Елизавета Баженова

Деловой этикет
Почему нужно вести себя так, а не иначе

ПРЕДИСЛОВИЕ

Перед тем как мы начнем подробное рассмотрение основ и правил делового этикета, несколько вводных слов. Главный упор в этой книге сделан не на то, как следует поступать, а, скорее, на то, как поступать не нужно. Каждая мысль иллюстрирована живыми примерами, позволяющими увидеть, каким образом надо применять книжные знания на практике. Ведь в книжных знаниях всегда остается «зазор»: книги предусмотреть все не могут, а неискушенные пользователи оказываются в глупом положении, если их ситуация «не предусмотрена».

Чтобы такой беды не произошло, запомните первое и единственное правило: то, что не запрещено, разрешено. Грубо говоря, если на званом обеде следует резать кусок мяса, взяв нож в левую, а вилку в правую руку, но вы не умеете резать левой рукой, то все же лучше пользоваться ножом в силу ваших способностей, чем… рвать мясо зубами. Иными словами, если выполнить все «по этикету» никак не получается, то лучше немного нарушить этикет, чем сделать себя полным посмешищем или же заработать нервный срыв. Отступления от этикета (если они малозаметны) все

поймут правильно, но чрезмерное следование правилам (по книгам) или полное отступление от них окружающие могут и не понять.

Самая большая ценность открытой вами книги как раз в том, что здесь объяснено, какие правила делового этикета незыблемы и требуют неукоснительного исполнения, а какие можно смягчить или обойти, а также что делать в случаях, когда по правилам требуется делать так-то, а по ситуации этого никак не выполнить.

По большому счету, деловой этикет является всего лишь частью более широкого понятия «нормы поведения культурного человека». И для того, чтобы соблюдать деловой этикет, нужно, прежде всего, соблюдать сами культурные нормы, только и всего.

ИМИДЖ ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ

ДЕЛОВОЙ МУЖЧИНА

Костюм, рубашка, галстук

Деловой костюм – это как визитная карточка бизнесмена. Нет делового костюма – нет для сообщества деловых людей и самого бизнесмена. Недаром в далеком XIX веке будущий миллиардер Рокфеллер начал свой путь к успеху с вложений не в бизнес, а в самого себя:

он истратил буквально последние деньги на два важных приобретения: первым приобретением был дорогой деловой костюм, вторым – членская карточка в престижном гольф-клубе. Костюм создавал имидж, карточка давала знакомства и личные связи. Мудрый он был и дальновидный человек, этот Рокфеллер!

Внешне бизнесмена легко отличить от всех прочих мужчин: он выглядит уверенным в себе, стабильным, одет достаточно консервативно. Если богатый бездельник выбирает дорогую и изысканную одежду с претензией на шик, люди свободных профессий – нестандартную, рабочие – простую и надежную, молодежь – спортивную, то деловой человек немыслим без мужского костюма, который в полном варианте состоит из «тройки» (пиджак, брюки, жилет), а в стандартном – то же самое без жилета.

Костюм этот солиден, как и его хозяин. На самом деле «деловой костюм» для того и служит, чтобы показать, насколько вы надежны и успешны как возможный партнер. Поэтому костюм несет в себе все черты солидности:

– черный или темный цвет (темно-синий, темно-коричневый, темно-серый);

– крой устоявшейся консервативной формы, без легкомысленных деталей или изысков современного образца;

– аксессуары попадают в поле зрения только краешками, говорящими о чистоплотности (носовой платок), самостоятельности (чековая книжка, кредитная карта), широком круге контактов (записная книжка или ручка). Когда-то бизнесмены олицетворяли собой и принцип особой ценности времени: в жилетном кармане носили часы, о чем говорила видневшаяся часовая цепочка.

Покрой ***пиджака*** – двубортный или однобортный, с широкими или узкими лацканами – зависит не только от моды. Однобортный пиджак на двух пуговицах показывает мобильность бизнесмена, его скорость реакции, динамичность. Двубортный пиджак говорит о способности удержать достижения, разумном распределении средств или вложений, надежности и стойкости при любых катаклизмах. Однако берегитесь!

Был у меня знакомый «денежный мешок», который одним видом желал внушить ощущение надежности. Он специально для этого выбрал для себя двубортный пиджак с широкими лацканами. Костюм был из дорогой

материи, черный, с синеватым отливом, и все бы хорошо… но выглядел бизнесмен не так, как думал сам.

Глядя на его фигуру с объемным брюшком и круглой розовой лысиной, вы теряли ощущение «солидности и надежности». Нервных наблюдателей начинало распирать от смеха. Больше всего он был похож на большой черно-белый пузырь. Все дело в комплекции и небольшом росте. Бизнесмен оптически становился очень широк в животе и бедрах, был практически кругл, а широкие лацканы и пиджачная двубортность только усугубляли и без того очевидные изъяны во внешнем облике.

Благодаря неправильно подобранной одежде этот вполне жесткий и серьезный человек получил прозвище «Пузанчик», так его за глаза все и называли. У впервые познакомившихся с ним соперников по бизнесу складывалось неправильное мнение, что человек в таком костюме добродушен и глуп, что было их роковой ошибкой: «Пузанчик» действовал взвешенно и безжалостно. Костюм он считал своим талисманом. И свои успехи приписывал свойству костюма показывать крепость и надежность бизнеса его владельца.

Но так получилось исключительно из-за мертвой

хватки «Пузанчика». Если бы в такой же костюм оказался облачен мягкий и более добродушный деловой человек подобной комплекции, никто бы и не обманулся, поскольку одетые в двубортный костюм люди небольшого роста, с широким тазом или выпирающим животом выглядят смешно и нелепо. Им нужно прятать свой недостаток и носить только однобортные костюмы.

Скажу больше: двубортные костюмы противопоказаны всем полным людям, даже нормального или относительно высокого роста. Они делают своих владельцев настоящими толстяками.

Кроме ширины запаха пиджаки отличаются также наличием разрезов, которых может быть два, один или вовсе ни одного. Пиджак без шлиц называется европейским. Он выглядит привлекательно только на стройных мужчинах. Толстякам и даже мужчинам нормального телосложения, но с животиком или широкими бедрами, европейский тип пиджака противопоказан. Он идеально сидит только на высоких и худощавых людях. И то если они стоят. Сидеть в таком пиджаке можно без неудобства, только полностью его расстегнув.

Американский пиджак с одной шлицей более удобен при ходьбе, менее связан с комплекцией человека. Но он тоже не слишком комфортен: для того, чтобы сесть, его необходимо расстегнуть. Самый надежный в этом плане – английский пиджак с двумя шлицами. Сидеть в нем достаточно легко, поскольку сзади пиджак сразу же расходится в стороны и не мешает посадке. Его можно не расстегивать полностью. Дело в том, что нижнюю пуговицу принято никогда не продевать в петлю, чтобы не мешать свободному движению.

Пиджак с двумя шлицами позволяет легко и свободно вставать и садиться. Исходить в выборе, наверное, нужно из того, насколько у вас подвижная работа, и из особенностей вашей комплекции. Крой пиджака во всем остальном должен просто отвечать вашему представлению об удобном и неудобном, то есть ощущению комфортности или некомфортности при ношении вещи.

Люди в деловой среде привыкли выбирать твердое сочетание: ***по цвету*** могут отличаться только рубашка и галстук. Сам костюм делается из одной и той же ткани. Модное с прошлого века сочетание кожаного или замшевого пиджака с брюками в бизнес-среде

непопулярно. Непопулярно также сочетание различных по цвету брюк и пиджака. Для мира делового человека такие сочетания слишком революционны, потому и отвергнуты. Они, скорее, приняты в среде публичных людей – политиков, артистов, литераторов. Среди бизнесменов брюки и пиджак должны смотреться единым комплектом. Если визуально такой комплект разрушен, может разрушиться и образ его владельца как делового человека.

– Приехал тут, – рассказывал мне бизнесмен из Торжка, – какой-то обманщик из вашей культурной столицы и пытался навязать невыгодную сделку…

Этого бизнесмена насторожил не характер предложения, не рискованность заключения сделки, а то, как был одет тот, кто ее предложил: он приехал в желтом замшевом пиджаке и черных брюках, то есть для бизнесмена из Торжка выглядел легкомысленно. А если бы он был в черной паре? Показалась бы тогда сразу сделка рискованной? Возможно, что и нет.

Вот почему, если вы желаете, чтобы ваш бизнес процветал, не стоит на переговоры надевать «легкомысленные» или «внушающие опасения» костюмы. Времена, когда наши бизнесмены вели

переговоры в спортивных костюмах и кожаных куртках, ушли безвозвратно. А времена, когда на деловую встречу можно приходить в слишком модной костюмной паре, еще не наступили.

Так что лучший выбор – костюм из хорошей материи, светлая рубашка и отвечающий тону одежды галстук. Хорошая материя – это ни в коем случае не синтетика, а либо хлопчатобумажная, либо шерстяная ткань. Летом, само собой, хлопчатобумажная, и чем жарче – тем более легкая, но достаточно плотная, чтобы не мялась и держала форму, а осенью и зимой – шерстяная или с добавлением шерсти. Ткань может быть без видимого рисунка плетения, а может иметь «дорогой вид» из-за плетения елочкой.

Для оптического расширения фигуры лучше выбирать ткань без рисунка, для вытягивания фигуры вверх – плетение елочкой или продольной полоской. Плетение с добавлением нитей более светлых или более темных нежелательно.

Рубашка выбирается конкретно для каждого вашего костюма. Рубашка под костюм выбирается, исходя из сочетания цветов, но тут имеется в виду не насыщенный цвет рубашки, а оттенок: в основе – это

стабильно деловая белая рубашка, которая может иметь легкий розовый, голубой, салатный, кремовый и другие оттенки. Воротник у нее тоже классический – отложной.

Назначение рубашек – оттенять красоту делового костюма. Рубашка выбирается из хорошего качества хлопчатобумажной или шелковой ткани, тоже никакой синтетики. Этот запрет диктуется как тем, что синтетика – материал дешевый, то есть ее носить несолидно и непрестижно, так и тем, что она мешает правильно дышать телу. Под синтетической рубашкой кожа потеет, это особенно неприятно в летние дни, когда вы рады были бы снять костюм, но не позволяет ситуация. Представьте, как вы будете выглядеть в костюме и такой рубашке – красный и потный, и сами поймете, что это – позор.

Рубашки под костюм выбирают только с длинным рукавом. Это обусловлено наличием манжет, которые должны выглядывать наружу, делая костюм еще более красивым и изысканным. Традиция носить рубашки с длинным рукавом имеет долгую историю. В далекие времена манжеты ниспадали на ладонь и оттеняли рукава верхней одежды. Бедолаги, у которых средств на настоящую рубашку не имелось, носили манишку –

нагрудник с красивым воротником, и по тому, имеются ли манжеты, можно было судить о достатке человека.

Сегодня манжеты уже не закрывают часть кисти, но светлая полоска за пределами костюма сообщает, что мужчина уважает традиции, культурен и состоятелен. А рубашки с коротким рукавом, не дающие оттеняющей черты на рукавах, сразу показывают полное непонимание между владельцем и его дорогим костюмом. Так что даже в летние дни уважающие себя деловые люди не позволяют себе носить более прохладные рубашки с коротким рукавом, а в холодные дни рубашка с рукавом спасает от холода.

Хорошим дополнением к рубашке служит ***жилет***. Если вы враг жилетов (а многие мужчины их клинически ненавидят), то можете заменить жилетку джемпером. Джемпер оставляет видимым воротник и часть груди (в зависимости от величины и формы выреза) и едва виден из-под пиджака. Но даже это «едва» следует очень жестко регулировать.

Джемпер подбирается такого цвета, чтобы не нарушал гармонии между костюмом и рубашкой и предпочтительнее – под цвет костюма. Нижняя кромка манжет рубашки должна при этом выглядывать из

рукавов джемпера. Джемпер – это не классическое решение костюма, но вполне альтернативная современная форма ношения деловой одежды. На серьезных встречах с солидными партнерами джемпер не слишком уместен, там требуется полное соблюдение этикета. Но в ежедневной деловой жизни никто и внимания не обратит, если вы наденете джемпер. Только не используйте вместо джемпера свитер с закрытой горловиной. Вот ему точно не место рядом с деловым костюмом.

Брюки обычно идут в пару к пиджаку, то есть они выполнены из той же ткани, это оптимальный вариант. И тут важнее всего длина брюк. Самое неприятное, если брюки оказываются коротковаты, тогда создается полное впечатление, что владелец костюма успел из него каким-то образом вырасти. Слишком длинные брюки выглядят не лучше: они морщатся, свисают ниже обуви, и мало того, что непристойно длинны, так еще и страдают от постоянного загрязнения.

Некоторые мужчины поступают со своими брюками просто: в холодное время года, находясь на улице, они заправляют нижнюю часть в сапоги, что для делового имиджа – смерть. Собственными глазами видела

директора крупного предприятия, показывавшего строительные мощности региональным представителям, в дорогом пальто и видневшихся из-под него дорогих брюках… заправленных в сапоги. Добавьте к этой картине секретаршу на шпильках, живописно вздымающую над головой шефа пятнистый от снега зонт… и от этой поздне-осенней сцены повеет совершенно отечественной безысходностью. Дорогая одежда имеет особенность выглядеть дорогой только при соблюдении правил ее ношения. Во всех остальных случаях она смотрится смешно.

Смешно выглядит и костюм с неправильно выбранными по ширине брюками. Даже если модная тенденция связана с увеличением или уменьшением ширины брюк, в деловом мире эта ширина никак не связана с модой. Дорогие деловые костюмы не производят со слишком широкими или слишком узкими брюками. И то и другое выглядит чудовищно, особенно если фигура делового человека нестандартна. Слишком высоким и худым мужчинам нельзя выбирать зауженные брюки, которые делают их больше похожими на пауков, а невысоким мужчинам любой комплекции противопоказаны несколько расширенные брюки, в них

они приобретают форму куба. Брюки должны сидеть на человеке так, чтобы они подчеркивали достоинства фигуры, а не ее недостатки.

Обязательным дополнением к костюму служит ***галстук***. Галстук подбирают, исходя из цвета и покроя костюма. Он не должен быть слишком широким, слишком узким или отличаться «кричащими» цветами. Для пиджаков с широкими лацканами подбирают более широкий галстук, для пиджаков с более узкими лацканами – более узкий. Крайне вульгарно смотрятся и широкий галстук с узкими лацканами, и узкий с широкими.

Галстук выдерживают в цвете костюма, то есть он либо оттеняет цвет костюма, либо повторяет этот цвет, вводя другой, дополнительный. Расцветка выбирается мягкая, не режущая глаз. Галстуки бывают однотонными, полосатыми или с рисунком. В деловом мире выбирают обычно однотонные галстуки или имеющие незаметный рисунок. Пестрые, яркие или галстуки с крупным рисунком никоим образом не подходят к миру бизнеса.

В эпоху малиновых пиджаков у нас каких только галстуков не надевали бывшие «братки»! Мне довелось

видеть зеленые, ядовитые галстуки с малиновыми полосками, галстуки с расцветкой крыла райской птицы, черные галстуки с крупными серебряными черепами, алые галстуки с черными револьверами на них и лимонные – с имитацией бриллиантовых стразов. Все это великолепие кануло в прошлое. Сегодня носят галстуки неяркие, невыделяющиеся, отлично сочетающиеся с самим костюмом. Для того чтобы оттенить галстук, можно носить специальную булавку, выдержанную в строгом тоне, то есть никаких бриллиантов, а тем паче их имитации, как, впрочем, и пошлых рожиц Микки-Мауса. Череп, свастика, сабля и т. п. тоже неуместны. Галстучная булавка должна оставаться тем, что она и есть: заколкой для того, чтобы верхняя часть галстука не отрывалась от нижней.

Очень важная черта любого мужского галстука – это его *узел*. Узел не приобретают вместе с галстуком, его нужно научиться завязывать самостоятельно. Существует немало способов завязывания галстука, но правило неизменно для всех способов: узел должен выглядеть красиво. Небрежно или неловко завязанный галстук сразу же уничтожает и все достоинства делового костюма.

Один из первых моих начальников, выбиравший наиболее дорогие модели мужской одежды, совершенно не умел завязывать галстук. В его исполнении получалась либо удавка, стянутая вокруг шеи, либо криво повязанная косынка с выпирающим бугристым узлом. И первое, чем занималась немолодая секретарша при появлении шефа, – усаживала его и заново завязывала галстучный узел. Шефа с лично им завязанным галстуком на люди выпускать было нельзя. Единственными галстуками, что не требовали перезавязки, были разного рода «бабочки», но шеф их носил не чаще раза в год на торжественные приемы. А так у него имелся любимый темно-синий костюм и любимый галстук в крапинку, по известной картине прозванный «галстуком Ильича». И сколько ни проходило времени – костюм и галстук оставались все те же. Этот начальник, обновляя гардероб, всегда выбирал уже проверенные модели.

На самом деле, конечно, деловому мужчине требуется не один, а несколько костюмов, поскольку для разных случаев жизни бизнесмена нужен свой костюм. Один костюм подбирается «на каждый день», другой – для особо важных встреч; для некоторых мероприятий

требуются костюмы специфического покроя, известные под названиями «фрак» и «смокинг». В нашей современной деловой жизни по эту сторону границы фрак и смокинг чаще всего используются для вечеров или обедов с иностранными представителями, или в иностранных компаниях, либо для каких-то публичных мероприятий с высокими гостями. И только с названными костюмами носят галстук-бабочку (с фраком – белого цвета, со смокингом – черного). Во всех других случаях носят тот или иной вид стандартного делового костюма, светлую рубашку и соответствующий по цвету обычный галстук.

Основной принцип выбора делового костюма прост: мужская одежда должна хорошо сидеть и человеку в ней должно быть уютно. Так что при выборе делового костюма рекомендуется не просто его надеть и постоять у зеркала, но еще и походить, посидеть, даже понагибаться, оценив костюм не в статике, а в движении. Кроме того, если вы выбираете удобный костюм, не забудьте проверить, чтобы вам было удобно и в том случае, когда карманы окажутся не идеально пустыми. Если они предусмотрены, то для чего-то ведь существуют. В то же время не пустые уже карманы не

должны выпирать и оттопыриваться.

Когда мой выросший сын впервые надел такой взрослый деловой костюм, он тут же переложил в новые карманы массу вещей из обжитых карманов школьного пиджака. И сразу стал выглядеть так, точно костюм подобрал на помойке! Сразу появились морщины, одну сторону пиджака повело, более пухлый карман поднялся вверх, на талии образовался бугор… Чуть не плача, он бросился ко мне за советом. Совет был единственно возможный: выложить все ненужное из карманов. И о чудо! Стоило эту нехитрую процедуру проделать, как и костюм стал снова дорогим, красивым, деловым! Но моему сыну тогда едва исполнилось семнадцать лет. А мне приходилось встречаться с вполне солидными по возрасту деловыми людьми, которые продолжали превращать в дубликат хозяйственной сумки свои дорогие деловые костюмы!

Почти полкило всякой бумажной и железной дряни носил в своих карманах один немолодой уже господин. Я собственными глазами видела, как он вытрясал эти «сопровождающие вещи» во время досмотра в аэропорту. Изумлены были все, кто наблюдал процесс добывания этого хлама. А ведь деловой человек летел в

другой город на встречу. Между прочим, он и сам был удивлен растущей на столе кучей, и большая часть добытого тут же отправилась в мусорное ведро!

А другой человек бизнеса среди знакомых получил емкое прозвище «Тысяча мелочей», потому что в его карманах имелось буквально все и на все случаи жизни. Костюм, конечно, имел при столь разработанных карманах вид жалостный. В них можно было найти жевательную резинку, колоду карт, иголку и наперсток, нож для бумаги, перочинный нож с красной ручкой, перочинный нож с белой ручкой, блокнот, диктофон, набор карандашей, безопасную бритву, степлер, открывашку для пивных бутылок, запасные носки, бандану, мышку для ноутбука и еще с десяток наименований вещиц, не слишком крупных для того, чтобы поселиться в пиджаке и брюках.

Не было среди перечисленного разве что того, что действительно необходимо любому костюму – чистого носового платка. «Тысяча мелочей» использовал для этой цели бумажные салфетки в туалете, а при отсутствии оных – струю воды из-под крана и электрическое полотенце.

Стоит запомнить: карманы в правильном костюме не

забиты ненужными вещами или отложениями почивших бумаг и чужими визитными карточками (для последних имеется собственное жилище – визитница). В карманах должно найтись место лишь для избранных вещей, которыми являются:

– носовой платок в верхнем кармане – он выглядывает свежайшим белым краем и не используется, а только красуется (тот, который служит по назначению, должен лежать в брючном кармане);

– записная книжка и ручка или электронная записная книжка;

– очки (если они вам необходимы);

– мобильный телефон;

– ключи.

Все остальное найдет приют в кейсе или другом вместилище, которое вы носите с собой.

Обувь, пояс, головной убор

В годы, когда у нас стало принято посещать церковь, туда потянулись и деловые люди. И потянулись они туда не только за духовной пищей и замаливанием многочисленных грехов и прегрешений. Некоторые деловые товарищи тянулись за инструкциями, как им одеваться, и требовали у растерянных служителей

церкви благословения на покупку той или иной одежды и обуви. Один батюшка с содроганием рассказывал мне про некоего бизнесмена, который измучил его такими просьбами. Однажды он явился в храм в самую грязную и слякотную погоду и попросил совета: что ему следует выбрать – туфли на тонкой подметке согласно статусу или же более простые башмаки на толстой подметке. Форма самого вопроса была примечательная: что мне господь бог скажет, то и исполню. Священник деликатно ответил так: по статусу полагаются туфли, по погоде – микропорка.

Вот и всем, кто сейчас книжку читает, я тоже советую не забывать о самом важном, то есть о том где и когда свою «деловую» обувь вы предполагаете носить.

Во всех пособиях по деловому этикету про ***обувь*** написано следующее: она должна быть дорогой, консервативного вида, на тонкой подметке, черной или темной (под темный костюм) и соответствующего оттенка – для светлого костюма. Но, прежде всего, обувь должна быть удобной. Так что если в магазине продавец уверяет вас, что это та самая модель, которая идеально подходит для делового костюма, то, разобравшись с этим ее предназначением, проверьте,

насколько удобна она на ноге, и не забудьте, для какой цели вы ее приобретаете: если будете носить только в помещении, то выбор справедлив, но если вам придется в этой деловой обуви ходить по нашей грешной земле и в слякотное время года, то стоит задуматься, справятся или нет ваши туфли с дождем, снегом или грязью. Иначе вы рискуете в скором времени отдать дорогие туфли ближайшей помойке.

Конечно, сверхтолстую подметку с деловым костюмом не носят, но носят достаточно толстую, чтобы нога оставалась сухой и во время дождя. Если вы поддадитесь обаянию тонкой подметки, то будете страстно мечтать об уютных кроссовках, пытаясь согреть промокшие и озябшие ноги. Священник был абсолютно прав: обувь нужно подбирать согласно погоде. Среди предлагаемых деловых моделей найдутся и имеющие более увесистое основание, то есть дающие реальную защиту от воды и холода.

Отделаться «башмаками на все случаи» вам все равно не удастся. Для холодных сезонов придется подбирать зимнюю и осеннюю обувь, для лета – летнюю. Но во всех случаях обувь должна выглядеть дорогой и престижной. Это не означает, что ей необходим

экстравагантный фасон, хотя сегодня и в мире мужской обувной моды существуют весьма смелые решения. Мужская деловая обувь отличается простотой, то есть в ней не должно быть разного рода вставок другого цвета, дополнительных ремешков, пряжек, эмблем и прочих деталей, которые хороши в молодежной моде, но не соответствуют деловому стилю.

Такие же правила отбора распространяются и на ***пояса***. Пояс должен подчеркивать фигуру, но ему не предназначена роль украшения, как это принято в женской моде. Поэтому с дорогими костюмами не носят широких поясов, особенно с заклепками, украшениями или включениями другого цвета или другого материала (ткани, металла, пластика). Ремень следует выбрать из натуральной кожи и с некрупной пряжкой.

Пояс никак не должен оптически «перетягивать» фигуру пополам, он, прежде всего, функционален и предназначен для поддержки брюк. Если фигура у мужчины округлая и брюки соскальзывают, можно воспользоваться таким истинно мужским изобретением, как подтяжки. Но лучше их «спрятать» под жилетом.

Другая важная деталь гардероба, которая необходима деловому человеку, это ***шляпа***. Из всех

возможных шляпных фасонов рекомендуют «иден» или «полуиден». Как правило такого рода шляпы наиболее сильно подчеркивают принадлежность к деловому миру (как некогда эту функцию исполнял цилиндр). В деловом мире не принято носить головные уборы, предпочитаемые большинством мужчин, – варианты лыжной шапки, береты, кепи. Вязаная шапка смотрится нелепо с деловым костюмом и дорогой «деловой» обувью. Ансамблем к такой шапке должны выступать куртка и джинсы. Берет предполагает удлиненное «артистическое» пальто и длинный шарф. Кепи требует высоко зашнурованных башмаков и заправленных в них брюк.

В деловом мире принято подбирать к костюму средней длины пальто темного цвета и простого кроя, но из дорогого типа ткани. Ему соответствуют шляпа и обувь. Шарф с таким пальто заправляется внутрь. Дополняет облик современный портфель или «дипломат» хорошего качества.

Считайте, что все перечисленные выше предметы гардероба формируют достойный уважения портрет делового человека. Теперь достаточно одного взгляда, чтобы определить общественное положение человека.

Ошибки быть не может. Если все предметы гардероба подобраны верно, даже ребенок сразу определит, что перед ним деловой человек.

Вот правила, которые деловой мужчина должен неукоснительно выполнять в одежде.

Правило 1.

Никогда не надевайте одновременно костюм и спортивную обувь. Эти вещи несовместимы по своему предназначению.

Правило 2.

Надев костюм, не берите сумку спортивного типа. Желательно носить бумаги и необходимые вещи в «дипломате», портфеле, кейсе, папке. Если же возникла необходимость, сумка должна быть однотонной.

Правило 3.

Если вы надели костюм, всегда надевайте галстук. Галстук к костюму необходим. Деловой костюм без галстука не носят.

Исключения – пиджаки спортивного покроя, которые могут быть надеты даже на футболку. Но такие пиджаки не принадлежат к кругу деловой одежды.

Недопустимо носить двубортные пиджаки без галстука.

Правило 4.

Сорочка, надеваемая с костюмом, должна иметь длинные рукава. Считается элегантным, если манжеты сорочки видны из-под рукавов пиджака примерно на 1,5–2 см.

Лучше всего подобрать сорочку без нагрудных карманов.

Правило 5.

Не допускайте, чтобы затяжной конец галстука был на виду, выступал из-за его лицевой части.

Правило 6.

Не выделяйтесь в обществе своей одеждой в рабочее время. В повседневном общении неброский костюм считается хорошим тоном:

– не носите слишком светлые костюмы. Наиболее распространенные цвета – темно-синий, темно-серый;

– не надевайте пестрые или темные сорочки;

– носите галстуки не слишком яркие и без броских узоров;

– надевайте носки темных расцветок.

Правило 7.

Если вы не знаете, какие туфли или сорочку выбрать, то предпочтите белую сорочку и черные туфли.

Правило 8.

Завязанный галстук своим нижним концом должен касаться пряжки ремня.

Правило 9.

Ширина галстука должна быть соразмерной ширине лацканов пиджака.

Правило 10.

Галстук должен быть светлее костюма и темнее сорочки.

Правило 11.

Не допускайте несовместимости узоров: это означает, что два элемента костюма подряд не могут иметь узор.

Правило 12.

Светлые костюмы носите днем, а вечером – темные.

Правило 13.

В официальной обстановке пиджак должен быть застегнут.

Полностью расстегнуть пуговицы пиджака можно во время ужина или сидя в креслах театра. Поднимаясь, необходимо застегнуть верхнюю пуговицу.

Правило 14.

Держите выходной костюм в полном порядке всегда.

Это же относится к обуви, носкам, запонкам.

Правило 15.

Костюм должен быть удобным.

Правило 16.

Не всегда следуйте за модой. Лучше выглядеть не слишком модно, но хорошо, чем модно и плохо.

Правило 17.

Имейте при себе два носовых платка. Первый – «рабочий» – находится в кармане брюк. Второй – всегда абсолютно чистый – во внутреннем кармане пиджака.

Правило 18.

Галстук-бабочку, предназначенный для официальных торжеств или крупных праздников, надевают только к темным костюмам.

Галстук к вечернему костюму лучше всего подбирать из натурального или искусственного шелка.

Правило 19.

Если галстук сшит из качественного материала, то, снимая его, узел развязывают.

Если галстук из недорогого материала, то узел можно не развязывать, а снимать галстук через голову.

ДЕЛОВАЯ ЖЕНЩИНА

А вот для деловой женщины не существует столь

строгого регламента в одежде. Главными критериями подбора одежды служат хороший вкус и здравый смысл. Поскольку деловой женщине придется в основном вести переговоры с деловыми мужчинами, одним своим видом ей требуется показать, что хотя она и принадлежит к противоположному полу, но должна восприниматься не как женщина, а как деловой партнер. И тут недопустимо как усилить женские черты, так и полностью «отменить» признаки пола. В первом случае будут затушеваны деловые качества, во втором – женские, а следовательно, не возникнет нормального контакта.

Когда одна из моих приятельниц начинала свое дело и плохо понимала, как должна одеваться на деловую встречу, она явилась на переговоры в ярком коротком платье и вся увешанная украшениями. Встреча прошла плохо. Предложения, которые ей были сделаны возможными деловыми партнерами, носили неприятный личный характер. Словом, ей предложили продолжить знакомство в более интимной атмосфере. А ведь на встречу она пришла с безупречно проработанным бизнес-планом! И обида, которую с этих переговоров она вынесла, была невыносимой. Первое время она даже считала, что деловой мир так нехорошо относится

ко всем женщинам. Но была неправа. В ее фирме нашлась умная молодая сотрудница, которая предложила полностью пересмотреть гардероб и внешний вид начальницы.

Первое, сказала эта сотрудница, – придется менять привычку краситься. Такое обилие ярких теней, помады, обводки вокруг глаз, многослойной туши и прочих декоративных элементов придает, конечно, красоту, но не соответствует нужному стилю. Деловой леди пришлось переучиваться и использовать пастельные или нейтральные цвета в косметике.

Второе, что сделала сотрудница, – уговорила бизнес-леди расстаться с обилием украшений, оставив буквально несколько дорогих невычурных вещиц. Пришлось ей снять с сожалением тяжелый кованый пояс, широкое колье и перстни, нанизанные на каждый палец.

Третье, что сделала мудрая сотрудница: она подобрала своей начальнице хороший деловой гардероб. В качестве такового было выбрано несколько разного цвета костюмов, состоящих из юбки немного выше колена и пиджака, дополненных светлыми блузами. В целом этот гардероб напоминал деловой

мужской, но имел и отличия. В женском деловом гардеробе имелось больше чисто декоративных элементов. В отличие от мужского делового гардероба, тут вполне допускаются тонкие свитера вместо блузы, толстые свитера вместо пиджака, брюки вместо юбки.

Четвертое, что сделала сотрудница, – заставила начальницу освоить хождение на тонком высоком каблуке. До этого бизнес-леди умела двигаться только на платформе, но как модель обуви туфли на платформе в деловом мире противопоказаны. Возможны три разновидности обуви: туфли без каблука (для занятий обычного дня), туфли на среднего размера каблуке и туфли на шпильке. Именно с последними у начальницы были сложнейшие отношения: со шпилек она стремительно падала через пару шагов. Но именно каблук-шпилька считается общепринятым в деловом мире. Бизнес-леди пришлось его освоить, хотя и с трудом. Но благодаря такому каблуку фигура начальницы словно оторвалась от пола и устремилась ввысь. Это стало производить благоприятное впечатление – силы и легкости одновременно.

И когда на следующую деловую встречу вместо ярко накрашенной и ярко одетой красотки пришла

относительно скромно, но стильно одетая леди в костюме и туфлях на каблуке, мужской деловой взгляд оценил ее как «своего делового человека». Для того чтобы подчеркнуть ум, а не красоту, бизнес-леди согласилась надеть красивые очки с обычными стеклами (со зрением у нее все было в порядке). Очки дополнили картину как нельзя лучше. Почему-то на деловых мужчин эта деталь имиджа действует под-купающе: очки окончательно помогают отделить деловую женщину от красивой женщины. Встреча прошла как нельзя лучше. О более интимной атмосфере больше никто не заикнулся. Речь шла только о бизнес-плане.

Поскольку деловая женщина всегда расценивается в двух ипостасях и насчет женщин деловые мужчины имеют сильное предубеждение, лучше частично скрыть женские черты. Но скрыть – это не уничтожить. Это, скорее, как стать в мужской компании своим человеком, играть на равных. А для этого приходится жертвовать любовью к ярким нарядам, яркой косметике и обилию украшений.

Самое сложное – правильно подобрать все детали гардероба, чтобы они составляли единое целое. Ориентироваться тут нужно на те же критерии, которые

применяются для выбора мужского делового стиля.

Костюм должен быть простого кроя, но из дорогой ткани. Цвет может быть как темным, так и более светлым, но не анилиново-ярким. Предпочтительнее серый, темно-зеленый, темно-синий, темно-коричневый либо костюмы пастельных цветов.

Блузка должна быть в тон костюму и обязательно закрывать декольте. Лучше всего вырез по шее, отложной воротник или воротник-стойка.

Юбка выбирается, исходя из особенностей фигуры. Стройным женщинам подходят классическая юбка, расклешенная или стрейч, полным – юбка ни в коем случае не слишком короткая и не обтягивающая, но и не расклешенная. Двубортные пиджаки таким женщинам противопоказаны, как и мужчинам с подобным дефектом фигуры.

Пояс, в отличие от мужского, подбирается такой, чтобы подчеркивал наличие талии, но только тем женщинам, которые могут себе это позволить.

Украшения подбирают дорогие, но простые по форме и не громоздкие. Из колец обычно надевают перстень и (если женщина замужем) обручальное кольцо. Ничего вычурного, крупного, тяжелого. Если

серьги – то в пару с перстнем и украшением на шее, небольшого размера.

Лак на ногтях подбирают в тон ***помаде*** – светлый, пастельных оттенков. Даже если это вам по душе – никаких накладных картинок на ногтях или стразов. Ногти должны иметь ухоженный вид, но не должны быть слишком длинными.

Туфли подбирают тоже классического типа, без навороченных украшений. Туфли в любую погоду, даже летом, в жару, носят исключительно с чулками или колготками. И вот это условие вызывает обычно самое большое непонимание и неудобство. Летом женщины привыкли ходить с голыми ногами. Но деловой женщине это не полагается по рангу. Она обязана носить чулки или колготки.

У этой детали туалета есть исключительно отвратительное качество: они рвутся, причем легко и часто. А ходить в рваных колготках или чулках даже хуже, чем без них вовсе. Обычно рекомендуют иметь с собой запасную пару. Иногда и это не помогает.

Как-то мне самой пришлось оказаться в таком вот страшном сне наяву. На важные переговоры я шла зимой, боясь поскользнуться, берегла свои телесного

цвета колготки как зеницу ока. Но беда случилась уже перед лифтом: кто-то задел мою ногу сумкой, пошла «стрелка». В ужасе я бросилась в женскую комнату, стала переодевать колготки… и нечаянно порвала новые ногтем. Положение было хоть плачь. Спас обычный кусочек пластыря, который я носила с собой на всякий случай. Я аккуратно прилепила его с внутренней стороны колготок, и теперь это выглядело так, словно колготки надеты на поврежденную ногу. Никто внимания не обратил. Одно дело – спущенные петли, другое – физическое повреждение. Лучше рискнуть собственной красотой, но не потерять имиджа. А ведь сначала я собиралась вовсе отменить встречу!

Вообще о красоте нужно думать в последнюю очередь и уж явно не использовать «женские чары» для достижения деловых целей. Многие деловые дамы наивно полагают, что достаточно им «обаять» мужчину, как и дело решится в их пользу. Заблуждение. Не решится. Как только деловой человек перестает видеть в женщине делового партнера, он перестает соотносить дело и ведущего с ним переговоры партнера противоположного пола. Следовательно, делу конец.

Имеется целый список того, чего делать

нельзя:

– носить короткие юбки, открывающие вид на ваши бедра;

– специально приподнимать край юбки, чтобы мужчина увидел ваши ножки;

– носить блузки с глубоким вырезом;

– оставлять обнаженными руки;

– сильно благоухать (даже очень вкусной и дорогой парфюмерией);

– обильно себя украшать;

– подчеркивать женскую привлекательность жестами или позой;

– кокетничать.

У одной деловой дамы большие проблемы создавались из-за ее веры в собственную неотразимость. Она одевалась на деловые встречи так, чтобы выглядеть престижно, и ее общий вид действительно нареканий не вызывал никаких. Но дама шла дальше… и, переступая порог кабинета, «нечаянно» роняла папку с бумагами. Хозяину приходилось по-джентльменски приходить на помощь. Тут он и попадал, по ее мнению, в ловушку: оказавшись ниже уровня дамской юбки, «джентльмен» имел несчастье

видеть не только бумаги на полу, но и, так сказать, содержание юбки. Далее мысли «джентльмена» уходили далеко от всяких дел. А дама не понимала, почему переговоры срываются, хотя она приложила все усилия!

Другая дамочка на подобные встречи нацепляла изобилие блестящих браслетов, и по ходу разговора, жестикулируя, она звенела этими браслетами и мелькала ими перед глазами мужчин. Переговоры тоже срывались, но даже не из-за женской привлекательности: тут вся беда происходила от перенаправления общих мыслей от дела куда-то в сторону развлечений и праздников. Звон и блеск «побрякушек» этому очень способствовали! Ведь отвлечь человека от дела можно и без помощи сугубо женских чар.

Что касается особенностей женской деловой одежды, то я бы в этом вопросе не была столь принципиальна. Хотя общепринятая модель деловой одежды – костюм с блузой, но приемлемы и другие нейтральные формы, например, однотонное платье с длинным рукавом и воротом по шее или воротником, брюки и свитер, юбка и кардиган. И не всегда женщине полагается носить эту униформу.

На вечерние деловые мероприятия, обеды и коктейли принято надевать как раз вечернее или коктейльное платье. Именно в этом случае у вас появляется возможность по-женски очаровывать: обнажив руки и плечи, сделав красивую прическу, надев украшения или длинные перчатки. Но ведь все хорошо в свое время, не так ли? Деловая женщина в вечернем туалете на рабочем месте – это нонсенс. Такой же нонсенс – деловая женщина в деловом костюме на светском рауте!

Но тут тоже нужно избегать очевидных глупостей. Всякий раз, посещая подобные мероприятия, я ужасаюсь виду наших деловых дам. Некоторые прибегают на эти деловые вечерние приемы в том же виде, что были днем, – по принципу «Ах, простите, не успела переодеться».

Если вы думаете, что так они демонстрируют обществу исключительную загруженность делами и высокую работоспособность, то ошибаетесь. Все проще. Дамы не умеют одеваться, боятся этого и потому просто остаются в повседневной рабочей одежде. Обычно «вечерний туалет» у них представлен в виде свежей прически, яркой косметики и дополнительных

украшений. В сочетании со строгой одеждой эти дополнительные атрибуты смотрятся воистину кошмарно.

Другая крайность связана с полным неумением подбирать для себя вечерние платья. Ужасно выглядит «маленькое черное платье» или длинное платье с разрезом на боку и оголенными плечами на дородных матронах, увешанных драгоценностями; эти оголенные плечи, скорее, похожи на связку побелевших от старости колбас, а жировые складки и тройной подбородок делают дам удивительно схожими с выставленными в мясной лавке свиными тушами.

Еще одна нелепость – яркая, ультрасовременная прическа деловой матроны преклонных лет. То, что прекрасно для юной барышни, все эти чудесно-пестрые пряди волос разной длины, выглядят убийственно, оттеняя морщинистую кожу пятидесятилетней нимфетки. А ведь оденься эти дамочки не столь по-вечернему, не возжелай они выставить весь ассортимент своих «брюликов» на публику, вполне вероятно, мир с восхищением бы произнес: «Какие дамы!»

Увы, многие наши приемы, скорее, походят на сплав публичного дома с домом престарелых. И если вы не

хотите вдруг оказаться в числе экспонатов паноптикума, то подбирайте вечернюю одежду согласно возрасту и фигуре.

Худощавым деловым дамам до тридцати пяти лет позволено практически все, что рекомендуется в качестве вечернего платья.

Единственное исключение: слишком высоким дамам не стоит надевать обувь на высокой тонкой шпильке. Иначе они будут выглядеть гулливершами в стране лилипутов.

Дамам более старшего возраста, но стройным, как в юности, нужно вспомнить о своем возрасте и прикрыть наиболее очевидные признаки старения, то есть не обнажать совершенно шею, плечи и область декольте (если, конечно, они не перенесли множество пластических вмешательств). Для этой цели служит замечательно верное средство – накидка. Накидка или кружевная шаль отлично прикроют проблемные зоны, но не испортят красоты вечернего туалета.

Полным дамам предпочтительнее надевать платья по колено или ниже, но ни в коем случае не стрейч. Им в любом возрасте опасно показывать обнаженные руки и декольте. Предпочтительнее выбирать вечерний наряд с

рукавом в три четверти.

Что касается предпочтительных расцветок вечернего платья – их не существует. Платья могут быть любого цвета, единственное условие – этот цвет должен вам подходить. Но полным людям лучше не заострять внимание на своей фигуре, поэтому им нежелательно носить слишком яркие цвета, светлые платья, зрительно расширяющие фигуру. Полным женщинам следует выбирать насыщенные, но темные тона. Стоит помнить также, что рисунок, если он существует, должен быть «смазанным» или некрупным. Особенная любовь полных дам – цветочный рисунок крупного масштаба на контрастном фоне – полностью исключена. Самое дорогое платье такой расцветки будет напоминать сестрицу махрового халата.

Можно ли на такие приемы носить брюки? Можно, но не всем и не обычные брюки, а изготовленные из тонкой ткани и стекающие по ногам, что по форме оставляет брюки брюками, но выглядит как особого свойства юбка.

Другой вариант вечернего брючного ансамбля – облегающий плотно комбинезон с открытой спиной, обычно изготавливается из лайки. Это весьма вечерний

наряд, но подходит немногим. Для того чтобы выглядеть в такой одежде естественно, нужно иметь идеальную фигуру и достаточно молодой возраст.

Хорошим дополнением к такому комбинезону служат высокие (за локоть) лайковые перчатки. Но не переусердствуйте с вечерней косметикой: лайковые комбинезоны черного цвета могут создать нежелательный эффект и превратить вас из преуспевающей деловой женщины в женщину в стиле «вамп». Впрочем, с косметикой вообще стоит быть поосторожнее.

Хотя вечерние мероприятия диктуют применение яркой косметики, не стоит ее использовать немолодым женщинам. Вы можете нанести тени без блесток, губную помаду мягких оттенков и тушь, которая, удлиняя ресницы, не будет излишне акцентировать внимание на морщинах вокруг глаз. Иначе – поверьте – ресницы будут больше напоминать колючки молодого ежа, пересаженные каким-то социопатом на престарелое личико.

Осторожно используйте дамскую принадлежность вечеров – длинные перчатки, и ни в коем случае не надевайте поверх перчаток весь массив колец и

перстней. Конечно, вам хочется показать уровень вашего дохода, но вечерняя перчатка не предполагает наличия украшений. Она всего лишь подчеркивает женственность ваших рук, красивые линии этих рук. Украшения как для рук, так и для шеи и ушей нужно подбирать так, чтобы они выглядели уместными именно для этого наряда.

Вечерние туфли могут иметь украшения, но не чрезмерные. Они должны быть удобными, особенно в тех случаях, когда организуются «стоячие вечера», когда большую часть времени и гости, и хозяева проведут на ногах. Поэтому слишком высокие и тонкие каблуки будут неуместны, если вам нужно постоянно двигаться или вы не сможете присесть, чтобы немного отдохнуть. В таком случае предпочтение отдается устойчивой обуви, не перегружающей стопу. И даже в жаркую погоду – увы! – вам придется надеть чулки или колготки. Это очень неприятно, но так положено по регламенту.

ИМИДЖ ОФИСА

ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА

Кабинет руководителя

В оформлении офисов нет рецептов женских или

мужских. Офис должен выглядеть деловым и показывать уровень вашего успеха в мире бизнеса. Хотя у каждого руководителя имеются собственные предпочтения, каким образом этапы преуспевания должны быть отражены в его оформлении. Имеются у деловых людей и собственные вкусы, с которыми приходится упорно (и часто безнадежно) бороться дизайнерам. И тут для начала проще продемонстрировать на примерах, чего желают заказчики-бизнесмены и от чего шарахаются бедняги-дизайнеры.

Одна моя знакомая владеет дизайнерским бюро, работает уже не один год в этой сфере. Все нижеприведенные истории были буквально выстраданы ею и ее коллегами по несчастью.

Однажды в бюро обратился преуспевающий бизнесмен, который приобрел новое помещение и решил перевести туда головной офис своей организации. Особых проблем с оформлением помещений, где будут находиться сотрудники офиса, не возникло. Но боевые действия образовались, когда речь зашла об оформлении кабинета самого руководителя. Он потребовал… чтобы стены были совершенно белыми, столы – совершенно белыми, мебель – тоже белая, но с

золотом. Так, сказал бизнесмен, я покажу исключительную роскошь и исключительную чистоту.

Представив на секунду этот белый мир с золотом, дизайнеры приуныли. Прекрасно, если в офисе использованы белые элементы. Они делают пространство легким и привлекательным. Но когда требуется полностью белый офис, то напоминает он разве что больницу.

Бизнесмен яростно защищал свое видение проекта. Ни картинки на компьютере, ни даже экскурсия в подобным образом оформленное помещение не помогли. Он упорно держался за белый цвет как единственно возможный. Остановило это безумие только одно. Вымотанные дизайнеры, безуспешно объяснявшие глупость подобной белизны, сказали, что офис должен во всем соответствовать и самому хозяину. И если деловой человек желает выглядеть в этом помещении «соответственно», то ему придется пользоваться только белыми костюмами.

– Как – белыми? – возопил заказчик. – Не могу белыми!

Истинная правда: он не мог. В белой одежде деловой человек был бы больше всего похож на

теннисный мячик. Только это дело и решило. От полной белизны ему пришлось отказаться!

В другом случае в бюро обратилась деловая дама. Бизнес-леди была просто помешана на цветочках. В дизайн своего нового кабинета она требовала ввести… «шпалеры с цветочным рисунком», как во дворцах, и дополнить обстановку растениями в горшках. Ей намекнули, что тогда офис будет больше напоминать будуар, но дама была убеждена, что создастся замечательная, интимная атмосфера, располагающая посетителей к задушевной беседе. Победить безумие в этом случае так и не удалось.

Промучившись с заказчицей полтора месяца, бюро отказалось вести ее проект.

Но обычно дизайнерам удавалось убедить заказчиков, что их видение офисного мира не лучшее из возможных. И использовали они для этого убедительные аргументы, основанные на правилах психологии. Кабинет руководителя, говорили они, служит не только рабочим местом руководителя, но и тем помещением, где он принимает партнеров и посетителей, то есть кабинет должен сочетать в себе как личную зону бизнесмена, где тому будет приятно работать, так и

некую общественно значимую зону, где удобно должно быть тем, кто придет для ведения переговоров.

Если бы никто, кроме самого начальника, в кабинет был невхож, то можно было бы создать помещение, полностью соответствующее его личному вкусу. Но кабинет – это, прежде всего, «лицо» самой фирмы. По кабинету начальника судят о фирме, о том, как идут в ней дела, какой в ней психологический климат. Большинство заказчиков соглашались пожертвовать личными пристрастиями, поскольку имидж фирмы оказывался значимее.

Я побывала у многих начальников и в разных по оформлению кабинетах. Действительно, если использовался правильно подобранный колорит и соблюдались требования к офисному наполнению, вести переговоры было легче и приятнее. Если же атмосфера «давила», то и общение складывалось с трудом. Особенно это было характерно для офисных помещений, которые достались бизнесменам от социалистического прошлого. Обычно стены в таких кабинетах были выкрашены наполовину или на три четверти высоты синей или зеленой краской, причем теми их оттенками, которые хорошо известны в народе под названием

«клозетный колорит». Это удивительные, труднодостижимые оттенки, которые делают помещение совершенно убогим и до жути казенным. Такой цвет стен до сих пор сохраняется кое-где в общественных учреждениях, больницах и тюрьмах. И разговаривать в таком помещении тяжело, особенно если разговор и так сложный или же если вы встречаетесь с хозяином кабинета впервые.

Не лучшее впечатление производят и офисы, куда слишком много личного внесли их владельцы. Например, настоящим вторжением в частную жизнь хозяина кабинета выглядит любой разговор, если в помещении расположено множество личных фотографий в рамочках – от состава семьи бизнесмена до его домашних питомцев. Всякий раз, ведя разговор, вы натыкаетесь глазами на розового малыша с беззубой улыбкой или фотографию хозяина кабинета с домочадцами на каком-то заграничном пляже, и испытываете такое чувство, точно заглянули невзначай в замочную скважину. Так что демонстрация личной жизни в кабинете приводит не к сближению с посетителями, а к страшной неловкости.

Так же нехороша и демонстрация увлечений

делового человека, она отвлекает мысли от всякого дела. Я побывала в офисе, которым руководил заядлый рыболов. Он немало поскитался в процессе реализации своего хобби и привез диковинных рыб из разных частей света. И все эти диковины были успешно мумифицированы и развешаны по стенам. Создавалось совершеннейшее ощущение, что я нахожусь в филиале зоологического музея, в отделе ихтиологии.

Вместо того чтобы сосредоточиться на беседе, глаза невольно притягивались то к рыбе-мечу, то к рыбе-пиле, то к какому-нибудь замечательному обитателю глубин, распятому на кабинетной стене. И хозяину, которому на самом деле было о чем беседовать кроме рыб, приходилось следить за взглядами гостей и давать пояснения: «А это мы были на Мозамбике в прошлом году…»

Другой представитель частного бизнеса не нашел ничего лучше, как разместить в стенах личного кабинета коллекцию холодного оружия. Некоторым экземплярам мог бы позавидовать и небольшой музей, но возникал необратимый эффект. И дело не в том, что экспонатов было много и они отвлекали, а в том, что о вполне добродушном владельце бизнеса складывалось ложное

впечатление как о кровожадном монстре. Такое количество клинков лепило из бизнесмена любителя помахать ножом перед глазами несговорчивого посетителя. Неудивительно, что многих клиентов он лишился именно по этой причине. Желая внушить уважение, он внушал опасение и страх.

Еще одна владелица бизнеса была просто помешана на куклах и ангелочках. Эта ее увлеченность была широко представлена и в офисе. И все бы ничего, если бы, допустим, дама руководила магазином художественных промыслов или хотя бы швейным ателье. Но дама-то занималась торговлей гвоздями и прочими металлическими строительными изделиями! Понятно, какое мнение складывалось о ней у посетителей…

Вот почему увлечения в таком количестве присутствовать в интерьере кабинета не могут. Свои хобби нужно оставить для более личной сферы, то есть для дома. Из подобных предметов в кабинете может быть парочка красивых экспонатов, не вызывающих нездоровых подозрений, да семейная фотография. Этого вполне достаточно.

Офис – не музей, не будуар, не семейная

экспозиция. Но и сплошным графикам и диаграммам тут тоже не место. Офис, в котором все стены употреблены для наглядной агитации, напоминает больше бункер, откуда ведутся военные действия, – с картой этих действий. Вряд ли хозяин кабинета собирается показать, как он активно ведет войну против остального мира. Он хочет продемонстрировать деловые качества и успехи фирмы. Но для этого достаточно одной-единственной картинки, показывающей успех, или одного-единственного символа успеха (например, награды на выставке).

А кабинет оформляется по-деловому просто, хотя каждый элемент оформления тщательно отбирается. Каждый элемент в оформлении несет необходимую нагрузку.

Прежде всего, деловой стиль предполагает ***выбор цвета, в котором будет решен интерьер***. Выбор цвета зависит от размера помещения, этажа, освещенности и даже того, что видно за окном.

Для кабинетов на нижних этажах, то есть для условий низкой освещенности, предпочтительнее цвета, создающие иллюзию солнца, – кремовый, желтый и градация оттенков между ними. Белого цвета в чистом

виде нужно избегать, но все оттенки белого (кроме оттенков холодного спектра) разрешены.

Для кабинетов с хорошим освещением подойдут практически все ненасыщенные пастельные тона, а также голубой и зеленый. Из пастельного ряда нужно исключить только розовый цвет, он несовместим с представлением о деловой сфере.

Для небольших кабинетов подходят расширяющие их зрительно теплые цвета, *для слишком больших* – неяркие, но основное решение дают не цвет, а визуальное разделение пространства (мебель, перегородки), крупные светильники.

Стены, как правило, лучше оформлять в однотонной гамме или же при помощи фигурной штукатурки (она часто дает вкрапления цветов). Также подходит оформление под камень или кирпич (только для светлых и больших помещений) и под дерево (для небольших).

Мебель выбирается согласно общей тонировке помещения.

Красивое сочетание дает белая или черная мебель, если выбрана кремово-желтая гамма кабинета. Для холодных тонов лучший эффект даст мебель цвета натурального дерева или светлая теплых оттенков. В

больших кабинетах допустима и мебель темного цвета, дополненная стеклянными деталями (стекла тонированы темным цветом).

По большому счету, мебель может быть выбрана, исходя из приоритетного стиля и поставленной сверхзадачи. Если сверхзадача – показать, что дела идут превосходно и владелец быстро богатеет, то выбирается мебель из дорогих пород дерева, основательная, внушающая уважение и доверие. Если желательно показать мобильность владельца, то мебель выбирается достаточно простая, но с обилием современных материалов – стекло, металл.

Самыми важными элементами мебели будут стол и кресла или стулья, поскольку переговоры вы будете вести за столом, предложив посетителю сесть. *Размер и форма* этой мебели для посетителей очень и очень важны.

Когда вы предлагаете человеку сесть, то предложенное посадочное место должно располагать к беседе, то есть оно должно быть удобным, но в то же время не расслабляющим. Для этой цели подходят неглубокие кресла, полукресла или мягкие стулья с удобной спинкой. Поскольку ваши посетители могут

быть разной комплекции, то на всякий случай нужно кроме стандартной мебели иметь и нестандартную. Ее предлагают посетителям основательной конституции, которым неудобно сидеть на более хрупких конструкциях.

Стол можно использовать как тот, за которым вы работаете, но лучше, если у вас будет специальный стол для ведения встреч. Это может быть дополнительная приставка к рабочему столу или же полноценный стол, лучше округлый, чтобы посетитель не ощущал вашего давления (за круглым столом расстояние между вами и вашим посетителем в любой его точке останется приблизительно одинаковым).

Если вы хотите создать иллюзию особой заинтересованности, то выберите стол с закругленными углублениями (в виде «восьмерки»), тогда вы сядете друг против друга по обе стороны стола и придадите встрече элемент интимности.

Если посетителя нужно «поставить на место» или вы ничего хорошего от такого визита не ждете, можете отдалить визитера, усадив его далеко от себя. Для этой цели больше подходит овальный длинный стол, дающий иллюзию вашего миролюбия (скругленные углы) и

дистанцирования (большое расстояние между собеседниками). В этом случае посетителю лучше предложить стул с прямой спинкой и жестким сиденьем.

Рядом с вашим столом или за спиной у вас желательно разместить шкафы с бумагами. Во-первых, это сразу покажет, что вы человек деловой (за стеклами должны быть видны папки и необходимая литература, а не сувениры). Во-вторых, вам будет удобно во время разговора быстро находить необходимые бумаги.

На рабочем столе должны находиться только необходимые постоянно предметы: телефоны, компьютер, ежедневник и все, что требуется для ведения записей. Некоторые деловые люди считают, что на столе должны быть папки с документами, над которыми бизнесмен работает, и стол превращается в своего рода склад. Они думают, что, показывая объем работ, показывают лучшие деловые качества. Но на самом деле посетители воспринимают такое рабочее место только как неухоженный стол, заваленный бумагами. И создается ложное впечатление, что хозяин кабинета «потонул в делах», а потонувший в бумагах человек не может быть успешным, не окажется он и мобильным, что важно для возможного клиента. Так что

аккуратный стол сразу покажет, что вы не тянете с делами, не любите волокиту, ваши действия обоснованны и быстры. Для впервые с вами встретившегося человека это очень хороший знак, стимул для продолжения сотрудничества.

Но и не оттолкните человека совершенной пустотой своего стола. Тогда может возникнуть несправедливая мысль, что вы вообще делами не занимаетесь. Особенно избегайте груды разноцветных журналов, которые обычно выкладываются для посетителей. Во-первых, такие журналы должны находиться в приемной, а не в кабинете, они должны быть свежими и их не должно быть много. Во-вторых, журналы хоть как-то должны соответствовать сфере деятельности вашего офиса. Иначе посетитель решит, что своим делом вы занимаетесь лениво, а все время убиваете на чтение глупостей или решение кроссвордов. Журналы и издания, которые могут находиться в вашем личном кабинете, прежде всего, должны быть солидными и отвечать вашим прямым занятиям. Журналы «с картинками» обычно к таковым не относятся.

В кабинете, если позволяет освещенность, очень желательно поставить хоть парочку растений. Это

приятно оживляет любую самую официальную атмосферу и украшает кабинет. Но избегайте изобилия растений, если не желаете превратить офис в филиал ботанического сада.

Если офис небольшой, а иногда приходится вести переговоры со значительным числом участников, то желательно иметь ***специальное помещение для переговоров***. Оформить его желательно просто и в стиле самого кабинета, создав максимально уютную деловую обстановку. Стол для помещения выбирают овальный или круглый. Последний предпочтительнее, но подходит далеко не для всякого помещения. Если стоит выбор – круглый или овальный стол, но круглый неудобен (помещение вытянутое), то используйте овальный, но не слишком вытянутой формы. Рассаживая посетителей, не садитесь на вытянутом конце стола, а ориентируйтесь на его середину. Напротив себя посадите самого значимого для вас посетителя. Положение визитеров за таким столом должно соответствовать убыванию их значимости (чем менее важен для вас посетитель, тем дальше от центра он должен находиться).

Если выделить специальное помещение для

переговоров невозможно, используйте переносные перегородки. В этом случае «большой стол» может служить и местом для обсуждения рабочих вопросов с собственными сотрудниками.

Другие офисные помещения

Посетители не сразу попадают в кабинет начальника, обычно они проходят через офисные помещения сотрудников. И если вы хотите, чтобы посетители правильно восприняли вас и вашу фирму, то и помещения сотрудников должны в целом выглядеть в едином стиле с кабинетом начальника, но несколько проще. Главное – это показать, что как в кабинете владельца, так и в помещениях сотрудников деловая рабочая обстановка. Поэтому помещения сотрудников должны выглядеть чисто, привлекательно, уютно. Мысль, что должна прийти визитеру, проста: хорошо живут и хорошо работают. Если посетитель такой вывод сделал, то он проникся к вам доверием, чего вы, собственно, и добиваетесь.

Очень жаль, если на оформление своего кабинета вы истратили уйму денег, а сотрудники ютятся в каком-то офисном бомжатнике. Такое мне видеть приходилось. Крупный руководитель сделал в своем

кабинете евроремонт, поставил там самую современную мебель, а сотрудникам только косметически подмазали стены и поставили списанную мебель. Контраст был разительный. Любой нормальный человек, попадая в эту фирму, справедливо решал, что хозяин просто упырь какой-то, держит своих подчиненных в черном теле и наверняка практикует рабский труд.

А на самом деле несчастный был хорошим бизнесменом, но денег на благоустройство всего помещения у него не было. Он и решил, что нужно как следует обставить хотя бы свой кабинет, где он ведет переговоры. А о том, что дорога в этот богатый кабинет пролегает через убогое помещение для сотрудников, даже и не подумал. Поэтому, если радикальные перемены никак не провести сразу, хотя бы изолируйте от чужих глаз убогость обстановки.

Это можно сделать, поставив съемные перегородки. Они обычно хорошо скрывают и дефекты на стенах, и бедную меблировку. Посетитель видит знакомую деталь: перегородки. Далее он вдаваться в подробности не станет. Перегородка и офис – своего рода синонимы. Наполнение этого синонима для визитера несущественно. А далее он попадает в кабинет. Кабинет

производит впечатление. Мысль достраивает то, что за перегородкой, в стиле увиденного в кабинете. Чего и следовало ожидать.

В «денежном» офисе к таким уловкам прибегать не нужно. Там вы можете организовать для каждого сотрудника уютное рабочее место. Главное, чтобы рабочие места полностью соответствовали занятиям персонала и были хорошо оборудованы, а не только внешне привлекательны. Обязательное помещение, которое стоит выгородить в более или менее значительном офисе, – это кухня, где ваши работники будут обедать и куда вы можете при необходимости пригласить посетителей. Кухня должна быть чистой и выглядеть современно. Она тоже создает имидж благополучного офиса.

Но самое важное – это ваши люди. Если они выглядят унылыми и подавленными, то никакой дизайн не спасет вас от подозрений, что дела в фирме идут тяжело. И среди сотрудников на первое место выступает секретарь или офис-менеджер, женщина или мужчина, которые встречают посетителя и препровождают его от дверей фирмы к дверям вашего кабинета.

Так что от правильного выбора офис-менеджера, его

вида, его речи, соблюдения им правил делового этикета зависит общее представление о самой фирме. Плохой секретарь – ужасное впечатление, а это очень часто сорванные переговоры.

ЛИЦО ФИРМЫ – ОФИС-МЕНЕДЖЕР

Принцип отбора в фирме с мужским руководством и женским – разный. В первом случае играют роль чисто внешние данные, потому что мужчины хотят видеть красивую, молоденькую, исполнительную девушку. Женщины часто впадают в другую крайность и берут на работу некрасивую, немолодую, опытную женщину. Кто прав – мужчины или женщины? Да в целом ни те ни другие. Секретарша – это не только лицо фирмы (хотя в этом качестве ей отводится очень важная роль), она еще и голос фирмы, память фирмы, главная помощница руководителя. И она – женщина. Мужчины неохотно идут на такую работу, и в этом они правы. Секретари мужского рода уместны в специализированных организациях, а не в мелком или среднем бизнесе. На роль обычной секретарши может претендовать исключительно женщина. Она смотрится уместнее. Но как выбирать? Сегодня очень многие женщины получают на курсах такую специальность, выбор широк.

Думаю, прежде всего нужно ответить себе честно, чего вы ждете от секретарши. Если такта, внимания, ума – это может быть одна девушка. Если внешнего лоска, представительности, умения обаять клиентов – другая. Например, если ваша фирма вынуждена постоянно принимать у себя в офисе много людей, то нужно обратить свой взгляд на внешние данные барышни. Она может быть не фотомоделью, но должна уметь улыбаться, иметь милое личико и симпатичную фигуру.

Искренняя улыбка, участливое выражение глаз (профессиональные качества я не обсуждаю, если их нет – то что она вообще тут делает?), приятный голос – вот то, что поможет вам лучше вести переговоры. Старая мымра со стажем и опытом и твердой уверенностью, что она все знает, потому что у многих начальников работала, – это страшный сон.

Хорошая секретарша должна подготовить посетителя к ведению переговоров. Если она напугает возможного партнера или клиента, вызовет у него недоверие, нагрубит или нахамит, то о благополучном исходе последующего разговора, как и об имидже вашей фирмы, можно забыть.

Наибольшая сложность с выбором лица фирмы

возникает обычно у бизнес-вумен. Одно время мне приходилось консультировать деловых дам по этому вопросу, так что приведу один пример ошибки, исходя из собственного опыта.

Молодая руководительница в десятый раз нанимает женщину на роль секретаря. Первые девять наймов закончились одинаково: увольнением с изматывающими предварительными скандалами. По каким параметрам идет отбор?

– Мне нужно, – объясняет мне начальница в приватной беседе, – чтобы свое дело знала, а внешность необязательна. Ей в основном сидеть на телефоне и на рекламации отвечать. Поэтому я брала женщин постарше, чтобы могли с людьми порезче разговаривать. Молоденькие дуры обычно теряются и в прения вступают, а с клиентом нужно жестко общаться. Иначе на шею сядут. И потому что у меня мужики работают, не нужно мне, чтобы они на нее внимание обращали. В объявлениях я так и указываю: с опытом не менее пяти лет, стрессоустойчивую, с хорошим здоровьем. А в основном все равно вертихвостки приходят. Трудно найти женщину постарше и с правильным характером…

От меня требуется помочь ей с выбором. Сама уже

запуталась. Я пробовала объяснить, что опытная не всегда то, что требуется. А разговаривать строго могут и молодые девушки, если их об этом попросить и провести соответствующую тренировку. Нет, куда там. Не согласилась. Только опытную, только умеющую отшивать.

И вот я на отборе. На этот отбор пришли двадцать с небольшим женщин. Все очень разные, разной комплекции, с разным выражением лица. И среди этого секретарского многообразия женщины разного возраста. Моя клиентка сразу хотела молоденьких отправить домой, но я вмешалась. Оставила. На отборе – стандартные вопросы и просьба ждать решения. Проходят все кандидатки, и я спрашиваю клиентку, кто ей больше понравился. Говорит, что две – обеим уже за сорок, обе с прилизанными волосами, без косметики, с небольшими злыми глазками. Зато море рекомендаций.

– А мне, – честно ей признаюсь, – ваш выбор совсем не нравится. Вы делаете все время одну и ту же ошибку. Эти женщины станут держать ваш коллектив в железном кулаке. Обратите внимание на глаза, это же гляделки базарной торговки.

– Зато отошьют всех жалобщиков, – парирует.

– Но женщина с такими глазами устроит вам филиал тюрьмы! Вы же снова не сработаетесь!

– Откуда вы знаете?

– Давайте по порядку. Если у женщины такой взгляд, то редкий руководитель не станет жертвой ее притязаний. Эти дамочки будут учить вас, как нужно жить. Они опытные. Они свою жизнь уже давно погубили. Обе одинокие. Вы считаете, что это хорошо для дела? Домой не будут спешить? На свидания не станут бегать? Да, вероятно, не станут.

Слышали, что они вам сказали: фирма – это их будущий дом. Они и будут строить из фирмы дом по своим понятиям. Страшный дом. Вы считаете, что женщина без косметики на лице – отличный работник? Что она умна, не имеет завышенной самооценки? Но они о себе думают как о полной противоположности женщинам, они считают себя деловыми мужиками! И вы снова попадетесь в когти бесполых монстров. И ваши мужчины попадутся, потому что эти женщины будут вымещать на них всю свою личную неудачную жизнь.

Клиентка задумалась. Ей было трудно со мной согласиться. Я ей, видимо, была нужна, чтобы обосновать правильность своего выбора, чтобы я ей

подтвердила, что выбор хороший, а не получится – так потом с претензиями. И минут через пятнадцать усиленного думания и споров со мной наконец она выдохнула:

– Так как же, черт возьми, их выбирать?

– По улыбке, добродушию, умению подстроиться под начальника, то есть по чертам податливости. У нас таких женщин прошло четыре. Две совсем молоденьких, две немного постарше. Все они подходят. А одна – и я назвала имя девушки – еще обладает и отличными профессиональными качествами. Она терпелива, умна, быстро оценивает ситуацию, умеет не взвинтить ваших жалобщиков, а успокоить…

– То есть она будет с ними психологию разводить?

– А чем вам психология не нравится? – удивилась я. – Пусть поговорит по душам. Вам ведь что важно? Чтобы к вам этот клиент больше не обратился с жалобой. Она сумеет ему объяснить спокойно и вежливо, что ваша фирма не может помочь, что нужно обращаться в другое учреждение, только и всего.

– Но это ведь пустая трата времени!

– Все будут довольны. И сотрудники, что их не шпыняют каждый день. И клиенты, что на них не орут. И

вы, потому что эта кандидатка будет заботиться о том, чтобы создать вам рабочую обстановку.

– Но она же красивая!

– И хорошо! У вас будет красивая, умная, деловая секретарша, с обаятельной улыбкой – мечта любого начальника.

Лицо у моей клиентки вдруг пошло пятнами. И я услышала признание, которое едва не заставило меня расхохотаться:

– Но я же не смогу с ней в этом состязаться!

Так вот в чем, оказывается, была причина. Эта руководительница подсознательно отбирала женщин, которые проигрывают ей во внешности и возрасте. Она была единственной дамой в фирме и привыкла, что для своих мужчин она лучшая. Самая, самая, самая… С огромным трудом мне удалось ее убедить, что самой, самой, самой она для сотрудников и останется. А для всех лучше, чтобы секретаршей стала девушка, обладающая хорошим характером и помогающая, а не вредящая фирме.

Совершенно четко могу сказать, что существует *целый ряд внешних признаков*, которые указывают, что лицо фирмы выбрано неправильно и дела фирмы с

таким «лицом» будут неудачными.

1. *Женщина с поджатыми губами.* Таких секретарш немало. И все они вызывают у клиентов ненависть и отвращение. У начальников они исполняют роль церберов, не пускающих клиента дальше приемной. В советские времена таких секретарш было большинство. Поджатые губы говорят о подозрительности, мелочности, нетерпимости, вредном характере. Они плохо ладят с людьми, даже со своими близкими. Они не умеют разговаривать – говорят так, словно читают нотации. Любой посторонний человек для них – враг. Бойтесь таких дам. Они могут быть любого возраста. Но одна черта их объединяет в особую группу – ненависть к человеческому проявлению чувств.

2. *Шикарная женщина.* Женщина в модном и дорогом наряде, вся украшенная, точно новогодняя елка, с прической по последней моде и – нередко – на тонких высоких каблучках – чаще всего бездельница. Для нее работа в фирме – красоваться перед коллективом. Она – «бабочка». Ей хочется порхать. Возраст тут тоже ни при чем. Шикарная дама может быть сорока лет, а может оказаться и восемнадцатилетней девицей, не попавшей в топ-модели. Делами она

заниматься не будет. И оставленный на полу грязный след от башмаков подтирать не станет. У нее – маникюр, накладные ногти, которые необходимо беречь.

3. *Женщина с ястребиным взглядом и небольшим лбом.* Это тоже распространенный тип. Она идет в секретарши, чтобы властвовать. Как правило, она хорошо накрашена, солидно одета, уже не слишком молода. Опыт ей подсказывает, что фирму нужно держать в кулаке. В этом она похожа на женщину с поджатыми губами. Но ей не все равно, над кем властвовать. Свою роль она понимает как умение взять под контроль коллектив. Обычно носит крупные и дорогие украшения. Любит подношения. Считает, что ей ежедневно должны возносить восторженные комплименты. Если их нет, то власть утрачена. Очень тщеславна. Не слишком умна. Страшное приобретение для фирмы.

4. *Унылая тень.* При одном только виде на этот экземпляр возникает одно желание – поскорее выставить ее за дверь. С начальниками она ведет себя подобострастно, очень исполнительна, трудолюбива, но делает все медленно и обстоятельно. Если ей что-то необходимо, может молчаливо пожирать вас глазами и

смотреть с укором. Взгляд обычно потупленный. Вид тихий. Если она красива, то это безжизненная, ледяная красота. Мимика очень ограниченна. Этот подарок скоро лишит вас клиентов.

5. *Бестолковая болтушка.* Обычно веселая и живая. Но в одежде и голове у нее полная каша. Очень легко отличить ее по бесцельно блуждающему, любопытному и немного глупому взгляду, пухлой нижней губе, толстым щечкам, привычке каждые полчаса регулярно смотреться в зеркальце и что-то делать со своим лицом. Она приведет дела к беспорядку просто потому, что не умеет ни на чем сосредоточиться. Она перепутает все звонки, выщебечет все ваши секреты, сообщит всем и каждому, что дела в фирме не так хороши, как кажется. Работать с ней будет очень и очень тяжело, хотя характер у нее легкий, притязаний – ноль. Ваши замечания для нее – пустой звук.

6. *Томная красотка.* Это очень нежное, обаятельное, порхающее существо с влажными большими глазами, огромными ресницами, на первый взгляд поражающее изысканностью внешности. Она тоже заинтересована не в том, что делает, а в том, как выглядит. Но от девушки-болтушки отличается обидчивостью,

жеманством, капризностью. Ее основное желание – производить впечатление. Очень сексуально озабоченная барышня. Она будет бросать на сотрудников влажные вопросительные взгляды. И в фирме начнется разброд. Вдруг окажется, что мужчины перестали заниматься делами, зато активно занимаются этой особью, моют чашки, украшают цветами ее стол, настраивают компьютер, который она постоянно ломает. Словом – кошмар на рабочем месте.

Между всеми этими негодными секретаршами существует еще много промежуточных типов. Есть уютные домохозяйки с мелкими чертами маленького личика, которые делают кабинет похожим на будуар. Есть склочные румяные «торговки», любящие ставить начальника на место. Есть плаксы, выдающие непредсказуемую реакцию на любое замечание. И все они легко определяются просто по внешнему виду.

Но самое важное, что надо знать: ваша секретарша должна вам подходить по темпераменту, стилю общения, умению вести разговор. Она должна быть исполнительной, но с нормальной самооценкой, веселой, но не выбалтывающей секретов, которые есть в любой фирме, спокойной в экстремальных ситуациях и

хорошо разбирающейся в людях.

Секретарь или офис-менеджер – это на самом деле лицо фирмы. Это лицо возможный партнер или клиент видит, не видя еще вашего собственного лица. Выводы, которые посетитель делает о вас, как раз основаны на поведении и внешности этого «лица фирмы». Так что вам стоит озаботиться внешним видом и обходительностью офис-менеджера, чтобы у вашей фирмы сложилась в дальнейшем хорошая репутация. Обычно в таком счастливом случае люди склонны делиться своими наблюдениями: «Какая симпатичная и вышколенная секретарша у этого NN!» – скажет потом посетивший вас человек.

Он-то все возьмет на заметку: и как секретарша улыбается, и как она одета, и насколько вежлива и расторопна. Но если у вас отличная секретарша, то и вы должны соответствовать положению руководителя. Ведь отвратительно, если, выйдя из вашего офиса, посетитель останется недоволен особенностями вашего поведения: «Какая замечательная секретарша и какой козел хозяин!» И если вы не желаете жить согласно деловому этикету, а решили жить, как душеньке вашей угодно, то, так и быть, берите в офис-менеджеры

мымру, тогда сразу будет ясно, что вы за деловой человек.

ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

ДЕЛОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ЦЕЛОМ

Деловое общение в целом не отличается от прочего общения человека с человеком. Просто в деловом общении культурные нормы должны соблюдаться еще тщательнее, чем в обыденной жизни, поскольку само общение нацелено на то, чтобы представители двух сторон, двух организаций смогли договориться друг с другом. Если, скажем, в общении между хорошо знакомыми людьми или родственниками стиль в общении не имеет решающего значения, хотя и важен, то в деловом общении, приводящем к развитию деловых отношений между людьми, стиль общения – это ключ к успеху переговоров. И для того, чтобы эти переговоры развивались успешно, требуется соблюдать определенные правила, то есть этикет делового общения. Проще говоря, нужно соблюдать правила хорошего тона. А что такое правила хорошего тона?

Вот пример. Приезжаю я как-то в маленький городок, где должна встретиться с руководителем тамошней фирмы, и буквально с порога, не дав

отдышаться, секретарша меня ошарашивает:

– А Василия Васильевича сегодня не будет, напрасно вы к нам ехали.

Это как воспринимать? Мы с Василием Васильевичем согласовали встречу еще неделю назад, тогда же был куплен билет, я проехала пятьсот двадцать пять километров, чтобы не опоздать на эту встречу, рассчитала все до минуты… и Василия Васильевича сегодня не будет? Хорошо, я согласна переночевать в гостинице и завтра встретиться с неуловимым Василием Васильевичем, но тут оказывается, что его не будет и завтра, и послезавтра, и вплоть до следующей недели!

Сразу вспоминаются минувшие годы, когда таким беспроигрышным образом «отваживали» нежелательных посетителей начальственных приемных. Но сегодня-то другое время, и я не просто от нечего делать забежала к Василию Васильевичу, и эта встреча нужна ему ровно столько же, сколько и мне… Может, болен, думаю, или какая беда в семье. Секретарша мнется и тайны не выдает.

А потом я слышу в коридоре разговор, и оказывается, что… погода стоит отличная, потому все мужчины этой фирмы бросили свои дела и отправились

порыбачить! Все вроде бы понятно: погода измениться снова может, и опять небо затянется тучами. Но что важнее – рыбалка на озере или встреча, о которой есть договоренность? Оказывается, рыбалка. Такой вот замечательно деловой подход. Но что в этой истории меня просто поставило в тупик, так то, что встречу можно было перенести и не заставлять меня совершать бессмысленный переезд из пункта А в пункт Б. Сами понимаете, с какими чувствами я покидала маленький городок! Но и это еще не конец истории.

Через неделю звонит мне все та же секретарша и назначает новую встречу… на утро следующего дня. Я вежливо ей в этом отказала и больше никаких дел с Василием Васильевичем иметь не желала и не желаю. Но само назначение новой встречи на утро следующего дня, когда известно, что оба пункта отстоят друг от друга на полтысячи километров… это весьма продуктивно для делового сотрудничества!

Так что в первую очередь деловому человеку нужно помнить, что не только у него самого есть неотложные дела, но они имеются и у его возможных партнеров и у клиентов. Если время – деньги, то оно одинаково деньги и для бизнесмена, инициирующего встречу, и для тех, с

кем он собирается встречаться. Деловую встречу нельзя игнорировать, переносить и откладывать без уважительной причины; только тяжелая болезнь или стихийное бедствие могут быть оправдывающими обстоятельствами!

И уж если таковые обстоятельства не позволяют провести встречу, то нужно об этом поставить в известность заранее и сразу же назначить дату и время новой встречи. И никаких звонков за пять минут до назначенного времени, никакой отмены с извинениями постфактум, и уж – само собой – никакого назначения новой встречи, если очевидно, что человек не успеет к ней подготовиться.

А о Василии Васильевиче я сделала однозначный вывод: как партнер он крайне ненадежен, будет думать только о собственной выгоде. Те, кто имел несчастье общаться с Василием Васильевичем, говорили о нем куда как проще: надутый индюк и хам. Думается, что «индюк» относилось к самомнению Василия Васильевича, а «хам» – как раз к наплевательскому отношению к другим людям. Впрочем, не один Василий Васильевич, к сожалению, отличается такого рода стилем поведения…

Распространенная болезнь деловых людей – не быть готовыми к обсуждаемому вопросу, хотя о цели встречи они были осведомлены загодя и вполне могли к ней подготовиться. Но им лень или, как принято говорить, «ломает». Человека, приходящего на встречу, по старой привычке они рассматривают как просителя, хотя переговоры должны открыть взаимовыгодные перспективы для двух сторон! А поскольку самое важное для бизнесмена – его собственное, то любой другой человек для него ниже уровнем и интересы этого человека – тоже: потому он и проситель, что во власти бизнесмена – согласиться на что-то или помучить и отказать!

В то же время, если этому деловому человеку придется отстаивать собственные интересы и выступать в качестве инициатора какой-то сделки, то он тоже попадает в ряды… просителей. Круг замыкается. И чем ниже статус бизнесмена и размеры его доходов, тем надежнее он оказывается «просителем». Вот это реальная черта нашего бизнеса, когда нет общения на равных, а есть общение, построенное на принципе «я выше тебя, ты ниже меня», или наоборот.

В нормальном обществе такой порядок делового

общения попросту невозможен! Это уровень общения, как говорится, «ниже плинтуса». Но – увы! – у нас это факт.

И вот у того несчастного, который желает этого делового «бога» чем-то заинтересовать, возникает необходимость применить одну из нескольких особых приманок: лесть, подобострастие, отказ от части собственной выгоды в пользу упомянутого «бога» или «наезд» на «бога», если силенок и апломба достаточно. И недаром успешными менеджерами считают тех, кто проводит агрессивную политику! А ведь, в принципе, любой договор – это, прежде всего, диалог, умение найти компромисс по какомуто вопросу, умение так построить отношения, чтобы они оказались выгодными для каждой из сторон!

Один известный мне «бог» первую встречу проводил так. Усевшись в глубоком кресле, он лениво выслушивал предложение своего посетителя, лениво потягивался, зевал и спрашивал по-детски искренне: «А чего мне за это будет?» Только прикинув возможную выгоду, да такую, чтобы еще и не особо вкладываться и трудиться самому, он давал вальяжную отмашку. Но от его согласия все труды и заботы перекладывались тут же на

инициативную сторону! Немудрено, что иностранные деловые люди нашего отечественного делового человека понимали плохо.

– Как там объект? – наивно спрашивали они.

– А что с ним сделается? Осваиваем средства, – отвечал «бог».

Ответ наивные европейцы понимали как утверждение о развитии проекта. Увы! Они не догадывались, что «бог» пальцем о палец за это время не ударил, а «прокручивал» средства, чтобы их «подрастить». И только когда иностранный представитель селился вблизи от объекта и ежедневно мозолил глаза «богу», начинались какие-то подвижки. А на все претензии «бог» удивлялся: он же дал свое согласие, что еще требуется? Кому объект нужен? «Бог» и без него превосходно проживет…

Другой русский деловой тип – «шакал». Как правило, это выходец из поколения «братков» либо из поросли еще более поздней, в отличие от «бога», ориентированный на быструю прибыль и равнодушный к плодам своего труда. Сверхзадача, которую он ставит перед собой, проста: побыстрее и побольше урвать. Этика в данном случае особая, криминальная или

близкая к криминальной.

Обман и откровенная ложь рассматриваются как средства достижения цели. Мошенничество считается вполне нормальным явлением. Деловое поведение, естественно, подчиняется особенностям «шакальего» организма. А стиль поведения – это странная смесь делового и «братковского» этикета.

Как-то мне пришлось отслеживать прохождение одной вынужденной сделки. Наше общение с «шакалом» началось с откровенного «наезда»: в доступной форме мне было объяснено, в каких отношениях находилась мать партнера, которого тогда я представляла, с соседями, братьями и родственниками «шакала». Но поняв, что тонкости этих отношений мною не усвоены до конца, «шакал» посоветовал просто больше в это дело не лезть, чтобы и мне не оказаться в подобных отношениях.

Прозвучало волшебное слово «счетчик», и все стало ясно как день. А потом в наш офис стали являться «шакальи» представители, которые с хамскими физиономиями сновали между рабочими местами сотрудников и ударом ноги открывали дверь в кабинет владельца фирмы. Вот вам и весь этикет!

Так что же, нормальных, деловых отношений, построенных по западному современному образцу, с уважением к личности, у нас нет? Почему? Есть. Многие относительно молодые компании и совместные фирмы стараются применять «этикетное» поведение. Но сталкиваться им приходится нередко с теми, кто правилам хорошего тона предпочитает другой стиль общения: прошлое наследие – командный или «божеский», «братковское» наследие – «шакалий». А если кто-то имеет что-то на это возразить, то ответ ждать не заставит. «Ты мне еще права человека зачитай», – сказал на мои увещевания тот самый «шакал», ребята которого этикету не обучались.

За этикетом делового общения, если хотите, стоит гораздо большее, чем кажется на первый взгляд. За этикетом стоят образ мышления и деловые качества. Казалось бы, при чем тут деловые качества? Но тем не менее это так. Деловое общение может возникнуть только при одном условии:

если существует доверие между участниками делового процесса. Только тогда можно что-то обсуждать, если партнеры друг другу доверяют. Нет доверия – нет и делового общения. С вором и

разбойником вести дела станет только сумасшедший. Вот деловым людям и приходится показывать, что они не воры, не разбойники, не прощелыги какие-нибудь, а вполне цивилизованные граждане. Так везде в мире. А у нас? Парадоксально, но не раз приходилось слышать: «Он, конечно, вор и нехороший человек, но…» После этого «но» всегда следует вывод: можно попробовать совместно вести дела. Это бред? Да, это бред.

А ведь этикет делового общения существовал не только в относительно недавние дореволюционные времена, но даже в русской древности. От тех времен сохранились воспоминания иностранцев, которые посещали, например, Псков XIV столетия. И что же записывали с удивлением эти путешественники? А они с удивлением отмечали, что псковские купцы (тогдашние деловые люди) считают за грех скрыть недостаток товара, который невозможно увидеть.

В наше время, если недостатка при осмотре незаметно, что делает продавец? Сбывает товар, а потом пытается «отбиться» от рекламаций и упорно твердит, что «не знал» или «не виноват», а то и попросту объясняет покупателю, что глаза нужно было раскрывать пошире.

А что делал этот неизвестный пскович XIV века? Он сам показывал, где незаметный изъян и почему товар имеет более низкую стоимость! И потому, как писали иностранцы, псковских купцов уважали на всей тогдашней Руси. Это потом уже повелось, что купец «надувает», «впаривает», «втюхивает». А тогда отношения между торговым народом строго регламентировались законами, и всякий знал, как должно себя вести, чтобы тебя уважали и держали за честного человека. Правила поведения – этикет Средневековья – были не только разработаны, но и контролировались законами. Поэтому и нарушений было меньше, и каждый знал, как нельзя поступать, хотя, может, и выгода при этом была бы больше. Только вот честное имя в те далекие времена считалось самым ценным достоянием человека. И человек больше всего боялся этого честного имени лишиться.

Не правда ли, интересную эволюцию совершает деловое поведение? Наши законы ничуть не мягче средневековых, но даже они бывают бессильны против нечестности наших деловых людей. Если никто за руку не схватит и не призовет к ответственности, современный деловой человек ради выгоды способен

продавать товары с изъяном – плохие дома, плохие лекарства, плохую еду, плохую одежду…

С одной стороны, это, конечно, опасно для него, потому как есть шанс навредить имиджу своей фирмы, но, с другой стороны, если получится не попасться, это огромные деньги. К сожалению, множество русских деловых людей пребывает в положении «преступать и не попадаться». А ведь, по логике вещей, нужно бы не преступать и беречь свое честное имя!

Как пишут психологи, нормы делового этикета – это составляющая системы социальных норм, и выполняют они следующие

функции:

1. Благодаря включенности в систему социального контроля они *регулируют* поведение и совместную деятельность членов социальной группы, что делает возможной саму эту деятельность, обеспечивая стабильность и порядок.

2. По своей объективной природе они направлены на *повышение эффективности делового взаимодействия,* оптимизируют его и выполняют деловую функцию.

3. Являясь средством выражения уважения и доброжелательности, выполняют *коммуникативную*

функцию, помогают устанавливать и поддерживать хорошие деловые отношения, избегать конфликтов.

4. Отражая статусные различия, *закрепляют иерархию отношений,* неся дисциплинирующую функцию.

5. В отношении группы выполняют *интегративную функцию,* обеспечивают сплоченность и однородность социальной группы за счет единства норм и социальных ожиданий ее членов. Именно выполнение определенных норм поведения (наряду с групповыми ценностями) определяет границы группы – в данном случае делового сообщества или его отдельного профессионального сегмента.

6. Для индивида являются *условием кооптации* (включения, принятия) группой, выполняют функцию *самопрезентации*.

7. Помогают человеку *ориентироваться в ситуации,* снижают ее неопределенность и таким образом выполняют функцию своеобразной психологической поддержки.

ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Многие деловые люди не воры, не разбойники, не хамы, они не показывают себя «богами» или

«шакалами», но совершенно не понимают, как должно вести себя с посетителями. Вот приходит на переговоры какой-нибудь посетитель, секретарша заглядывает в кабинет начальника и предлагает визитеру немного подождать. В одном случае «немного» окажется пятью—десятью минутами, а в другом – от получаса и выше.

Или же секретарша с улыбкой препровождает гостя в кабинет, а хозяин сидит, уткнувшись в бумаги как сыч, и на посетителя не обращает внимания. Только долистав пачку бумаг до победного конца, он поднимает глаза и очень удивляется, что «эта дура опять кого-то впустила»!

Но даже если хозяин сразу свои бумаги отложил, он часто не понимает, как должен приветствовать посетителя! Что нужно сделать? Вскочить навстречу? Приподняться? Едва оторвать зад от кресла? Кивнуть? Улыбнуться? Протянуть руку? Как протянуть? Выйдя из-за стола? Перегнувшись через стол? Приученные в старые времена, что хозяин он и в Африке хозяин, как поступали прежде все, кто обладал отдельным кабинетом, то есть начальственным постом, они поступают согласно собственной воспитанности.

А между тем негласные правила точно определяют, что должен сделать деловой человек, когда к нему пришел с визитом другой деловой человек.

Нужно поднять-таки мягкое место с уютного кресла, выйти из-за стола и встретить гостя, обменявшись с ним любезной улыбкой и рукопожатием. После чего нужно предложить посетителю сесть и можно возвращаться в родимое кресло. Процесс несложный и занимает от силы минуту.

Но что делает наш деловой человек? Он ждет, когда гость сам подойдет к его столу, тогда либо привстает слегка, либо вовсе не привстает, говорит что-то вроде «ну садитесь куда-нибудь» или ничего не говорит, а посетитель вынужден сам усаживаться, наскучив стоянием, что же касается рукопожатия, то почему-то этот жест соотносится у нашего делового человека с прощанием. Руку он чаще всего жмет, расставаясь с гостем, а не при встрече.

А улыбка? Многие деловые люди считают, что улыбаться должна секретарша. Поэтому они сидят во время разговора суровые, как лесные пни. И не потому, что они злобны по натуре или мизантропы в душе, а просто потому, что ассоциируют улыбку с положением

подчиненного человека! Такая вот русская глупость! Или же улыбка у них привязана, как лампочка к собаке Павлова, к согласию или разрешению чего-то, то есть улыбка на губах этого неотесанного современного болвана появляется, если он произносит «кодовые слова»: «Я с вами совершенно согласен», «Я считаю, что вы правы», «Мы обязательно найдем общий язык», или при совершении таких же «кодовых действий»: «Настало время заключить договор», «В решении этого вопроса можете сослаться на мое согласие» и т. п.

Незнакомый с деловым миром человек может сдуру подумать, что у хозяина кабинета в голове большие зигзаги, ан нет, голова здоровенькая, но ведь хорошие пни не имеют права показывать чувства! Потому они улыбаются в один раз и навечно согласованных ситуациях! Некоторые, воспитанные в американской традиции общения, улыбаются постоянно, эта улыбка к ним приклеена, точно пластырь. Выглядит такое поведение совершенно неестественным, а иногда и нелепым, но «русский американец» прекратить улыбаться никак не может, он не знает, какую мину состроить, если к ней не приторочена эта улыбка.

И ведь не от скудости ума он так поступает и не от

дурости, а точно по модели Дейла Карнеги. А на самом-то деле нет ничего проще, чем ***правильно встретить человека, переступившего порог кабинета.***

1. Узнав, что к вам направляется посетитель, быстро приведите себя в порядок, а именно: если сидели в рубашке, наденьте и застегните пиджак; если рылись в бумагах, вытрите от возможной пыли руки и причешите волосы; если что-то жевали, то сначала, пожалуйста, дожуйте и вытрите губы.

2. Быстро наведите порядок на столе: отложите бумаги, раскройте перед собой ежедневник, уберите все ненужное и обязательно захлопните и спрячьте подальше от глаз журналы с картинками, если вы имели счастье их пролистывать.

3. Встретьте своего гостя радушной улыбкой, подойдите к нему, представьтесь и пожмите ему руку. Постарайтесь запомнить, имя, отчество и фамилию гостя, а также какой пост он занимает.

4. Покажите гостю, где ему сесть, или предложите выбрать место по своему усмотрению.

5. Обращайтесь к гостю, называя его по имени и отчеству, внимательно слушайте и не перебивайте во

время разговора. Начинать беседу лучше всего с общих тем. Можете похвалить его точность (если встреча была назначена и гость пришел вовремя), поговорить о погоде, расспросить, легко ли было найти вашу организацию.

6. Предложите чай, кофе или холодные напитки.

Все эти действия покажут посетителю, что вы рады его визиту и желаете внимательно выслушать, что он вам скажет. Правильное начало разговора помогает сделать его конструктивным и интересным для обеих сторон. Ведь пришедший к вам человек – не проситель в кабинете чиновника, он пришел с каким-то деловым предложением. И может оказаться, что это предложение будет вам интересным.

Покончив с формальностями, то есть выполнив ряд перечисленных правил этикета, можно переходить к сути, то есть к обсуждению предложения, с которым к вам пришли. И тут у каждого нормального делового человека должно иметься строгое правило: слушать внимательно и вежливо. Это часто совсем непросто сделать, особенно если переговоры начинают буксовать или идут тяжело.

Как обычно реагирует деловой человек «нашего

розлива», если вопрос ему неинтересен? Хамоватый просто встанет и проорет, что он занят и всякую чушь выслушивать не собирается. Вежливый будет уныло терпеть и созерцать пустой угол напротив. Нередко ошибаются оба: первый прервал разговор сразу, поняв, что предложение ему неинтересно, не утрудив себя хотя бы немного послушать и в этом убедиться, второй же выслушал без единого вопроса, когда надо было бы их задавать: ведь если к вам пришли с каким-то предложением, то почему-то ведь полагали, что оно может быть вам интересным.

А вдруг посетителю не удается связно излагать свои мысли? Вдруг его нужно поддерживать в разговоре вопросами? Сможете ли вы сформулировать суть его предложения? Может быть, нужно эту суть сначала выявить? Искусство слушать – огромное искусство. Но слушать нужно уметь активно. Если вы сидите молча, как рыбка в банке, то толку от вашего слушания – полный ноль. Активное слушание предполагает, что монолог посетителя вы легко и разумно переводите в диалог. Так и посетителю легче вам что-то объяснить, и вам легче понять предложение гостя.

Могу рассказать такой почти анекдотичный случай.

Одна фирма собиралась строить лесообрабатывающий комбинат. Об этом случайно узнали в небольшой фирмочке, основным занятием которой были геологоразведочные работы. Геологи отправили на переговоры своего инженера. Тот по дороге раздумывал, как можно заинтересовать крупную фирму совместным проектом, поскольку точно на участке, предназначенном под комбинат, имеется редкоземельный пласт.

Инженер понимал, что хозяин фирмы ничего не понимает в добыче полезных ископаемых, поэтому он выстроил грамотную, но невероятно длинную речь, объясняющую этот процесс. И, начав переговоры, он детально объяснял, как добывают полезные ископаемые, какая техника применяется, что для этого нужно сделать предварительно и т. п. Хозяин крупной фирмы был человеком вежливым, он слушал… и дремал. Инженер был убежден, что хозяин все понял, тем более что он пообещал подумать и позвонить, а хозяин ничего не понял, он был убежден, что к нему приходили с предложением какой-то очень современной техники для будущего строительства.

Спустя несколько недель и просто из интереса, что

ж это за техника такая, он геологам позвонил. И был, надо сказать, шокирован, когда секретарша геологов закричала кому-то, что звонит владелец платинового пятна в селе таком-то. Так он вдруг узнал, что владеет… платиновым месторождением. Дальше были переговоры с геологами, отказ от строительства комбината и много прочих важных дел. Но ведь все могло бы сложиться и иначе.

Хозяин фирмы мог просто не позвонить геологам и ничего не узнать о месторождении. Или же узнать об этом после начала строительства комбината (и понести убытки). После этого случая он взял себе за правило не дремать, делая вид, что слушает посетителей, а слушать активно, задавая вопросы. На самом-то деле понять, чего добивается геолог, было несложно, вовремя задав ему нужные уточняющие вопросы.

Иногда суть ясна сразу. Но от этого не легче. Посетитель занят в той же отрасли, что и вы. По сути, он является вашим конкурентом. Как вести разговор с конкурентом? Некоторые делают огромную ошибку и вовсе отказываются от всяких переговоров, исходя из принципа, что с конкурентами переговоров не ведут (почти как с террористами).

Если для крупного бизнеса это в целом понятно – крупные фирмы могут позволить себе самостоятельную политику, то для мелких фирмочек, которые кажутся сильными и страшными только самим себе, это неумная политика. Им для выживания как раз нужно уметь находить компромиссы. Так как же вести себя с конкурентами? Сразу послать и указать на порог? Выслушать и нахамить? Нахамить и не дослушать? Или все же принять по-человечески и попробовать увидеть в конкуренте человека? Наверное, последнее выгоднее.

Ведь в процессе беседы вы можете найти общие интересы, сгладить наиболее острые углы, что-то предложить. Время, когда конкурентам полагалось делать только гадости и выжигать их как заразу, давно прошло. С конкурентами нужно уметь договариваться. Иногда это оптимальный вариант. Например, такая вот ситуация.

Господин Иванов открывает кафе. В соседнем доме открывает кафе господин Петров. Они конкуренты. И поскольку их точки находятся рядышком, они будут переманивать клиентов друг у друга. Что им делать? Вести позиционную войну или найти пути для развития бизнеса? Последнее – лучше.

Господин Петров и господин Иванов могут договориться, чем их заведения будут отличаться друг от друга и как им можно существовать рядом, чтобы господин Петров не желал смерти господину Иванову, и наоборот. Но для этого господин Петров и господин Иванов должны не с кулаками кидаться друг на друга, а искать и находить устраивающие обоих решения проблемы.

Так что, если в ваш кабинет приходит конкурент, с ним поступают точно так же, как с любым другим посетителем, – его выслушивают. Самое сложное – сделать так, чтобы человек, настроенный (вполне вероятно) против вас, ушел, считая вас своим союзником. А если на вас кричат или вам угрожают? Постарайтесь и в этом случае сохранять спокойствие.

Причем в такой ситуации к спокойствию нужно присовокупить умение держать дистанцию. Видите ли, кричать на человека, который не желает кричать в ответ и не переводит диалог в стычку, утомительно и нелепо. Скандалист рано или поздно выдохнется, устанет, осядет, как тесто, вам нужно только дождаться этого момента. Тогда предложите ему сесть и спокойно поговорить. Обычно такой метод отлично работает. Но

выгонять «неостывшего» посетителя, выдворять его силой не стоит. Тогда он справедливо может пустить слух, что вы никого не желаете слушать, склонны к насилию и вообще гадкий человек. Будьте терпеливы. С теми, кто настроен против вас, нужно быть очень терпеливыми.

Вся система правил делового этикета, объясняют специалисты, построена на основе нижеприведенных принципов: 1. Принцип уважения.

2. Принцип приоритета старшего.

3. Принцип приоритета женщины.

4. Принцип эстетики.

5. Принцип гигиены.

«Уважение, добавляют психологи, включает в себя вежливость, соблюдение статусных различий, сочетание равенства (паритета) и преимущества (приоритета). Степень жесткости нормативных требований зависит от ситуации и может сильно меняться в зависимости от культурно-исторического контекста. Требования этикета могут выступать только как добровольно принимаемые каждым человеком обязанности по отношению к другим людям.

Поведение участников делового взаимодействия в

значительной степени определяется соотношением их статусов. При этом ***более высокий статус имеют:***

– начальник по отношению к подчиненному;

– старший по отношению к младшему;

– женщина по отношению к мужчине;

– более опытный по отношению к новичку;

– группа по отношению к одному человеку. Тот, кто имеет более высокий статус, обладает

приоритетом, преимуществом. Иногда статусные отношения являются противоречивыми. На практике часто приоритет старшего и приоритет женщины оказываются в конкурирующих отношениях. Это противоречие разрешается в зависимости от ситуации, разницы в статусе, установившихся отношений и личной воли старшего по должности.

В более официальной обстановке и при значительной разнице в должностном положении статус начальника-мужчины, безусловно, выше статуса женщины-подчиненной.

В менее официальной обстановке начальник может в виде любезности отдать преимущество женщине, например, пропустив ее в дверь. Таким образом он проявит свою воспитанность и доброжелательность.

Женщина не должна сама принимать решение о своем статусном преимуществе, однако не должна и отказываться от привилегий, предоставляемых ей начальником.

Выполнение норм делового этикета требует определенных усилий, самоконтроля и самоограничения и при этом обеспечивает благоприятное сочетание внеличностных требований, условий и задач общества с поведением и проявлениями личности. Таким образом, деловой этикет является важной составляющей делового общения, обеспечивая на поведенческом уровне согласование интересов всех его участников» («Лекции по деловому этикету», www.eup.ru).

В беседе следует придерживаться пяти нижеперечисленных ***принципов развития диалога:*** точности, честности, корректности и такта, умения выслушать (внимания к чужому мнению), конкретности.

«Точность. Одна из важнейших этических норм, присущих деловому человеку. Срок договоренности необходимо соблюдать с точностью до минуты. Любое опоздание свидетельствует о вашей ненадежности в делах.

Честность. Включает не только верность принятым

обязательствам, но и открытость в общении с партнером, прямые деловые ответы на его вопросы.

Корректность и такт. Не исключает настойчивости и энергичности в ведении переговоров при соблюдении корректности. Следует избегать факторов, мешающих ходу беседы: раздражения, взаимных выпадов, некорректных высказываний и т. д.

Умение выслушать. Внимательно и сосредоточенно слушайте. Не перебивайте говорящего.

Конкретность. Беседа должна быть конкретной, а не отвлеченной, и включать факты, цифровые данные и необходимые подробности. Понятия и категории должны быть согласованы и понятны партнерам. Речь должна подкрепляться схемами и документами» (М. Слинкин, «Этика делового общения», Kommersant.org.ua).

Деловое общение всегда предполагает диалог. Но ***формы делового диалога достаточно многообразны:***

– деловой разговор – кратковременный контакт, преимущественно на одну тему; – деловая беседа – продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений;

– переговоры – обсуждение с целью заключения

соглашения по какому-либо вопросу;

– интервью – разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения;

– дискуссия;

– совещание (собрание);

– пресс-конференция;

– контактный деловой разговор – непосредственный, «живой» диалог;

– телефонный разговор (дистантный), исключающий невербальную коммуникацию.

ТЕЛЕФОННЫЙ РАЗГОВОР

Вы должны одинаково хорошо владеть всеми формами диалогизированного общения, то есть уметь достаточно долго поддерживать интерес аудитории, если делаете доклад; владеть искусством ведения разговора как с одним-единственным собеседником, так и с несколькими людьми, каждый из которых высказывает собственное мнение, а также быть в состоянии целенаправленно общаться, когда вы не видите собеседника, то есть по телефону.

Последнее многим кажется одновременно и очень сложным, и очень простым: по телефону нередко сложно понять настроение собеседника, поэтому тяжело

найти к нему нужный подход, и в то же время по телефону проще отказать или высказать свое недовольство. У одного знакомого мне бизнесмена вошло в правило, например, совершать наиболее неприятные разговоры именно по телефону. Но он совершенно не понимал, что, отведя телефонным переговорам роль «сброса собеседников», он автоматически отрубал все возможные контакты в дальнейшем. И потом удивлялся, отчего же ему так не везет с поиском деловых партнеров!

Но если вы не умеете на слух улавливать интонацию другого человека и способны всегда соотносить то, что человек говорит, с тем, как он при этом выглядит, то имеете полную возможность попасть в ловушку мошенников. Поэтому сделайте правилом решать по телефону дела только с теми, кого вы давно знаете, и уверены, что вас не обманут.

С людьми малознакомыми по телефону нельзя ничего решать, нужно обязательно договориться о личной встрече. И не делайте телефон средством отказа, потому что отказать часто бывает проще, чем согласиться. В первом случае вам не придется думать и находить новые пути, а во втором всегда находится

компромисс, и часто такой компромисс ведет к развитию бизнеса. Запомните, что телефон служит совсем не для того, чтобы рявкать в него и бросать трубку, он нужен для диалога. А то получится, как у упомянутого делового человека: всех, кого мог, распугал, а в одиночестве полноценного бизнеса не построишь…

Существует целый ***ряд правил, как говорить по телефону,*** чтобы использовать этот аппарат по прямому назначению.

– Первым всегда представляется тот, кто звонит.

– Представляетесь, узнаете, кто вас слушает, коротко излагаете причину обращения.

– Если на месте нет того абонента, с которым вы хотели связаться, то представляться необязательно. Достаточно будет поздороваться и попросить пригласить к телефону интересующего вас человека. Если его нет – узнать, когда он будет на месте, или попросить что-либо передать ему и повесить трубку.

– Продумывают заранее содержание звонка, готовят нужные цифры, адреса, фамилии.

– Если разговор прервался, то перезвонить должен тот, по чьей инициативе состоялся разговор.

– Следует говорить максимально кратко и по

существу.

– Нельзя говорить слишком громко в трубку, избегая в то же время и слишком тихой речи.

– Не стоит спрашивать, с кем вы говорите, можно лишь уточнить, правильно ли вы набрали номер и дозвонились ли туда, куда хотели.

– Если вы ошиблись номером, то при следующем его наборе сразу уточните, тот ли это номер, что вам нужен.

– Если вы звоните кому-то и на ваш звонок не отвечают, не кладите трубку, пока не услышите 4–6 длинных гудков, – вашему собеседнику может потребоваться некоторое время для того, чтобы подойти к телефону, однако не нужно долго держать трубку, если на другом конце никто не отвечает.

– Как минимум несколько раз подумайте перед тем, как звонить в неурочное время – слишком рано утром или поздно вечером. Как правило, не следует звонить до 8 часов утра и после 23 часов вечера.

– Нельзя звонить по ставшему вам известным номеру домашнего телефона вашего партнера, если только он сам не дал этот номер вам и не сказал, что ему можно позвонить домой. Следует избегать деловых звонков по домашним номерам в выходные и

праздничные дни.

– Поручать сотруднику или секретарю дозвониться до интересующего вас человека позволительно.

– Если к телефону просят вашего коллегу, то нельзя выяснять, кто его спрашивает.

– В том случае, если вы очень заняты, телефон лучше отключать или попросить секретаря отвечать на телефонные звонки.

– Заканчивает разговор тот, кто позвонил.

– Отвечайте вежливо тому, кто позвонил ошибочно.

Самое сложное – это ***правильно начать разговор***. Но для этой цели психологи советуют поступать по-научному, используя методики вступления в телефонный диалог. Основными считаются три из них: «1. Метод снятия напряженности позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько теплых слов – и вы этого легко добьетесь. Нужно только задаться вопросом: как бы хотели чувствовать себя в вашем обществе собеседники? Шутка, которая вызовет улыбку или смех присутствующих, также во многом способствует разрядке первоначальной напряженности и созданию дружеской обстановки для беседы.

2. Метод „зацепки" позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления, анекдотичный случай или необычный вопрос.

3. Метод прямого подхода означает непосредственный переход к делу, без какого бы то ни было вступления. Схематично это выглядит следующим образом: мы вкратце сообщаем причины, по которым была назначена беседа, быстро переходим от общих вопросов к частному и приступаем к теме беседы. Этот прием является „холодным" и рациональным, он имеет прямой характер и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов» («Психологические особенности проведения деловых бесед», lib.mabico.ru).

Советует Андрей Богатырев

Андрей Богатырев разработал целый комплекс поведенческих норм делового человека, которые очень помогают вести дела так, чтобы никто не смел обвинить вас в нерадивости и обмане. Это простые правила, но их стоит повесить на стенку в рамочке и периодически

освежать в памяти.

«***Не раздавай обещаний прежде времени.***

Когда ты задаешь вопросы или изучаешь товар – это „присматриваться и приценяться". Ты изучаешь варианты и возможности, выбираешь, ибо нельзя и невозможно покупать кота в мешке. Но все твои вопросы и проигрывание вариантов еще не влекут за собой **никаких** обязательств, ни со стороны покупателя (потенциального), ни со стороны продавца (потенциального), ибо никакое решение еще не принято. Единственно, что думать и принимать решение, возможно, надо быстро, а то вариант может уйти в другие руки. **Ничего не подписывай**, пока не решился окончательно и бесповоротно нырнуть в омут с головой. Обратной дороги может не быть, так что подумай не один раз и не в одиночестве. Не бросайся словами, а подписью – тем более.

Начатое дело доводи до состояния „можно принимать решение".

Если тебе хотят показать, продемонстрировать товар и изложить его достоинства или предложить некий вариант сделки – то ПОСМОТРИ и ВЫСЛУШАЙ. По-крайней мере расширишь кругозор и будешь знать,

что вообще бывает на свете. Пригодится. Говорить то „да", то „нет" – равносильно признанию „я сам не знаю, чего хочу". Уж лучше посмотри, договорился – встреться, а решать будешь ПОТОМ. В конце концов, можно решить и „нет".

Откладывай момент принятия решения до последнего.

Смотри и изучай больше вариантов. Оценивай и сравнивай по всем критериям. Но выбирай не оптимальный вариант, а тот, который *понравился*. Но: чем позже ты выберешь, тем больше уверенность, что выбрал именно то, что хотел. Вероятность промахнуться в смысле выгодности от этого не снижается, зато совесть спокойнее.

Предупреждение: однако не затягивай выбор до того момента, когда обстоятельства сделают его за тебя. Варианты имеют неприятное свойство утекать в чужие руки (в руки тех, кто не столь разборчив и более расторопен).

Принял решение и подписал бумагу – делай.

Если тебе по бумаге нечто должны – требуй. Ты должен кому-то – исполняй. Отказаться можно, лишь если другая договорившаяся сторона не выполняет свои

обязательства или нарушает все сроки. За это с них требуй деньги и обещай неприятности. Но берегись, если должен и не выполняешь ты сам – тогда штрафы, санкции и неприятности огребешь ты. Ты можешь **ПРОСИТЬ** кредиторов об отсрочке или послаблении, но, если они откажут, – придется хоть последние штаны с себя снимать. Обещал и подписал…

Не обещай туфты.

Ведь потребуют исполнить, а ты не сможешь. „Бее и мее" взамен не принимаются. И будешь отдуваться. Или другие будут за тебя. Скупой платит дважды; дурак платит, ничего не получая взамен; лгун просто платит, и много. В лучшем случае расплачивается оплеванной репутацией, в худшем – платит жизнью.

Не стесняйся говорить „я не знаю" и спрашивать.

Стыд-стыдом, но обещать черт-те-знает что стократ хуже. Лучше испытать стыд, но узнать истину, чем с гордым видом нести полный бред. Смотри абзац про обещания туфты.

Изучай больше вариантов, не ленись.

Вполне возможно, что в мире просто нет того совершенства, которое тебе снилось. На общем фоне

(того, что есть в выборе) вариант, который изначально казался серењким, может предстать верхом совершенства. А вариант, казавшийся прекрасным, окажется посредственностью.

Исходи из реалий, а не из мечтаний. Увы...

Советы выслушивай внимательно

и с благодарностью

и мотай на ус;

но не спеши им немедленно следовать.

Возможно, советчик неточно оценил твою ситуацию или подразумевал что-то еще, явно не сказанное. К примеру, совет сделать у дома водосточную трубу не отменяет необходимости построить фундамент. Дом рухнул, хотя ты построил у него четыре водостока? А про фундамент ты не знал? Ну так знай: дом рухнул не из-за обилия труб, а просто потому, что без фундамента он должен был рухнуть. Кстати: не переусердствуй в воплощении чужих советов. Но и не игнорируй их. Преломляй через собственную точку зрения, и спрашивай еще – о деталях.

Выспрашивай и высматривай.

Изучай рынок. Если ты продавец, то прикинься покупателем, приди к удачливому конкуренту и выведай

его стиль вести дела. Учись на чужих ошибках и находках, свои обойдутся много дороже.

Не ругай конкурента.

Наоборот, хвали его, твоя честность импонирует клиенту. Но дальше говори: „Да, он хорош, но и что? Он хорош, но не лучше меня. Я тоже все это умею, и даже больше – вот она, моя изюминка!“ От скромности (даже блефово ложной) не проиграешь. Скромность в словах и упорство с решительностью в деле – вот идеал самурая.

Не ходи вокруг да около.

Начинай с самого существенного, им же и заканчивай. Политес, реверансы, растекание мыслью по древу хороши для *плохих* политиков. Для дела полезны лаконичность, точность, отточенность формул.

Не лей воду – сидеть в сырости противно.

Рискуй.

Без революций и мутаций эволюция не сделала бы из обезьяны человека.

Не рискуй чрезмерно.

Ну, не выпьешь шампанского, зато не сядешь на воду с сухим хлебом. Будешь иметь свое молоко. Рискуй в меру своих сил и талантов. Не ешь кусок, которым подавишься.

Халява – не всегда хорошо.

Бесплатный сыр бывает не только в мышеловке. Еще и на помойке. Хочешь повонять и получить расстройство желудка? Тогда набей карманы мусором, и все будут освобождать тебе дорогу. Но не из уважения.

Знай меру.

Если не знать, где вовремя остановиться, можно создать на дороге аварийную ситуацию и получить вмятину в бок.

Не будь мелочен.

Люди сами справятся и разберутся со своими мелочами, помоги им в крупном, где сил одиночки не хватает. Заниматься же цветом их трусов – выставлять себя идиотом.

Будь ленив.

Делай дело сразу хорошо, чтоб не переделывать после.

Не спеши говорить и обещать. Спеши слушать.

Прежде чем сделать что-либо – подумай и спроси учителя.

Любое дело приходится один раз переделывать из-за недочетов в первоначальном плане (и из-за незнания); непродуманное приходится переделывать

как минимум трижды.

Не трать время.

Если слушаешь собеседника, который мечется с пятого на десятое, и ты вдруг понял, что он хочет сказать (а он – еще не понял), то прерви собеседника и переспроси: так ли ты понял?

Не давай человеку часами трепаться на любимую тему.

Кратчайшие пути – прямые, так что понимания сути – достаточно. А эмоции – это для бесед в курилке.

Зри в корень!

И не застревай на мелочах. Мелочность при игнорировании сути дела – признак небольшого ума.

Не связывайся с дураками, лжецами и подлецами.

С кем поведешься, то и огребешь. Хотя их нелегко распознать. Иногда сперва наколешься, и лишь после этого поймешь, с кем связался. Пофигисты – дело более тонкое. Пофигист изредка, весьма редко, но способен на гениальность. Зато бесполезен все остальное время. (Однако проверь себя: может, ты вообще постоянно бесполезен или вреден, даже без проблесков гениальности?)

Держись от дураков подальше.

Не говори дураку, что он дурак.

Если он это знает – он обидится, что ты раскусил этот его секрет. Если не знает – возмутится оскорблению. В общем, ничего, кроме шума и вони, ты не получишь. Если же решился сказать – будь готов к драке, ссоре, переменам и расставанию с дураком.

Не говори умному, что он умен.

Умные не любят лести – они чувствуют цель, стоящую за ней. Кроме того, умный должен думать, что он тебя перехитрил, что он умнее тебя. Тогда у тебя остается свобода неожиданного маневра.

Не меняй хорошее на хорошее.

Это принижает оба варианта, а о тебе говорит как о легкомысленном искателе приключений. Знакомые подводные камни безопаснее незнакомых, хотя для людей незнакомое привлекательнее (потому что им еще не известны недостатки незнакомого).

Не требуй от других то, чего не делаешь сам.

Не переваливай на других свои обязанности. Не требуй с пеной на губах от других то, чего они не должны делать, просто потому, что ты не в состоянии сам это сделать (неумеха). Учись делать сам, не

подменяй собственное неумение криками на других. У других есть их собственные дела, не менее важные. Пафос же вообще – признак недостаточного ума, а уж прилежания – и подавно.

Если не знаешь, кто должен нечто сделать, – вали все на начальника.

Пусть разбирается, на то и имеется в наличии, а не чтобы деньги получать.

Не спорь с дураком.

Он не поумнеет, но нагадить в ответ успеет. Не спорь и не комментируй его поступки, просто держись подальше. И еще: не спорь с дураком, он погибнет от собственной дури, а тебе попадать в компанию заодно с ним вовсе не обязательно.

Не унижайся.

Во-первых, умные враги лучше, чем дурные друзья. Во-вторых, если унизишься раз, то потом об тебя будут постоянно вытирать ноги. Собеседника следует считать равным по интеллекту и совести, до тех пор пока он не доказал тебе обратное. Но как только начал доказывать противное – лучше всего просто не иметь с ним дела. Или же не стесняться в средствах воздействия, но это путь к моргу».

ЧЕГО НАДО ИЗБЕГАТЬ ВО ВРЕМЯ РАЗГОВОРА

Любые деловые переговоры – это диалог. Если переговоры становятся вашим (или другой стороны) монологом, то ясно, что продуктивного сотрудничества нет и не будет. Ваша задача – добиться, чтобы диалог не превратился в монолог. Для этого требуется уметь слушать (о чем уже шла речь) и вовремя задавать правильные вопросы.

Правильный вопрос отличается от неправильного

тем, что не уводит вас в сторону от обсуждаемой темы и позволяет максимально ее прояснить. По моему опыту, в начальной стадии переговоров мешает излишняя детализация: вы еще не дошли до обсуждения мелочей, и прояснение таких мелочей может восприниматься как обычная придирка. «Этот человек, – может подумать ваш визитер, – ловит меня на мелочах, чтобы отказаться от сотрудничества». Нередко такое взаимонепонимание приводит к разрыву отношений или же к попытке приукрасить картину.

Допустим, вы желаете выяснить финансовое состояние дел будущего партнера, начинаете задавать слишком конкретные вопросы, а тот, в свою очередь,

боится, что вы можете найти более состоятельного человека… и начинает «пускать пыль в глаза» вовсе не потому, что желает вас обмануть, а потому просто, что слишком боится вас потерять. В результате вы начинаете подозревать его во всех смертных грехах или составляете слишком радужное представление о положении дел.

«Мелочные» вопросы нужно задавать, но не при первой встрече, а когда речь будет касаться детализации возможного проекта, когда в целом договоренность уже достигнута. Только полностью прояснив для себя будущее сотрудничества, можно составлять договор и ставить под ним свою подпись. Но до этого «подписного момента» проходит период сближения и установления партнерских отношений.

Запомните хорошенько: лгать, чтобы заключить сделку, вредно для дела. Так что, если «мелочные придирки» адресованы вам, постарайтесь сразу показать, что вы готовы к сотрудничеству и ничего скрывать не собираетесь, но и все карты тоже раскрывать не намерены. Можете просто сказать, что обсуждение подобных мелочей на данном этапе нецелесообразно, но вы готовы вернуться к этому, если

поймете, что у сотрудничества есть будущее. И не лгите, не извивайтесь, не уходите от прямого ответа.

Определить, лжете вы или искренни, очень легко. Для этого грамотному человеку достаточно просто понаблюдать за тем, как вы ведете переговоры.

Психологи выделили особую группу *невербальных сигналов, которые прямо указывают, что* ***человек не говорит правды или дает заведомо неправильную информацию.***

Лжец:

– не может спокойно усидеть на одном месте;

– теребит края одежды, стряхивает с нее пыль, снимает соринки (реальные или мнимые);

– перебирает пальцами, потирает руки;

– трогает голову, поправляет волосы;

– касается различных частей лица – рта, глаз, ушей, носа;

– играет с какими-либо предметами (поправляет манжету рубашки или ремешок часов, перебирает листки, завязывает или перевязывает шнурки и т. д.);

– не может сдержать появляющуюся дрожь в коленях;

– стремится как бы спрятать свое тело, вывести его

из вашего поля зрения (облокачивается на шкаф, при этом фактически прячась за ним, разваливается на стуле или кресле, съезжая с него под стол, и т. п.);

– покусывает губы или ногти;

– интенсивно курит;

– избегает взгляда собеседника (смотрит в его глаза менее трети времени разговора; часто используемый способ избежать взгляда партнера – со скучающим видом рассматривать помещение, в котором проходит беседа);

– постоянно смотрит вам прямо в глаза (видимо, ему хорошо известно, что, если человек избегает взгляда, это считается признаком того, что он говорит неправду); в таких случаях можно заметить, если человек переигрывает: обычно взгляд не фиксируется неподвижно в течение всего разговора, слушатель, как правило, смотрит на говорящего (пока тот говорит), чтобы показать, что слушает;

говорящий же часто отводит взгляд, кроме тех моментов, когда необходимо что-то подчеркнуть или показать, что он закончил свою речь;

– оттягивает воротник рубашки и интенсивно трет шею под ним;

– почесывает разные части лица, шеи, головы;

– отводя взгляд вниз, сильно трет один глаз;

– покачивает ногой;

– ноги направляет носками к выходу.

О неискренности человека могут свидетельствовать также и следующие признаки:

– мимолетные изменения выражения его лица;

– рассогласование между словами и жестами (кивание головой при отрицательных ответах, покачивание головой при отрицательных ответах);

– тело повернуто в сторону от собеседника;

– голова опущена, подбородок втянут;

– брови хмурятся или поднимаются;

– совершаются различные движения ногами; шарканье, постукивание по полу, сгибание или разгибание коленей, закидывание ноги на ногу, нетерпеливое переминание с ноги на ногу;

– руки держатся в области паха (бессознательная попытка защититься);

– руки прячутся, беспокойно движутся или указывают в сторону, невольно отвлекая внимание; ладони рук неосознанно скрываются;

– человек держится за какой-либо предмет

(портфель, стул, дверь автомобиля и т. д.) или облокачивается на него;

– периодически или постоянно поглаживается (похлопывается, массируется) какая-то часть тела (жест самоуспокоения); поддергивается какой-либо элемент одежды;

– улыбка появляется часто, не вовремя и надолго;

– руки или нос часто потираются или вытираются;

– рот в ходе беседы прикрывается рукой; руки держатся близко ко рту или к горлу;

– скрещиваются руки на груди и (или) ноги под стулом.

Конечно, не все эти движения и жесты люди совершают, когда лгут. Многие жесты делает каждый из нас в совершенно нормальном состоянии. Но лгущий человек делает их хаотично, без привязки к ситуации, и не парочку раз, а гораздо больше. Во всяком случае, эти показательные жесты сопровождаются еще стилем поведения и словами.

Если ваш собеседник не просто не может усидеть на месте, а начинает ерзать на стуле и менять позу именно перед нечестным ответом, то это не совпадение, это сигнал, что он лжет. Если он все время разговаривал с

вами в одном темпе, а теперь вдруг перед ответами появились паузы – он лжет. Если он все время давал бойкие ответы, а тут вдруг стал нерешительным – он лжет. Если он все время болтал без умолку, а теперь вдруг стал отвечать односложно – он лжет.

Если в ответ на ваш вопрос вы стали слышать его вопросы (как правило, уточняющие, хотя прежде он не переспрашивал) – он лжет. Если в его голосе вы слышите раздражение при каждом «неудобном» вопросе – он лжет. Если он вместо ответа ссылается на плохую память – он лжет. Если он отказывается отвечать – он лжет.

Советую и вам оценить, как вы можете выглядеть со стороны. Для этого наилучший способ – заснять какой-то сложный для вас диалог на видеокамеру. Прокрутите потом запись и спросите себя прямо: как я выгляжу – деловым человеком или дешевым лжецом? Если какие-то жесты, свидетельствующие о склонности к неполной искренности, вошли у вас в привычку, постарайтесь от них избавиться. Обратите также внимание на то, насколько вы внимательны, деликатны и уважительны к своему собеседнику. Видеозапись вас не обманет, и лучше знать свои особенности общения,

чем думать, что вы ведете диалог правильно.

Самое страшное, что может с вами случиться, – это то, что вы вдруг поймете, насколько неидеальны! Но идеальных людей не существует. Так что, увидев в себе немного или много лжеца, попросту научитесь не лгать, когда это не нужно (а на переговорах это не нужно).

Повторите запись, но теперь избегайте любого проявления лжи. Заметили, что непроизвольные жесты лжи исчезли или их хотя бы стало меньше? Вот так и держитесь. Иначе создадите себе дурную славу обманщика, когда всего лишь хотели что-то приукрасить или подать в выгодном для себя свете.

Посетители-то, которые пытаются войти с вами в деловой контакт, тоже не в болоте родились, и книжки читать умеют. Вот и позвольте себе мужество держаться с другими людьми по-умному и честно. Честный партнер – это идеал для деловых отношений.

Запомните также *знаки, по которым вы можете понять (или сами показать) заинтересованность темой беседы*:

– оживленный взгляд, раскрепощенность позы (партнер как бы подается навстречу

собеседнику, расстегивая пиджак, чуть наклонив

голову);

– раскрытые и развернутые в сторону собеседника ладони рук; непроизвольные, чуть заметные кивки головой, легкое прикосновение к руке или плечу партнера, сопровождающее одобрительную реплику;

– теплый, уважительный тон речи.

Существует ***ряд оценочных знаков***, которые вы также должны уметь видеть и понимать:

– задумчивое выражение лица (размышление), сопровождающееся характерным положением ладони у щеки, свидетельствует о том, что собеседник заинтересован, остается выяснить, что же побудило его сосредоточиться на какой-то проблеме;

– партнер сознательно отводит глаза от собеседника. Это жест досады или недовольства. Партнер боится быть уличенным в своих сомнениях;

– покусывание дужки оправы или протирание стекол очков. Это как бы «тайм-аут» собеседника для анализа идей или предложений.

В случае если ход переговоров собеседнику не нравится, появляются такие ***знаки защиты***:

– холодный, чуть прищуренный взгляд, искусственная улыбка. Это говорит о том,

что собеседник на пределе, и, если не принять определенных мер, снижающих напряженность, может произойти срыв;

– руки скрещены на груди, пальцы как бы впились в бицепсы. Это свидетельствует о неприятии партнером вашей позиции по обсуждаемому вопросу. Он готов ринуться в бой и с трудом сдерживает себя, чтобы не прерывать вас;

– приподнятые плечи и опущенная голова (сопровождается рисованием на листе бумаги). Это может говорить о том, что ваш собеседник обижен, оскорблен вашими словами.

Как советует В. И. Курбатов, ***максимальной отдачи от переговоров и любого делового общения можно добиться, если вы***:

– Умеете организовать общение.

– Можете анализировать цели и задачи процесса общения, его предмет и повод.

– Владеете навыками и приемами делового общения, знаете, как использовать его тактику и стратегию.

– Знаете речевой этикет и умеете им пользоваться.

– Умеете вести беседу, собеседование, деловой

разговор, спор, полемику, дискуссию, деловое совещание и т. д.

– Имеете навыки доказывать, опровергать, критиковать, убеждать, достигать соглашений, компромиссов, делать оценки, предложения.

– Владеете техникой речи, риторическими фигурами и приемами, умеете правильно строить речь и другие публичные выступления.

– Знаете служебный этикет и умеете его использовать.

– Умеете с помощью слова осуществлять психотерапию общения, снижать стресс и недоверие собеседника, корректировать его оценки, поведение и отношение к событиям и заявлениям.

– Умеете анализировать коммуникативные конфликты, диагностировать их, направлять их развитие в нужное русло.

– Знаете уловки, секреты и приемы общения, которые считаются нелояльными, умеете ими пользоваться.

– Знаете основы логики, теории и практики аргументации, умеете использовать их для ведения делового общения.

При ведении беседы следует придерживаться шести правил:

1. *Быть рациональным,* то есть необходимо вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия разумных решений.

2. *Пытаться понять своего партнера.* Невнимание к точке зрения партнера ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений.

3. *Инициировать общение.* Если ваши партнеры не проявляют большой заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации. Это позволит сохранить и улучшить отношения.

4. *Быть правдивым.* Ложная информация ослабляет силу аргументации, а также неблагоприятно влияет на репутацию.

5. *Избегать менторского тона.* Недопустимо поучать партнера. Основной метод – убеждение.

6. *Уметь принимать точку зрения собеседника.* Постарайтесь принять другую сторону и будьте открыты для того, чтобы узнать нечто новое от партнера.

ЯЗЫК, КОТОРЫМ МЫ ГОВОРИМ

Расскажу такую историю о попытке провести

переговоры.

Ближе к вечеру в офисе бизнесмена, назовем его Коровкин, раздался телефонный звонок.

– Привет, браток! – сказал достаточно вежливо, но нервно, голос в трубке. – Мне тут Сивый доложил, что у тебя лишнее бабло имеется…

Как думаете, что в момент такого делового начала испытал бизнесмен Коровкин?

Правильно, он приложил руку к левой части тела и понял, что не слышит собственного сердца. Лицо бизнесмена Коровкина из цветущего стало серым.

– Ошибается ваш информатор, – проговорил он практически шепотом, – нет у меня лишних денег, все в дело вложено.

– Не понял, – ответили в трубке обиженно, – ты, браток, хочешь сказать, что Сивый мне врет? Сивый врет мне?

Бизнесмен лихорадочно соображал, как выпутаться из явно дурной истории, а человек по ту сторону телефона соображал, почему информация оказалась неверной.

Оба глубоко переживали.

Но еще одно упоминание некоего Сивого заставило

бизнесмена все же спросить, кто это такой. Тут, к его удивлению, выяснилось, что Сивый – это личный помощник бизнесмена Коровкина, а кличка у него еще со школы, и звонит его давний школьный приятель, бизнесмен, скажем, Морозов, и все как-то мигом встало на свои места: личный помощник обещал подыскать партнера для вложения свободных средств.

Оба наших деловых человека сразу успокоились и принялись обсуждать возможное сотрудничество. А ведь при более драматическом развитии диалога наш бизнесмен Коровкин мог отправиться в больницу с сердечным приступом. И все потому, что позвонивший ему приятель помощника использовал в речи не деловой язык, а лексику из иного, «братковского», мира.

Часть наших деловых людей как родилась в девяностые годы, так в этом времени благополучно и задержалась. Нет, реалии современного бизнеса эти «рожденные в девяностых» вполне признают, но языковые приоритеты у них – из прожитого прошлого. Кто-то сам ходил «в братках», кто-то тесно с ними общался, а стиль речи как сформировался, так и используется в этом, немного деловом, мире.

По лексике происхождение таких деловых людей

вполне очевидно, как бы они ни старались обрасти солидностью. Только выходцы из этой категории российских граждан в начале разговора сразу подчеркивают свою значимость, кидая пальцы веером, и предпочитают говорить «конкретно», то есть без всякой вступительной лирики, а ко всему прочему, пользуются разного рода никами, а не именами и фамилиями. Самое пикантное, что дела они могут уже вести совершенно честно и быть людьми законопослушными. Но язык выдает их с головой, впрочем, как и стиль ведения разговора.

Для не вкусивших «братковщины» деловых людей давно стало традицией начинать разговор с взаимных любезностей, представляться, не спеша переходить к сути вопроса, но для «старых кадров» все, что не суть дела – лирика. По их понятиям, лирика в деловом общении не нужна и даже вредна. Вот и происходят иногда казусы, когда стиль и язык внушают собеседнику совсем не то, на что рассчитывал «старый кадр» (а он рассчитывал внушить к себе должное уважение и показать себя бизнесменом, ценящим собственное и чужое время).

В эпоху расцвета «братковщины» такому «деловому

языку» учились даже те, кто никогда с «братками» не был связан. Иначе их просто не держали за деловых людей, приходилось подстраиваться и маскироваться. Но сегодня «братковским» лексиконом пользуются только в самом «братковском» мире (который никуда не делся, а продолжает свое бытие, которое определяет сознание) и те деловые деятели, что так и не смогли забыть дни прошлого.

Весь остальной деловой мир, начитавшись умных книжек, поверил психологам, что в деловом общении лучше все же использовать грамотную русскую речь. Иначе говоря, весь остальной деловой мир с трудом, но перешел на пользование литературным зыком. Это тоже не совсем правильный литературный язык, в нем много корявого и жаргонного (но уже связанного с миром бизнеса), но это все же более человеческий язык. И если вы хотите успешно вести дела и успешно договариваться с другими людьми, то учитесь хорошему русскому языку.

Недопустимо, например, называть своего собеседника не по имени и отчеству, а по фамилии. Это звучит оскорбительно, именуя так другого человека (даже если вы обидеть его не собирались), вы ставите

его ниже себя. Уважающий себя начальник даже к подчиненному не станет обращаться по фамилии. Сами сравните, как звучат приведенные ниже высказывания:

– Я займусь расчетами, а вы, Иванов, соберите людей.

– Я займусь расчетами, а вы, Сергей Петрович, соберите людей.

В первом случае деловой человек, если он достаточно хамоват, обязательно использует не «вы», а «ты». Но даже с относительно уважительным местоимением «вы» фраза все равно звучит как приказ подчиненному, хотя партнер – не подчиненный. Во втором случае фраза выглядит вполне корректно, особенно если сказана в процессе обмена репликами. Но, по справедливости, она выглядела бы куда как лучше, если бы к имени-отчеству была добавлена еще и форма выражения любезности – «будьте так любезны», «прошу вас» и т. п. Язык у вас не отсохнет, если вы научитесь быть обходительными. А делу любезное обращение с собеседником всегда помогает лучше крика, грубости или хамства.

Но как обращаться, если партнер – женщина и она не достигла того возраста, когда однозначно принято

называть ее по имени-отчеству? Что лучше:

– Машенька, откорректируем наши планы.

– Мария Владимировна, откорректируем наши планы.

Безусловно – второе, хотя Марии Владимировне может быть девятнадцать лет.

Использованием формы имени-отчества против уменьшительного от имени вы ничуть не оскорбляете Марию Владимировну и не показываете, что она как женщина полное ничтожество. В деловых отношениях уменьшительные имена запрещены, как бы ни была хороша и молода бизнес-леди. Прежде всего, эта леди – ваш деловой партнер. А Машенькой можете ее называть только в том случае, если после деловых отношений перешли к интимным и только с глазу на глаз, а не при свидетелях. Таковы правила.

Если возникли несогласия или ваш партнер совершил очевидные ошибки, нельзя на него орать, нельзя применять «крепкие» выражения. Оставайтесь спокойным и взвешенным в использовании языка. И не угрожайте, даже на словах. Это вообще опасно, и в случае дурного стечения обстоятельств (вашего партнера избили или убили) может стать поводом для

уголовного преследования (вы же угрожали, а окружающие эти угрозы слышали).

В уголовном мире, как помните, на всякую ошибку или неподчинение пахан говорил «пасть порву», а вы… вы человек цивилизованный. Если отношения окончательно испортились, вы можете свои споры грамотно решить в судебном порядке. А на все претензии партнера – посоветовать его адвокату пообщаться с вашим адвокатом. Иногда там, где бизнесмен Петров не может найти никакого языка с бизнесменом Козловым, кроме матерного, адвокаты упомянутых деловых людей в пять минут находят удовлетворяющие обоих решения.

Умные деловые люди вообще ведут любые переговоры в присутствии своих адвокатов. Они знают, что скандалы при адвокатах закатывают только полные психи. Так что не умеете сами пользоваться русским языком как средством сглаживания противоречий – предоставьте это дело профессионалам, то есть адвокатам. За это вы им и деньги платите.

Пользуйтесь русским языком так, чтобы вас могли понять. Избегайте казуистики и канцелярщины. Понятно, что разного рода термины устранить никак

нельзя. Термины могут быть отраслевые, профессиональные, финансовые, но они не должны делать речь маловнятной.

Вам бы понравилось, если бы врач вам сообщил, что вы имеете проблемы с каким-то ливером? Что кроме ливерной колбасы придет на ум? А ведь он бы просто так поименовал на латыни вашу печень. Так вот, для человека, не связанного с понятной вам терминологией, вошедшие в ваш обиход слова могут быть не менее непонятными. А непонятные слова вызывают путаницу и в мыслях. И начинают два человека яростно спорить, хотя проблему можно решить за пару минут, если сделать предмет спора понятным для обоих.

Помнится, был такой анекдотичный случай. Два хозяйствующих субъекта извели кучу бумаги, требуя друг от друга «провести земельные работы на предмет устранения производственного углубления, наступившего в результате причинения нарушения поверхностного слоя при демонтаже временной несущей конструкции».

Не правда ли, перед вашими глазами какие-то масштабные повреждения? Увы! На производство земельных работ потребовалось десять минут работы,

одна лопата и один землекоп. Речь шла о том, чтобы после съема щита на столбе засыпать яму от этого столба! Так вот, называйте яму ямой, а не «производственным углублением, наступившим в результате причинения нарушения поверхностного слоя при демонтаже временной несущей конструкции», – и все у вас будет хорошо.

Не используйте в своей грамотной русской речи и оценочных суждений, если, конечно, вы хотите договориться, а не поссориться с другим человеком. Оценочные суждения, как правило, вызывают у большинства людей дурную реакцию, а то и агрессию. Одно дело, если вы за что-то хвалите собеседника, но другое – если вы высказываете негативное суждение.

Например, своему другу вы можете попенять, что он такой дурак, каких нужно поискать. Если это стиль вашего общения постоянно, если ваше высказывание другу не кажется обидным, все хорошо. Но не раз мне приходилось видеть, как на переговорах, планерках и прочих деловых мероприятиях те, кто считает себя вправе высказывать мнение о качестве работы других людей (начальник или же ведущий партнер), «забывались», что они не на дружеском пикничке, и

кидали фразы типа «какой-то кретин сдал мне безобразный отчет», «Сидоров полностью завалил работу» и т. п.

И отчет, если исходить из здравого смысла, был не безобразным, и работа «полностью» не была завалена, но тут действовал принцип усиления суждения… за счет ухудшения имиджа автора отчета или господина Сидорова. Для них суждение выглядело только как несправедливое. Поэтому-то в деловом мире и принято отказываться от любых суждений с негативной подачей.

Если вы чем-то недовольны, не обобщайте. Скажите просто, что в отчете есть такие-то и такие-то недочеты (их всегда можно исправить) или что такие-то и такие-то действия Сидорова привели к таким-то результатам (а тут нужно узнать у Сидорова, как он собирается решить проблему). Если вы устранитесь от негативной оценки, то разрешите ситуации развиваться конструктивно и избежите агрессии и обиды со стороны тех, кого ваше недовольство касается.

Избегайте использовать негативные характеристики вместо позитивных. Конечно, иногда вас что-то может абсолютно не устраивать. Но это ведь «что-то», а не абсолютно все! Значит, нельзя возможному партнеру

заявить, что «составленный вами договор – дерьмо». А ведь именно это вы ему говорите, когда заявляете: «В вашем договоре меня все не устраивает». Естественная реакция партнера – отказ от сотрудничества с вами. Но ведь вас-то не «все» не устроило в этом договоре, а какие-то конкретные пункты. Так назовите эти пункты вместо того, чтобы полностью перечеркивать весь договор! Поверьте, когда «все» не устраивает, договариваться не о чем. Когда не устраивает пункт такой-то и такой-то – у вас впереди череда переговоров, чтобы достичь договоренности.

При ведении диалога старайтесь не требовать от партнера ответов, которые могут быть однозначными – «да» и «нет». Примером может служить такой «переговорный процесс» отца и сына.

– Тебе выдали зарплату? – спрашивает сын отца, надеясь получить деньги на кино.

– Нет, – говорит отец.

Если перевести этот диалог в деловую среду, то собеседник, задав вопрос и получив ответ, придет к выводу, что денег не будет. Но умный сын уточнит, сколько денег имеется у папочки, а умный отец поинтересуется, сколько сынку требуется денег. То есть

они зададут дополнительные вопросы и решат вопрос с посещением кинотеатра.

Точно так же, уточняя и выясняя, вы достигнете в разговоре большего, чем прекратив разговор, услышав отрицательный ответ. Отрицание не всегда означает отказ.

– Зарплату выдадут завтра, – может сказать отец, и сынок отправится в кино днем позже.

– Зарплату не выдали, но мне сегодня вернули долг, – может сообщить отец, и сын отправится в кино тотчас.

– А сколько тебе нужно? – полюбопытствует отец и выдаст сынку нужную сумму.

Ну и лишь в крайнем случае, если денег нет и не будет, сынок отправится смотреть телевизор.

Но, если бы уточняющих вопросов и развернутых ответов не было, сынок во всех случаях смотрел бы телевизор. Так вот и в переговорном процессе. Тот, кто умеет пользоваться языком, тот получает информацию, а тот, кто, получив свое «нет», ставит на деле крест, тот «получает крест».

В диалоге очень важно уметь признать собственные ошибки и адекватно выразить свое сожаление по этому

поводу. Если вы не извиняетесь за недочеты в каких-то собственных действиях (опоздание, некорректное поведение, ошибку и т. п.), то вести с вами дела не захотят очень многие люди. Они будут считать, что вы несправедливы, эгоистичны, не уважаете других людей.

Научитесь извиняться даже по не кажущемуся вам важным поводу. Для этого просто вспомните… школу. Что вы говорили, если запаздывали в класс и приходили после звонка? «Извините за опоздание (а далее называли причину)». Извиняйтесь, как это делали в школе. И обязательно объясните, за что извиняетесь и насколько в этом ваша вина, а насколько – вина каких-то внешних обстоятельств. Только форму извинения слегка откорректируйте.

В вашем взрослом возрасте уместнее начинать свое извинение так: «Я очень сожалею, что из-за меня (или по моей вине)…» А далее объясните просто, что случилось.

Научитесь слышать кроме себя, родного, и своего собеседника. Если вы будете беседовать только с собой, толку не будет. Профессор Кит Дэвис приводит ***10 правил эффективного слушания.***

1. Перестаньте говорить. Невозможно слушать,

разговаривая.

2. Помогите говорящему раскрепоститься. Создайте у человека ощущение свободы. Это часто называют созданием разрешающей атмосферы.

3. Покажите говорящему, что вы готовы слушать. Необходимо действовать заинтересованно. Слушая старайтесь понять, а не искать поводов для возражений.

4. Устраните раздражающие моменты. Не постукивайте по столу, не перекладывайте бумаги.

5. Сопереживайте говорящему. Постарайтесь войти в положение говорящего.

6. Будьте терпеливыми. Не экономьте время. Не прерывайте говорящего.

7. Сдерживайте свой характер. Рассерженный человек придает словам неверный смысл.

8. Не допускайте споров и критики. Это заставляет говорящего занять оборонительную позицию, он может замолчать или рассердиться. Не спорьте. Именно победив в споре, вы проиграете.

9. Задавайте вопросы. Это подбадривает говорящего и показывает ему, что вы слушаете.

10. Перестаньте говорить! Это наставление идет и первым, и последним, ибо все остальные зависят от

него.

Научитесь выслушивать критику в свой адрес и не начинайте сразу же сердиться и орать, что вы гений, а остальные – идиоты. Для этого скажите себе: «У него (нее) другая точка зрения на мои действия. Если я встану на эту точку зрения, то мои поступки будут выглядеть так…» – и представьте, каковы ваши действия с чужой точки зрения. Иногда оказывается, что они неправильны, глупы или поспешны. Критика не повод к ссоре, а причина еще раз взвесить собственные решения и поступки. Умная своевременная критика может предотвратить многие беды в будущем.

Учитесь и правильно критиковать других. Не нужно упрекать людей, а тем более орать на них с пеной у рта.

Психологи советуют ***строить критическое высказывание таким образом***:

«1. Позитивное высказывание в адрес собеседника, подчеркивающее вашу общую заинтересованность в хорошем результате.

2. Описание на языке фактов того, что вас не устраивает в его действиях и почему; к каким негативным последствиям это приводит.

3. Изложение желаемого образа его действий и те

позитивные последствия, к которым это приведет. В случае критики особенно важно использовать безоценочные высказывания и позитивный язык, чтобы критика не задевала личность собеседника. В противном случае его первой реакцией может стать защита, что приводит к игнорированию содержания критического замечания и осложнению отношений» («Лекции по деловому этикету», www.eup.ru).

Если вам нужно обратиться к собеседнику ***с просьбой***, она не должна выражаться в форме требования или приказа.

– Чтобы завтра, Петров, ты заплатил Иванову, – говорит бизнесмен своему партнеру. Вряд ли партнер доволен приказным тоном этого делового человека, поскольку партнер партнеру приказывать не имеет права.

На самом деле корректная фраза выглядела бы следующим образом:

– Завтра нужно заплатить господину Иванову. Вы, Виктор Ильич, сможете это сделать, как мы раньше договаривались?

Не правда ли, совсем другая картина и другой стиль общения? А результаты – одинаковые (почти). Петров

заплатит. Но он не будет унижен и растоптан своим «партнером-бульдозером».

Психологи советуют ***строить высказывание по такой схеме:***

«1. Спросить разрешения обратиться к собеседнику с просьбой.

2. В случае положительного ответа четко и конкретно изложить существо просьбы на языке фактов.

3. Объяснить, почему вы не можете обойтись без помощи.

4. Объяснить, почему обращаетесь именно к этому человеку.

5. Мотивировать собеседника. Последняя часть высказывания отражает те мотивы, исходя из которых, ваш собеседник рад будет помочь вам: по дружбе, в расчете на будущую помощь с вашей стороны или чтобы продемонстрировать и подтвердить свою компетентность и профессионализм.

6. Выразить благодарность заранее» («Лекции по деловому этикету», www.eup.ru).

Если вам требуется ***отказать*** другому человек у, то не делайте это резко и не выбирайте тактику молчания. Резкая форма отказа ничего, кроме обиды или агрессии,

не вызывает. А стремление не давать никакого ответа, чтобы человек сам догадался об отказе, – еще более тяжелая ошибка. От вас чего-то ждут, на вас надеются, а вы делаете вид, что «совсем забыли». Рано или поздно от вас ответа потребуют. И глупо будет изображать ранний склероз. Лучшее, что может подумать тот, кому вы побоялись отказать, глядя в глаза, что вы – трус, худшее… впрочем, тут вариантов несколько.

Научитесь отказывать деликатно и не обижая чувств другого человека. Психологи советуют ***строить такие высказывания по следующей схеме***:

«1. Выражение понимания того, как для собеседника важно то, о чем он просит.

2. Выражение сожаления о том, что вы не можете ему помочь, и объяснение обстоятельств, обусловивших отказ».

Так отказывают, если не боятся испортить с человеком дальнейших отношений. Но бывают случаи, когда отказать необходимо, но нет никакого желания потерять отношения с этим человеком. Тогда схема выглядит иначе:

«1. Выражение понимания того, как для собеседника важно то, о чем он просит.

2. Выражение условного согласия, то есть согласия помочь ему при выполнении определенных условий, которые должны быть аргументированы. На этом этапе возможны обсуждение выдвинутых вами условий, их корректировка или видоизменение просьбы вашим собеседником. Если удалось найти взаимоприемлемый вариант, то условность согласия снимается, если не удалось, то —

3. Выражение сожаления о том, что вы не можете ему помочь. В этом случае объяснение обстоятельств, обусловивших отказ. излишне, это ясно и так.

4. Заверение в своей готовности в будущем помочь ему, если у вас будет такая возможность» («Лекции по деловому этикету», www.eup.ru).

Привыкните правильно выражать свое ***несогласие***. Для этого нужно научиться аргументировать свою речь, а не кричать и другими способами выражать свой гнев. Несогласие, которое не подкреплено аргументами, может расцениваться как измышление, самодурство, глупость и т. п. Для того чтобы аргументированно выразить несогласие, используют такое же построение фразы, как и при отказе. Если собеседник вынуждает вас дать согласие, но вы желаете остаться при своем

мнении, используйте спасительную конструкцию, которая начинается вроде бы с очевидного согласия с оппонентом, но завершается выражением вашего несогласия с ним. Иногда для того, чтобы после сказанного «да» добавить свое категоричное «нет», требуется доля мужества: «Да, я согласен с вами, приказы требуется исполнять, но это преступный приказ».

И еще: научитесь говорить ***комплименты***. Комплимент – это не лесть, поэтому не говорите очевидных глупостей. Иногда неумелая лесть может выглядеть как худшее из оскорблений. У одного из деловых людей, например, имелся недостаток речи: в минуты волнения он начинал заикаться и тяжело такие случаи переживал. Молодой и неопытный сотрудник этого бизнесмена, который о недостатке ничего не знал (не было у него еще случая видеть своего шефа в волнении), решил как-то воспеть тому хвалы.

По панегирику этого юноши получалось, что его шеф самый умный, самый талантливый, самый красивый, но в конце этой расцвеченной, как павлиний хвост, тирады льстец с апломбом добавил: «А как вы говорите – плавно и красиво, не то что заика (и назвал

имя бизнесмена, славившегося корявым языком)».

Шеф побагровел… и к вечеру льстец был уволен. Так что, говоря комплименты, сначала убедитесь, что они не послужат поводом для обиды. Не все качества, которые старается показать человек, есть у него в наличии. Хвалить можно за то, что существует, а не за то, чего нет. Толстуху нельзя хвалить за стройность, хромого – за легкую походку, труса – за храбрость, а урода – за красоту.

Комплименты лучше всего употреблять в начале знакомства, тогда они выглядят простой вежливостью. Например, разумно при первой встрече сказать возможному партнеру: «Я много слышал о вас от NN, очень рад с вами познакомиться», «Для меня большая честь работать с вами в одной команде» и т. п. Но этот маневр уже совершенно теряет смысл на второй, третьей, десятой встрече. Так что, можно сказать, это – комплимент одноразового употребления.

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ДИАЛОГА

Переговоры с партнерами, особенно при налаживании отношений, имеют для будущего сотрудничества огромное значение. И от того, насколько грамотно вы их проведете, зависит и создающийся союз.

Не сумеете отстоять свою точку зрения, покажете слабость – будете в этом союзе ведомым. Слишком надавите – можете потерять союзника. Самое лучшее, если у вас сложатся ровные отношения на равных. Но к этому вам придется приложить усилия.

Нужно знать некоторые *характерные приемы, которыми пользуются для тактически грамотного ведения переговоров.*

Один из таких приемов – *прием «ухода», или «уклонения от борьбы»*. Он применяется, когда затрагиваются нежелательные для обсуждения вопросы, а также для того, чтобы не дать партнеру точную информацию либо однозначный ответ, если вы еще даже не уверены, будет ли иметь место развитие ваших отношений.

Например, господин Иванов почувствовал, что пришедший на встречу господин Попов интересуется почему-то производственным процессом на его предприятии, и у него возникли подозрения, что господин Попов не собирается поддерживать отношений, а просто таким образом решил выяснить некоторые фирменные секреты господина Иванова. Что он делает? Он решает «придержать» переговоры, для

чего секретарша организует срочный звонок, извиняется перед господином Поповым и просит перенести обсуждение интересующих его вопросов на другой день, поскольку ему требуется немедленно выехать для решения важного вопроса. Господин Попов вынужден, ничего не выяснив, удалиться.

Новая встреча назначена через пару дней. За это время господин Иванов выяснит досконально, насколько он прав в своих подозрениях.

По такому же образцу строятся и аналогичные *приемы «затягивание», «выжидание», «салями»,* которыми пользуются для затягивания переговоров, чтобы побольше разузнать о тех, с кем переговоры ведутся, или о какой-то ситуации.

Прием «пакетирование» предполагает, что на обсуждение выносят не один, а несколько вопросов. В этом случае в «пакет» попадают как привлекательные, так и непривлекательные предложения, которые по отдельности (без привлекательных) пройти не могут, но в виде «пакета» их могут принять, для повышения привлекательности предложений может предлагаться и пакет уступок.

Например, сдавая в субаренду участок земли не

лучшего качества, владелец разрешает арендатору в зимнее время пользоваться коттеджем спортивной базы. Очень часто используется своего рода обманный ход, который имеет условное название *«завышение требования».* Этот прием состоит в том, что на обсуждение выносится целый список проблем, среди которых имеются «отвлекающие», заведомо неприемлемые для одной из сторон.

Само собой, битва начинается именно из-за этих пунктов, с которыми вторая сторона не согласится ни при каких обстоятельствах, и, когда сказано твердое «нет», первая сторона делает вид, что вошла в положение собеседников и согласна эти пункты снять, но собеседники тоже должны проявить лояльность и снять какие-то требования со своей стороны. Никто никогда и не рассчитывал, что спорные положения будут подписаны, они просто отвлекали другую сторону от согласия с остальными пунктами, которые без спорных могли и не пройти.

Прием «расстановка ложных акцентов собственной позиции» – тоже своего рода обманка. Он заключается в демонстрации партнеру крайней заинтересованности в решении вопроса, не имеющего в действительности

большого значения. На самом деле, убедив партнера в интересе к решенному вопросу, бизнесмен незаметно получает от него решение другого вопроса, который для фирмы очень важен и не мог бы «проскользнуть» без проблем, если бы партнер догадывался об этом.

Существует также ловкий ход – «протащить» важное требование в последнюю минуту, этот прием так и называется – *«выдвижение требований в последнюю минуту».* Он используется в самом конце переговоров, когда все вопросы утрясены, партнеры пришли к соглашению и осталось только взять ручку и подписать контракт. Вот тут-то один из партнеров вдруг «вспоминает», что нерешенным остался один пустячок… и выдвигает новые требования.

Иногда «пустячок» таков, что второй партнер разворачивается и покидает переговоры. Иногда приготовившему сюрприз везет, и второй партнер соглашается подписать контракт, но это бывает только тогда, когда он готов пожертвовать чем-то ради самого контракта.

Результаты переговоров зависят не только от хитростей, которые вы применили во время общения, а еще и от того, как вы умеете общаться. Вот тут-то стоит

снова вспомнить о грамотной и чистой русской речи. Мне не раз приходилось участвовать в переговорах или присутствовать на них, и иногда волосы вставали дыбом. Начинает какой-нибудь «докладчик» говорить… и снова слышатся «в связи с отсутствием присутствия», «проводя открытие закрытия»… Казенный, бюрократический язык, тяжелое построение фраз.

Немудрено, что большинство ведущих переговоры предпочитают по наиболее важным вопросам не говорить самостоятельно, а читать чужие мысли по бумажке. Но кто лучше знает обсуждаемый вопрос – бизнесмен или его секретарь-референт, которая двое суток не отходила от компьютера, сочиняя это «отсутствие присутствия»? Наверное, бизнесмен. Беда, что своими словами говорить он боится, а чужие ошеломляюще ужасны.

На одной из таких встреч рядом с шефом – немолодым толстяком из отставных военных – сидел совершенный «браток». Переговоры они вели волшебно. Шеф зачитывал, запинаясь, плод секретарших бессонных ночей, уставал от чтения того, что он не понимал; тогда вставал «браток», оглядывал всех и говорил: «Андрей Николаевич сказал, что …» и

переводил десятиминутный спич своего шефа, успешно сплющивая его в два предложения.

Сначала другую сторону это раздражало, потом стало смешить, а через два дня они поняли, что слушать (и внимательно) нужно «братка». Шеф лил воду, «браток» излагал суть.

Позже оказалось, что похожий на «братка» помощник закончил философский факультет МГУ. И чтобы не выставлять себя на посмешище, нужно было вести переговоры именно ему. Но тут шеф встал в позу обиженной кокотки, вот и получились – докладчик и содокладчик.

Конечно, никто не требует от делового человека, чтобы он блестяще владел риторикой и обладал завораживающим голосом. Но грамотно строить фразы и внятно их произносить можно научиться, немного попотев перед зеркалом, а лучше, как мы уже говорили, – засняв себя на видеопленку и потом оценив ораторские способности.

Для того чтобы речь была не только грамотной, но и эффектной, специалисты рекомендуют:

– акцентируйте важные слова и подчиняйте им менее важные;

– меняйте тон голоса – он должен то повышаться, то понижаться, как поверхность моря. Внезапное повышение или понижение тона голоса выделяет слово или фразу на общем фоне;

– меняйте темп речи – это придает ей выразительность;

– делайте паузу до и после важных мыслей.

И не забывайте, что существует ***шесть эффектов коммуникации***:

1. *Эффект визуального имиджа* – основан на том, что сначала человека воспринимают по внешнему облику, и этот внешний облик затмевает последующее восприятие: вы показались незначительным и неприятным – с этой колокольни будут восприняты все ваши дальнейшие слова; так что обратите внимание на то, насколько красиво вы одеты, как пользуетесь мимикой, умеете ли быть вежливым и тактичным, держитесь ли элегантно и уверенно, даже – как смотрите на своих собеседников.

2. *Эффект первых фраз* – закрепляет или корректирует первоначальное впечатление, поэтому в первых фразах должна быть сосредоточена интересная информация, с элементами оригинальности, сразу

привлекающая к себе внимание.

3. *Эффект аргументации* – речь должна быть обоснованной, убедительной, логичной, вызывающей соразмышление и осмысление информации.

4. *Эффект интонаций и пауз.* Особенность человеческого восприятия состоит в том, что интонации и паузы способствуют 10–15-процентному приращению информации, вызывая у собеседников ассоциации и предложения.

5. *Эффект художественной выразительности* – это грамотное построение предложений, правильные словоударения, использование риторических приемов – метафор, гипербол и т. п.

6. *Эффект релаксации (расслабления):* тому, кто способен вовремя пошутить, вставить остроумное замечание, повезет в переговорах больше, чем не умеющему это делать, потому что юмор создает естественную паузу для отдыха людей, сближает и настраивает на благожелательный лад.

Процесс переговоров зависит от вашего умения не только слушать, но и ***задавать вопросы***.

Все вопросы можно разделить на следующие *категории*: информационные, контрольные,

направляющие, провокационные, альтернативные, подтверждающие, встречные, ознакомительные, однополосные, начинающие и завершающие переговоры.

Информационные вопросы задают для того, чтобы получить от партнера какие-то необходимые сведения, например: «Расскажите о сути вашего предложения».

Контрольные вопросы применяют для выяснения, насколько хорошо вы понимаете друг друга, например: «Что вы думаете о нашем предложении? Насколько оно вам интересно?»

Направляющие вопросы предполагают, что вы занимаете в диалоге ведущее положение и направляете разговор в ту сторону, которая выгодна именно вам (так можно «увести» партнера от нежелательной для вас темы и подать собственные интересы как важные для обоих партнеров).

Провокационные вопросы задают для того, чтобы понять истинные притязания партнера, его истинные возможности и интересы, например: «А вы уверены, что справитесь с этим делом?» Задавая провокационные вопросы, вы делаете вид, что сомневаетесь в намерениях партнера, и он вынужден доказывать, что

ваши сомнения неправомерны. Таким образом, он сразу принимает на себя часть ответственности, даже если первоначально это в его планы не входило.

Альтернативные вопросы ставят партнера перед выбором из нескольких вариантов, например: «Когда вам удобнее подъехать в нашу фирму – во вторник, в среду или в четверг?» Даже если партнер не планировал давать согласие на что-то так быстро, теперь он вынужден выбрать одну из предложенных возможностей. Альтернативный вопрос иногда ускоряет проведение сделки, не позволяя брать время на обдумывание вопроса.

Подтверждающие вопросы существуют для того, чтобы добиться согласия партнера. Строятся подтверждающие вопросы по следующему принципу: сначала задаются примерно пять вопросов, ответом на которые служит однозначное «да», а затем – шестой, на который партнер может ответить как «да», так и «нет». Если бы вопрос был задан сразу, без подготовки, ответом могло стать и отрицание. Но после пяти ответов «да» человек отвечает так же и на шестой вопрос, что выгодно заинтересованной стороне.

Встречные вопросы позволяют перевести дискуссию

в нужное русло и плавно подвести партнера к принятию окончательного решения.

Ознакомительные вопросы задают для прояснения мнения партнера по предстоящему решению, например: «Чего вы желаете достичь, используя эту методику?», или для понимания того, насколько диалог повлиял на мнение партнера.

Однополосные вопросы звучат как повторение заданного партнером вопроса, они помогают задержаться с ответом и дать себе дополнительное для обдумывания время, например, партнер спрашивает: «Согласны ли вы перевести эту сумму до четверга?», а вы отвечаете вопросом на вопрос: «Согласен ли я перевести эту сумму до четверга? Думаю, что …»

Начинать и завершать деловую встречу психологи советуют при помощи *начинающих* и *заключающих вопросов*: «Вопросы, открывающие переговоры, весьма важны для эффективного и заинтересованного обсуждения. У партнеров по переговорам сразу же возникает состояние положительного ожидания. Например: „Если я предложу вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему, ничем при этом не рискуя, заинтересует вас это? „“

Заключающие вопросы направлены на скорейшее положительное завершение переговоров. При этом лучше всего сначала задать один-два подтверждающих вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой: „Смог ли я убедить вас в выгоде этого предложения?“, „Убедились ли вы, насколько просто все решается?“ А затем без дополнительного перехода можно задать вопрос, заключающий переговоры: „Какое время реализации этого предложения вас больше устраивает – май или июнь?““ („Деловые беседы и переговоры“, www.manag-staff.ru).

Ход переговоров зависит от того, насколько вы придерживаетесь правил делового этикета, то есть насколько вы точны, честны, корректны, тактичны, умеете слушать собеседника и объяснять, что желаете от него получить. Но переговоры зависят не только от этих личностных качеств, но и от самой ***обстановки переговоров***.

Разумеется, переговоры будут трудными, если существуют следующие *негативные факторы* (к решаемым вопросам не имеющие никакого отношения):

– дискомфорт физической среды: непривлекательность помещения, неудобство сидений,

несвежий воздух и т. п.;

– озабоченность собеседников какими-то служебными или личными делами, расстроенное морально-психологическое состояние;

– амбиции, зависть, недоброжелательность;

– неграмотность речи выступающего, невыразительность фраз и т. д.;

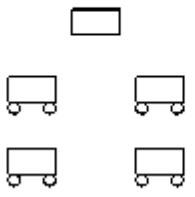
– некомпетентность собеседника;

– неприятие имиджа собеседника.

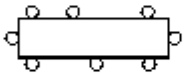
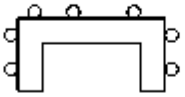
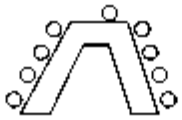
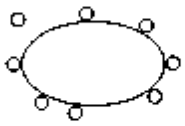
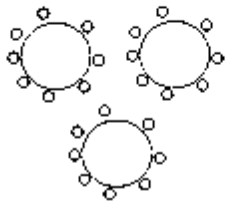
Психологи совершенно справедливо отмечают, что для правильного ведения переговоров или других деловых мероприятий требуется так рассадить собеседников, чтобы им

ничто не мешало разговаривать с вами на равных.

Рассматривая те или иные варианты организации деловой встречи, они отмечают следующие *позиции для участников переговорного процесса*:

Способ	Схематическое изображение	Комментарии размещения
Аудиторное		Отделяет оратора от аудитории. Обратная связь затруднена. Большое число участников

Аудиторное размещение собеседников используется, если им предстоит выслушать достаточно протяженный доклад. Этот тип расположения участников диалога предполагает, что докладчика будут слушать и принимать сказанное к сведению. Такое расположение возможно для внутриофисных собраний, когда присутствуют все члены коллектива. Такое расположение противопоказано при переговорах и деловых встречах.

Способ	Схематическое изображение	Комментарии размещения
«Конференция»		Официально. По субординации. Может вызвать конфронтацию, противостояние мнений
«Подкова»		Способствует взаимодействию. Доступный визуальный контакт. Хорошие возможности контроля
V-образное расположение		Позволяет создать обстановку сотрудничества между собеседниками при ведущей роли оратора
«Круглый стол»		Объединяет людей, демократизирует обстановку обсуждения проблем
«Кабаре»		Для работы маленькими группами. Возможны трудности фокусирования внимания

Конференционный тип размещения собеседников предпочтительнее тоже для проведения внутренних деловых мероприятий либо для проведения сугубо официальных встреч, которые должны показать вашу значимость. Для равноправных переговоров эта форма размещения неудобна.

При *рассадке „подковой"* вы смягчаете официальную обстановку и показываете себя деловым, но демократичным человеком, уважающим чужое мнение.

При *рассадке „буквой V"* вы сохраняете демократичный имидж, но в то же время демонстрируете, что последнее слово всегда остается за вами: вы согласны всех выслушать, но ни у кого на поводу не пойдете.

Наиболее демократичная рассадка – *вокруг круглого стола и через равные промежутки.* Если же требуется обсудить несколько вопросов с приглашением ведущих специалистов, то можно рассадить участников диалога *небольшими группами за круглые столики.* Т а к специалист, например, по маркетингу, окажется рядом с людьми родственной специальности и сможет обсуждать затронутую тему со своими соседями, а не с инженером-теплотехником, который ничего в маркетинге не понимает. Но такая рассадка недопустима, если решается какой-то вопрос, требующий пристального внимания от всех, участия в обсуждении каждого человека, – при рассадке

подобного типа автоматически возникает групповое общение.

А на деловых *встречах с малым числом участников* (2–3) наиболее рационально устроиться за круглым столом, или вокруг журнального столика, или же просто сдвинуть кресла немного навстречу друг другу, чтобы исчезла скованность и возникла комфортная, уютная обстановка, располагающая к общению.

Специалисты рекомендуют основательно **подготовиться** к будущей встрече.

„Перед началом разговора нужно четко сформулировать для себя, чего необходимо достигнуть в результате встречи. Чтобы беседа была продуктивной с самого начала, надо:

– установить контакт с собеседником;

– создать благоприятную атмосферу для беседы;

– привлечь внимание партнера;

– пробудить интерес к беседе;

– „перехватить“ инициативу, если это необходимо.

Существуют такие ***способы начала беседы***, которые закрывают нам путь к успеху или сильно затрудняют его достижение. Следует избегать их, если вы хотите, *чтобы ваша беседа была результативной*:

– проявление неуверенности в себе и в необходимости встречи;

– проявление неуважения в начале встречи, даже в мягкой форме;

– возбуждение оборонительной позиции собеседника первыми же вопросами.

Стиль ведения беседы – комплексное понятие, включающее, с одной, стороны, кажущиеся „элементарными", „техническими" компоненты речи, такие как:

– высота тона, тембр;

– громкость;

– длительность, частота пауз;

– скорость;

– наличие и характер жестов;

– интонация;

– повторения и т. д.

Однако эти характеристики отнюдь не элементарны и очень трудно поддаются изменению, так как они реализуются в речи в основном автоматически, часто несознательно. Кроме того, их значение и впечатление, которое они производят на партнера, очень неоднозначны.

Проблема успешного взаимодействия людей усугубляется еще и *наличием более сложных и глубинных составляющих стиля ведения беседы*, таких как:

– склонность высказываться прямо или намекать;

– расспрашивание или предоставление другим инициативы в информировании о себе;

– комфортный уровень формальности или простоты; допустимые шутки;

– отношение к обмену жалобами;

– ожидание, что другой последует нашему примеру, и т. д.“ (Е. Иванова, „Эффективное общение и конфликты“).

Так что, собираясь вести переговоры, просто задайте себе вопрос: а мне было бы комфортно, впервые оказавшись в фирме, то есть на чужой территории, общаться с новыми для меня людьми? Приятна ли мне обстановка? Удобно ли мне сидеть? Достаточно ли четко говорит докладчик? Сопровождает ли он свою речь визуальным рядом? Аргументирует ли он свои высказывания? Располагает ли он к доверию?

И уж постарайтесь сделать все, чтобы вызвать доверие собеседника.

Лучшими днями для ведения переговоров считаются вторник, среда и четверг, худшими – понедельник и пятница. В понедельник переговоры могут быть неэффективными, поскольку это начало рабочей недели и зачастую в выходные партнер хорошо отдохнул от трудовых будней и позволил себе расслабиться. Вести переговоры с людьми, страдающими от похмелья, вряд ли разумно. Пятница – последний день рабочий недели, партнер настроен уже на грядущий отдых, его голова занята радужными мыслями, а не делами, так что и этот день для переговоров нехорош.

Оптимальным временем для переговоров считают послеобеденное время – полчаса или час спустя, когда человек уже достаточно проснулся и сыт, его внимание ничем не отвлечено и информацию он воспринимает адекватно.

Проводить переговоры можно как в собственном офисе, так и в любом ином подходящем для этой цели помещении, включая кафе или ресторан.

ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА

Деловой человек должен не только уметь грамотно и красиво говорить, быть вежливым и располагающим к

общению, но и правильно вести деловую переписку. Впрочем, тут львиная доля успешности зависит не от самого бизнесмена, а от его личного помощника или офис-менеджера.

Я редко имела счастье видеть деловых людей, способных составить деловое письмо согласно установленным для этого нормам и правилам, но даже самые непросвещенные в этом вопросе бизнесмены обычно имели для переписки специальную штатную единицу. В обязанности этого сотрудника как раз и входило ведение переписки.

Иногда это умная и умелая секретарша, иногда специальный человек, занятый только ответами на письма (последнее характерно для более крупных фирм, ведущих постоянную переписку). Но в любом случае в фирме должен быть человек, который знает, ***как составляются деловые письма.***

Во-первых, деловая корреспонденция должна отвечать точно на заданный вопрос. Если у вас спрашивают, какие населенные пункты охвачены деятельностью вашей фирмы то не нужно начинать с описания структуры фирмы, ее истории и т. п.

Во-вторых, для каждой темы письма существует

устоявшаяся международная форма, и не нужно изобретать велосипед и придумывать, как пишется то или иное письмо. Просто пользуйтесь уже готовыми формами, и жить легче будет и вам, и тем, кто получит от вас послание. Люди привыкают к формам, они не любят «добывать» информацию из нестандартных писем.

В-третьих, ваши письма должны быть составлены вежливо и корректно. Даже если вы чем-то недовольны, сам текст не должен содержать грубых слов и неподходящих выражений, которые могут обидеть другого человека.

Деловая корреспонденция может быть двоякого рода – внутренняя и внешняя, официальная и неофициальная. *Внутренняя официальная переписка* рассчитана на хождение внутри вашей фирмы или для связи с вашими филиалами. Примерами внутренней деловой переписки служат приказ, распоряжение, служебная записка, объяснительная записка. *Внешняя официальная переписка* представлена гарантийными письмами, информационными письмами, коммерческими запросами, пресс-релизами и т. п.

Внутренняя неофициальная переписка представляет

собой письма-ответы, информационные письма, приглашения, поздравления, соболезнования, рекомендательные письма, благодарности. *Внешняя неофициальная* – приглашения, поздравления, соболезнования, рекомендательные письма, благодарности.

ПИСЬМА ОТЕЧЕСТВЕННЫМ ПАРТНЕРАМ

Для облегчения восприятия формы письмо строится согласно ***устоявшейся структуре.*** Всякое деловое письмо начинается с обращения к тому, кому оно адресовано. Для этого в «шапку» письма выносятся должность и фамилия, имя, отчество адресата. Ниже по центру листа и с заглавной буквы вы должны написать обращение к вашему адресату: например, «Уважаемый Иван Ильич» или «Уважаемый господин Сергеев» – в зависимости от степени знакомства или других важных причин.

Если вы пишете западному бизнесмену и вообще любому лицу по ту сторону границы, то можете обратиться к нему по имени или "мистер такой-то". Если вам приходится писать высокопоставленным западным людям (королям, аристократам, церковным деятелям), то существуют общепринятые стандарты таких писем,

которые нельзя нарушать.

Составляя приглашение на деловую встречу (выставку, презентацию), употребляйте обобщенное обращение "уважаемые господа", но если приглашение касается светского мероприятия, то обращение выглядит как "уважаемые дамы и господа". При составлении письма в силовые структуры обращение включает давно исключенное из жизни слово «товарищ» – "уважаемый товарищ военком", "уважаемый товарищ капитан" и т. п.

За обращением следует преамбула, в которой вы должны раскрыть цель письма: получатель вашего послания сразу должен понять, о чем дальше вы будете вести речь. Например, ваш поставщик тянет с отправкой комплектующих и наносит вам материальный ущерб. Стремясь заставить его выполнять договор, вы пишете ему письмо. В преамбуле вы объясняете ситуацию так: "Я пишу Вам с целью выразить свое неудовольствие затягиванием сроков поставки комплектующих, которые Ваша компания обещала поставлять нам, и рассчитываю на Ваши действия, направленные на скорейшее изменение ситуации к лучшему и возмещение причиненных нам убытков". Из этого предложения получатель должен понять, что: 1) вы недовольны его

работой; 2) вы будете добиваться соблюдения договора; 3) вы даете руководителю шанс самому «разрулить» ситуацию.

Основной текст, следующий ниже, должен в нескольких абзацах обрисовать ситуацию. В этой части письма вы можете потребовать от адресата выполнить какие-то действия или же очертить ему собственное видение решения существующей проблемы.

Например, в нашем случае этот текст может выглядеть так: "На протяжении последнего месяца, начиная с шестнадцатого января текущего года, мы не получили ни одной поставки комплектующих, хотя согласно договору от *(указаны номер договора, дата подписания)* поставки обязаны происходить 2, 9, 16, 23-го числа каждого месяца. Данные факты, которые можно расценивать только как срыв поставок, были надлежащим образом задокументированы специалистами нашей компании. Копии документов прилагаются к данному письму. Убытки нашей компании в связи с неполучением комплектующих составляют более 17 млн рублей. Мы сотрудничаем с ЗАО «Сигма» на протяжении двух лет, и до сих пор у нас не было причин для нареканий. В данной ситуации мы

настаиваем на немедленной отгрузке комплектующих и полном возмещении наших убытков".

После изложения нареканий и выражения своего требования (в данном случае) следует заключение, являющееся финальным предложением. Например: "Уверен, что Вы разберетесь в данной ситуации, и в ближайшем будущем наше сотрудничество войдет в привычное русло".

Письмо завершено, но оно будет неполным без вашей подписи и указания вашей должности, например, так: "Директор ООО «Ласточка» Пушкарев В. В.". Но перед подписью не забудьте деликатно проститься со своим адресатом. Для этого используют стандартные формы обращения: "С уважением", "Искренне Ваш", "С надеждой на продуктивное сотрудничество", "С благодарностью за сотрудничество" и т. п.

Запомните, что при подписании письма соблюдается правило соблюдения должностного ранга, то есть если вы пишете директору, то подпись на вашем письме должен ставить директор, а не офисный сотрудник или даже заместитель директора. Ни в коем случае не указывайте фамилию одного лица в то время, как подпись ставит другое. Если в расшифровке подписи

стоит "генеральный директор Спиридонов К. Р." (но он как назло в отъезде), то подписать это письмо не может его заместитель Швабрин Д. П. Тут нужно либо написать новое письмо, либо дождаться возвращения директора Спиридонова из командировки.

Очень редко после финальной подписи делается добавление, которое называется постскриптумом, – P. S. (дословно с латинского – "после письма"). В таком добавлении бывает необходимость, если уже после написания письма появились свежие данные или произошло какое-то событие, заставившие иначе взглянуть на ситуацию в целом.

Например, после составления письма в ЗАО «Сигма» с ООО «Ласточка» связался директор ЗАО «Флешка» и сообщил, что проклятая «Сигма» им тоже ничего не поставляет. Вот тогда-то наш директор вправе приписать после букв P. S. такое предложение: "Информирую Вас о том, что мне стало известно о срывах поставок господину Рожнову, ЗАО "Флешка"".

Иногда письмо требует дополнительных материалов. Тогда данные материалы называются приложениями, и в тексте письма указывается, что они имеются. Правил о том, как таковые дополнения к письму оформлять, не

существует. Они выполняются на отдельных листах и нумеруются: "Приложение 1, Приложение 2" и т. д. Информация о приложениях указывается до подписи и имеет общепринятую форму, например: "К данному письму прилагается 2 документа на 3 листах:

1. Акт сдачи-приемки выполненных работ в двух экземплярах.

2. Счета-фактуры".

Написав письмо, проверьте, насколько хорошо оно составлено.

Для этого ответьте себе на следующие вопросы:

– Соблюдены ли общие требования к структуре?

– Насколько структура ясна и логична?

– Кто получатель (давний потребитель, босс, поставщик, налоговый инспектор)?

– Приемлемо ли звучит для получателя мой тон (не уверены – прочитайте вслух!)?

– Что я делаю в письме (информирую, убеждаю, критикую, благодарю…)?

– Не выгляжу ли я грубым, бестактным, незаинтересованным, слишком фамильярным?

– Если поменяться ролями, как бы я реагировал на это письмо?

– Не содержит ли письмо информацию, в которой нет необходимости?

– Включено ли в письмо все, что важно?

– Каждое ли предложение сокращено, насколько возможно?

– Поймет ли получатель специальные технические термины или их нужно расшифровать?

– Не использованы ли «избитые» выражения и клише?

– Не применялись ли сленговые выражения (например, "вылететь в трубу")?

– Проверены ли правописание, пунктуация и грамматика?

– Проверены ли возможные фактографические ошибки (например, даты, цены, условия поставки)?

– Окончательный ли вариант письма распечатан?

– Каков формат письма?

– Соответствуют ли бумага и конверт виду письма и статусу получателя?

– Использовался ли фирменный бланк нашей компании?

– Все ли реквизиты фирмы-отправителя указаны верно?

– Правильно ли написаны реквизиты получателя?

– Соответствует ли обращение должности и статусу получателя?

– Указаны ли должность, фамилия и контактные координаты отправителя?

– Приведен ли перечень вложений?

Письмо должно быть не только грамотно составлено, но и грамотно **оформлено**.

Деловые письма выполняются на специальных бланках организации, где содержится следующая обязательная информация:

– название организации;

– физический адрес организации;

– телефон и факс;

– web-сайт и e-mail.

Необязательной информацией являются реквизиты организации и ее логотип. Последнее придает бланку солидность и сообщает адресату больше сведений о вашей фирме.

В солидных организациях исходящим письмам присваивается свой порядковый номер, который указывается в верхнем левом углу письма. Это регистрационный номер (например, № 123). Отправляя

письмо, вы должны не забыть его зарегистрировать в учетной книге, чтобы потом иметь возможность отследить его дальнейшую судьбу. Это особенно важно, если фирма крупная и корреспонденции бывает немало.

Кроме номера письмо обязательно имеет дату, например, 11 января 2009 года. В письме эти сведения будут записаны так: "Исх. № 123 от 11.01.2009 г.". В дальнейшем, получив ответ, вы отметите, что это ответ на известное вам письмо: "Вх. № 254 от 21.01.2009 г. на исх. № 123 от 11.01.2009 г.".

Чуть ниже регистрационного номера, в верхнем правом углу, располагается «шапка» письма, содержащая обращение к адресату и имеющая соответствующую форму: должность, название организации, фамилия, имя, отчество. Например:

Генеральному директору

ЗАО "Сигма"

Сергееву И. И.

А ниже, по центру листа: "Уважаемый Иван Ильич!" или "Уважаемый господин Сергеев!"

Для того чтобы письмо выглядело правильно оформленным, обязательно оставляют поля: слева – около 3 см, справа – около 1,5 см. Поля необходимы как

для чисто технической работы с письмами (их подшивают в папки), так и для заметок получателя.

Шрифт письма выбирают, исходя из собственных предпочтений. Для сугубо деловых писем подходят шрифты Times New Roman или Arial, для приглашений, поздравлений можно выбрать более нестандартный шрифт, в зависимости от темы письма.

Обычно текст набирают по умолчанию шрифтом 12-го кегля, но если вам известно, что ваш адресат плохо видит, то будьте вежливы и используйте более крупный, 14-й, кегль. Интервал между строками обычно делается единичным. Если письмо включает две и более страниц, каждая страница обязательно нумеруется (в нижнем правом углу листа).

В деловых письмах обязательно указывается информация об исполнителе, необходимая для связи с конкретным лицом, отвечающим за данный участок работы: необходимо указать его должность в фирме, фамилию, имя, отчество, контактный телефон (рабочий, мобильный), адрес электронной почты. Данные об исполнителе набираются на кегль или два мельче основного текста письма.

В деловой корреспонденции принято использовать

личное местоимение первого лица единственного числа, если письмо исходит от физического лица. Руководитель предприятия или фирмы использует такое построение фраз: "Довожу до Вашего сведения…", "Прошу…", "Ставлю Вас в известность…"

Если должностное лицо представляет весь коллектив, то используются местоимение первого лица множественного числа или глаголы в этом лице и числе: "Одобряем…", "Мы получили Вашу телеграмму…", "Поздравляем…", "Поддерживаем…". Если письмо составляется от юридического лица, то обычно употребляется глагол в третьем лице единственного числа, например: "ООО «Ласточка» требует…", "ЗАО «Флешка» принимает к сведению…", "Завод «Северосталь» гарантирует…" или в третьем лице множественного числа: "Дирекция и трудовой коллектив фирмы «Гармония» выражают согласие…".

Также письма юридических лиц могут составляться с использованием глаголов первого лица множественного числа (как письма физических лиц).

Для каждого типа делового письма существуют ***стандартные речевые обороты***, которые следует использовать. Вот их примерный перечень.

Стандартное письмо

В соответствии с протоколом… В целях усиления охраны имущества… В ответ на Вашу просьбу…

В подтверждение нашего телефонного разговора…

В подтверждение нашей договоренности… В порядке оказания технической помощи… В связи с тяжелым положением… В связи с проведением совместных работ… В соответствии с письмом заказчика…

Извещение

Сообщаем, что задержка в отгрузке… произошла ввиду…

Ставим Вас в известность, что руководство завода приняло решение…

Ставим Вас в известность, что Ваше предложение принято.

Извещаем, что мы…

Доводим до Вашего сведения, что…

Сообщаем, что, к сожалению, не можем…

Просьба

Просим Вас проверить ход выполнения работ… Прошу принять меры…

Прошу сообщить данные о производительности…

Отправка документов

или материальных ценностей

Направляем чертежи сборки машин…

Посылаем интересующие Вас документы заказной бандеролью…

Высылаем подписанный с нашей стороны договор…

Подтверждение

С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению…

Подтверждаем получение спецификаций на…

Завод «Заря» подтверждает условия поставки оборудования…

Предложение

Мы можем предложить Вам… Предлагаем Вам приобрести… Мы можем рекомендовать Вам…

Приглашение

Приглашаем Вас принять участие в обсуждении проекта…

Просим Вас принять участие в обсуждении проблемы…

Приглашаем представителя Вашего предприятия посетить…

Отказ и отклонение предложения (проекта)

Присланный Вами проект титульного списка по

объектам строительства на сумму… нами не может быть утвержден по следующим причинам…

Ваше предложение (проект) отклонено по следующим причинам…

Напоминание

Напоминаем, что по плану совместных работ Вы должны…

Напоминаем, что в соответствии с… Вы должны…

Напоминаем Вам, что Ваша задолженность по оплате составляет…

Напоминаем Вам, что срок предоставления рукописи истекает…

Гарантии

Оплату гарантируем.

Сроки выполнения гарантируем.

Качество изделий гарантируем.

Интерпретация собственной позиции

Наши обращения по данному вопросу не привели к положительным результатам.

Возражений против конструкции не имеем.

Мы не можем поставить Вам товары… в силу следующих причин…

Интерпретация действий другой стороны

Такая задержка может привести… Совершенно необъяснимо, почему Ваш завод задерживает высылку пресс-форм…

Данные Вами обещания не выполняются.

Заключительные слова

Надеемся, что наша просьба будет выполнена. Надеемся на дальнейшее сотрудничество. С пожеланиями успехов.

Убедительно просим Вас не задерживать ответ. Просим извинить нас за задержку с ответом (за допущенную ошибку).

Письмо-запрос направляется для получения официальных сведений и документов, поэтому в нем указывается кроме самого запроса также и обоснование необходимости предоставления материалов или сведений. Поскольку организация не имеет права получать информацию, не имеющую отношения к ее непосредственной деятельности, в обосновании даются ссылки на законодательные и иные нормативные акты, организационно-правовые документы, позволяющие получить необходимые сведения.

Такое письмо подписывается руководителем организации или уполномоченным на такие действия

должностным лицом. Письмо-запрос существует в паре с **письмом-ответом**, то есть на любой запрос должен иметься ответ – либо положительный (тогда отправитель получает нужные ему сведения), либо отрицательный (тогда следует отказ).

Письма-ответы используют ту же лексику, что и письма-запросы. Если письмо-ответ содержит отказ, обязательно указывается причина отказа.

В **письме-подтверждении** дается подтверждение ранее достигнутой договоренности, поэтому оно содержит обязательную фразу: «Подтверждаем (получение документов, предварительную договоренность, согласие на…)». Не забывайте указывать полное название документов, о которых идет речь, или сущность достигнутой договоренности, которую вы подтверждаете. Закончить такое подтверждение можно вежливым пожеланием дальнейшего сотрудничества или же просьбой, предложением.

Письмо-претензия содержит негативную информацию для получателя, поэтому оно должно быть составлено вежливо и несколько отстраненно, иначе можно скатиться к обычной ругани. Изложите причины

претензий и обрисуйте ситуацию, вынудившую вас написать это письмо. Не растекайтесь мыслью по древу, будьте краткими. В конце письма опишите оптимальный способ решения проблемы.

Гарантийные письма являются столь же важными документами, как и договоры, поэтому к их составлению предъявляются повышенные требования. При составлении таких писем лучше проконсультироваться с юристами. Гарантийные письма могут касаться вознаграждения за труд, производства работ, поставок товаров, оплаты продукции и т. п. Если гарантийное письмо касается оплаты, то обязательно следует указать номер договора и счета, согласно которым производится оплата. Формулировки таких писем должны быть ясными, четкими однозначными. В тексте письма обычно содержатся следующие ключевые фразы:

Настоящим письмом гарантирую…

Оплату гарантируем.

Своевременную и полную оплату гарантирую.

Гарантируем…

Гарантируем, что…

Фирма (название) гарантирует…

Просим выслать в наш адрес наложенным платежом

(вид гарантии)…

Оплату гарантируем…

Настоящим гарантируем…

В письме, которое выслано в качестве гарантии оплаты, указываются банковские реквизиты организации-плательщика.

ПИСЬМА ЗАРУБЕЖНЫМ ПАРТНЕРАМ

Если вы отправляете письмо за границу иностранному бизнесмену, то писать письмо следует на его родном или английском (как международном) языке. Существуют нюансы, касающиеся написания таких писем. Начнем с *названия вашей фирмы, адреса получателя, даты* и *самого адресата*. Поскольку немногие западные люди владеют русским языком и понимают кириллицу, то красивая «шапка» и логотип вашей фирмы не скажут им ровно ничего. А если получатель не поймет, как вы называетесь, то пропадает смысл использовать «шапку». Но и без «шапки» нельзя. Так что поступают двояко: либо имеют бланки, переведенные на английский, либо ниже русского логотипа и названия дается расшифровка на английском языке.

В зарубежном варианте вам совершенно

бессмысленно пользоваться привычным русскому человеку *исходящим номером письма* – такового там не знают (западный мир пользуется датой и темой письма).

Дата письма указывается согласно правилам страны, в которую письмо посылается. Для европейских стран порядок написания даты таков: день, месяц, год (например, 29-th January 2009). Для США: месяц, день, год (например, January 29, 2009).

Не забудьте указать *внутренний адрес* (например, Triandos Co., Inc.).

Теперь срочно узнайте, имеет ли ваш адресат какой-то *титул*, если имеет, то титул указывается перед фамилией (например, dr. Hide). В случае если титула нет, перед фамилией мужчины ставится Mr. (мистер; во множественном числе – Mrs.), перед фамилией женщины – Mrs. (мисс, миссис, во множественном числе – Mmes).

Иногда название фирмы составлено из фамилий владельцев, в этом случае используются особые сокращения – Messers для мужчин и Mesdames (Mmes) для женщин (например: Messers Hide and Jones Ass., или Mesdames Isher and Carder Ass.).

Нередко перед фамилией ставится сокращение от слова внимание (attention): Attn. (Attn. Mr. Hide).

Должность адресата указывается после его фамилии: Attn. Mr. Hide, Head of Department, что в переводе на русский звучит как "вниманию господина Хайда, начальника отдела (департамента)".

А далее, если вы состоите с мистером Хайдом в переписке, указывается, что это ответ на его письмо, скажем, от 13 марта 2009 года. Выглядеть эта пометка будет следующим образом: Re.: (Regarding) your letter of March 13, 2009.

Затем, как и в русском аналоге, следует обращение к адресату. В английском языке принято использовать прилагательное Dear, то есть «дорогой», "дорогая", «дорогие». На русском это выглядит немного неформально и легкомысленно, но в западной традиции это практически аналог нашего «уважаемый». Так что можете смело использовать Dear в различных сочетаниях: как в обращении к отдельному лицу (Dear Sir, Dear Madam, Dear Mr. Hide, Dear John), так и к группе людей (Dear Sirs, если они европейцы).

Американцы обычно употребляют вместо последнего словосочетания аналог нашего обращения «господа» – Gentlemen. Причем Gentlemen и Dear Sirs используется как обращение и в случае, если ваше письмо адресуется

какой-то фирме, а не ее руководителю.

Английский текст письма составляется так же, как и русский. Не забывайте только, что в английской традиции некоторые слова пишутся в письме только с большой буквы. Это: а) имена, адреса, обращения; б) каждое слово названия фирмы; в) каждое слово официального названия должности; г) название объектов переписки.

Есть и еще один отличительный нюанс: нельзя употреблять сокращения модальных и вспомогательных глаголов (это выглядит неуважительно), так что не пишите shan't или can't, пишите shall not, can not. Завершите текст вежливым прощанием. Для этого используются обычно две формы: Yours truly или Faithfully. К хорошему знакомому или другу вы можете обратиться как Yours (very) sincerely или Cordially yours.

В самом письме можно пользоваться следующими английскими оборотами.

В начале письма:

Уважаемые господа,	Gentlemen,
Мы получили Ваше письмо от...	We have received your letter of...
Благодарим за письмо от...	Thank you for your letter of...
Ваше письмо с приложением (с указанием, просьбой о...) рассмотрено.	Your letter enclosing (stating that... reguesting us to do...) has been given proper attention.
В ответ на Ваше письмо от... (дата)	In response to your letter of...
В подтверждение нашего (их) телефонного разговора (состоявшихся в...) сообщаем, что...	Confirming our (their) phone talks (held in...) we inform you that...
Ссылаясь на наше письмо от... сообщаем, что	Referring to your letter of... we inform you that...
Вновь ссылаясь на...	With further reference to...
Рады сообщить Вам, что...	We have pleasure in informing you that...
К сожалению, вынуждены напомнить Вам, что...	We are sorry to have to remind you that...
В связи с нашим письмом от... и в подтверждение телеграммы от...	In connection with (Referring to...) our letter of... and confirmation of your cable of...

Приносим извинения за некоторую задержку с ответом на Ваше письмо.	We offer apologies for some delay in answering your letter.
Пожалуйста, примите наши извинения за...	Please, accept our apologies for...
Мы с сожалением узнали из Вашего письма от..., что...	We regret to learn from your letter of... that...
К сожалению, мы не можем удовлетворить вашу просьбу о...	We are sorry we are unable to meet your reguest about...
Мы с удивлением узнали из вашего телекса...	We are surprised to learn from your telex...
В дополнение к нашему письму от...	Further to your letter of...
Мы вынуждены напомнить Вам, что...	We have to remind you that...
Имеем удовольствие предложить Вам...	We have pleasure in offering you...
Вам, несомненно, известно, что...	You are no doubt aware that...
Очевидно, Вам известно, что...	As you may know... (You may know...)
Прилагаем копию письма по поводу...	We are enclosing a copy of the letter... about...
Просим принять во внимание (учесть), что...	Please note that...

Во вступлении и в заключении письма:

Мы выражаем уверенность в том, что...	We express confidence that.
Мы совершенно уверены...	We are confident that...
Считаем необходимым (важным, целесообразным) отметить...	We find it necessary (import reasonable) to note...
Помимо вышеуказанного...	Apart from the above (said, mentioned)...
В дополнение к вышеуказанному...	Further to the above... In addition to the above...

Мы были бы рады иметь возможность...	We would welcome the opportunity...
Пользуясь возможностью напомнить, что...	Taking the opportunity to remind you of...
Само собой разумеется...	It goes without saying...
Обращаем Ваше внимание на тот факт, что...	We want to draw your attention to the fact...
Ввиду вышеизложенного...	In view of the above...
В связи с этим...	In this connection...
В связи с Вашей просьбой...	In connection with your request...
В связи с вышеизложенным...	In connection with the above...
В противном случае, мы будем вынуждены...	Otherwise we shall have to...
Что касается Вашей просьбы, (Вашего заказа, Вашей претензии)...	As to your request (your order, your claim)...
Дело в том, что...	The point is that...
В сложившихся обстоятельствах...	Under the circumstances...
По нашему мнению...	In our opinion... We believe... We think... We feel...
В соответствии с Вашей просьбой...	As requested by you...
В случае задержки в поставках (в уплате)...	In case of delay in delivery (in payment)...
Мы испытываем затруднения с...	We are having difficulty in...
Необходимо признать, что...	We have to admit that...
До сих пор мы не получили ответа...	So far (Up till now) we have received (got) no reply...
Мы не согласны с Вашей точкой зрения по следующим причинам...	We can not accept your point of view for the following reason...

В случае Вашего отказа...	In case of your refusal...
В случае неуплаты...	Should you refuse... Should you fail to pay...
Во избежание задержки в...	To avoid delay in...
В соответствии с прилагаемым контрактом...	Under the contract enclosed...
Далее Вы пишете...	Further you write...
Более того...	Moreover...
Тем не менее...	Nevertheless...
В первую очередь...	In the first place...
Фактически...	Actually... In fact...

В конце письма можно указать следующее (по необходимости):

Мы будем признательны за быстрый ответ.	Early reply will be appreciated...
Просим обращаться к нам, если Вам потребуется помощь (содействие)...	If we can be of any assistance, please do not hesitate to contact us...
Надеемся получить Ваш ответ в ближайшем будущем.	Looking forward to hearing from you soon...
Просим сообщить нам как можно скорее (в ближайшем будущем)...	Please, inform us in the shortest possible time (at your earliest convenience)...
По получении письма просим телеграфировать (сообщить телексом) подтверждение.	Upon receipt of the letter please cable (telex) your confirmantion...
Мы хотели бы заверить Вас...	We would like to assure you...
Будем признательны за быстрое выполнение нашего заказа.	Prompt execution of the order will be appreciated...

Заверяем Вас, что мы незамедлительно свяжемся с соответствующими организациями.	We assure that we shall get in touch with (contact) the organisations.
Заверяем Вас, что мы предпримем срочные меры для исправления создавшегося положения.	We assure you of our quick actions tc correct the situation...concerned without delay.
Ожидаем Вашего согласия (одобрения, подтверждения)...	Looking forward to receiving your concert (approval, conformation)...
Если Вам необходима дальнейшая информация, я в Вашем распоряжении по телефону *(номер телефона).*	If your require further Information, I would be glad to be of help to you on tel.
Пожалуйста, звоните мне, если я могу помочь Вам дальнейшей информацией.	Please ring me if I can help you furthe Information.
Надеюсь на возможность личного знакомства с Вами в будущем.	I do hope that I will have the opportunity to meet you in the near future.
Заранее благодарны за Ваши усилия.	Thanking you in advance for your trouble.

В подписи указывается:

Напечатано: И. Сергеев.	Typed by I. Sergeev.
Это письмо не требует подписи.	This letter does not require a signature.
Продиктовано — не прочитано.	Dictated — not read.
Продиктовано — И. Попов.	Dictated by I. Popov.
За и от имени И. Попова.	p. p. *(подпись от руки)* I. Popov.
В отсутствие И. Попова.	In the absence of I. Popov.
В отъезде после диктовки.	Away after dictation.
По доверенности.	On behalf of, p.p.

Если вы вручаете иностранцу ***визитную карточку***,

то можете поставить карандашом в левом нижнем углу *условное сокращение* (вполне понятное для иностранца):

p. r. (pour remercier)	при выражении благодарности
p. f. (pour feliciter)	при поздравлениипо случаю праздника
p. f. c. (pour faire connaissance)	при выражении удовлетворения знакомством
p. f. N. a. (pour feliciter Nouvel an)	при поздравлении по случаю Нового года
p. p. c. (pour prendre conge)	при прощании, когда прощальный визит не наносился
p. c. (pour condoler)	при выражении соболезнования
p. p. (pour presenter)	при представлении или рекомендации другого лица по приезду, в порядке заочного знакомства

ВСТРЕЧИ С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Если со своими соотечественниками деловые люди научились как-то находить общий язык, хотя иногда это делается и коряво, и с нарушением правил этикета, то, собираясь принять у себя иностранцев или отправляясь на переговоры в чужую страну, наши неподготовленные деловые люди могут легко ляпнуть то, чего говорить не стоит, или «отмочить» то, что на нашей родине привычно, а на взгляд иностранца, – чудовищно.

Пришлось мне как-то оказаться на деловом мероприятии в прекрасном городе Ростове. Надо сказать, эта встреча зарубежных гостей запомнилась навсегда. Принимал их «свой парень», который, и превратившись в бизнесмена, остался все тем же бывшим трактористом Колькой. Только теперь все называли его Николаем Тимофеевичем, потому как по рангу именоваться Колькой он больше не мог.

И вот в его небольшую фирму должны были приехать гости из Англии. Гостей ожидали с надеждой и нетерпением, поскольку от успешных переговоров зависело будущее фирмы. Для того чтобы не промахнуться, Николай Тимофеевич даже нанял «настоящую» переводчицу из туристического агентства, хотя его сотрудница Катя вполне прилично говорила по-английски. Сам руководитель позволил упаковать себя в невыносимый для него деловой костюм с галстуком. Повариха была отправлена на рынок за "едой для буржуев", а заместителя озадачили закупкой спиртного, потому что какая встреча без него, родимого. К назначенному часу все было готово. Гости деликатно позвонили из Москвы и сообщили, что на встречу

подъедут.

И вот она, торжественная минута. Николай Тимофеевич для пущей торжественности выстроил своих сотрудников на улице перед офисом согласно росту. Переводчица упиралась всеми частями тела, но ей впихнули в руки блюдо с хлебом и солонкой. Так что она вдруг оказалась чуть ли не главным действующим лицом кошмара. Как только подъехало такси (что хозяина повергло в ступор – почему такси, а не «ихняя» машина с личным шофером?), переводчицу вытолкали едва не под колеса и она, сгорая от стыда, пошла наперерез англичанам с хлебом, солью и словами приветствия "дорогих зарубежных гостей на многострадальной русской земле" – именно так велел ей приветствовать их хозяин.

Гости не знали, что делать с хлебом, переводчица тоже имела об этом смутное представление, так что она посоветовала отломить по кусочку, а сверху посолить. Как только попробовали посолить, вся соль хлынула из солонки – кто-то забыл привернуть крышку, чтобы можно было переворачивать. Так что теперь англичане стояли, убеленные солью, а Николай Тимофеевич глядел на своих сотрудников зверем.

Гостей было трое, и видом они хозяина удивили: одеты крайне скромно, какие-то несимпатичные, худосочные, к тому же один – баба. Для себя Николай Тимофеевич решил, что баба тоже переводчица, но ихняя, а главный гость, наверное, тот, что пополнее и ростом повыше. Так что, отодвинув свою переводчицу, он шагнул к "ихнему руководителю", пожал тому руку, а потом обнял и троекратно поцеловал. Гость растерялся, но троекратное лобызание вытерпел.

Тем временем тут же, на улице, хозяев и гостей представили друг другу. Выяснилось вдруг, что возглавляет делегацию как раз дама. Николай Тимофеевич смутился… и пошел лобызать даму. Переводчица покрылась уже не румянцем, а пятнами. На свой страх и риск, она вежливо пригласила гостей войти и собиралась проводить их к кабинету хозяина, то есть для проведения переговоров, но Николай Тимофеевич возмутился: как это – гостей с дороги и сразу на ковер? Он отпихнул переводчицу и вежливо подвинул англичан к щербатой двери в другое помещение. За этой невзрачной дверью был накрыт стол. Посреди стола возвышалась батарея бутылок.

Гости от русского стола отказывались, как только

могли, они и про время, которое деньги, упоминали, и про билеты на родину, но хозяин был неумолим. Они сели. А как сели, то просто так встать им никто уже не позволил. И напрасно "ихняя баба" отказывалась от «стопочки», а "сопровождающие лица" уверяли, что трезвенники и язвенники. Пить пришлось всем.

На робкий вопрос, когда же будут переговоры, Николай Тимофеевич велел перевести, что "после застолья, когда слегка все протрезвеем". Застолье растянулось на весь остаток дня и часть ночи. Переводчица к ночи переводить уже не могла, она по требованию хозяина плясала «Калинку». Протрезвели гости только к следующему вечеру, всем было нехорошо, но им – особенно нехорошо.

До переговоров дозрели только через день, кое-как их провели, договорились о новой встрече… и хозяин обязал это дело отметить. Когда гости осознали, что снова придется пить, они стали немедленно прощаться. Но не тут-то было. Николай Тимофеевич вернул их за стол. Надо отдать ему должное: гости были нагружены подарками и доставлены прямо к самолету. На ногах они стояли плохо. Так вот и улетели на родину. Напрасно хозяин ожидал обещанной новой встречи. Эти

непонятные иностранцы любезно присылали поздравления, но больше на контакт никак не шли…

А ведь Николай Тимофеевич старался. Он хотел как лучше. Но… то, что другой русский деловой человек принял бы как исключительную заботу о партнере, хотя и чрезмерную, деловые западные люди однозначно расценили как угрожающую. Так дела вести не принято. И если порядок ведения дел нарушается, то никаких дел с нарушителем вести нельзя.

Вот почему и нужно знать о том, как принято проводить деловые встречи в других странах, и не пытаться организовывать их по-своему, потому что вас могут не понять а иногда – оскорбиться и отказаться от всяких совместных проектов.

Англичане в переговорном процессе, например, больше всего боятся вторжения в частную жизнь. Это считается дурным тоном и может сразу положить конец всякому сближению. На переговорах они держатся крайне спокойно, уважительно и сдержанно, избегая даже построения фраз, высказывающих обобщенное суждение. Например, принято строить фразы с использованием вместо категорических суждений выражений типа «Мне кажется», «Я думаю»,

«Возможно». Обман, коварство, хитрость с противной стороны приведут только к единственно известному концу диалога – его срыву.

Особенно болезненно англичанин относится к посягательствам на закон, и если он поймет, что русский партнер готов нарушать законы, то иметь дело с подобным деловым человеком никто не станет. Свои принципы англичанин будет отстаивать твердо и на уговоры не пойдет, хотя при всем этом в переговорном процессе он склонен к поиску компромиссов, только эти компромиссы не должны касаться моральных ценностей или принципов, основополагающих для человека.

Ведя переговоры, англичанин привык очень внимательно и терпеливо выслушивать собеседника, он может не задавать вопросов, если с чем-то не согласен, но это совсем не означает, что согласие достигнуто. Да, вас не перебили, вашими словами не возмутились, но с вами не согласились. Выслушав вас до конца, англичанин развеет ваши надежды, начав объяснять, в чем он с вами не согласен. И здесь он будет по пунктам доказывать логичность и обоснованность своей точки зрения. Если вы возмущенно начнете его перебивать и комментировать его объяснение, от спора он уклонится,

но и вести дальнейших дел с вами не станет.

Любое «чрезмерное» поведение и, особенно, многословие, соединенное с активной жестикуляцией, вызывают у него подозрение, что вы излишне демонстративны и шумны, следовательно, пытаетесь навязать свою позицию. А уж если вы пытаетесь похлопывать англичанина по плечу, крутить пуговицу на его одежде, приближая свое лицо, посягаете на комфортную дистанцию между ним и вами, то это явный показатель, что никаких дел с вами вести нельзя! А уж то, что проделал с английской делегацией Николай Тимофеевич, и вовсе запрещено. Он, кажется, совершил все ошибки, какие только можно было совершить.

Если вам придется иметь дело с английскими партнерами, знайте, что первоначально решаются и согласовываются между сторонами все вопросы, связанные с проведением переговоров, устанавливается по времени программа этого мероприятия. Каждый этап переговоров должен быть назначен на конкретные число и час, и никакие оправдания вам не помогут, если вы решите перенести встречу на более раннее или позднее время, переиграть по ходу дела. Это недопустимо. Программа согласована и должна исполняться.

При встрече с англичанами принято обмениваться рукопожатием, но только на первой встрече, потом достаточно только устного приветствия. Начинать беседу следует с общих тем, дальнейшее обсуждение не регламентировано, единственное, что стоит помнить: англичане стремятся уйти от «конфликтных» обсуждений и достичь компромисса (плохой мир лучше доброй войны – это о них).

В застольных беседах (если вас пригласят на обед или завтрак) не принято касаться частной жизни, особенно жизни королевской семьи, обсуждать пикантные детали жизни знаменитостей, говорить о делах, религии, деньгах. Вести себя за столом нужно по правилам этикета. Англичане не трезвенники, они любят и пиво, и крепкие напитки, но пьют вполне умеренно и без наших традиционных тостов и чокания.

Англичане привыкли уважать собеседника, и худшей обидой для них может стать переход к русским панибратским отношениям, которые они воспринимают как посягательство на честь и достоинство.

Есть и еще один нюанс: англичане обладают специфическим чувством юмора, нашего русского колорита они часто не понимают. Если вы имели

несчастье рассказать анекдот, над которым англичанин не смеется (остальные же смеются до слез), спишите это на особенности английского юмора. Если вы упрекнете англичанина в отсутствии юмора, то нанесете ему невыносимую обиду. И если англичанин рассказал какую-то историю, которая вам не показалась смешной, улыбнитесь, потому что он может решить, что чувства юмора нет у вас. А это – приговор. Дела с такими партнерами не ведут.

Американцы – такие же прагматики, как и англичане, но, в отличие от последних, они предпочитают неформальное общение формальному, то есть стремятся вывести переговорный процесс в вариант встречи "без галстуков", при этом они всегда подготовлены к переговорам и компетентны в обсуждаемых вопросах. Во время переговоров они стремятся достичь не только общей договоренности, но и решить все возможные второстепенные вопросы, уделяя наибольшее внимание способам реализации проектов.

В отличие от сдержанных англичан, ***американцы*** ведут переговоры напористо и даже агрессивно. В то же время они придают большое значение семье и

увлечениям партнера, это своего рода культовые ценности американцев. Поэтому, если собираетесь заводить отношения с американской фирмой, в первую очередь приведите в порядок кабинет: в США-принято украшать кабинет фотографиями членов семьи и плодами своих увлечений (то есть достижениями, среди которых может быть завоеванная вами спортивная награда или собранная вашими руками модель яхты).

Ведя переговоры с американцами, не пытайтесь таким открытым людям предлагать как следует выпить. Американцы не алкоголики. Насколько немного они выпивают, можно судить по тому хотя бы, что они замечательно способны продолжить после делового приема сложные переговоры, да и деловые приемы у них достаточно коротки.

Худшее, что вы можете сделать в переговорах с американцами, – это показать себя недостаточно компетентными (этого они не понимают) или мыслящими по шаблону (после такого открытия они откажутся вести с вами дела). И не показывайте, что вы опираетесь на мнение более высокопоставленного человека – вас начнут сразу же подозревать в том, что вы несамостоятельны, а выполняете чужую волю.

Французы в плане переговоров стремятся не выходить за очерченные ранее рамки. Они гораздо менее свободны, чем американцы, не любят менять свою точку зрения, не любят вносимых по ходу дела корректив, а принятые соглашения толкуют исключительно, следуя их букве, а не духу, так что, подписывая соглашение с французами, нужно помнить, что «как записано, так и прочитано», то есть никакого расширенного толкования быть не может. В то же время французы отличаются непунктуальностью и не всегда придерживаются точности во времени.

Испанцы похожи на французов своим непунктуальным поведением, на встречу они могут и опоздать, и, если вы слегка опоздаете – большой беды не будет. При встрече мужчины обнимаются, женщины обмениваются поцелуями в щеку. Но это касается уже знакомых друг другу людей: на первой встрече не лезьте с объятиями, но и не выказывайте неудовольствия, если радушные испанцы вас обнимут. Отличительная черта переговоров с испанцами – перевод любого вопроса в оживленную дискуссию не по существу, так что переговоры могут быть излишне многословными и затянутыми. Еще одна важная деталь:

испанцы не привыкли вести переговоры во время сиесты (с 13.30 до 16.30). В это время они занимаются своими делами или отдыхают.

Немцы предельно пунктуальны и педантичны во всем. Они не понимают относительно свободного стиля одежды на переговорах (сами носят строгие деловые костюмы), предпочитают заключать только те сделки, которые считают приоритетными, требуют от партнеров точного соблюдения обязательств и в случае их нарушения прибегают к системе штрафов (относительно высоких).

Если вы опаздываете на встречу или не можете на нее прийти, то обязаны об этом предупредить заранее, иначе вас не поймут. Начинается и завершается встреча рукопожатием.

Обращаться к немецкому деловому партнеру следует только на «вы» и только по фамилии, например: "Как вы доехали, герр Штаден?" Герр – в переводе на немецкий "господин"). Если немецкий бизнесмен имеет титул, не забывайте его употреблять, в этом вопросе немцы щепетильны (например, "герр барон").

Шведы, норвежцы, финны тоже пунктуальны и педантичны, поэтому с ними нужно заранее обсуждать

всю программу переговоров, уточнять время мероприятий. Если чувствуете, что встречу желательно сдвинуть во времени, то заранее сообщите, иначе не избежите дальнейшего недоверия. Характерная деталь: летнее время считается своего рода «отдыхом», поэтому деловые мероприятия не принято назначать летом, вас тоже могут не понять. На деловые мероприятия, так же как и в других германских странах, принято надевать традиционные деловые костюмы. Это касается как мужчин, так и женщин.

Китайские бизнесмены уделяют основное внимание двум вещам: предварительно они скрупулезно собирают всю возможную информацию о будущем партнере и предстоящей сделке, а оказавшись на переговорах, стремятся создать так называемый дух дружбы.

Переговоры они проводят в три этапа: получение общей картины о сотрудничестве, обсуждение сделки, заключение договора.

Сначала они твердо держатся заявленной позиции и на уступки не идут, но не потому, что не пойдут на них в дальнейшем, а потому, что время уступок относится к заключительной фазе переговоров. Если они увидят, что

партнер сильный и своей позиции не сдаст, они уступят, не желая терять возможностей. Характерной чертой переговоров с китайцами является и то, что окончательное решение принимается ими, исходя из пожеланий "центра".

Имея отношения с китайцами, нужно помнить еще одно: если вы решили сделать китайскому бизнесмену подарок, то дарить нужно его не самому бизнесмену, а фирме, которую он представляет: личный подарок может быть рассмотрен как взятка, а за взятку в Китае предусмотрена смертная казнь.

Японцы позиционируют себя как нацию с четкой принадлежностью к какой-то группе, недаром корпоративная этика – японское детище, завоевавшее весь остальной мир. Японцы строго придерживаются корпоративных правил, они верны своей фирме, стране, государству.

В переговорах с японцами нужно держаться максимально корректно, не показывая излишней самонадеянности, неорганизованности, излишнего свободомыслия или жадности. Они пунктуальны и предельно точны как в соблюдении самой процедуры переговоров, так и при выполнении условий договора. В

то же время заключение сделок по-японски происходит крайне медленно и только при личном контакте. Заочно о сделке договориться с японцами нельзя, этот вопрос решается только после личного знакомства и какого-то этапа развития ваших личных взаимоотношений.

Еще одна особенность сделок с японцами: не всегда их согласие (даже если прозвучало заветное "да"), является согласием, они предпочитают говорить свое «да», когда не вполне согласны, для того, чтобы не обидеть человека. Это нередко приводит европейцев в ярость: они-то считают, что сказанное японцем «да» означает «да», а не "да, но …"!

Что же касается прямого отказа, то японец предпочитает и вовсе уклониться от ответа, чем произнести «нет», точнее, даже не «нет», а его синоним – "это трудно". Если вам сказали "это трудно", то даже не пытайтесь объяснить, что "это легко", вас не поймут. Но японцы стремятся придержать свое "это трудно" до самого конца, потому что по их деловым правилам считается необходимым рассмотреть все возможности и найти компромиссное решение. И когда, перебрав все возможности, японец вам говорит, улыбаясь, что "это трудно", поверьте: это трудно.

Корейцы тоже исходят из личной встречи, на основе чего и строят дальнейшие взаимоотношения. Но они более открыты, чем японцы, очень приветливы и общительны, гостеприимны. Поэтому трудно различить, когда кореец приветлив и вежлив по традиции, а когда он искренне заинтересован в заключении сделки и стремится это вам показать.

Нужно также помнить, что корейцы болезненно реагируют, если иностранец относится к ним без должного уважения, и если вы продемонстрировали фамильярность, то создали угрозу для будущих переговоров. Они не поймут вас, если на деловую встречу вы пришли не в строгом деловом костюме, и совсем не поймут, если женщина на такую встречу надела брюки (ей полагается строгая деловая юбка).

В арабском мире женщинам нечего делать на переговорах, согласно традиции, вести дела в этом мире могут только мужчины. К иностранцам и (что важнее) иноверцам в этих странах относятся сдержанно и с опаской, им запрещается то, что полагается делать между арабами. Например, если вы явились на встречу и арабы обнялись, коснулись друг друга щеками, похлопали друг друга по плечам и спине, то есть

поприветствовали друг друга, то не пробуйте эти жесты повторить, иностранцам так себя вести запрещено. Они – чужие. Такое приветствие рассчитано только на самих арабов.

Переговоры арабы ведут медленно, методично, не спеша, избегают давать однозначные ответы, применяют цветистые выражения и лесть, когда отказывают. Немаловажно знать также, что сделку заключают после основательной торговли, и если вы не умеете торговаться или не желаете этого делать, то равным образом обидите арабского "продавца".

По арабским правилам, «продавец» должен медленно снижать цену, всячески ублажая и угощая своего гостя, и, только когда цена приходит в равновесие с реальным положением дел, торг заканчивается, к общему счастью. И еще одно: поскольку арабские страны исповедуют ислам, то правоверные мусульмане пять раз в день совершают намаз. Назначить встречу на время намаза – значит сделать самый верный шаг к разрыву отношений. Иначе как оскорбление это не воспримут. А с оскорбившим религиозные чувства никаких дел не ведут. В худшем случае их убивают.

ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК ЗА СТЕНАМИ ОФИСА

Договоры подписывают обычно на деловых встречах в офисе, но существует ряд мероприятий, которые могут происходить за его стенами. Наиболее распространены деловая встреча в кафе или ресторане и деловой прием. Такие мероприятия очень полезны для налаживания контактов, новых знакомств, развития уже существующих связей. Поэтому, достигнув определенного ранга, деловой человек вместе с ним получает и обязанность посещать деловые встречи и приемы. Если он играет в обществе значительную роль, то приглашение на такой прием бизнесмену обеспечено. А без приглашения посещать их неприлично и не принято.

В разных странах деловые встречи и приемы имеют свои особенности. В некоторых приемы назначаются на вечер, отличаются большим количеством приглашенных и длительностью (деловой ужин или прием), в других странах (как в США) это могут быть также короткие мероприятия посреди рабочего дня (деловой завтрак, деловой обед).

Деловой завтрак обычно назначается на самое начало рабочего дня или на время ланча, чтобы не

пострадал остальной день. Обычная продолжительность такой встречи – около 45 минут. Во время завтрака решаются только какие-то неотложные деловые вопросы.

Деловой обед назначается на время после полудня и занимает один-два часа. Во время делового обеда часть мероприятия (одна треть) отведена на светскую беседу, остальное время – на обсуждение деловых вопросов. Деловой обед позволяет получше познакомиться партнерам, сотрудникам, клиентам.

Время для обоих мероприятий выбрано неслучайно: деловому человеку время дорого, но питаться он все равно должен, так почему бы не совместить эту необходимость с завязыванием контактов или обсуждением неотложных дел? В наиболее прагматичной в этом вопросе стране (США) как раз и получили наибольшее распространение такие встречи.

Деловые завтраки и обеды хороши, когда они оправданы. Например, если вам нужна более раскрепощенная обстановка, то такие мероприятия будут полезны. Если же ничего не изменится, если вы встретитесь в офисе, то нет смысла и в деловых встречах за его пределами. Но если вас пригласили на

деловой обед или завтрак, то уж не превращайте это мероприятие в планерку за столиком ресторана. А то у многих деловых людей сложилось мнение, что это просто такая форма встречи, когда можно и дела сделать, и брюхо набить.

Как-то один русский деловой человек был страшно обижен поведением другого русского, но с десяток лет прожившего в Европе: тот позвал его на деловой обед. Бизнесмен услышав слово «деловой», притащил в ресторан секретаршу, главного инженера и своего юриста. Пригласивший его партнер был так растерян, что за все время этого обеда ни слова о делах не проронил. Наш деловой человек ушел в ярости: зря, сказал, потерял время. Но и пригласивший его партнер был рассержен: пригласил, чтобы сложные вопросы обговорить с глазу на глаз, а тут – пожалуйста – вплоть до юриста!

Другой наш товарищ, легко перенявший западную практику совмещения еды с деловым разговором, отличился иначе. Когда ему потребовался совет влиятельного промышленника, он тоже «организовал» деловой обед, только пригласил он уважаемого человека не в ресторан, согласно его рангу, а в

ближайшее молодежное кафе, где кормили отлично, дешево, вкусно… но обстановка смутила приглашенного даже больше, чем само по себе различие между кафе и рестораном: на стенах висели попсовые красавицы в жутких рамках, а обслуживающий персонал ходил не в белых передничках, а в заляпанной надписями джинсе.

Приглашая товарища по бизнесу зайти в неказистое заведение, наш деловой человек сделал это такими чудесными словами: "Вот здесь полноценно и пожрем, Сергей Сергеевич", – искренне сказал он, распахивая перед промышленником дверь. Надо ли объяснять, что почувствовал при таком приглашении человек, давным-давно забывший, как выглядят дешевые забегаловки?..

Так что деловой обед и деловой завтрак проводят в местах, где это выглядит престижным, и чем выше ранг приглашенного, тем более престижное заведение выбирается. Даже если кормят там хуже, чем в забегаловке через дорогу…

От дипломатической практики в деловую перешли и более респектабельные официальные ***ланч*** и ***обед***, которые предполагают широкую программу, перемену блюд, соблюдение правил официального приема.

Деловой обед связан с каким-то национальным праздником, годовщиной какого-то события, деловой ужин связан с вышеперечисленными событиями или менее значительными, местными.

Оба мероприятия обязательно имеют какой-то повод, чтобы множество людей могло собраться вместе.

Круг приглашенных гостей на этих приемах может быть узким или широким, в зависимости от того, где проходит прием и кто его организует. Некоторые приемы требуют детального соблюдения этикета, вплоть до обмена речами или тостами, когда хозяин посылает почетному гостю копию своей речи или тоста, чтобы тот мог подготовить ответ, а почетный гость заранее присылает ответную речь или тост.

Речь и тост должны включать в себя приветствие в адрес почетного гостя, общие положения, послужившие поводом для встречи, общепринятую форму пожелания гостям счастья и т. д. Деловой обед (ужин) назначается на время от 19 до 21 часа. Вечерние приемы требуют вечерней одежды и соблюдения ряда условностей.

На ***вечерние встречи и приемы*** приглашают обычно «с супругой» или «с супругом». Мужчине нужно одеться во фрак или смокинг (это указывается в

приглашении как «с черным галстуком» для смокинга и «белым галстуком» для фрака). Но не будет ошибкой прийти в деловом костюме, особенно если это деловой ужин, на котором фраки и смокинги в нашей стране еще не стали обязательной вечерней одеждой.

Первое, что необходимо сделать, – это обменяться приветствиями с теми, кто организовал прием, а затем, когда вас пригласят за стол, занять свое место. Если вы пришли с дамой, то сначала усаживают даму, а затем уже садятся сами. Приглашенные пары рассаживают не рядом, а по отдельности друг от друга. Рассадка за столом происходит согласно предусмотренной хозяевами схеме, обычно план такой рассадки находится на специальном столике при входе в столовый зал. Для того чтобы гости ничего не перепутали, каждое посадочное место на самом столе отмечено особой кувертной карточкой: эта карточка ставится либо на тарелку, либо на высокий бокал.

Ближе к хозяину усаживают почетных гостей (справа от хозяина), людей высокого ранга, иностранных гостей. Место, которое занимает жена приглашенного, соответствует занимаемому им рангу.

Если прием официальный, выполняются

следующие требования этикета:

"Во время произношения речей и тостов недопустимо разговаривать, наливать вина, есть.

На официальных приемах речи и тосты произносятся после десерта, когда налито шампанское.

В последнее время все чаще речами и тостами обмениваются и в самом начале приема.

Первым речь или тост произносит хозяин дома, а затем гость, в честь которого устроили прием.

Во время беседы за столом лучше избегать разговора о семейной жизни, болезнях и т. д.

Кроме того, не принято за столом говорить о людях, с которыми присутствующие незнакомы.

Курение за столом считается признаком неуважения к хозяйке, согласно правилам этикета, курить за обедом или ужином можно только с разрешения хозяйки и присутствующих.

Если в помещении, где проводится прием, на столах не стоят пепельницы, то это означает, что здесь курить не принято.

После ухода женщин мужчины обычно остаются за столом и могут покурить и выпить рюмочку портвейна.

Если женщина собирается закурить, то мужчина

подносит спичку или зажигалку к ее сигарете.

Невежливо закуривать сигарету, когда кто-то говорит речь или произносит тост" ("Переговоры в международном бизнесе", cityref.ru; Дж. Честера, "Деловой этикет").

Если такой прием вы организуете не в ресторане (там все подготовят работники ресторана), а дома, то хорошенько просчитайте, чтобы еды и напитков хватило на всех, кто приглашен, обеспечьте хорошее обслуживание гостей, смену блюд. Если вас пригласили на такой прием, то старайтесь придерживаться правил этикета. Это даже не правила делового этикета, а простые правила хорошего тона.

Например, вы должны уметь пользоваться столовыми приборами. Своими глазами я видела, как вполне респектабельный директор фирмы, большой любитель поесть, нарушал все эти правила одно за другим. Когда подали первое блюдо, он не только доел суп с аппетитом, но еще и повернул тарелку под углом в 45 градусов и стал дочерпывать ложкой то, что там осталось! Когда он понял, что ложка бессильна… поднял тарелку и с чмоканьем высосал остатки супа…

Не будьте и слишком нацеленными выполнить все

правила неизвестного вам этикета.

Когда однажды группу наших бизнесменов пригласили на деловой обед китайцы, они специально подготовили знаменитые блюда китайской кухни и снабдили наших соотечественников палочками для еды.

И вот представьте себе такую картину: сидит дюжина русских и упорно пытается при помощи двух палочек отправить в рот мясо с рисом. Если кусок мяса как-то удается подцепить и иногда его доносят до рта, то с рисом совсем плохо. Бизнесмены в процессе еды вспотели, глаза у них дикие. А китайцы делают вид, что этих мучений не замечают. Им же неловко. Только у одного нашего делового человека хватило ума попросить столовые приборы, к которым он привык. Принесли. Тогда и другие присоединились к его просьбе. И только один, наиболее упертый и дикий, продолжал ловить рисинки палочками.

В отличие от нас, восточные люди очень хорошо управляются европейскими вилками, и если нет у вас палочек, то можно на этом вопросе не зацикливаться. Сервируйте стол не для меньшинства гостей, а для большинства, то есть если у вас в гостях японец или китаец, то поиск палочек для него – абсолютно

бессмысленное занятие. А вот если вы принимаете большую делегацию, то может быть более разумно обставить застолье привычными для гостей приборами.

Как вы едите за общим столом, важно не только для вас. Ведь по большому счету приемы проводятся не для того, чтобы вы отведали изысканные блюда. Во время застолья принято еще и вести беседы. И стандартная ситуация: вы отправили аппетитный кусок в рот, а вам задают вопрос. Воспитанный человек сначала прожует, а затем уже ответит, извинившись, что не смог сразу дать ответ и поддержать беседу. А невоспитанный?

Как-то был устроен прием в честь открытия новой больницы, пригласили на него одного крупного начальника. Тот, человек большой, живой, говорливый, весь прием не закрывал рта, а поскольку он ел и говорил одновременно, то мало того, что зрелище было, мягко говоря, неаппетитное для окружающих, так еще и бессмысленное: ни слова из этих постоянных речей никто не мог разобрать. Поэтому возьмите за правило говорить только с пустым ртом.

Другое важное замечание: если запачкали руки, то обязательно используйте салфетку, иначе запачкаете свою одежду или же – что еще хуже – одежду соседа.

Сама не раз попадала в такие ситуации: соседний гость, желая полнее донести до тебя свою мысль, хватает тебя за руку или за плечо, и… прощай, любимое платье.

Совсем не обязательно проводить приемы с застольем и строго следовать регламенту. Деловой ужин неофициального типа ничего такого не предполагает: это просто вечерняя деловая встреча светского характера. В современном мире приняты такие формы застолья, как ***фуршет*** и ***шведский стол***, когда обязательного застолья как такового нет, то есть на стол выставляются еда и напитки и предполагается самообслуживание.

На таких мероприятиях демократического характера подбирают блюда, которые не требуют пользования столовыми приборами (оливки, бутерброды-канапе с икрой, рыбой, ветчиной, тарталетки с паштетом, салатом, сосиски, рыба в тесте, люля-кебаб, куриные крылышки и т. п.), тарелки для гостей ставят стопкой на том же столе. Там же размещают и салфетки, чтобы гости могли вытереть руки после приема пищи.

Большое внимание уделяется ***напиткам***. В зависимости от типа мероприятия это могут быть как слабоалкогольные и прохладительные напитки, так и

вина, и крепкие напитки. Если вы решили угостить гостей вином, то выбирайте хорошие марочные вина, а не подделку.

Такие вина отличаются более высокой стоимостью. Хорошая водка отличается от плохой полным отсутствием сивушного запаха. Но не стоит слишком усердствовать с количеством крепких спиртных напитков. Водка и другие горькие алкогольные напитки подаются для возбуждения аппетита в начале трапезы к холодным закускам – балыку, семге, лососине, острым салатам. Крепленые вина подают к первым блюдам. Столовые сухие вина отлично оттеняют блюда из рыбы и морепродуктов. Красные сухие вина подаются к мясным блюдам. Полусладкие и столовые вина идут к овощным блюдам и свежим овощам.

К десерту принято подавать ликеры и сладкие вина, а также шампанское (сладкое и полусладкое). Сухое и полусухое шампанское рекомендуется ко всем блюдам, кроме рыбы и сыра. Так что если единственный алкогольный напиток на вашем деловом приеме – русская водка, то плохо же у вас с делами! Ведь не для того вы собрали столько людей, чтобы влить в них закупленное спиртное, а, наверное, для того, чтобы

создать комфортную атмосферу, сделать ваши встречи менее официальными, познакомиться поближе и понять, что из себя представляют ваши новые партнеры или деловые знакомые.

Много ли можно понять из разговора сильно выпивших людей? Вряд ли. Вот и не стоит практиковать такие «приемы», откуда гости расходятся, двигаясь зигзагами. Не бойтесь показаться приглашенным скрягой и не сервируйте стол по принципу "водки должно быть много". И запомните: "поговорить о делах" не то же самое, что "как следует напиться". Потому что напиваются обычно только как не следует…

И еще одно хорошее правило: если вы пригласили к себе деловых гостей, то заранее подумайте, как они будут добираться домой после вашей встречи, если выпьют. За руль им в таком виде никак нельзя. Значит, должен быть хотя бы один трезвый человек на вашей встрече, который сможет развезти приглашенных по домам. Либо приготовьтесь обеспечить для всех гостей такси.

Как-то в маленьком городке, где один бизнесмен «закатил» своим партнерам деловой ужин, всю ночь проводилась милицейская операция – искали гостей,

которые со встречи ушли, но дома не появились. Приглашенные так хорошо «посидели», что полностью утратили воспоминания о том, кто они и где живут. А был, между прочим, очень холодный февраль.

И когда эти гости, потеряв себя, с мероприятия не вернулись, заволновались их семьи. Вот и ездили милицейские машины в поисках несчастных. Кто-то уснул прямо на улице, кто-то «дополз» в другие «гости», но один человек попал в больницу: он угодил в единственную на реке прорубь. Озаботься устроитель деловой встречи развозкой гостей по домам, ничего бы нехорошего не произошло, никто бы не волновался и никто бы не пострадал.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ ОПАСЕН ДЛЯ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ

Деловой стиль обязывает строить по-особому рабочие отношения, он полностью меняет ритм жизни человека. У того появляется четкий распорядок дня, каждая минута этого распорядка имеет значение. Но жить в таком ритме опасно для здоровья. А для того, чтобы бизнесмен мог полноценно трудиться, ему нужно обладать замечательным здоровьем. Иными словами, он должен научиться отдыхать. И на время забыть о всяком

этикете. Это на самом-то деле очень непросто сделать.

Деловой человек легко приучается к регламентированным отношениям. Некоторые деловые люди так в этом поднаторели, что даже на пляж отправляются в полном облачении. Можно их понять: деловой костюм сросся с ними, трудно из него выползти и ощутить свободу. Но попробуйте отрешиться от своей общественной значимости.

Если вы не в офисе и не на встрече, то вы не на работе. И у вас есть полное право быть просто человеком.

Вот и побудьте человеком, без ранга и должности. Повесьте свою деловую униформу в шкаф, переоденьтесь в «гражданскую» одежду, которая вам больше всего подходит и которая вам удобна, и начинайте отдыхать. Насколько этот совет реален – вот вам пример.

Жара. Лето. Бизнесмен Д. решил немного «проветриться», ему лучше думается, если он двигается. Собираясь выйти из дома, он надевает… белую рубашку, светлые ботинки, светлый костюм, галстук… Все, это диагноз. В такую погоду лучшая одежда – футболка, шорты и сандалии. Бизнесмен кожей это понимает. Но

«проветриваться» он пойдет в привычной униформе. И хорошо еще, если пойдет. Может и поехать.

Только вдали от людей, которые могут его узнать, этот человек позволяет себе надеть то, что привычно для всего неделового мира. А все потому, что он ни на минуту не перестает быть деловым человеком. Он всегда боится выглядеть не так, как ему положено. Если хотите дожить до старости и сохранить здоровье – учитесь об этом забывать. Носите свою форму только там, где она вам необходима. А в остальное время вы ведь играете другие роли.

Отправляетесь на пляж позагорать – вы отдыхающий. Отправляетесь пробежаться, поиграть в теннис, покататься на лыжах – вы спортсмен-любитель. На отдыхе вы на время перестаете быть деловым человеком. Вы становитесь просто человеком, который отдыхает. Бегайте, загорайте, катайтесь на лыжах или коньках, плавайте, танцуйте, занимайтесь своими увлечениями, переставая на это время быть уважаемым бизнесменом или деловой женщиной.

– Не могу, – как-то призналась мне одна такая бизнес-леди, – я точно голая.

А ведь она вышла из дома не в обнаженном виде, а

во вполне комфортабельных лосинах и топике… и тут же вернулась домой. И не на официальную встречу она шла или в офис… а пробежаться вокруг дома для здоровья. Врач посоветовал. Но как же она в таком виде побежит? Следующим шагом была поездка по дорогим магазинам и покупка дорогой спортивной одежды. Только в таком виде, да и то не у дома, а в парке, она была согласна заниматься рекомендованной пробежкой. Глупость? Да, дичайшая.

И если я начала эту книгу с того, как необходимо соблюдать деловой этикет и почему это так нужно, то завершить ее хочу тем, что соблюдать его надо только тогда, когда этого требует необходимость, то есть остается еще целая область жизни, где вы перестаете быть деловым человеком. Эта область жизни называется "частная жизнь". В ней вы предоставлены самим себе. В ней не существует условностей и регламента. И в нее закрыт доступ деловым отношениям. Вот и попробуйте, приходя в свой дом, снимать вместе с деловым костюмом и деловую жизнь. Знаете, как это важно? Не знаете? Тогда вам обязательно стоит этому научиться.

Оглавление

- ПРЕДИСЛОВИЕ
- ИМИДЖ ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ
  - ДЕЛОВОЙ МУЖЧИНА
  - ДЕЛОВАЯ ЖЕНЩИНА
- ИМИДЖ ОФИСА
  - ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА
  - ЛИЦО ФИРМЫ – ОФИС-МЕНЕДЖЕР
- ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ
  - ДЕЛОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ЦЕЛОМ
  - ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ
  - ТЕЛЕФОННЫЙ РАЗГОВОР
  - ЧЕГО НАДО ИЗБЕГАТЬ ВО ВРЕМЯ РАЗГОВОРА
  - ЯЗЫК, КОТОРЫМ МЫ ГОВОРИМ
  - ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ДИАЛОГА
- ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА
  - ПИСЬМА ОТЕЧЕСТВЕННЫМ ПАРТНЕРАМ
  - ПИСЬМА ЗАРУБЕЖНЫМ ПАРТНЕРАМ
- ВСТРЕЧИ С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЕРАМИ
- ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК ЗА СТЕНАМИ ОФИСА
- ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ ОПАСЕН ДЛЯ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ