

Имидж делового человека



Что такое имидж ?

- «Имидж от английского «image» - образ, представление) - внешний образ, создаваемый субъектом с целью вызвать определенное впечатление, мнение отношение окружающих»

Значение имиджа для делового человека

В мире постоянно растет роль информации, поэтому такая информационная структура, как имидж неизбежно будет привлекать все большее внимание и теоретиков и практиков. Рыночные отношения, развитие конкуренции во всех областях жизни привели к актуализации этого понятия как преднамеренного создания образа в сознании людей, как эффекта личной презентации. Работа по созданию имиджа позитивно отражается на личностную и профессиональную характеристику делового человека, появляется желание сотрудничать с ним и с фирмой, которую он представляет. Следовательно, привлекательный имидж является одним из факторов, определяющих деловой успех.



Бизнесмен в разных позах у графика роста
© Phovoir Images / Фотобанк Лори



Компоненты имиджа делового человека

Основные компоненты имиджа делового человека:

- внешний облик (манера одеваться)
- тактика общения (умелая ориентация в конкретной ситуации,
- владение механизмами психологического воздействия и т.д.)
- деловой этикет и протокол
- этика делового общения

Внешний облик

Необходимо помнить, что одежда отражает и подчеркивает индивидуальность, характеризует делового человека как личность. Внешний облик делового человека – это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера костюм служит кодом, свидетельствующим о степени надежности, респектабельности и успеха в делах.

Деловой человек должен руководствоваться следующими общими

- единство стиля;
- соответствие стиля конкретной ситуации; разумная минимизация цветовой гаммы («правило трех цветов»);
- сопоставимость цветов в цветовой гамме;
- совместимость фактуры материала; сопоставимость характера рисунка в различных компонентах одежды;
- соответствие качественного уровня аксессуаров (обуви, папки для бумаг, портфеля и т. п.) качеству основного костюма.

Необходимо отметить, что главное правило, которое нужно выполнять, подбирая деловой костюм во всех его компонентах – общее впечатление опрятности, аккуратности и даже некоторой педантичности в одежде. Это должно заставить его партнера думать, что он столь же аккуратен будет в делах.

Таким образом, внешний облик делового человека является наглядной многомерной информацией: об экономических возможностях, эстетическом вкусе, принадлежности к профессиональному слою, отношению к окружающим людям и т.д. Одежда является своеобразной визитной карточкой. Она оказывает психологическое воздействие на партнеров по общению, нередко предопределяя их отношение друг к другу.



Мужской деловой имидж

Самая распространённая и наиболее признанная на сегодня одежда Бизнесменов - это костюм.

Костюм – визитная карточка делового человека.

Основной компонент классического стиля для мужчины – это, конечно же, костюм строгого покроя с минимумом декоративных деталей. Наиболее распространены два вида мужских костюмов: двойки, состоящие из пиджака и брюк, тройки, состоящие из пиджака и брюк, дополненные жилетом.

Пиджак должен быть идеально подогнан по фигуре, длина рукава должна доходить до основания большого пальца, воротник у классического пиджака обязательно «английский». Костюм делового мужчины обязательно должен быть строгим, чтобы тем самым демонстрировать серьезное отношение человека к делу. Стиль требует, чтобы все детали костюма были выдержаны в одной цветовой гамме: пиджак, брюки и жилет должны быть одного цвета и из одинакового материала или материалов одной фактуры.

Брюки должны быть обязательно прямого покроя и такой длины, чтобы на ботинки они спускались небольшой складкой. Несколько складок на брюках классического покроя делается и у пояса. Одной из черт костюма преуспевающего делового мужчины являются идеально отглаженные брюки с ровными стрелочками по центру каждой штанины.



Женский деловой имидж

Некоторая демократизация классики проявляется прежде всего в свободном покрое жакета. **Жакет** притален - но слегка, и это не акцентируется.

Пиджак может быть и двубортным, и однобортным; до, ниже и выше линии бедер. Пуговицы - обязательно настоящие костяные или обтянутые тканью, кожей. Желательно, чтобы они были одного цвета с костюмом. Плечо слегка расширенное и слегка приподнятое, но не более того.

Юбка должна быть прямой, зауженной книзу, облегающей бедра, с разрезом сзади не более десяти сантиметров. Классическая длина юбки - до середины колен. Но она может быть и чуть выше колена, и чуть ниже. Брюки должны быть чисто классического покроя, чуть зауженные книзу.

Наилучший макияж – тот, который никто не видит. Тон макияжа должен как можно ближе соответствовать тону кожи лица, глаз и волос. Макияж вокруг глаз не должен использовать яркие цвета. Отдается предпочтение естественным оттенкам –серому, коричневому и бежевому.

Прическа - волосы не должны закрывать лицо и доминировать в вашем облике. Прическа должна придавать голове форму, мягко обрамляя щеки и подбородок.



Осанка, жесты, мимика, движения, манеры.

Жесты должны быть сдержанными, открытыми и доброжелательными, вызывать доверие. Манера держаться - это такой же способ проявлять уважение к окружающим людям, как опрятная одежда, вежливое обращение в разговоре, тактичность. Жесты и движения являются частью имиджа. Часто случается так, что жест показывает настроение, лицо человека даже когда он сам того не хочет. Движения не должны быть резкими и быстрыми. Не нужно при разговоре опускать надолго глаза или сидеть в расслабленной позе. Если вы находитесь среди людей, которые старше вас, то в манере держаться стоит быть более собранным, более тактичным, чем среди людей вашего возраста.



Тактика общения

Для имиджа делового человека очень важна тактика общения, к которой предъявляются следующие требования:

- 1. Необходимо обладать несколькими вариантами поведения в однотипной ситуации и уметь оперативно пользоваться ими.
- 2. В деловом общении не следует допускать какой-либо конфронтации, а тем более конфликта. Однако по принципиальным позициям, возможны споры и расхождения. Главное, чтобы противостояние не переросло в личную неприязнь.
- 3. Умело использовать механизмы психологического воздействия: привязанность, симпатия, доверие, уважение и манеры.

Привязанность является результатом привыкания людей друг к другу.

Симпатия – это эмоциональная расположенность, направленное влечение к кому-либо.

Доверие: если привязанность и симпатия являются неосознанной (эмоциональной) ориентацией на кого-то, то доверие выступает как вера в конкретного человека (партнера) или в какие-то его качества. Доверие – это сгусток чувств и оценочного отношения (подсознательного и сознательного).

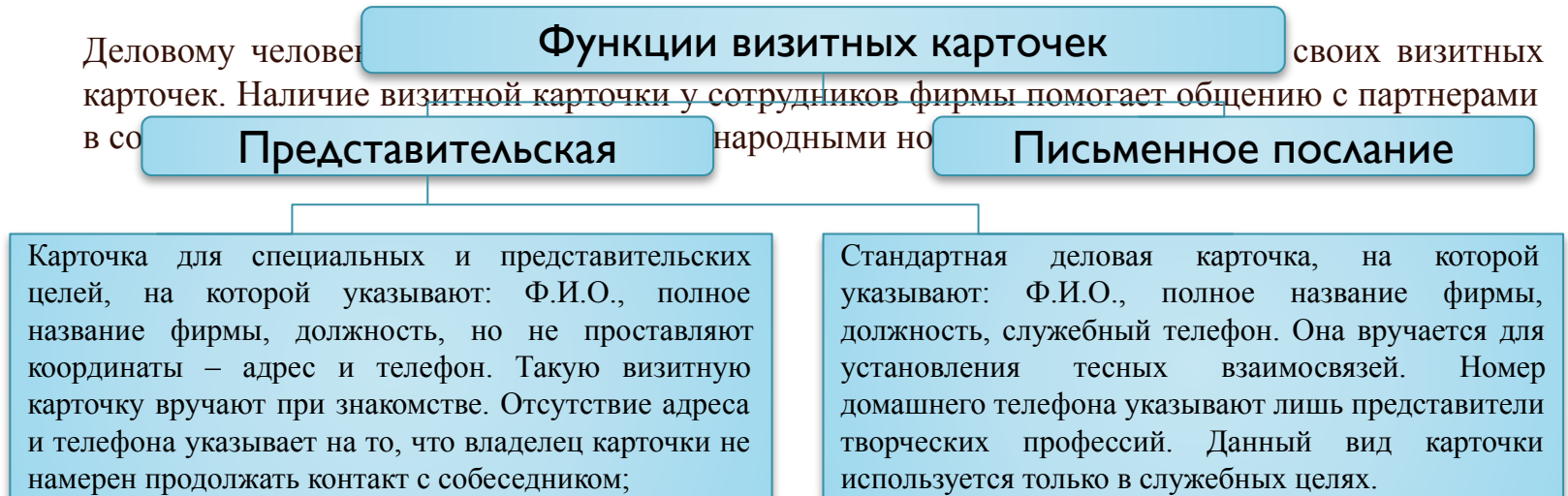
Манеры делают человека таким, что он становится признаваемым людьми (партнерами). В манерах воссоздается имидж человека, зрительно проявляются те его качества, которые оцениваются людьми (позитивно или отрицательно). Манера общения есть не что иное, как визуально доступная информация к восприятию. Позитивные манеры способствуют достижению целей, поставленных перед собой.



Деловой этикет и протокол

Этикет – это совокупность правил поведения, регулирующих внешнее проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеру и одежду).

Деловой этикет - регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей. Важную роль в современном деловом этикете играют визитные карточки – это небольшой лист тонкого картона (или плотной бумаги высокого качества), на котором напечатаны основные сведения о ее владельце.



Этика делового общения

Формирование у деловых людей соответствующих нравственных качеств и правил профессиональной этики является необходимым условием их повседневной деятельности.

Этику делового общения можно определить, как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности.

В деловом общении «сверху – вниз»: «Относитесь к своему подчиненному так, как вы хотели бы, чтобы к вам относился руководитель». Отношение руководителя к подчиненному влияет на весь характер делового общения, во многом определяет его нравственно-психологический климат.

В деловом общении «снизу-вверх»: «Относись к своему руководителю так, как вы хотели бы, чтобы к вам относились ваши подчиненные».

Общий этический принцип общения «по горизонтали» можно сформулировать следующим образом: «В деловом общении относитесь к своему коллеге так, как вы хотели бы, чтобы он относился к вам». Существуют различные средства и способы повышения уровня этичности делового общения. К ним относятся:

- разработка этических нормативов на предприятии;
- создание комитетов и комиссий по этике;
- проведение социально-этических ревизий;
- обучение этическому поведению.

Таким образом, хорошее знание и выполнение норм и правил делового этикета, протокола и этики являются одной из важных составляющих привлекательного имиджа делового человека, которые помогут ему добиться больших успехов в сфере предпринимательства и в деловой карьере. Имидж делового человека итог.

Имидж для делового человека и фирмы.

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. Все составляющие имиджа в совокупности влияют на восприятие человека в деловом обороте.

Внимание к вышеозначенным деталям позволяет создать

ой или иной ситуации
ого общения.

имидж, что

