



Vsaka podrobnost šteje

Pri poslovnem bontonu moramo najprej znati spoštovati sebe, da lahko spoštujemo tudi druge. Zdrava in pozitivna samopodoba namreč v veliki meri vpliva na naše vedenje in komuniciranje. **Anja Žagar**

BigStockPhoto

Zagotovo ste se že kdaj srečali z vsebino poslovnega bontona, ki nas opozarja na pomembnost prvega vtisa, točnost, pozdravljanje, rokovanje, predstavljavanje, vikanje in tikanje, izročanje in preje-manje daril itd. Kako pomembno je ustrezno poslovno vedenje in ali je od njega odvisno, kako uspešni bomo pri sklepanju poslov, **Marjan Bradeško**, vodja razvoja vsebin pri podjetju NIL, publicist, predavatelj in avtor knjige o javnem nastopanju *Povejte z veseljem*, odgovarja: »V normalnih poslovnih okoljih (zavestno poudarjam 'normalnih') je ustrezno poslovno vedenje predpogoj za poslovno uspešnost. Še tako dobra ponudba namreč zbledi, če jo predstavlja neurejena, arogantna oseba. Osebna urejenost, uglajenost, sproščenost, odprtost, poštenost in spoštljivost do stranke pomembno vplivajo na vzpo-

stavljanje zaupanja in trdnega poslovnega odnosa.«

Vendar pa me je zanimalo, ali se pri vsem tem pravila poslovnega bontona za ženske kaj razlikujejo od pravil, ki veljajo za moške. Svetovalka za osebni videz, predavateljica in trenerka **Neža Gregorčič - Žgombič**, direktorica podjetja Status, na vprašanje odgovarja: »Poslovni bonton je načeloma enak za moške in ženske. Seveda pa bomo predstavnice nežnejšega spola zelo vesele, če nam bo moški pred vhom ali ob izhodu vljudno odprla vrata, nam na poslovnem kosilu ali večerji slekel plašč, pridržal stol.« To je le nekaj utrinkov razlikovanja pravil poslovnega bontona za ženske in moške. Neža Gregorčič - Žgombič je tudi ustanoviteljica prve *Šole za sodobne ženske* in avtorica knjige *Super punca*, saj verjame, da je za ženske zelo pomembno, da se znajo že

dovolj zgodaj vesti kot prave dame, ki poznajo svoje sposobnosti, verjamejo vase in so samozavestne.

Za mnenje o moškem in ženskem poslovnem bontonu sem povprašala tudi Marjana Bradeška, ki med najbolj pomembna »pravila« poslovnega vedenja in komuniciranja med moškim in žensko izpostavlja: »Na prvem mestu je prav gotovo enakopraven in spoštljiv obojestranski odnos, saj sta moški in ženska v poslu pač poslovna partnerja. Vsekakor pa naj moški do ženske pokaže še nekaj uglajenosti.«

Vsakdo kdaj naredi »kiks«

Tudi pri tistih, ki se dosledno držijo poslovnega bontona, se zgodi, da morebiti povsem nezavedno storijo tudi kakšen »kiks« oziroma napako, ki ni v skladu s pravili. Pomembno je le, da se je zavedajo in je v priho-

dnje ne ponavljajo. Pri poslovnem oblačenju, denimo, naredijo moški precej manj napak kot ženske, med najpogostejše pri obeh spolih pa Gregorčič - Žgombičeva prišteva napačen kraj srajce ali obleke, preveč kričeče barve, kravate z risanimi junaki, neustrezno konfekcijsko številko, neuskajenost čevljev in pasu, neustrezno barvo nogavic ter neustrezne čevlje. Pri ženskah je med najpogostejšimi napakami mogoče opaziti neustrezno dolžino krila, dekoltete, ozke naramnice (razgaljena ramena), poškodovane petke na salonarjih, sandale, ki odkrivajo večji del stopal in prstov, preveč oprijeta in prosojna oblačila, pretesen kostim, napačno perilo, brez ličil na delovnem mestu ali druga skrajnost - preveč ličil, brez najlonskih nogavic na delovnem mestu, v zadnjih letih predolgi in kričeči nohti in neurejena pričeska.

7 najpogostejših napak

Pri vodilnih v podjetjih Gregorčič - Žgombičeva izpostavlja naslednja opažanja o napakah in pomanjkljivostih pri vedenju in komunikaciji, ki se največkrat dogajajo:

1. mnogi vodilni ljudje v podjetju zelo redko pri komunikaciji uporabljajo besedi prosim in hvala,
2. velikokrat brez pozdrava vstopijo v prostor in začnejo komunikacijo z navzočimi,
3. nenehno opozarjajo na napake, nepravilnosti, nepopolnosti ...
4. premalokrat izrečejo pohvalo; teh v današnjem poslovnem svetu na splošno primanjkuje, so pa nujno potrebne, saj krepijo samopodobo človeka,
5. vikanje pogosto nadomestijo s tikanjem (v trgovinah, lokalih med mlajšimi, mlajši do starejših itd.),
6. vse bolj pogosta slaba navada je skakanje v besedo sogovorniku,
7. podajajo nerazumljiva, dvoumna in preobsežna besedna sporočila ali navodila, ki so veliki kradljivci časa.

In kaj o najpogostejših napakah pravi Marjan Bradeško z moške perspektive? »Moški kaj radi mislimo, da vse vemo, da smo najpametnejši, to pa hitro vodi v vsiljivost in aroganco - in potem ne poslušamo dovolj in pogosto 'preslišimo' poslovno priložnost. Ženske so v poslušanju bistveno boljše od nas.«

Kodeks poslovnega oblačenja - da ali ne?

Prvi vtis o nekom si ljudje ustvarimo na podlagi njegove zunanje podobe, govornice, vonja in kože. Ko se približamo določeni ose-

da nas ljudje hitro prepoznajo, se velikokrat odločimo za oblačilo, ki poleg prepoznavnosti sporoča še določeno stopnjo avtoritete, dostopnosti in zaupljivosti,« pravi Gregorčič - Žgombičeva. To je ponavadi tudi razlog, da imajo nekatera podjetja t. i. pravilnik oblačenja določen s kodeksom. Vendarle pa slednji počasi izgublja na strogem pomenu, saj s prihodom novih generacij prihajajo v podjetja nove navade, nova merila, drugačno razmišljanje, drugačne vrednote. Posledica tega je že pred več kot 10 leti uveljavljen t. i. »sproščeni petek«, vendar jih podjetja

»Tako imenovane sproščene petke pri oblačenju podjetja ukinjajo, saj so se zaposleni nezavedno začeli obnašati bolj ležerno. To se je odrazilo v samem poslovnem procesu, poslovanju, komunikaciji in storilnosti je temu primerno upadla.«

bi, najprej opazimo zunanjo urejenost, pričesko in obleko. »Tam, kjer je potrebno,

znova ukinjajo, saj so se zaposleni nezavedno začeli obnašati bolj ležerno.« To pa

se je odražalo v samem poslovnem procesu, poslovanju, komunikaciji in storilnosti je temu primerno upadla. Posledično pridemo do slabših poslovnih rezultatov. Če smo oblečeni sproščeno, se naši možgani in telo sprostiti, podzavestno se temu primerno odzivamo,« še dodaja.

Kljub vsemu je pomembno zavedanje, da celostna podoba podjetnika ne vključuje samo njegove zunanje urejenosti in ustreznih oblačil, temveč tudi olikano vedenje, ki je pošteno in prijetno za sogovornika. Pomembno je, da je do drugih vedno obziren, prijazen in spoštljiv. »Videz je pomemben del naše celostne podobe,« opozarja Gregorčič - Žgombičeva ter dodaja: »Vendar to ne pomeni samo tega, kako se oblečete, temveč tudi kako se vedete, kakšna je vaša telesna drža, hoja, kako se izražate, kakšno barvo glasu imate, hitrost in razločnost govora in še kaj. Pri celostni podobi ni pomembno to, da ljudje na vas opazijo imenitne obleke ali da jih oslepi vaša draga ura na roki, temveč to, da najprej opazijo vas in vašo osebnost in da se pozneje spomniti natančno, kako ste bili oblečeni.«

Neža Gregorčič - Žgombič:

»Pri celostni podobi je pomembno to, da ljudje najprej opazijo vas in vašo osebnost in da se pozneje skorajda ne morejo spomniti natančno, kako ste bili oblečeni.«



Marjan Bradeško:

»Moški in ženska sta v poslu poslovna partnerja. Vsekakor pa naj moški do ženske pokaže še nekaj uglajenosti.«