



9 najważniejszych zasad

BIZNESOWEGO SAVOIR-VIVRE'U

tekst Aleksandra Makles
Małgorzata Król

Czasami o poradnikach etykiety biznesu zdarza nam się myśleć jak o ukształtowanych zakazach i nakazach. Jednak lepiej się do takich myśli nie przyznawać, bo każdy, kto kieruje się zasadami dobrego tonu w kontaktach służbowych, wie, jak wiele ułatwiają i przeciwnie – nie krępują, lecz dodają poczucia bezpieczeństwa, własnej wartości i luksusu bycia sobą.

Czasami o poradnikach etykiety biznesu zdarza nam się myśleć jak o ukształtowanych zakazach i nakazach. Jednak lepiej się do takich myśli nie przyznawać, bo każdy, kto kieruje się zasadami dobrego tonu w kontaktach służbowych, wie, jak wiele ułatwiają i przeciwnie – nie krępują, lecz dodają poczucia bezpieczeństwa, własnej wartości i luksusu bycia sobą.

W naszym kraju przez lata ignorowało się owe dobre maniery, uważając je jako staroświeckie i nikomu niepotrzebne, a nawet budzące śmieszność. Jednakże dzisiaj w dobie rywalizacji i konkurencji firm znajomość zasad etykiety jest jednym z czynników decydującym o powodzeniu i zapewniającym szybki rozwój firmy. Etykieta w biznesie jest bardzo istotna w utrzymywaniu poprawnych relacji z klientami, partnerami i współpracownikami. Obowiązuje nie tylko na ważnych spotkaniach czy uroczystych kolacjach, ale także w codziennym życiu biurowym, np. podczas rozmów telefonicznych czy w korespondencji e-mailowej.

Etykieta biznesu jest międzynarodowym językiem, zbiorem zasad, który dotyczy głównie umiejętności radzenia sobie w różnych złożonych sytuacjach biznesowych.

Czym jest biznesowy savoir-vivre?

Etykieta biznesu jest międzynarodowym językiem, zbiorem zasad, który dotyczy głównie umiejętności radzenia sobie w różnych złożonych sytuacjach biznesowych. U jego podstawy leżą trzy najważniejsze zasady:

Zasada dostosowania, która reguluje różnice w interpretacji etykiety w krajach o innej kulturze. Według tej zasady po przekroczeniu granicy obcego państwa powinniśmy dostosować się do jego kultury. Nie krytykujemy zwyczajów gospodarzy i nie narzucamy własnych.

Zasada precedencji, czyli porządek pierwszeństwa. Zasada ta mówi, że podstawą w biznesie jest ranga i status, a nie wiek i płeć, jak ma to miejsce w etykiecie towarzyskiej.

Elegancja i takt w zachowaniu, czyli okazywanie szacunku innym.

Okazuje się, że bez znajomości podstawowych zasad etykiety trudno obecnie sprawnie funkcjonować. Co więcej, środowisko zawodowe stało się szczególnie wyczulone na kwestie nienaganej postawy, wyglądu i kultury osobistej.

Poznanie zasad kindersztuby jest zatem pierwszym krokiem do sprawnego i swobodnego poruszania się w świecie biznesu. Nic tu nie jest i nie może być przypadkowe – uścisk dłoni, kolejność przedstawiania osób czy forma wymiany wizytówek. Poznając reguły w nim panujące, możemy poczuć się pewnie i komfortowo w sytuacjach wymagających od nas obycia. To nasza postawa buduje

wizerunek i wiarygodność firmy. Warto zatem zadbać o tę płaszczyznę kontaktów biznesowych, która wpływa na jakość naszych relacji z klientami i partnerami biznesowymi, mając na uwadze, że to właśnie *savoir-vivre* stał się obecnie jednym z głównych wyznaczników profesjonalizmu firmy.

9 podstawowych zasad biznesowej etykiety:

Autoprezentacja – przestrzeganie zasad biznesowego dress code'u, a co za tym idzie nienaganny wygląd sprzyja korzystnemu pierwszemu wrażeniu, który może okazać się kluczowy w zdobyciu sympatii kontrahenta.

Hierarchia – czyli przestrzeganie zasady pierwszeństwa w biznesie zarówno podczas powitania, przedstawianiu nieznanych sobie osób, wręczeniu wizytówek czy zajmowania miejsc na przyjęciu.

Przedstawienie się – w Polsce zasadą jest podawanie imienia przed nazwiskiem. Witając się czy przedstawiając w biznesie, zarówno kobiety, jak i mężczyźni powinni wstać. Podawanie tytułów naukowych, zawodowych czy rodowych nie jest w tej sytuacji na miejscu.

Uścisk dłoni – prawidłowy uścisk dłoni musi być naturalny, serdeczny i zdecydowany. Powinien trwać mniej więcej tyle, ile wzajemne powiedzenie sobie „dzień dobry”. Zapominamy o poklepywaniu, objęciach, całowaniu w dłoń oraz innych cmoknięciach na powitanie czy pożegnanie. Pamiętajmy też, aby nie inicjować uścisku dłoni w sytuacjach, kiedy osoba, z którą się witamy, ma znacznie wyższą rangę.

Kontakt wzrokowy – na polu zawodowym wzrok mówiącego powinien padać prosto w oczy lub okolice oczu rozmówcy. Tym samym przekazujemy naszemu rozmówcy, że nasze intencje są szczerze i nie mamy nic do ukrycia.

Komunikacja niewerbalna – nasza gestykulacja powinna współgrać z tym, co mówimy i wzmacniać nasz przekaz. Zwróćmy również uwagę na naszą postawę podczas rozmowy – siedzenie w rozkroku, opieranie się o ścianę czy trzymanie rąk w kieszeniach świadczą o braku szacunku wobec rozmówcy.

Empatia i aktywne słuchanie – czyli indywidualne podejście do potrzeb klienta oraz jego życzeń, wyrażanie gotowości do pomocy i współpracy może okazać się decydujące w budowaniu długoterminowych relacji.

Punktualność – czyli szacunek dla czasu drugiej osoby. Jeżeli zdarzy nam się spóźnić, niezbędne jest poinformowanie oraz przede wszystkim przeproszenie osoby czekającej.

Uprzejmość – w stosunku do klientów nawet w najbardziej krytycznych i konfliktowych sytuacjach.

