

Содержание:

image not found or type unknown



Введение.

В последние годы в связи с быстрым развитием рыночных и демократических отношений в нашей стране значительная часть населения всё более активно вовлекается в сферу политики и предпринимательства. Появилось много людей, основным видом профессиональной деятельности или формой вторичной занятости которых стал бизнес и деятельность политическая, позволяющие максимально реализовать творческие способности и деловые качества. Однако эти способности и качества дают наибольший эффект лишь при наличии должного делового имиджа, т.е. того положительного представления, которое в глазах окружающих человек создаёт о себе сам и которое выступает как внешнее отражение его личности и показатель деловых и чисто человеческих качеств.

Именно деловой имидж позволяет создать первое впечатление о человеке. Такой имидж в данном случае - его фирменный знак, его внешняя вывеска. Чем он привлекательнее, тем выше профессиональный авторитет бизнесмена и общественная репутация политика.

В наши дни профессиональный и политический навык сам по себе ещё не обеспечивает успешное осуществление коммерческих и политических проектов и не создаёт достойную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь расположить к себе аудиторию, заказчиков и клиентов, то есть создать свой неповторимый деловой имидж.

Деловой имидж - это то представление, которое вы создаёте сами о себе как внешнее отражение вашей личности и как показатель ваших деловых и чисто человеческих качеств. Чем оно удачнее, тем выше ваш профессиональный и политический авторитет, тем легче находить общий язык с окружающими и завоёвывать у них признание и должное уважение.

Об имидже и его роли в бизнесе и политике в последнее время говорят у нас всё чаще и серьёзнее. Опыт мирового цивилизованного сообщества убедительно

доказал, что без создания положительного делового имиджа наивно рассчитывать на успешное осуществление как коммерческих, так и политических проектов и пользоваться достойной репутацией в деловых кругах.

Удачный деловой имидж влияет не только на восприятие вас окружающими, но и на ваше восприятие самого себя. Если вы выглядите хорошо, это придаст вам смелость быть самим собой и чувствовать себя более уверенным. Другими словами, ваш облик воздействует на вас в той же степени, в какой он воздействует и на окружающих вас людей.

1. Принципы построения делового имиджа

Прежде чем приступить к созданию своего личного делового имиджа, необходимо достаточно реалистично осознать, кто вы для окружающих и каков ваш нынешний образ в их глазах. Редко кто может достоверно описать самого себя. Чаще всего собственная самооценка бывает или абсолютно отрицательной или совершенно положительной. Это, как правило, самообман. Необходимо научиться непредвзято, оценивать самого себя.

Важно выяснить, что в данный момент думают о вас окружающие. Не следует решать, какой образ желательно явить миру или как вы должны изменить свой теперешний имидж, пока хорошо не уясните, каким вас видят другие. Этих «других» в вашей деловой жизни будут представлять различные группы людей из ваших коллег, партнёров, клиентов, посетителей. И хотя вы нуждаетесь в стабильно имидже, вам всё-таки нужно представлять себя этим различным группам в соответствующем образе, что в итоге поможет вам чётко определить различные аспекты вашего имиджа для разных категорий людей. Поэтому не следует демонстрировать один и тот же имидж для разных людей. Из этого следует, что не нужно вести себя во всех ситуациях и со всеми одинаково. Так, стиль поведения, избранный каждым деловым человеком в повседневном общении с коллегами, может не принести успеха при разговоре, например с начальником.

Поэтому, прежде всего надо учитывать, на какую группу людей необходимо произвести хорошее впечатление в той или иной ситуации. Нужно также чётко уяснить, что именно впечатляет вас в других и заодно прикинуть, по силам ли будет адаптировать подобные качества к собственному имиджу.

При создании делового имиджа необходимо учитывать ожидания людей. Если они считают, что вам следует проходить в дверь первым, вы так и должны поступать, даже если это противоречит вашей природной вежливости. Если вы хотите, чтобы вас уважали, надо вести себя так, как, по мнению людей, вы должны себя вести в вашем положении. Значительная часть вашего имиджа должна ясно указывать, что вы неизменно учитываете ожидания окружающих. Решите, как бы вам хотелось, чтобы люди вели себя с вами на различных уровнях, и определите, как следует вести себя с ними.

Чтобы создать капитал на собственных достоинствах, надо, прежде всего, выявить их у себя, чтобы «заставить работать». Чем больше вы сконцентрируетесь на них, тем быстрее будут устранены ваши слабости и недостатки. В вашей работе всё важно для вас. Но только её отдельные аспекты важны для других. Поэтому, если хотите, чтобы вашу деятельность ценили, вам надо быть уверенным, что различным группам окружающих вас людей вы представляете именно ту её сторону, которая больше всего интересуется не только вас, но и их. Если вы хотите скорректировать свой имидж так, чтобы произвести хорошее впечатление и на вашего начальника, то вам, прежде всего надо знать, чего он хочет в данный момент. Вы должны показывать, что в основе вашего имиджа лежат только деловые качества, что вы можете позволить гордиться собой настолько, насколько это позволяют делать результаты вашей работы, и не более того. При этом желательно «показать товар лицом» - выставить себя и свои идеи в наиболее привлекательном виде и постараться дать знать об отличном качестве вашей работы и вашем высоком профессионализме. Для продвижения по службе или политического роста необходимо понять существующие тенденции в вашей компании, фирме, партии, чтобы своевременно воспринять большинство из них и адаптировать к ним свой имидж. Изменяя свой имидж в сторону большего профессионализма, следует иметь в виду, что он не моделируется по единому плану, для его создания нет одинаковых путей. Его следует создавать во многих направлениях.

Деловой имидж (как и всякий другой) следует строить на вашем искреннем «я». Основа его привлекательности для людей, с которыми вы встречаетесь, заключается в том, что они должны видеть вас настоящего, а не какую-то искусственную модификацию вашей личности. Вы, конечно, можете радикально изменить свой имидж, оторвать его от вашего естественного «я», но это будет продолжаться очень недолго. Вас выдадут непредусмотренные мелочи.

Отсюда следует, что при создании положительного делового имиджа необходимо твёрдо придерживаться установленных рамок выбранного вами образа и в конце концов заставить его стать неотъемлемой частью вашей внутренней сути. Поэтому стабильность такого имиджа должна постоянно поддерживаться всеми имеющимися средствами, и, прежде всего созданием и сохранением своего доброго имени, профессиональной чести и политического кредо. Важно не только решить, какой имидж вы хотели бы обрести для себя и своей работы, но также быть последовательным в его повседневной демонстрации.

Построение делового имиджа предполагает наличие ясных целей такой работы. Создание его наугад может сработать на короткое время, но долгосрочного эффекта вы не получите, результат может оказаться даже неблагоприятным. Вам нужно создать имидж, который будет соответствовать не только вашей внутренней сути, но и долгосрочным политическим целям.

2. Основные формы выражения делового имиджа

Имидж, как и сама личность человека, весьма многогранен, поскольку в разных деловых ситуациях человек предстаёт перед окружающими в довольно несхожих ипостасях. Однако при всём своём различии эти ипостаси – лишь разные точки зрения на одну и ту же личность. В каждой конкретной ситуации и для разных групп людей деловой имидж должен быть им адекватен и складываться из возможно большего числа конкретных форм его выражения. Окружающим вас людям не безразлично, как вы смотрите, в какой мере знаете и соблюдаете правила и условности делового этикета, владеете искусством устной и письменной речи, из каких этических принципов исходите в своей деятельности, как используете средства и приёмы поведенческой техники и тактики, в какой мере проявляете заботу о собственном здоровье.

Таким образом, если говорить более обобщённо, то деловой имидж заключается в единстве всех указанных выше форм выражения. Именно их гармоничное сочетание и постоянство проявления делают стабильным доверие и уважение к деловому человеку со стороны его коллег, партнёров и клиентов, создают у них уверенность в его компетентности, деловитости, моральной и физической надёжности. Поэтому рассмотрим эти формы делового имиджа более подробно, и в первую очередь те из них, которые позволяют составить окружающим первое впечатление о вас.

Очень часто люди на каждую конкретную деятельность проецируют массу стереотипов, распространённых среди широкой публики. Особенно это касается одежды, поскольку наше положение и образ жизни нигде так откровенно не проявляются, как в манере преподнести себя через одежду. От того, как вы себя оденете, будет в значительной мере зависеть отношение к вам со стороны окружающих вас людей.

Одежда является как бы внешней формой выражения делового имиджа, она связана с характером и образом жизни человека. Поэтому очень важно убедиться, что одежда соответствует ситуации, иначе ваш имидж поблекнет, и никто не станет воспринимать вас всерьёз. Стиль одежды всегда должен соответствовать конкретной деловой ситуации. Простейший способ изменения вашего имиджа – снять пиджак. Если вы пришли на собрание, а там все расслаблены и сидят в одних рубашках, не «цепляйтесь» за свой пиджак. Снимите его, и вы тут же станете частью коллектива. Точно так же, если вам нужно выглядеть более официально, наденьте пиджак. Это особенно полезно знать женщинам, которые в отличие от мужчин не всегда находятся на работе в неизменном пиджаке. Но если они держат его под рукой, то могут мгновенно принять официальный вид. Манеры поведения как форма выражения делового имиджа весьма существенно влияют на его создание. Однако ими нужно пользоваться умело, поскольку, если ваше поведение по отношению к разным людям одинаково, это не всегда пойдёт вам на пользу. Хорошие манеры начинаются с понимания нужд других и стремления оказать им посильную помощь. Вы всегда должны адаптировать свой личный стиль поведения к различным группам людей и отдельным личностям, чтобы обеспечить их расположение. Если требуется смягчить ваше поведение, пойдите на это. Лучше приспособиться, чем потерять клиента или потерпеть неудачу в попытке добиться политического успеха. Простая вежливость демонстрирует ваше понимание, что окружающие вас люди тоже ранимы и заслуживают уважения. Ваш имидж может серьёзно пострадать, если люди распознают в вас человека в целом грубого и вежливого только в определённых ситуациях. Большинство из них желает видеть перед собой не только специалиста, а прежде всего приятного и любезного человека. Положительный образ в глазах окружающих людей во многом зависит от соблюдения Вами правил и условностей делового этикета. Благодаря наличию этой формы выражения делового имиджа Вы приобретёте оттенок личного обаяния. Соблюдение правил этикета не является чересчур обременённой обязанностью. Практикой делового общения доказано, что никакая другая способность, которой может обладать деловой человек, не даёт ему такого авторитета и возможности быстро сделать карьеру, как умение хорошо говорить и грамотно писать. Человек,

обладающий этими качествами, всегда более авторитетен, чем тот, кто ими не обладает. В деловом мире принято осмысливать своё поведение и заранее просчитывать его успех, исходя из ответной реакции на произведённые действия. Вот почему очень важно развивать в себе коммуникативную привлекательность, основанную на законах поведенческой стратегии, соблюдение которых является одной из важнейших форм выражения личного делового имиджа. Такая стратегия предполагает следование нормам деловой этики, соблюдение правил служебной субординации и требований культуры деловых взаимоотношений, а также учёт этических и социально-психологических ситуационных особенностей. Другой коммуникативной формой выражения делового имиджа является поведенческая техника, выражающаяся в умении использовать приёмы и способы поведения, которые обеспечивают наибольший успех. К ним относится умение создавать благоприятный психологический климат деловой беседы или коммерческих переговоров, аргументировать свои высказывания, опровергать доводы оппонентам и умело его выслушивать, защищаться от некорректных собеседников и партнёров, ставить вопросы и отвечать на них, использовать приёмы психологической разрядки и т.п. Однако использование этих приёмов и способов поведенческой техники может не дать ожидаемого успеха, если не выбирать из них наиболее подходящее для данной деловой ситуации, т.е. если не овладеть искусством поведенческой тактики, которая, так же как поведенческие стратегия и техника, является важной коммуникативной формой выражения делового имиджа.

Подобно тому, как привлекательный внешний вид, хорошие манеры, умение хорошо говорить и правильно вести себя в различных деловых ситуациях соответствуют представлениям об образе преуспевающего человека, так и правильно оборудованный и хорошо оформленный интерьер рабочего офиса способствует повышению делового статуса его хозяина, являясь как бы его своеобразной визитной карточкой. Интерьер и оборудование офиса говорят о многом: о достатке фирмы, её надёжности и основательности, солидности политической партии. Поэтому при построении делового имиджа надо стремиться к тому, чтобы место, где вы принимаете людей, производило на них как можно лучшее впечатление, чтобы атмосфера этого места способствовала повышению вашего делового статуса, а не снижала его.

3. Одежда для приёмов.

Исторически сложилось так, что приёмы играют очень важную роль в развитии деловых контактов. Они проводятся с целью их углубления и расширения. А также получения нужной информации в неофициальной обстановке.

К одежде для приёмов предъявляются более строгие требования, чем к повседневному деловому костюму. Её выбор, прежде всего, определяется временем приёма.

На все виды приёмов, которые начинаются до 20 часов, можно надевать костюм любого неярко цвета, если только приём не устраивается по случаю национального праздника, в честь или от имени главы государства, главы правительства или министра. На приёмы, устраиваемые по тем же поводам, но начинающиеся в 20 часов и позднее, рекомендуется надевать костюм черного или тёмного цвета.

Для вечерних приёмов используется фрак и смокинг, которые ранее служили исключительно вечерним костюмом. К смокингу надевают белую мягкую сорочку, чёрный жилет и галстук-бабочку, чёрные туфли и тёмные носки. Смокинг (однобортный или двубортный) шьют из тонкого сукна атласными отворотами; по швам брюк с внешней стороны проходит атласная тесьма – галун. Если вечером надевают фрак, то к нему полагается белый жилет, а в торжественных случаях – чёрный. К фракку надевают накрахмаленную или полунакрахмаленную машинку, белый галстук-бабочку (даже в случаях траура), лакированные туфли, чёрные носки.

Фрак и смокинг надевают в том случае, если в пригласительном билете указано «вечерний костюм». Если указано «малый вечерний туалет», это значит, что приглашённый должен прийти в смокинге; если смокинга нет, то можно прийти в комбинированном вечернем костюме, но ни в коем случае нельзя появляться во фраке. В официальной обстановке пиджак должен быть застёгнут. Во время танца нижнюю пуговицу пиджака не застёгивают никогда. Расстегнуть пуговицы пиджака можно во время завтрака, ужина, обеда или сидя в кресле. Цвет мужских носков должен быть темнее цвета костюма, что создаёт переход от цвета костюма к цвету обуви. Наиболее подходящие цвета для носков – тёмно-синий, тёмно-серый, чёрный; носки в полоску или клетку не подходят. Если во время беседы мужчина сидит, закинув ногу на ногу, он должен следить за своими брюками, не допуская, чтобы выше носка была видна голая нога. Не принято качать ногой, обнимать колени руками. Также не прилично сидеть развалившись в кресле, покачиваться на стуле, сидеть на самом краю стула, кресла, дивана. Требования к деловым

женщинам, приглашённым на приём также довольно специфичны, но здесь следует придерживаться строгих линий и неярких тонов. Если приём начинается до 20 часов – костюм, платье-костюм, шляпа. Шляпа за столом не снимается за исключением хозяйки приёма, которая шляпу не надевает. На приёмы и обеды после 20 часов надевают вечерние платья более нарядные и открытые, с рукавами или без, длина – по моде. Шляпу к вечернему платью не надевают. Туфли на приёмы надеваются кожаные или замшевые, на любом удобном каблучке, на вечерние приёмы – вечерние туфли, которые могут быть из цветной кожи, плотных шелков, парчи и т.п. Перчатки: чем короче рукав вечернего платья, тем они длиннее.

Женщина, садясь, не поднимает платье или пальто. Она может закинуть ногу на ногу, сидя на стуле, но не должна себе позволять этого, сидя в низком кресле или на диване. В таком случае ноги следует держать вместе, т.е. колени прижать друг к другу, обе голени наклонить в одну сторону.

Садясь в машину, женщине лучше не шагать» в неё, а лишь присев на краешке сиденья, втянуть внутрь ноги. Выходя из машины, наоборот, подниматься с сиденья следует, уже опёршись ногами на асфальт.

Всякие рефлекторные действия обязательно следует контролировать.

Заключение.

В наши дни профессиональный и политический навык сам по себе ещё не обеспечивает успешное осуществление коммерческих и политических проектов и не создаёт достойную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь расположить к себе аудиторию, партнёров и клиентов, то есть создать свой неповторимый деловой имидж. Не только в коммерческой и политической деятельности, но и в любых других профессиях, требующих личного контакта, удачный имидж становится решающим фактором. Такой имидж очень важен и для служебной карьеры. Данные исследования показывают, что имидж либо повышает, либо разрушает шансы найти работу, не говоря уже о продвижении по служебной лестнице. Деловой имидж следует считать важной составной частью культуры делового общения, а обладание им – существенной личностной и профессиональной характеристикой любого серьёзного бизнесмена и политика. Суть создания такого имиджа состоит в том, чтобы заставить других людей видеть вас таким, каким вы пожелаете, и преподнести себя так, чтобы они восприняли

ваш образ положительно. Основная цель таких усилий состоит в том, чтобы предельно использовать всё то хорошее, что заложено в человеке, и научиться избегать тех отрицательных проявлений, которые принижают его профессиональную, политическую и чисто человеческую репутацию.

Если говорить более обобщённо, то деловой имидж заключается в единстве всех форм его выражения. Именно их гармоничное сочетание и постоянство проявления делают стабильным доверие и уважение к деловому человеку со стороны его коллег, партнёров и клиентов, создают у них уверенность в его компетентности, деловитости, моральной и физической надёжности

Список использованной литературы

1. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М.: Институт новой экономики, 2001. – 225 с.
2. Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). – М.: Институт новой экономики, 2001. – 305 с.
3. Джен Ягер. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса: Пер. с англ. – М.: Джон Уайли энд Санз, 2000.
4. Крамер С.С. Офис-менеджмент/Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с.
5. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2004. – 512 с.: ил.