ИПОЛЬЗОВАНИЕ МИМИКИ В ОТНОШЕНИЯХ С ПАРТНЕРОМ

Часто мы смотрим на лица людей с предубеждением. Мы судим о людях по выражению их лица, пока не узнаем их лучше: пухлые губы говорят о чувственности, тонкие — признак жадности или жестокости, высокий лоб — показатель ума и т. д. Но выражение лица гораздо больше говорит о личности, чем его черты. То, насколько выразительно ваше лицо (насколько вы используете мимику), зависит от вашей личности, культуры и пола.

Улыбка обладает очень ценным качеством располагать к себе людей.

Природная российская неулыбчивость воспринимается на Западе либо как следствие плохого воспитания, либо как свидетельство недоброжелательного отношения к партнеру. Американец привык улыбаться широко, чтобы были видны зубы, а от глаз шли лучики-морщинки. Китайцы при беседе тоже улыбаются вне зависимости от того, о чем идет речь. Их улыбка является выражением согласия и приветствия, а не чувства радости и взаимной приязни, как это принято у европейцев.

Иногда, пытаясь отстоять свою индивидуальность и обособленность, человек может принять абсолютно непроницаемое выражение лица, устанавливая определенную дистанцию между собой и другими, что дает ему возможность чувствовать свою значительность. Однако люди, которые очень мало раскрываются, несут в себе угрозу. Обычно это заканчивается тем, что у этого человека скапливается огромное количество с трудом сдерживаемых чувств и эмоций. В плодотворных равноправных отношениях каждый человек раскрывает определенную долю информации о себе. А что-то оставляет скрытым от другой стороны. Однако в определенных ситуациях, например во время переговоров, лица партнеров могут стать непроницаемыми, так как собеседники не хотели бы, чтобы их мысли могли прочитать.

Глаза, взгляд играют самую важную роль в том впечатлении, которое мы производим. Как средство общения взгляд не менее важен и выразителен, чем рукопожатие или поцелуи. Взгляд порою выдает истинные намерения человека гораздо больше, чем его слова и поступки. Взгляд может быть внимательным, заинтересованным, восхищенным, но бывает и наглым, вызывающим, презрительным, высокомерным. Обычно мужчины пристально смотрят на собеседников, когда говорят сами, а когда слушают — их взгляд более отвлеченный. Женщины, напротив, чаще смотрят в глаза, когда слушают, и меньше — когда говорят. В некоторых культурах на Востоке в соответствии с традициями женщины редко напрямую смотрят людям в глаза.

Если кто-то избегает встречаться с вами взглядом, причин может быть несколько, например, вы просто не нравитесь этому человеку и поэтому он не признает вашего присутствия. Кроме того, человек может просто стесняться, или то, что он избегает встречаться с вами глазами, является просто нервной привычкой, или же, возможно, он считает себя выше вас по общественному положению и не соизволяет признавать ваше существование.

Психологи различают несколько видов взгляда. Один из них можно назвать официально-деловым: человек строго и пристально смотрит в глаза партнеру, тем самым, привлекая к себе максимум внимания и побуждая партнера сосредоточиться. Однако существуют и варианты взгляда, которые однозначно определяются как негативные: бегающий взгляд, которым часто характеризуются либо лживые, либо чрезвычайно не уверенные в себе люди; взгляд исподлобья, взгляд искоса, застывший взгляд.

Имеет значение и степень визуального контакта. Пристально изучать детали одежды собеседника, смотреть, уставившись, на людей с какими-то физическими недостатками, нахально рассматривать понравившуюся женщину или не отрываясь смотреть на выясняющих отношения людей абсолютно не принято. Считается неприличным пристально смотреть на человека, когда он ест, разглядывать человека, которого вам представляют.

Когда вы общаетесь с иностранцами, всегда учитывайте особенности их культурных традиций, поскольку они могут совершенно отличаться от европейских. Например, японцы избегают смотреть прямо в глаза собеседнику, старательно отводят взгляд, причем лицо их остается бесстрастным, а голос ровным, из-за чего европеец начинает теряться в догадках о возможных отрицательных причинах такого поведения. Считается, что такое поведение является наследием прошлого, когда вассал или слуга не имел права смотреть на своего властелина и тем более встречаться с ним взглядом. Сейчас для японца это просто норма делового общения.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ СВЯЗИ. ОСНОВЫ ТЕЛЕФОННОГО ЭТИКЕТА

Телефонные разговоры — составная часть бизнес-общения. Значительная доля служебных контактов, связи с партнерами, фирмами и компаниями, в том числе и первое знакомство, происходят именно по телефону. А первое впечатление, как известно, нельзя произвести дважды. Поэтому так важно владеть навыками делового телефонного общения.

Основные требования телефонного этикета:

**Телефонный аппарат.** Первое, с чего следует начать, прежде чем вы приступите к работе, — ознакомиться со своим телефоном. Изучите его технические характеристики, узнайте, что «умеет» аппарат, его основные и дополнительные функции. Это позволит сэкономить время и сделать работу более комфортной.

**Подготовка к разговору.** Готовясь к телефонному разговору (а к нему необходимо готовиться!), тщательно обдумайте первую фразу, это необходимо для того, чтобы ваш звонок сразу же направили по нужному адресу и никто не тратил время на выяснение причины обращения и поиск сотрудника.

Вы также должны ясно представлять себе цель звонка, возможные пути развития разговора и его итог. Если вы правильно подготовите перечень вопросов, их последовательность, а также уточняющие и дополнительные вопросы, то результативность разговора окажется значительно выше. Не рассчитывайте на импровизацию, в волнении или спешке можно упустить что-то важное, о чем впоследствии придется сожалеть.

**Время звонка.** Договариваясь о звонке, возьмите за правило узнавать, когда его удобнее сделать. Также будет очень любезно с вашей стороны, если в начале разговора вы спросите, располагает ли собеседник временем и в каком объеме. Если он занят (ведет совещание, дает консультацию и т.д.), извинитесь и поинтересуйтесь, когда лучше перезвонить.

Считается дурным тоном звонить по служебным делам домой: деловые люди с хорошей репутацией должны все успевать в рабочее время. Если ваш партнер по бизнесу предоставил вам номер своего домашнего или мобильного телефона с разрешением звонить в любое время, то не следует понимать это буквально. В случае предварительной договоренности или крайних обстоятельств вы можете позвонить в нерабочее время, но такой звонок следует понимать как исключение, а не правило.

**Приветствие.** Здороваться нужно всегда и со всеми. Нельзя спрашивать: «Куда я попал? Вы кто? А какой у вас номер?» Прежде всего, вы должны поприветствовать того, кто вам ответил. Психологически более грамотно говорить: «Добрый день (утро, вечер)!», чем, скажем, «Здравствуйте!», так как в последнем слове значительно больше согласных и сложнее выразить заинтересованность и теплоту. Необходимо также представиться (даже если это личный звонок). Например: «Добрый день! Секретарь г-на N. Могу я уточнить номер факса?» Западные деловые партнеры очень часто сталкиваются с тем, что российские коллеги редко называют себя по телефону. Это не только этикетная ошибка, но и психологически неверное решение, заметно снижающее имиджевые оценки делового человека.

**Ответ на телефонный звонок.** Трубку необходимо снимать до четвертого-пятого звонка, но лучше всего — после второго. Звонок — сильный раздражитель, поэтому не стоит затягивать с ответом. Такие ответы, как «Да!», «Алло!», «Слушаю!», в служебной обстановке недопустимы. Деловой этикет рекомендует создать сценарий первых десяти слов приветствия применительно к специфике вашей фирмы, компании или ее отделов, а затем ввести данные стандарты в обращение. Можно не называть фамилии, ограничившись лишь обозначением отдела компании. Важно, чтобы набравший ваш номер человек понимал, куда именно он позвонил, и кто с ним говорит.

**Продолжительность телефонного разговора.** После трех-четырех минут разговора активность восприятия становится заметно ниже. Поэтому рекомендуемая продолжительность деловой беседы составляет не более пяти минут. Главное в телефонном разговоре — краткость и содержательность. Если в вашем кабинете или отделе находится клиент или посетитель, то общение с ним, несомненно, является приоритетным. Вам, конечно, следует ответить на звонок, но только для того, чтобы выяснить, кто звонит, и сообщить, когда вам можно перезвонить.

**Стиль телефонного общения.** В сфере деловых отношений, в особенности в схеме «клиент — фирма», позвонивший вам человек должен почувствовать, что ему как минимум рады. Со своей стороны, фирма также рассчитывает на то, что ее клиенты — воспитанные или, по крайней мере, вежливые люди. При таком понимании служебного долга возможность достигнуть согласия в самых сложных вопросах значительно возрастает.

Часто внятные грамотные вопросы телефонного оператора или специального сотрудника помогают легко выяснить причину обращения, снять напряжение и быстро переадресовать звонок, что всегда производит очень хорошее впечатление.

Иногда в процессе общения с клиентами возникает необходимость убедиться в точности понимания ими информации. Подойдут следующие фразы: «Правильно ли я поняла, что..?», «Не могли бы вы еще раз уточнить, как..?», «Повторите, пожалуйста, адрес» и тому подобные. Если сомнения все же остались, задайте вопросы так называемого закрытого типа, ответами на которые могут быть либо «да», либо «нет». Например: «Вы оплатите покупку в среду?» — «Да», «Оплата с доставкой?» — «Нет» и прочие.

**Трудный разговор.** Если собеседник раздражен или рассержен, то не надо говорить: «Ничего не знаю, это не моя работа» или что-нибудь подобное. Дайте возможность вашему оппоненту выговориться, выслушайте его, выразите сочувствие: «Да… Понимаю… Конечно…», — и так далее. Если вы действительно виноваты, извинитесь и исправьте ошибку как можно быстрее.

Если в процессе темпераментного монолога вашего собеседника вы сумеете продемонстрировать неравнодушие и заинтересованность, то есть шанс погасить конфликт уже на начальном этапе. В случае, когда положительного результата достичь не удается и собеседник ведет себя агрессивно и грубо, вы все-таки должны дать ему еще одну возможность: «Я готов(а) рассмотреть все ваши претензии, если вы со своей стороны готовы изменить стиль вашего общения». Принять окончательное решение вам поможет профессиональный и жизненный опыт, но даже в столь трудных обстоятельствах главным критерием остаются профессиональная этика и честь компании.

**Голос** способен по-разному окрашивать высказывания, порой совершенно меняя их смысл. Громкость, тембр, темп, ритм, паузы, дыхание составляют информационность интонации, из которой складывается впечатление и мнение о телефонном собеседнике. У каждого из нас в процессе телефонной беседы в воображении невольно возникает его образ, порой весьма далекий от реального прототипа. Но такова особенность, точнее, способность голоса к реконструкции. Магия голоса — вовсе не миф! Голос — инструмент, коим необходимо научиться правильно пользоваться.

Поскольку собеседники не видят друг друга, то вся эмоциональная нагрузка ложится на голос. Поэтому следует знать, к примеру, что быстрая речь утомляет; слишком медленная — раздражает. Темп разговора должен быть взаимокомфортным, а речь — мелодичной, логически выстроенной, внятной, чуть на низах, с паузами. Следите за дикцией. Телефон усиливает недостатки речи. Если вы, например, в жизни слегка шепелявите или мило причмокиваете, то в телефонном воспроизведении данные недостатки станут менее привлекательны. Если проблемы с произношением существуют, обратитесь к логопеду.

По телефону слышно даже улыбку! Однако специалисты по технике и культуре телефонных переговоров рекомендуют не просто улыбаться, а «улыбаться глазами». Тогда голос приобретает доброжелательную, мягкую окраску. Как средство эмоционального воздействия «улыбка глазами» в телефонном общении гораздо эффективнее обычной улыбки.

**Завершение разговора.** По этикету при равных условиях первым завершает разговор тот, кто позвонил. Однако если это беседа с начальником, то инициатива завершения разговора в любом случае исходит от него. Такую же привилегию имеет женщина. Правда, в служебной обстановке данное правило не действует.

**Последствия телефонного общения.** Психологические тесты подтверждают, что при длительном общении по телефону его участники устают гораздо больше и быстрее, чем при обычном разговоре. Дело в том, что телефонные собеседники испытывают значительно большее психологическое напряжение, связанное с информационно-визуальной недостаточностью взаимного впечатления. Поэтому сведение всех деловых контактов к телефонному общению обязательно приведет к перенапряжению, эмоциональной усталости, психологическому дискомфорту и может стать причиной сильного стресса. Таким образом, телефонное общение в бизнес-сфере, несомненно, следует дозировать в разумных формах и пропорциях.

Телефон — наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения.

ЭТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И НОРМЫ ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ

Этикет – установленные правила поведения, формы обхождения, принятые в обществе или в какой-либо его части (пришло к нам из французского).

Правила этикета, в отличие от норм морали, являются условными. Они носят характер неписанного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил взаимоотношений.

Теоретическое усвоение правил гражданского этикета необходимо сочетать с практическим их применением. Именно навык позволяет деловому человеку без затруднений соблюдать этикет в любой ситуации.

Поиск оптимальных вариантов делового общения необходим, прежде всего, для повышения экономической эффективности предпринимательства. Но нельзя забывать и о том, что они так или иначе способны удовлетворять духовные потребности человека.

Д. Ягер в книге «Деловой этикет: Как выжить и преуспеть в мире бизнеса» выделяет шесть основных принципов:

1. Делать все вовремя;
2. Не болтать лишнего;
3. Быть любезным, доброжелательным и приветливым;
4. Думать о других, а не только о себе;
5. Одеваться как положено;
6. Говорить и писать хорошим языком.

Предприниматели, заинтересованные в успехе, не могут игнорировать проблемы деловой этики, они должны не только хорошо знать правила этикета, которые на протяжении многих столетий вырабатывались не одним поколением людей, но и неукоснительно соблюдать их в своей практической деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Титова Л. Г. Деловое общение: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности экономики и управления/ Л. Г. Титова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 271с.
2. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений: учебник. - М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2008. – 184с.
3. Деловая переписка: Учебно-справочное пособие/Автор-составитель И. Н. Кузнецов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 404с.