

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

Seria poradników z przymrużeniem oka ;)

Mam Kupić Prezent i Nagle Nie Znam Tej Osoby

**Jak wybierać prezenty bez paniki,
przeptacania i kupowania kolejnego kubka
tylko dlatego, że zostały trzy godziny**



**Mamy problem. Ale spokojnie.
Da się go rozwiązać i jeszcze będzie z czego się pośmiać.**

Mam Kupić Prezent i Nagle Nie Znam Tej Osoby

Jak wybierać prezenty bez paniki,
przepłacania i kupowania kolejnego kubka
tylko dlatego, że zostały trzy godziny

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

SPIS TREŚCI

INTRO	5
Rozdział 1 - To nie jest egzamin z tego, jak dobrze kogoś znasz.....	10
Rozdział 2 - Człowiek to nie dział w sklepie.....	18
Rozdział 3 - Cena nie mierzy uczuć	27
Rozdział 4 - Oryginalność potrafi zepsuć całkiem dobry prezent	35
Rozdział 5 - „Mam jeszcze czas” to nie jest plan	44
Rozdział 6 - Pytanie nie psuje prezentu	53
Rozdział 7 - Im więcej oglądasz, tym mniej wiesz.....	63
Rozdział 8 - Nie dawaj komuś nowego obowiązku w pudełku	71
Rozdział 9 - Najpierw wybierz rodzaj prezentu.....	80
Rozdział 10 - Szukaj tarcia, nie „pomysłu na prezent”	89
Rozdział 11 - Daj wybór tam, gdzie łatwo przestrzelić.....	99
Rozdział 12 - Zbuduj prezent z trzech prostych elementów	110
Rozdział 13 - Kup tak, żeby można było zmienić zdanie	119
Rozdział 14 - Wręczenie nie powinno wymagać scenariusza gali	129
Rozdział 15 - Co kupić komuś, kto „ma wszystko”	140
Rozdział 16 - Czasem prezent po prostu nie siądzie	150
Rozdział 17 - Prezent nie naprawi relacji	162

Rozdział 18 - Zbuduj radar prezentowy, nie magazyn prezentów.....	171
Rozdział 19 - Rozpoznaj moment, w którym znowu zaczynasz panikować	184
Rozdział 20 - Dobry prezent zaczyna się dużo wcześniej niż w sklepie	194

INTRO

Jest sobota, 13:17. O 17:00 zaczynają się urodziny. Stoisz w centrum handlowym i właśnie dociera do ciebie rzecz niepokojąca: po piętnastu latach znajomości nie masz najmniejszego pojęcia, co właściwie lubi człowiek, do którego idziesz. Wiesz, że ma pracę. Chyba pije kawę. Kiedyś wspominał coś o rowerze, ale równie dobrze mógł mówić o swoim szwagrze. W telefonie otwierasz rozmowę z nim i rozpoczynasz badanie archiwalne godne komisji śledczej. Zdjęcie psa. Mem. „Będę 10 minut później”. Zdjęcie obiadu. Ani jednego komunikatu: „Gdybyś kiedyś kupował mi prezent, pragnę dokładnie tego modelu bezprzewodowej stacji pogodowej”. Ludzie naprawdę mogliby być trochę bardziej pomocni.

Po dwudziestu minutach masz już trzy zakładki z poradnikami prezentowymi, cztery reklamy rzeczy z napisem „BEST DAD”, mimo że solenizant nie ma dzieci, i rosnące przekonanie, że powinienś kupić coś „oryginalnego”. To słowo jest wyjątkowo niebezpieczne. Pod jego wpływem normalny człowiek, który pięć minut wcześniej rozważał dobrą kawę albo książkę, zaczyna oglądać lampę w kształcie księżycy, zestaw do samodzielnej hodowli grzybów i drewnianą skrzynkę opisaną jako „personalizowane doświadczenie dla wyjątkowej osoby”. Cena: 289 złotych. Zawartość: skarpetki, świeca i słoiczek czegoś, co wygląda jak sól. Ale jest w skrzynce, więc najwyraźniej doznało awansu społecznego.

Potem pojawia się kubek.

Kubek zawsze gdzieś tam jest. Czeka cierpliwie w swoim naturalnym środowisku, pomiędzy poduszką z napisem

„Najlepsza Przyjaciółka” a zestawem kosmetyków, których zapachu nikt przy zdrowych zmysłach nie kupiłby sobie sam. Kubek ma napis. Kubek ma śmieszny obrazek. Kubek kosztuje rozsądnie. Kubek wygląda jak decyzja. I właśnie dlatego około 15:42 zaczynasz z nim negocjować. „Może jednak jest fajny? W pracy będzie używać. Każdy potrzebuje kubka”. Oczywiście. Niektórzy potrzebują nawet dziewiątego.

Problem z kupowaniem prezentów rzadko polega na tym, że naprawdę niczego nie wiemy o drugiej osobie. Znacznie częściej próbujemy zrobić z prezentu egzamin z relacji. Nagle przedmiot za sto pięćdziesiąt złotych ma udowodnić, że słuchamy, pamiętamy, rozumiemy, mamy smak, jesteśmy kreatywni i nie kupowaliśmy go w panice na stacji benzynowej. Im ważniejsza osoba, tym większa presja, więc zamiast korzystać z tego, co o niej wiemy, zaczynamy szukać prezentu idealnego. A „idealny prezent” jest kuzynem „idealnej decyzji”: występuje głównie w reklamach, opowieściach po fakcie i głowie człowieka, który ma jeszcze dwie godziny do zamknięcia sklepów.

Do tego dochodzi dziwny zestaw przekonań, które potrafią skutecznie wykoleić prosty zakup. Prezent praktyczny jest podobno zbyt mało romantyczny. Pieniądże są bezosobowe. Voucher oznacza brak pomysłu. Pytanie wprost psuje niespodziankę. Tani prezent wygląda źle. Drogi może wyglądać jeszcze gorzej, bo nagle obdarowany zastanawia się, czy powinien w przyszłym miesiącu sprzedać rower, żeby zrewanżować się na podobnym poziomie. Rzecz zabawna może okazać się śmieszna przez siedemnaście sekund. Rzecz dekoracyjna wprowadza do czyjegoś domu przedmiot, którego ta osoba będzie się bała wyrzucić przez następne sześć lat. Dawanie prezentów jest

naprawdę uroczą tradycją, jeśli pominąć część, w której wszyscy próbują przewidzieć cudze myśli.

Nie pomaga nam też rynek prezentowy, który bardzo sprawnie wykorzystuje panikę. Im mniej wiesz, czego szukasz, tym łatwiej sprzedać ci kategorię „dla niego”, „dla niej”, „dla osoby, która ma wszystko” albo szczególnie tajemniczą „prezenty premium”. Po kliknięciu okazuje się, że osoba, która ma wszystko, najwyraźniej nie ma jeszcze karafki, masażera do karku i skórzanego etui na zegarek. Problem polega na tym, że produkt może być świetny i nadal być fatalnym prezentem dla konkretnego człowieka. Nie kupujesz przecież rzeczy dla „mężczyzny 30-45”. Kupujesz ją Tomkowi, który od pięciu lat mówi, że nie chce kolejnych przedmiotów na biurku.

Ta książka nie będzie więc próbowała nauczyć cię magicznej zdolności zaglądania ludziom do głowy. Byłaby przydatna, ale wtedy prawdopodobnie zaczęlibyśmy od ważniejszych spraw niż imieniny cioci. Chodzi o coś prostszego: o podejmowanie dobrych decyzji prezentowych na podstawie informacji, które naprawdę masz. Zamiast pytać „Jaki prezent będzie niesamowity?”, nauczysz się pytać „Co ta osoba faktycznie wykorzysta, doceni albo zapamięta?”. Zamiast przemierzać centrum handlowe w coraz szybszym tempie, będziesz umieć zawęzić wybór. Zamiast rekompensować brak pomysłu ceną, sprawdzisz, czy większy wydatek rzeczywiście cokolwiek poprawia.

Bo cena prezentu ma zaskakująco mało wspólnego z tym, ile uwagi w niego włożono. Można wydać trzysta złotych na kompletnie nietrafiony przedmiot i trzydzieści na coś, po czym druga osoba powie: „Skąd wiedziałeś?”. Oczywiście idealnie byłoby odpowiedzieć wtedy spokojnie: „Po prostu cię znam”. Nie musisz dodawać, że pół roku wcześniej

usłyszałeś jedno zdanie przy kasie w markecie i zapisałeś je w telefonie pod tytułem „PREZENTY - NIE ZGUB TEGO, CZŁOWIEKU”. Liczy się efekt. Wielkie gesty mają swoje miejsce, ale codzienna uważność ma wyjątkowo dobry stosunek jakości do ceny.

Będziemy też rozprawiać się z jednym z najbardziej kosztownych mechanizmów prezentowych: zakupami pod presją czasu. Gdy zostają trzy godziny, mózg przestaje pytać „Czy ona tego chce?” i zaczyna pytać „Czy to wygląda wystarczająco prezentowo?”. To fundamentalna różnica. W pierwszym pytaniu centrum uwagi stanowi człowiek. W drugim - pudełko, kokarda i twoja potrzeba opuszczenia sklepu przed śmiercią naturalną. Dlatego jednym z celów tej książki będzie zbudowanie prostego systemu awaryjnego na sytuacje, w których przypominasz sobie o okazji za późno. Nie po to, żebyś stał się człowiekiem, który kupuje prezenty bożonarodzeniowe w maju i ma specjalny arkusz kalkulacyjny z kolorami. Chociaż jeśli już taki masz, szanuję logistykę. Chodzi o to, żeby brak czasu nie zmuszał cię automatycznie do kupowania drożej, gorzej i bardziej przypadkowo.

Nie każdy prezent musi też być niespodzianką. To jedna z tych informacji, które brzmią banalnie, dopóki nie zobaczysz dorosłego człowieka próbującego potajemnie ustalić rozmiar buta partnerki na podstawie zdjęcia. Czasem najlepszym ruchem jest pytanie. Czasem lista życzeń. Czasem wspólne wybranie czegoś. Czasem prezentem jest doświadczenie, czas, konkretna pomoc albo możliwość kupienia dokładnie tego, czego ktoś potrzebuje. Niespodzianka jest narzędziem, nie obowiązkiem konstytucyjnym. Jeśli ryzyko pomyłki jest wysokie, osoba ma bardzo konkretny gust albo

zakup jest drogi, odrobina jawności potrafi być bardziej troskliwa niż spektakularne pudło z rzeczą do zwrotu.

Najważniejsze jednak, żeby prezent przestał być konkursem, w którym trzeba za każdym razem pobić swój rekord kreatywności. Nie musisz udowadniać uczucia poprzez znalezienie przedmiotu, którego nikt wcześniej nie widział i który jednocześnie idealnie odpowiada osobowości obdarowanego, mieści się w budżecie, przychodzi jutro paczkomatem i ma pięć gwiazdek od 847 osób. Czasem dobry prezent jest oczywisty. Czasem powtarzalny. Ktoś naprawdę lubi konkretną herbatę? Możesz kupić ją ponownie. Świat się nie zawali. Policja prezentowa nie przyjedzie.

Jeśli więc otworzyłeś tę książkę, bo przed tobą urodziny, święta, rocznica, parapetówka, komunია, pożegnanie kolegi z pracy albo ta szczególna okazja pod tytułem „wszyscy coś kupują, więc chyba ja też powinienem”, nie potrzebujesz więcej pomysłów. Internet ma ich miliardy. Potrzebujesz sposobu wyboru. Takiego, który działa również wtedy, gdy człowiek „niczego nie potrzebuje”, budżet nie jest z gumy, relacja jest skomplikowana, a kurier nie zdąży.

Dobry prezent nie musi wywołać chóru aniołów.

Wystarczy, że nie będzie dziewiątym kubkiem.

Rozdział 1 - To nie jest egzamin z tego, jak dobrze kogoś znasz

W restauracji siedzi osiem osób, na stole tort, świeczki, kieliszki i kilka pakunków ustawionych obok solenizantki. Twój prezent leży między dużym pudełkiem przewiązanym szeroką wstążką a małą elegancką torbą, która wygląda, jakby sama miała doradcę podatkowego. Niby rozmawiasz z człowiekiem po lewej, ale jednym okiem obserwujesz strefę prezentową. Ktoś przyniósł coś ciężkiego. Ktoś inny ma kopertę. Czy koperta oznacza pieniądze? Voucher? Bilety? Akt własności niewielkiej wyspy? Twoja paczka nagle wydaje się podejrzenie lekka.

Potem zaczyna się rozpakowywanie. Solenizantka otwiera prezent od swojej siostry i natychmiast mówi:

-

O Boże, pamiętałaś!

Żle.

Nie dlatego, że prezent siostry jest zły. Jest świetny. Żle dlatego, że twoja głowa właśnie usłyszała sygnał rozpoczęcia zawodów. „Pamiętałaś” oznacza przecież, że istnieją punkty za pamiętanie. Czy ty pamiętałaś? Co ostatnio mówiła? Czy w ogóle słuchałaś? Może kiedyś wspomniała przy obiedzie o ceramice. A ty wtedy jadłaś frytki. Frytki znowu zniszczyły relację.

Kiedy przychodzi kolej na twój prezent, nie obserwujesz już zwykłej reakcji człowieka na przedmiot. Prowadzisz audyt emocjonalny. Jak szybko się uśmiechnęła? Czy powiedziała „ale super”, czy „o, super”? Czy przecinek między „o” a „super” był za długi? Czy odłożyła prezent

bliżej siebie, czy bardziej w stronę talerza z sernikiem? W ciągu dwunastu sekund jesteś jednocześnie darczyńcą, analitykiem zachowań i człowiekiem, który żałuje, że nie kupił tej droższej wersji.

Tak właśnie z prostego gestu robi się egzamin.

Nie zdajemy go przed obdarowanym. Najczęściej zdajemy go przed sobą.

Prezent staje się dowodem na to, czy jesteśmy wystarczająco uważni, bliscy, pomysłowi i hojni. Szczególnie wtedy, gdy relacja jest ważna. Im bardziej nam na kimś zależy, tym łatwiej uwierzyć, że przedmiot powinien dokładnie odzwierciedlać głębokość tej relacji. Jakby uczucie można było umieścić w kartonie, zabezpieczyć folią bąbelkową i nadać kurierem z dostawą przed osiemnastą.

To podejście ma jeden podstawowy problem: stawia prezentowi zadanie, którego żadna rzecz nie jest w stanie wykonać. Nie da się za pomocą książki, perfum, kolacji czy zegarka udowodnić całej historii znajomości z drugim człowiekiem. Prezent może być trafny, miły, użyteczny, zabawny albo znaczący. Nie musi być materialnym streszczeniem piętnastu lat wspólnych wakacji, rozmów i awantur o to, kto miał zamknąć okno.

Jeśli zaczynasz od pytania „Co ten prezent powie o naszej relacji?”, wybór robi się absurdalnie trudny. Jeśli zaczynasz od pytania „Co sprawi tej osobie realną przyjemność albo będzie dla niej użyteczne?”, liczba możliwych odpowiedzi od razu maleje.

To nie jest obniżanie poprzeczki. To ustawienie jej w miejscu, w którym rzeczywiście można przez nią przeskoczyć.