

**A KIADVÁNY
A KONFERENCIÁK TAPASZTALATAI ALAPJÁN KÉSZÜLT**

Üzleti Etikett Kisokos vállalkozóknak

Tartalom

ELŐSZÓ	3
Három ok, amiért vállalkozóként érdemes ismerni az üzleti etikettet	4
Egy kis tudomány	6
Albert Mechrabian 55-38-7 szabálya	6
Cselekvő-megfigyelő torzítás	6
Forró Kásák	7
A rangsor	7
Magázódás – tegeződés?	9
Öltözzünk a sikerért!	12
Üdvözlés	17
Köszönés	17
Kézfogás	18
Kézcsók	20
Új ismeretség	21
Bemutakozás	21
Bemutató	22
Névjegyhasználat	23
E-mail igen-nem	25
Mobiltelefon etikett	28
Könnyed társalgás	31
Néhány tipp üzleti tárgyaláshoz	33
Az üzleti ajándék	36
Felkészülés a külföldi partnerrel való találkozásra	41
Irodalomjegyzék	44

Előszó

A mikro-, kis- és középvállalkozások, az üzleti viselkedéskultúrában való jártasságuk tekintetében is gyakran hátránnyal indulnak a multinacionális cégekkel szemben, ugyanakkor sokszor versenyhátrányban vannak a külföldi, hasonló méretű vállalkozásokkal szemben is.

Ez a kiadvány a vállalkozói konferenciák tapasztalatai, a résztvevők visszajelzései alapján lett összeállítva. A vállalkozókat abban segíti, hogy a „cég arcként” mire érdemes odafigyelniük üzleti sikereik növelése érdekében.

Külföldön teljesen természetes, hogy az üzleti életnek sajátos viselkedéskultúrája van és business etiquette - könyvek foglalják össze a hasznos tudnivalókat. Nálunk a tudatos üzleti viselkedéskultúra még nincs meggyökeresedve, az üzleti és a hétköznapi viselkedéskultúra közötti határvonal gyakran összemosódik.

Ezt a füzetet ne úgy olvassák, mint egy regényt az elejétől a végéig, hanem inkább fejezetenként, akár megjelölve az Önök számára érdekesebb részeket. Tartsák könnyen elérhető helyen, ahonnan bármikor elővehetik, ha úgy érzik elbizonytalanodtak, esetleg kérdésük van.

Három ok, amiért vállalkozóként érdemes ismerni az üzleti etikettet

Még ma is sokan azt hiszik, az üzleti etikett „úri huncutság”. Ugyanakkor, ha jobban belegondolunk, biztosan oka van annak, hogy multinacionális cégek (itt-hon és külföldön) üzleti etikett előadásokra, illetve tréningekre küldik a munkatársaikat. A magyarázat egyszerű: az üzleti és a hétköznapi viselkedéskultúra két külön világ. **Az üzleti viselkedéskultúra diszkrétebb, formálisabb, távolságtartóbb, tapintatosabb, szertartásosabb, visszafogottabb, mint a hétköznapi viselkedéskultúra**, hiszen a bizalom megnyerése és megtartása a cél, amely végső soron a pénzügyi sikerben, a nagyobb bevételben realizálódik, egy vállalkozás célja pedig, a profit.

A jó modor írott és íratlan szabályainak betartása (melyek gyakran a nagyobb cégek „magatartási” illetve „öltözködési” kódexeiben köszönnek vissza),

- egyrészt **hatékonyabbá teszik a cég működését**: kutatások igazolják, hogy kevesebb a konfliktus a munkatársak között, nagyobb a lojalitás a cég iránt,
- másrészt a jó modorú, figyelmes és türelmes munkatársak **vonzóbbá teszik a céget az ügyfelek, vásárlók szemében, amely** a most oly népszerű „vásárlói élmény” vagy a „legendás szolgáltatás” elengedhetetlen feltétele. (A Starbucks vagy az Apple sikerének egyik komoly összetevője, hogy kifejezetten nagy hangsúlyt fektetnek munkatársaik ügyfelekkel való figyelmességére és kedvességére.)

Egy cégvezetőnek ezért **három alapos oka is van** arra, hogy időt és energiát fordítson az üzleti viselkedéskultúra elsajátítására és alkalmazására:

1. A cégvezető a „cég arca”

Ma már természetes, hogy a cégek nemcsak a termékeikkel jelennek meg, hanem a cégvezetők a cégek arcai is. Ezzel válik a legelvontabb cég és termék is megközelíthetővé, szerethetővé, hitelessé és nem utolsó sorban személyes elköteleződést kiváltva így tehet szert márkahű (illetve céghű) vásárlókra. Ugyanakkor, ha nem is épít a cégvezető ilyen imázst, akkor is igaz, **a vezetőjével azonosítják a céget**. (Minél kisebb a cég, annál inkább!) Az ő megjelenéséből, viselkedéséből, megbízhatóságából következtetnek arra, hogy a cég által nyújtott szolgáltatás,

eladásra kínált termék, milyen minőséget képvisel, mennyire lesz megbízható. Ha a vezetőről kialakult kép nem vonzó, könnyen oda lehet az üzlet, és ami rosszabb, oda lehet a jó hírnév – a cégé - is.

Ugyanakkor egy olyan vezető, aki biztosan mozog az üzleti viselkedéskultúra területén, sokkal **sikeresebb lehet** céljai elérésében: könnyedén kézben tarthatja, sőt **irányíthatja** nemcsak az egyes üzleti tárgyalásokat, de az üzleti kapcsolatait is, s mindezt hatékonyan és elegánsan.

2. Példakép

Egy kisvállalkozásra különösen igaz, a cégkultúrát a vezető határozza meg. Az általa mutatott példa másolódik. A vezető döntései vagy nem döntései, a kollégáival szembeni elvárásai, viselkedése, illetve félrenézései(!) alapvetően meghatározzák a cég munkatársainak egymással szemben tanúsított magatartását is.

Egy cégvezetőnek ezért meg kell tanulnia, hogyan használja a jó modor eszköztárát munkatársai (határozott) irányítására, a jó hangulatú, hatékony munkahelyi légkör kialakítására, mert mindezek meghatározó pillérei a cég szakmai és üzleti szempontból is sikeres működésének.

3. „Indirekt” befolyás az ügyfelekkel való bánásmódra

A legendás szolgáltatást nyújtó Four Seasons Hotels and Resorts alapító elnöke Isadore Sharp szerint: „Ahogyan a munkatársaidal bánasz, azt várhatod, hogy ők is úgy bánanak a vendégekkel.”

Ma, az internet, a Facebook és az egyéb közösségi oldalaknak köszönhetően gyorsan híre megy, ha valahol különösen előzékeny a kiszolgálás vagy megértő, türelmes és együttműködő a panaszkezelés. (Sőt, ez utóbbi olykor jobb „reklám”, mint a kifogástalan kiszolgálás!)

- *Etikett Tipp: Ha egységes és megnyerő ügyfélményt szeretne nyújtani, még ha kis cég vezetője is, legyen a cégnek egységes dress code-ja és viselkedési kódexe is, különösen a kényesebb helyzetek kezelésére.*

Egy kis tudomány

Albert Mehrabian 55-38-7 szabálya

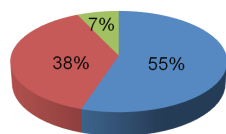
Mindannyian fejeztünk már be úgy tárgyalást, hogy nem tudtuk megmondani, pontosan miért vannak fenntartásaink a partnerünkkel, illetve a közös üzlet sikerével kapcsolatban, noha a megbeszélés látszólag tökéletesen ment. A magyarázat egyszerű: az általa mondottak és a testbeszéde, a hanghordozása, a gesztusai, nem voltak összhangban. Ezt az ellentmondást érzékeltük öntudatlanul, és ez keltette bennünk a kellemetlen érzést.

Albert Mehrabian a UCLA professzora fedezte fel a tényt, hogy egy-egy beszélgetés során valójában nem csak a másik által elmondottakra „figyelünk”, hanem arra is, hogy a gondolatait, érzéseit milyen módon – milyen gesztusrendszerrel, hanghordozással és más egyéb eszközökkel – közvetíti felénk. A megdöbbentő igazság pedig az, hogy a legnagyobb jelentőséget ösztönösen a másik nonverbális gesztusainak tulajdonítjuk (55%), a sorban a következő a mondottak vokális üzenete (38%) és csak 7%-ot képvisel az, amit mondunk, vagyis a szavak jelentése.

Jó, ha tudjuk azt is, amennyiben a verbális és a nonverbális üzenet nincs összhangban egymással, a (tágabb értelemben vett) nonverbális üzenetre „hallgatunk”.

MIRE ÉS MENNYIRE FIGYELÜNK?

- 55% NONVERBÁLIS GESZTUSOKRA
TESTBESZÉD, TARTÁS, GESZTUSOK,
MOZDULATOK, ARCMIMIKA, GRIMASZOK,
- 38% VOKÁLIS ÜZENET
HANGHORDOZÁS, HANGSZÍN,
BESZÉDRITMUS...
- 7% VERBÁLIS ÜZENET
AZAZ A SZAVAK JELENTÉSE



(Albert Mehrabian)

Cselekvő - megfigyelő torzítás

Egy másik fontos tény, amit érdemes ismerni (nemcsak az üzleti életben): a cselekvő - megfigyelő torzítás.

Ez azt jelenti, hogy hajlamosak vagyunk **saját viselkedésünket környezeti tényezőknél** (az adott helyzet által okozottnak) tulajdonítani, de a **többi**

emberről feltételezzük, hogy a **viselkedésük egyéni jellemvonásukat tükrözi**.

Arra, hogy ennek mekkora jelentősége van, jól mutatja egy 2013-as kutatás, mely szerint az amerikaiak 87%-a gondolja úgy, hogy udvariatlanság felvenni a telefont, mialatt mással beszélgetünk.

Azonban, ha az okokat néznénk, akkor azt látnánk, hogy a telefonálót jellemzően nem az udvariatlanság szándéka vezeti, egyszerűen csak a megcsörrenő telefon zavarba hozza, és az evolúciós „üss, vagy fuss elv alapján” felkapja, mert meg akarja szüntetni a csengést. Az eredmény mégis az, hogy a telefonálót bárdatlannak tartjuk!

- *Etikett Tipp: A jó modor alapelve: legyenek visszafogottak a gesztusaink. Egy üzleti tárgyaláson ezért, ne csak a másik fél testbeszédét figyeljük tehát, hanem figyeljünk tudatosan a saját gesztusainkra is, mert így nem fedjük fel idejekorán stratégiánkat.*

„Forró kását”

Van két olyan kérdés, amely számos fejtörést okoz, mindig kerülgetjük, mint macska a forró kását. Az egyik a rangsor, a másik a magázódás-tegeződés kérdése.

A rangsor

Az adott helyzetben irányadó rangsor nagy **jelentőséggel bíró „apróság”, melynek ismeretét nem lehet megspórolni!**

A rangsor szabálya azt jelöli ki, hogy - kimutatandó a tiszteletet a másik fél, illetve az adott helyzet iránt - ki az, akinek kezdeményeznie illik egy-egy gesztust, vagy milyen sorrendet kell követnünk az adott helyzetben.

A rangsorolás főszabálya szerint a nemet, a kort, és a szakmai pozíciót kell figyelembe venni. Természetesen bonyolítja a helyzetet, hogy mindeközben arra is figyelemmel kell lenni, hogy az adott élethelyzetben melyik szempont élvez elsőbbséget.

Gyakran észre sem vesszük, ösztönösen húzódunk félre vagy nyújtjuk a kezünket. Jó azonban, ha tudjuk, különösen az üzleti életben, az érintettek mindig

tisztában vannak vele, hogy megilleti őket a „kivételes bánásmód”. Ha elnézően mosolyognak is, nem veszik jó néven, ha valaki megszegi a rangsorolási szabályokat, sőt, meg is jegyzik.

A rangsornak jelentősége van például: köszönés, kézfogás, bemutatás, bemutatkozás, előreengedés, ültetés (tárgyalás, étkezés, autó), megszólítás, tegeződés felajánlása során.

Egy kis segítség:

Köszönés

- Férfi a nőnek
- Fiatalabb az idősebbnek
- Alacsonyabb rangú (pozícióban, beosztásban levő) a magasabb rangúnak
- Belépő a bent lévőknek köszön előre

Kézfogás

- Nő a férfinak
- Idősebb a fiatalabbnak
- Magasabb rangú (pozícióban, beosztásban levő) az alacsonyabb rangúnak
- Vendéglátó (házigazda) a vendégnek nyújt kezét

Bemutatás

- Férfit a nőnek
- Fiatalabbat az idősebbnek
- Alacsonyabb rangút (pozícióban, beosztásban levőt) a magasabb rangúnak
- Később érkezőt a már ott lévőknek
- Vendéget a díszvendégnek mutatjuk be

Bemutatkozás

- Férfi a nőnek
- Fiatalabb az idősebbnek
- Alacsonyabb rangú (pozícióban, beosztásban levő) a magasabb rangúnak
- Belépő a bent lévőknek mutatkozunk be

Tegeződés felajánlása

- Nő a férfinak
- Idősebb a fiatalabbnak – azonos neműek között
- Magasabb rangú (pozícióban, beosztásban levő) az alacsonyabb rangúnak ajánlhatja fel a tegeződést

- *Etikett Tipp: Egy úriember sosem tegez le egy nőt anélkül, hogy erre engedélyt kapott volna, mint ahogyan nem is nyújt kezét elsőként – semmilyen körülmények között!*

Magázódás – tegeződés?

Más nyelvekhez képest széles skálából választhatunk, hogy milyen módon, stílusban társalgunk. Négy féle társalgási stílus van, a tegeződés, a magázódás, a „teccikezés” és az önözés. Ugyanakkor ebből a bőségből az is következik, ha rosszul döntünk, nagymértékben ronthatja a rólunk kialakulóban levő képet.

Számos oka lehet annak, hogy valaki melyik stílust érzi (egy adott élethelyzetben) magához közelállónak. A „teccikezés”, inkább az idősebb korosztály tiszteltetjes megszólítása, jellemzően a magánéletben. Mielőtt a magázódás mellett döntenénk azonban, jó ha felidézünk a Nyelvi illetan c. könyv sorait: „A maga már eleinte sem fejezett ki különösen nagy tiszteletet. (...) tehát már kezdetben is fölvette – máig érezhető – kevésbé udvarias, sőt lekezelő jellegét.”

Nem véletlen tehát, hogy az üzleti, hivatali élet társalgási stílusa alapvetően az önözés.

Ha magánemberként szívesebben is tegeződnénk, az üzleti életben a **célravezető taktika**, ha egy kapcsolat kezdetén önöződünk. Amennyiben a kapcsolat elmélyülése indokolja, a fokozatosság elvét alkalmazva, a formálisabb (és távolságtartóbb) önözéstől, az idő múlásával térünk át a tegeződésre, miközben mindig, minden körülmények között figyelünk arra, hogy az udvariassági formulákat alkalmazzuk.

Gyakori tévhit, hogy a választott társalgási stílus von határokat. Valójában ez csak az egyik komponens, az igazi fokmérő, hogy a választott társalgási stílus nyelvi fordulatait miképpen használjuk.

Itt fontos megjegyezni, amiről korábban is volt szó:

Az üzleti viselkedéskultúra diszkrétebb, formálisabb, távolságtartóbb, tapintatosabb, szertartásosabb, visszafogottabb, mint a hétköznapi viselkedéskultúra. Vagyis, ha üzleti partnerünkkel tegeződünk is egy idő után,

ez (akár szóhasználatában, akár a nyelvi fordulatokban), soha nem lehet annyira kötetlen, mint ahogyan a magánéletben, a barátainkkal tegeződünk.

Néhány fontos tudnivaló:

- Az **üzleti, hivatalos élet** társalgási stílusa elsősorban az önözés. Amennyiben már áttértünk a tegeződésre, úgy elegáns, ha a levelezés továbbra is önöződve zajlik.
- Attól, hogy önöződünk az üzleti partnerrel, még **nem kell** lépten-nyomon **minden mondatba** (különösen levelezés esetén) beleszuszkolni az „ön”, „önök” szavakat.
- Önöződni valakivel **nem sértés**, a tegeződés pedig nem jogosít fel a bizalmaskodásra!
- A tegeződés során is alkalmazni kell az **udvariassági formulákat**. („Kérlek...”, „Légy olyan kedves...”, „Köszönöm...”)
- A tegeződést a kitüntetett helyzetben levő személy **kezdeményezheti**, de ez nem jelenti azt, hogy kezdeményeznie is kell, illetve azt sem, hogy visszaélsszerűen élhet ezzel a jogával.
- A felajánlott tegeződést **viSSzautasítani** – sértés.
- Ha már egyszer összetegeződünk valakivel, utána már **nem lehet viszatérni** a magázódásra.

A következő táblázat azt mutatja, hogy az egyes megszólítási módokhoz, melyik társalgási stílust illik használni:

	Nő	Férfi
1.	Cím+Asszony Önözés (pl.: Igazgató Asszony + Önözés)	Cím+Úr+ Önözés (pl.: Elnök Úr + Önözés)
2.	Keresztnév +Önözés (pl.: Éva + Önözés)	Vezetéknév +Úr + Önözés (pl.: Kovács Úr + Önözés)
3.	Keresztnév +Önözés (pl.: Éva + Önözés)	Keresztnév +Önözés (pl.: István + Önözés)
4.	Keresztnév +Tegeződés (pl.: Éva + Tegeződés)	Keresztnév + Tegeződés (pl.: István + Tegeződés)



- **Etikett Tipp:** Érdemes szem előtt tartanunk két régi mondást:
„...először a szív tegezzen, csak azután a száj.”
„...aki mindenkivel tegeződik, azzal tegeződni nem érdemes.”

Öltözzünk a sikerért!

Nem a ruha teszi az embert, de elárulja! Árulkodik az igényességünkről, a részletekre való odafigyelésünkről, a világlátásunkról, aktuális hangulatunkról...

Az üzleti élet látszólag nem ad nagy mozgásteret az öltözék kiválasztásakor, ugyanakkor kísérletek igazolják, öltözékünk meghatározza a viselkedésünket (mennyire vagyunk nyitottak, vagy éppen harcias hangulatban) és azt is, hogy mások miképpen viselkednek velünk (elfogadóak, támogatóak, vagy éppen ellenkezően óvatosak, távolságtartóak).

Vállalkozóként, cégvezetőként, **akár mindennapi teendőink intézéséről, akár egy fontos üzleti tárgyalásról** van szó, öltözékünknek azt kell sugallnia, hogy **hozzáértőek és sikeresek** vagyunk.

Ez nem jelenti azt, hogy kosztümöt, öltönyt kell mindig, mindenkor viselnünk vagy világmárkák óriási logóval ellátott portékáit kell magunkon hordanunk. Sőt! Más-más öltözéktől tűnnek sikeresnek és hitelesnek a különböző területen működő cégek vezetői.

A tökéletes megjelenést két szó jellemzi leginkább: önazonosság és alkalomhoz illő megjelenés.

Az *önazonosság* jelenti

- az alkatunknak (homokóra, téglalap, fordított trapéz, egyéb),
- színvilágunknak (tél, tavasz, egyéb),
- stílusunknak (klasszikus, romantikus, avantgard és más egyéb) megfelelő megjelenést.

Az *alkalomhoz illő öltözék*, pedig azt, hogy tisztában vagyunk azzal: egy-egy élethelyzet más-más (akár csak egy-két apró részletben, de különböző) megjelenést kíván. (Így, egy üzleti tárgyalásra, egy nagy bevásárláshoz, egy partira nem viselhetjük ugyanazt az öltözetet.)

Mind alulöltözni, mind túlöltözni egy-egy eseményt, hiba!

A helytelenül választott megjelenés csapdája: először arról kell meggyőzni a másikat, hogy annak ellenére, amit az öltözékünk üzen, szakmailag hozzáértők vagyunk és termékünk vagy szolgáltatásunk megéri a kért árat.

Mire figyeljen mindkét nem?

- Az üzleti megjelenés inkább stílusos és (kicsit) konzervatív, mintsem az aktuális divattrendeket követő.
- Válasszuk a legigényesebb és legjobb minőségű darabokat, amelyeket csak megengedhetünk magunknak.
- A kifogástalan megjelenés lényege, hogy tetőtől (azaz frizurától), talpig, (azaz a cipősarokig) kifogástalan és makulátlan.
- Hasznos szolgálatot tehet a sötétkék, illetve szürke öltöny, illetve kosztüm, mert professzionalitást sugároznak és könnyen kombinálhatóak más színnel. (A fekete ugyanakkor a formális, illetve alkalmi megjelenés alapja lehet.)
- A méret mindig legyen megfelelő. (Mind a túl szűk öltözék, mind a túl bő ruházat az önismeret és az önelfogadás hiányára utalhatnak és ez az üzleti életben különösen rossz üzenet.)
- Kerüljük a nem megfelelő anyagokat. (A farmer, a flitteres, csipkés, fémszállal átszőtt, átlátszó, bársony (műbársony) ruhadarabok, illetve 100% poliészter kosztümmök, öltönyök, a bőrből készült (különösen nadrág, szoknya) darabok; a magas fényű kelmék, nem az üzleti élet anyagai, mint ahogyan a jellemzően sport és szabadidő-ruházatban használatos anyagok sem. Válasszuk inkább természetes anyagokat, például gyapjút, pamutot, kasmírt, selymet, nyáron vásznat.)

A női üzleti megjelenés néhány lényeges pontja:

- A smink, a frizura és a szépen ápolt kéz az igényes megjelenés alapjai.
- Az öltözék alakkövető lehet, de nem testre simuló és sosem engedi láttatni a „párnácskákat”.
- A harisnya - főszabályként – kötelező és testszínű. (Ugyanakkor olykor a fekete vagy egy füstösebb barnás-szürkés szín is - kizárólag egyszínű,

minden varrás és díszítés nélkül - szintén jó választás lehet. A mintás, illetve necc harisnya nem üzleti viselet.)

- A cipő elől, hátul zárt és van (nem túl magas, kb. 3-7 cm) sarka.
- A szoknya (ruha) hossza térd körüli. (Alkattól függően egy-két ujjal térd alatt, vagy térd fölött végződik.)
- A blúz sosem mélyen dekoltált vagy átlátszó. (A fehérnemű, vagy fehérnemű pántja nem látható.)
- Ujjatlan ruhán, topon mindig viselni kell zakót vagy, ha kötetlenebb, megközelíthetőbb megjelenést szeretnénk, akkor vékony („Jackie”) kardigánt.
- A táska legyen összhangban a cipővel és az övvel.
- A kiegészítőink is legyenek jó minőségűek és elegánsak. Nem csak a munkánk során gyakran előkerülő dolgok: toll, névjegytartó, hanem az olyan ritkán látható darabok, mint az irattárca és természetesen az esernyő.
- Az ékszerek főszabálya: A kevesebb több és sosem csörög!

• *Etikett Tipp: Ha ékszerről van szó, Coco Chanel híres hetes szabályát érdemes szem előtt tartanunk. Egyszerre soha ne viseljünk 7 ékszerrel többet. (A legszigorúbb értelmezés szerint a fülbevaló párban lévén két darabnak számít és az óra is az ékszerek közé kerül beszámításra.)*

13+1 pont, amire a férfiaknak érdemes figyelnie

1. A klasszikus és egyben legformálisabb üzleti megjelenés az öltöny. (Fontos tárgyalásra, külföldi partnerrel való találkozáshoz mindenképp öltönyt érdemes viselni.)
2. Öltöny helyett egyéb alkalmakra az eltérő színű zakó- nadrág párosítás kevésbé formálissá tesz a megjelenést.
3. Ha leül, gombolja ki a zakót, ha feláll, gombolja be.
4. (Kétgombos zakó esetén csak felső gombot, három gombos zakó esetén a középsőt kell, illetve a felsőt lehet begombolni.)
5. Öltöny (illetve zakó) alá, mindig hosszú ujjú inget viseljen.
6. Amennyiben kételyei vannak az ing színét illetően, döntsön fehér vagy világoskék szín mellett. (Az intenzív színek – sötétzöld, narancssárga, piros, fekete - nem üzleti színek.)
7. Az ing ujja, illetve az ing gallérja kb. 1,5 cm-rel lógjon ki a zakó ujja alól, illetve a zakó gallérja fölött.
8. Az öltöny és a nyakkendő legyen sötétebb az ingnél.
9. Ha visel nyakkendőt, a nyakkendő simuljon az ing nyakára és az ingnyak legyen teljesen begombolva.
10. A nyakkendő az öv vonaláig érjen. Nyakkendő választás esetén jó döntés, ha apró mintás, vagy egyszínű mellett teszi le a voksát, azonban, ha díszsebkendőt is viselni szeretne (noha harmonizáljon a nyakkendővel mintáját, illetve színvilágát tekintve), soha ne legyen azzal teljesen egyforma anyagból.
11. A nadrág szára csak egyszer „roggyanjon meg” a cipőn.

12. Az öv és a cipő színe legyen azonos és kifogástalan állapotú.
13. A farmer nem üzleti viselet, ahogyan a sokzsebes túranadrág a vitorláscipő és a golfpóló sem az.
- +1 A karóra inkább elegáns legyen, mintsem feltűnő. (Minél vékonyabb egy óra, annál elegánsabb.)

• *Etikett Tipp: A zokni olyan hosszú szárú legyen, hogy leülés során se látsszon ki a fedetlen lábszár. (Ha nem biztos a dolgában, válasszon a cipő színével azonos, egyszínű, vékony anyagú zoknit.)*

Üdvözlés

Ha nagyon tudományosan tekintünk a kérdésre, akkor egy tökéletes **üdvözlés három** elemből áll: **egy verbális** gesztusból, magából a köszönésből; egy – azt gyakran kísérő – **nonverbális gesztusból**, amely kultúránként és szubkultúránként változik: kézfogásból, a kézcsókból, ölelésből, pusziból, meghajlásból és **további metakommunikációs** eszközökből, mint a mosoly vagy a szemkontaktus.

Köszönés

A köszönés a legelemibb és legtermészetesebb gesztus két ismerős között, illetve az idegenekkel való kapcsolatfelvétel első lépése.

Néhány tény, amit jó tudni:

- A köszönés már előre jelzi az általunk választott társalgási stílust. (Például: „Kézét csókolom”, vagy a napszaknak megfelelő köszönések után okkal feltételezhető, hogy a társalgás nem tegeződve fog folytatódni.)
- A legsemlegesebb üdvözlési mód, a napszaknak megfelelő köszönés.
- A napszaknak megfelelő köszönés esetén a rövidebb alakok („Jó reggelt!”, „Jó napot!” stb.) a teljes formáknál („Jó napot kívánok!”, „Jó estét kívánok!”) bizalmasabb hangulatúak, és a rövid forma kevésbé udvarias! (Általánosságban is igaz, a rövidített köszönési módok, vagy bizalmasabb, vagy kevésbé udvarias, esetleg nyegle, vagy bizalmaskodó jelentéstartalommal bírnak.)
- „Kézét csókolom!”, bizalmasabb, tiszteletteljesebb mint a „jó napot kívánok”.
- A köszönést nem viszonzni vagy elmulasztani - sértés!
- Emlékeztetőül a köszönés rangsora:
 - férfi a nőnek,
 - fiatalabb az idősebbnek,

- alacsonyabb rangú (pozícióban, beosztásban levő) a magasabb rangúnak,
 - belépő a bent levőnek
- köszön előre.

• *Etikett Tipp: „A köszönéssel ne várjon az utolsó pillanatig. Régen azt mondták, hogy az igazi úriembert arról lehet megismerni, hogy köszönésben nem lehet őt megelőzni. (...)*

Alapelv, hogy a férfi köszön előre. De egyetlen hölgynek sem fog leesni fejről a korona, ha ő köszön előre annak a jó ismerősének – ha mindjárt férfi is az illető, – aki véletlenül nem vette észre önagságát.” (Az Új Idők Illemtudása)

Kézfogás

Az első benyomás meghatározó eleme az üzleti életben az üdvözlés természetes módja, a kézfogás. Mégis, ritkán foglalkozunk azzal, hogy jól fogunk-e kezét:

- Fontos tisztában lennünk a kéznyújtás sorrendjének szabályával. Emlékeztetőül: Nő a férfinak, idősebb a fiatalabbnak, magasabb rangú (pozícióban, beosztásban levő) az alacsonyabb rangúnak, vendéglátó (házigazda) a vendégnek nyújt kezét.
- Noha a kézfogásnál is fontos a rangsor betartása, jó ha szívünkbe vessük: A felajánlott kézfogást el nem fogadni „levegőben hagyni” – sértés!
- Egyszer, esetleg kétszer rázzuk meg a másik fél kezét.
- Kézfogásunkat nemcsak a szokásaink, hanem – olykor meglepően nagymértékben - hangulatunk, a helyzetben való tudatos jelenlétünk is befolyásolhatják.
- Ne csak a kézfogásunkra figyeljünk, hanem arra is, hogy a kézfogás során miközben a partnerünk szemébe nézünk, ne feledjünk el mosolyogni. Igen, a férfiak is!

Érdemes odafigyelnünk erre a rutinra, mert – tudtunkkal vagy anélkül - kézfogásunk sokat elárul rólunk, és kellemetlen üzenetet is küldhetünk általa:

Döglött hal	Talán a legismertebb kellemetlen kézfogási mód, amikor az a fura érzésünk támad, mintha nem is lenne csont a másik fél erőtlén, nyirkos, hideg – „döglött halra” emlékeztető - kezében. Ha valaki így nyújtja a kezét, általában a „kézrázásban” sem vesz részt, és sajnos komoly az esély arra, hogy ugyanezt a passzivitást tapasztalhatjuk majd az üzleti kapcsolat során is.
Kézropantás	A kézpogtatás gyakori baki. Ez a hiba fakadhat abból - különösen férfiaknál - hogy visszajelzés hiányában fogalmuk sincs arról, milyen erősen fognak kezét. Így aztán összeropantják – különösen a női partner – kezét. Sajnos azonban a megropogtatott kezű partner arra következtethet: dominanciára törekszünk, vagy ami még rosszabb, hogy agresszív a személyiségünk.
Szendvics	A „szendvics kézfogás” ereje kifogástalan. Különlegességét az adja, hogy mindkét kéz részt vesz benne: a másik kéz „betakarja” a kézfogásban részt vevő kezét, esetleg a partner csuklóját, alkarját fonja át. Önmagában a kétkezes kézfogás nem „rossz”, ha csakugyan bizalmas a kapcsolat, és erre a bensőséges gesztusra az egymáshoz fűződő viszony feljogosít. Az üzleti életben, különösen első találkozás alkalmával azonban manipulatívnak hathat ez a gesztus és a másik fél bizalmaskodónak érezheti.
Felülről kezdeményezett kézfogás	A dominanciára törekvés jellemző gesztusaként jelenik meg a lefelé fordított tenyérrel kezdeményezett kézfogás. Az üzleti életben, a férfiaknál meglepően gyakran látható. (Sajnos, néha tanítják is, mint domináns pozíciót elérő manipulatív gesztust). Külső szemlélő számára furán megmosolyogtató helyzet akkor alakul ki, amikor a másik fél (ösztonösen, vagy ismerve a „trükköt”), „normál síkba” kívánja hozni a kézfogást, mintegy visszaállítva az egyensúlyt. Ennek az eredménye így egy „mini - szkander” lesz. Ha egy üzleti kapcsolat így kezdődik...

- *Etikett Tipp:*

A tökéletes kézfogás „receptje”:

- csípő és derék közötti magasságban,
- a kézfogók közötti testtávolság felénél,
- laza kartartással,
- egyenes tenyértartással

fogjunk kezét, úgy, hogy a teljes tenyér, illetve a nagyujjak ujjtőig érintkeznek.

Kézcsók

A kézcsók meghitt üdvözlési forma, így nem meglepő, hogy az üzleti életben még olyan kultúrákban is ritka (például volt Habsburg birodalom országai, Lengyelország vagy Spanyolország), ahol egyébként nem ismeretlen ez, a nők iránti tiszteletet kifejező gesztus.

A kézcsók, noha főszabályként nem üzleti üdvözlési mód, mégis előfordulhat, így érdemes ismerni néhány szabályt.

- A legfontosabb: sem az üzleti sem a magánéletben nem nyújt kezet kézcsókra nő. A férfi dönt arról, hogy kezet kíván-e csókolni egy hölgynek.
- Amennyiben így dönt, jó, ha ismeri a mindent, vagy semmit elvet, vagyis az adott társaságban levő valamennyi üdvözölt hölgynek is illik kezet csókolnia.
- A nő, ha kezet akarnak neki csókolni – engedi. Kedvesen, természetesen, elegánsan. Elhúzni, visszarántani a kezet súlyos sértés!
- A férfi, a kézfogásra nyújtott kezet emeli derék – mellkas közötti magasságba, és finom meghajlással (apró bólintással) szimbolikusan jelzi a kézcsók gesztusát (!)
- A kézcsók során (a protokoll előírásai szerint) a száj nem érinti a kezet.

Az üdvözlés olyan további nonverbális gesztusai, mint az ölelés, a puszi egy, az üzletinél meggyőzőbb kapcsolat jellemzői. Ugyanakkor külföldi partnerek esetében ne idegenkedjünk tőle, ha szívélyességüket így szeretnék kifejezni.

Új ismeretség

Bemutakozás

Számos olyan élethelyzet van az üzleti életben is, amikor nincs harmadik személy, aki bemutathatna bennünket. (Konferencia, vásár, hivatalos ügyek intézése, esetleges telefonon történő ügyintézés, ügyfélparti...) Mivel az első találkozáskor kialakuló első benyomás forrása az, hogy miként is mutatkozunk be, érdemes elsajátítani a „jó” bemutatkozás képességét.

- **Legyünk előzékenyek** (azaz tartsuk a rangsort), vagyis különböző neműek között férfi a nőnek, feltűnő korkülönbség esetén fiatalabb az idősebbnek, alacsonyabb pozícióban levő a magasabb rangúnak, érkező annak, akihez érkezik, mutatkozik be. Ha tartjuk a rangsort, elkerülhető, hogy egyszerre mutatkozzunk be és így elkerülhető az összes ezzel járó kellemetlenség is.
- Mindig **teljes névvel** mutatkozzunk be. (Sosem csak keresztnévvel vagy becenévvel (!)
- Az üzleti életben a bemutatkozás **legformálisabb módja: teljes név + cégnév + pozíció**. (Okos döntés lehet, bizonyos helyzetekben, ha a bemutatkozáskor a nevünkön túl inkább azt mondjuk meg - keresetlen egyszerűséggel -, hogy mi is a cégünk fő tevékenysége. Egy hangzatos angol cégnév, nem könnyíti meg a társalgás elvezetését.)
- Címeiket, rangokat **ne mondjunk** és kerüljük a „vagyok”, „hívnak” kifejezéseket is.
- Jól érthető, nyugodt határozottsággal mondjuk a nevünket, ugyanis ahogyan kimondjuk a nevünket, sejteti az **önbecsülésünket** is. Ha hadarunk, ha motyogunk, még nem tettünk semmit, csak bemutatkoztunk, és máris egy világot árultunk el magunkról.
- A bemutatkozás során **a partner nevére** fókuszáljunk, igyekezzünk megjegyezni azt.

- A másik nevére **visszakérdezni** nem sértés, de úgy tegyük, hogy ne azt érezze, az ő hibája, hogy nem emlékszünk a nevére.
- **Bemutatást követően**, már nem kell bemutatkozni.

• *Etikett Tipp: Bemutatkozást követően ne ajánljuk fel azonnal a tegeződést, mondván „azt hiszem, én vagyok az idősebb”.*

Bemutatás

A bemutatás, az egyik leghasznosabb képesség, amelyet érdemes elsajátítani. Gyakran elfeledkeznek róla, illetve ügyetlenül teszik, így ha felvállaljuk ezt a szerepet, óhatatlanul hálásak lesznek nekünk.

- A bemutatás során kimondva - kimondatlanul **mindenki értékeli a szertartásosságot**, mert tiszteletet tükröz mindkét fél iránt.
- A bemutatás során a **„koreográfiát” a bemutatónak** kell ismernie. Neki kell tudnia, ki az adott helyzetben a „kitüntetett pozícióban” levő személy, őt megszólítva mutatja be neki a másik felet. Azaz, a férfit a nőnek; fiatalabbat az idősebbnek; alacsonyabb rangút a magasabb rangúnak; később érkezőt a már ott levőnek, a vendégeket a díszvendégnek.
- A bemutatás legyen mindig, **rövid, informatív**, az élethelyzetnek megfelelő információkkal. (A munkatársnőnket például ne úgy mutassuk be az üzleti partnerünknek, hogy mindig milyen csinos, hanem úgy, hogy ő az, aki ebben és ebben segíteni tud neki.)
- Használjuk a **bemutatósi formulákat**: „Alárendelt” bemutatása esetén például: „Engedje meg, hogy bemutassam...”; „Szeretném bemutatni...” Egyenrangú partnerek bemutatása esetén: „Ismerkedjenek meg...”
- Még, ha mi fel is vagyunk jogosítva, hogy valakit keresztnevével vagy becenevével szólítsuk, a bemutatás során mindig **teljes névvel** mutassuk be.

- *Etikett Tipp: Még ha mindkét féllel tegeződünk is, a bemutatás során soha ne szólítsuk fel őket, hogy tegeződjenek ők is egymással. (Ez hadd legyen az ő, későbbi közös döntésük.*

Névjegyhasználat

Az üzleti élet elengedhetetlen tartozéka a névjegy. Amikor cégtulajdonosként névjegy készítése mellett döntünk, számításba kell venni, hogy milyen és hányféle névjegyet készíttessünk.

Válasszunk bármilyen megoldást is, fontos, hogy a **névjegy önmagában professzionalitást** (hozzáértést) sugalljon, hiszen miután távozzunk, ez marad meg az üzleti partnerünk kezében, ez fogja emlékeztetni ránk. Vegyünk ezért figyelembe néhány tudnivalót:

- **Ne zavarjuk össze partnerünket!** Gyakori baki, hogy valaki, aki több céggel, társadalmi pozícióval rendelkezik, nem lévén nála megfelelő névjegy, a másik vállalkozása (társadalmi szervezet) névjegyét adja át. (Amellett, hogy így kisebb az esély arra, hogy a másik fél később a névjegyünk alapján emlékezni fog ránk, felkészületlenséget sugall, és ez különösen az üzleti életben rossz üzenet.)
- Mindig **kiváló minőségű** legyen a papír és a nyomtatás minősége is. A sokszorosítóban, illetve a nyomdában készült névjegy között látványos a minőségi különbség.
- Legyen **esztétikus** az adatok elhelyezése. Teret adhatunk a kreativitásunknak és nem kell feltétlenül a protokoll szerinti elrendezést használni, ugyanakkor ez a megoldás harmonikus benyomást kelt. (Segítségül: balra fent logó, középen név, alatta beosztás. A bal alsó sarokban (ha a logóból nem egyértelmű, akkor cégnév) cím, a másikban: telefonszám, fax, e-mail cím).
- Amennyiben – akár grafikai elemeket tekintve, akár anyagában, akár megjelenésében – **kreatív névjegy** mellett döntünk, ezeknek a megoldásoknak az alkalmazása sose legyen öncélú. Szorosan illeszkedjen a vállalkozás profiljához, esetleg a honlap színvilágához.

- Érdeemes szert tennünk egy elegáns **névjegytartóra**, amelyet mindig magunknál tartunk. Nincs annál kínosabb, mintha szabódnunk kell, hogy „... nincs nálam most névjegy...”
- Ha a névjegyen szereplő valamely adat elévült, **ne javítsunk** a névjegyen tollal, készíttessünk új névjegyet. Az áthúzogató, magyarázkodás nem elegáns és rontja a megbízhatóságunkról kialakulóban levő képet.
- **Egyetlen esetben mégis írhatunk a névjegyünkre:** Ha a partnerünkénél nincs névjegy. Ajánljuk fel egyik saját névjegyünk hátoldalát, amelyre ráírhatja az elérhetőségét. (Majd tegyük máshová ezt a névjegyet, nehogy később továbbadjuk véletlenül.)
- Partnerünk névjegyet soha ne süllyesszük a névjegytartónkba olvasatlanul. Nézzük meg, próbáljuk meg megjegyezni partnerünk nevét, esetleg megdicsérhetjük névjegye eredetiségét, vagy igényességét.
- Mivel a névjegy személyes – kicsit **intim** – tárgy, ezért **Soha** ne tegyük **zsebre** – különösen farzsebbe - a másik fél névjegyet! (A Távol-Keleten ez különösen nagy sértésnek számít!)
- **Ne tukmáljuk** rá senkire a névjegyünket és ne is akarjuk rámenősen megszerezni a másik félét. A névjegycsere egy bizalmi kapcsolat első lépése!
- Soha ne osztogassuk úgy, mint a **krupié** a lapokat, azaz számolatlanul, bárkinek!
- Névjegyet **illik csatolni** ugyanakkor az üzleti ajándékokhoz, virágcsokrokhoz, illetve az ünnepi üdvözlőlapokhoz is.
- Noha ma már a protokollban is egyre ritkábban fordul elő, azért érdemes megismerkedni a névjegyre – alapvetően ceruzával – írható **rövidítésekkel** a.c. (avec compliment) - üdvözlettel; p.f.n.a. (pour féliciter nouvelle année): új évi szerencsekívánat.

• ***Etikett Tipp:** Soha ne adjunk át úgy névjegyeket ügyfeleinknek, hogy azt adják tovább ismerőseinek. (Ennek a tovakodó gesztusnak olyan olvasata van, hogy azért van szükségünk a segítségére, mert rosszul megy az üzlet.) Szimpatikus gesztus ugyanakkor (elegánsan) elkérni olyasvalaki névjegyet, aki számunkra nem is, de valamely üzleti partnerünk számára reménybeli üzleti partner lehet. Mindketten értékelni fogják a figyelmességünket.*

E-mail igen-nem

Az írásbeli kommunikációt az e-mail alaposan megváltoztatta, ennek egyik oka éppen a gyorsasága.



Az a tény, hogy gyorsan eljuttathatjuk gondolatainkat, kéréseinket, vagy a megoldandó problémát a címzetthez, fura elvárásokat és **elegánsnak kevéssé nevezhető viselkedési szokásokat** is felszínre hozott.



Bármilyen, az üzleti partnernek írott levél, üzleti levél(!), megerősítheti, javíthatja, vagy ronthatja a rólunk, illetve a vállalkozásunkról kialakult képet. Ezért is érdemes megjegyezni a főszabályt:



**FŐSZABÁLY:
AZ E-MAIL IS LEVÉL!**

Sőt - jogi terminológiával élve - *elektronikus dokumentum (jogok és kötelezettségek forrása lehet)*, bármeddig **megőrizhető, sokszorosítható, lefűzhető** és olykor olyan személyek is olvashatják, **akiknek nem szánta.**

Mit tegyen, vagy ne tegyen, ha üzleti e-mailt ír?

	IGEN		NEM
<p>1. Olyan e-mail címet válaszson, amely professzionális sugall.</p> <p>Legjobb megoldás: <u>vezetéknev.keresztnev@cégnev.hu</u></p>		<p>1. Soha ne írjon haragból, indulatból, vagy sértődötten!</p>	

 IGEN	 NEM
<p>2. Ellenőrizze a címzettek körét – kétszer.</p> <p>Jóvátehetetlen erkölcsi és üzleti károkat okozhat egy téves címre elküldött e-mail.</p>	<p>2. Ahogy közvetlenebbé válik az üzleti kapcsolat, akkor se engedjen levelei formai és stílusbeli minőségéből.</p>
<p>3. Tartsa be a 24 órás szabályt</p> <p>24 órán belül illik az e-mailre válaszolni, amennyiben ennyi idő alatt nem áll módunkban érdemben válaszolni, legalább arról tájékoztatni kell a levél íróját, hogy mikor számíthat érdemi válaszra. (Ez egy elegánsan megfogalmazott „automata” üzenet is lehet.)</p>	<p>3. Kerülje a rövidítéseket és a hangulatjeleket!</p> <p>Az üzleti és hivatali levelezésben ezek utalhatnak belső bizonytalanságra, hanyagságra, illetve a professzionalizmus hiányára.</p>
<p>4. Használja a levelezés „kötelező elemeit” és az udvariassági fordulatokat!</p> <ul style="list-style-type: none"> • a megfelelő (pozíciónak megfelelő) megszólítás, • (önöző), udvarias stílus, világos fogalmazás, (fontosabb gondolatok esetleg pontokba szedve) • a levélzáradék (Tisztelettel; Üdvözlettel) • a pozíciónak megfelelő aláírás 	<p>4. Üzleti levelet ne küldjön üzleti időn túl</p> <p>Üzleti levelet üzleti időben illik és érdemes elküldeni. A rendszeresen késő éjszakai, illetve hajnali órákban küldött levél, nem azt jelenti, hogy annak feladója éjjel-nappal dolgozik, hanem azt, hogy nem tudja megfelelően szervezni a munkáját, ez pedig a feladó és közvetve a cég szakmai hitelét is rontja.</p>

 IGEN	 NEM
<p>5. Figyelemfelkeltően és pontosan fogalmazza meg a levél „tárgyát”.</p> <p>Az e-mail tárgyának végiggondolt megjelölése megóv attól, hogy</p> <ul style="list-style-type: none"> • a levél címzettje a levelet ki se bontsa, vagy későbbre hagyja annak elolvasását. • Később ne legyen a levél könnyen visszakereshető 	<p>5. Soha ne küldjön tovább úgy egy e-mailt, hogy előtte nem egyeztetett volna erről az e-mail írójával.</p> <p>A bizalom az üzleti élet alapköve, egy ilyen indiszkrécio nagymértékben rombolhatja a hitelünket.</p>
<p>6. Legyen a részletekben is professzionális!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Érdemes esztétikus (spam-szűrő- biztos) céges e-mail arculatot (egyszerűbb grafikát) kialakítani. • Alkalmazzon bekezdéseket és szövegtagolásokat a jobb átláthatóság és megértés érdekében. • Készítsen „automata” aláírást. • ellenőrizze a helyesírást (Vannak piros és zöld pontok a levélben?) 	<p>6. Ne küldjön üzleti titkokat, bizalmas információt e-mailben. Ha mégis elkerülhetetlen, akkor titkosítsa!</p> <p>Annak érdekében, hogy a levelet csak az avatott szem olvashassa, segítenek olyan funkciók, mint a „titkos másolat”, a „melléklet titkosítása” és a „szöveg titkosítása”. (Arról persze ne feledkezzen meg, hogy az érintettek a titkosítást feloldó kódot is ismerjék.)</p>

• *Etikett Tipp:* Az érintett előzetes hozzájárulása nélkül nem elegáns másnak megadnunk az e-mail címét. Jó ugyanakkor azt is tudni, az e-mail cím – az információs szabadságról szóló tv alapján - amennyiben természetes személlyel kapcsolatba hozható, személyes adatnak minősül, ezért az érintett hozzájárulása nélkül nem kezelhető és nem adható ki.
(Érdemes ezért vigyázni például a több ügyfélnek körlevélként kiküldött e-maillal, nehogy akaratlanul is a többi címzett e-mail címe látható legyen!)

Mobiltelefon etikett

Ma a kulturáltság egyik fokmérője, miként használjuk az új technikai eszközöket, így például a mobiltelefon: Hogyan csörren meg? Mikor vesszük elő? Hogyan beszélünk? Miként küldünk SMS-t?

Olykor figyelmetlenségből, olykor az ismeretek hiánya miatt bizony vétethetünk a szabályok ellen, zavarba hozva (rosszabb esetben súlyosan megbántva) ezzel a másik felet és ezek a balfogásaink nem csak a személyünkre vetnek rossz fényt, de az üzleti sikereinket is veszélybe sodorhatják.

1. Válasszunk diszkrét csengőhangot. Inkább professzionalitást, mintsem kamaszos útkeresést sugalljon a megszólaló telefon. Ráadásul a szívünknek kedves dallam, nem biztos, hogy találkozik (reménybeli) üzleti partnerünk ízlésével, esetleg számára éppen kellemetlen, vagy **fájdalmas** emlékeket idéz fel.

2. Tartsuk be a főszabályt: Csak akkor legyen csengésre állítva a telefonunk, ha fogadni is tudjuk a beérkező hívásokat.

- Amennyiben pedig telefonálunk, azt diszkrétan, mások zavarása nélkül tegyük. (Jó, ha tudjuk, a 2013-as amerikai kutatásban, a megkérdezettek 76%-a azt tartotta nagyon zavarónak, ha valaki nyilvánosan, hangosan telefonál.)

- **Miközben valakivel beszélünk, ne vegyük fel a csengő telefont.**

- Ahogyan a cselekvő-megfigyelő torzítás során volt róla szó, ez **az egyik legbántóbb szokás (!)**, amivel másokat megbánthatunk és sajnos sokan nincsenek is tisztában zavaró viselkedésük súlyosságával!

3. Legyünk tisztában „feladatunkkal”

A hívó

- kezdeményezi a beszélgetést
- visszahív, ha megszakad a vonal
- kezdeményezi a beszélgetés befejezését
- bemutatkozást követően azonnal érdemes megkérdeznie, hogy a másik félnek alkalmas-e az időpont a beszélgetésre

A hívott

- azonosítja magát először (azaz, amint felvette a telefont – a hívót megelőzően köszön és bemutatkozik)

4. Ha üzleti telefonhívásról van szó, érdemes és hasznos az „üzleti telefont üzleti időben” elvet követni! A legmegfelelőbb időszak – hacsak nincs másra „felhatalmazásunk” - 9-17 óráig tart. (Ugyanakkor azt is érdemes kétszer meggondolni, hogy ebédidőben akarunk-e valakit zavarni.)

5. A telefont ne tegyük ki az asztalra, mint kerekasztal lovagjai a kardjukat.

Ez különösen visszatetsző gesztus üzleti ebéd során, de üzleti tárgyaláson is csak akkor kerüljön elő a telefon, amikor éppen szükség van rá.

6. Mosolyogjunk. A mosoly az egyetlen nonverbális gesztus, amely a telefonon keresztül is hallható. Ugyanakkor jó, ha gondolunk arra is, hogy a telefonba minden háttérzaj is behallatszik (villamos csengése, munkatársnő kommentárja, kortyolás a kávéból, majszolás, ropogtatás, mosdó zúgása...), amely egyrészt zavarja a megértést, de a mosdóból intézett vagy az étkezés közben folytatott beszélgetés már kifejezetten bántó és udvariatlan.

7. A telefonszám személyes adat. Az érintett előzetes hozzájárulása nélkül a számát nem szabad megadni.

8. Fontos tudni: Attól, hogy valakit felhívtunk (megcsörgettünk) és nem veszi fel, ha nem kértünk visszahívást, nincs okunk elvárni, hogy visszahívjon bennünket. Még akkor sem, ha hívásazonosító okán látható, hogy ki is kereste! (Akkor pedig végképp nem elvárható a visszahívás, ha egy ismeretlen szám jelent csak meg a kijelzőn.) Amennyiben azonban a hívott mégis visszahívja az őt keresőt, a visszahívott tekintse a visszahívást annak, ami: egy figyelmes és előzőkeny gesztusnak! Még akkor is, ha jó ismerősök.

9. Soha ne kérjünk visszahívást, ha szívességet szeretnénk kérni a másiktól! Nemcsak bárdolatlanság, hanem saját ügyünknek is rossz prókatorai vagyunk. Mi, mit gondolnánk arról, aki szívességet akar kérni és még visszahívást is kér?

10. Amennyiben a telefon a hívás során üzenetrögzítőre vált, úgy elegáns, ha nem tesszük le, hanem, ha már így alakult, üzenetet hagyunk. Jó azonban, ha emlékeztetjük magunkat: ha üzenetet hagyunk valakinek és visszahívást kértünk, 24 órán belül nem illik ismételt hívunk.

11. Azt se feledjük, amennyiben a hívott fél visszahív bennünket, mindig kezdjük a beszélgetést azzal, hogy értékelve a gesztusát, megköszönjük a visszahívást!

- *Etikett Tipp: Főszabály: Az üzleti életben nincs SMS! Amennyiben valakit mégsem tudnánk, sem telefonon, sem e-mail-ben elérni, és a mondandónk halaszthatatlan – például a megbeszélte találkozóról késni fogunk – úgy, végső megoldásként szépen megszerkesztett(!), udvarias SMS-t küldhetünk. Mint ahogyan az is figyelmes gesztus lehet, ha annak, akinek nem tudtuk fogadni a hívását, visszajelzünk, hogy észrevettük, hogy keresett, ám nem volt módunk felvenni a telefont, és amint módunk lesz rá, visszahívjuk.*

Könnyed társalgás

Különleges képesség, ha valaki könnyedén tud társalogni általa kevéssé ismert emberekkel, pedig erre a képességre az üzlet életben (konferencián, üzleti partin, vagy akár egy üzleti tárgyalás bevezetéseként) gyakran szükség van.

Általános tévhit: a kiválóan kommunikáló ember jól beszél.

Az igazság: a kiválóan kommunikáló ember hallgatni (is) jól tud.

A figyelmes hallgatás a viselkedéskultúra egyik fundamentuma, a „jól hallgatni tudás” pedig a sikeres üzletember egyik legfontosabb tulajdonsága.

Ahhoz, hogy nagyszerű hallgatóság legyünk:

- Érdeklődjünk a beszélgetőtársunk és a mondanivalója iránt, de nem tola-kodóan.
- Aktív visszajelzésekkel lendítsük elő partnerünk mondanóját. Rövid kérdések, esetleg jól elhelyezett közbeszúrások lendíthetnek a társalgás menetén és befolyásolhatják annak az irányát
- Tartsuk a szemkontaktust.
- Mosolyogjunk.

Örök kérdés: Miről beszélgessünk?

- Magáról a helyzetről, amiben vagyunk (pl.: konferencia, előadás)
- Éppen aktuális kulturális-, vagy sporteseményről (film, könyv)
- Hobbinkról
- Utazásról

Mindezekről természetesen kellő szerénységgel, elkerülve a tudálékosság és a dicsekvés látszatát is.

Melyik témákat kerüljük inkább?

- A konkurenciát lehetőleg ne hozzuk szóba, és ha mégis, sose nyilatkozunk róla negatívan.
- A pletykázkodás (legyen szó munkahelyi, szakmai vagy hírességeket érintő „hírekről”) senkit sem tüntet fel jó színben.
- (Személyes) pénzügyeink szintén a „tabu témák” közé tartoznak.
- Magánélet részletei (személyes és családi dolgok, egészségi állapot) szintén nem tartoznak másra.
- Vallás, politika érzékeny, intim téma, érdemes ezért kerülni.

Néhány tipp üzleti tárgyaláshoz

Az üzleti tárgyalás sikere vagy kudarca, az üzleti sikerek alappillére. Egy tárgyalás során egyszerre jelenik meg mindaz a viselkedés- és öltözködéskultúra ismeret, amit a korábbiakban tárgyaltunk (bemutatás, bemutatkozás, megszólítás, névjegy, könnyed társalgás, telefonhasználat), ugyanakkor még számos szempont van, amelyeknek érdemes figyelmet szentelni:

- Olyan **öltözéket válasszunk**, amellyel nem öltözzük túl, de nem is öltözzük alul a partnerünket. (Jó, ha tudjuk, kétség esetén jobb inkább egy kicsit túllöltözöttnek, mintsem alulöltözöttnek lennünk.)
- **Tudatosan készüljünk fel** a tárgyalásra. Fogalmazzuk meg előre, milyen eredménnyel szeretnénk zárni a tárgyalás azon fordulóját, állítsuk fel a határokat (tól-ig). A felkészületlen tárgyalópartner megbízhatatlanságot sugall, és jelzi a partner iránti tisztelet hiányát is.
- Figyeljünk arra, **mit viszünk magunkkal**. Vegyük magunkhoz a **névjegytartó**nkat, a **szükséges dokumentációt** (mindig egy-két példánnyal többet, mint ahány fél részvételét a partner előre jelezte, hogy ne érjen bennünket váratlanul a plusz egy fő) és ellenőrizzük, hogy a tárgyalás során előkerülő **eszközeink** (toll, mappa, jegyzetfüzet, tablet) kifogástalan állapotban vannak-e. (Súlyos baki az eldobható toll használata, és azt is érdemes meggondolni, hogy saját jegyzeteink készítéséhez cégünk reklámtollát akarjuk-e használni. Okosabb döntés, ha egy elegáns tollal jegyzetelünk, de bárki „kisegítésére” van nálunk néhány reklámtoll is.)
- Tárgyalóasztalnál, ha tehetjük, **ne az asztal szemközti oldalait válasszuk**. Egymás mellé ülünk, az asztal két, szomszédos oldalán. Ez az ülés mód ugyanis a feleket „kooperatív hangulatba hozza”.
- Ha munkatárssal megyünk tárgyalni,
 - soha ne cáfoljuk meg az ügyfelek előtt (nyíltan) egymást.
 - ne szólítsuk kollégánkat a becenevén (és lehetőleg ne is a keresztnévén). A cégvezetőt vagy a tárgyalás vezetőjét is inkább a

pozíciójának megfelelően szólítsuk, vagy utaljunk a személyére: „ügyvezető úr”, „igazgató asszony”. (Ez a megszólítás azt az üzenetet közvetíti a partnernek, hogy egy olyan céggel van dolga, ahol tisztelik egymást a munkatársak és szeretik „rendesen intézni a dolgokat.” Ez pedig nagyon jó üzenet.)

- **Legyünk pontosak.** Soha ne késsünk és lehetőleg csak 5 perccel korábban érkezünk. Így nem hat sürgetőnek a jelenlétünk, de azt is jelzi, hogy komolyan vesszük a másik felet.
- Házigazdaként **soha ne várankoztassuk meg** üzleti partnerünket. Amellett, hogy súlyos bárdolatlanság, óriási stratégiai hiba is egy ilyen játszmába belekezdeni.
- **A mobiltelefont**
 - halkítsuk le, illetve irányítsuk át a hívásainkat, esetleg adjuk át egy munkatársunknak, ha fontos hívást várunk;
 - hacsak a tárgyalás adott pontján nem szükséges, ne vegyük elő, ne tegyük ki az asztalra.
- **A kávé, tea, ásványvíz** üdítően hat egy tárgyalás során, azonban rágszálmaló bekészítése már felesleges.
- Figyeljünk mind a saját, mind üzleti partnerünk **testbeszédére**. Egy-egy akaratlan gesztus sokat elárul a rejtett szándékokról. (Érdemes a témában jártasságot szerezni.)
- Hallgassuk végig partnerünket. Soha ne vágjunk közbe. Ha hosszabban beszélt, a biztonság kedvéért **foglaljuk össze** az általa mondottakat, hogy jól értettük-e.
- Ha a **konkurencia** kerül szóba, célravezető stratégia, hogy úgy beszélünk: „Ők ehhez értenek, mi pedig *ebben* vagyunk jobbak.”
- Az egész tárgyalás során érdemes a **NYER-NYER** elvet szem előtt tartani. A hosszú távú sikeres üzleti kapcsolat alapja, ha mindkét fél úgy érzi,

egyaránt nyer az együttműködéssel. Ne csak arra fókuszáljunk tehát, hogy mi mit nyerhetünk az ügyön, hanem arra is, hogy a másik félnek miért is előnyös minket választania. (Okosan tesszük, ha erről írunk egy listát is.)

- *Etikett Tipp: Az üzleti életben is nagyon fontos, férfiként legyenek előzékenyek, nőként fogadják el a férfiak előzékenységét! (előreengedés, kabát lesegítése...)*

Az üzleti ajándék

Az ajándékozás az üzleti élet része. Ezzel a figyelmes gesztussal is kifejezzük üzleti partnerünk iránti tiszteletünket, előbbé és személyesebbé tehetjük általa kapcsolatainkat.

Alkalom lehet az ajándékozásra egy-egy nagy mérföldkő, akár az üzleti kapcsolatunkban (egy közös projekt befejezése), vagy a vállalkozásunk életében (egy új termék bevezetése), ám a legjellemzőbb a karácsonyi, (ünnepi, év végi) időszakhoz kötődő ajándékozás.

Az ajándékozás érzékeny terület, nemcsak örömet szerezhetünk, de meg is bántathatjuk, akarattunkon kívül a másik felet. Érdemes ezért elvégeznünk a házi feladatunkat (megírni a listáinkat), és odafigyelnünk a részletekre (valódi személyesség, minőség).

A sikeres üzleti ajándékozás során az alábbi 5+1 dologra fontos hangsúlyt fektetnünk:

- A lista
- Az üdvözlőlapon
- Az ajándék
- A csomagolás
- Az átadás
- A köszönet

1. A lista

Ki szerepeljen a listánkon?

- A közvetlen üzleti partnereink, ügyfeleink.
- Szép gesztus ugyanakkor, ha partnereink azon munkatársait is felveszszük a listánkra, akikkel az év során együtt dolgoztunk. (Ha ajándékot nem is tudunk vagy akarunk nekik adni, egy elegáns, személyre szóló üdvözlőlapon figyelmes gesztus.)
- Akik tavaly nekünk is boldog ünnepeket kívántak, szintén nem maradhatnak le a listánkról. Különösen azok nevét ellenőrizzük, hogy ott vannak-e, akiről az elmúlt évben megfigyeltünk és csak azt követően viszonoztuk a jókívánásukat, miután ők már megelőztek bennünket.

Ahol nem hibázhatunk: az adatok, a név (helyesírása), pozíció pontos ismerete – az egész ajándékozást tönkretelheti egy ilyen baki!

Hány listát készítsünk?

- A névsorok összeállítása különös körülményt igényel. Ezért két szempont is hasznos lehet:
 - Kik azok, akiknek ajándékot szeretnénk adni, illetve kik azok, akiknek egy figyelmes üdvözlőlappal köszönjük meg a közös munkát, illetve
 - Kik azok, akiket a cég vezetője ajándékoz meg, illetve kiket szeretnénk az egyes munkatársak valamilyen figyelmességgel meglepni. (Így elkerülhető az az olykor megmosolyogtató, olykor feszélyező hiba, hogy valaki ugyanattól a cégtől (különösen ugyanattól a részlegtől) többször is kap ajándékot.)

2. Az üdvözlőlapon

- Az üdvözlőlapon lehetőséget nyújt, hogy **pár személyes, őszinte, derűs sorral** megköszönjük partnerünknek a közös munkát, a közösen, illetve a segítségével elért sikereket. Noha nagy kihívás, figyeljünk arra, hogy soraink valóban személyre szólóak legyenek. A belénk vetett bizalmat ingathatja meg, ha kiderül, hogy több partnerünk is ugyanazokat „az előre gyártott figyelmes sorokat” kapta.
- Egy **szép és igényes lapot**, az ünnepi hangulatot megidézendő, szívesen kitesznek a parafatáblára, a polcra. Jó ötlet ezért (is) különleges lapot választanunk. Ha valóban eredeti üdvözlőlapon szeretnénk, akkor még októberben érdemes megrendelni, így elkerülhető az a fiaskó, hogy az ünnepek előtt pár nappal a sarki papírbolt megmaradt készletéből kellene válogatni. (Ezek a lapok nem tanúskodnak nagy figyelmességről.)
- Ne csak a lap igényességére figyeljünk, legyen igényes **a boríték és a (kézzel írt) címzés** is. Tudjuk: az ördög a részletekben rejlik...
- Klasszikus megoldás, hogy az ünnepi jókívánások mellé csatoljuk a **névjegyünket**. Erre különösen akkor figyeljünk oda, ha az aláírásunk nehezen olvasható, illetve, ha az év során megváltoztak egyes adataink (pozíció, telefonszám, e-mail cím).
- Soha ne elégedjünk meg azzal, hogy az előre nyomtatott szöveg alá oda-kanyarítjuk az aláírásunkat, esetleg megismételve a jókívánásot.

- Ha ajándékot adunk is, mindig tegyünk mellé üdvözlőlapot. Még akkor is, ha személyesen adjuk át.
- Fontos arra is emlékeznünk: A karácsonyi, új évi jó kívánság **„postai műfaj”**. „Karácsonyi e-mail”, „ünnepi SMS” legyen az bármilyen kedves, humoros és akár versbe szedett, nem létezik! Érthető is, hiszen pont az hiányzik belőlük, ami a karácsony és az ünnepek lényege – a pillanatnyi megállás, az odafigyelés, a törődés, a tisztelet.

3. Az ajándék

Érdemes néhány elvet mindig szem előtt tartanunk, ha üzleti ajándékot vászoltunk:

- Kerüljük a **„lekötelező”** ajándékot. A túlzottan nagy értékű ajándék **hátsó szándékot** sejtethet, esetleg egy nemtelen gesztus kompenzálására utalhat. Kerüljük ennek még a gyanúját is! Örökre megmérgezhet egy üzleti kapcsolatot egy ilyen balfogás.
- Gyakori, hogy a cégek belső szabályzata rendezi az ajándékozás kérdését. Van, ahol meghatározzák az elfogadható ajándék értékének nagyságát, illetve előírják az ajándékozás tényének bejelentést, de az is előfordul, hogy kifejezetten tiltják bármilyen ajándék elfogadását. (Kínos pillanatokat okozhat, ha a megajándékozott, a köztünk levő jó viszony ellenére is, kénytelen visszautasítani az ajándékunkat.)
- A **megajándékozott nem reklámhordozó**. Az ajándék arra szolgál, hogy örömet szerezzünk általa. A leggyakoribb és egyben legnagyobb hiba, hogy az ajándékot jól látható helyen, illetve nagy méretű céges emblémával látják el, amelyről bárki számára nyilvánvaló az adott tárgy forrása.
- Ez a baki azt eredményezheti, hogy a legigényesebb határidőnapló, toll készlet, asztali naptár is valamelyik fiók mélyén végzi. (Diszkrétan is elhelyezhető egy logó, például a határidő napló belsejében, a bor fából készült dobozán, illetve az is természetes, ha az általunk készített terméken szerepel a cégünk védjegye is.)

A „Jó lesz ez is” ajándék – nem jó ajándék!

- Az általunk támogatott konferenciáról, rendezvényről visszamaradt „szóró ajándékot” (iránytű, póló, bicska, toll, mappa, konferenciátáska stb.) karácsonyi ajándékként ajándékozni óriási hiba!

- Ha nincs elég nagy keretünk igényes (és ötletes) ajándéokra, és nem tartjuk elegendőnek a személyre szóló üdvözlőlap varázsát, rendezzünk egy rövid, stílusos év végi koccintást, ügyfélpártit (finom bor, sajt, gitárzene).
- Noha különösen kifinomult ajándék lehet egy palack finom bor, a most reneszánszát élő pálinka, egy kivételes csokoládé, kávé-, tea-válogatás, fontos tisztában lennünk vele: a megajándékozni szándékozott számára (például egészségügyi, vagy családi okokból) csakugyan jó ötlet-e?
- A bonbon mellett szól, hogy egyszerre lehet személyes és mégsem tolaakodó ajándék, ha ismerjük a megajándékozott ízlését. Ugyanakkor, ha egy kisebb közösséget szeretnénk meglepni, vagy a megajándékozott cégének belső szabályzata előírja az ajándék megosztását, a bonbon – egy különleges és igényes válogatás - remek választásnak bizonyulhat.

Soha ne adjunk üzleti ajándékként **túl személyes** ajándékot,

- Az ajándék kiválasztásánál ugyanakkor megmutathatjuk figyelmességünket, ha a megajándékozott – gyakrabban emlegetett – hobbiához kapcsolódó szép albumot (amely akár a dohányzóasztalon, akár az irodában megtalálhatja a helyét) vagy a hobbihoz kapcsolódó tárgyat adunk. (Ez utóbbinál is nagyon fontos szempont a kiváló minőség!)
- Ha pedig bizalmasabb kapcsolatra utaló ajándékot adunk valakinek (például egy nőnek parfümöt), vagy túl nagy értékű ajándékkal lepünk meg valakit, nincs okunk megsértődni, ha ő az ajándékot **viszautasítja**. Az üzlet etikett szerint, nyugodtan megteheti.

4. A csomagolás

Japánban a csomagolás éppen olyan fontos, mint maga az ajándék. Ahogyan az üdvözlőlap címzése és borítékja, a takaros csomagolás is az igényességünkről és az odafigyelésünkről árulkodik. Elegánsabb megoldás, ha csomagolópapírba burkoljuk az ajándékunkat, mintha papírtáskába süllyesszük és figyeljünk arra is, hogy az ajándékunk mellett akkor is ott legyen az üdvözlőlap (benne a névjegyünk), ha az ajándékunkat személyesen adjuk át.

5. Az átadás

Az ajándék eljuttatása éppen úgy az ajándékozási szertartás része, mint az ajándék.

- Amennyiben módunk van rá, személyesen adjuk át az ajándékunkat. Így láthatjuk a megajándékozott örömét, hiszen (a mi kultúránkban) az üzleti ajándékot is illik azonnal kibontani.
- Amennyiben az ajándékunk személyes átadására nincs módunk, egy munkatársunkat is megkérhetjük, vagy egy futárszolgálat segítségét is igénybe vehetjük. (Mindkét megoldáshoz azonban, csak végső esetben forduljunk!)

6. A köszönet

Mi is kapunk ajándékot üzleti partnereinktől. Ahogyan bennünket is jó érzéssel tölt el, ha a megajándékozott örül az ajándékunknak vagy kedves sorainknak, és megköszöni azt, mi se feledkezzünk meg arról, hogy mielőbb mi is megköszönjük partnerünk figyelmességét.

Amennyiben közvetítő útján jutott el hozzánk az ajándék, 24, legkésőbb 48 órán belül hívjuk fel telefonon az ajándékozót, és pár kedves mondattal fejezzük ki örömünket a figyelmessége felett. Az e-mail, a fax és az SMS, sem alkalmas eszköz köszönetünk tolmácsolására!

Amikor közelednek az ünnepek, a legnagyobb zűrzavar közepette se feledjük, az ajándékozás lényege a gesztus, a tisztelet, a törődés, a köszönet, ez pedig főleg odafigyelést és egy kicsivel több időt kíván tőlünk - nem pedig nagy költségvetést!

- ***Etikett Tipp:** Ha nincs lehetőségünk arra, hogy valamilyen figyelmes ajándékkal lépjük meg üzleti partnerünket, jó ötlet lehet egy - névjegykártya méretű és igényességű - voucher (kupon) - amely hozzásegíti a felmutatóját, hogy (valóban) előnyös feltételekkel vásároljon nálunk, vagy vegyen igénybe egy általunk nyújtott szolgáltatást. Figyeljünk arra azonban, olyan stílusosan ajánljuk fel ezt a lehetőséget, hogy ne legyen „nyomulós marketing” hatása!*

Felkészülés a külföldi partnerrel való találkozásra

Egy rövid csekklista arról, hogy mi mindenre érdemes felkészülni egy külföldi partnerrel való üzleti folyamat során:

1. Megtanulni néhány nyelvi fordulatot

Nekünk is jól esik, mások is szívesen veszik, ha az anyanyelvükön köszöntjük őket és ismerünk néhány olyan alapvető kifejezést, mint a köszönés vagy a „köszönöm”, „kérem” „elnézést”...

2. Idegen nyelvű névjegy és ismertető anyagok készítése

Szerencsés, ha az adott ország nyelvén készítünk névjegyet és prospektusokat. Amennyiben nincs rá lehetőség, angol nyelvű kiadvány is sokat segíthet.

3. A helyi nonverbális kommunikáció sajátosságainak megismerése

Nagyon megbánthatja üzleti partnereit olyan gesztusokkal, amelyeknek a mi kultúránkban pozitív jelentése van, máshol azonban jelentése az üzleti életben nem elfogadott. (Ilyen, sok félreértésre okot adó gesztus: a nagy és a mutatóujjal mutatott karika.)

4. Üdvözlés elfogadott módjainak megismerése

Nemcsak az a kérdés, hogy kézfogással, meghajlással, vagy öleléssel köszöntjük üzleti partnerünket, hanem az is, hogy a különböző nemek képviselői miként köszöntik egymást. (Egyes kultúrákban – általában vallási okokból - a férfiak és a nők egyáltalán nem, vagy nem szívesen fognak kezét a másik nem képviselőjével.)

5. A helyiek pontosságához való viszonyának tisztázása

Sok fölösleges izgalmat takaríthatunk meg, ha tisztázzuk, hogy az adott ország (nemcsak üzleti) kultúrája miként viszonyul a pontosságához.

6. Dress code elvárás megismerése

Noha az üzleti öltözködéskultúra távolról egységesnek tűnik, azonban országonként nagy eltérések mutatkozhatnak: Nők esetében elfogadott-e a nadrág vagy éppen a szoknya? Férfiaknak feltétlenül kell-e nyakkendőt kötniük? Milyen nyakkendőt ne válasszanak?

7. Helyi tárgyalási és kommunikációs stílus sajátosságainak felderítése

Nagyon eltérő lehet országonként: ki vezeti a tárgyalást (viszi a szót)? Ki, mikor szólalhat meg egy tárgyaláson? Azzal is érdemes tisztában lenni, számíthatunk-e arra, hogy nyíltan fogalmaznak egy-egy kérdésben az üzleti partnerek, vagy nagyon udvariasan. (Több országban a „még végiggondolom” egyértelműen „NEM-et” jelent, és még az nagyfokú udvariatlanság, ha ennél konkrétabb fogalmazásra akarjuk rábírnunk tárgyalópartnerünket.)

8. Tabu témák a társalgásban

Nem társalgási téma a politika, a vallás vagy az adott ország politikájának kritizálása. Ugyanakkor olyan témához, mint például a család, kultúránként merőben eltérően viszonyulnak. Van, ahol érdeklődnek iránta, máshol a tabu témák tárgykörébe tartozik.

9. Ajándékozási szokások kiderítése

Az adható és elfogadható ajándékok köre, a csomagolás módja, az átadás időpontja országonként nagyon eltérő lehet.

10. Étkezési szokások, pohárköszöntők

Nemcsak azt érdemes tudni, hogy miként kell pálcikával, vagy éppen kézzel enni, fontos megismerkedni az italfogyasztási szokásokkal, vagy például a pohárköszöntők sorrendjének és gyakoriságának (lehetséges témájának) elvárásaival is.

11. Közvetítő keresése

Sok országban (az üzleti) bizalomhoz elengedhetetlen egy (vagy több) helyi referenciaszemély ajánlása.

- *Etikett Tipp: Ma már az internet is hasznos lehet a külföldi partnerrel való tárgyalásra való felkészülésben. Hasznos első lépés lehet, ha a keresőbe a célállomást plusz a „business etiquette” kifejezést írjuk be.*

Irodalomjegyzék

AZ ÚJ IDŐK ILLEMKÓDEXE – Singer és Wolfner Irodalmi Intézet
R.-T 1930

Barbara Pease- Allan Pease: A testbeszéd enciklopédiája, Park Kiadó,
Budapest 2008.

dr. Sille István: ILLEM, ETIKETT, PROTOKOLL Akadémiai Kiadó,
Budapest 2005.

Eliot R. Smith, Diane M. Mackie: Szociálpszichológia

Dirk Gillmann: Kinigge für Dummies, WILEY-VCH Verlag GmbH.
KGaA Weinheim 2009

*Letitia Baldrige – Letitia Baldrige Complete Gude to The new manners
for the 90-s*

*Szerkesztette: Deme László – Grétsy László – Wacha Imre: Nyelvi illem-
tan, Ifjúsági Lap és Könyvkiadó, Budapest, 1987.*

Dean Foster: The Global Etiquette Guide to Asia, John Willey &
Sons, Inc. 2000

Weber Shandwick - Civility in Amerika 2013