

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«ПЕРВЫЙ МОСКОВСКИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
КОМПЛЕКС»

РЕКОМЕНДАЦИИ

ВЫПУСКНИКУ

**Имидж – важнейший аспект успешного делового
общения.**

МОСКВА

2018

Авторы составители:

1. Ковалева Е.В. – методист учебного отдела,
(специалист ЦСТВ)

РЕКОМЕНДАЦИИ ВЫПУСКНИКУ

В сборнике рекомендаций представлены: понятия имиджа, поведения, что является залогом успешного делового общения, а в дальнейшем успешного трудоустройства.

Рекомендации предназначены для обучающихся и выпускников учреждений профессионального образования, ищущих свое место на рынке труда, а так же для людей, занятых поиском работы.

I. Введение

В наш технический век средства массовой коммуникации постепенно вытесняют живое общение, поэтому особенно важно умение понравиться людям, только после этого их можно в чем-то убеждать. Без привлекательного имиджа (т.е. умения душевно расположить к себе человека) этой проблемы не решить. Прежде чем выбирать стиль одежды, изучите общество, где вам придется находиться, или аудиторию, перед которой вам нужно выступить. Всегда помните, что людям нравятся те, кто похож на них, поэтому старайтесь соответствовать по стилю той атмосфере, где вскоре окажетесь.

Надо учитывать, что в большинстве компаний принят **дресс - код** — жестко определенный стиль одежды. Стиль одежды, характерный для крупного банка, не похож на тот, что принят в небольшой звукозаписывающей компании.

Одежда не должна отвлекать от сути дела, поэтому лучше одеться сдержанно и солидно, а не небрежно или эффектно. В то же время женщине не следует надевать строгий, похожий на мужской костюм для выступления перед преимущественно мужской аудиторией.

Женственность в данном случае не повредит, а пойдет на пользу, если, конечно, поведение в целом будет соответствовать целям. Готовьте свой костюм для

выступления заранее, а не решайте все в последний вечер.

II. Определение понятия

ИМИДЖ (англ. image, от лат. imago - образ, вид) - целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.

Имидж – важнейший аспект любого общения между людьми, в том числе и делового. В силу специфики задач, решаемых при деловом общении, имидж должен соответствовать этой специфике, оставлять у собеседника определенный набор впечатлений, а именно: надежности, скромности, компетентности, интеллектуального развития. При начале контактов правильно подобранный и реализованный имидж помогает создать благоприятное первое впечатление, вызвать уважение и доверие деловых партнеров. Этим определяется важность изучения этого понятия и успешного применения полученных знаний.

Имидж должен быть подвижным, динамичным и изменяться в зависимости от веяний моды (конечно, в разумных пределах).

Сегодня актуален стиль кэжуал (от англ. casual — произвольный) — повседневный, созданный специально для деловой жизни. Здесь каждая мелочь продумана, все

вроде бы «произвольные» детали четко выверены для создания законченного образа делового человека. Имидж формирует наше окружение, поэтому для установления позитивного контакта (следовательно, и достижения нужного нам имиджа) с деловыми партнерами можно и нужно применять следующие приемы:

- ☞ улыбка, доброжелательный взгляд;
- ☞ приветствие, которое сопровождается рукопожатием и какими-то теплыми словами;
- ☞ уважительное обращение к партнеру — по имени и отчеству (для этого нужно представиться, познакомиться, обменяться визитными карточками);
- ☞ проявление дружеского расположения к партнеру (шутки, комплименты, участие и др.);
- ☞ подчеркивание значимости партнера и компании, которую он представляет, уважения к нему (с помощью мимики, жестов, позы, организации пространственной среды);
- ☞ открытое признание достоинств партнера.

Деловой человек обязан уметь вызывать доверие, нравиться своему деловому партнеру с момента знакомства. Это доступно уверенному в себе человеку. Чтобы развивать в себе уверенность, нужно перестать

критиковать себя, жаловаться, стать независимым, позитивно смотрящим на мир, открытым человеком.

«Открытый» человек:

☞ уверен в себе, знает свои цели и знает, чего хочет;

☞ оптимист, ищет и видит в других людях прежде всего хорошее;

☞ сначала думает о клиенте, потом о своей компании, а затем — о себе;

☞ жизнерадостный, веселый человек;

☞ с пониманием относится к другим людям, чаще говорит «да», чем «нет»;

☞ не предъявляет завышенных, чрезмерных требований к себе и не позволяет это делать другим, при этом у него хватает времени на все проекты и замыслы;

☞ всегда внимательно выслушивает собеседника, старается, как можно большему научиться у других людей.

Окружающие всегда чувствуют исходящую от открытого человека доброту и чувство внутреннего спокойствия.

В отличие от открытого «закрытый» человек:

☞ испытывает страх, нерешителен, ему недостает веры в свои силы;

☞ пессимист, отличается недоверчивостью, всегда ждет самого плохого;

☞ редко смеется и проявляет свою радость, редко говорит «спасибо»;

☞ склонен отказываться, чаще говорит «нет», чем «да»;

☞ почти не говорит о себе, зато часто делится со всеми, что работа приводит вас в стрессовое состояние и что у вас практически нет свободного времени;

☞ ругается, брюзжит;

☞ чересчур много говорит о себе и слишком мало слушает других;

☞ часто суетится, действует нервно, с раздражением;

☞ распространяет вокруг себя недружелюбную обстановку, даже гнетущую, выступает всегда «против».

III. Ваша работа. Как имидж влияет на вашу карьеру.

Большинство людей считают разговоры об имидже пустыми.

Но практика говорит о том, именно то, как вас воспринимают, оказывает решающее влияние на вашу

карьеру и исход собеседования при трудоустройстве. Любопытные факты опубликовал бывший директор службы трудоустройства Северо-Западного университета Ф.С. Эндикот.

Он проанализировал причины отказа руководителей потенциальным сотрудникам и расположил их в порядке их влияния на работодателя. Оказалось, что первые места занимают плохие манеры и неудовлетворительный внешний вид сотрудника. В то время как "недостаточные знания по специальности" располагаются на 29 месте в списке других причин отказа. Так что, если вы хотите, чтобы вас взяли на престижную работу, или вы давно мечтаете о новой должности, но ваша карьера замерла, не пренебрегайте рекомендациями имиджмейкеров.

Если ваша карьера напрямую зависит от вашего имиджа, не скупитесь на одежду и аксессуары для работы.

Отправляйтесь в магазин и покупайте все необходимое для создания имиджа успешного сотрудника.

В первую очередь это обувь, часы, сумка, хотя бы один офисный костюм, и ухоженные волосы. Поработайте над манерами, осанкой и динамикой тела.

Это не только составляющие имиджа, но и сигналы вашей успешности и перспективности, которые читаются на бессознательном уровне.

Это вовсе не пустое времяпрепровождение и трата денег, это - вложения в ваше будущее и успешную карьеру.

Список, который вывел Эндикот на основании опросов и наблюдений.

Основные причины для отказа в работе и карьере, в порядке значимости:

1. Неудовлетворительный внешний вид;
2. Манеры всезнайки;
3. Плохая речь, слабый голос, невыразительная дикция;
4. Отсутствие собственного плана карьеры и четко поставленной цели;
5. Неуравновешенность, неискренность;
6. Отсутствие энтузиазма и заинтересованности;
7. Нежелание участия в делах компании, кроме предусмотренного должностью;
8. Зацикленность на деньгах;
9. Плохая успеваемость во время учебы;
10. Нежелание начинать с малых должностей;
11. Склонность к самооправданию, постоянные ссылки на внешние факторы;
12. Отсутствие или недостаток такта;
13. Незрелость;
14. Недостаток вежливости;
15. Презрительные или отрицательные отзывы о прежних работодателях;
16. Неумение вести себя в обществе;
17. Явное нежелание учиться;

18. Общая пассивность;
19. Нежелание смотреть собеседнику в глаза;
20. Слабое рукопожатие;
21. Нерешительность;
22. Любовь к безделью в выходные и во время отпуска;
23. Неустроенная семейная жизнь;
24. Плохие отношения с родителями;
25. Неряшливость;
26. Желание просто куда-то пристроиться;
27. Намерение получить работу лишь на некоторое время;
28. Плохое чувство юмора;
29. Недостаточные знания по специальности;
30. Несамостоятельность;
31. Отсутствие интереса к самой компании и отрасли, которой она занимается;
32. демонстрация своих связей и знакомств;
33. Нежелание отпраиваться туда, куда нужно фирме;
34. Цинизм;
35. Отсутствие морали;
36. Очевидная лень;
37. Явная нетерпимость;
38. Узость интересов;
39. Неумение распоряжаться своим временем с толком;
40. Неумение вести собственные дела;
41. Отсутствие интереса к жизни общества и страны;
42. Неумение спокойно воспринимать критику;

43. Пренебрежение к опыту;
44. Излишняя радикальность собственных идей;
45. Опоздание на встречу, совещание или собеседование;
46. Отсутствие информации о прежних местах работы;
47. Плохое воспитание;
48. Отсутствие вопросов по существу предполагаемой работы;
49. "Давящий" тип личности;
50. Общая неопределенность ответов.

IV. Составляющие имиджа

Внешность.

Лицо, фигура, одежда активно влияют на наше восприятие. «По одежке встречают», - утверждает народная мудрость. Одежда может говорить о многих чертах характера, к примеру, неряшливость демонстрирует, что человек невнимателен к мелочам, эксцентричность - непредсказуемость или легкомыслие, что может вызвать недоверие у делового партнера. Во время работы лучше придерживаться так называемого офисного стиля одежды. Это строгий костюм светлых тонов в летнее время, или темный зимой или вечером. Одежда должна быть классического покроя, все аксессуары точно подобраны. О респектабельности говорят сумочка или портфель из хорошей кожи, одежда известной марки, ручка высокого класса. Очень важны опрятность и аккуратность в одежде, так как у людей

они ассоциируются с деловыми качествами, а значит, помогают создать хороший имидж.

Манеры поведения.

Манеры также являются важной частью имиджа. Они проявляются в поведении за столом во время приема пищи, в правильном использовании оргтехники и канцелярских принадлежностей, в курении (если это разрешено), в том, как человек входит в помещение и занимает предложенное ему место, снимает и надевает одежду, размещает свои вещи.

Речь.

Существует много ошибок в данной области, которые мешают не только произвести благоприятное впечатление, но и просто услышать и понять, что говорит собеседник, донести до него свою мысль. Наиболее грубой ошибкой можно считать прерывание речи собеседника. Это не только демонстрирует неуважение, но и мешает понять важные моменты разговора. Одна из таких ошибок, это чрезмерная увлеченность собственной речью. В таком случае партнер может просто не вспомнить ничего из того, что говорили ему чуть раньше. Другой ошибкой является поглощенность своими мыслями, ее часто совершают люди, озабоченные своим здоровьем, воодушевленные новой бизнес - идеей и т. п. В этом случае люди не реагируют на разумную критику и ценные предложения собеседников и деловых партнеров. Нередко это случается в критические моменты жизни, когда особенно

необходимо прислушаться к мнению трезвомыслящих людей.

Невербальное общение.

Невербальное общение – язык жестов, включающий такие формы самовыражения, которые не опираются на слова и другие речевые символы. Более половины объема межличностного общения приходится на невербальное общение. Мимика, позы, жесты всегда передают наши чувства и состояние. Эффективно общаться означает также понимать язык невербального общения. Чуткость в восприятии и понимании языка невербального общения развивается с опытом и возрастом. Ключевыми категориями в рассматриваемой проблеме являются межличностное пространство, визуальный контакт, рукопожатие, выражение лица, позы и жесты.

Межличностное пространство.

1. Интимное расстояние – до 50 см. Так общаются близкие люди.
2. Межличностное расстояние – 0,5 – 1,2 м. Оптимально для разговора друзей, знакомых, неформального общения коллег.
3. Социальное расстояние – 1,2 – 3,7 м. Целесообразно для социальных, деловых отношений.
4. Публичное расстояние – более 3,7 м.

Визуальный контакт.

Информация от одного партнера к другому может быть передана и воспринята самым точным образом с помощью глаз. Кроме того, визуальный контакт позволяет создать необходимую атмосферу в ходе переговоров. Поэтому важно контролировать свой взгляд и визуальный контакт в целом. Контролировать свои эмоции, жесты, позы возможно, но практически нереально влиять на реакцию зрачков. Они непроизвольно расширяются, когда человек радостно возбужден или удовлетворен, и сужаются, когда он сердится или у него мрачное настроение. Умение замечать эти детали – рычаг влияния опытного делового человека на ход переговоров или общения в целом.

Рукопожатие

Это неременный атрибут не только делового, но и повседневного общения. Рукопожатие может сказать о многом. У разных народов мира сложились разные представления о рукопожатии. В повседневной и, тем более в деловой жизни требуют учета национальные различия в понимании смысла и назначения рукопожатия.

Выражение лица

Лицо является главным выразителем чувств и настроения. Всегда приятнее иметь дело с жизнерадостным, оптимистичным партнером. Улыбка – наиболее универсальное средство, способствующее развитию отношений. При встрече она способствует

снижению напряжения и более раскованному спокойному общению, говорит о дружелюбии и расположении. Нельзя забывать о том, что улыбка должна быть адекватна ситуации и не вызывать раздражения партнера. Отрицательные эмоции (печаль, гнев, отвращение) затрудняют процесс установления контакта, если только они не совпадают с эмоциями собеседника.

Позы и жесты

Позы и жесты говорят о многом: установке, чувствах, возрасте, даже национальности партнера. Они могут быть сигналом безразличия, заинтересованности или окончания встречи.

Уважение к собеседнику и окружающим

Пожалуй, этот аспект является важнейшим в имидже. Уважение к собеседнику и окружающим должно выражаться всеми перечисленными выше аспектами имиджа, а именно: внешностью, манерами поведения, речью и невербальными сигналами.

Естественность в поведении

Это, как и уважение к собеседнику, ключевой момент любого общения. Даже хорошо подготовленный для контактов специалист не может «находиться в роли» слишком долго или сыграть ее безупречно. Необходимо отметить, что появление у партнеров сомнений в искренности служит преградой на пути достижения честных договоренностей. Кроме того, необходимо отметить, что существуют техники делового общения

«выводящие партнера из роли», а смена имиджа в процессе общения часто равносильна потере контакта с собеседником.

IV. Заключение.

Внимание к вышеозначенным деталям позволяет создать благоприятный и необходимый в той или иной ситуации имидж, что является залогом успешного делового общения.

Список использованной литературы.

- 1) Быстрова Л.И. Теория и практика деловых отношений: учебное пособие / Отв.ред. О.А.Павловский / МГУСИ. – М., 2000. – 91 с.
- 2) Митрошенков О.А. Эффективные переговоры. Практическое пособие для деловых людей. – 2-е изд., исправ. – М.:Издательский дом «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир», 2000г. – 280с.
- 3) Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. – М.:Наука, 1992. – 158с.
- 4) Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. – М.: ИНФРА–М, 1995. – 366с.