jest wiele. Ja preferuję interakcje zaplanowane. Nieintencjonalne interakcje są super, bo spontaniczne - i działają, ale...trudno je zaplanować 😊 Można pobawić się pytaniami, można zadaniami, można grać pauzą, można ustawiać pułapki (moją ulubioną jest pomyłka słowna).

Prezentacja powinna być dialogiem, a nie monologiem, dlatego i tak zalecam interakcje z Twoją widownią. Humor jest dodatkowym atraktorem, którego celem jest zbudowanie poczucia bezpieczeństwa, zmiana nastawienia, zmiana emocji czy wyłączenie logiki...

Jak to zrobić? Zobacz nieplanowaną interakcję w przykładzie.



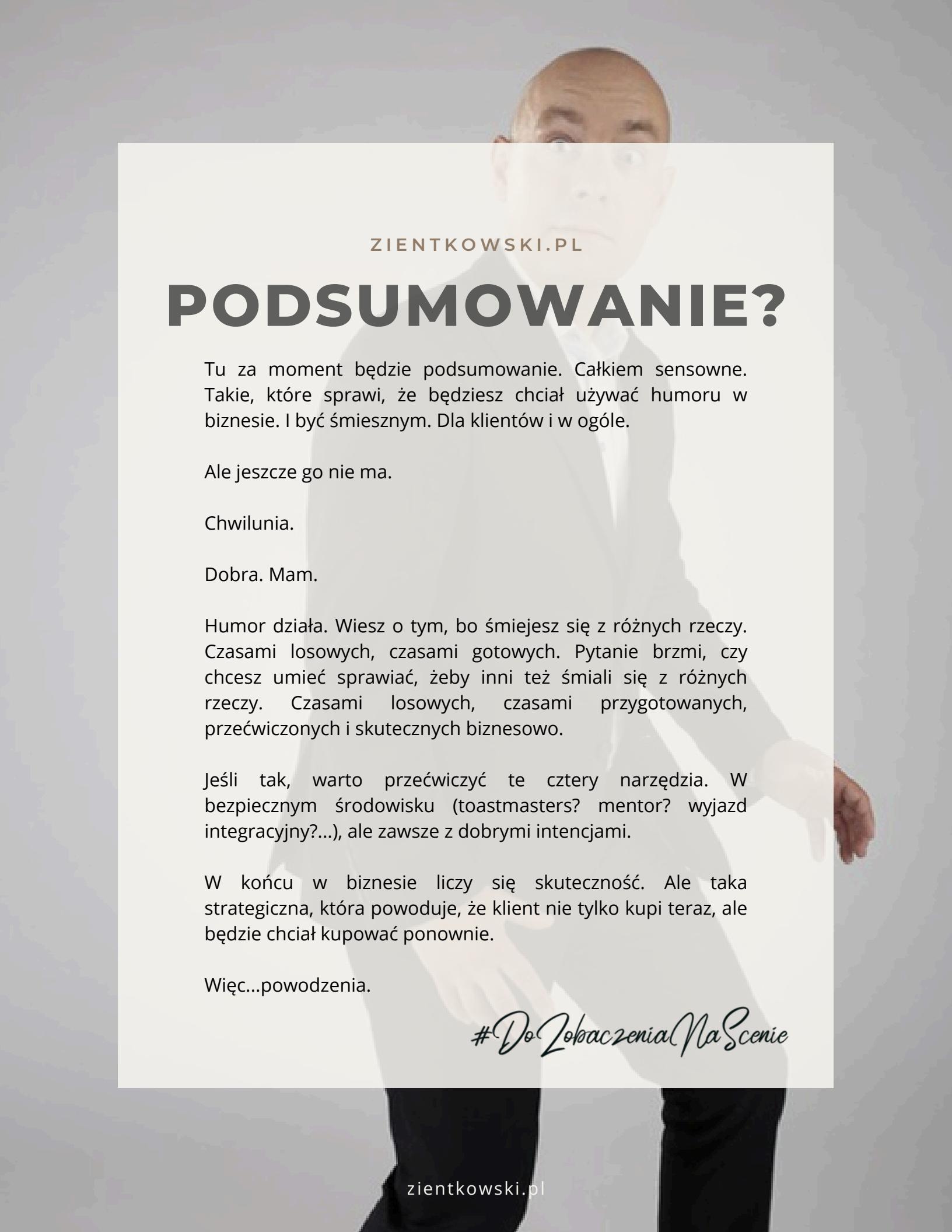
ZIENTKOWSKI.PL

PRZYKŁAD INTERAKCJI

STRASZNIE TANI

To przykład humoru nieintencjonalnego - wyszło mi, bo zrobiłem pauzę.
Resztę zrobił jeden z uczestników, a widownia zareagowała na jego
działanie. Jeśli dasz widowni miejsce na dialog, mogą się pojawić
rzeczy...śmieszne :)

Z O B A C Z



ZIENTKOWSKI.PL

PODSUMOWANIE?

Tu za moment będzie podsumowanie. Całkiem sensowne. Takie, które sprawi, że będziesz chciał używać humoru w biznesie. I być śmiesznym. Dla klientów i w ogóle.

Ale jeszcze go nie ma.

Chwilunia.

Dobra. Mam.

Humor działa. Wiesz o tym, bo śmiejesz się z różnych rzeczy. Czasami losowych, czasami gotowych. Pytanie brzmi, czy chcesz umieć sprawiać, żeby inni też śmiali się z różnych rzeczy. Czasami losowych, czasami przygotowanych, przeciwiczonych i skutecznych biznesowo.

Jeśli tak, warto przećwiczyć te cztery narzędzia. W bezpiecznym środowisku (toastmasters? mentor? wyjazd integracyjny...), ale zawsze z dobrymi intencjami.

W końcu w biznesie liczy się skuteczność. Ale taka strategiczna, która powoduje, że klient nie tylko kupi teraz, ale będzie chciał kupować ponownie.

Więc...powodzenia.

#DoZobaczeniaNaScenie

JERZY ZIENTKOWSKI



JERZY ZIENTKOWSKI

Mówca, autor, mentor, tata.

Jestem autorem książek o przemawianiu, mentorem i mówcą. Od 29 lat pracuję z biznesem i przemówieniami, uwielbiając precyzję. Mam przyjemność pracować nad komunikacją dla największych firm w Polsce, a przy tym rozmawiam ze studentami, pracownikami korporacji, managerami, członkami zarządów i właścicielami firm.

Pomagam w przygotowaniu prezentacji w sytuacjach podbramkowych i komfortowych. Mówię się o mnie, że pozbawiam złudzeń, nie pozbawiając marzeń.

ZIENTKOWSKI.PL

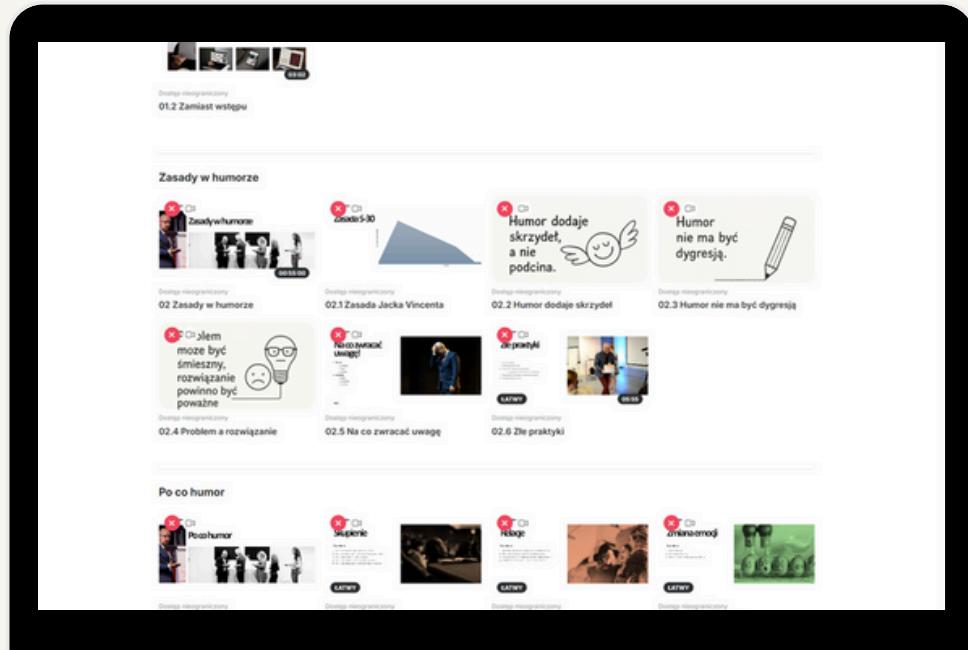


DALEJ BĘDZIE JUŻ TYLKO

REKLAMA

K U R S O N L I N E

A U T E N T Y C Z N Y H U M O R W B I Z N E S I E



[ZIENTKOWSKI.PL/KURSHUMORUWBIZNESIE](http://zientkowski.pl/kurshumorwbiznesie)

KUP KURS NA HUMOR

Kurs "Autentyczny Humor w Biznesie" daje Ci moc dawania widowni śmiechu. Bez sucharów, dowcipów z książki i wtop przed klientami, a za to ze sprawdzonym (przez Ciebie) i działającym (na widownię) poczuciem humoru.

Jeśli ten pdf zainspirował Cię albo pomógł coś zrozumieć, to kurs będzie idealnym narzędziem i inspiracją.

K U P U J E



ZIENTKOWSKI.PL

HUMOR W TWOIM BIZNESIE

Spotkania kwartalne, wyjazdy integracyjne, konferencje dla klientów - wszędzie tam, gdzie można w ciekawy i inspirujący sposób opowiedzieć o komunikacji, jest miejsce na to, żebym pojawił się w Twojej firmie.

Warto też szkoleniem lub warsztatami zmienić sposób, w jaki opowiadamy o firmie i rozmawiamy z klientami.

Do zobaczenia na scenie!

Z A M Ó W



ZIENTKOWSKI.PL

POPRACUJMY NAD TWOIMI HISTORIASMI

Zobacz, jak możemy popracować nad Twoimi historiami, nadać im blasku i sprawić, że zaczną sprzedawać. Zapisz się na mentoring online.

Przycisk po lewej przeniesie Cię na stronę zientkowski.pl/mentoring, gdzie poczytasz, co i jak możemy zrobić. A przycisk po prawej pozwoli umówić sesję onboardingu, gdzie porozmawiamy o tym na google meet :)

[Z O B A C Z](#)

[U M Ó W](#)