

CUPRINS

Să-l cunoștem pe Fred	9
Cuvânt înainte	11
Mulțumiri	15
Partea I: Ce este un Fred	17
Unu: Primul Fred	19
Doi: Principiile lui Fred	25
Trei: Unde pot fi găsiți oameni ca Fred	33
Partea a IIa: Să devii un Fred	43
Patru: Oricare dintre noi poate determina schimbarea	49
Cinci: Succesul se bazează pe construirea relațiilor reale	59
Șase: Creează permanent valoare pentru cei din jurul tău	69
Șapte: Reinventează-te	81
Partea a IIIa: Contribuția la apariția altor Fred	91
Opt: Fă tot ce poți să-i găsești	97
Nouă: Recompensează	103
Zece: Educă	109
Unsprezece: Demonstrează	115

Partea a IVa: Lui Fred, cu dragoste	121
Doisprezece: Ce face Fred	
în zilele noastre	123
Treisprezece: Spiritul lui Fred	1131
Postfață: Agenda lui Fred	135
Despre autor	139
Despre editură	141
Final	144

partea I

**CE ESTE UN
FRED?**

PRIMUL *FRED*

Fă din fiecare zi a vieții tale o capodoperă.

– JOSHUA WOODEN, tatăl lui JOHN WOODEN

(n.r.: John Wooden – jucător și apoi antrenor de baschet, printre pușinii care s-au bucurat de celebritate în ambele ipostaze.)

Am întâlnit primul *Fred* imediat după ce am cumpărat ceea ce eu am numit „noua” noastră casă veche. Construită în 1928, casa a fost primul imobil pe care l-am avut în proprietate și era situată într-o zonă minunată din Denver. Zona era înconjurată de arbori și se numea Washington Park. La puțin timp după ce m-am mutat am auzit pe cineva ciocănind la ușă. Am deschis curios. Era poștașul.

„Bună dimineața, domnule Sanborn!”, mă salută acesta călduros. „Numele meu este *Fred* și sunt factorul poștal din această zonă. Am trecut pe aici ca să mă prezint, să vă urez «bun venit» în cartier și să aflu câte ceva despre dumneavoastră.”

Fred arăta ca un om obișnuit, era de înălțime medie și avea o mustață mică. Prezența sa fizică nu spunea mare lucru dar sinceritatea și căldura sa se făceau imediat remarcate.

Eram cam surprins. Ca mulți dintre noi, primisem corespondență ani la rând dar nu avusesem parte niciodată de o astfel de primire din partea factorului poștal. Eram impresionat – frumos gest.

„Sunt orator profesionist. La drept vorbind, eu nu am un loc de muncă.”, i-am spus pe un ton de glumă.

„Dacă sunteți orator profesionist probabil că trebuie să călătoriți foarte mult”, spuse *Fred*.

„Într-adevăr. Călătoresc în jur de 200 de zile pe an”.

Fred dădu din cap a înțelegere și continuă. „Ei bine, dacă îmi dați o copie a programului pe care îl aveți, vă rețin corespondența. O voi aduce numai în zilele în care sunteți acasă.”

Oferta lui plină de solitudine autentică mă lăsă cu gura căscată. I-am spus totuși că un asemenea efort din partea sa nu este necesar. „Mai bine îmi lași corespondența în cutia din fața casei.”, i-am sugerat. „O voi lua când mă întorc acasă.”

Fred nici nu vru să audă de o astfel de alternativă.

„Domnule Sanborn”, rosti el, „nici nu știți câți hoți se orientează asupra țintei observând cutia poștală. O cutie plină le spune că proprietarul casei nu este în localitate și, uite-așa, deveniți o victimă.” Nu-mi venea să cred că un om cu desăvârșire necunoscut se îngrijea de mine și de bunurile mele. Lui *Fred* îi păsa mai mult de corespondența mea decât mie! Avea totuși sens: era un profesionist adevărat.

„Iată o sugestie, domnule Sanborn”, continuă *Fred*. „Voi pune corespondența în cutie până când se umple.

Trag capacul și nimeni nu va ști că sunteți plecat. După ce se umple, restul de corespondență îl voi pune între ușa-paravan și ușa de la intrare. Nimeni nu se

uită acolo. Și dacă nici acolo nu va mai fi loc, voi reține restul până când vă veți întoarce.”

Din acest moment am început să mă întreb serios dacă omul lucra pentru serviciul poștal public. Poate că acest cartier avea propriul său serviciu poștal. Și pentru că sugestiile lui *Fred* sunau tare bine, am acceptat bucuros.

Doouă săptămâni după aceea m-am întors din călătorie.

Am întors cheia în broască și am observat că preșul de la ușă lipsește. La asta se rezuma prada hoților din Denver? Apoi am zărit preșul într-un colț al terasei, ascunzând parcă ceva. Am ridicat preșul. Sub el era un bilet. De la cine crezi? Evident, de la *Fred*.

Conținutul biletului mi-a lămurit ce se întâmplase. Cât fusesem plecat, un alt serviciu poștal livrase la o adresă greșită un pachet destinat mie. Acesta fusese lăsat pe o altă terasă, la cinci case distanță. Observând pachetul meu la o altă adresă, *Fred* îl luase, îl căruse până aici, lăsase biletul și apoi încercase să ascundă pachetul sub preșul de la ușă.

Omul ăsta nu numai că livra corespondența dar se ocupa și de îndreptarea erorilor serviciului de curierat rapid UPS!

Gestul său m-a impresionat cu adevărat. Prin natura meseriei, sunt preocupat de descoperirea și evidențierea exemplelor de greșeli din sfera serviciilor pentru clienți și din afaceri, în general. A găsi ceva bine făcut sau chiar demn de laudat este infinit mai greu. Și iată, poștașul meu, *Fred*, reprezenta un exemplu concludent de cum arată un serviciu personalizat și un model demn de urmat pentru oricine își dorește să determine schimbări majore prin munca sa.

Am început să utilizez ca exemple în discursurile și seminariile mele diferitele experiențe pe care le-am avut cu *Fred*. Toți voiau să afle cât mai multe despre *Fred*. Ascultătorii mei erau încântați, fie că erau anga-

jați în domeniul serviciilor, la o companie producătoare, în domeniul tehnologiei de vârf sau în sănătate. Când mă întorceam acasă, la Denver, îi povesteam lui *Fred* ori de câte ori aveam ocazia despre impactul muncii sale asupra celor în fața cărora țineam discursuri. I-am povestit despre o angajată foarte deprimată pentru că nu primise niciun fel de recunoștință din partea șefilor săi. Mi-a scris spunându-mi că exemplul lui *Fred* o inspirase să continue în munca sa, să se devoteze total acelor activități despre care știa în adâncul inimii sale că sunt corecte, indiferent că recunoașterea sau recompensele ar fi venit sau nu. I-am relatat lui *Fred* povestea unui manager care, după ce ascultase unul dintre discursurile mele, m-a tras deoparte pentru a-mi spune că țelul său în viață era de a deveni și el un *Fred*. El credea cu convingere că excelența și calitatea trebuiau să reprezinte obiectivele oricărei persoane din orice domeniu sau profesie.

Am fost încântat să îl anunț pe amicul meu poștaş că unele companii înființaseră *Premiul Fred* pentru a răsplăti angajații care demonstau că își desfășurau activitatea în spiritul angajamentului, inovației și solitudinii specifice lui *Fred*.

Un admirator al lui *Fred* chiar i-a trimis acestuia o cutie cu prăjituri făcute în casă, pe adresa mea.

De primul Crăciun după ce *Fred* devenise poștaşul meu, am vrut să-i mulțumesc concret pentru serviciile sale excepționale. Am lăsat un mic cadou pentru el la cutia poștală. A doua zi, am avut surprinderea să găsesc în cutie o scrisoare neobișnuită. Plicul avea timbru dar era nefrancat. Atunci am remarcat adresa expeditorului: era de la *Fred*, Poștaşul.

Fred știa că era ilegal să trimiți o scrisoare fără timbru, așa că, deși adusesese scrisoarea personal, lipise timbrul corespunzător.

Am deschis scrisoarea, care suna cam așa: „Dragă domnule Sanborn, vă mulțumesc că v-ați gândit la mine de Crăciun. Sunt măgulit că vorbiți despre mine în discursurile dumneavoastră și sper ca serviciile mele să fie și de acum înainte cel puțin la fel de satisfăcătoare. Cu sinceritate, *Fred*, Poștașul.”

În următorii zece ani, am fost mereu impresionat de serviciile lui *Fred*. Puteam spune cu siguranță zilele în care *Fred* nu lucra pe strada noastră după modul în care corespondența era îndesată în cutie. Când *Fred* era de serviciu, toate plicurile erau stivuite cu grijă.

Dar nu era numai asta. *Fred* demonstra un interes personal pentru mine. Într-o zi, când tundeam iarba de pe peluză, o mașină încetini pe stradă, chiar în fața mea. Geamul portierei coborî și o voce familiară se auzi dinlăuntru mașinii: „Bună ziua, domnule Sanborn! Cum a fost călătoria?”

Era *Fred*, în afara serviciului, plimbându-se prin cartier. Observându-i atitudinea exemplară și acțiunile demne de urmat, am concluzionat că *Fred* – și modul în care își desfășura activitatea – reprezenta cel mai bun exemplu de împlinire personală și de excelență în secolul douăzeci și unu. *Fred* – și alți nenumărați oameni ca el pe care i-am întâlnit ulterior – m-au determinat să scriu volumul de față. Acesta conține lecții simple dar valoroase pe care mi le-au dat diverși oameni ca *Fred* pretutindeni în lume.

Oricine poate fi un *Fred*! Inclusiv tu! Rezultatul nu va fi numai un extraordinar efort și un succes pe măsură în cariera ta ci te vei bucura să trăiești zi de zi o viață extraordinară.

PRINCIPIILE LUI FRED

Indiferent ce ți-ai ales să fii, fă-o bine!

— ABRAHAM LINCOLN

Adevărul este transferabil. De aceea, mă voi referi deseori în această carte la unele idei de bază care definesc esența *Factorului Fred*. Aceste idei se aplică perfect activității și vieții noastre. Iată, pe scurt, care sunt cele patru principii pe care le-am aflat urmărindu-l pe *Fred*, Poștașul, principii despre care cred cu convingere că se aplică fiecăruia dintre noi, indiferent de profesiune, situație sau moment.

PRINCIPIUL I: FIECARE DINTRE NOI POATE DETERMINA SCHIMBAREA

Nu importă cât de mare sau ineficientă este o organizație. Un singur om poate să determine schimbarea. *Tu* poți să provoci o schimbare. Un angajator mediocru

poate anula o prestație excepțională, ignorând-o, neapreciind-o la justa valoare sau pur și simplu neîncurajând-o. Un angajator excepțional își va instrui subordonații pentru obținerea unor prestații de top și apoi le va recompensa. În cele din urmă, este foarte adevărat că doar angajatul poate decide dacă prestația sa va fi sau nu excepțională, indiferent de circumstanțe.

Gândește-te un moment. Contribui sau știrbești cu evoluția ta experiența colegilor și clienților tăi? Impulsionezi apropierea sau îndepărtarea organizației din care faci parte de obiectivele propuse? Îți faci doar datoria la serviciu sau faci din datorie o pasiune? Ușurezi munca colegilor sau o îngreunezi? Îi încurajezi pe cei din jur sau te străduiești să-i descurajezi?

Nimeni nu te poate împiedica să devii excepțional în munca ta și în viața ta. Până la urmă, singura întrebare care rămâne este: determini sau nu schimbări în bine?

Fred Smith, distinsul scriitor și lider în domeniul afacerilor, a notat pe baza propriei experiențe în conducerea unei organizații: „cei mai mulți oameni sunt în căutarea unei semnificații”.

Sunt într-un acord deplin cu exemplul lui *Fred*, Poștașul. Poate că alții privesc această slujbă ca fiind una monotonă și umilitoare dar *Fred* a văzut în ea șansa de a face viața clienților mai plăcută. A ales să determine o schimbare pozitivă.

Martin Luther King Jr. spunea: „Dacă un om crede că rostul său pe pământ este acela de a mătura străzi, atunci o va face la fel de bine pe cât picta Michelangelo sau compunea Beethoven. El va mătura atât de bine încât cerurile se vor deschide la moartea sa și voci de îngeri vor spune: «Acesta a fost un vajnic măturător care și-a făcut treaba fără reproș.»”.

Fred, Poștașul, a înțeles asta. El este dovada vie că nu există slujbe insignifiante atunci când sunt îndeplinite de oameni extraordinari și cu simțul semnificației.

Politicienii ne tot repetă că munca îl înnobilează pe om.

A avea de lucru și a dispune de mijloacele de întreținere proprie și a familiei reprezintă un lucru de importanță vitală. Dar acesta este doar un factor al ecuației. Ceea ce nu ni s-a spus suficient de des este că *omul își înnobilează munca. Nu există munci lipsite de importanță ci oameni care se simt neimportanți făcându-le*. De aceea, probabil, B.C. Forbes, legendarul fondator al revistei *Forbes*, spunea: „Este mai important și mai satisfăcător să fii un camionagiu de primă mână decât un director de mână a șaptea.”.

Am întâlnit șoferi de taxi mai motivați și mai inspirați decât unii manageri care par să-și fi pierdut dorința de a excela în munca lor. Poziția ocupată într-o ierarhie nu determină performanța dar cu siguranță performanța determină până la urmă poziția pe care o ocupăm în viață. Aceasta pentru că poziția este determinată de rezultatele pe care le obținem, nu de intenții. De fapt, o caracteristică a oamenilor excepționali este că aceștia acționează atunci când ceilalți se rezumă la vorbe.

A fixa ștacheta la un nivel înalt și a te strădui să o depășești este mult mai dificil decât a te complăce într-o anumită stare. Modul cum faci față criticilor celor care se simt amenințați de realizările tale depinde nu de poziția ta ierarhică ci de atitudinea ta. Până la urmă, cu cât mai valoros ești pentru ceilalți – cu cât crezi mai multă valoare prin munca ta și prin interacțiunile cu ceilalți – cu atât mai multă valoare se va crea apoi în jurul tău (se va revărsa asupra ta). Elementul forte al succesului în carieră este acela de a te devota muncii tale, indiferent de sprijinul care ți se acordă, de recompense sau de recunoașterea celorlalți.

PRINCIPIUL II: CHEIA SUCCESULUI ESTE CREAREA UNOR RELAȚII REALE

Cea mai mare parte din corespondența pe care am primit-o în viața mea mi-a parvenit prin intermediul poștei. Eram obișnuit să mi se ofere serviciul plătit, nimic mai mult, nimic mai puțin.

Spre deosebire de astfel de servicii prestate de *Fred*, Poștașul, serviciul plătit era net superior din multe puncte de vedere, cel mai important fiind relația dintre noi, care era diferită față de orice altă relație pe care o avusesem cu vreun poștaș până atunci. De fapt, *Fred* a fost singurul poștaș cu care am avut o relație personală.

Este ușor de văzut de ce *Fred* s-a remarcat din mulțime.

Oamenii indiferenți prestează servicii impersonale.

Serviciul devine personalizat în momentul în care se dezvoltă o relație reală între prestator și beneficiar.

Fred a avut răbdarea de a mă cunoaște și de a-mi afla nevoile și preferințele. A folosit apoi aceste informații pentru a-mi asigura servicii de mai bună calitate decât orice alte servicii de care beneficiasem înainte. Tu ai această capacitate?

Fred este dovada că în orice domeniu construirea relațiilor este un obiectiv important din simplul motiv că o relație de calitate determină calitatea serviciilor sau produselor.

De asemenea, acesta este motivul pentru care:

- liderii au succes numai după ce conștientizează că angajații lor sunt și ei oameni;
- tehnologia are succes în momentul în care recunoaște că utilizatorii sunt ființe umane și
- angajații ca *Fred*, poștașul, reușesc în carieră pentru că înțeleg faptul că munca lor implică interacțiunea cu oamenii.

PRINCIPIUL III: TREBUIE SĂ CREEZI ÎN MOD PERMANENT VALOARE PENTRU CEI DIN JURUL TĂU FĂRĂ CA ASTA SĂ TE COSTE VREUN BAN

Te plângi câteodată că nu îți ajung banii, nu? Că nu te bucuri de suficientă libertate pentru a urma niște cursuri de instruire? Că nu beneficiezi de șanse mai multe? Cu alte cuvinte, ai senzația că îți lipsesc resursele necesare pentru a atinge performanța?

Atunci gândește-te la *Fred*. Ce resurse avea el la dispoziție? O uniformă albastră, ternă, și o geantă uriașă, plină cu scrisori. Atât și nimic mai mult! Și totuși, acest om livra corespondența cu inima și mintea deschise către orice posibilități. Imaginația sa l-a ajutat să creeze valoare pentru clienții săi și nu a avut nevoie de bani pentru asta. Doar că a gândit mai mult și mai creativ decât alți factori poștali.

Comportându-se astfel, *Fred* a administrat cu înțelepciune cea mai importantă resursă profesională a secolului douăzeci și unu: abilitatea de a crea valoare pentru cei din jur fără a cheltui niciun bănuț în acest scop.

Și tu poți înlocui banii cu imaginația. Scopul este să gândești mai creativ decât concurenții tăi nu să cheltuiești mai mult decât ei.

Am întâlnit mulți oameni care erau îngrijați că la un moment dat și-ar putea pierde slujbele din cauza crizei economice dintr-un anumit domeniu. Îi voi sfătui întotdeauna să nu-și mai facă griji. Ceea ce mă șochează este însă indiferența lor. Intenția mea este să le schimb perspectiva acestor oameni din „angajați” în „angajabili”.

Date fiind coordonatele economiei de astăzi, un absolvent de liceu sau colegiu se poate aștepta ca de câteva ori în viață să rămână fără serviciu. Dar

perioadele de șomaj vor fi foarte scurte atâta timp cât persoana respectivă este angajabilă, adică are acea abilitate care o face să pară o investiție pentru orice angajator, indiferent de domeniu sau localizare geografică.

Cum arată această abilitate, în ce constă ea, mă vei întreba. Există o mulțime de factori care contribuie la construirea „angajabilității” dar cel mai important este abilitatea de crea valoare pentru clienți și colegi fără a cheltui bani pentru asta. Ideea este să înlocuiești banii cu imaginație, să substitui capitalul cu creativitatea.

Maxima lui Sanborn sună astfel: cu cât încerci să rezolvi mai repede o problemă cu ajutorul banilor cu atât soluția se va dovedi mai proastă. Cu bani suficienți, oricine își poate cumpăra soluția unei probleme. Provocarea este să depășești concurența cu ajutorul imaginației, nu al banilor.

În lumea afacerilor, concurența se desfășoară pe planul intern al unei organizații, pe plan extern și uneori pe ambele. De exemplu, poți concura pentru un post mai bun în cadrul departamentului din care faci parte sau în interiorul aceleiași organizații. Poate că mediul profesional nu te stimulează dar tu speri că cel mai potrivit candidat pentru postul respectiv va învinge și te străduiești să dovedești că tocmai tu ești acela.

Sau poate concurența ta este un competitor concret cu care te lupți pentru aceeași piață.

Odată, când am ținut un discurs sponsorizat de o companie de curierat care considera serviciul poștal public a fi un competitor, mi s-a interzis să aduc vorba despre povestea lui *Fred*. (M-a șocat faptul că respectiva companie nu dorea să povestesc despre tipul de angajat pe care și l-ar fi dorit cu siguranță și al cărui exemplu putea stimula prestația propriilor angajați. Dar acesta-i subiectul unei alte cărți!) Pentru că angajatorul lui *Fred* luptă pentru supremație în

domeniul său, poștașul, prin atitudinea sa, poate ple-
da pentru sau poate face antireclamă propriei com-
panii. Cei mai mulți angajatori au recunoscut că *Fred*
este genul de angajat care le-ar oferi un avantaj în
competiție.

Dar nu sunt sigur că *Fred* (sau angajatorul său) s-au gân-
dit la concurență în sensul tradițional al cuvântului.
Fred este dovada concretă că există un alt concurent
subtil: *ceea ce am putea face*. Adevărul este că noi
concurăm cu propriul nostru potențial în fiecare zi.
Și, din păcate, cei mai mulți dintre noi pierdem
această cursă făcând mai puțin decât suntem capabili
să facem.

Probabil că nu voi înțelege niciodată pe deplin ce îl
motivează pe *Fred* să fie așa cum mi s-a dezvăluit mie
dar cred că recunoștința clienților săi precum și
satisfacția de a excela în activitate reprezintă factori
importanți.

La sfârșitul fiecărei zile, *Fred* iese învingător în lupta cu
acel adversar tăcut care îi amenință potențialul, așa
cum fiecare dintre noi este amenințat. Acest adversar
este mediocritatea, disponibilitatea de a face numai
cât este strict necesar și absolut nimic mai mult.

Poate că acest adversar nu te va învinge în lupta pentru o
promovare și nici nu-ți va diminua cota de piață dar
va diminua calitatea prestației tale și, implicit,
satisfacția de a ști că ceea ce faci este important.

PRINCIPIUL IV: TREBUIE SĂ TE REINVENTEZI PERMANENT

Gândește-te din nou la exemplul lui *Fred*: dacă un poștaș
poate demonstra atâta originalitate în livrarea cores-
pondenței, atunci noi, ceilalți, avem posibilități
infinite de a ne face munca într-un mod creativ. Cum

putem să ne reinventăm pe noi înșine și munca noastră?

Sunt anumite zile în care te trezești dimineața deja obosit. Te gândești că ai citit cărți, ai ascultat casete, te-ai uitat la înregistrări video și ai participat la sesiuni de instruire. Ai făcut tot ce ți-a stat în putință pentru a atinge excelența în ceea ce faci și totuși ai rămas obosit și nemotivat. Atunci când viața personală este în declin, când motivația profesională tinde spre zero iar tu de-abia aștepti să se termine programul pentru a pleca acasă, ce poți să faci?

Iată o sugestie: eu mă gândesc la factorul poștal care obișnuia să îmi aducă corespondența. Dacă *Fred*, Poștaşul, a reușit să folosească atâta creativitate și devotament pentru a pune niște plicuri într-o cutie, eu pot cel puțin la fel de bine să-mi reinventez munca, reîmprospătându-mi eforturile. Am convingerea că indiferent de postul pe care îl ocupi, de domeniul în care activezi sau de zona în care locuiești, te trezești dimineața ca o tăbliță goală. Depinde numai de tine ce vei scrie pe tăbliță de-a lungul zilei.

Aceasta este esența a ceea ce eu numesc *Factorul Fred*.

UNDE POT FI GĂSIȚI OAMENI CA FRED

Vine un moment special în viața fiecăruia dintre noi, acel moment unic pentru care am venit pe lume. Acea șansă unică de care trebuie să profităm și cu ajutorul căreia ne vom duce la îndeplinire misiunea – o misiune pentru care numai noi suntem înzestrați. În acel moment atingem mătreața. Acel moment este cel mai important din viață.

– WINSTON CHURCHILL

Acum, că ți-am explicat calitățile unui adevărat *Fred*, vei înțelege de ce sunt atât de încântat să descopăr oameni ca *Fred* oriunde călătoresc.

Îmi place foarte mult cafeaua de la Starbucks și mi se întâmplă foarte rar să-mi încep vreo dimineață fără ea. Într-o dimineață, pe când mergeam cu mașina spre Aeroportul Internațional Denver, am zărit o cafenea Starbucks și m-am oprit pentru a-mi cumpăra licoarea aburindă cu aromă minunată, servită în imense cești personalizate.

Întorcându-mă în mașină, m-am văzut în mijlocul unei mari dileme. Nu puteam conduce și bea cafeaua în același timp pentru că mașina mea nu era cu transmisie automată, deci aveam nevoie de o mână pentru a schimba vitezele și de alta pentru a ține volanul. Mi-am fixat paharul în suportul de pe bord și am accelerat. Existau mari șanse ca prețioasa mea cafea să se verse. Asta s-a și întâmplat, de fapt. În următorul moment, o pată hâdă, imensă, se lăfia în voie pe cracul drept al pantalonului meu, de la genunchi până la șold. Nefericitul de mine purtam jeans *albastru deschis*. (Ca și când dacă ar fi fost albastru închis pata s-ar fi speriat și ar fi fugit!) La aeroport, mi-am acordat în toaletă primul ajutor în caz de împrășcare cu cafea, spălând ce se putea spăla, apoi ținând pantalonii în bătaia aerului cald produs de uscătorul de mâini. Rezultatul a fost, în mod evident, lamentabil! Arătam ca un mare nătărău!

De cum m-am instalat în hotelul Marriott al aeroportului din Atlanta, am chemat camerista. „Jeanșii ăștia care arată ca dracu’ sunt singurii pantaloni pe care-i am pentru drumul de întoarcere”, i-am explicat. „Există vreo speranță pentru ei? Și pentru mine? Am nevoie de ei mâine dimineață.”

Cu o doză apreciabilă de simpatie în glas, femeia m-a informat că nu numai că nu exista serviciu de spălătorie pentru oaspeți dar cei care se ocupau de spălat pentru hotel plecaseră acasă. Dar mi-a mai spus că s-ar bucura să mă poată ajuta, așa că, îi va lua acasă și îi va spăla pentru mine. Mi-i va înapoia a doua zi dimineață, la prima oră.

Fiind recunoscător cerurilor dar mai ales femeii cu suflet bun, am acceptat bucuros alternativa.

A doua zi dimineață, femeia aceea incredibilă mi-a adus pantalonii proaspăt spălați și frumos călcați. Regret și acum că nu am întrebat-o cum se numește (deși am

scris o scrisoare plină de elogii despre ea conducerii hotelului). Dar chiar dacă nu știi numele ei de botez, știi foarte bine cine este: este un *Fred*.

De când l-am cunoscut pe *Fred*, Poștașul, am început să văd că astfel de oameni – și alții cu potențial de a fi asemenea lui – sunt pretutindeni. Și cu fiecare *Fred* pe care îl întâlnesc mă conving și mai mult că ei nu reprezintă excepția de la regulă, așa cum credeam odată. Fiecare dintre ei este un om deosebit în felul său unic. Iată câteva tipologii de *Fred* întâlnite de mine.

FRED CEL ȘUGUBĂȚ

Pasagerii zborului de 6:15 dimineața de la Denver spre San Francisco nu se numără printre cei mai veseli oameni de pe planetă. Cursa este lipsită de obicei de orice evenimente și singurul zgomot pe care îl poți auzi este câte un sforăit. Bineînțeles, asta se poate schimba în funcție de însoțitorul de zbor.

Odată, aflându-mă în avion într-un astfel de zbor, am fost surprins, ca și ceilalți pasageri, de niște anunțuri mai puțin ortodoxe venite din partea unei însoțitoare de zbor care nu era numai creativă dar și foarte spirituală.

„Dacă nu vi se desfundă urechile, încercați să căscați profund”, începu ea. „Dacă nu reușiți să căscați, spuneți-mi mie și vă voi povesti despre viața mea amoroasă. Căscatul este garantat.”

„Ne apropiem de aeroportul din San Francisco. Dacă aceasta este destinația dumneavoastră finală, vă urez drum liniștit spre casă. Este un blocaj în trafic pe artera 101 și se pare că avem o mașină abandonată în mijlocul ieșirii de pe autostradă spre Market Street. În rest, traficul merge strună.”