

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Деловой этикет - это совокупность правил и норм общепринятых в деловой сфере и международном экономическом сотрудничестве, которые регламентируют нормы делового общения (порядок встреч и проводов делегаций, подписи документов, деловой переписки, проведения мероприятий.) Одной из составляющих делового этикета является деловой протокол. Деловой протокол основан на дипломатическом протоколе и является совокупностью правил, традиций и условностей, соблюдаемых официальными лицами и представителями бизнес сферы.

Источниками этикета принято считать нормы морали (этика), мифологию и религию, культурные традиции, а также социальную иерархию. В деловом этикете сочетаются некоторые правила воинского, светского и дипломатического этикета. Примечательно, что, в отличие от правил светского этикета, в деловом этикете привилегии не отдаются основываясь на возрасте и поле человека. На первом месте в деловом этикете стоит приоритет субординации. Среди прочего, деловой этикет может подразумевать такие пункты, как: неразглашение конфиденциальной информации, пунктуальность и точность в исполнении обязанностей, соблюдение субординации, доброжелательность в общении.

Различают персональные (деловые), корпоративные и именные визитные карточки. Персональная (деловая) визитная карточка лично представляет ее владельца - на ней указываются его фамилия, имя, должность, название компании, номера рабочих телефонов, официальный или персональный сайт, а также адрес электронной почты. Корпоративная визитная карточка представляет компанию, товар или услугу. По этой причине личные данные владельца визитки на ней не указываются. Вся дополнительная информация записывается на оборотной стороне в момент знакомства. Именная визитная карточка содержит только фамилию, имя и отчество. Также она может содержать сведения о звании или ученой степени. Семейная визитная карточка представляет собой разновидность именной. Она

используется при знакомствах, отправке поздравлений друзьям семьи, прилагается к подаркам. Имя жены на такой визитной карточке ставится перед именем мужа.

Джеффри Лич вывел принцип вежливости, способствующий успеху в процессе коммуникации. Этот принцип можно использовать как эталон отношений между собеседниками. Теория принципа вежливости как ведущего принципа коммуникаций состоит из шести максим:

- Максима такта – максима границ личной сферы. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию. Не следует затрагивать потенциально опасных тем (частная жизнь, индивидуальные предпочтения).
- Максима великодушия – успешный коммуникативный акт не должен нести дискомфорт участникам общения. Не следует связывать партнера обещаниями.
- Максима одобрения – предполагает позитивность в оценке других. Если собеседники по-разному оценивают ситуацию, то реализовать коммуникативную стратегию будет непросто.
- Максима скромности – позиция неприятия похвал в свой адрес. Подразумевает реалистическую, объективную самооценку. Установить контакт будет сложно в случае если самооценка завышена или занижена.
- Максима согласия – максима неопозиционности. Предполагает уход от конфликта путем взаимной коррекции коммуникативных тактик собеседников с целью решить наиболее серьезную задачу – сохранение предмета взаимодействия.
- Максима симпатии – позиция благожелательности. Создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Неблагожелательность создает плохие условия для установления контакта. Определенную проблему создает так называемый «безучастный контакт», когда собеседники, не будучи врагами, не демонстрируют благожелательности по отношению друг к другу.

Важно понимать, что современный этикет наследует обычаи практически всех народов. В своей основе эти правила поведения являются всеобщими, поскольку они соблюдаются представителями самых разных социально-политических систем, существующих в современном мире. Каждая страна вносит в этикет свои поправки и дополнения, обусловленные спецификой ее исторического развития, общественным строем, национальными традициями и обычаями. Без соблюдения

этих норм невозможны политические, экономические, культурные отношения. Знание правил делового этикета, принятых в других странах, помогает избежать ошибок и неприятных ситуаций при налаживании деловых контактов, в то время как пренебрежение национальными нормами и традициями может привести к разрыву деловых отношений после первого же рукопожатия.

Виды визитных карточек

В настоящее время бизнес-сообщество невозможно представить без визиток. Они выполняют целый ряд функций: передают информацию, рекламируют компанию, представляют владельца.

Визитные карточки могут содержать разнообразные сведения, они формируют первое впечатление о своих обладателях и о компаниях, в которых те работают. Перед заказом печати визиток стоит учесть выполняемые ими функции, ведь визитки классифицируются на три разновидности: деловые, личные и комбинированные. У каждой из них есть свои особенности.

Деловая визитка

Этот вид визитных карточек подразделяется на стандартные и представительские. На стандартной присутствуют ФИО владельца, сведения о месте работы, занимаемой должности, номере служебного телефона. Кроме того, на ней может быть указан почтовый адрес фирмы. В случае изменения телефонного номера фирмы можно написать на визитке от руки новый, зачеркнув устаревшую информацию. Однако зачеркивать и писать новую должность абсолютно недопустимо. Это выходит за рамки приличий. В случае наличия нескольких филиалов у фирмы на визитках допускается размещение адресов каждого из них.

На представительской визитке приводятся только название фирмы, ФИО и должность хозяина. Номер телефона и адрес на ней не указываются. Это связано с тем, что предназначение такой визитки состоит в облегчении личного общения. Такие визитные карточки раздают на ярмарках, выставках, презентациях и т. д.

Личная визитка

На ней приводятся имя, фамилия и (при желании) отчество хозяина. Кроме того, она может содержать дополнительные сведения (номер телефона, электронный почтовый ящик и т. п.). Чаще всего эти данные набраны мелкими буквами и размещены внизу справа. Также в личную визитку добавляют сведения о воинском звании или ученой степени. Существует такой вид данного неформального удостоверения как семейная визитка, на которой указываются ФИО супругов (первым пишется имя жены), домашний телефон и адрес. Ее передают при встрече или отсылают вместе с поздравлениями.

Комбинированная визитка

Подобная визитная карточка комбинирует особенности личной и деловой визиток. На ней указывается как служебный (внизу слева), так и домашний адрес (внизу справа). Она используется научными работниками и людьми, выполняющими творческую работу на дому. Женщины зачастую не указывают на таких визитках сведения о домашнем адресе, а ограничиваются только телефонным номером.

Внешний вид и структура визитных карточек

Обычная визитка представляет собой прямоугольный кусок плотной бумаги размером 5x9 см. Для женщин (супруг, а не должностных лиц) – 4x8 см. Менеджеры высшего звена могут позволить себе визитки размером 6x9 см или 6x10 см. Визитки их жен в таком случае на 1 см меньше по обеим сторонам. Кстати карточку супруги мужчина тоже должен иметь при себе. Также есть евростандарт визитки – 55x85 см.

Лучше изготавливать визитки все же 5x9 см, так как большинство визитниц изготовлено по этому стандарту, и если Вы не хотите, чтобы Ваша визитка валялась «где попало», помялась или хуже всего потерялась, то здесь лучше не оригинальничать. Свои творческие идеи Вы можете реализовать, выбрав интересную бумагу или сделав оригинальный эскиз, но и тут надо быть аккуратным и знать о том, что визитки бывают разные: деловые, личные, семейные.

Деловые визитки

Нормы делового европейского этикета диктуют визиткам следующие правила. Текст желательнее должен быть написан темными буквами на светлом фоне. В качестве фона, как правило, используются белый, розовый или голубой цвета. Текст в таком случае делают темно-коричневым, синим или черным. Стиль визиток должен быть строгим, шрифт простым и удобочитаемым, а не каллиграфическим. Важно уделить внимание бумаге, она должна быть отличного качества, слегка тонированной или иметь сатинированную поверхность. Не рекомендуется использование глянцевой бумаги, пластмассы или кожи. Вторая сторона визитки должна быть обязательно чистой, чтобы человек мог оставлять на ней пометки и записи. Если Вы сотрудничаете не только с российскими партнерами по бизнесу, но и с иностранными, нужно иметь также комплект визиток на английском языке. Делать двусторонние визитки, где одна сторона на русском языке, а другая на английском, признак дурного тона и экономии денег. А также Вы лишаете возможность Вашего партнера или клиента делать записи на визитке, а это является немаловажным, так как у визиток есть свой язык, о чем пойдет речь ниже.

Деловые визитки работников магазинов и предприятий сферы услуг могут оформляться с нарушением отдельных норм этикета, поскольку являются не только информационно, но и рекламной продукцией. В этом случае на оборотной стороне визитки может располагаться схема проезда к предприятию, календарь, девиз фирмы или фотография работника.

Конечно, не стоит воспринимать эти правила как табу, но в любом случае важно помнить, деловая визитка не должна пестрить всеми цветами радуги, достаточно одного-двух цветов. Такой же совет можно дать и относительно используемых шрифтов. На визитке не должно быть лишней информации. Поэтому лучше, когда визитка выдержана в классической традиции: сверху по центру – название организации, ниже, тоже по центру – имя, отчество и фамилия человека, еще ниже – должность, а в нижнем правом углу – адрес, телефон, факс, адрес электронной почты, адрес сайта. Также хорошо добавить логотип компании около ее названия. Здесь можно отметить, что важным элементом имиджа является постоянно используемая цветовая гамма на всех визитках, будь то визитка специалиста самой низкой должности в компании или визитка топ-менеджера. Соответственно и печатать визитки лучше в одной выбранной Вами типографии, чтобы не возникало разницы в оттенках цветов.

Необходимо также помнить, что сначала на визитной карточке пишется имя, затем отчество, а только после фамилия. Имя можно выделить полужирным шрифтом.

Если визитка напечатана на иностранном языке, имя и фамилия пишутся полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой, т. к. на других языках понятие «отчество» отсутствует, и его могут принять за второе имя.

Визитки государственных чиновников и дипломатов

Визитки государственных чиновников имеют некоторые своеобразные отличия. На них необязательно наносить адрес, а вместо логотипа наносят герб и флаг. Отсутствие адреса на других деловых визитках недопустимо.

Личные визитки

При изготовлении личных визиток уже нет строгих правил относительно цветовой гаммы, наполнения и содержания. Но некоторые моменты все же осветим. В личной визитной карточке имя и фамилия пишутся прописными буквами, должность – строчными. Обычно указывается адрес фирмы, в которой работает владелец карточки, и номера телефонов, в том числе домашнего. Разновидностью личных визиток являются так называемые семейные визитки. В этом случае имя жены стоит перед именем мужа.

Визитная карточка – одна из составляющих имиджа фирмы и личного имиджа ее владельца. Она является выражением как индивидуального стиля и вкуса человека, так и фирменного, корпоративного стиля. Визитные карточки рекомендуется заказывать из очень плотной бумаги высокого качества или тонкого картона. В этом случае карточки дольше будут сохранять достойный внешний вид. В начале прошлого XX века, по свидетельству Эми Вандербилд, считалось также рациональным, чтобы деловые карточки изготавливались на тонкой и прочной пергаментной бумаге и обязательно имели текст, написанный каллиграфом.

Сейчас точных правил в отношении бумаги, шрифта, формата визитных карточек больше нет, идет ли речь о карточке женщины или мужчины. На практике наиболее применимым оказался размер кредитной карточки. Соответствующего размера выпускают и конверты. Визитки большего размера не помещаются в стандартную визитницу, в специальные кармашки бумажников. Их приходится обрезать.

Классический вариант – визитная карточка на бумаге, картоне белого цвета с матовой поверхностью, строгим черным шрифтом. Однако в наши дни карточки перестали быть только белыми. Их печатают на бумаге различных цветов, активно используют графику, различные шрифты, делают складными, помещают на визитке свою фотографию. Последнее, правда, считается не лучшим стилем. Деловым людям желательно не проявлять эксцентричности ни в выборе материала, ни в цвете. По-прежнему строгие требования предъявляются к оформлению визитных карточек в официальной и дипломатической сферах.

При выборе бумаги, шрифта целесообразно воспользоваться услугами дизайнера-профессионала, посмотреть образцы карточек фирм, подобных вашей, чтобы не ошибиться в соответствии сделанного вами выбора вашему корпоративному имиджу.

Стандартная визитная карточка – это прямоугольный кусок белого полуплотного картона хорошего качества, на котором чётко и красиво отпечатаны ваши фамилия, имя и отчество (если оно есть) наряду с другими сведениями, которые вы хотите о себе сообщить. Чётких правил в отношении размеров визитных карточек нет, но обычно у мужчин они могут быть несколько больше, чем у женщин – скажем, 90x50 мм и 80x40 мм (в Великобритании визитные карточки женщин больше, чем мужчин). Визитная карточка молодой девушки может быть ещё меньше, – как правило, 70x35 мм.

Общие требования к шрифту визитных карточек заключаются в том, что он должен быть легко читаемым. Имя обычно выделяется полужирным шрифтом большего размера. Не рекомендуется использовать сложные готические или декоративные шрифты. Будьте осторожны с использованием курсивного начертания, если у вас редкая или труднопроизносимая фамилия, или же речь идёт о карточке на иностранном языке.

Наверху по центру указывается название фирмы (организации, учреждения), в которой работает владелец визитной карточки (если он имеет несколько мест работы, то указывается основное); ниже по центру – имя и фамилия (в украинском и русском вариантах – фамилия, имя и отчество), еще ниже – должность; ниже и левее, то есть в левом нижнем углу – телефон, факс; возможен и такой вариант: и телефон, и факс, и почтовый адрес указываются в правом нижнем углу, а левый остается пустым.

Если у вашей фирмы есть свой сайт, то электронная почта должна располагаться на нем, а не на каком-либо бесплатном сервере вроде «@mail.ru» или «@rambler.ru». Так гораздо солиднее. Поэтому лучше, чтобы на карточке был написан электронный адрес, расположенный на вашем сайте.

Как правило, визитная карточка должна иметь чёрный текст на белом фоне без каких-либо рамок или украшений. В последнее время типографии предлагают большой выбор цветных карточек на пластмассе или даже на коже. Но нормы строгого этикета не рекомендуют далеко отходить от чёрно-белой гаммы. Предпочтительнее сосредоточиться на выборе бумаги отменного качества, которая может быть слегка тонированной или иметь сатинированную поверхность. Лучше избегать и глянцевой поверхности карточек. Цветные и необычные карточки пока остаются уделом художников, работников служб сервиса и рекламных агентов. Чёрная рамка на визитной карточке допускается в знак траура.

Также большую свободу в оформлении визиток могут позволить себе деятели культуры, искусства, науки, церкви и т.п.: любой шрифт на картоне или бумаге любого качества, любой цвет карточек и расположение текста. «Свободные художники» вместо названия фирмы иногда указывают домашний адрес и телефон.

Если ради примера рассматривать Россию или многие двуязычные страны, то можно заметить, что в них широко применяются двусторонние карточки – с текстом на иностранном языке на оборотной стороне. Если придерживаться строгих норм, то это не совсем верно. Ведь оборотная сторона предназначена для того, чтобы на ней можно было бы сделать какие-то записи. Поэтому лучше заказать отдельные карточки на каждом из языков. Но, тем не менее, двусторонние карточки вполне допустимы, – главное соблюсти правила оформления карточек на иностранном языке. Иностраный может быть все тем же английским как наиболее распространенным языком межнационального общения. Но в случае, если вы постоянно сотрудничаете с представителями какой-либо страны, будет проявлением уважения к партнерам, если у вас будут визитные карточки на их родном языке. При командировке за границу целесообразно иметь визитные карточки на языке страны пребывания.

Требования к информации

При выборе шрифта для визитки отдавайте предпочтение стандартным и прямым гарнитурам. Избегайте вензелей, витиеватостей и шрифтов с засечками. Откажитесь от наклонного написания - этим вы облегчите читаемость слов и придадите визитке более деловой вид. Кроме того, многие сейчас используют свои смартфоны в качестве сканера для визиток. Тексты, выполненные простыми шрифтами распознаются лучше. В исключительных случаях допускается использовать дизайнерские шрифты для акцентирования сферы деятельности владельца визитки. Например, шрифт Germanica, будет уместен для директора немецкого ресторана, старославянский шрифт - для представителей бизнеса, связанного с народными промыслами.

Принятый стандарт визитки 9x5 см, хотя часто встречаются карточки размером 8,5x5,5 и других пропорций. Желающие выделиться обзаводятся круглыми, треугольными, овальными квадратными визитками. Иногда используют карточки неправильной формы. Плюс такого подхода - неординарность и запоминаемость. Минус - неудобство хранения. Маленькие визитки постоянно хотят потеряться, большие - не помещаются в визитницу. Если вы хотите произвести мгновенное впечатление и поразить нового знакомого, то выберите эксклюзивную форму. Если целью вручения визитки является надежная передача контактов и облегчение способов связи с вами - нет ничего проще привычной карточки. Ведь выделиться можно и другими способами.

Правила вручения карточек

Чем ярче и оригинальнее выполнена визитная карточка, тем большее количество потенциальных партнеров и клиентов она способна привлечь.

Перед вручением визитной карточки стоит ознакомиться с правилами:

1. Вручают при первой встрече с другим человеком после знакомства и рукопожатия;
2. Если лицо наносит визит другому, то первым вручить карточку должен гость;
3. Первым дает свою визитку тот, у кого ниже должность или же статус;
4. Лицо младше своего партнера по возрасту.

Визитку следует подавать непринужденно, то есть она должна быть все время в удобном месте и повернуть так, чтобы другой партнер смог прочитать имеющуюся на ней информацию. Она вручается правой рукой, при этом нужно произнести

свое ФИО и организацию, в которой работаете. Во время процесса вручения визитной карты, желательно смотреть партнеру прямо в лицо.

Особые надписи на визитных карточках

Чтобы добавить креативности и уникальности в свои визитные карточки, можно воспользоваться техникой зарубежных деятелей. Довольно-таки часто можно встретить на их визитках следующие записи: P.F.F.N., P.F.N.A., P.R.F.N.A.

За рубежом часто пользуются специальными обозначениями, говорящими о целях вручения визитной карточки. Их пишут карандашом на лицевой или оборотной стороне карточки в левом нижнем углу. Эти сокращенные выражения пришли к нам из французского языка, но применяются не только во Франции, а во всем мире.

Вот некоторые из них.

P.P. (pour presentation) — **«для представления».** Эту надпись делают с целью знакомства, рекомендации. Визитку с такой пометкой вкладывают в конверт с рекомендательным письмом.

P.F.C. (pour faire connaissance) — **«по поводу знакомства».** Визитку с такой надписью можно послать после уже состоявшейся встречи с партнером, и это будет свидетельствовать о заинтересованности во встрече и серьезном отношении к партнеру.

P.P.C. (pour prendre conge) — **«по поводу прощания».** Такая надпись уместна на визитке, отсылаемой для извещения об отъезде, если вы желаете попрощаться заочно, не имея возможности сделать это лично. Часто наши бизнесмены, бывая за рубежом и устанавливая связи и партнерские отношения, уезжают, не попрощавшись с новыми партнерами и не известив их об отъезде, — это выглядит некрасиво и не способствует закреплению контактов.

P.F. (pour fete) — **«к празднику».** Визитная карточка с этой надписью может дополнить подарок, букет цветов, образец продукции, которые вы отправляете по случаю какого-нибудь праздника в деловой или в светской жизни. В том случае, если ваши отношения строго официальные, она может заменить поздравительную открытку.

P.F.F.N. (pour faire fete nationale) — «**по случаю национального праздника**». Не забывайте поздравлять своих зарубежных партнеров с их национальными праздниками. Уважение к национальным традициям и праздникам поможет вам выглядеть в глазах зарубежных коллег надежным и внимательным партнером.

P.F.N.A. (pour fete Nouvel An) — «**по случаю Нового года**». Если же вы от своих партнеров уже получили визитку с поздравлением, то, желая поблагодарить за это и поздравить одновременно, используйте надпись

P.R.F.N.A. (pour remercier er fete Nouvel An) – «**с благодарностью и новогодними поздравлениями**».

P.R. (pour remercier) — «**с благодарностью**». Визитка с этой надписью может заменить благодарственное письмо после получения подарков, цветов, рекламных материалов, оказания каких-либо услуг, а также после посещения приема.

P.C. (pour condoleances) — «**соболезнование**». Такую визитную карточку можно отправить вместе с цветами, денежным вкладом или вместо письма по случаю смерти кого-либо из партнеров, его родственника или сотрудника, а также по поводу национального траура и других трагических событий.

P.R.V. (pour rende visite) — «**к визиту готов**». Визитку с такой надписью вы вкладываете в конверт с ответом на приглашение, подтверждая, что оно принято, и вы готовы к визиту. Визитные карточки с буквами

В данном случае важно знать уже общепринятые правила приема таких визиток. Одни из них:

- P.R, P.P.C. принято оставлять без ответа.
- В ответ на визитки с сокращениями P.C., P.F.C. посылают свою визитку с буквами P.R.
- Часто на визитных карточках делают и другие надписи, при этом о себе следует писать в третьем лице, например: «Поздравляет с праздником», «Благодарит за подарок» и т. д.

Заключение

