Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика. С.П. Королева»
Кафедра философии

**Реферат
на тему: «Визитная карточка как атрибут делового человека»**

Выполнила
Коробецкая А.А.,
студентка 711 группы
Преподаватель
Кузнецова Е.Р.

#### Самара 2006

# Оглавление

Оглавление 2

Введение 3

Оформление визитной карточки 3

Способы печати визитных карточек 5

Виды визитных карточек 8

Правила вручения визитных карточек 9

Пометки и надписи на визитных карточках 12

Зачем могут понадобиться собранные визтки? 13

Какой не должна быть визитная карточка 14

Визитные карточки в жизни 15

Примеры визитных карточек 16

# Введение

В последнее десятилетие в России визитные карточки стали широко использоваться не только дипломатами, но и в самых различных сферах деловой жизни, в процессе культурных, светских контактов, причем на самых разных уровнях.

Если несколько лет назад крупный чиновник, достаточно известный деятель культуры, ученый, руководитель предприятия в ответ на визитку, протянутую иностранным коллегой или гостем, искал листочек бумаги и ручку, чтобы написать свои координаты, то сегодня вам визитную карточку могут вручить как в министерстве, так и на заводе, ставшем акционерным обществом, в академическом институте, в зубном кабинете, магазине-салоне и в маленьком бутике. Не удивляйтесь, если это сделает молодой сантехник, обслуживающий по вызову вашу квартиру.

Основное назначение визитной карточки – представление официальных лиц, деловых партнеров в процессе переговоров, визитов, встреч. Визитная карточка оказывается незаменимой при знакомствах, общении на банкетах, приемах, конференциях, презентациях, выставках, ярмарках, фестивалях, в путешествии. В ряде случаев, например, в Японии, Корее, она может рассматриваться как удостоверение личности. Визитка может быть средством заочного контакта, использоваться в частной и служебной переписке, как рекомендация, для знакомства, для кратких приглашений, поздравлений, сопровождения подарков и сувениров и многого другого.

О роли и значении визитной карточки хорошо сказано в книге для бизнесменов «Законы успеха» под редакцией Кристи Ли: «Визитная карточка – важная составляющая бизнеса. Это эффективная и к тому же недорогая форма рекламы. Человек, которому вы дали визитную карточку, возможно, и не позвонит вам завтра. Может быть, ваши услуги не понадобятся ему еще две недели. Но ваша карточка будет ждать своего часа, и когда вы понадобитесь, он будет знать, где вас искать. Кроме того, он порекомендует вас другим. Карточка – это стратегическое оружие. Она влияет на развитие вашего бизнеса еще долго после того, как вы ее кому-нибудь дали. Не жалейте карточек… Ответ на вопрос «Чем вы занимаетесь?» должен лежать у вас в кармане. Разумеется, если вы не забыли свои карточки дома…»

Вместе с тем, еще многие недооценивают визитные карточки как необходимый атрибут делового общения. Один известный ученый, оратор и полемист, следуя традиционному менталитету, долго воспринимал визитные карточки как нечто из области официоза и дипломатии, в других случаях как «буржуазные» игрушки, что-то от суетности тусовок «новых русских». Однако оказавшись несколько раз подряд в ситуации, когда после выступлений на конференции, симпозиуме, «круглом столе», во время презентации книги, на приеме не смог предложить визитную карточку тем, кто вручил ему свои для продолжения контактов, он заказал себе положенные 200 штук.

# Оформление визитной карточки

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 ХХ 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, 90х50 мм и 80х40 мм (в Великобритании визитные карточки женщин больше, чем мужчин). Визитная карточка молодой девушки может быть ещё меньше, - как правило, 70х35 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.

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.

В России и во многих двуязычных странах 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. Иностранный 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.

Что касается титулов, психологи отмечают: визитная карточка, убористо испещренная громкими званиями, чаще всего свидетельствует о неутоленных личных амбициях владельца, нездоровой мании превосходства (которая есть оборотная сторона комплекса неполноценности). Поэтому имейте в виду: прочитав на визитке некоего эксперта «Член-корреспондент Международной Академии Гуманитарных Знаний, Почетный вице-президент Заполярного общества экзистенциального анализа…», - не торопитесь обращаться за услугами к такому специалисту. Вероятно ему и самому консультация психоаналитика не помешает. Характерно, что по-настоящему весомые фигуры подчас ограничиваются указанием на карточке одного лишь своего имени. В самом деле, в каких дополнительных сведениях нуждается такое, скажем, имя, как Билл Гейтс? Но даже если вы еще не доросли до столь высокого статуса, все равно старайтесь не перегружать карточку избыточной информацией, которая ни о чем, кроме личного самомнения, не свидетельствует. Тем более, что в наши дни любому очевидно: на одного настоящего академика, президента или лауреата приходится десяток претенциозных самозванцев, причем именно они особенно крикливы в провозглашении своих узурпированных регалий.

# Способы печати визитных карточек

Избегайте соблазна из экономии обзавестись самодельной, доморощенной визиткой, если Вы не дизайнер, не художник или не профессионал в области рекламной графики. Располагая современной оргтехникой, Вы действительно имеете реальную возможность самостоятельно изготовить небольшой тираж визиток, например, распечатав их на струйном или лазерном принтере. При этом стоимость дизайна и изготовления тиража в печатном салоне кажется Вам сэкономленной и это приятно. Не совершайте такой ошибки. Дилетантизм в дизайне визитки виден обычно сразу. Запустив в оборот такую визитку можно погубить себя и свой бизнес.

Печатать визитки на принтере или копировальном устройстве - наиболее дешевый способ, но и качество оставляет желать лучшего. Создание карточек по технологии горячего тиснения обходится, как правило, в копеечку. Но по внешнему виду такие визитки получаются, пожалуй, самыми необычными. Самый же популярный способ изготовления визитных карточек во всем мире - это офсетная печать.

Одним из последних технологических достижений - это CD-визитки (компакт-диск в форме пластиковой карточки) и не рвущиеся (не стоит удивляться, если скоро появятся в воде не тонущие и в огне не горящие).

*Цифровая печать визиток.* Цифровая печать - это самый оперативный метод печати и недорогой при малотиражном заказе (примерно до 1000 визитных карточек).

Перед тем, как печатать заказ, Вы можете увидеть будущую визитную карточку, распечатав пробный вариант, чего нельзя сделать при офсетном методе печати, так как нужна допечатная подготовка, которая занимает много времени и требует немалых затрат. Распечатав пробный вариант цифровым методом печати, Вы можете внести сразу изменения до начала выполнения Вашего заказа.

Несмотря на ряд преимуществ, технические возможности цифровой печати имеют ограничения по качеству, ассортименту тонеров, набору запечатываемых материалов, скорости печати (многотиражной продукции). Не всегда краска ложится ровно на бумагу, и не все сорта бумаги подходят для цифровой печати.

*Офсетная печать визиток*. Технология офсетной печати позволяет производить большие тиражи (от 1000 визитных карточек) за короткие сроки. Причем чем выше тираж, тем выгоднее становится печать.

Отличительная особенность офсетной печати по сравнению со всеми другими видами - высокое качество воспроизведения оригинала: четкость, яркость и скорость (при больших тиражах). Печать осуществляется не только основными цветами, но также возможно использование дополнительных цветов и лака.

В качестве печатной основы, как правило, используется бумага, картон, винил, пластик.

При офсетной печати требуется допечатная обработка (цветоделение, цветопроба, создание форм, печать форм, подготовка пресса, цветобалансировка), что делает дороже печать маленьких тиражей и невозможность выполнения срочных заказов (например, за час).

*Шелкография.* Шелкография - это система технологий, которые позволяют наносить краску или пасту значительной толщины на множество подложек из любого материала и любого размера.

Преимущества шелкографии:

* простота процесса;
* оборудование, доступное по низкой цене;
* возможность печатать на материалах различного типа;
* значительная толщина наносимой краски и специфически шелкографическая яркость красок;
* долговечность запечатанных материалов;
* экономия при печатании маленьких и средних тиражей;
* особые решения, невозможные с помощью других способов печати, и, при равной стоимости, лучшее покрытие;
* яркость и устойчивость запечатанных материалов.

Особенностью шелкографии является возможность получения более толстого красочного слоя, чем при других способах печати, поэтому она используется для такой печати, которая должна быть устойчивой к внешним воздействиям.

*Фольгирование.* Фольгирование - процесс спекания тонера лазерного принтера или копировального аппарата с металлизированной фольгой под воздействием высокой температуры.

Фольгирование позволяет украсить визитки, добавив в них цвет (особенно металлик). Фольга, применяемая в это процессе - отличается по своим свойствам от фольги применяемой при тиснении. Достоинства фольгирования - простота процесса и возможность одновременно наносить несколько цветов.

Недостаток: работа только с листовым материалом (гладким), который может (по толщине) пройти в печатное устройство (нанесение тонера) и области фольгирования (разным цветом) не должны перекрываться.

Существует несколько типов фольги:

* Цвета Metallic: - золото, серебро, синий, красный, зеленый.
* Блестящий: - черный, прозрачный.
* Голограмма: - золото, серебро (мелкий рисунок).

*Тиснение.* Технология тиснения основана на нанесении изображений путем давления металлического или полимерного клише на материал. Типы тиснения: горячее тиснение - нанесение вдавленных изображений (возможно тиснение "голым" клише - "блинт" или же тиснение фольгой), конгревное тиснение - нанесение выпуклых изображений.

Основой для нанесения изображений могут служить изделия из любых материалов, поддающихся воздействию давления и температуры.

Горячее тиснение производится фольгой стандартных цветов. Получение сложносоставных цветов невозможно.

Износостойкость нанесенных изображений при отсутствии воздействия агрессивных химических сред, деструктивного механического воздействия и температур выше 60°С:

* "пожизненная" при нанесении на изделия из бумаг и картонов;
* 12 месяцев при нанесении на изделия из пластиков, кожзаменителей и натуральной кожи.

*Термоподъем.* Термоподнятие используется при печати для придания объемности текстам или логотипам. Текст или другие элементы оформления при этом печатаются в одну краску.

Термоподнятие при полноцветной печати делается таким образом, чтобы подвергаемая обработке краска должна быть последней в процессе нанесения на бумагу. Например, если необходимо придать легкий рельеф волнам при печати морского пейзажа, термопорошок добавляют в голубую краску. Используемый при термоподнятии полноцветной печати порошок должен быть бесцветным, иначе может быть нарушена цветопередача.

Интересные эффекты могут достигаться за счет смешивания различных видов термопорошка. Например, смешивание голубой триадной краски и бесцветного и серебрянного порошков придают оттиску эффект "металик". Возможно использование запечатки лаком с последующим термоподнятием цветными порошками. Такой прием нежелателен для текстов, набранный мелким кеглем или шрифтом с тонкими штрихами. Приемы термоподнятия применимы как глянцевым, так и к матовым поверхностям.

# Виды визитных карточек

Используются визитки различного вида и назначения. Назовем наиболее распространенные из них.

*Деловая стандартная карточка*. На ней указаны фамилия, имя, отчество, место работы, должность, служебный телефон, телефакс (телекс).

Карточка содержит необходимые реквизиты для продолжения контактов. Используется в случае состоявшегося знакомства. Существуют некоторые стандарты для размещения текста на деловой карточке. Так, имя руководящего сотрудника фирмы печатается в центре карточки, должность – более мелким шрифтом под именем. Название, адрес фирмы набираются в левом нижнем углу. Номер телефона, телефакса – в нижнем правом.

На деловой карточке сотрудника, который не занимает руководящей должности, в центре печатается название и адрес фирмы, в нижнем левом углу его имя, отчество, фамилия. Внизу справа – номера телефона, телефакса.

Сфера применения такого вида карточек исключительно служебная. В светской жизни их использовать не следует никогда.

Следует учесть ряд замечаний. При написании должности нужно указать область полномочий. Например, не просто «проректор», а «проректор по учебной работе», не просто «заведующий отделом», а «заведующий транспортным отделом» и т.п.

Если визитка напечатана на иностранном языке, фамилия и имя пишутся полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой либо совсем не указывается. В иностранных языках понятие «отчество» отсутствует и его могут воспринять как второе имя.

Номер домашнего телефона на стандартной визитке не проставляют. Это информация конфиденциального характера. При необходимости его можно написать от руки.

Лицам творческих профессий, у которых нет присутственного офиса, можно и, может быть, нужно указывать на визитной карточке свой домашний телефон.

*Представительская карточка*. На этой карточке указывают фамилию, имя, отчество, полное название фирмы, должности, но не проставляют координаты – ни адрес, ни телефон. Карточку используют для специальных и представительских целей. Она облегчает конкретное общение. Но ее вручение механически не означает намерение владельца продолжать контакты с собеседником.

Тактичный партнер по общению должен правильно оценить ситуацию и выбрать соответствующую линию поведения.

*Карточка фирмы, предприятия, организации, отдела* с указанием адреса, телефона, телефакса (телекса). Применяется для представительских целей, в том числе на презентациях, выставках, ярмарках, при вручении подарков, сувениров, поздравлений от имени фирмы.

На визитных карточках официальных лиц, в особенности дипломатов, проставляются только имя, отчество, фамилия и должность. Дипломаты используют такие карточки, на которых указана одна лишь должность, например «Посол». В третьем варианте на визитке, предназначенной для личного использования, пишут только имя, отчество, фамилию, иногда профессию. Их вручают исключительно в неофициальных случаях, посылают дамам.

*Личная визитная* карточка может содержать ваши фамилию и имя. Здесь же иногда указывают отчество или инициалы - в зависимости от имиджа, возраста, национальных и культурных традиций. На личной визитной карточке можно дать также те дополнительные сведения, которые вы хотите о себе сообщить (например, номер пейджера). Они, как правило, печатаются более мелким шрифтом в правом нижнем углу. Личная карточка может содержать и сведения о вашем звании или учёной степени (профессор, доктор, генерал-майор, кандидат технических наук и т. п.) - эти сведения указываются под именем. Не удивляйтесь, если на личной карточке вашего зарубежного знакомого вы найдете не его домашний адрес, а адрес его клуба (бывает, что указывается как клубный адрес - в левом нижнем углу, так и домашний - в правом нижнем углу). Женщины обычно не указывают каких-либо дополнительных сведений на своей личной визитной карточке.

Деловым людям также весьма полезно иметь карточки для неслужебных ситуаций, дружеских, светских контактов, когда упоминание должности, подчеркивание официального статуса может быть не понято и не принято. На таких карточках могут быть проставлены профессия, почетные, ученые звания.

*Супружеские карточки* – тоже вариант неслужебных визиток. Супруги могут иметь каждый свою карточку, на которых координаты они не проставляют, за исключением, возможно, города, где они живут, или своей страны, если они в данный момент находятся за границей. Иногда муж и жена используют совместную, объединенную супружескую карточку. На такой карточке – их имена (первым пишется имя жены), отчества и фамилия, а также домашний адрес и телефон. Эти карточки обычно служат практическим, а не представительским целям, в отличие от персональных визитных карточек. «Супружеские» карточки прикладывают к свадебным и другим подаркам, которые преподносят от имени мужа и жены, оставляют при совместных неофициальных визитах.

# Правила вручения визитных карточек

Визитные карточки чаще всего вручают лично. В этикете действует принцип первоочередности. При знакомстве первым вручает свою карточку тот, чей ранг, должностное положение ниже, человек менее известный. Если социальный статус собеседников равный, первым предлагает визитную карточку младший по возрасту. Если и должность, и возраст одинаковы, т.е. имеет место так называемое симметричное общение, то большую оперативность может проявить более вежливый, более активный или более заинтересованный человек.

При деловой встрече с иностранными партнерами первыми визитные карточки вручают хозяева. На переговорах после процедуры обмена визитками, чтобы правильно произносить и не путать имена, карточки целесообразно расположить на столе перед собой в таком порядке, в каком сидят партнеры.

Не принято вручать лично визитную карточку с выражением благодарности или иных чувств.

Посетитель в фирме, учреждении может предъявить свою визитную карточку секретарю для доклада о себе, особенно в случае незаявленного ранее визита. Карточка может открыть посетителю дверь кабинета занятого должностного лица. Лев Николаевич Толстой в романе «Анна Каренина» очень колоритно описывает сцену с визитной карточкой при посещении инкогнито крупным петербургским чиновником Карениным адвокатской конторы.

«Приемная комната знаменитого петербургского адвоката, – пишет Толстой, – была полна, когда Алексей Александрович вошел в нее… Один из помощников, не вставая … сердито обратился к Алексею Александровичу.

– Что вам угодно?

– Я имею дело до адвоката.

– Адвокат занят, – строго сказал помощник, указывая пером на дожидавшихся.

– Не может ли он найти время?

– У него нет свободного времени. Он всегда занят. Извольте подождать.

– Так не потрудитесь ли подать мою карточку, – достойно сказал Алексей Александрович.

Помощник взял карточку и… прошел в дверь.

– Сейчас выйдут, – сказал помощник, и действительно, через две минуты в дверях показалась… фигура адвоката.

– Пожалуйте, – сказал адвокат, обращаясь к Алексею Александровичу. И пропустив мимо себя Каренина, он затворил дверь.

– Вы знаете мою фамилию?

– Знаю вас и вашу полезную деятельность, как и всякий русский, – сказал адвокат».

При вручении карточек принято обмениваться легкими поклонами. Визитную карточку полагается вручить партнеру так, чтобы он мог сразу прочесть текст. Свою фамилию, особенно если она труднопроизносимая, нужно назвать вслух. В США, Европе особых регламентаций не существует. Представителям ближневосточных стран карточку вручать следует обязательно правой рукой. В странах Азии, в частности в Японии – обеими руками.

Принявший визитную карточку должен ее прочесть. Фамилию партнера, чтобы быть уверенным в ее правильном произношении – произнести вслух.

Получив визитку никаких пометок на ней в присутствии вручившего делать не стоит также нельзя вертеть визитку в руках, мять ее. В ходе разговора, сопровождающего знакомство, карточку лучше сразу не убирать, а держать перед собою на столе или в руках. Это, в частности, поможет вам не забыть и не перепутать имя нового знакомого – оно всегда перед вами. Но вот забыть на столе карточку или, едва отойдя от нового знакомого, выбросить ее – вопиющий знак неуважения.

Во время переговоров следует положить визитные карточки перед собой, соответственно рассадке партнеров. Если требуется надписать на визитке какое-либо уточнение, то лучше попросить хозяина карточки самому сделать это.

Если визитная карточка прилагается к подарку, ее вкладывают в коробку с подарком. Конверт с визиткой заклеивают только в том случае, когда послание носит сугубо личный характер.

Если визитную карточку вкладывают в букет цветов, посылаемый по официальному поводу, к празднику, то на карточке, чуть выше набранного имени, нужно сделать короткую приписку. Если цветы посылают по случаю похорон, никакой приписки делать не надо. Карточку в конверте прикрепляют к бумаге, в которую упакованы цветы.

В некоторых случаях визитная карточка служит рекомендацией. Например, если у делового человека нет времени для составления рекомендательного письма, он может просто передать свою визитную карточку по назначению, написав на ней фамилию человека, которого рекомендует.

Для того чтобы пригласить кого-либо на неофициальный прием, следует написать его имя и фамилию вверху на визитной карточке, а внизу указать наименование приема (например: "завтрак"), место его проведения, число и время.

Если на вашей визитной карточке не хватает места для этой информации, можно написать текст приглашения на открытке и отправить, приколов к ней визитную карточку, приглашаемому.

При перемене адреса следует послать деловому партнеру старую визитную карточку вместе с новой, на которой имеются новые реквизиты.

Новый номер телефона можно, в крайнем случае, вписать и от руки. А вот вписывать от руки новую должность считается неприличным. При изменении должности необходимо срочно печатать новые визитки.

Визитные карточки, которые посылаются по почте или с посыльным, вкладываются в специальный конверт, на котором от руки чернилами, на пишущей машинке, компьютере пишутся имя, фамилия и должность адресата.

В один конверт могут быть вложены визитные карточки для нескольких лиц. В этом случае в левом верхнем углу каждой карточки карандашом или ручкой пишется фамилия лица, которому она адресована. В одном конверте на имя одного лица могут быть посланы визитки от разных лиц.

Визитные карточки, направленные в конверте, не загибаются. Если загнутую карточку доставляет курьер, шофер или она направляется по почте, то это считается грубым нарушением этикета.

На визитные карточки ответ полагается давать визитной карточкой в течение 24 часов после их получения.

Женщины ни в коем случае не должны оставлять свою визитную карточку в доме холостого мужчины.

После представления женщине мужчина должен как можно скорее, не позднее, чем через неделю, послать ей свою визитную карточку и карточку для ее супруга, даже если супругу он не был представлен.

При проведении больших мероприятий типа симпозиумов, конференций и т.п. их организаторы заказывают большие визитные карточки – бейджи, с указанием имени, фамилии, ученого звания, должности, организации, учебного заведения или научного центра. Бейджи прикалывают на левой стороне груди. Их носят только в здании, где проходит мероприятие.

В ряде пособий для деловых людей можно встретить рекомендацию пользоваться любым случаем, чтобы предложить свою визитную карточку. Например, американка Сандра Холланд в очерке «Как выжать все возможное из визитной карточки» советует даже оставлять свои визитки в людных местах, прикалывать их к доскам объявлений и т.п. Понятно, что такого рода советы могут быть полезны мелким торговцам (для которых очерк, вероятно, написан), заинтересованным в максимальном расширении клиентуры. Солидному деловому человеку, напротив, вряд ли следует веером разбрасывать свои визитки наподобие рекламных листовок – его репутации это скорее повредит. Зато в обстановке напряженных деловых будней, когда то и дело возникают интересные перспективные контакты, карточки просто необходимо иметь при себе и активно ими пользоваться. Ведь если в ответ на предложенную карточку вы не можете достать свою, это равносильно тому, как если б на вопрос: «Кто вы такой?» – прозвучал бы ответ: «Никто».

# Пометки и надписи на визитных карточках

Визитные карточки, оставляемые при отсутствии адресата в офисе или дома (в резиденции) лично их владельцами, принято загибать в соответствии с местной традицией. В России принято в подобных случаях загибать (а затем распрямлять) правый верхний угол карточки или ее правую сторону по всей ширине. Фамилия того, кому оставляется карточка, на ней не пишется.

В подобной ситуации в России конца XIX века использовались «практичные и удобные визитные карточки, имеющие на четырех углах начальные буквы различных случаев, могущих быть причиной посещения. Например, «П» означает поздравление, «О» – отъезд и, следовательно, прощальный визит, «Ж» – желание осведомиться о состоянии здоровья, «В» – возвращение из продолжительной отлучки, – и в случае отсутствия хозяев дома загибают угол, где находится буква, означающая цель визита». (Сб. Правила светской жизни и этикета. Хороший тон. СПб., 1889).

В наши дни в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки могут быть сделаны пометки, установившиеся в международном протоколе сокращения, условно обозначающие повод, по которому посылаются карточки. Эти сокращения являются первыми буквами соответствующих французских слов. Поскольку они используются в дипломатической, деловой и светской практике, необходимо знать значение этих сокращений.

**P.F*.*** (pour feter) – чтобы поздравить с праздником. Поздравлять принято по случаю Нового года, Рождества, национального праздника. Для поздравления по случаю Нового года к **надписи P.F**. добавляется **N.A** - **P.F.N.A***.* (pour feter le Nouvel An). Если партнеры прислали поздравления с новым годом первыми, то следует их поблагодарить и в свою очередь поздравить - **P.R.F.N.A**. (pour remercier et pour feter le Nouvel An).

**P.R.** (pour remercier) – чтобы поблагодарить. Эта надпись делается в знак благодарности за поздравления или выражение соболезнования, за подарки и другие какие-либо мелкие услуги, в течении 24 часов посылается как ответная визитная карточка.

**P.F.C.** (pour fairе connaissance) – чтобы выразить удовлетворение знакомством.

**P.C**. (pour condole`ances) – чтобы выразить соболезнование. Визитку с такой пометкой следует посылать в случае смерти делового партнера.

**P.P.P.** (pour prendre part) – для выражения соболезнования и с готовностью помочь.

**P.P.** (pour presenter) – для представления. В этом случае визитка лица, которое желает быть представленным, посылается для заочного представления вместе с визиткой человека, хорошо известного тому, кому представляют, или официального лица. На этой второй визитке и проставляются буквы ***р.р***. На визитке представляемого никаких пометок не делается;

**P.P.C.** (pour prendre conge`) – чтобы попрощаться. Визитная карточка с этими сокращениями направляется в связи с длительным отпуском или окончательным отъездом из страны. Это делается в том случае, когда не наносится прощальный визит.

Визитные карточки с буквами **p.r.**, **p.p.c.** остаются без ответа. В ответ на визитные карточки с сокращениями **p.p.c.**, **p.c.**, **p.f.** посылают свою визитку с буквами **p.r.**, то есть благодарят. На визитку с сокращениями **p.p.** ответ дается в адрес представляемого лица визитной карточкой без подписи. Это означает, что представление принято и в дальнейшем можно налаживать личные контакты.

На визитных карточках, которые использует в своих контактах все более широкий круг людей, часто пишут краткие сообщения без названных сокращений, на родном или иностранном языке. Текст всегда пишется в третьем лице, и подпись не ставится. Например:

«Петр Петрович Петров (это уже напечатано на карточке) сердечно благодарит за поздравление по случаю его юбилея».

Но когда вы пишете близкому другу, хорошему знакомому, можно зачеркнуть напечатанное на карточке имя, написать несколько слов от первого лица и подписаться.

# Зачем могут понадобиться собранные визитки?

Все полученные визитки целесообразно систематизировать с учетом сферы деятельности их владельцев, по организациям, по алфавиту. Удобны для хранения карточек специальные визитницы или визиткарды. Если руководитель имеет секретаря, эту работу можно поручить ему.

Анализ визитных карточек – следует сказать, что во многих фирмах за рубежом такая работа ведется постоянно, – может дать дополнительную информацию о статусе ее владельца, организации, которую он представляет. Адрес показывает территориальное расположение – центр города, окраина, новые перспективные районы и т.п. Не случайно некоторые бизнесмены, чьи офисы расположены в малопрестижных районах, арендуют, покупают себе почтовые адреса. Можно узнать, является ли человек, вручивший визитную карточку, представителем фирмы, имеющей собственное здание, т.е. солидной фирмы, арендует ли она этаж в элитном офисном здании или имеет небольшое служебное помещение, затерянное среди корпусов жилой застройки. То же – с телефонами. Чем больше телефонных номеров, номер с секретарем, номер АТС и т.п., тем более крупной и серьезной представляется фирма.

Визитные карточки, собранные на протяжении ряда лет активной деятельности фирмы, делового человека, могут составить ценное досье, стать основой картотеки действующих или потенциальных партнеров, клиентов, различных «полезных» людей и организаций. Визитки могут лежать без движения в вашем текущем архиве, но в случае необходимости быть востребованы как информационная единица, как инструмент для восстановления знакомства. Профессиональному секретарю нужно понимать роль и значение визитных карточек, различать их виды и функциональное назначение, процедуры их использования. Понимать «зашифрованные» символы надписей на карточках, все случаи, когда на присланные визитки следует дать ответ и, как положено, не позднее, чем через 24 часа после ее получения.

В приемной у секретаря всегда должен быть запас представительских карточек фирмы и руководителя. Желательно, чтобы компания считала нужным заказать специальную визитку для секретаря, в организаторской и представительской работе которого она будет очень полезной.

# Какой не должна быть визитная карточка

Какие недостатки визитной карточки прежде всего бросаются в глаза?

1. Визитка имеет нестандартный размер

Она выбивается из общей стопки всей коллекции визиток. Она слишком длинная, и поэтому торчащий край загнут и запачкан. Она слишком короткая, и постоянно выпадает из стопки визиток. Она не влезает в визитницу.

2. Визитка имеет неровные края.

Судя по всему визитка создана и растиражирована в домашних условиях. Никто бы даже и не догадался, если бы не:

a. тупые ножницы;

b. тупая бритва;

c. кривая линейка;

d. неаккуратность автора.

3. Визитка выполнена на тонкой бумаге.

Рассматриваемый объект потому и называется «визитной карточкой», что он выглядит как карточка. «Бумажка» и «карточка» как-никак разные вещи.

4. Визитка напечатана на разноцветной бумаге.

Стандартно, визитка выполнена на чисто-белой бумаге любой неброской фактуры. Эта же визитка выглядит как вкладыш от BubbleGum'а.

5. Визитка некачественно отпечатана.

Судя по всему визитка создана и растиражирована в домашних условиях. Никто бы даже и не догадался, если бы не:

a. безграмотность в работе с принтером;

b. нехватка краски для принтера;

c. старый или испорченный принтер;

d. некачественная бумага;

e. неаккуратность автора.

6. Визитка похожа на шпаргалку.

Текст слишком мелкий или слишком крупный, информация хаотично разбросана, логотип также неаккуратно «брошен» и имеет слишком крупный (мелкий) размер, визитка имеет тонкую чёрную рамку (линия обреза), нарушены пропорции, задействованы все цвета радуги, полная безвкусица.

Визитка не имела и не имеет векторного аналога, в связи с чем текст, логотип и большинство графических элементов размыты.

7. Визитка выполнена не в фирменном стиле.

На визитке использован не фирменный шрифт, не фирменные цвета, не фирменный стиль в целом.

8. Визитка исписана.

a. Человек, взявший визитку, не нашёл на ней контактного телефона и/или электронного адреса и т.д., и поэтому дописал.

b. У владельца изменился телефон, но на визитке это не отразилось. Старые визитки ещё не закончились.

c. Из визитки не совсем понятно, кто и чем занимается ее владелец и чем занимается его фирма. Что непонятно - то дописано.

d. Визитка вовсе не похожа на визитку, отчего её применили не по назначению.

e. Владелец создавал визитку сам, с помощью карандаша, линейки, ножниц и ручки.

9. Визитка имеет тираж 10 шт.

При печати визитки были использованы все последние достижения техники: тиснение на пластике, использована шелкография, напыление, встроенные микрочипы, золотые включения, ламинирование и пр. Не хватило средств на больший тираж.

Если хотя бы один из пунктов сопоставим с Вашей визиткой - то это очень плохо. Советую заказать новые, а старые выбросить, предварительно порезав их на мелкие кусочки.

# Визитные карточки в жизни

Приведу два реальных случая, в которых визитная карточка очень сильно помогла своему владельцу.

В 1987 году путешественник и открыватель, француз Лука Риньон попал в авиакатастрофу. Полет на одномоторной «Сесне» закончился весьма печально - самолет начал терять высоту, Риньон выпрыгнул из него на высоте примерно десяти метров, сломал ногу и повредил левую руку. Африка. 1987 год. –«Я осознал, что не могу идти, не могу даже развести огонь, каждое движение причиняет боль, но что самое неприятное у меня совершенно не было оружия, карт, воды и еды... Я тихонько терял уверенность, в том что увижу близких мне людей ещё раз». Однако на следующий день Риньона подобрали, впрочем этому он был совсем не рад. Нашедшее его племя, было достаточно маленьким - всего несколько мужчин, несколько женщин и трое детишек. Что не мешало им время от времени нападать на другие поселения и... есть врагов. Лука попал к людоедам. Поняв, что сам он передвигаться не может его решили съесть на следующий день. –«Я не знал, о чем они говорят... Собственно и они не понимали, что я говорю. Мы общались с помощью жестов и рисунков на земле. Но то, что меня собираются съесть не вызывало сомнений. Меня щупали. Облизывались, а дети... Дети хлопали себя по животу. В тот момент я был испуган невероятно». Риньон попытался договориться с гурманами, но ни одежда, ни обувь, ни часы не вызывали их интереса. Абсолютно случайно он нашёл в кармане несколько собственных визиток и предложил их просто так. – «Я не надеялся, что это что-то даст. Просто предложил им посмотреть на мою визитку... Я всегда носил их с собой, в маленьких городках отношение к иностранцам недоверчивое, а визитки показывают, кто я такой... Отношение тут же меняется. Мелкие чиновники в таких городках часто бывают очень полезны... но тут! Тут же не чиновники. Эти люди не имели ко мне никаких претензий - ведь я был просто едой!» Однако визитную карточку Лука украшал небольшой герб Академии Путешественников. Через несколько часов, уже в темноте его бережно донесли до какого-то селения, где оставили лежать возле крайнего домика. Затем с воплями мужчины скрылись. –«Я ничего не понимал... Что-то подсказывало мне, что у меня появился шанс». На крики сбежались местные жители, которые незамедлительно довезли Риньона до более крупного поселения, где был телефон, по которому вызвали вертолёт. Госпитализированный Лука через месяц уже самостоятельно передвигался на костылях. –«Слава богу, что у меня были эти визитки с собой... Ну и конечно очень удачно, что на них был герб академии...». К сожалению, что именно произвело впечатление мы так и не узнаем. Зато Риньон жив. В следующем году он планирует отправиться в Россию. –«Само собой с визитками я не расстаюсь»,-смеется Лука.

В 1998 году, в России, визитки не были в большом ходу. Ими пользовались люди, которые зарабатывали больше, чем могли потратить - простите за преувеличение. Александр М. тогда, в 1998 году студент 5 курса частенько задумывался о будущем. Вопрос дальнейшей работы или учёбы был для него важен. С чего начать? Тем не менее, подчиняясь внезапному импульсу он заказывает себе тираж простеньких, односторонних визиток. Поступая на работу в крохотный магазинчик, торгующий компьютерами и составляющими - он первым делом протягивает визитку хозяину магазинчика. У того визитки нет, не заказал ещё. Возникает пауза, которую будущий босс Саши заполняет вопросами "как, за сколько, где можно сделать себе визитки?", на которые Александр и отвечает. На работу его, конечно, приняли. Собирая компьютеры по частным заказам, Саша каждому клиенту отдаёт визитку, на одной стороне координаты, на другой - покупатель записывает информацию о дальнейших действиях, модернизации и пр. Получается такая бесхитростная реклама. Без претензий, но очень удобно. В 99 году он уже менеджер в компьютерном магазине покрупнее, но его визитка неизменно сопровождает каждую покупку, апгрейд с его участием. К 2000 году на визитке Саши появилась дополнительная строчка - предъявителю скидка 10%. Это была уже не просто визитка, а настоящая дисконтная карта. В 2001 Саша владеет двумя магазинами и точкой на Савёловском радиорынке, что, согласитесь, немало. Сейчас, в 2003 году Александр М. является одним из хозяев сети компьютерных магазинов в Москве, а также совладельцем двух интернет-кафе. Его визитку можно увидеть в музее визитных карточек в Сети.

# Примеры визитных карточек

Рассмотрим несколько реальных визитных карточек с разным оформлением и назначением.

1) Хороший пример стандартной визитки. Ничего лишнего, все реквизиты распределены в соответствии с классическими требованиями. На первом месте – логотип фирмы. Он находится в верхней строке, напечатан наиболее крупно и к нему относится единственное цветное пятно. Такая визитка подчеркнет серьезность и надежность владельца, но не привлечет к себе внимания. Именно так должна выглядеть классическая визитная карточка делового человека.

2) Эту визитку уже трудно назвать стандартной. Яркий оранжевый цвет, привлекающая внимание надпись. В ней есть ритм, композиция, идея. Однако теряется сам владелец карточки – по сравнению с огромной С и кольцом написанные мелким шрифтом данные о человеке теряются. На ней не указана ни должность владельца ни название его фирмы. В результате визитка хорошо смотрится, но не акцентирует внимание на владельце. Ее можно использовать как личную, но не как деловую.

3) А это визитная карточка типичного рекламного агента. Недостатков множество – начиная с исправлений вручную и заканчивая низким качеством вообще (скорее всего это самодельная визитка). Однако своей цели она может служить неплохо. Здесь есть и похвала компании, и броскость, и необходимый минимум информации. Собственно о владельце из этой визитки нельзя узнать ничего, кроме имени. Это скорее мини-реклама, чем деловая визитная карточка.

4) Обе визитки – результат моего творчества в указанном клубе дизайнеров. И это чуть больше, чем просто визитная карточка. Визитки в данном случае сами являются примером деятельности дизайнеров клуба, в них есть творческое начало. При одном взгляде на такие карточки должно быть понятно, кому они принадлежат и каково главное достоинство их владельца (именно поэтому были разработаны два стиля с разным идейным содержанием). Они привлекают внимание и хорошо запоминаются. Но это не деловые визитные карточки. Менеджер или директор компании с подобной визиткой не вызовет доверие и уважение. Даже для обычного рекламного агента такие карточки будут выглядеть чересчур броско. Но также как деловой человек выглядит нелепо с яркой разноцветной визиткой (даже самой лучшей с точки зрения дизайнерского решения), также клуб дизайнеров со стандартной или плохо продуманной визиткой не будет высоко оценен.

