

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

1. Характеристика и определение за фирмена култура	2
2. Елементи на фирмената култура.....	6
3. Типове фирмена (организационна) култура.....	8
Тема втора. Фирмен протокол	13
1. Общуване на работното място. Правила за поведение и пътна карта за постигането им.....	13
2. Външният социален статут - сигнал за професионалните способности.....	21
3. Раздвоен имидж – спънка във Вашата кариера.....	24
4. Визитките – задължителен атрибут на съвременния протокол....	27
5. Фирмен уебсайт	31
Тема трета. Бизнес етикет	37
1. Какво е бизнес етикет?	37
2. Какво не е етикет: Митове за маниерите	38
3. Изследване на неуспеха.....	39
4. Начини за справяне с оплакванията	40
5. Обществени „табута“	43
Тема четвърта. Умението да говорим.....	49
1. Поведение на личността при разговор и умения за слушане.....	49
2. Ключови моменти за поддържане на разговор	52
3. Сбогувания	54
4. Ти и Вие	55
5. Неприличните думи	55
6. Говоренето по телефона	57
Тема пета. Стилно поведение в службата	63
1. Офис организация и съвременните технологии	63
2. Как да работите по-ефективно – предотвратяване на явлениято “вътрешна емиграция”	67
3. Организиране на посещения на важни гости.....	70
4. Правила на поведение:.....	71
5. Чек-листа: Служебни взаимоотношения	80
6. Задания за самоподготовка	85

Тема първа. Фирмена (организационна) култура

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ТЕМА:

1. Характеристика и определение за фирмена култура;
2. Елементи на фирмената култура;
3. Типове фирмена (организационна) култура.

ЦЕЛ: В днешния делови свят не е достатъчно само да си добър професионалист. Умението да осъществяваш контакти, да демонстрираш добри маниери и поведение, емпатия и доверие, става все по-важно. Без тези умения, контактите ви са обречени. Уचितото професионално поведение и фирмена култура се превръщат в знак за качество. Запознайте се с тях и ги прилагайте във вашето ежедневие, наречено работа. Успех!

1. Характеристика и определение за фирмена култура

Всяка бизнес дейност трябва да се концентрира върху въпроса: Какъв е бизнесът и какъв трябва да бъде? От определението на задачите и намеренията си бизнесът трябва да извлече своите цели и редица ключови области, после да ги балансира една с друга и с конкурентните изисквания на днешния и на утрешния ден. Трябва да превърне целите в конкретни стратегии и да вложи ресурсите си в тях. И накрая е нужно да се съсредоточи върху стратегическото си планиране, днешните решения, които ще формират утрешния бизнес. Да определи бъдещите си намерения, средствата и начините за постигането. Да формулира организационна, фирмена култура.

Всяка институция съществува поради специфична цел и мисия, поради конкретна социална функция. В бизнес организацията това означава изпълнение на икономически намерения. Важното е разбира се, мениджмънтът да се адаптира към икономическите промени бързо, интелигентно и рационално. Мениджирането предполага отговорност за

опита да се формира икономическа среда; за планирането, за иницирането и осъществяването на промени в тази икономическа среда; за непрекъснато отхвърляне на ограниченията, които икономическите обстоятелства налагат върху способността на предприятието да дава своя принос. Възможното или „икономическите условия” – е само единият полюс в управлението на бизнеса. Другият е желаното, онова, което е в интерес на икономиката на организацията.

За да изясним същността на фирмения протокол, ще разгледаме фирмената (организационна) култура на организацията. **Фирмената култура на една организация е нейната “индивидуалност” - начинът, по който се върши работата. „Фирмената култура представлява съвкупност от споделени устойчиви социални норми на взаимоотношения и навици, морални и духовни ценности, символи и стремежи, изграждащи динамични модели на поведение, отличаващи фирмите една от друга”¹**

По-нататък в текста понятията *фирмена и организационна култура* ще ги разглеждаме като синоними.

Понятието „организационна култура” се налага с издаването на монографията на Т. Дийл и А. Кенеди „Корпоративна култура” през 1982 г. и на бестселъра на Т. Питърс и Р. Уотърман „В търсене на съвършенство”. „Организационната култура се разглежда като мощен фактор, определящ индивидуалното и груповото поведение на хората в организацията. Тя се определя като набор от допускания, убеждения, ценности и норми, които се споделят от всички членове, и се формира с течение на времето. Идеята за организационната култура има абстрактен характер, тъй като не може да се докосне или види, но присъства и се разпространява навсякъде и влияе върху всичко, което става в организацията”².

Значението ѝ се определя от редица обстоятелства. Тя придава организационна идентичност, като детерминира представата за компанията и е важен източник за стабилността и приемствеността,

¹ Червенкова, Н. и др. Търговска кореспонденция и организация на офиса, Тракия-М, С., 2001, с. 93

² Карабелъова, С. Управление и развитие на човешкия потенциал, С., 2004, с. 71

което създава у служителите чувство за сигурност. Съществуват редица определения на понятието, но във всички ударението се поставя върху ценностите и убежденията като вътрешно приети норми на поведение.

Фирмената култура е продукт на човешкото взаимодействие. Съвременното стопанство има нужда от бизнес елит, който е не само отлично образован, но и възпитан в ценностна система, която прави възможно преодоляването на политическите и културните граници. Според А. М. Сергеев „Организационната култура е система от доминиращи ценности, цели и норми, характерни за дадена организация, които изпълняват функцията на важни регулатори на поведението на работещите и които се явяват не само общи за всички членове на организацията, но и се предават на новите членове като най-правилни³“. В рамките на общите национално-културни традиции, всяка фирма има своя собствена, своеобразна организационна култура. Източници на това **своеобразие са:**

- Цели, ценности и представяне на основателите на фирмата;
- Опитът, получен от работниците и мениджърите в процеса на работа в тази фирма;
- Нововъведения в работата, вследствие на използване на чужд опит, квалификация и преквалификация, консултантска помощ;
- Нововъведения, привнесени от нови ръководители и работници.

Фирмената култура е израз на културата на икономическите субекти, на различните видове организации. Тя е съставна част от икономическата култура на обществото и определя различията на социалната система като цяло, в т.ч. и на фирмата. **Икономическата култура** е съвкупността от устойчиви икономически норми на взаимоотношения и навици, морални и духовни ценности, символи, стремежи, изграждащи динамични модели на икономическо поведение.

Духовната култура е продукт на човешкото съзнание. Тя се акумулира и предава от поколение на поколение. В процеса на собственото си развитие човек я възприема, усвоява и социализира. Тя

³ Сергеев, А. М. Организационное поведение. М., 2005, с. 251

е базистна за хоризонталната и вертикалната мобилност на работещите в организацията.

В заключение, съществуват два типа фирмена култура: едната се отличава с *консерватизъм*, а другата с *предприемчивост*. Най-важните характеристики на фирмената култура са следните:

1. Фирмената култура обхваща неформалната част на организацията на работата в институцията. Тя е „невидимата ръка”, която направлява поведението, мислите и чувствата на персонала. Тя се предава и препредава на новите членове като правилен начин на действие, мислене и чувства по отношение на проблемите, възникващи по време на изпълнение на служебните задължения;

2. Надеждността на фирмената култура се проявява по време на критични ситуации – рецесия, растящи загуби, фалити. В такива моменти от съществено значение са професионалните качества на персонала, мениджърските умения за изграждане на екипна работа, мотивиране, делегиране на права и отговорности, възможност за изграждане на позитивен имидж на организацията. Доброто име е част от фирмената репутация. Съхраняването на трудовите ритуали, възприемането на стеритипи, опазването на тайната на технологията, спомагат за непрекъснатото издигане на имиджа на организацията. Така е с „Мерцедес Бенц”, „Ситроен” или „Паркър”. Търговските марки, радващи се на потребителска преданост, са най-ценния актив на компаниите.

3. Фирмената култура обхваща цялостната дейност на институцията – вътрешни процеси, обноси, дизайн, облекло, стратегия, мисия, визия, стил и начин на управление.

4. Фирменото облекло – материалите, канструкцията, цветовете, украсата – се вплитат в цялостната система от знаци, спомагащи за идентифицирането на конкретната култура, на ценностите, които обединяват група хора на професионална основа. Строгост и елегантност, представителност, самочувствие и сдържаност – ето само част от внушенията, които фирмената мода има за цел да предложи. Така например, твърде респектиращи са дрехите на стюардесите на редица летателни компании („Ер Франс”, „Бекс Еър” и др.), внушаващи спокойствие и усещане за комфорт.

2. Елементи на фирмената култура

Организационната структура разкрива строежа на фирмената култура, съотношенията и връзките между изграждащите я елементи. Основните елементи на фирмената култура са:

- Фирмени ценности – представляват основни положения, качества и принципи, които притежават положителна значимост за индивидите и общностите и служат за удовлетворяване на техните духовни потребности и интереси. Това са основните възгледи, концепции и качества, принципи и критерии, изграждащи ценностната система на институцията. Водещи са такива морални качества като: трудолюбие, инициативност, професионална компетентност, работа в екип, съпричастност, доверие, професионална гордост и чест;

- Фирмени символи – изразяват се в логото на институцията, фирмения знак, фирмената марка. Това са символите на институцията, които представляват значителна и мощна част от корпоративната идентичност. Например, имената на световноизвестните марки, наложили се трайно в съзнанието на потребителите, имат следната история на имената си:

- ✓ *Адидас – спортните облекла с тази марка носят името на своя създател Адолф Даслер, известен сред своите приятели като Ади Дас-лер. Марката е съкращение от собственото и фамилно име (Адидас);*

- ✓ *Името на марката „Веспа” от италиански означава „оса”;*

- ✓ *„Ксерокс” от гръцки означава „сух” – копирен процес, при който не се използва течна мастило и т.н.*

- Фирмени ритуали – израз на традициите на институцията. *Социалните ритуали* имат събитийен повод. Най-често имат за цел допълнително да подчертаят важността на едно или друго събитие от фирмения живот – тържествени церемонии по награждаване и връчване на отличия на нейните членове. *Работните ритуали* се характеризират с обреди, характерни при постъпване на работа, включващи обучаващия момент (запознаване на новоназначения с историята на институцията, с нейните традиции, ценности, организационната структура и фирмените

герои). Много от съвременните компании организират едноседмични курсове за своите нови служители и последващи тематични квалификационни обучения. *Управленските ритуали* се свързват с празнуване на годишнини на институцията, с фирмените традиции и празненства по различни поводи.

В ритуал може да се превърне всяко нещо – от назначаването на работа до тържествата за награждаване и пенсиониране. Същността на ритуалите и церемониите по провеждането им се свеждат до: интегриране и сплотеност на персонала; утвърждаване имиджа на фирмата; освобождаване на хората от професионалните им роли, които имат във фирмата и разкриване на други страни на тяхната същност; демонстриране на екипност и укрепване на състоянието на фирмата.

- Фирмени герои – героите представляват персонификация на културните ценности, на физическия и интелектуален потенциал. Те са известни и пример за персонала, могат да бъдат формални и неформални лидери. Посредством митовете за героите могат да се подсилват оценките за ефективност в работата, съпричастност към проблемите във фирмата, усилия за решаване на фирманите цели, мотивация за носене на лична отговорност и изграждане на доверие. Героят е човек, олицетворяващ дела и подвизи, модел и образец за личност, на когото се стремят да подражават по-голяма част от служителите в организацията;

- Фирмени табути - това са онези забранени сфери, за които не трябва да се говори в организацията (технология, ноу-хау, организационна структура, производствен процес). За тях се разбира, когато забраната се наруши;

- Фирмени подаръци – церемонии, които имат за цел да укрепят вярата на работниците в ценностите на компанията, да способстват за тяхното обединение, да предоставят на служителите възможност да приемат участие във важно събитие, да приветстват корпоративните герои. Връчването на премии и награди има за цел да подчертае, че за добра работа човек получава достойна награда.

3. Типове фирмена (организационна) култура

Ефективността от дейността на съвременната фирма в голяма степен зависи от способността ѝ да бъде адаптивна, адекватно да отговори на измененията на външната среда. Затова следва да бъдат определени типовете организационна култура, изхождайки преди всичко от възможността ѝ гъвкаво и бързо да реагира на протичащите в икономиката и в живота на обществото изменения. В основата на тази класификация са двата фактора:

1. Доколко външната среда изисква от фирмите гъвкавост или стабилност;
2. Къде се намира стратегическата цел на фирмата: вътре или извън нея;

В зависимост от действието на тези два фактора, според А. М. Сергеев, следва да разграничим следните *типове* фирмена (организационна) култура⁴:

1. *Адаптивна (предприемаческа)* – когато стратегическите цели на фирмата се намират във външната среда, а в организационната култура доминиращи са гъвкавостта и способността към промени за удовлетворяване на потребителите. В този тип организации се поощрява иновационния подход. Тези организации са динамични, предприемачески и творчески, ориентирани към поемането на рискове. В тях основното ударение е поставено върху експериментирането и новаторството. Ето защо някои от характерните умения на мениджъра са готовността за поемане на риск, иновативността, гъвкавостта, адаптивността. Той е в ролята на новатор, изобретателен, находчив и творчески ориентиран към бъдещето. Подходяща е за фирми, работещи в сферата на маркетинга и новите технологии;

2. *Стратегическа култура* – когато стратегическите цели на дейността на фирмата се намират извън нея, а организационната култура се стреми към стабилност, работещите имат определени задължения и получават възнаграждение за изпълнението им. Може да

⁴ Цит. съч. А. М. Сергеев, с. 254

бъде приложена във фирми, обслужващи постоянен кръг от потребители (енергетика и транспорт);

3. *Кланова култура* – при този тип култура стратегическите цели се намират вътре във фирмата и нейната култура се характеризира с гъвкавост, удовлетворяването на потребностите на работещите и грижата за техните нужди са първостепенна задача. Актуална е и има приложение в сферата на търговията на дребно, научните и творчески организации;

4. *Бюрократична организационна култура* – когато стратегическите цели в дейността на фирмата се намират вътре в нея, а организационната ѝ култура се стреми към стабилност и се характеризира със систематичен подход при осъществяване на дейността. Процедурите и правилата са ясно предписани, а липсата на свобода се покрива от надеждност и предсказуемост. Този вид култура може да бъде ефективен в застраховането и банковото дело.

Важно е да се разбере, че тези типове организационна култура не се оценяват само като „добри” или „лоши”, всяка от тях може да бъде адекватна за една или друга ситуация на пазара, а също и при решаване на организационни задачи. Много малка част от нея се проявява във външните символи и церемонии, по-голяма част от ценностите остават скрити за наблюдение. Това е така, защото организационната култура има много *нива*, и според американския изследовател Е. Шейн те са следните⁵:

1. *Повърхностно ниво (артефакт)* – това са наблюдаемите типични особености в поведението на хората в организацията и организационните процеси, които могат да се видят и почувстват. Към тях се отнасят символите, ритуалите и церемониите – това, с което организацията се асоциира;

2. *Провъзгласяеми ценности* – представата на работниците и ръководителите на организацията за нейните цели и задачи, за това, към какво е необходимо да се стремят. Определянето на принципите и

⁵ Вж. по подробно Шейн, Э. Организационная култура и лидерство. М., 2002

целите в дейността на организацията може да способстват за нейната консолидация и са средство за формиране на имиджа ѝ;

3. *Базова представа* – образуват най-дълбокият слой на организационната култура, нейното ядро. Това са тези елементи, които са дълбоко вкоренени в съзнанието, те са се превърнали в очевидни, за тях не се изискват доказателства, подразбират се. Такива представи не предизвикват съмнения и затова са най-устойчиви и непроменливи. Към тях се отнасят професионалните и общочовешки ценности, направляващи и регламентиращи поведението. Общите ценности - това са поведенчески модели, които трябва да бъдат изпълнявани от всички, те включват например уважение, работа в екип, морална устойчивост.

В известна степен фирмената култура се отличава с консерватизъм, поради което съществува реална опасност мениджмънтът на организацията да не бъде в състояние да предприеме необходимите промени, наложени от външната или вътрешна среда. Те могат да бъдат свързани с промяна в законодателството, ситуацията на пазара, кредитната политика на банките, промяна в целите, структурата на отделите, съкращаване на персонала, внедряване на нови информационни технологии, промени в системата на управление и характера на отговорностите. Много често промяната във външната среда не се разбира правилно, тя се приема като покушение над ценностите и устоите на фирмата и затова се счита, че причина за възникващите трудности е отстъпването от традициите.

Важно условие за успешното осъществяване на промените е те да бъдат извършвани от целия екип, с разделяне на отговорностите, да се направи колективен анализ на възможните варианти за развитие, да се направи поетапен план за внедряване на измененията, за да работи организацията в стабилна и предсказуема среда.

Ако в опитите си за промяна срещнете отказ, не се отчайвайте, а запомнете само една дума: **УПОРИТОСТ!**

Вашата задача е да откриете нови възможности. Мислете за етикета и протокола като за правила на някаква игра. Бихте ли играли футбол или голф, без да познавате правилата на играта? Едва ли. Етикетът изисква малки инвестиции за големи печалби.

РЕЗЮМЕ НА ТЕМАТА

Фирмената (организационна) култура на една организация е нейната “индивидуалност” - начинът, по който се върши работата. Тя представлява съвкупност от споделени устойчиви социални норми на взаимоотношения и навици, морални и духовни ценности, символи и стремежи, изграждащи динамични модели на поведение, отличаващи фирмите една от друга. Значението ѝ се определя от редица обстоятелства. Тя придава организационна идентичност, като детерминира представата за компанията и е важен източник за стабилността и приемствеността, което създава у служителите чувство за сигурност. Съществуват редица определения на понятието, но във всички ударението се поставя върху ценностите и убежденията като вътрешно приети норми на поведение. Фирмената култура обхваща цялостната дейност на институцията – вътрешни процеси, обноси, дизайн, облекло, стратегия, мисия, визия, стил и начин на управление.

Фирмената култура е продукт на човешкото взаимодействие. Съвременното стопанство има нужда от бизнес елит, който е не само отлично образован, но и възпитан в ценностна система, която прави възможно преодоляването на политическите и културните граници.

КЛЮЧОВИ ДУМИ И ТЕЗИСИ:

- Фирмената (организационна) култура;
- Фирмен етикет;
- Фирмени символи, ритуали, табута, герои;

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Бишоп, С. Пълен наръчник на уменията за общуване с хората. С., 2003;
2. Бренан, Л. Бизнес етикет. С. 2006;
3. Глас, Л. Кажете го правилно. С., 2001;
4. Гудброд, Х. и К. Митева. Наръчник за професионална комуникация. С., 2005;
5. Митчел, М. Съветете на госпожа Добри маниери. С., 1995.

КОНТРОЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА

1. Направете характеристика и дайте определение за фирмена култура. Какво е приемливо и какво не според вас?
2. Кои са елементите на фирмената култура?
3. Какви типове фирмена (организационна) култура познавате?
4. Какво мислите за изреча: „На човек му е разрешено да има пороци, но не и лоши маниери” (М. Твен)?

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА

1. Доколко външната среда изисква от фирмите гъвкавост или стабилност?
2. Къде се намира стратегическата цел на фирмата: вътре или извън нея?



Какво казва вашето име (марка)?

1. Скритото значение на буквите.

Какво е скритото значение на буквите? Какво подсъзнателно си мислят вашите клиенти? Защо е добре да имате буквата "А" и това ли е най-важното?

Ако названието на вашият продукт (марка) започва с буквата S, то се асоциира със страстност, а ако започва с К – ще се възприема като надеждно. Змиевидната форма на S загатва за страст и чувственост. А защо имената започващи с К подсказват надеждност? Отчасти, това е заради ясното и отривисто произнасяне на буквата, което почти не се влияе от езика и акцента, а почти навсякъде по света звучи еднакво. Не знаем дали горното е било известно на собствениците на множество компании по света, но като първа буква в имената на фирми и продукти тя се среща цели 9 пъти по-често, отколкото в "стандартния" английски текст.

Названията, започващи с буквите С, S и B се възприемат от клиентите като традиционни и класически, докато буквите X, Z, Q и V подсказват в много по-голяма степен новост и иновация. Освен това, буквите L, V, F и W се възприемат като женски, докато X, M и Z предизвикват по-скоро мъжествени асоциации. Това са само част от изводите направени от Strategic Name Development.

Като правило, при изборът на подходящо наименование трябва да се вземат предвид такива фактори, като броят на буквите, броят на сричките в думата, а за по-дългите названия се започва от броят на думите, леснота за запомняне, леснота за произнасяне, предизвиквани асоциации. Макар да е трудно да приемем, че изборът на успешно название може да се извърши по строго научен път, то за всеки случай някои са измислили и съответният термин за това – психолингвистичен анализ на думите. Може и да не ви свърши много работа, но определено ще повиши общата ви култура.

Буквата А получава почти пълен списък от положителни оценки (асоциации) – смел, активен, добър, красив и няколко други положителни епитети. Само от скромност не ги споменаваме всичките. Е, не губете кураж, не може всички да се казват Артър Адамс. За ваше успокоение, помага просто да имате в името буквата А, дори и да не е първа.

Важно е не просто с какво се асоциира вашето име, а и как то се отнася при сравнение с имената на конкурентните продукти. И запомнете: По името посрещат, но по работата изпращат!

Тема втора. Фирмен протокол

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ТЕМА:

1. Общуване на работното място. Правила за поведение и пътна карта за постигането им;
2. Външният социален статут - сигнал за професионалните способности;
3. Раздвоен имидж – спънка във Вашата кариера;
4. Визитките – задължителен атрибут на съвременния протокол;
5. Фирмен уебсайт.

ЦЕЛ: Възпитанието и уважението изискват абсолютно еднакво поведение в отношенията между началници и сътрудници, подчинени, ръководни кадри; постът, който се заема в офиса не бева да надделява над възпитанието. Във всякакъв вид отношения трябва да се изягват лъжите и преиначаването на информацията. Рано или късно истината излиза на яве, а този, който е излъгал, губи доверие. Това, което трябва да научите от тази тема, е: Как да общувате на работното си място и какво не бива да правите? Първите правила за добри маниери в обществото са създадени преди около 250 години от германския юрист барон Адолф Фридрих Лудвиг фон Книге.

1. Общуване на работното място. Правила за поведение и пътна карта за постигането им

Организациите достигнат целите си чрез ефективен обмен на информация. Ако хората не умеят да обменят информация по между си, ако не могат да общуват, те не могат да работят съвместно, както и да формулират цели и съвместно да ги постигат. Комуникацията представлява сложен процес, който се състои от взаимосвързани етапи. Всеки етап е необходим, за да може мислите правилно да бъдат възприети от лицето към което са адресирани. **Общуването е един вид свързващ процес, защото нито една дейност не може да се**

осъществява без обмен на информация. В основата на успеха на отделния човек или организация като цяло стоят ефективните комуникации. Обменът на информация е един от най-сложните процеси във всяка организация. Неефективните комуникации са един от основните източници за възникване на проблеми в организациите. Ефективно работещите ръководители са ефективни и в комуникациите – притежават уменията устно и писмено да общуват, както и добре да разбират как средата оказва влияние на обмена на информация.

Комуникацията е основна функция на всеки бизнес. Независимо дали е писмена или устна, тя е проводникът, чрез който бизнесът говори на своите потребители. Една организация, която осъществява ясна, съдържателна и ефективна комуникация с клиенти, партньори, акционери и обществеността, има добри шансове да изгради отношения на доверие и може да разчита на сътрудничество. Ан Мари Сабат, президент на признатата в САЩ фирма за протокол и етикет „At Ease Inc.“, твърди: *„Може да ви изглежда преувеличено, но истината е, че успехите в бизнеса се градят върху съюзите, а в основата на съюзите са взаимоотношенията. Изграждането на добри взаимоотношения ви дава възможност да постигнете по-нататъшни успехи!“*

Хората, които имат отлични постижения в изграждането и поддържането на взаимоотношения, използват спектър от умения и подкрепящи убеждения, за да го правят. **Целта на комуникацията е един човек да промени по някакъв начин друг. Следователно, общуването постига целта си, когато се постига желаната реакция и резултат. За да постигнат това, хората трябва да поемат отговорност за подобряване на общуването на своето работно място. Според Л. Бренан⁶ трябва да се спазва следната пътна карта:**

- **Стъпка 1** – Разработване на план за общуване. Директорите и мениджърите трябва да разработят план за общуване с подчинените си. При тези срещи се поставят и решават проблеми, делегират се права и отговорности, мотивират се служителите за постигане на целите, има

⁶ Бренан, Л. Бизнес етикет., Слънце, С., 2006, с. 45-49

обратна информация при решаване на проблемите и поставяне на задачите;

- **Стъпка 2 – Извършване на самооценка.** Човек има вродена потребност от поддържане на висока самооценка. В основата на самооценяването лежи бимодалността на човешкото съзнание. Тя се свързва със способността на човека едновременно да отразява и обективната действителност и себе си в тази обективна действителност. За да поддържа своята самооценка, човек обикновено търси информация от обективни източници. Ако не може да намери информация от тях, за да поддържа своята самооценка, човек търси информация от другите хора. Това трябва да са хора, които са от същото социално ниво (или близки до него). Самооценката може съдържа въпроси относно силните и слаби страни при общуването, като например:

Силни страни	Слаби страни
Много добри умения при водене на кореспонденция и изготвяне на документи.	Липса на увереност при разговор с висшестоящи и поемане на отговорност.
Поставям си цели за израстване в кариерата и допълнително обучение.	Изпитвам притеснения при презентации на делови форуми и срещи.
Притежавам умения за работа под напрежение и спазване на срокове.	Притеснявам се твърде много.

- **Стъпка 3 – Набелязване на списък с действия за преодоляване на слабите страни.** В този списък трябва да се съдържат действия, чрез които да се усъвършенстват силните и да се преодолеят слабите страни. Това може да стане чрез тренинги на работното място от наставници (коуч) или на специализирани тематични семинари. Важното е, да се преодолеят слабостите, които преди това правилно са формулирани и да се демонстрират силните страни;

- **Стъпка 4 – Изграждане на позитивни взаимоотношения.** За да се създаде впечатление за способен човек, демонстриращ

компетентност и умения за работа в екип. Тогава е възможно всеки да открие и усвои следните компетенции за осъществяване на ефективни взаимоотношения:

- ✓ Навици за работа с хора; активност, действеност;
- ✓ Творчество и Целеустременост;
- ✓ Внимание към детайлите;
- ✓ Упоритост, настойчивост;
- ✓ Позитивно настроение;
- ✓ Визия за бъдещето и Иновационна активност;

Веднъж създадени, първите впечатления трудно се променят, особено ако са негативни, защото хората са склонни да проявяват по-силна, по-дълготрайна и по-агресивна реакция към тях, отколкото към позитивните. **Затова е желателно да бъдат положени допълнителни усилия, да се усвоят позитивни принципи и навици, които казват:**

- Аз зная какво искам;
- Възнамерявам да го постигна;
- Имам стабилна позиция, подкрепена от факти;
- Аз съм готов да бъда отстъпчив, но ако не постигна споразумение с вас, ще отида на друго място.

Според К. Робинсън: “Независимо дали сме агресивни, настоятелни или отстъпчиви, в същото време можем да бъдем аналитични – което означава да анализираме всяко предложение и да оформяме обосновани и логични контра предложения, да бъдем гъвкави, което означава да търсим и предлагаме отстъпки и да вървим напред⁷”. Според автора успехът се създава сред широка гама от модели на поведение, която изключва пасивността. В полето на комуникациите няма място за истински пасивния тип личности, защото пасивната личност няма да прояви инициатива, нито ще вземе решения. Няма и да стигне върха.

Днешните правила за поведение на работното място са много по-различни от тези преди 20 години. За да направите положително

⁷ Робинсън, К. Как да печелим бизнес преговори. Бургас, 1992, с. 43

впечатление на подчинените си, както и за да изглеждате уверени, **обърнете сериозно внимание върху поведението си:**

- Наблюдавайте езика на тялото си. Седете и ходете винаги с изправен гръб - изправената стойка показва самоувереност и внушава авторитет;

- Когато разговаряте с някого и сте прави, избягвайте да държите ръце в джобовете или да ги кръстосвате пред тялото. Най-добре е да ги държите спокойно отпуснати край тялото си;

- Ако седите, не играйте с пръстените си, с химикалка или с косата си. Когато ви задават въпроси, изчакайте няколко секунди, преди да отговорите. Паузата при разговор винаги създава впечатление, че добре обмисляте това, което говорите. Освен това се старайте да говорите бавно и тембърът на гласа ви да не е нито висок, нито нисък. Пискливите гласове са дразнещи и се приемат за типично женски. В същото време е важно гласът ви да е достатъчно силен, така че хората около вас да ви чуват, без да се напрягат;

- И още нещо - за да имате успех в бизнеса, не приемайте лично отрицателните отговори, независимо дали идват от началник или подчинен. Не допускайте "не" да ви обезсърчи или ожесточи. Просто опитайте да постигнете желанието си на по-късен етап и при други обстоятелства;

- Повечето жени се обличат според настроението си и когато са в депресия или в стрес, не обръщат внимание на външния си вид. Не допускайте такава грешка - обличайте се подходящо за позицията, която заемате. Не забравяйте, че, когато изглеждате добре, ще се чувствате по-добре. Ето няколко препоръки по отношение на стила на обличане в унисон с фирмения протокол:

- ✓ черният костюм - черният костюм е класика във фирмения етикет- изтънчен и едновременно с това това ще ви предаде по-модерен и по-елегантен вид;

- ✓ костюм с пола до колената - този костюм, напомнящ много на дрехите създавани от Коко Шанел, ще си остане една от вечните класики. При него можем да комбинираме актуалния за сезона цвят с

черна пола. Този вариант ни дава много възможности за комбинация, като едновременно с това с него няма никога да изглеждаме старомодни;

✓ пола под колената - този вариант винаги ни предава нов, модерен и женствен вид в офиса. Една такава сатенена пола в някой от трите цвята- маслиново-зелено, кафяво и черно, си отива почти с всичко и би ни накарала да се чувстваме винаги уверени в себе си;

✓ "мъжки" панталони - ушитите по мярка панталони с мъжка кройка няма начин да не се впишат идеално в офис-етикета. Опитайте комбинацията от пуловер с дълъг и втален колан, или риза с жилетка комбинирани, естествено, с панталон;

✓ бяла риза с дълъг ръкав - бялата риза е просто необходимост за вашия гардероб;

✓ вълненото палто - вземете си елегантно палто в някой от пастелните цветове, за да си предадете един завършен външен вид. Все пак, неговата мода никога няма да отmine;

Разбира се, да съдим за себе си и за околните, по онова, което са облекли, е твърде повърхностно, защото не дрехите правят човека.

Облеклото ви е в състояние да изгради професионалната ви репутация или да ограби като разбойник част от доверието, което искате да вдъхнете. Всичко излишно или пресилено – било то накит, грим, прическа или дреха, ще навреди на имиджа. За добро или зло обаче, голяма част от всяко първо впечатление се основава на облеклото. Използваме дрехите като ключ към личността, към способностите и професионализма на човек.

Дрехите на деловия човек са нещо като униформа, която трябва да сигнализира на останалите, че сме „нахлузили” своя делови, професионален манталитет. И наистина повечето хора се държат различно, когато са облечени за работа – ще забележите, че стоят по-изправени, лицето им е по-сериозно, дори погледът им се променя. В началото на всяка седмица ние претърпяваме истинска метаморфоза – от уикенда към първия работен ден, като променяме не само облеклото си, но и държанието си, за да се превърнем в делови, забързани хора.

Подходящото облекло може да даде отражение не само на начина, по който изпълнявате работата си. То може да повлияе отрицателно на хората около вас, сътрудници и клиенти. Има фирми, които забраняват на служителите си да идват на работа с джинси, дънки и тениски. И съвсем не е странно, че са констатирани след това големи продажби.

Можете да научите много, ако наблюдавате погледа на хората, с които се срещате за първи път. Какво прочетохте на лицето на този бъдещ клиент? Че е приятно впечатлен? Или само се усмихна? Да ли пък не се подсмихна?! Вслушайте се и в онова, което казват колегите ви: „Охо, по какъв случай?“ или „Закъде си се издокарала така?“. Това вече е сигнал, че сте променили рязко обичайния си вид. А тук вече ще трябва да се преценява дали се готвите за среща с много важен потенциален клиент, или просто сте се натруфили като за прием, но не и като за работа. Вслушвайте се! Ако комплиментите за облеклото ви започнат да ваят час по час, да ли не се обличате неподходящо?!

Насочването на вниманието на околните към физическите ви прелести е, най-меко казано, неуместно, когато става въпрос за службата. Нали целта ви е хората да видят във ваше лице специалиста и да се отнасят към вас като към специалист?

Един от начините да сверим часовника си по отношение на това как трябва да се обличаме е да погледнем облеклото на колегите ни, които са се утвърдили и преуспяват в службата. Разбира се, няма да копирате сляпо, а ще възприемете от тях само онези неща, които се вписват в собствения ви стил, и онова, което ви е удобно. **При избора на деловия си гардероб ще спазвате всяко едно желязно правило: обличате се като за поста, който искате да имате, и като за образа, който желаете да създадете.**

Консултирайте се с продавачите на готово облекло. В много магазини има специални консултанти по облеклото. Достатъчно е да кажете, че искате да обновите облеклото си з работа, и те ще ви дадат компетентен съвет.

По-долу даваме и примерен въпросник относно вашето облекло – указани са само минималните стандарти за изисквания. Съобразете се с тях.

Освен това, винаги когато си купувате някаква дреха за работата си, задайте си три въпроса:

1. Подходяща ли е (за длъжността ми, за фирмата ни, за сезона, за региона, за климата)?
2. Стои ли ми добре?
3. Как ще ме възприемат с нея?

Е добре, нека сега да обсъдим всеки един от тези въпроси.

Предлагам ви *въпросник за проверка на облеклото*:

- Чисто, без лекета, по мярка;
- Огладено, включително яката;
- Без орфани места по яката и маншетите;
- Всички копчета са на място;
- Обувките са лъснати, без разкривени токове, скоро сте им сложили и подметки;
- Двуредното сако се закопчава с леснота (изправите ли се, го закопчавате!).

За мъжете	За жените
Фланелката не се вижда	Никакви презрамки на бельото не се виждат
Вратовръзката е добре вързана. Стига до средата на колана на панталоните.	Никакви очертаващи се под полата пликчета.
Чорапите са до средата на прасеца, не се смъкват.	Избягвайте дрехи, на които се вижда етикетът на производителя.
Бижутата са сведени до качествен часовник и един пръстен.	Проверявайте дали полата не е провиснала или с разшит подгъв.
Яката на ризата не е захабена.	Бижутата да се свеждат до качествен часовник, верижка на врата, обеци и само по един пръстен на ръка. Нищо лъскаво, крещящо и претенциозно!
Дрехите са чисти, без лекета.	Проверете дали хастарът на полата не се подава.
Обувките са почистени и лъснати.	Избягвайте маратонки. Най-подходящи са обувки с нисък ток!

- **Избор, който не крие рискове**

- ✓ Костюм: самото винаги може да се свали, когато искате да се чувствате по-непринудено. По-малко официален е от блейзер и сив панталон при мъжете или от рокля и костюм с панталон при жените;
- ✓ Тъмни и неутрални тонове: те излъчват авторитет. Светлите тонове или по-топлите тонове имат по-малка сила;
- ✓ Качеството: качеството само за себе си и има траен ефект. Доброто качество винаги си личи. Купувайте по-малко, но по-качествени неща. Когато избирате дрехите си, не забравяйте да си зададете въпроса: „Какъв образ искам да създам и пред кого?“

Все повече фирми въвеждат отново вътрешни правила за облеклото на сътрудниците си, за да избегнат липсата на правилна преценка, демонстрирана от техните служители, и най-вече неподходящото за деловата среда облекло – твърде натруфено, претенциозно или запуснато, развлечено, а понякога и твърде недостатъчно.

2. Външният социален статут - сигнал за професионалните способности⁸

Професорът по икономика в Cornell University, Роберт Х. Франк (Robert H. Frank), изучава зависимостите на външният социален статут на човека с това как околните възприемат неговите професионални способности. Представете си, че са Ви отправили несправедливо обвинение в някакво престъпление и Вие си търсите адвокат. Хипотетично си представете, че трябва да изберете между двама

⁸ Вж. <http://www.karieri.bg/show/?storyid>. Кристина Крънчева е завършила швейцарското училище за етикет и международен протокол Institut Villa Pierrefeu. Има лиценз за консултант по корпоративен етикет и международен протокол от The Protocol School of Washington®, САЩ. Фирмата "СМ консултинг" ЕООД организира обучения.

адвокати, за които Ви е известно, че са много добри юристи, но имат различен външен социален статут. Единият от тях е облечен с овехтял, купен в евтин магазин костюм от изкуствен плат. Към сградата на съда той пристига на ръждясала кола модел 1992 година. Другият е облечен в скъп костюм с безупречна кройка и кара ново BMW. Кого ще предпочетете да наемете?

Следвайки естествената логика на първичната сигнализация, най-добре е да предпочетете втория адвокат. Подсъзнателната логиката на това решение е следната: адвокатът вероятно е способен успешно да конкурира другите адвокати и е търсен професионалист, затова има по-високи доходи, затова има по-добър външен социален статут.

Разбира се, няма никакви гаранции, че адвокатът, който разходва повече средства за лично потребление, притежава по-добри професионални способности. Но в ситуацията свързана с риск, хората подсъзнателно действат, спазвайки законите на вероятностите. А тези закони подсказват, че е по-добре да се избере втория адвокат.

Когато важните решения са свързани с хора, които не познаваме добре, дори слабите сигнали относно техните способности, могат да се окажат решаващи. Показателен пример е решението да се наеме на работа един или друг кандидат. Първото впечатление от разговора с кандидата има много важно значение и както се казва, няма да имате втори шанс да направите първото впечатление. **Американските консултанти по наемане на работа винаги подчертават, че голямо значение при търсенето на работа има наличието на добър костюм и апартамент в престижен район.**

Дори когато потенциалният работодател е наясно с високите професионални качества на кандидата за работа, той винаги се интересува от характера на бъдещите отношения на кандидата с околните хора. А тези отношения зависят и от външния социален статут на човека. Най-вече това важи за работните места, предполагащи широки контакти с хора. Външните признаци за добър социален статут на човека укрепват шансовете му да постигне на обществен престиж.

Значението на външния статут като сигнал за способностите на човека е различно за различните видове дейности. Нивото на заплащането и способностите, които притежават научните работници, не винаги са свързани пряко. Повечето университетски преподаватели по света не се притесняват от старите си коли и старите си костюми, стига те да им вършат работа. Но за един banker, стремящ се да направи добра кариера, би било голяма грешка да се появи с раздрънкана кола пред потенциалните клиенти.

Професор Франк определя, че стимулите подбуждащи човека да харчи пари за предмети, подчертаващи социалния статут, са обратно пропорционални на обема и надеждността на независимата информация за неговите способности, достъпна на другите хора. Колкото повече информация имат хората за някакъв човек, толкова по-малко свързват своята оценка за способностите на този човек с неговия външен социален статут. С това може да се обясни, защо стилът на потребление на жителите на малките градове, където съществуват устойчиви социални връзки, силно се различава от стила на потребление на хората от големите градове. Гардеробът, който е необходим на един добър професионалист, може да струва 2 пъти по-скъпо, ако живее в голям град, отколкото ако живее в по-малък град или село.

По същия начин, тъй като надеждността на информацията за един човек нараства през годините, при по-възрастните професионалисти с годините намалява частта от дохода им, която те харчат за нещата, подчертаващи социалния им статут. По-възрастните хора имат по-уравновесена схема на финансови разходи – по-малко разходи за външната им презентация и по-обмислено харчене на пари като цяло.

Оценката на подбран с вкус гардероб, както и на марката на колата, е много относителна. За да правите добро впечатление не е достатъчно само да облечете чист и добре скроен костюм. Трябва да имате нещо по-изпъкващо от това, с което са облечени другите. Това стимулира да не правим икономии и да харчим повече пари за дрехи. Но, ако **всички** увеличат своите разходи за облекло, то относителното впечатление няма да се промени, защото **всички** просто ще се качат с

едно ниво нагоре. Както каза един спортен анализатор, ако всички зрители едновременно скочат от местата си, за да виждат по-добре полето, те ще видят точно толкова, колкото биха видели ако са останали по местата си.

За професионалисти, подчертава професорът, би било по-разумно да харчат по-малко пари за външния си социален статут, а да спестяват повече пари за старините си. Но ние сме склонни да пренебрегваме здравата логика и да отделяме голямо значение на външния си вид, защото той влияе върху оценката, която ни правят околните.

3. Раздвоен имидж – спънка във Вашата кариера

Понякога се случва така, че ви възприемат като професионалист само когато говорите по телефона. В същото време, когато хората ви виждат лично, забелязват, че не можете да постигнете подобно въздействие. Къде е проблемът?

Сигурно има някакво несъответствие между това как изглеждате и това, което говорите. Погледнете внимателно в огледалото и честно се запитайте, какво в същност прави това несъответствие? Какво притеснително бихте могли да откриете:

- Вие изглеждате като младо момиче или момче, като прическата и облеклото подсилват това впечатление;
- Може би имате нездрав вид;
- Може би сте прекалено притеснителни и “се губите” в присъствието на други хора;
- Облеклото ви може да изглежда немарливо и предава на околните неприятно послание;
- Имате занемарен външен вид;
- Облеклото ви е прекалено “евтино” и е купено от кварталната сергия;
- Стойката ви е отпусната и изглеждате свити и уплашени, не демонстрирате самочувствие;

- Имате нужда да се погрижете за кожата си или да посетите зъболекар.

Списъкът е безкраен, но отразява основните причини, поради които хората биха ви подценили при лична среща. Ако сте открили къде ви е проблемът, значи сте направили първата стъпка към неговото разрешаване. Съществуват много малко неща във физическото ни естество, които не можем да променим – да станем по-високи или по-ниски, например. Но съществуват доста неща, които можем да коригираме, поне малко. Няма нужда от обяснение, как да отидете на фризьор или зъболекар или как да си изгладите дрехите. Ако проблемът ви е само в това, че трябва просто да се погрижете за себе си, то можете да го решите със съвсем малко усилия.

По-бавно се коригират навиците, които сте придобивали дълги години (лоша стойка, потиснат вид, липса на самочувствие). Но понякога дори малки корекции могат да променят всичко! Разбира се, че всяка една промяна изисква да положите усилия, но те със сигурност ще бъдат възнаградени. Трябва само последователно да придобивате и да практикувате навиците, които биха допринесли за подобряването на вашия имидж.

Опитайте следните начини да подобрите имиджа си в очите на околните:



1. Сигурен вид. Трябва винаги да имате вид на сигурен в себе си горд човек, дори да се налага да се преструвате. Хубавото на този трик е, че показвайки себе си като сигурен човек, започвате да получавате положителни реакции от околните (те Ви вярват). Постепенно Вие започвате да се чувствате така както изглеждате (сигурно), а това от своя страна предизвиква още по-положителни сигнали в околните.

2. Установете и поддържайте зрителен контакт с хората.

Този лесен начин на въздействие винаги има много добър ефект, защото кара хората да мислят, че са интересни за Вас. Подсъзнателно смятаме, че човекът, който не ни поглежда в очите, нещо крие. В същото време, прекия поглед се възприема като признак на честните ни намерения. Ако се затруднявате да гледате хората в очите, започнете да тренирате пред огледалото или с близък приятел. Придобийте навика да поддържате зрителен контакт с всички хора с които контактувате в ежедневието си, дори със сервитьорите и продавачите. След време ще придобиете навик и без проблем ще гледате хората в очите и в служебната обстановка.

3. Силно ръкостискане. Отпуснатото ръкостискане предава твърде неблагоприятно послание. Ако се притеснявате, че имате този проблем, отървете се от него веднага! Как да се ръкувате? Стискайте ръката на другия човек достатъчно силно, без да му причинявате дискомфорт. Ако някой Ви подава ръката си с дланта насочена надолу, вземете я, но леко я завъртете така, че и двете ръце да се намират в еднакво вертикално положение. Без да казвате и една дума, ще покажете, че няма да позволите да Ви се качват на главата. Ако се притеснявате ръцете Ви да не са изпотени, дръжте под ръка пакетче носни кърпички. Винаги установявайте зрителен контакт с човека с когото се ръкувате.

4. Намерете “своята стойка”. Забелязали ли сте, че великите хора винаги ги изобразяват застанали във величествена поза. Ако искате да Ви възприемат като сигурен човек, трябва да имате съответната стойка. Трябва да си изработите персонална стойка, която най-добре подчертава достойнствата на Вашата фигура и в същото време Ви придава респектиращ вид. Не заплитайте краката си. Стойте твърдо, с изправени рамене и излъчвайте сигурност. Внимавайте да не се гърбите и в седнало положение. Практикувайте “своята стойката” всеки ден в рамките на 5-15 минути и след време ще свикнете да изглеждате по най-добрия за вас начин. Спортувайте за елегантна фигура и стойка.

5. По дрехите посрещат. Как се обличате? Ако за Вас е практика всяка сутрин бързайки за работа да нахлузвате първата дреха, която е изпаднала от гардероба Ви, значи можете да бъдете сигурни, че

хората смятат, че сте облечени зле. Подредете гардероба си и изберете дрехите, които Ви отиват и съответстват на работната среда и позицията Ви в служебната йерархия. Грижете се за себе си всеки ден от седмицата.

6. Направете добра прическа. Ако сте жена, гримирайте се леко. Бъдете чисти. Грижете се за дрехите и обувките си. Кажете твърдо “не” на износените обувки! *Светът гледа на нас така, както ние гледаме на себе си. Ако Вие уважавате себе си, то и околните ще го правят.*

4. *Визитките – задължителен атрибут на съвременния протокол*⁹

Някога, преди много години, през III век от нашата ера, в Китай, чиновниците в двора били задължени да приготвят специални хартиени картончета, на които каллиграфи изписвали имената и длъжностите на служителите. Така възникнали визитките. В Европа се появяват по-късно – през XVII век. Първите доказателства всъщност са за германски визитки от 1786 г. През XIX век вече получават широко разпространение. По това време се оформят и протоколните правила – как се изготвят, как се разменят, кое какво символизира.

Първоначално етикетът при създаване и размяна на визитки бил изключително сложен и с много символика. Развитието и до днес продължава в две основни направления. Условно могат да се нарекат за „имидж” и за „функционалност”. Визитките за имидж обикновено са изготвени по скъпи и нетрадиционни технологии, с екзотични материали или самата им изработка е твърде сложна и необичайна. Визитките за функционалност са семпли, с изчистен стил, предоставят бързо най-важната и необходимата информация за собственика.

В наши дни у хората се оформя вече някаква нагласа по аналогия с облеклото: „по визитката посрещат”... т.е. още от първата среща с визитката на човек към него могат да изпитат добри чувства, но могат да

⁹ Вж. <http://www.karieri.bg/show/>. Антон Иванов. Визитките – задължителен атрибут на съвременния протокол, 31 октомври 2007 г.

изпитат и неприязън. Всяка една визитка по същество е една рекламна „миникампания“ – собственикът или рекламира себе си или учреждението, в което работи.

Основното предназначение на визитката е да дава информация за личността и бизнеса на притежателя. Според начина на оформяна и количеството информация, която се съдържа във визитката, различаваме следните видове:

- Соред собствеността:
 - ✓ визитки за висши началници – само с името и длъжността;
 - ✓ дипломатически визитки – не е задължителен адрес; вместо лого се поставя герб или държавно знаме;
 - ✓ фирмени – могат да нарушават правилата на етикета, защото са и рекламни, не са обвързани с конкретен човек, а с цялата фирма или подразделение на фирмата;
 - ✓ делови визитки – за бизнес контакти, семпли по оформление и съдържание;
 - ✓ лични – позволяват по свободни правила и характеризират конкретната личност;
- Според предназначението:
 - ✓ визитки за запознанство – само име и фамилия, често се използват при сложни или странни за писане или изговаряне имена;
 - ✓ информативни визитки – това е най-често срещания вид визитки – изпълняват основното си предназначение – да дадат основната и най-важна информация за собственика или фирмата, а понякога и за собственика и за фирмата; предоставят максимално кратка и максимално подробна информация;
 - ✓ специални визитки – със специално предназначение, например визитки на застрахователи, изготвени на самозалепващо се фолио – това позволява да бъдат залепвани на стъклата на застрахованите автомобили;

- ✓ представителни – включват само общи фирмени данни и най-често се отпечатват за конкретно мероприятие – конференция, семинар и др.;

Класификация може да се направи и по начина и вида на оформяне, но по-важното е да дава необходимата и достатъчна информация за собственика, а самото оформяне е дизайнерско решение и може да се направи за имидж или за функционалност. **Съдържанието най-общо трябва да включва:**

- Пълно юридическо название на институцията;
- Име, презиме, фамилия, звание;
- Длъжност и сфера на работа;
- Номер на служебния телефон;
- Номер на домашен (мобилен) телефон при необходимост;
- e-mail;
- Други данни, каквито желае собственика.

Няма строги правила при отпечатването, но препоръчително е да се спазват някои общоприети правила, като: препоръчват се малко цветове - максимум четири; един-два четливи шрифтове; (едва ли ще се зарадва някой на визитка с толкова калиграфски изписан красив шрифт, от който не може да се прочете името); гърбът се използва, само ако е необходимо, и то за някое от следните неща:

- ✓ карта на местоположението на фирмата;
- ✓ услуги;
- ✓ допълнителни телефони;
- ✓ дата и час, ако играе роля и на талон.
- ✓ на друг език – други визитки. В България е нормално на гърба да има английски вариант, но в някои страни това е израз на лош вкус

Много трябва да се внимава за недопускане на грешки или изписване на невярна информация. Визитки с правописни грешки – изхвърлете ги! Нима искате да се представите като немарлив и неграмотен още на първата среща? Препоръчва се използване на лого и слоган (девиз). Ако нямате такива, измислете си. Хубаво е

логото да е създадено от професионален дизайнер, художник. Слоган може да си измислите и сам, но внимателно – две три думи са, но ви характеризират като човек или специалист в дадена област.

Снимката на визитката е много противоречиво явление. В някои страни това е проява на изключително лош вкус, в други е много модерно. За да се избегнат конфузни ситуации, по-добрият вариант е да не е със снимка.

Визитките са и своеобразни рекламоносители, но е желателно рекламата в тях да е в неявен вид или съвсем семпла. Някои хора си мислят, че колкото по-скъпа е дадена визитка и по-нетрадиционна технологията на изготвянето ѝ, демонстрира по-висок имидж в обществото. Трябва изключително много да се внимава с това мнение, тъй като границата между демонстрация на имидж и кич е съвсем крехка и трудно доловима.

Размяна на визитки се извършва при следните случаи:

- Първа среща;
- При запознаване;
- В началото на делови разговори, преговори.

Получилият е длъжен да отговори със своята визитка или да се извини с обяснение за причините плюс обещание при първа възможност да изпрати своя на другия. Визитката се подава така, че този, на когото се дава, удобно да може да започне да чете съдържанието на визитката още преди да я е поел със своите ръце.

При даване на чужди визитки от името на собственика им трябва да се спазват определени правила. Забележете, че това е различен случай от горния и е допустим. **При връчване по друг човек е прието да се сгъва определен ъгъл – горен или долен ляв.** Тъй като символиката на това сгъване е загубена с годините и се тълкува по различен начин, сгъва се целия ляв край на визитката или още по-добре да се изписват на нея или съпровождащ лист (поздравителна картичка) общоприетите за това съкращения, идващи от френски език и запазили се и днес. Ще ги намерите в края на тази статия. Това може да се случи

например при пристигане на член на дипломатическия персонал. Той изпраща на съответните сътрудници в министерството на външните работи своята визитна картичка, придружена от визитната картичка на шефа на дипломатическото представителство на страната си.

Визитки могат да се изпращат и по пощата с обяснение на причините за изпращане, най-често с общоприетите съкращения в края на статията. Изпращането на визитна картичка по начало заменя една визита. Отговаря се с визитна картичка в срок от 24 часа. По учтиво е съответното лице да занесе визитната си картичка лично. При изпращане на визитни картички, които заменят или връщат визити, в долния ляв ъгъл се вписва ръкописно съответното съкращение, който заменя определени думи. Тези съкращения могат да бъдат следните:

- ✓ p. f. (pour feliciter)- за поздравление;
- ✓ zsvr тел.... – за отговор на телефон ...;
- ✓ p. f. N. A. (pour feliciter Nouvel An) - за поздравление по случай национален празник;
- ✓ p. p. (pour presenter) - за задочно представяне;
- ✓ p. f. c. (pour faire connaissance) за запознаване и израз на задоволство;
- ✓ p. c. (pour condoleance)- за изказване на съболезнования;
- ✓ p. r. (pour remercier)- за изказване на благодарност.

5. Фирмен уебсайт¹⁰

Изглежда логично всяка фирма да инвестира в изграждането на фирмен сайт, за да направи присъствието си в Интернет запомнящо се и полезно – за себе си и за своите настоящи и потенциални клиенти. Но много често потребителите се сблъскват със сайтове, които са остарели, неподдържани и неиздържани откъм визия и идентичност. А от своя страна маркетинг мениджърите, заемайки се с на пръв поглед лесната задача да обновят или изградят наново корпоративния уебсайт, се

¹⁰Вж. <http://internetreklama.com/web-design/company-website-vivatel>. Галина Радичева, Маркетинг мениджър Електронни комуникации Vivatel, Фирмен уебсайт в девет стъпки.

сблъскват с процес, който много често отнема в пъти повече от предвиденото време и ресурси, а резултата се разминава с първоначалните очаквания.

В голяма степен тези трудности се дължат на подценяване на отделните фази, през които преминава процеса по изграждане на фирмен уебсайт. Ако трябва да бъдат обобщени, отделните стъпки могат да бъдат групирани по следния начин:

Първата стъпка е свързана с вземане на решение кой ще изработи вашия уебсайт. Тук възможностите са няколко – да изберете уеб агенция, да наемете фриленсър, да го направите сами. Последното не е препоръчително, особено ако ви липсват дългите години опит в изграждането на уебсайтове. В случай, че решите да изберете агенция или специалист на свободна практика, първо трябва да подготвите бриф, в който да опишете всичко, от което имате нужда, както и задължителните елементи.

Стъпка номер 2 е създаването на брифа. За него трябва правилно да дефинирате целите си и да дадете отговори на основни въпроси. На първо място каква е целта на сайта – да бъде чисто информативен, средство за реализиране на продажби, в което се предлагат и закупуват услуги в реално време, правят се резервации, запитвания. Целите могат да бъдат и комбинирани. Важен въпрос е каква е целевата аудитория, защото в някои случаи се получават разминавания между реалната целева група и частта от нея, които са интернет потребители (трябва да се има предвид като цяло по-ниската възраст на интернет потребителите). Друг важен въпрос е каква е маркетинговата идея за визията, която трябва да се наложи – дали строго бизнес и корпоративна или по-разчупена, както и какви са планираните рубрики и функционалности и дали смятате освен тези, от които непосредствено имате нужда да разработите допълнителни, които да привличат потребителите и да увеличават престоя им на сайта. Въпросът със съдържанието също на пръв поглед изглежда далечен, но тъй като подготовката му отнема време е важно да се реши още в началото дали ще се използва готово съдържание (от стар сайт например) или ще се нуждаете от услугите на копирайтьр, както и агенция, която да преведе

съдържанието на допълнителни езици. Важно е да решите колко често и кое е съдържанието, което ще се наложи да обновявате. Рубриките като новини, продукти и т.н. принципно се нуждаят от честа актуализация, затова е препоръчително от самото начало те да се зложат като динамични. Това означава, че тяхната разработка ще бъде малко по-скъпа, но те ще бъдат управлявани от Система за Управление на Съдържанието (CMS). Тази система представлява потребителски интерфейс, който ще ви дава възможност сами да добавяте, коригирате и премахвате рубрики от сайта, дори да дефинирате различни нива на достъп и права за всеки от потребителите.

Допълнителни въпроси са тези за специфични изисквания към технологията и корпоративните изисквания – лого, цветове, задължителни елементи. Не на последно място стои въпросът за бюджета, който може да отделите, както и този за крайните срокове, в рамките на които искате да е готов вашият уебсайт. Стандартното време за разработка на средно сложен сайт отнема около месец и половина.

Трябва също да решите дали ще използвате съществуващ домейн или ще ви бъде необходимо да регистрирате нов. Отговорите на всички тези въпроси е добре да намерят място в заданието, което ще изпратите на компанията-разработчик. Ако пък не сте успели да изберете първо агенция, брифа ще ви помогне да сравните параметрите, цените и сроковете, които бихте получили от различните уеб агенции или фрилансери.

След като сте избрали подходящата агенция и сте установили комуникация с нея, следващата *стъпка*, *трета*, се състои в получаване на писмена спецификация на проекта, която включва детайлно описание и схеми на всички рубрики и функционалности (например как точно е представен даден продукт – с име, текст, снимка, цена и др.), избраните технологии за разработка, членовете на екипа, както и времева схема, описваща времето за разработване на всеки етап и заложените срокове за одобрение от страна на клиента. Този етап обикновено отнема 3-5 дни и завършва с подписване на приемо-предавателен протокол от двете страни.

Стълка 4 е разработване на поне две графични концепции от страна на агенцията, дело на два отделни творчески екипа. Концепциите трябва да бъдат представени в рамките на 5-6 дни след одобрение на спецификацията. Всяка от тях трябва да представя конкретна визия за началната страница и поне една вътрешна страница. Ако те се нуждаят от корекции или въобще не съответстват на търсената визия, агенцията трябва да коригира това. Важни елементи са подбора на допълнителни елементи – снимки (използването на лицензирани rights-managed или rights-free снимки от Getty е добър вариант), флаш анимация или звук. Изборът и одобрението на една от тези концепции завършва с приемо-предавателен протокол.

Стълка 5 се състои в самото разработване на сайта – моделиране на базата данни, разработване на Системата за управление на съдържанието, имплементиране на избраната графична концепция в разработената функционална структура и въвеждане на съдържание.

Стълка 6 е сравнително кратка и през нея се тества разработения сайт и се премахват грешки. Важно е в този етап да участват и двете страни, за да може своевременно да се отстранят неточностите.

Стълка 7 се състои в избора на хостинг компания и самото стартиране на сайта, с което завършва процеса по неговата разработка. Един път направен, сайтаът има нужда да се поддържа и обновява.

Стълка 8. Необходима е както техническа поддръжка (нови версии софтуер, дупки в сигурността, закупуване на повече памет при необходимост), така и качествена поддръжка – публикуване на новини за компанията и своевременно актуализация на продуктовото съдържание. Средният “живот” на сайта е около 2 години – това е времето, за което стандартите в web се променят достатъчно, за да започне сайта да изглежда остарял.

Последната – *девета стълка* се състои в промотиране на сайта. Препоръчително е адресът му да присъства във всички offline средства за комуникация на компанията (визитки, бланки, брошури, каталози и др.) като източник на повече информация. Промотирането най-често се извършва чрез банери, игри, промоции, оптимизация за търсещите машини с цел да се увеличат посещенията, линкове на други,

партньорски сайтове. Не на последно място е добре за специалните случаи на сайта да се подготвят специални инициативи – интересни елементи в дизайна, които да отразяват настроението на празника, специални промоции или игри с награди.

По този начин, с необходимите усилия вашият фирмен сайт ще се превърне във вашата представителна и надеждна визитка в Интернет, в желан и използван източник на информация за вашите клиенти и средство за контакт с тях.

Способността ви да общувате успешно чрез Интернет или писмено е умение от основно значение в съвременните делови отношения.

РЕЗЮМЕ НА ТЕМАТА:

Комуникацията представлява сложен процес, който се състои от взаимосвързани етапи. Всеки етап е необходим, за да може мислите правилно да бъдат възприети от лицето към което са адресирани. Общуването е един вид свързващ процес, защото нито една дейност не може да се осъществява без обмен на информация. В основата на успеха на отделния човек или организация като цяло стоят ефективните комуникации. Обменът на информация е един от най-сложните процеси във всяка организация. Неефективните комуникации са един от основните източници за възникване на проблеми в организациите. Ефективно работещите ръководители са ефективни и в комуникациите – притежават уменията устно и писмено да общуват, както и добре да разбират как средата оказва влияние на обмена на информация.

Комуникацията е основна функция на всеки бизнес. Независимо дали е писмена или устна, тя е проводникът, чрез който бизнесът говори на своите потребители. Една организация, която осъществява ясна, съдържателна и ефективна комуникация с клиенти, партньори, акционери и обществеността, има добри шансове да изгради отношения на доверие и може да разчита на сътрудничество.

Хората, които имат отлични постижения в изграждането и поддържането на взаимоотношения, използват спектър от умения и подкрепящи убеждения, за да го правят. Целта на комуникацията е един човек да промени по някакъв начин друг. Следователно, общуването

постига целта си, когато се постига желаната реакция и резултат.

КЛЮЧОВИ ДУМИ И ТЕЗИСИ:

- Пътна карта за общуване;
- Раздвоен имидж;
- Визитки;
- Фирмен уебсайт.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:


1. Райзнер, Н. Наръчник за създаване на бизнес контакти. С., 2003;
2. Робинсън, Д. Бизнес етикет. С., 2001
3. Сабат, Э. Бизнес етикет. Москва, 2000.
4. Слоун, П. Бизнес мисленето. С., 2006
5. Ърбън, Х. Златните думи. С., 2005.

КОНТРОЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА:

1. Общуването на работното място изисква ли прилагане на строги правила за поведение?
2. По какви сигнали разпознаваме наличието на професионални способности?
3. Възможно ли е раздвоеният имидж да се окаже спънка във Вашата кариера?

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА

1. Каква е ролята на Визитките в съвременния протокол?
2. Фирменият уебсайт – задължителен ли е?

Винаги имаш два избора! 

Джери е мениджър в ресторант. Винаги е в добро настроение. Винаги, когато някой го попита как е, отговаряше: "По-добре от това не може да бъде!"

Голяма част от персонала напусна, когато той реши да си смени работата... и тръгна с него... от ресторант в ресторант. Защо? Защото Джери умееше да мотивира хората. Ако някой от колегите му имаше лош ден, Джери винаги беше до него, за да го успокои и да му покаже позитивната страна на ситуацията.

Забелязвайки това, станах любопитен. Един ден отидох при него и го попитах:

"Не разбирам, никой не може да бъде позитивен целия ден, как успяваш?"

Джери се усмихна и ми каза: "Всяка сутрин се събуждам и си казвам, днес имаш два избора - добро или лошо настроение. Винаги избирам доброто настроение. Всеки път като се случи нещо лошо си казвам, имаш два избора – да бъдеш жертва или да учиш от ситуацията. Винаги избирам това да уча. Когато дойде някой при мен и почне да ми се оплаква, имам два избора - да слушам оплакванията му или да му изтъкна позитивната страна на живота. Винаги избирам позитивната страна".

"Но това не е всеки път така лесно", казах му аз.

"Напротив, лесно е" - каза Джери - "всичко в живота се върти около избора, всеки път, когато решаващ нещо, всичко е въпрос на избор. Решаващ как ще реагираш в дадена ситуация. Решаващ как другите ще повлияят на твоето настроение. Избираш добро или лошо настроение. Избираш как ще ти протече живота."

От него научих, че всеки ден имаш избор – да се наслаждаваш на живота или да го мразиш. Единственото нещо, което си е само твое и което никой не може да ти отнеме е твоето настроение. И ако малко водиш сметка какво е то, всичко в живота е по-лесно.

<http://teacher.bg>

Тема трета. Бизнес етикет

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ТЕМА:

1. Какво е бизнес етикет?
2. Какво не е етикет: Митове за маниерите;
3. Изследване на неуспеха;
4. Начини за справяне с оплакванията;
5. Обществени „табута”.

ЦЕЛ: Може да се каже, че деловият етикет е външно изражение на вътрешния морал и култура на човека. Той се базира на здрав разум, свобода (на общуване, на изказ), етичност, консерватизъм и ефективност. Означава маниер, начин на поведение в обществото. Съвременният делови човек следва и спазва тези норми на поведение. Вижте как ...

1. Какво е бизнес етикет?

Бизнес етикетът е “съвкупност от правила, норми и техники за успешно делово общуване и поведение, приложими в различни ситуации и сфери на работа”¹¹. И още: „етикетът е съчетание от традиции, основани на учтивостта, ефикасността и логиката, които са еволюирали през вековете. Той предоставя система, в която да се оперира”¹².

В България, както навсякъде другаде по света, хората занимаващи се с бизнес дела споделят определен брой правила и условности, които определят поведението на всеки в живота и обществото. Тези правила формират това, което наричаме учтивост, благоприличие, добри маниери или още бизнес етикет. Тези правила улесняват отношенията между хората, като допринасят за създаването на една хармония в деловите кръгове. Те дефинират какво се очаква да се направи, какво е забранено и какво е позволено в определени ситуации. Диктуват

¹¹ Бренан, Л. Бизнес етикет. С., 2006, с. 10

¹² Пачтър, Б. и др. Бизнес етикет. С., 1999, с. 23

задълженията на всеки в йерархията на обществото, между мъжете и жените най-общо казано. Често тези правила позволяват да се установи за дадена личност мястото ѝ по отношение на нормата: игнорирането ѝ говори за липса на образованост и обратно съобразяването с благоприличието говори за наличието на определени положителни качества.

Хората занимаващи се с бизнес отдавна са разбрали, че техническите и търговски познания не са достатъчни за добри резултати в динамичния бизнес климат. Днес всеки се нуждае не само да бъде талантилив в своята област, а също и да бъде човек с приятно поведение при общуване в обществото, със знания относно бизнес етикета както и в управлението на впечатленията за своята личност, които да прилага ежедневно. Всеки се гордее със себе си, когато успее да се отличи с най-доброто. При някои хора тези умения да развити до степен на изкуство.



2. Какво не е етикет: Митове за маниерите

Има какви ли не митове за добрите обноски. Някои хора смятат, че изисканите маниери ви превръщат в лигльо или сноб или че ви пречат да бъдете „естествени“. Други вярват, че овладяването на добрите маниери е сложно изкуство и отнема много време. Нищо от това не е вярно.

Защото можете да бъдете едновременно и силни, и учтиви. Не се иска да сте невъзпитани и брутални, за да сте силни. В действителност този, който мотивира другите чрез страх, притежава по-малко сила и власт, отколкото някой, който управлява нещата с вежливост. Не сте ли по-склонни да направите много повече за онзи, който се отнася с уважение към вас?

За нещастие много хора смятат етикета за снобизъм. Твърде често хората наистина използват своите познания на протокола като

израз на превъзходство над другите. Такива самозвани блюстителите на протокола постоянно наблюдават другите, за да отсъдят дали те демонстрират подходящо поведение. Фактически снобизмът е признак на лошо възпитание. Добре възпитаният човек използва своите познания, за да създава комфорт за всички.

Изискванията на етикета не потискат индивидуалната изява. Не трябва да издевателствате над личността си, за да бъдете учтиви. (Освен ако, разбира се, не смятате грубостта за неделима част от вашия характер.)

Вие пак можете да се шегувате, но без да наранявате никого. Можете да имате иронично отношение към живота, без да се отнасяте с пренебрежение към другите. Можете да бъдете прями, без да сте груби. Бизнесетикетът дава възможност за най-различни схеми на поведение.

Повече време ли отнема да се вършат нещата учтиво? Не. Може да мине време, докато се научим да прилагаме изисканите маниери – както е необходимо време, за да включим всяко ново поведение в ежедневието си.

Напротив, добрите маниери ще ви спестят време, защото няма да се налага да успокоявате наранени чувства или да поправите съкрушителни грешки. Етикетът изисква малки инвестиции, достатъчни за реализирането на големи печалби.

Най-доброто от всичко е, че след като разберете основите на етикета и някои от причините за правилата, ще видите, че добрите маниери не са чак толкова сложни. След като се запознаете с основните насоки, няма да е трудно да ги прилагате и те ще ви освободят от дискомфорта на несигурността и вечния страх да не обидите някого.

3. Изследване на неуспеха

Какво отражение могат да имат лошите маниери върху една кариера? Те могат да поставят бариера пред професионалното издигане и в най-лошия случай – да доведат до уволнение. Разгледайте това изследване на неуспеха. Когато можете, си помислете и за това, че

личността, за която става въпрос, може да е най-образованият и най-опитен служител на компанията или най-квалифицираният кандидат за работа, просто лошите му маниери са наклонили везните в негов вреда.

4. Начини за справяне с оплакванията

Има три начина, по които може да получите оплакване: по телефона, в писмена форма или очи в очи. Във всички случаи оплакването трябва да се разгледа с предимство, а не да бъде заровено на дъното от купчината от неща, „които трябва да се свършват“, защото това изисква определено време.

Ето няколко съвета, съобразени с бизнес етиката, за това как да действате, когато получите оплакване по телефона, в писмена форма или очи в очи.

По телефона:

1. Изслушвайте оплакването докрай – не се изкушавайте да прекъсвате или говорите повече от човека, който се оплаква.
2. Насочете цялото си внимание към човека – не си мислете, че може да слушате и в същото време да четете нещо друго. Ще създадете впечатление, че не се интересувате.
3. Учтиво задавайте въпроси, за да потвърдите, че разбирате оплакването. Не карайте човека да мисли, че изобщо не е трябвало да се оплаква или да се чувства като поредния оплакващ се.
4. Погрижете се човекът да разбере, че към оплакването му се отнасят сериозно и ще предприеме нещо в рамките на определено време. „Г-жо Съливан, ще ви се обадя до 11, 15 часа, за да ви кажа точно се случва“ звучи по-успокоително отколкото „Г-жо Съливан, ще ви се обадя около обяд“.
5. Ако кажете, че ще се обадите – направете го.
6. Ако не можете лично да се заемете с оплакването, информирайте подробно този, който ще се заеме, и се обадете на оплакващия се, за да го уведомите какво се случва и защо сте прехвърлили оплакването на друг.

7. Погрижете се човекът, който се оплаква, да остане удовлетворен от решението и недоволният човек вече е доволен.

В писмена форма:

1. Прочетете внимателно писмото, като отбелязвате най-важните моменти.

2. Ако имате някакви съмнения, че ще се справите с отговора, посъветвайте се с началника си. Помислете върху оплакването и отидете при него с предложение как да се занимаете с оплакването. Не очаквайте просто да прехвърлите целия проблем на него, за да го разреши.

3. Отговорете професионално в рамките на 24 часа, като се придържате към фактите, и заявените ясно какво възнамерявате да направите по въпроса.

4. Винаги предоставяйте цялото си име и телефонния си номер, за да може човекът да се свърже с вас.

5. Погрижете се това, което кажете, че ще бъде направено, наистина да бъде направено.

6. Обадете се на човекът по телефона веднага щом проблемът е разрешен, за да се уверите, че всичко е наред.

7. Помнете, че написаното съществува „черно на бяло“. Ако не сте сигурни за нещо, което сте написали, дайте писмото за проверка на началника си или, ако е необходимо, на правния отдел на компанията.

Очи в очи::

1. Поддържайте добър зрителен контакт, докато изслушвате оплакването.

2. Първоначално не водете бележки. Ако слушате това, което човекът казва, ще запомните достатъчно подробности, за да можете да зададете смислени въпроси.

3. Задавайте отворени въпроси – използвайте „шестимата честни човека“ на Ръдиард Киплинг, които наистина ме научиха на всичко, на име Какво, Защо, Кога, Как, Къде и Кой – за да съберете повече информация. За да потвърдите, че разбирате за какво точно се отнася оплакването, използвайте затворени въпроси. Започвайте изреченията

си с „Мислите ли, че”, „Бихте ли”, „Можете ли”, за да получите отговора „да” или „не”.

4. Придържайте се към учтивия подход – внимавайте да не започнете да се държите покровителствено или самодоволно.

5. Уверете човека, че оплакването му ще бъде прието сериозно, и му, кажете какво и в какъв срок ще направите, за да разрешите проблема.

6. Ако оплакването се окаже неоснователно и не е направено злонамерено, не се подсмивайте, сякаш искате да кажете „Този път не спечели, а?”. Коментар от типа на „Доволен съм, че успяхме да разрешим това заедно” ще постигне резултат, от който и двете страни печелят, и често може да постави началото на дълготрайни делови взаимоотношения.

Ето и няколко съвета какво трябва и не трябва да правите, за да сте сигурни, че оплакванията, които получавате, ще имат положителен резултат:

Да	Не
Възприемайте оплакването като възможност да изградите по-добри делови взаимоотношения.	Не карайте човека да чувства, че създава неприятности или дразни.
Поставяйте оплакването най-отгоре в купа с нещата, които „трябва да свършите”, и отговаряйте на писмени оплаквания в рамките на 24 часа.	Не отлагайте разглеждането на оплакване – колкото по-дълго се бавите, толкова по-трудно е да постигнете положителен резултат.
Слушайте внимателно, когато получавате оплакване	Не бъдете многословни и не прекъсвайте човека в началото на оплакването.
Задавайте отворени въпроси, за да поучите информация, и затворени, за да постигнете съгласие.	Не карайте човека да се чувства като на разпит
Помолете началника си за да ви разясни какво може или не може да кажете, в случай че се съмнявате във възможността да се справите с някое оплакване.	Не се заемайте с нещо, което не е в правомощията ви.
Изпълнявайте това, което сте казали.	Не казвайте на някого, че ще се обадите до определен час, без действително да го направите.
Поддържайте добър зрителен контакт, когато получавате оплакване очи в очи.	Не се дръжте самодоволно или покровителствено.
Уверете се, че оплакващият се е доволен от разрешението.	Не предполагайте, че само защото са предприети някакви мерки за разрешаване на оплакването, човекът ще бъде доволен.
Предоставяйте цялото си име и телефонния си номер, така че оплакващият се да има лице за контакт.	Не забравяйте да благодарите на човека, който се оплаква, че ви е уведомил за лоша услуга или некачествен продукт

Във всяка компания екипът от мениджъри трябва да е наясно колко оплаквания се получават и колко добре биват разглеждани. Ако организацията, в която работите, се отнася сериозно към задоволяването на клиента, ще имате начин да проследявате оплакванията. Като мениджъри, способността да подкрепяте хората, които работят със и за вас, когато за някое оплакване са нужни по-голямо правомощия, показва, че всички сфери на обслужването са застъпени в плана ви за общуване, и не е оставена вероятност това да стане поредната тема за обсъждане от страна на любителите на клюките.

5. Обществени „табута“

Колко често сте се оказвали в неловка ситуация, без да знаете какво да направите, за да прикриете смущението си. Колко неприятно може да бъде това! Ако знаете как да се справите със смущаващите ситуации и обичайните неприятности, които може да възникнат на служебни светски събития, ще се почувствате по-уверени. Затова нека започнем с този постоянен враг на всички.

- **Тялото като враг** - всички ние трябва да знаем как да се справяме с онези трудни моменти, когато нашето тяло прави смущаващи неща, докато сме в компания. Въпреки че хуморът често облекчава неловкото положение, не позволявайте това да стане твърде шумно или ситуацията ще стане още по-неловка. Ето какво не бива да се допуска на обществени места:

- ✓ **кихане** - това не би трябвало да е колективно изживяване, така че ако почувствате, че ще кихнете, поставете ръка пред устата си още щом почувствате гъделичкане в носа, опитайте се да покриете напълно устата си и да обърнете глава настрана, преди да се чуе „апчих“. „Извинете“, казано с извинителен тон, приключва случващото се;
- ✓ **кашляне** - кашлянето и пръскането на слюнка, съпроводени от страховит шум, отблъскват повечето хора. Когато кашляте, устата ви трябва да е покрита и главата ви да е

обърната встрани от околните. Ако имате секрети, използвайте носна кърпичка ... но моля, в никакъв случай не разглеждайте съдържанието ѝ;

- ✓ **хълцане** - не е ли ужасно? Казват, че причината за него е напрежението и обикновено започва в най-подходящия момент – по средата на разговор с нов клиент. Единственото, което можете да направите, е да се оттеглите в тоалетната (а това е доста натоварено място, нали?), да се опитате да дишате дълбоко или бавно да пиете вода. Не забравяйте да се извините, преди смутени да се отдалечите тичешком;
- ✓ **лош дъх** - ако стомахът ви функционира добре и редовно ходете на зъболекар, миете и почиствате с конец зъбите си два пъти на ден, това не би трябвало да ви засяга. О, снощи сте яли кърри или чесън? Тогава излезте веднага с освежителя за уста. Винаги го носете със себе си, за да не изпитвате притеснения;
- ✓ **прозяване** - това е друга ситуация, в която трябва да поставяте ръка пред устата си, и без много шум. Поставете ръка пред устата си и тихо кажете: „О, много се извинявам, не спях добре снощи” – това е достатъчно;
- ✓ **къркорещ стомах** - зависи къде ще се случи и с кого сте. Желателно е да кажете: „Извинете – сигурно приближава обяд”, ако къркоренето ви е явно, но ако можете да не му обръщате внимание, направете го.

И така, след като тялото ни като враг бе победено, нека помислим как да се справяме **с инциденти на масата**, отегчителни и пияни хора.

- **Как да се справяме с инциденти на масата** - ако се случат инциденти на масата като разливане на храна или напитки, използвайте салфетка, за да почистите, докато сервитьорът се притече на помощ. Извинете се веднъж на гостите и на сервитьора и излезте от ситуацията с възможно най-малко шум;

- **Как да се справяме с досадници** - досадниците обикновено се разделят на две категории: човекът, който не спира да говори, защото е нервен, и човекът, който така и не се е научил да изслушва другите. Един добър начин да се справите с добродушните досадници е като ги въвлечете в диалог, като често ги прекъсвате учтиво и задавате въпроси. Това в много случаи помага на нервните досадници да се почувстват по-уверени и в крайна сметка да съумеят да задават онзи мил въпрос „Какво мислите вече?“.

Отиването до тоалетната е първата реакция, с която отрязваме досадниците. Но това е рисковано – ако те са от същия пол като вас, може да ви последват и там. **По-безопасно** е да намерите някого, с когото трябва да говорите спешно. **По-ловко** е да се извините, че отнемате цялото внимание на досадника и да предложите и двамата да поговорите с други хора наоколо.

Неразумно е да представите досадника на някой друг, защото този някой може да се окаже важен бизнес партньор, който ще запомни жеста ви.

Опасно е да се оплачете, че задушната атмосфера не ви се отразява добре и се нуждаете от разходка – досадникът може да реши, че се чувства по същия начин.

Да го изтърпите често е единственият начин, особено ако досадникът е важен клиент или заема висок пост в компанията ви. В този случай може да се опитате да останете будни, като непрекъснато сменяте темата. Това действа при повечето досадници, защото щом като чуват собствения си глас, те не се притесняват много какво казват. Така че, не се притеснявайте да ги прекъсвате през приемливи интервали, особено когато започвате разговора с вариации за тема: „Интересно ми е да чуя вашето мнение за ...“ Номерът тук е да съумеете да запомните кои теми вече са били обсъдени.

Никак не са малко служебните тържества, на които се наблюдава грозно погазване на обществените табути. Повърхностно е да се смята, че служебните тържества са просто повод за ядене, пиене и забавления с клиенти и колеги. Много често изобщо не се взема под внимание

факта, че такива събития са „маскирани” бизнес срещи, където има изобилие от възможности за установяване на ефективни комуникации.

Какво е позволено и какво не е – вижте:

Да	Не
Използвайте хумор, за да облекчите потенциално смущаваща ситуация.	В смущаващата ситуация не си позволявайте твърде остър или унизителен тон.
Слагайте ръка пред устата си в случай ще кихнете, кашляте и ако не успеете да стиснете зъби, за да избегнете прозявката.	Не пръскайте всички със слюнка, не отваряйте устата си колкото може повече и не вдигайте шум.
Отпуснете се и пийнете вода, когато започнете да хълцате.	Не позволявайте хълцането да продължава цяла вечност – за вас ще е удобно, а за околните дразнещо.
Ходете редовно на зъболекар и носете със себе си освежител за уста.	Не дишайте в лицата на околните, ако сте консумирали чесън или къри.
Ако е възможно, не обръщайте внимание на факта, че вие или някои друг е пуснал газове.	Ако някой пусне газове, не подхождайте с чувство за хумор – рискувате да го злепоставите още повече.
Извинете се, ако стомахът ви къркори силно с думите „Сигурно приближава обяд”.	Ако стомахът ви къркори, не се чувствайте длъжни да кажете нищо – може просто да не обръщате внимание.
Ако разлеете напитка или храна на масата, извинете се веднъж и излезте от положението с възможно най-малко шум.	Ако разлейте напитка или храна, не се безброй пъти и не се шашвайте – ще накарате околните да се чувстват още по неловко.
Намерете начини, по които да можете да повлияете на някой досадник.	Не се отървавайте от досадника, като го представите на някои друг.
Помогнете на колега, ако се смазал от пиене.	Не оставяйте някой колега да си понася последствията от това, че се е напил на служебно тържество, при условие, че сте могли да помогнете.
Носете носни кърпички винаги у вас, имат разнообразно предназначение.	Не подсмърчайте шумно и не бършети носа си с ръка.
Хранете се прилично и ограничено, използвайте момента за провеждане на срещи и разговори	Не прекалявайте с количеството ядене и пиене – не това е била целта на срещата!

РЕЗЮМЕ НА ТЕМАТА:

Най-доброто от всичко е, че след като разберете основите на етикета и някои от причините за правилата, ще видите, че добрите маниери не са чак толкова сложни. След като се запознаете с основните

насоки, няма да е трудно да ги прилагате и те ще ви освободят от дискомфорта на несигурността и вечния страх да не обидите някого.

Разликата между „обикновен“ и „изключителен“ е съвсем незначителна. От момента, в който влезете в една стая, вие създавате впечатление за себе си. През тези първи секунди хората ще ви гледат и оценяват, ще си създадат мнение за вас. Това може да окаже голямо влияние върху професионалното ви развитие и вие трябва да сте готови за това предизвикателство. За това ви трябва две неща – подготовка и самочувствие. Замислете се за посланията, които отправяте с езика на тялото си и дрехите, които носите. Направете така, че да ви запомнят. Когато осъществявате бизнес контакти, вашата цел е да спечелите хората още като кажете „Здравей“. Прилагайте и правилата на бизнес етикета, които току-що прочетохте. Тайната на първото впечатление е много проста: Влезте в стаята уверени, че имате нещо важно за казване. За да затвърдите впечатлението¹³:

- Вървете изправени;
- Гледайте събеседниците си в очите;
- Демонстрирайте интерес към разговора;
- И накрая направете нещо наистина впечатляващо: усмихвайте се. Така ще разчупите леда.

КЛЮЧОВИ ДУМИ И ТЕЗИСИ:

- Бизнес етикет;
- Митове за маниерите;
- Обществени табута

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Андерсън, У. Курс по увереност. С., 1997
2. Браун, Д. и К. Брейди. Изкачване към върха. С., 1993.
3. Глас, Л. Кажете го правилно. С., 2001.
4. Дресър, Н. Нови правила в етикета. С., 1999.

КОНТРОЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА:

1. Какво е бизнес етикет? Какво е неговото значение според вас?

¹³ Райзнър, Н. Спечели ме с едно „Здравей“. С., 2003, с. 45

2. Какво не е етикет? Какво знаете за маниерите?

3. Може ли неуспехът да е оправдание за несправяне със задълженията?

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА:

Начини за справяне с оплакванията – опишете ги;

Обществените „табути“ – помагат ли или пречат при осъществяване на бизнес контакти?



Чаша кафе

"Най-щастливият човек на света не е този, който няма проблеми, а този, който се научава да живее с неща - далеч не идеални".

Група дипломирани отдавна, сега утвърдени в своите професии студенти се събрали, за да посетят бившия си професор от университета. Разговорът скоро се превърнал в низ от оплаквания за стреса на работа и в живота. След като предложил на гостите си кафе, професорът влязъл в кухнята и се върнал с голяма кана кафе и множество различни чаши. Те били порцеланови, пластмасови, стъклени, кристални, някои изглеждали обикновени, други скъпи, трети изтънчени. Казал им да си наляят кафе.

Щом всички студенти държали по чаша с кафе, професорът казал: "Ако забелязахте, всички красиви и скъпо изглеждащи чаши бяха взети веднага, а обикновените и евтините останаха непокътнати. Докато продължавате да искате само най-доброто за себе си, това ще бъде източник на стрес и проблеми. Бъдете сигурни, че самата чаша не променя качеството на кафето. В повечето случаи тя просто го прави по-скъпо, а и понякога скрива какво всъщност пием. Това, което всички искахте беше кафе, не чаша, но всеки от вас съзнателно пожела най-хубавата чаша. А после започнахте да оглеждате чашите на останалите..."

Сега помислете върху това, казал професорът: "Животът е кафето, а работата, парите, социалното ви положение са чашите. Те са просто инструменти, които удържат и съдържат живота и видът чаша, която имаме, не определя, нито променя качеството на живота ни. Понякога, концентрирайки се върху чашата, забравяме да се насладим на кафето... Насладете се на кафето си!"

Най-щастливите хора не притежават най-доброто от всичко. Те просто създават най-доброто от това, което ни заобикаля!

Тема четвърта. Умението да говорим

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ТЕМА:

1. Поведение на личността при разговор и умения за слушане;
2. Ключови моменти за поддържане на разговор;
3. Сбогувания;
4. Ти и Вие;
5. Неприличните думи;
6. Говоренето по телефона.

ЦЕЛ: Активното участие в професионалния и обществен живот изисква постоянна комуникация. Целта ни е да ви насочим в правилна посока – за общуване, делови разговори и умения за слушане. Съветите, които ви даваме, трябва да се адаптират към съответната ситуация. Те не ви ограничават, а ви дават възможности.

1. Поведение на личността при разговор и умения за слушане

Езикът е главното средство за общуване, но не е единственото. Не бива да забравяме, че когато се запознаваме с някого, първото впечатление говори много, понякога повече, отколкото трябва и може да се случи така, че изобщо да не завърже приятелство с даден човек, поради това, че първото впечатление от него не е било благоприятно. Затова външният вид е много важен: чист костюм и обувки, косата в приличен вид и без прекаляване с грима и парфюма.

Също така тонът на гласа и начинът ни на изразяване могат да предизвикат антипатия у останалите, тъй че трябва много да внимаваме по какъв начин казваме нещата, особено в моменти, когато сме нервни, напрегнати, изморени или ядосани. От добре известните на всички представяния трябва да се напомнят някои основни правила като това, че се представят по-младите на по-възрастните и жените на мъжете. И

винаги да се стремим да представяме хората с техните собствени и фамилни имена.

Когато се срещнем с някой, с който се предполага, че вече се познаваме, но не си спомняме името му, най-добре е да си го признаем открито с аргумента, че сме много зле с помненето на имена. Много хора проявяват ужасна липса на възпитание като ни питат настойчиво: „Ха, сега да видим ще се сетиш ли кой съм?“, или още по-лошо: „Сигурен съм, че изобщо не си спомняш как се казвам.“ Не един или двама се осмеляват да гадаят коя е въпросната личност.

Ако понякога попаднем в такава ситуация, най-добре е да кажем още в първия момент, че действително не знаем с кого говорим, разбира се с широка усмивка. Най-коректното поведение е винаги когато се срещнем с някой, за който имаме съмнение, че не си спомня името ни, да се представим и след това да добавим къде, как и кой ни е запознал. Тогава този човек, дори да не си спомня случая, ще каже, че ни помни много добре.

Ако забравим името на нашия събеседник след като вече ни е бил представен, за предпочитане е да поискаме да ни го повтори отново, преди да е станало прекалено късно.

Първите разговори с хора, на които току-що сме били представени, могат да се окажат трудни дори проблематични, тъй като се случва да имаме усещането, че не намираме за какво си говорим.

Ако някой е много мълчалив или стеснителен, трябва да положи усилия и да се опита да допадне на събеседниците си. Например ако представянето е станало в дома на общ приятел, да се отбележи колко хубаво и уютно е в този дом, след което да се говори на незначителни теми, докато малко по малко се влезе в контакт със събеседника. Избягваме да злословим за други хора или да критикуваме конкретно лице, особено ако не знаем какви връзки има то с присъстващите. Като общо право не трябва да кажем нищо общо за никого, ако не сме сигурни сто на сто, че никой от присъстващите няма никаква връзка с лицето, което критикуваме, за да спестим някое „ами той е мой приятел“. В действителност най-коректно е никога да не се критикува,

Не трябваме също така да прекаляваме с приказките за близкото ни приятелство с някого. Откриването на общи неща или съвпадения като например фактът, че сме учили в един и същ университет или сме летували на едно и също място, или че имаме общи приятели – всичко това помага много при тези първи разговори.

Не бива да забравяме, че в един разговор е важно не само съдържанието му, но и жестовете, движенията и погледите. Всичко това трябва да се има предвид, ако искаме да направим добро впечатление. Това е така нареченият „език на тялото“. От този език на първо място трябва да изтъкнем ролята на усмивката и на погледа. Усмивката показва ясна готовност за приятно прекарване на времето, тя е израз на комфорт и това е нещо, което се улавя незабавно от нашите събеседници. Усмивката трябва да бъде приветлива, никога пресилена или застигната. От друга страна очите са най-изразителната част на нашето тяло и с тях можем да кажем много без да си дадем сметка. Втренченият, немигащ поглед поражда безпокойство и може да бъде признак на враждебност или да се тълкува като желание за интимна близост. Обратно, да не се гледа изобщо събеседника в очите означава, че не ни интересува това, което ни разказва, а също и липса на искреност. А непрекъснато гледаме наляво и надясно, и към всички хора, които се движат около нас, показва недвусмислено, че желаем да се измъкнем и че ще го направим веднага щом се появи някоя по-забавна за нас личност.

Ако разговаряме в група, трябва да гледаме всички без изключение, дори и да има някой, който не участва в разговора. Въпросът е никой да не се чувства изолиран или не на място. За тази цел е важно също така да не заставаме с гръб към някой. Наистина трябва да сме много внимателни, когато вечеряме с други хора на една маса. Редно е да се направи усилие и да се говори с хората и от двете ни страни.

След като се започне и се завърже един разговор е важно да се знае как и кога да се смени темата. Ако цялата група говори оживено за нещо, не бива да променяме рязко темата, но ако забележим, че доскучава, не трябва да я продължаваме. Има хора със специална

нагласа да започнат да разказват хиляди неща и да не довършват нито едно. И други, чиято неуморима словоохотливост пречи на нас, останалите, да участваме в разговора; за сметка на това научаваме цялото житие битие на еди коя си, за развода на еди кой си и за проблемите с прането на съседката му. От уважение към тези хора не бива да ги прекъсваме по средата на думата, но след петнайсет минути слушане и кимане с глава в знак на съгласие можем да сложим край на монолога претекст, че трябва да отидем до тоалетната или да отидем да потърсим нещо за пиене. Когато вече познаваме тези индивиди, които дърдорят безспир, най-вероятно ще ги избягваме. Добре е те да не разберат това, защото все пак като човешки същества заслужават уважение.

2. Ключови моменти за поддържане на разговор

При делови разговор поведението на страните е следното:

1. Стремим се да търсим теми, които интересуват всички присъстващи. Ако някой от събеседниците не е запознат с обсъждания въпрос не бива да го пренебрегваме или да изваждаме на показ неговото невежество в това отношение. Ясно и стегнато излагаме мислите и разсъжденията си, за да могат всички да вземат отношение и да научат нещо ново от отношението си. В никои случай не бива да говорим само ние и да не даваме думата на други; не бива също така да пречим на евентуална смяна на темата.

2. Избягваме всякаква едностранчивост. Даваме възможност на всички да участват и да изразяват мнението си. Никога не бива да забравяме, че нашата гледна точка и нашите разбирания не са единствените.

3. Парираме безсмислените диалози. Ако неочаквано се окажем замесени в някой такъв, пресичаме го без колебание, освен ако другите намират нещо забавно в това, тъй като за други хора абсурдните разговори са вид развлечение. Ако сме противници на подобен диалог, най-добре е да се измъкнем дискретно, за да не пречим.

4. Избягваме да говорим за децата, за фантастичните им успехи в училище или за битови проблеми. С малко усет и тактичност не е трудно да разберем кога може да се говори и кога не за децата, за стерилизирането на бибероните, за най-добрата марка пелени, за училището, за слабите и отличните бележки. Този вид теми отегчава мъжете и очарова жените. Следователно правилото е много просто: в присъствието на кавалери избягваме този въпрос.

5. Държим се естествено и непринудено. Не се самоизтъкваме, не парадирате с нищо.

6. Не викаме, не се ожесточаваме. Никога не заплашваме.

7. Никога не прекъсваме говорещия. Изчакваме подходящия момент за оборване на мнения или за изразяване на нашите изводи.

8. Трябва да умеем да слушаме. И този, който говори с нас, да забележи, че наистина го слушаме с внимание. Кимаме с глава в знак на съгласие, гледаме го, с една дума следим разговора и проявяваме уважение и интерес към него. Истинска драма за човек който говори, е да установи в даден момент, че никой не му обръща ни най-малко внимание. Най-добрият начин да покажем, че слушаме, е да задаваме въпроси по темата на разговора; разбира се, те да са уместни и интересни и да следват нишката на диалога.

Ако умеем да слушаме, освен че ще спечелим приятели, можем да научим много неща от другите.

В заключение, ако на дадено светско събиране сме си поставили за цел да създадем една добра представа за себе си у другите, най-важното е да проявяваме интерес към всичко, което ни заобикаля, към хората, с които говорим, да направим така, че те да се почувстват значими; също така да умеем да слушаме и да не се перчим с нищо лично.

От друга страна в един разговор трябва да избягваме:

- Да слушаме и да проявяваме интерес само към това, което искаме да чуем;
- Да се прозяваме постоянно, излагайки на показ нашата умора, скука или отегчение;

- Да си гризем ноктите; това е симптом на нервност;
- Да говорим прекалено тихо, както се казва „под носа си”. Не трябва също така да мърморим;
- Да говорим прави, когато останалите участници в разговора са седнали. Освен че е неудобно, може да изглежда и демонстрация на превъзходство пред тези, които ни слушат;
- Да скръстваме ръце и да застиваме в тази полза. Тя показва, че сме в положение на отбрана;
- Да си шушукаме с някой приятел пред очите на останалите.

3. Сбогувания

Когато настъпи моментът за сбогуване, то трябва да бъде кратко, но не рязко и ненадейно. Много хора – мъжете обикновено обвиняват за това жените – са специалисти да се сбогуват по половин час, тъй като след задължителното „довиждане” и обичайната целувка започва нов разговор около това кога ще се видят пак следващият път; или ако се каже нещо за децата, се подхваща пак темата в нов вариант; или някоя клюка в последния момент, и тъй нататък. Ако в момента, когато сме казали, че си тръгваме, останалите гости са седели, не бива да удължаваме твърдо разговора, тъй като те вече ще са станали, за да се сбогуват и няма да седнат, докато не си тръгнем. Когато си отиваме от някое празненство, също не бива да проточваме раздялата от уважение към човека, който ни придружава.

Както се препоръчва по протокол, най-добре е да бъдем естествени и никой да не забележи, че бързаме примерно да напуснем събитието. За предпочитаме е да си признаем, че сме уморени или че трябва да ставаме рано на другия ден и да настояваме никой да не става. Никога не бива да обявяваме, че събирането е свършило и за останалите гости.

4. Tu и Vие

Общо взето трябва да имаме нагласата, че винаги е по-добре да прехвърлиш мярката, отколкото да не я достигнеш. Излишъка от любезност не дразни никого, обратното може би да.

Трябва да се обръщаме винаги на „Вие” към:

- Лицата, които току-що са ни представени, независимо кои са те. Уважението е взаимно и го заслужава както обикновеният работник, така и авторитетната личност. Най-вероятно е веднага да ни дадат разрешение да си говорим на „ти”;

- Лицата, които ни вдъхват уважение било поради общественото си положение, било поради професионалния си авторитет или поради възрастта си. И ще им говорим на „Вие”, докато ни кажат обратното. Например: винаги „Вие” на преподавателите. По този начин можем да избегнем бурни ситуации като репликата, която чух в един магазин, в който продавачката се обърна на „ти” към един много елегантен възрастен господин и той и отвърна: „Извинете, госпожице, но струва ми се, че никога не съм имал отношения с Вас”. Трябва да призная, че фразата беше къде-къде по-остра, но не би възпитало да я повторя буквално.

- Професори и преподаватели. Било нашите, било на нашите деца;
- Лекарите, адвокати, нотариуси и т.н. във връзка с работата им;
- Началници и висшестоящи.
- Лицата, които поради характера на работата си трябва да ви говорят на вас на „Вие”: сервитьори, секретарки, продавачки, в болницата.

5. Неприличните думи

Традиционните правила на възпитание забраняват употребата им от жените. Към мъжете са по-снизходителни и в някои случаи го допускат, само ако са по-скоро оригинални, отколкото груби; никога не е позволено да се богохулства.

Но действителността е твърде различна, независимо дали ни харесва или не. Ние, жените от новите поколения, и в това отношение изпреварваме мъжете. Може би в нашия стремеж към равенство с мъжкия пол копираме маниери, които не са за подражание. Но това е факт и явлението е непоправимо. За зла участ, във всичко, в което сме подражавали на мъжете, сме ги изпреварили: в учението сме още по-големи зубрачки; в работата по-трудолюбиви; в пушенето ненадминати консуматорки на тютюн и в ругатните най-скандалните.

Правилата на това възпитание не са се променили в това отношение; тогава невъзпитано ли е момиче, което употребява груби думи? В днешно време въпросът е кога, как и пред кого ги казва.

Кога, в моменти на напрежение или на натрупан стрес? Например когато някой ни направи мръсен номер, при някое страхотно задръстване на движението или когато някой нахалник ни заеме мястото, където се готвим да паркираме. Когато някой забързан съсед не ни изчаква да влезем в асансьора, а тръгва под носа ни и на всичко отгоре се качва чак до четиринаisetия етаж. И безброй други ситуации, които могат да ни накарат да си изпуснем нервите. Все пак и в тези моменти, ако не сме сами, трябва да имаме пред вид кой ни придружава.

Пред кого? В никой случай пред началници или висшестоящи, дори и в най-тежки моменти на живота ни. Пред тях е задължително да проявим привидно спокойствие и самоконтрол. Никога пред семейството на съпруга, особено пред свекър или свекърва. Нито пред нашите собствени родители – те едва ли ще изпаднат във възторг от това. Нито пред хора, с които току-що сме се запознали. Нито пред колеги, ако не са част от приятелския ни кръг.

В никакъв случай пред деца, тъй като те ще ги копират незабавно и ще ги изтърсят в най-неподходящия момент.

Никога не бива да се прибегва до употреба на ругатни за обида на познат човек, например на работното място.

В заключение, само най-близките ни приятели и роднини (и то на нашата възраст) могат да си направят оглушки за ругатните ни.

Как да избягваме псувни и ругатни? С оригиналност и без да показваме, че неприятния момент ни е развалил съвсем настроението. Да правим разлика между ругатня и лична обида. За да разкритикуваме даден човек или да оспорим действията на някой не е необходимо да прибъгваме до обиди. Трябва много да се внимава с това, макар че изобщо не бива да се прави.

За мъжете правилата се смекчават, тъй като те от повече време употребяват неприлични думи. Почти винаги им е позволено да ги използват помежду си, на техните събирания, вечери, на работното място. Но един началник, който крещи и ругае, за да унижи даден служител, вместо авторитет, ще си спечели дискредитиране като човек. Личните обиди не са позволени в никой случай.

Не е прекалено шокиращо, ако се чуе мъж да казва по някоя неприлична дума от време навреме. Но е твърде неприятно, ако от четири негови думи три са такива. Така че е важно да се дозира тяхната употреба и това правило е валидно и за двата пола.

6. Говоренето по телефона

Телефонът в днешно време е едно от най-важните средства за комуникация и разполага с многобройни варианти: интернет, факс, мобилни телефони. Основните правила за неговото използване изискват преди всичко здрав смисъл и уважение към другите хора. Не бива да се звъни в часовете за хранене и сън; също така по време на почивката след обяда или през неприкосновения час на централната емисия новини по телевизията. Ако се налага да се обадим на някого по телефона след единайсет часа през нощта, молим за извинение. В неудобно време звъним само по спешност. Трябва да избягваме да стряскаме напълно приятелите си като им звъним в необичайно време, особено в малките часове.

Ако знаем, че има малки деца в дома, в който се обаждаме, трябва да се стремим с нашето позвъняване по телефона да не съвпада с часовете за хранене, къпане или следобеден сън.

Не бива да безпокоим никого по телефона преди девет часа сутринта, а през почивните дни в края на седмицата избягваме да звъним преди единайсет часа.

Когато позвъним на някого и вдигнат телефона, незабавно казваме кои сме и никога не си играем на „познай кой ти се обажда“. Никога не бива да използваме друго име или прякор, освен това, което използваме нормално. В никой случай не настояваме този, който е вдигнал слушалката да се идентифицира пред нас.

При вдигане на слушалката обичайното е да се каже „ало“ или „кажете“. Можем също така да използваме краткото „да?“. И когато лицето от другата страна на линията каже кой е, никога не го питаме какво иска. Дори когато е някой, за който добре знаем, че се обажда само когато иска нещо от нас.

Ако сме сбъркали номера, молим за извинение и проверяваме набрания номер, тъй като понякога записваме погрешно телефоните и ако случаят е такъв, избягваме да безпокоим хората отново. Ако някой ни се обади по грешка, не бива да се държим невъзпитано, а да се опитаме да му помогнем. В случай че отново ни звънат, не си изпускаме нервите, а можем да оставим телефона отворен за известно време, за да дава заето, като винаги предупреждаваме за това лицето, избрало номера погрешно, тъй като понякога телефонните линии се преплитат.

Когато някой ни звъни в неподходящ момент, за предпочитане е да му го кажем по дипломатичен, но ясен начин и да го помоли да се обади по-късно или да го уверим, че ще му се обадим ние, когато ни е възможно.

Ако при нашето обаждане се включи телефонен секретар, оставяме кратко и ясно съобщение, позволяващо да се разбере кой се е обадил. Никога не звъним отново след това, защото дори да предполагаме с основание, че има някой в къщата, щом е включен телефонният секретар, значи този някой не иска да вдига телефона или е зает. Вероятно ще го обезпокоим.

След прослушване на съобщенията, записани от телефонния секретар, е задължително да се отговори на всички обаждания.

При запис на съобщения е за предпочитане да бъдем пестеливи на думи; не е нужно да оригиналичим и да остроумничим, за това човек трябва да има дарба.

Мобилният телефон

През последните години мобилният телефон се превърна във важно средство за комуникация в ежедневието. Неговата употреба, макар и да се подобри напоследък, все още не е на необходимото ниво.

В началото на тези супермодерни изобретения правиха силно впечатление на ония, които не ги притежаваха, а хората, които ги ползваха, обичаха да ги показват по всяко време, смятайки ги за белег на преуспяване. **В днешно време вече никой не се изненадва, но демонстративната им употреба продължава да бъде признак за лош вкус.**

Жените ги носят в дамската си чанта. Мъжете в джобовете на сакото. Но трябва да внимават, когато се навеждат, понеже изглежда, че телефоните очакват този момент, за да изскочат от джоба и да паднат с трясък на земята, ставайки на парчета. Трябва да избягваме да ги носим на места, където всички ги виждат или да ги оставяме на видно място, като например на масата в ресторанта.

Сложните мобилни телефони, с които потребителското общество ни впечатлява, предлагат наред с многото си други възможности и голямо разнообразие от музикални звуци при позвъняване. Има ги за всякакви вкусове. Дискретността и простотата са най-добрата **формула, за да се открием като елегантни и добре възпитани хора. Затова препоръчвам да се подберат по-нормални звуци, като се избягват камбани, танга, ориенталски мелодии, самбо, чарлстон или симфониите на Моцарт.**

По същата причина силата на звука или на позвъняването не трябва да бъде прекалено висока.

Винаги когато търсим някой, трябва да питаме къде се намира и може ли да отдели няколко минути, за да разговаря с нас. Говоренето по мобилен телефон докато шофираме освен че е опасно, може да ни излезе и скъпо; ако не се лъжа, глобата е солидна. Освен това, можем

да обезпокоим някой, който се намира на съвещание или среща и е забравил да го изключи.

Най-важното нещо за правилното използване на мобилния телефон е да знаем къде той трябва да бъде изключен или да се изключи само звука. В този случай макар и да не чуваме позвъняването, ще знаем от кой номер се опитват да ни открият. Трябва да знаем, че има някои места, в които звънът на мобилния телефон е недопустим и непозволен.

Изключваме го винаги, когато влезем в кина, театри, на рецитали или какъвто и да е публичен спектакъл. Винаги когато влезем в църква, независимо по какъв повод. Фрапиращо е да се чуе звън на мобилен телефон по време на погребение или по време на неделната литургия. Трябва да го изключваме, ако присъстваме на интервюта или събирания, или на важни срещи. Не прави добро впечатление губенето на минути пред някой, който очаква да му отделим време. Ако нямаме друг избор, поради това, че чакаме спешно обаждан или нещо и много важно за срещата, редно е да се извиним и да не говорим повече от необходимото.

В ресторантите можем да оставим апарата включен, но прибран на удобно място, за да можем бързо да го вдигнем. Много хора могат да бъдат потърсени по време на обяда по служебни въпроси. Ако не очакваме никакво обаждане, редно е да го изключим.

На вечери и на нощни празненства също не е задължително да се изключват мобилните телефони. Ако телефонът позвъни, трябва да се извиним и да станем от масата, за да не се налага да обясняваме пред останалите сътрапезници битови проблеми.

Необходимо е да избягваме безкрайни разговори пред хора, които четат или почиват.

РЕЗЮМЕ НА ТЕМАТА:

Много хора правят несъзнателни движения, нервни тикове, имат неприятни навици, предизвикващи отрицателно отношение у околните.

Ето някои неприятни за околните привички¹⁴ (дано да не откриете нещо свое в тях!)

- Почесване, попипване;
- Въртене на кичури от косата, непрекъснато поправяне на прическата;
- Ресане на обществени места;
- Барабанене с пръсти по масата;
- Чоплене на зъбите;
- Нервничени при разговор. Оправяне на предмети върху бюрото;
- Непрекъснато щракане на химикалката;
- Дъвчене на дъвка;
- Нарушаване на личното пространство на събеседника.

Запомнете, че неприятните навици отблъскват околните, остават неприятно впечатление у тях или ги обиждат. Така че, контролирайте привичките си, които смущават събеседника!

КЛЮЧОВИ ДУМИ И ТЕЗИСИ:

Поведение на личността;

Умения за слушане

Сбогувания;

Неприличните думи;

Говоренето по телефона.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексиева, С. Бизнес комуникации. С., 2006;
2. Андерсън, У. Курс по увереност. С., 1997;
3. Бирах, А. Психология мимики. Москва, 2000;
4. Живкова, Х. Емпатията в социалните отношения. С., 1990.

КОНТРОЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА:

1. Прието ли е да обсъждаме някой, който не присъства на дадена среща?
2. Какво поведение е недопустимо при разговор?
3. Какво е характерно за емпатичното слушане?

¹⁴ Пачтър, Б. И М. Бродди. Бизнес етикет. С., 1999, с. 78-79

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА:

1. Мобилният телефон – средство за комуникация ли е, или за престиж?

2. Как ще коментирате израза: „Когато става дума за принципи – възправи се като скала. Когато става дума за вкусове – бъди отстъпчив като поток (Т. Джеферсън)”.



Започни от днес!

Започни от днес да не се тревожиш за вчерашния ден. Той е в миналото, а то никога не се променя. Само ти можеш да се промениш, ако пожелаеш да го направиш.

Започни от днес да не се тревожиш за утрешния ден. Той винаги ще е пред теб и ще очаква да дадеш най-доброто от себе си, но това може да стане, само ако изживееш пълноценно днешния ден. Погледни в огледалото и виж себе си - личност, която заслужава вниманието ти и възхищението ти... личност, с която ще ти е приятно да общуваш, която с удоволствие ще опознаеш и уважаваш.

Започни от днес да цениш всеки момент от живота си и даровете, които получаваш в този свят. Споделяй щедро тези подаръци с околните. Поне за миг се отклони от утъпкания път и се наслади на тайните, които откриваш. Посрещай предизвикателствата с кураж и решителност. Преодолей бариерите, които могат да попречат на твоето израстване и самоусъвършенстване.

Започни от днес да не позволяваш липсата на кураж да поквари представата ти за собственото ти аз, желанието ти да успяваш и способността ти да обичаш. Погледни с нова вяра към човешката доброта, независимо какво ти се е случило досега. Това е шансът ни за по-добро бъдеще. Отвори съзнанието и сърцето си, посрещай с желание преживяванията, запознай се с нови хора, но не очаквай съвършенство нито от себе си, нито от някой друг, защото не съществува съвършенство в един несъвършен свят. Осъзнай, че ти си отговорен за собственото си щастие, затова прави неща, които те правят щастлив. Наслаждавай се на чудесата на природата, слушай любимата си музика. Може да намериш удоволствие и красота във всичко около теб, стига да пожелаеш!

Научи нещо ново, опитай нещо различно - промени това което можеш, остави останалото. Стреми се да даваш най-доброто от себе си!

Помни, няма добри и лоши хора – зависи какво си поискал от тях и на коя страница си отворил душата им!

Започни от днес... и така всеки ден!

Тема пета. Стилно поведение в службата

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ТЕМА

Офис организация и съвременните технологии;

Как да работите по-ефективно – предотвратяване на явлението “вътрешна емиграция”;

Организиране на посещения на важни гости;

Чек-листа: Служебни взаимоотношения.

ЦЕЛ: В тази тема са предложени практични съвети на бъдещите специалисти, потребители в една и съща професионална област – бизнес секретарката и офис-организатора, за по-добра организация на работното място и въпроси от деловия протокол по посрещане на гости и организиране на мероприятия. Според някои автори¹⁵ двете професионални роли могат да се обединят в едно лице. Добрата организация в офиса е основата на безпроблемното протичане на работния ден. Ще започнем с организацията на работното място – вашата визитна картичка.

1. Офис организация и съвременните технологии

1.1. Правилно подреждане на документите

В резултат на ежедневната работа на вашето работно място се натрупват голям обем документи, които трябва да бъдат така подредени, че във всеки момент да имате бърз и лесен достъп до тях. Това е условие за създаване на ред и за организираното протичане на работата във вашия офис. Сортирането и подредбата на документацията ви предоставя огромно поле за изява, а нейното качество подпомага и влияе върху общата организация на работата ви. Представете си, че ваши партньори искат справка по телефона и ако вие не знаете къде точно се намира въпросният документ, това би имало неблагоприятни

¹⁵ Бъчварова, В. Наръчник на секретарката и офис-организатора. София, 2003

последствия за вас. Ако за намирането му изгубите доста време (не само вашето), това би създадо напрежение и недоверие от другата страна. Най-сериозно ще пострада вашият професионален имидж. Затова:

- Подреждайте документите още от тяхното постъпване (при работа с компютър си създайте подходящи архиви);
- Изхвърлете веднага в кошчето за боклук всички рекламни материали, които не ви интересуват;
- Входящата поща разпределяйте възможно най-бързо към съответните получатели;
- Не задръствайте бюрото си с документи, които искате “по-късно” да прегледате. Резултат е, че те вероятно доста дълго ще почакат, докато ги подредите;
- Рационализирайте работата си и по всичко, което излиза написано от вас, като:
 - ✓ пишете кратки, но съдържателни писма, създавайте копия;
 - ✓ използвайте възможно най-често електронната поща;
 - ✓ не отлагайте изпълнението на задачите, които не са така срочни;
 - ✓ ползвайте телефона, ако не се иска писмен документ.
- Мястото за съхранение е важен критерий за добре организираната и ефективна подредба на вашата документация. В зависимост от честотата на използване на даден документ, имате възможност за избор между:

Честота на ползване	Място
Няколко пъти дневно	Бюро (телефонен указател, бележник, бланки за писма, календар, офис материали, визитник, речник, компютър и др.)
Един път дневно	Рафт, шкаф за класьори (надпис в/у папките, съдържание)
Един път седмично	Коридор (справочници, офис литература, и др., които по-скоро са нужни на колегите или на шефа)
Един път месечно, годишно	Архив (счетоводни и др. документи)

Така ще подредите вашите документи на правилното място.

Съблюдаването на сроковете за съхранение на отделните видове документи (според БДС и Единната държавна система по деловодство) е още един начин за намаляване на огромните купчини, които ненужно задръстват офиса ви.

1.2. Възможности за съхранение на документацията

За да подредите вашата документация ефективно и да я съхраните трайно, е необходимо:

- **За бюрото:**

- папки от различни материали (картон, пластмаса, прозрачно фолио) и в различни цветове, според съдържанието им и честотата на ползване;

- тави за документи – с различна дълбочина и различни цветове, подходящи за предварително сортиране на документацията;

- прозрачни джобове и папки – за информационни и работни материали на бюрото.

- **За шкафовете:**

- класьори – създават прегледност и ред, могат да бъдат надписани от страни, в различни цветове, дават възможност за бързо ориентиране;

- картотеки – азбучни, цифрови и др., спестяват площ. Това са различните видове метални шкафове.

Предимствата на изброените средства за съхранение са, че офисът ви винаги е подреден, всеки документ си има свое място, може да бъде намерен бързо. Освен това, винаги можете да добавите нова папка или класьор.

1.3. Как да организирате по-добре вашето работно място и да спестите време?

При осем часов работен ден вие прекарвате по-голяма част от времето си на работното място. Нека то да бъде удобно и пригодено за вашите нужди. Когато бюрото ви е отрупано с документи се затруднява вашата работа, създава се хаос. Ето какви документи и помощни средства имат място близо до вас по време на работа:

- Документи по текущ проект;
- Календар;

- Телефон;
- Компютър – монитор, клавиатура, мишка;
- Бележник;
- Телефонен указател, визитник;
- Моливи, химикалки, гуми;
- Дискети, дискове;
- Офис материали – кламери, коректор и др.;
- Бланки за писма и пликкове;
- Речници.

Следните документи и помощни средства нямат място в или по бюрото ви:

- Папки и документи, които не ползвате всеки ден;
- Копирна машина;
- Факс;
- Принтер;
- Документи, с които не работите в момента.

Разбира се, не става въпрос за “идеална чистота” върху бюрото ви, естеството на работата най-добре ще ви подсказже какво да бъде в близост до вас и пред погледа ви (напр. папките с входяща и изходяща поща). В обобщение, запомнете и не забравяйте:

- Чистото бюро е предпоставка за по проста и прегледна работа;
- Документите от вашите колеги приемайте лично;
- Работата от шефа приемайте с инструкции;
- Пристигащите документи сортирайте грижливо, по изпълнители;
- Използвайте тави за документи, подреждат се във височина и заемат по-малко място;
- Метални шкафове за папките;
- Използвайте бележник (по възможност и електронен) вместо листчета;
- Пепелникът и чашите от кафе нямат място върху бюрото ви;

2. Как да работите по-ефективно – предотвратяване на явлението “вътрешна емиграция”

При кандидатстване за работа от всеки кандидат наред с другите документи трябва да се изисква и мотивационно писмо, в което той да мотивира желанието си за работа. Много често обаче, след като вече е на определеното работно място, съответният служител забравя мотивите си и “емигрира” от работното място, т.е. не показва възможностите си. По-точно понятието “вътрешна емиграция” можем да го характеризираме, като: “осъзнат отказ от собствена инициатива и ангажираност при извършване на служебна дейност”¹⁶. Един такъв служител е неизгоден за фирмата, той е скъпо струващ и спирачка за нови идеи. Последиците от тази “вътрешна емиграция” са следните:

- Загуби на творчески потенциал в условията на пазарна конкуренция;
- Нарастване на разходите поради увеличаване броя на персонала за същото количество работа;
- Нараства броят на оплакванията и рекламациите;
- Последователи и сред колегите, които решават, че не е необходимо да се напрягат, щом другите не го правят.

Причина за това явление могат да бъдат някои управленски грешки, като:

- Авторитарен стил на управление, не използва понятия като делегиране на правомощия и работа в екип;
- Дава обещания на служителите, които не изпълнява;
- Критикува несправедливо, дава предимство на някои служители при разпределение на отговорности;
- Не прави нищо за повишаване квалификацията на служителите;
- Не оказва помощ на служителите си при лични и социални проблеми;

¹⁶ Костова, С. И др. Наръчник на секретарката и офис-организатора. София, 2003, раздел А 2.6

- Не участва в съвместни мероприятия и фирмени празници извън службата;

Тези грешки могат да не бъдат допуснати, ако вие (секретарката и офис-организатора) посъветвате шефа си как да постъпи в подобни случаи, каква позиция да заеме. Препоръчайте му да действа последователно и праволинейно, разяснете му какви последици би имало едно такова поведение на незаинтересованост.

Как да разпознаете “вътрешния емигрант” във вашата служба? Със сигурност това може да стане по следните белези:¹⁷

- Специални сигнали:
 - интриги;
 - дистанция спрямо колегите;
 - липса на интерес към работата;
 - липса на желание за допълнителна квалификация;
 - неискрено поведение;
 - отказ от даване и приемане на нови идеи;
 - липсваща готовност за помощ;
 - занемарен външен вид и др.
- Сигнали в служебното пространство:
 - работа по предписание;
 - стриктно придържане към длъжностната си характеристика;
 - постоянно позоваване на конкретни нареждания;
 - търсене на грешките не при себе си, а при колегите;
 - липса на съзнание за разходите и др.
- Поведение в работното време:
 - никога не остава за допълнителни часове;
 - изтъква лични проблеми;
 - често през деня не е на работното си място;
 - прави големи паузи.
- Поведение спрямо клиентите:
 - често се позовава на конкретни указания или условия;
 - не се интересува от развитието на пазара;

¹⁷ Костова, С. и др. Цит. съч., раздел А 2.6

- омаловажава рекламациите;
- не участва в мероприятия за повишаване на квалификацията;
- стреми се да избегне нова промяна и др.

Какво можете да направите в тези случаи, как да помогнете на колежата да се завърне в колектива и да разгърне възможностите си?

Като начало, вие или шефът ви, поговорете тактично с въпросния служител на тази тема, нека той да разбере какво се изисква или очаква от него. Обяснете му, че това е в интерес на службата и на колектива. Ако причината е погрешният метод на управление на шефа, нека двамата да поговорят открито, да отстранят причината и да предоговорят някои моменти от по-нататъшната съвместна работа.

При констатирани положителни промени у служителя му покажете, че това е забелязано и оценено. Това ще го мотивира да се старее повече. Можете да го натоварите и с по-отговорни задачи, гласуваното доверие ще бъде знак за внимание и подкрепа.

Ако всички добронамерени опити се провалят, ако “вътрешният емигрант” не желае да поеме отговорности и си остане демотивиран, тогава шефът е длъжен да реагира и да вземе адекватни мерки. Последствията, разбира се, ще бъдат неблагоприятни за въпросния служител, като:

- Преместване на по-ниско платена работа;
- Налагане на санкции за неизпълнение на поставените задачи;
- Предупреждение и като последна мярка заповед за уволнение.

Как да се избегнат тези крайни мерки и как да направите така, че в службата ви да цари дух на разбирателство, толерантност, мотивация и лоялност?

Първо, добрият мениджър и ръководител може да предотврати появата на “вътрешния емигрант” с лидерски качества и умение за работа в екип, дава възможност и изисква от служителите си разгръщане на творческия им потенциал, и като не допуска груби управленски грешки.

В това отношение секретарката (офис-организатора) могат да му окажат огромна помощ, като поддържат и провеждат политика на добронамереност, помагат със съвети и компетентно мнение, за да се

стигне до правилното решение. Тези адекватни мерки ще покажат на техните колеги, че те могат да са сигурни, че желанието им за развитие ще бъде стимулирано и поощрявано, за да се развие и запази доброто име на организацията.

3. Организиране на посещения на важни гости

Във вашата организация е поканен важен гост. Шефът ви моли вие да се заемете с организиране на посещението. Натоварените сте с важна задача, с която трябва да се справите блестящо. Нищо не оставяйте на случайността, планирайте всеки детайл. С това ще избегнете риска и ще имате резервен вариант за всяка ситуация.

Посещението на госта може да бъде свързано с реализирането на голяма сделка, от която се очакват много пари и бъдещи добри контакти. Направете така, че гостът да се чувства удобно при вас, защото и най-малкият гаф може да срине отношенията и да повлияе отрицателно на бъдещите делови взаимоотношения. Това не бива да се допуска в никакъв случай – направете така, че гостът да реализира намеренията си и да си замине с добри впечатления. Затова направете следното:

- Резервирайте хотел на относително спокойно място. Това условие трябва да важи както през деня, така и през нощта. Вземете предвид нивото на обслужване и приятната атмосфера, хотелът да се намира на лесно и достъпно място;
- Погрижете се гостът ви да забележи някои малки знаци на внимание – подходящ сувенир в стаята на хотела или ако е пушач, оставете кутия от любимите му цигари.
- Проверете повторно условията в хотела, няма да е добре за вас, ако още с настаняването си гостът ви има проблеми. Оставете си номера на GSM-а, така че при необходимост той да може да се свърже с вас;
- Ако пристига с кола, обяснете му добре къде се намира хотелът, ако е с друго превозно средство - посрещнете го лично. Информирайте се от неговата секретарка как изглежда;

- Направете резервация за вечеря, като лично посетите ресторанта и изберете подходяща маса. Гостоприемството изисква лично да заведете госта си до мястото, където ще вечеряте, а не да очаквате той сам да се придвижи до там;

- По време на вечерята ще се стигне до делови разговори, вашият шеф трябва да има под ръка някои документи, с които да подкрепи твърденията си;

- Планирайте подробно първия ден от посещението. Осигурете среща с началниците на различни отдели, специалисти. Желателно е те да бъдат подготвени за евентуални въпроси от страна на госта, на които да дадат изчерпателни и компетентни отговори;

- Планирайте стратегически целият му престой, направете цялостна програма. Освен деловите контакти и съвещания, организирайте време за свободни разговори;

- След приключване на срещите организирайте работен обяд в приятно заведение. Ако и вие трябва да присъствате, разберете от вашия шеф трябва ли да водите протокол на разговорите.

- Разговорите около масата създават атмосфера на взаимна симпатия. Предразположете госта си за същинския делови разговор, дайте възможност на шефа си да се включи. След което вие леко се отдръпнете, за да могат разговорите да продължат в желаната посока.

Ако всичко по посещението протече безупречно, тогава можете да бъдете сигурни, че усилията са си стрували.

4. Правила на поведение¹⁸:

1.1. На масата

Не закъснявайте, когато сте поканени на обяд, закуска, вечеря или чай.

Не сядайте на масата, докато не седнат дамите или докато домакинят или домакинята не ви подканят да заемете своето място.

Не предлагайте лявата си ръка на дама, когато я съпровождате до масата. Мъжът винаги трябва да предлага на дамата дясната си ръка.

¹⁸ Сантоу, Дж. и Марк Чанел. Международни делови преговори. С., 2006, с. 245-251

Не забравяйте, че дамата, седяща до вас, по-специално вдясно от вас, има право на вашето внимание. Трябва да обръщате внимание на дамата, седяща до вас, независимо от това, дали сте ѝ били представени или не.

Не се запознавайте с никого, след като гостите вече са седнали на масата. Не сядайте прекалено близо до масата или до прекалено далече от нея.

Не си затъквайте салфетката в яката и не я разпъвайте на гърдите си. Салфетката се поставя на коленете. Най-напред се обслужват дамите. Не яжте супата от края на лъжицата. Не трябва да искате втора порция супа.

Не се навеждайте над чинията. По възможност дръжте гърба си изправен. Ако искате да си вземете нещо, не се протягайте над чинията на друг човек. Не взимайте хляб, а с ръка.

Не отхапвайте от филията или парчето хляб. Не намазвайте цялата филия хляб с масло. Отчупвайте парчета от филията и ги мажете. Не дробете хляба в супата.

Не яжте от ножа. Никога не поднасяйте ножа към устата си. Не слагайте гарнитура върху вилицата с помощта на ножа. Взимайте с вилицата толкова, колкото може да се събере на нея, без да полагате усилия. Не яжте прекалено бързо.

Не натъпквайте устата си с голямо количество храна. Не си разпъвайте лактите. Лактите трябва да бъдат притиснати към тялото. Не слагайте лактите си на масата.

Не повдигайте чашата прекалено високо. Не яжте с лъжица това, което може да се яде с вилица. Не се старайте да изгребете последната лъжица супа или пък да изядете последното парче месо и т.н.

Не подавайте сами своята чиния с молба за втора порция. Нека това бъде направено от обслужващия персонал. По-добре е изобщо да не искате втора порция.

Не изплювайте костите и други такива в чинията. Костите трябва да се изваждат от устата с помощта на вилицата, която трябва да доближите до устата, и след това да ги поставите в чинията. Костилките

от плодове трябва да се изваждат от устата незабележимо с помощта на лъжица.

Не молете съседа си да ви подава каквото и да било, ако наблизо има някой от обслужващия персонал. Не си играйте със салфетката, вилицата и другите принадлежности и прибори на масата. Не трийте лицето си със салфетката. Със салфетката може само леко да забършете устните си. Не се обръщайте с гръб към друг човек, ако възнамерявате да поговорите със съседа. Не разговаряйте с други хора през съседа си.

Не изпускате ножа или вилицата. Но ако все пак това се случи, не се притеснявайте, а поискайте други, без да придавате особено значение на случилото се. Като цяло, по-добре е да правите грешки, отколкото усилено да се стараете да не ги правите и така да привлечете вниманието на околните.

Не използвайте клечка за зъби на масата, ако няма нужда от това. В краен случай го направете незабележимо. Не приканвайте постоянно госта да се почерпи. Не пийте много вино.

Ако сте домакин или домакиня, никога не приключвайте първи със своето блюдо. Изчакайте, докато гостите приключат с храненето. Това е особено важно, когато е поднесено последното блюдо.

Не молете за втора чаша кафе или чай, докато гостите все още не са получили първата.

Не правете никакви забележки относно поднесеното блюдо. Не критикувайте това, което се поднася на масата.

Не отказвайте блюдо, позовавайки се на това, че то не ви харесва или че то е вредно за вас. Най-добре е да откажете даденото блюдо, без да обяснявате причините за това. Не разказвайте на масата за своите болести.

Не поставяйте чаената лъжичка в чашата. След като разбъркате чая или кафето, поставете лъжичката в чинийката.

Не съгвайте салфетката след като се нахраните. Салфетката трябва да бъде поставена небрежно на масата.

Не забравяйте да станете от масата след като станат жените. Останете прав, докато те излязат от стаята, след което можете да

седнете отново, ако възнамерявате да останете и да пушите на масата. Не четете писма или документи на масата.

4.2. На визити, в обществото, на гости

Ако сте на визита, не влизайте в гостната или в кабинета с палто. Със себе си можете да вземете само шапката и бастуна (но не и чадъра). Най-добре е да оставите всичко в антрето. Не влизайте без да почукате. Не влизайте в кабинета с димяща цигара, пура или лула.

Не протягайте пръв ръка на дамата, както и на лице, което е по-възрастно от вас или е с по-висок ранг, докато те не направят това сами.

Ако не стиснете протегнатата ръка, ще обидите човека. Не бързайте да седате. Трябва да изчакате, докато ви поканят да го направите или докато самият домакин или домакиня седнат. Седнете спокойно и уверено, не правете излишни движения.

Не гледайте втренчено в мебелите, картините и другите предмети. Не забравяйте да ставате всеки път, когато в стаята влиза дама.

Не представяйте дамата на мъжа. Мъжът, независимо от заеманото от него положение в обществото, винаги се представя на дамата. По-младите мъже и дами трябва да бъдат представени на по-възрастните, а не обратното. Преди да запознаете някого, би било добре да се уверите, че двете страни желаят това.

Влизайки в стаята или излизайки от нея, не вървете пред дамата.

Сядайки в автомобил, пуснете дамата пред вас. Излизайки от него, излезте първи и помогнете на дамата да излезе, като ѝ подадете ръка. Същото се отнася и за асансьора.

При пътуване с автомобил дамата се разполага отдясно на задната седалка, а мъжът – отляво. Ако мъжът пътува в автомобила с две дами, той трябва да седи до шофьора. От автомобила се излиза от тази страна, от която е тротоарът.

Не се старайте да се ръкувате с всеки от присъстващите. Трябва задължително да се ръкувате с домакиня и домакинята, а на останалите можете само да се поклоните.

Когато се здрависвате, притеснявайте да се усмихнете леко. Усмивката винаги украсява човека, като в същото време предразполага събеседника.

Когато се здрависвате, трябва да извадите ръцете от джоба и задължително да извадите цигарата от устата си. Не докосвайте събеседника с цел да привлечете неговото внимание.

В компанията не разговаряйте за неща, засягащи само вас и вашия събеседник, или пък за неща, които разбирате само двамата. Не шепнете. Ако искате да кажете нещо, което не трябва да бъде казано на всеослушание, го оставете за по-подходящ случай.

Не разказвайте за себе си и за своите дела. Не говорете за своите болести, неуспехи и т.н. Не се опитвайте изцяло да завладеете разговора. Не говорете за хората, които присъстващите не познават.

Не се изказвайте остро по адрес на други хора. Не се присмивайте на другите на техните маниери. Ако някой от компанията кихне, не обръщате внимание на това. Не прекъсвайте събеседника. Не спорете за глупости. Не си търсете повод за остроумничите.

Не разказвайте стари истории, шеги и вицове.

Не парадирайте с това, че разбирате от изкуство или техника.

Не отказвайте да изпеете нещо, да посвирите на инструмент или да разкажете нещо, ако ви помолят и вие действително можете да направите това.

Не бъдете намусен заради това, че ви се струва, че не ви забелязват.

Не изказвайте неразположение към скучните или натрапчиви хора. Ще бъдете наистина учтиви, ако другите не забелязват вашето раздражение или огорчение.

Не забравяйте да бъдете внимателни към възрастните хора. Това се отнася особено за младежите, които често са невнимателни по отношение на по-възрастните. Ако на приема или сте на гости се организират танци, не забравяйте да поканите на танц домакинята, както и нейните дъщери.

Когато каните дама на танц и когато я изпращате до нейното място, трябва да ѝ предложите дясната си ръка.

Не злоупотребявайте с гостоприемството на домакините, като останете у тях прекалено дълго.

Когато сте на гости, не се разпореждайте с цветята и не взимайте със себе си, ако те не са ви подарени от домакините.

Не си поглеждайте часовника често. Научете се правилно да определяте момента, когато можете да си тръгнете. Ако ли пък трябва да си тръгнете преди другите гости да започнат за се разотиват, направете това незабележимо за околните, като предварително се извините на домакините.

Когато гостувате в нечий дом или вила, не забравяйте да се информирате за обичаите на домакините: може ли да се пуши в спалнята, по кое време се събуждат и си лягат. Не закъснявайте на масата.

В този случай не забравяйте да си вземете със себе си такива неща, като принадлежности за бръснене, четка за зъби, одеколон и т.н.

4.3. На обществени места, на улицата

Бъдете вежлив с околните или с минувачите. Не забравяйте да се извините, ако сте причинили някому безпокойство или неудобство.

Не се втренчвайте в околните. Не сочете хора или предмети с пръст.

Не се обръщайте и не гледайте подир минаващите хора. Не яжте, когато ходите по улиците.

В театър, когато преминавате между редовете, трябва да сте обърнати с гръб към сцената.

На кино, влизайки в залата, не забравяйте да си свалите шапката.

Когато пътувате, не забравяйте да обърнете внимание на своето облекло. В някои случаи, например при пътешествие с параход, трябва да се осведомите за общоприетото облекло.

Когато пътувате в чужбина, не забравяйте че, по вашето поведение се съди за нравите във вашата страна. Спазвайте правилата и обичаите на страната, в която се намирате.

Не забравяйте, че в много страни е забранено фотографирането от прозорците на влаковете, параходите или самолетите.

Когато отпътувате с влак, не препречвайте прозореца на вагона или купето без да е необходимо, тъй като е възможно вашите спътници също да искат да се сбогуват с някого. В купето не отваряйте прозореца, без да поискате предварително съгласието на останалите пътници.

Когато пътувате с влак, е препоръчително да взимате със себе си не пакети, а пътни чанти или куфари.

В купето трябва да се държите коректно. Неприлично е да си слагате краката на противоположната седалка, да говорите прекалено високо, да се веселите, да пеете, да подсвирквате и т.н.

Не е задължително да се представяте на хората, с които пътувате в едно купе. Когато влизате в купето обаче, трябва да ги поздравите, както и да се сбогувате с тях на излизане. Не се смущавайте от това, че не знаете размера на бакшишите, които трябва да оставите при завършване на пътуването. Можете да попитате за това някой по-опитен спътник. Цената на билетите на много авиолинии включва в себе си и бакшиши.

Когато сте зад волана на автомобил, трябва да помните не само правилата за движение: не забравяйте за удобството и спокойствието на останалите пътници и шофьори. Не сигнализирайте, ако няма нужда от това. Когато преминавате по мокра и кална улица, не забравяйте, че вашият автомобил може да опръска с кал пешеходците и другите автомобили.

Когато използвате обществения транспорт, не трябва да се блъскате и да нарушавате реда. При това правилата на добрия тон препоръчват да отстъпвате място на по-възрастните хора, майките с деца, жените и инвалидите. младите хора трябва да отстъпват място на жените и на възрастните хора. Не е прилично да хвърляте боклуци, хартийки или използвани билети на пода.

4.4. Външен вид и привички

Не забравяйте постоянно да се грижите за своя външен вид, спретнатост и чистота. Не пренебрегвайте детайлите от своя тоалет. С това обаче трябва да се занимавате само къщи или на места, където

няма други хора. Никога не се сресвайте, не си чистете ноктите, не си оправяйте костюма и т.н., когато сте на прием, на гости, на обществени места или на улицата.

Не носете дрехи в ярки цветове или пък прекалено пъстри. Избирайте спокойни тонове и модели, които ви отиват най-много.

Не носете скъпоценности само за украшение. Можете да носите игла за вратовръзка, верижка на часовник, брошка, фуркет и други подобни, тъй като тези неща са полезни, но колкото по-прости са те, толкова по-добре. Жените трябва да бъдат изключително внимателни към украшенията.

Не поставяйте във външните си джобове химикалка, молив, очила, гребенче и други такива предмети. Не излизайте на улицата с мръсни обувки. Не обличайте смачкан костюм, неизгладена риза или вратовръзка.

Не носете шапката си захлупена върху очите или на тила.

Внимавайте за своята походка. Не ходете прегърбени и не се поклащайте. Трябва да вървите твърдо, изправени, без да се прегърбвате и с достойнство.

Не жестикулирайте без необходимост. Винаги дръжте под контрол своите ръце. Не ги пъхайте в джобовете.

Не носете пижама, халат или домашни пантофи на друго място освен в спалнята или банята.

Не подсвирквайте на улицата и на други обществени места.

Не се смейте прекалено високо. Не пушете, ако това е неприятно за останалите. Никога не забравяйте, че околните обръщат внимание на вашия външен вид и маниери.

4.5. Посетителите¹⁹

Когато имате уговорена среща, не карайте хората да ви чакат, не закъснявайте. Вежливото отношение включва и уважение към времето на партньора. Израз на внимание е да се съобразявате с вероятните ангажменти на другата страна. Вижте възможните ситуации:

¹⁹ Пачтър, Б. и др. Бизнес етикет. С., 1999, с. 106-108

Имате посетител: Ситуация	Действия
1. Имате уговорен час	Не карайте посетителя да ви чака
2. След пристигането	Лично вие или някой ваш помощник придружава посетителя от входа на сградата до офиса ви. Ако ще ползвате асансьор, държите вратата пред посетителя. Той влиза пръв. Ако минавате през въртяща се врата, домакинът минава пръв и изчаква госта от другата страна
3.Представяне	Усмивка, ръкуване. Излизате пред бюрото си и седате до посетителя си като равни. Бюрото ви не бива да се превръща във физическа преграда.
4.Палта/шапки	Закачвате ги на закачалката
5.Настаняване	Посочвате на посетителя къде да го настани.
6.Общ разговор (т.нар. малък разговор)	Не повече от 3-4 минути, след това минавате по същество
7.Визитни картички	Давате картичката си
8.Пушене	Искате позволение да пушите
9.Прекъсвания	Не се обаждате по телефона и не допускате да ви прекъснат, освен ако е по спешност.
10.Сбогуване	Съпровождате посетителя до портиерната. Имате да кажете: „Радвам се, че ме посетихте!“ Ако посетителят се бави и продължава да ви отнема време, можете да се освободите с едно: „Съжалявам, но имам друга среща!“
Посетителят сте вие: Ситуация	Действия
1.Имате уговорен час	Пристигате точно в определения час или няколко минути по-рано
2.След пристигането	Казвате на рецепцията името си и при кого отивате. Давате визитната си картичка
3.Представяне	Ръкувате се
4. Палта/шапки	Изчаквате да ви кажат къде да оставите палтото си
5. Настаняване	Изчаквате домакинът да ви посочи къде да седнете. Оставяте чантата си,куфарчето си, папки и пр. до себе си, но никога и нищо на бюрото или на масата.
6.Общ разговор (т.нар. малък разговор)	Домакинът подхваща общия разговор, освен ако срещата не е по ваше искане.
7. Визитни картички	Искате картичката на домакина, ако той е пропуснал да ви я даде. Но ако има картички в кутията на масата, не си вземайте сами!
8.Пушене	Въздържайте да пушете!
9.Прекъсвания	При положение че домакинът вдигне слушалката на телефона и приеме да разговаря, попитайте с жест да ли не трябва да излезете. Ако в кабинета влезе някой, трябва да станете на крака
10. Сбогуване	Внимавате да не се застоявате излишно. Благодарите за гостоприемството. В зависимост от естеството на срещата можете да изпратите и писмо, с което да поблагодарите.

5. Чек-листа: Служебни взаимоотношения

1. Уважаван колега ли сте – 14 качества за по-добър работен климат.

Обичан колега ли сте? Умеете ли да печелите колегите си на своя страна? Това може да се провери, като си отговорите на следните въпроси, наречени от авторите “14 качества за по-добър работен климат”²⁰:

- **Толерантни ли сте все още?**

Много е възможно с натрупване на повече опит във вашата област и стаж в предприятието, прагът на толерантността да се снижи. Това би отблъснало колегите ви, по много въпроси те предварително ще знаят вашият отговор и ще престанат да ви търсят. Това не бива да допускате. Бъдете по-великодушни, научете се отново да виждате колегите си такива, каквито са. Вземайте предвид и техните рационални предложения, които по една или друга причина не сте забелязвали. Не застъпвайте твърде често вашата гледна точка.

- **Можете ли все още да задавате въпроси?**

Става въпрос дали сте в състояние чрез изкусна техника на питане да изкажете своето мнение. Научете се да общувате като задавате различни видове въпроси – от информативния, до въпроса за мотивацията. Това ще ви помогне в получаването на информация индиректно, ще усвоите изкуството да убеждавате и по този начин да се превърнете в желан събеседник, да печелите влияние. Не го пропускайте!

- **Стига ли ви времето все още?**

Умеете ли да изслушвате колегите си? Не ги ли отпращате с извинението, че нямате време? Естествено, ние всички имаме малко време и то все не ни достига. Но това не може да бъде аргумент за извинение, трябва да помислим за две неща:

- правилно ли управляваме своето време, добре ли сме го планирали;

²⁰ Бъчварова, В. Цит. съч., РААБЕ България, раздел Д 1

➤ умеем ли да изслушваме събеседника си, даваме ли му възможност да се изкаже.

- **Можете ли все още активно да слушате?**

Колкото и да сте заети, не отпращайте колегата си. Ако в момента ви е невъзможно да го изслушате, определете му друго време. Следете мисълта му с изрази като: “Да”, “Разбирам Ви”, “Наистина ли” “Аха” и др.п.

Ако колегата ви има сериозен проблем, опитайте се да му помогнете.

- **Вземате ли ясно становище?**

Когато от вас се иска мнение по даден въпрос, не отговаряйте уклончиво, а ясно изразете позицията си. Не се аргументирайте с неразбиране, или че това не ви касае пряко. При такава незаинтересованост се създава впечатление, че нямате свое собствено мнение. Това няма да се хареса и на вашите началници. Вашият шеф ще предпочете сътрудник, който застъпва ясно становище. Вечно съгласяващите се също имат малък шанс, затова, демонстрирайте винаги готовност и желание за изразяване на ясни позиции, дори и да не се харесат на всички, но това е вашето мнение.

- **Учтиви ли сте и спазвате ли препоръките за общуване?**

Познаването на етикета и добрите обноси е качество, което трябва да притежава добрият сътрудник. Това е предпоставка за добър работен климат. Спазвайте йерархията и уважението към колегите, общувайте свободно, без притеснение.

За вежливостта, като необходимо качество в общуването, можем да се обърнем и към някой от великите мислители, напр. Саади: “попитали Лукиан: от кого си се учил на вежливост? – От невежливите – отговорил той, - въздържах се от думи и постъпки, които ми бяха неприятни у тях”²¹

- **Дали сте открити и откровени?**

За да не ви забъркат в интриги и непочтено поведение, бъдете откровени и обективни – това са качества на доброто сътрудничество.

²¹ Боров, Т. И др. Мъдростта на вековете. София, 1970, с. 317

Изразявайте мнението си открито, не цитирате казаното от колежата, в което вие не сте убедени, това само ще ви навреди.

- **Можете ли да критикувате правилно?**

Много често не е важно какво ще кажете, а как го казвате. Когато изразявате свое мнение, в някои случаи то може да бъде и критика към шефа или колежата. Важно е директно да изразите негативното отношение към въпросното лице. Това може да стане само на “четири очи” и никога в кръга на колежата. При критикуване спазвайте следните правила²²:

- Никога лични нападки;
- На четири очи;
- Останете конструктивни.

Когато и вие сте обект на критика, не се притеснявайте, (стига тя да е конструктивна), това е указател за вашия личен успех, защото докато ви критикуват, значи се интересуват от вас.

- **Можете ли да отдадете признание?**

Не се притеснявайте да хвалите колежата си, когато това е необходимо. Освен удовлетворението от свършената работа у вашия колега ще остане и моралната награда от признанието.

- **Самите вие понасяте ли похвали?**

Когато вие сте обект на похвали, приемерте този факт естествено и благодарете за признанието. Можете да изкажете и съмнения, като: “Благодаря, но можеше да бъде и по-добре”. Покажете на колежата или на шефа ви, че това ви е приятно.

- **Мислите ли позитивно?**

Какви мисли бушуват в главата ви? Как бихте реагирали при възникване на някакъв проблем в службата ви, който в началото изглежда неразрешим? Нашият съвет е да не се отчайвате, да направите всичко възможно за разрешаване на проблема. Мислете позитивно, старайте се да звучите оптимистично. Колежата от вас очакват разрешаване на проблема, не ги разочаровайте!

- **Мислите ли извън рамките на отдела?**

²² Бъчварова, В. Цит. съч., РААБЕ България, раздел Д 1

Не бива да се поставят изкуствени бариери между отделите , добре информираният колега допринася за положителното настроение в предприятието и е съответно мотивиран. Мислете по-глобално, осъществявайте срещи с колегите си, така се изграждат отношения и падат бариери на недоверие.

- **Разделяте ли професионалните от личните проблеми?**

Не пренасяйте никога личните си проблеми в службата, това може да доведе до непредвидими конфликти и лошо настроение. Ако ви предстоят делови срещи, а вие сте мрачни и нервни, това ще се отрази неблагоприятно на срещата ви и може да има непредвидими последици. За да не смесвате деловият и личния живот, контролирайте емоциите си.

- **Чувствате ли се отговорни?**

Ако искате да имате успех в службата си, бъдете отговорни и изпълнявайте задълженията си. Обратното би било повод за конфликти. Прехвърлянето на задачи и отговорности на колегите поради липса на време или настроение не се харесва на никого. Приемете работата си като приятно занимание, превърнете я в хоби. Не си позволявайте отлагане на задачите, това не води до тяхното разрешаване, а до натрупване.

И накрая – проверете с помощта на тези 14 въпроса къде сте вие. Колкото повече от отговорите са “да”, толкова повече допринасяте за добрия работен климат във вашата организация и сте уважаван и обичан колега. Това беше и един от мотивите ви при кандидатстване за работа, нали? Е, вече сте го реализирали!

РЕЗЮМЕ НА ТЕМАТА

Усилията ви да си създадете образ на истински професионалист понякога може да ви се струват напразни. Изискват толкова много време, планиране, организиране, познаване на „законови“ правила и норми, много творчество и енергия. Резултатите може би не идват веднага или не се забелязват (за разлика от непрофесионалното присъствие – то се вижда веднага, тук и сега). Това обаче не бива да ви обезкуражава. Една

от тайните на успеха е да изваеш образ, който респектира колеги и клиенти и в същото време вдъхва доверие и професионализъм.

Добрите маниери са тези, които ще изградят атмосфера на сътрудничество и разбиране, а не на неприязън и конфликти. Начинът, по който осъществявате контакти с партньори и клиенти, може да повлияе на тона и на резултатите от целия разговор, а оттук и на бъдещите ви отношения и на мнението им за вашата организация. След като желанието ви е срещата да се превърне в добър старт, подгответе добре началото. Помнете: начинът, по който ще посрещнете някого първия път, може да определи дали ще имате и втори път, вече като клиент.

КЛЮЧОВИ ДУМИ И ТЕЗИСИ:

- Офис организация
- Съвременните технологии;

“Вътрешна емиграция”;

Организиране на посещения ;

- Чек-листа.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ван Флийт, Д. 25 стъпки за въздействие и контрол над хората. С., 1997.
2. Димитров, П. Стратегии на ръководителя в междуличностните отношения. С., 1990.
3. Дресър, Н. Нови правила в етикета. С., 1999.
4. Живкова, Х. Емпатията в социалните отношения. С., 1990.
5. Коцева-Койкова, С. Етикеция за бизнес секретарки. С., 1992.

КОНТРОЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА

1. В какъв порядък се подреждат документите?
2. Какво има място върху бюрото и какво - не?
3. Как трябва да се организира посещението на важни гости? Какво знаете за протокола по посещането им?
4. От какво зависят добрите взаимоотношения между колегите? За какво говори явлението „вътрешен емигрант“?
5. Какви действия се предприемат за елиминиране на „емигранта“?

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ВЪПРОСИ ПО ТЕМАТА

1. Чрез „чек-листа“ проверете уважаван колега ли сте?
2. Имате посетител – какви действия ще предприемете? Опишете ги!
3. Посетителят сте вие – какви са вашите действия?

Тестове и казуси за самоподготовка

*„Истински късмет е...
Да печелиш - без да рискуваш,
да се учиш - като практикуваш,
да покажеш колко си добър!“*

*Уважаеми колеги,
За да проверите знанията си по дисциплината „Фирмен протокол“, ви предлагам да решите няколко „задачи“. Така ще разбера колко сте „загрижени“. С други думи, проверете себе си! Доброто начало води до добър край!*

1. Тестове

ТЕСТ № 1

1. Представяте двама души един на друг, но внезапно забравяте името на втория. Какво ще направите?
 - Извинявате се тактично и отново питате за името на човека, чието име сте забравили.
 - Оставете двамата да се представят един на друг.
 - Представяте ги с длъжностите, които заемат, без да казвате имената им. Те сами ще си ги кажат по време на разговора.
2. На коктейл сте и не виждате познати сред гостите, които разговарят на групи. Домакинът, който може да ви представи, не е наблизо. Как постъпвате?
 - Заставате встрани и чакате да ви заговорят.
 - Представяте се, започвате не ангажиращ разговор по гореща политическа тема и раздавате визитните си картички.
 - Заслушвате се в разговор на група гости и при удобен момент се представяте, за да се запознаете.
3. Получавате имейл от ваш колега за планиран проект. Обикновено се отговаря на имейли:
 - Веднага;
 - До края на работния ден;
 - До 24 часа.
4. Разговаряте с президента на компанията ви на коктейл, когато клиент идва и ви заговаря. Трябва да поздравите клиента си топло, след това се налага:
 - Да се извините на президента за прекъсването;
 - Да представите президента на клиента;
 - Да представите клиента на президента.
5. В Япония протоколът за поднасяне на подаръци изисква подаръкът да не е опакован в каква хартия?
 - Синя;

- Бяла;
 - Черна.
6. В китайски ресторант сте и се храните с клечки. За да отпиеете от чашата си можете да оставите клечките подпрени на чинията си или в купичката с ориз.
- Да
 - Не
7. Къде се слага чинията за салата или за хляб на официална вечеря?
- Вдясно от чинията за основно ястие;
 - Вляво от чинията за основно ястие;
 - По средата над чинията за основно ястие.
8. Баджът с името се закачва на:
- Десния ревер; Левия ревер; Няма значение.
9. Докъде трябва да достига върхът на вратовръзката?
- До токата на колана;
 - Малко над колана;
 - Няма значение.
10. В САЩ антре (Entree) се нарича:
- Основното ястие.
 - Предястието.
 - Аперитивът.
11. Когато разговаряте с партньор от друга държава е допустимо да разкажете един, два вица.
- Да
 - Не
12. Само 5 секунди са необходими за създаване на първо впечатление.
- Да
 - Не
13. Докато седите до някого на вечеря, забелязвате, че човекът отляво яде от хляба във вашата чинийка за хляб:
- Казвате му, че се е объркал и го молите да ви върне хляба;
 - Не казвате нищо и започвате да ядете от хляба на човека отдясно;
 - Не казвате нищо и се опитвате да се убедите, че не ви се е ядяло това парче хляб;
 - Молите сервитьора за хляб и го слагате в чинията си за основно ядене.
14. Вие сте най-високопоставената жена във фирмата ви и седите във фойето на офиса си, говорейки с подчинените си. Новоназначен директор на отдел влиза и се приближава към вас, за да ви се представи. Вие:
- Изправяте се, подавате ръка, представяте себе си и колегите ви.
 - Оставате седнала, подавате ръка и представяте себе си и колегите ви;
 - Оставате седнала и подавате ръка.
15. Група мъже и жени - мъж и жена от вашата фирма и мъж и жена от фирмата на ваши клиенти, пътуват в асансьора. Кой трябва да излезе пръв, когато асансьорът спре?
- Първо жените;
 - Няма значение;
 - Този, който е най-близо до вратата.

ОТГОВОРИ

Представяте двама души един на друг, но внезапно забравяте името на втория. Какво ще направите?	
<input checked="" type="checkbox"/>	Извинявате се тактично и отново питате за името на човека, чието име сте забравили.
2. На коктейл сте и не виждате познати сред гостите, които разговарят на групи. Домакинът, който може да ви представи, не е наблизо. Как постъпвате?	
<input checked="" type="checkbox"/>	Заслушвате се в разговор на група гости и при удобен момент се представяте, за да се запознаете.
3. Получавате имейл от ваш колега за планиран проект. Обикновено се отговаря на имейли:	

	<input checked="" type="checkbox"/>	до 24 часа.
4.		Разговаряте с президента на компанията ви на коктейл, когато клиент идва и ви заговаря. Трябва да поздравите клиента си топло, след това се налага:
	<input checked="" type="checkbox"/>	Да представите президента на клиента.
5.		В Япония протоколът за поднасяне на подаръци изисква подаръкът да не е опакован в каква хартия?
	<input checked="" type="checkbox"/>	Бяла
6.		В китайски ресторант сте и се храните с клечки. За да отпие от чашата си можете да оставите клечките подпрени на чинията си или в купичката с ориз.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Не
7.		Къде се слага чинията за салата или за хляб на официална вечеря?
	<input checked="" type="checkbox"/>	Вляво от чинията за основно ястие.
8.		Баджът с името се закачва на:
	<input checked="" type="checkbox"/>	Десния ревер
9.		Докъде трябва да достига върхът на вратовръзката?
	<input checked="" type="checkbox"/>	До токата на колана.
10.		В САЩ антре (Entree) се нарича:
	<input checked="" type="checkbox"/>	Основното ястие.
11.		Когато разговаряте с партньор от друга държава е допустимо да разкажете един, два вица.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Не
12.		Само 5 секунди са необходими за създаване на първо впечатление.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Да
13.		Докато седите до някого на вечеря, забелязвате, че човекът отляво яде от хляба във вашата чинийка за хляб:
	<input checked="" type="checkbox"/>	Молите сервитьора за хляб и го слагате в чинията си за основно ядене.
14.		Вие сте към вас, за да ви се представи. Вие:
	<input checked="" type="checkbox"/>	Изправяте се, подавате ръка, представяте себе си и колегите ви.
15.		Група мъже и жени - мъж и жена от вашата фирма и мъж и жена от фирмата на ваши клиенти, пътуват в асансьора. Кой трябва да излезе пръв, когато асансьорът спре?
	<input checked="" type="checkbox"/>	Този, който е най-близо до вратата

Т Е С Т № 2

Какви са вашите познания в областта на етикета? Решете този текст, за да откриете това. Вярно или погрешно?

Действие	Да	Не
1. Двуредното сако трябва да се носи разкопчано		
2. Ако телефонът прекъсне, този на когото се обаждате, трябва да набере отново номера		
3. За да покажете, че не желаете повече вино, обърнете чашата си с дъното нагоре		
4. Следното предоставяне е правилно: „Г-жо Бос, бих желал да ви представя нашия клиент, г-н Смит.“		
5. Хлябът трябва да се реже с нож на малки късчета		
6. Трябва да се съобразяваме с климата, когато подбираме облеклото си		
7. „Уважаеми г-не/г-жо“ трябва да се избягват като поздрав		

8. При ръкуване мъжът трябва да изчака жената да подаде ръка		
9. Фотосоларните очила, са добър избор, защото не се налага да носите два чифта		
10. Не е редно една компания да използва телефонен секретар		
11. Благодарствените писма се пишат на машина		
12. В скромен ресторант може да ядете с пръсти пържени картофи		
13. Не е приемливо да навивате спагетите с лъжица за да си помогнете		
14. Когато се запознаете с някого, е подходящо да обсъждате: а) Вашето здраве б) Спорни въпроси в) Настоящи събития		
15. Какъв процент от впечатлението, което създавате, се приема от външния ви вид? а) 30 %; б) 55 %, в) 75 %		
16. На важни писма трябва да отговаря в срок от: а) 48 часа б) Четири дни в) Една седмица		
17. Когато двама американски бизнесмени разговарят, разстоянието между тях е приблизително: а) 45 см б) 90 см в) Около 2 м		
18. Кой влиза пръв през въртящата се врата? а) Домакинът б) Гостът		
19. Когато срещнете слепец, който използва куче водач, е учтиво да погалите кучето		
20. Най-доброто определяне на местата по време на съвещание с хора с противоположни възгледи е да седнат един срещу друг		

Ето и отговорите:

1. *Погрешно.* Двуредно сако не стои добре, ако не е закопчано. Това се отнася и за вътрешното копче.
2. *Вярно.* Този, на когото се обаждате, знае къде се намирате и трябва да ви се обади, ако телефонът прекъсне.
3. *Погрешно.* За да покажете, че не искате повече вино, можете да кажете „не, благодаря”, ако разговорът позволява, или да изразите негласно своето желание, като поклатите отрицателно глава, а можете и да поставите леко пръстите си върху ръба на чашата.
4. *Погрешно.* В действителност е обратното. Правилното предоставяне е: „Г-н Смит (клиентът), разрешете да ви предоставя г-жа Бос.”
5. *Погрешно.* Хлябът се отчупва с пръсти.
6. *Вярно.* Разумно е да вземете под внимание климата, когато подбирате облеклото си.

7. *Вярно*. Би трябвало да използвате името на човека, когото поздравявате.
8. *Погрешно*. При ръкуване мъжът не трябва да изчака жената да подаде ръка. Единствените изключения са, когато става дума за възрастна жена или за кралицата!
9. *Погрешно*. Фотосоларните очила не позволяват да видят очите ви – хората могат да ви сметнат за непочтени.
10. *Погрешно*. Телефонният секретар може да се използва, защото по този начин отговаряте на обажданията, направени във ваше отсъствие.
11. *Погрешно*. Благодарствените писма трябва да бъдат написани на ръка, освен тези, свързани с интервю за работа.
12. *Погрешно*. Използвайте вилицата си, за да начупете пържените картофи на малки късчета.
13. *Вярно*. Навиването на спагети около лъжица не е най-приемливият начин, защото те често провисват и не можете да ги хапнете наведнъж. Използвайте края на чинията, за да разрешите този проблем.
14. *Текущите* събития представляват подходяща тема при нови запознанства.
15. 55 % от първото впечатление се предават визуално.
16. 48 часа е крайният срок, за да отговорите на важни писма.
17. 90 см е подходящо разстояние между разговарящи двама бизнесмени (поне в САЩ).
18. *Домакинът* минава пръв през въртящата се врата, защото той знае къде отивате.
19. *Погрешно*. Неучтиво е да погалите куче водач, преди да сте получили разрешение.
20. *Погрешно*. Ако противниците са разположени един срещу друг, това само може да нажежи още повече обстановката. Разполагането им един до друг намалява враждебността.

- 1. В края на конферентен разговор трябва да се пожелае приятна работа, успех и т.н.**
 - a. Не е задължително, може просто да затворите телефона;
 - b. Не, защото, ако всеки участник каже по нещо, доста ще се удължи времето;
 - c. Да, непременно всеки трябва да каже нещо за "дочуване".
- 2. Отивате на интервю за работа. Облеклото ви е:**
 - a. Официално – костюм;
 - b. Фактът, че сте поканени на интервю, подсказва, че се интересуват от вашите качества и облеклото няма никакво значение;
 - c. Проучвате стила на облекло във фирмата и се обличате по подобен начин.
- 3. Някои мъже запазват етикета върху ръкавите на саката си, когато дрехата е от известен дизайнер. Правилно ли е това?**
 - a. Да. Защо иначе производителят би го сложил на това място?
 - b. Да, много е шик и не трябва да се маха.
 - c. Не, етикетът непременно трябва да се махне, когато е видим.
- 4. Знаете, че предстои рождения ден на ваш клиент. Ще пригответе ли подарък за него?**
 - a. Непременно и ще го изпратя по куриер на съответния ден;
 - b. Непременно, ще се постарая лично да му го поднеса;
 - c. Не, ще го поздравя само по телефона или ще изпратя картичка;
 - d. Да, ако имам покана да присъствам на тържество по случай рождения ден;
- 5. Вие (жена) сте в служебна командировка. Редно ли е да вечеряте сама в ресторанта на хотела в непознат град?**
 - a. Да, няма никакъв проблем;
 - b. Не, по-добре би било да си поръчам вечеря в стаята;
 - c. Да, дори е препоръчително, тъй като мога да създам нови контакти;
- 6. Разговаряте с ваш клиент по телефона за втори път. Можете ли да се обърнете към него на малко име и на ти или на малко име и на вие?**
 - a. Няма проблем да се говори на малко име и на вие;

b. Не е редно да се говори на малко име, без другият човек изрично да е предложил.

c. Може да се говори на малко име и на ти;

7. По време на семинар участниците трябва да се разположат удобно на столовете, дори могат да си събуят обувките под масата.

a. Разбира се, защото, ако човек седи по-дълго на стол, му отичат краката;

b. Да, няма значение как е седнал, важното е да не заспива;

c. Участниците трябва да седят с изправен гръб на стола, с двата крака на пода и е недопустимо да си свалят обувките;

8. Личният асистент трябва ли да поднася на началника си подарък по повод рожден или имен ден?

a. Да, така проявява личен респект към прекия си началник;

b. Не, не е необходимо;

c. Да, това е задължение на личния асистент.

9. След като са уточнени основните въпроси на бизнес среща в офиса ви, гостът ви не си тръгва. Как ще му подскажете, че имате друга работа?

a. Изправяте се, казвате довиждане и му отваряте вратата;

b. Спирате да говорите, гледате го безразлично и от време на време поглеждате часовника си;

c. Резюмирате накратко засегнатите въпроси, благодарите за разговора и предлагате друг път да се срещнете отново;

10. Под ежедневно бизнес облекло се разбира:

a. Сако и панталон или панталон и риза;

b. Джинси и пуловер;

c. Щом е ежедневно, това означава по личен вкус;

11. Можете ли да звъните по мобилния телефон на бизнес партньор в почивен ден?

a. Да, няма проблем, тъй като в бизнес отношенията няма разлика между почивни и делнични дни;

b. Не, трябва да се изчака делничен ден;

c. След като ми е дал номера на мобилния си телефон, това означава, че мога да звъня по всяко време.

12. Мелодията на служебния ви клетъчен телефон е въпрос на лични предпочитания.

- a. Да, избирам я според настроението;
- b. Любимият ми музикален хит намалява стреса, когато го слушам постоянно;
- c. Не използвам специална мелодия, тъй като в бизнеса това не е препоръчително.

13. Артишокът се яде с нож и вилица, а не с пръсти.

- a. Разбира се, само пиле се яде с пръсти;
- b. Не, яде се с пръсти;
- c. Може и по двата начина.

14. По-добре е да завършите делово писмо със саморъчно изписано собствено и фамилно име, е не с подписа си.

- a. Да, така цялото писмото изглежда по-добре;
- b. Не, собственият подпис демонстрира характера на човека;
- c. Няма никакво значение, важното е в писмото да няма правописни грешки.

15. В автомобила жената сядат от дясната страна.

- a. Няма значение, сядат на място по неин избор;
- b. Проява на кавалерство е да ѝ посочите мястото от дясната страна;
- c. Жената трябва да седи отзад, без значение от коя страна.

16. Придружавате партньора си на делови уикенд извън града. Съобразявате облеклото си според програмата.

- a. Да, ако партньорът ми е ключова фигура във фирмата;
- b. Не, щом като е уикенд, всеки може да се облича, както намери за добре;
- c. Да, във всички случаи.

17. Изпращането на делови имейли върху цветен фон или с различни украшения по тях създават по-приятно усещане у получателя и са покана за неформални взаимоотношения.

- a. Няма значение какъв е видът на имейлите, важното е какво пише в тях;

b. Разбира се, че е по-приятно да получите цветен имейл, отколкото обикновен върху бял фон. Това показва, че изпращачът владее всички възможности на компютърните програми;

c. В деловата кореспонденция няма място за цветен фон и украшения.

18. Ако работите в общо помещение и бюрата ви са разделени от ниски преградни стени, можете да разговаряте със съседа си и през стената.

a. Не, защото вашият разговор ще пречи на другите колеги;

b. Да, след като помещението е общо, няма проблем да си кажем нещо през преградите.

19. Когато пътувате в самолет, проява на добро възпитание е да разговаряте със съседите си на седалката.

a. Разбира се, за да не ви е скучно и на вас, и на тях;

b. Не разговаряте по никакъв повод с тях;

c. Казвате "добър ден", като сядате, но не се чувствате задължени да водите разговор.

20. Уместно ли е да се изпраща имейл на бизнес партньор през нощта или в почивен ден?

a. Не, имейли се изпращат само през работно време;

b. Не, защото това ще ви издаде, че работите нощем;

c. Няма значение по кое време изпращате имейли, защото партньорите ви ги четат, когато на тях им е удобно.

Отговори: 1. a, 2. c, 3. c, 4. d, 5. a, 6. b, 7. c, 8. b, 9. c, 10. a, 11. b, 12. c, 13. b, 14. a, 15. b, 16. c, 17. c, 18. b, 19. c, 20. c

Тест № 4

Уважаеми колеги, отговорете на следващите въпроси, като посочите верният отговор в матрицата, той е само един! На 1-ви и 30-ти въпрос отговорете писмено. Успех!

1. Фирмената култура на една организация е:

2. Всяка организация има своеобразна организационна култура. Източници на това своеобразие са:

a. Цели, ценности и представяне на клиентите на организацията;

b. Опитът, получен мениджърите в укриване на доходи;

c. Ясно изразяване на личното мнение;

d. Нововъведения, направени от нови ръководители и работници

3. Най-важните характеристики на фирмената култура са:

- a. Вътрешни процеси, обноси, дизайн, облекло, стратегия, мисия;
 - b. Анализирани на потенциалните потребители;
 - c. Обобщаване на идеи от колегите;
 - d. Събиране на факти за дейността на организацията;
4. Един от основните елементи на фирмената култура е:
 - a. Фирмени табути;
 - b. Поведението на мениджмънта;
 - c. Церемонии при уволнения;
 - d. Обществени правила и норми.
 5. Един от *типовете* фирмена култура:
 - a. Официално-делова;
 - b. Бюрокраична организационна култура;
 - c. Дружелюбна;
 - d. Впечатляваща.
 6. Едно от нивата на фирмената култура:
 - a. Организационно;
 - b. Повърхностно ниво (артефакт);
 - c. Консервативно;
 - d. Либерално;
 7. При общуване се спазва следната пътна карта (стъпки):
 - a. Логическа структура;
 - b. Лаконичен стил;
 - c. Изграждане на позитивни взаимоотношения;
 - d. Общуване от позиция на силата.
 8. Облеклото е в състояние:
 - a. Да ви издигне в кариерата;
 - b. Да впечатли колегите;
 - c. Да ограби доверието, което искате да вдъхнете;
 - d. Да ви развали настроението.
 9. Когато се избират дрехи, логичен е въпросът:
 - a. Колко струват;
 - b. Кой ще ги плати;
 - c. Единични бройки ли са;
 - d. Какъв образ искам да създам и пред кого.
 10. От какво се предизвиква „раздвоеният имидж“?
 - a. Занемерен външен вид;
 - b. Демонстриране на самочувствие;
 - c. Облеклото е известна марка;
 - d. Перфектна кожа и добре поддържани зъби.
 11. Един от начините за подобряване на имиджа, е:
 - a. Говорене директно по темата;
 - b. Силно ръкостискане;
 - c. Познаване на закони и правилници;
 - d. Провергаване на клюките.
 12. Основното предназначение на визитката е:
 - a. Предаване на послание;
 - b. Изпълнение на служебно задължение;
 - c. Демонстриране на добри обноси;
 - d. Дава информация за личността и бизнеса на притежателя.
 13. Съдържанието на визитките най-общо трябва да включва:
 - a. Покана за среща;
 - b. Реторични въпроси;
 - c. Длъжност и сфера на работа;
 - d. Имуществено състояние на притежателя.
 14. Кое от съкращенията върху визитките е вярно?
 - a. p. f. (pour feliciter)- за довиждане;
 - b. p. r. (pour remercier)- за изказване на недоволство;
 - c. p. p. (pour presenter) - за покана за вечеря;
 - d. rsvp тел.... – за отговор на телефон;
 15. Промотирането на фирмения сайт се извършва чрез:
 - a. Разговор по телефона;
 - b. Чрез линкове на други партньорски сайтове;
 - c. Игри с приемане на подаръци;
 - d. Наличие на компютър.
 16. Когато се запознаете с някого, е подходящо да обсъждате:
 - a. Вашето здраве;
 - b. Спорни въпроси;
 - c. Настоящи събития;
 - d. Колегите в службата.
 17. При оплаквания предприемате следните действия:
 - a. Агресия;
 - b. Държите се надменно;
 - c. Задавате въпроси, за да получите информация;
 - d. Подлагате човека на разпит.
 18. Ако се окажете в неловка ситуация, вие:
 - a. Използвате хумор за излизане от ситуацията;
 - b. Използвате остър унизителен тон;
 - c. Представяте досадника на някой друг;
 - d. Подсмърчате шумно.
 19. При делови разговор поведението на страните е следното:
 - a. Търсят се теми, които не засягат присъстващите;
 - b. Парираме безсмислените диалози;
 - c. Говорим за децата и успехите им;
 - d. Самоизтъкваме се.

20. В един разговор трябва да се избягва:
- Да скръстваме ръце и да застиваме в тази поза;
 - Да говорим седнали;
 - Да говорим силно;
 - Да се оглеждаме в огледалото.
21. Трябва да се обръщаме винаги на „Вие” към:
- Към обикновените работници;
 - Лицата, които ни вдъхват уважение;
 - Колегите в службата;
 - Хората на улицата.

2. Казуси

2.1. Казус 1: Открийте грешката:

1. На вратата. Мъж и жена с еднакво служебно положение вървят по коридора. Тя стига първа до вратата, но той избързва да ѝ отвори. Жената възразява. Къде е грешката?

2. Покана за вечеря в дома на шефа. Поканен сте със съпругата си на вечеря у вашия началник. Не знаете какво да занесете и решавате да купите някакъв сладкиш – „онзи чудесен лимонов кейк”, който толкова много харесвате. След дълго обикаляне намирате въпросния кейк. Но пък заради това закъснявате с 5 минути. Жена ви си говори с домакинята, докато вие с шефа си пиете коктейлите. По време на вечерята се налага да извадите с пръсти от устата си костици от рибата – „Добре, че не я глътнах!” Оставяте я на края на чинията си. След десерта се разхождате из градината, възхищавате се на чудесните цветя. След като благодарите и на двамата домакини за прекрасната вечер, си тръгвате. Къде е грешката?

Отговори:

1. Грешката тук е в нейния отказ. Вярно е, че колежката демонстрира по-старомодни маниери, които вече не са правило в деловото ни обкръжение. И макар – чисто формално погледнато – колежката да е права, че след като тя е стигнала първа до вратата, тя трябва и да я отвори, тя проявява лошо възпитание, като насочва вниманието към неговата постъпка, а освен това и е нелюбезно да не поблагодари за един кавалерски жест.

2. Грешката е в донасянето на този сладкиш, без да сте предизвестили за него. Така поставяте домакинята в ужасно положение, първо защото може да не подхожда към менюто на вечерта и защото няма как да не поднесе и от вашия сладкиш. Преди да носите нещо за ядене, редно е да говорите с домакинята. Много по-добре би било да поднесете цветя или бонбони. Закъснението с 5 мин. Е нормално, но следващият път е редно да помислите за разстоянията. Предполагаме, че коктейли са били предложени и на съпругите – навярно са отказали. Махането на рибената кост с пръсти е нормално – безопасността е по-важна от благоприличието!

2.2. Казус 2: Бизнес етикет:

1. Спечелили сте конкурс за директор в средно голяма фирма. След няколко дни започвате работа. Разбирате, че почти всичките ви подчинени са мъже. Досегашният им директор също е бил мъж. Какво трябва да направите и как да се държите, за да изглеждате на мястото си сред толкова много мъже?

Поведение:

1. Как ще ги впечатлите?
2. Външен вид;
3. Невербални средства;
4. Умения за слушане;
5. Умения за приемане на отрицателни отговори

2. Бях поканен на официален обяд заедно с голяма чуждестранна делегация от партньори на фирмата. В залата беше много топло и малко след като започнахме да се храним, почувствах, че се потя. Бях със сако, но ми беше неудобно да го сваля и да остана по риза. Измъчвах се през цялото време. Как е правилно да се постъпи в този случай - сако да не се сваля въпреки горещината или все пак да се свали? Ако може да се свали, къде е подходящо да се остави - на облегалката на стола ли?

2.3. Казус 3:

Много често се наблюдава следната ситуация – вие се опитвате да работите в хармония с колегите, вършите си работата и се стремите да не си търсите излишни проблеми. Винаги има за какво да се скараме с някой, но е по-разумно да запазим добрия тон и да продължим напред. В един момент научавате, че зад гърба ви се говорят ужасни неща и то от хора, които не сте подозирали. Много често голям процент от казаните неща са съвършено грешни, дори измислени. По-чувствителните хора се нараняват в подобна ситуация и се чувстват предадени. Други реагират остро и предпочитат саморазправа с тези, които са ги засегнали.

Каква е правилната реакция в подобен случай?

2.4. Казус 4:

Галина Петрова ръководи консултантска фирма. Тя има проблем и с един от деловите си партньори и търси помощ. Ето какво разказва: „Партньор на фирмата, която ръководя, постъпи неетично и изложи на риск обществеността ни авторитет. Как да изразя възмущението си от случилото се - да се обадя по телефона на директора на партньорската компания, да напиша официално протестно писмо или и двете? Какво обръщение в началото и поздрав в края на писмото да използвам, при положение че деловите писма обикновено започват и завършват с "уважаеми" и "с уважение", а аз вече не уважавам този човек?”

Как трябва да постъпи, трябва ли да му напише остро и гневно писмо?

Как да започне и завърши деловото писмо – с какви изрази?

3. Стил и етикет

3.1. Десет начина да направим живота си по-добър

Уважаеми колеги,

Да си поговорим за навиците – тези, които ни помагат и онези, които ни пречат!

Може би вие имате други предложения (нека това бъде тема на форума) - споделете ги!

Повечето наши проблеми произлизат от нашите мисли. Те не са резултат от някакви реални събития, от нашите действия или действията на други хора. Те възникват от това, че имаме лоши начини за възприемане на събитията.

Но, за щастие, имаме възможност да се освободим от лошите ни „мисловни“ навици и по този начин да се отървем от проблемите, които те предизвикват. Затова:

1. Не правете прибързани изводи

Този лош навик може да усложни живота ни по два начина. Първо, ние смятаме, че знаем какво ще стане и почваме да действаме без да забелязваме други възможности за развитие на положението. Но, повечето хора не могат да направят наистина добри предположения за бъдещето. Затова, правейки погрешни предположения, ние като резултат правим погрешни изводи и погрешни действия след това.

Другата страна на този навик е, че почваме да мислим, че добре разбираме мотивацията на другите хора (“да им четем мислите”). Практически винаги това, което ние мислим за подбудите на другите хора, не отговаря на действителността. Точно поради тази причина често не можем да се разберем с тях.




Затова, повече питайте и по-малко предполагайте. Понякога се случва така, че полученият отговор ще Ви представи ситуацията в коренно различна за Вас светлина!

2. Не драматизирайте


Често хората приемат дребните неудачи като старт на глобалните катастрофи в живота си. Навикът да правите от мухата слон поражда притеснения, няколко пъти по-големи, отколкото в действителност би трябвало да имате. Защо става така? Никой не може да отговори на този въпрос, освен Вие самите. Може би това е начинът да изглеждате”по-

велики” (защото имате по-големи проблеми) и по-важни (защото имате трудно разрешими проблеми).

 *Каквато и да е причината, трябва да се отървете от този навик, за да живеете по-спокойно!*


3. Не си измисляйте правила

По-голямата част от Вашите „трябва” със сигурност са напълно безполезни. Това, което получавате от своите правила е чувството за вина и излишната напрегнатост. Защо се случва така?

 *Следвайки измислените от Вас правила, Вие задръствате мозъка си с ненужни пречки и задължения. Всяко неизпълнение на измисленото от Вас правило води до чувството за вина, потиснатост и депресия. В най-лошия случай, Вие се опитвате да пренасяте своите правила върху околните и изглеждате в техните очи като заядлив и дребнав човек!*

4. Избягвайте стереотипи и етикети


Думите, които използвате могат да Ви изложат. Негативният език и критикуването поражда във Вас грешен начин на мислене. Когато се опитвате да наместите нещата в определени граници и категории, започвате да не забелязвате реалното им значение. По този начин мисълта Ви тече в напълно погрешната посока.

 *Трябва да погледнете света с непредубеден поглед на едно дете. Със сигурност ще видите много нови и интересни неща и ще останете изненадани, че не сте забелязвали как живее света покрай Вас!*

5. Не бъдете перфекционист

Животът не се дели само на „черно и бяло” или „всичко или нищо”. В повечето случаи „достатъчно добре” означава точно това – „достатъчно добре”. Ако ще търсите идеалната работа, то най-вероятно, няма да я откриете никога. При все това, че всички работи ще Ви

изглеждат много по-лоши, отколкото са наистина. Ако търсите идеалните отношения, то е много вероятно да прекарате живота си самотни.

 *Перфекционизмът не е начинът на живот. Той е диагноза, болест, която трябва да излекувате. Той няма да Ви позволи да се наслаждавате на живота и ще Ви изпрати да търсите това, което не съществува в природата!*


6. Не правете обобщения

Една-две загуби още не са истинската катастрофа. Единичната победа още не Ви превръща в гений. Всяко едно единично събитие, или дори две-три събития, не винаги са признак на твърда тенденция. Почти винаги има изключения, а отделните победи и поражения се явяват само „отделни несвързани с някаква тенденция победи и поражения”.

 *Преценявайте реално ситуацията, не обобщавайте!*

7. Не приемайте нещата лично

Помислете върху една истина – повечето Ваши приятели, познати и колеги не мислят за Вас през 99 % от своето време. Със сигурност, по-голямата част от Вашите комшии и хората, работещи на съседния етаж, никога не са чували за Вас или са забравили тази информация 5 минути след като са я научили. Дори нещо повече – те не биха искали изобщо да чуят нещо за Вас. Това е истината!


 *Повярвайте, че лошото настроение на хората покрай Вас, както и доброто им настроение, нямат към Вас лично никакво отношение. Не се вживявайте и не възприемайте нещата лично. Така само ще си развалите настроението, без да има никаква причина!*

8. Не вярвайте на емоциите – управлявайте ги

Това, което чувствате, не винаги се явява отражение на действителността. Самият факт, че чувствате нещо не означава, че това се случва наистина. Понякога нашите чувства се пораждат от глада, умората, раздразнителността или дори от настинката ни. Фактът, че не


харесваме някакъв човек или че усещаме, че няма да можем да работим с него, не винаги означава, че това наистина ще се случи.

Дали усещате, че нещата вървят на добре или на зле, няма да има никакво влияние върху това, как събитията наистина ще се развиват по-нататък. Нашите чувства могат да бъдат истински, но те не са самата истина.

 *Бъдете в състояние да кажете: Аз не те мразя теб – мразя това, което правиш!*


9. Не се подавайте на апатията

Тренирайте да бъдете оптимист! Ако търсите лоши неща в живота си или в кариерата си – със сигурност ще ги намерите. Да имате негативна нагласа е все едно да гледате света през мръсни очила. Ще забелязвате само недостатъците, без да забелязвате хубавите неща наоколо.

 *Повечето от нас дори и не подозират, как лесно се откриват лоши неща там, където ги няма (стига да ги търсете). По същия начин, винаги ще намирате позитивните неща, ако ги търсите!*

10. Не живеете в миналото си

Този съвет е най-важният: Забравете и продължавайте да живеете по-нататък! Най-много разочарования, нещастия и злини в този свят правят хората, които помнят миналите обиди и проблеми.

 *Колкото повече ще се връщате към миналите си обиди и неудачи, толкова по-големи те ще изглеждат и толкова по-зле ще се чувствате. Не се борете с нещастията – подминете ги, забравете и вървете напред. По този начин ще ги лишите от силата да Ви тровят живота!*

3.2. Как се водят кратки разговори²³?

1. С нови познати е важно бързото и елегантно предварително проучване, така че да се напипат интересите и темите на събеседника,

²³ Джонев, С. Бизнес етикет: Как се водят кратки разговори. Сп. Инсайт, 19.09.06 г.

Мълчанието е израз на враждебност, дистанция, отчуждение. Лекият, добронамерен разговор на приятна и за двете страни тема създава приятелска атмосфера и доверие, които са отлична среда за по-нататъшно развитие на бизнесвръзките. Те са "ордъвърът", който няма да ви "нахрани", но ще възбуди апетита ви за по-нататъшно сближаване.

2. Разговорът трябва да е кратък - няколко минути;

3. Може да се проведе навсякъде - в коридора, асансьора, кабинета, по време на антракта, коктейла, деловия обяд.

4. Темата - приятна, универсална (времето, работата, злободневни и актуални въпроси, децата) или обща (еднакви увлечения, едни и същи посещавани места, сходно образование).

5. С нови познати е важно бързото и елегантно предварително проучване, пробването в няколко направления да се напипат интересите и темите на събеседника, без проява на нездраво любопитство. А също и "колекционирането" на любопитни случки, анекдоти, факти - интересни не само за вас, но и за другите. По време на такъв разговор слушайте внимателно. Според Дейл Карнеги това е най-големият комплимент, който можем да направим на човека.

6. Не прекъсвайте другия и не вземайте думата за дълго. Подавайте я на събеседника било с въпрос, било с кратка пауза;

7. Не отговаряйте лаконично само с "да" или "не" - обоснове се, добавете любопитна информация, развийте идеята си. Но не правете "археологически разкопки" в неслужливите пластове на паметта си, като търсите имена и дати, които никога няма да си спомните, или като прибавяте отегчителни подробности, без отношение към разказа;

8. Не се увличайте - няколко минути, не повече;

9. Помнете, разговорът трябва да е естествен и приятен и за двамата, не изкуствен и насилен;

10. Разговори по телефона. Телефонът е средство, чрез което може да се демонстрира както безупречен бизнесетикет, така и абсолютно безкултурие. Скъсяването на разстоянията чрез телефона е благо за бизнеса. Но може да бъде и нетърпимо зло, като ви прави лесно достъпен за всеки по всяко време, без да се съобразява с вашето време, заетост, задачи в момента;

11. Какво е добре според деловия етикет за телефонните разговори? Когато вдигнете слушалката при позвъняване, започнете със собственото си представяне: "Николай Димитров е на телефона" или "Център за организационно развитие и консултиране - слушам ви".

12. Този, който звъни, също се представя: "Казвам се Емил Пенчев и съм ваш клиент. Бих искал...". Тази процедура е задължителна за бизнес етикета и е влязла в частните разговори на хората в цивилизованите страни, където с вдигането на слушалката произнасяте името си и чувате името на човека, който ви търси;

13. Разговори като: "Ало, кой е?", "А ти кого търсиш?", "А бе, ти кажи кой си!" и т.н. са израз на народопсихологията на подозрителността и страха, че ще се издадеш;

14. Попипайте събеседника си възможно ли му е да разговаря в момента - това е особено наложително за разговорите по клетъчни телефони. Не говорете дълго. Бъдете кратки - и заради този, с когото говорите, и заради тези, които очакват линията да се освободи, за да се обадят;

15. Изключвайте телефоните, когато имате посетител. Не допускайте порочната практика всеки следващ, който влиза в кабинета ви, да е с предимство пред вече присъстващите, а тези по телефона да са с двойно предимство пред всички. Това говори за лоша организация и че вие сте хаотичен човек;

16. Грешките по телефона са отличен индикатор за демонстрация на вашите бизнесобноски. Не хлопвайте слушалката с гилотиниращото "Грешка!". Това, че за другия вие сте анонимен, не ви освобождава от задължението да сте вежлив;

17. Ако погрешно са ви набрали, изчакайте дали няма да ви поискат допълнителна справка за уточняване на номера. Ако вие сте набрали погрешно, съобщете номера за сверка и се извинете, преди да затворите.

3.3. Заседанията²⁴: Тук можете или да блеснете публично, или публично да се изложите!

1. Водещият принцип при заседанието е да се чуят множество мнения и аргументи, да се срещнат различни гледни точки и на тази база да се вземе оптимално решение. Това означава поддържане на атмосфера на демократичност, толерантност, откритост, отсъствие на заплахата. Вместо това често заседанията стават арена на самодоказване, самонатрапване, конкуренция;

2. Съществува основно правило в председателстването на заседанията - или добре ръководите, или добре участвате. Това означава, че в качеството си на водещ трябва да подготвите дневен ред и да организирате дискусия, да насърчавате хората да участват, да внимавате някой да не обсеби темата, да помагате обсъждането да върви напред последователно и обосновано, да предпазите групата от непродуктивни отклонения и от загуба на тезата (когато се забравя за какво говорим и пътъом подменяме темата);

3. Грешка е, ако заседанията се превърнат в монолог на ръководителя и в налагане на негови варианти за решения. Или в тягостни поучения и порицания;

4. Не си позволявайте да се гаврите с когото и да било и не се шегувайте дебелашки. Но знайте, че елегантният хумор е прохлада за напрегнатата аудитория;

5. За участниците важи друго правило. Участвайте активно, но не се отнасяйте собственически с думата. Дайте възможност и на другите да изкажат своето мнение и аргументи. Изслушвайте се и не се прекъсвайте;

6. Не спорете и не вземайте повторно и трети път думата, за да набивате аргументи в подкрепа на своята теза. Това превръща дискусията в разправия. Хората имат уши и разум, дайте им възможност сами да преценят и да решат;

²⁴ Авторът проф. Сава Джонев е специалист по социална психология и организационно консултиране

7. Грижете се единствено да бъдете ясен, честен и разбираем. Не се горещете. Владейте се. Приемете с уважение общото решение, взето след гласуване.