

Стратегия **А** Успеха

ПРОДАЙ

Полли Берд

СЕБЯ

Тактика
совершенствования
Вашего имиджа



Амалфея



Продай себя!

Полли Берд

Продай себя!

*Тактика совершенствования
вашего имиджа*

н 872

Минск :
“Амалфея”
1997

ББК 88.5
Б 483
УДК 316.6

Серия "Стратегия успеха"
основана в 1996 г.

Данное издание книги П.Берд "Продай себя!", Лондон, 1994, публикуется по соглашению с Pitman Publishing.

Перевод с английского Т.А. Сиваковой

Берд П.

Продай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа/ Пер. с англ.
Б 48 Т.А. Сиваковой – Мп.: Амалфея, 1997. – 208 с.
ISBN 985-6015-18-9.

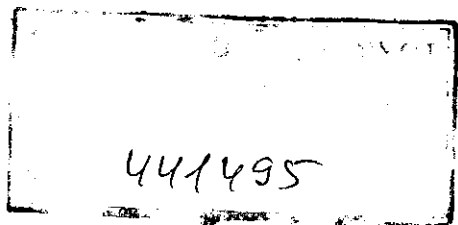
Полли Берд – известная английская писательница – не понаслышке знает, что такое бизнес. Эту книгу она адресует тем, кто хочет с максимальным эффектом реализовать свои возможности в работе. А для этого необходимо, прежде всего, "продать себя", а уже потом свою работу. Обладая совершенным имиджем, вы легко найдете общий язык с любым человеком – будь то работодатель, коллега или клиент. В этом случае желаемый результат будет реально достижимым.

Автор предлагает детально проработанное руководство по кардинальному улучшению собственного образа в глазах окружающих. Это по силам осуществить любому, притом в довольно короткий срок.

Б 3160500000
ISBN 985-6015-18-9

ББК 88.5

- © Longman Group Limited, 1994
- © Перевод на русский язык, разработка серии ООО "Амалфея", 1996
- © Photo by Rupin fotoagentura., 1996
- © Дизайн обложки Collection Ltd., 1996



Содержание



<i>Авторская признательность</i>	4
<i>Вступление</i>	7
1 ВЫ И ВАШ ИМИДЖ	11
2 ПЕРВЫЕ НЕОБХОДИМЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ	21
3 КТО ВЫБИРАЕТ ВАШ СТИЛЬ?	32
4 ВАШ РАБОЧИЙ ИМИДЖ	51
5 ПОВЫШЕНИЕ ПО РАБОТЕ	71
6 РАБОТА С КЛИЕНТАМИ	91
7 ПРЕЗЕНТАЦИИ	114
8 ОБЩЕНИЕ С ПРЕССОЙ	131
9 ПОВЕДЕНИЕ ВНЕ ОФИСА	151
10 ОБЩЕСТВЕННАЯ РАБОТА	171
11 ДОПОЛНЕНИЯ К ИМИДЖУ	187
12 ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПЛАНЫ	201

Авторская признательность



Выражаю искреннюю благодарность крупным специалистам в области менеджмента, согласившимся дать интервью для моей книги: Джейн Агерос из Национального Аббатства, Хилари Перкинс, Блэккетт Дитчберн из корпорации “Пруденшиал”, Джой Кинг из “Мэнвеб”, Колин Д.Дункан из BNFL, Крис Касбурн из “Меркури комьюникейшнз” и Барри С.Химан из “Маркс и Спенсер”.

Еще раз выражаю признательность моему издательскому агенту Терезе Крис, а также Дэвиду Кросби и его коллегам в издательстве “Питман”.

6

Я также благодарю своего мужа Джона и детей Джеймса, Поля и Ребекку за их заботу и терпение ко мне во время написания этой книги.

Полли Берд, Честер, 1993.

Вступление



Вы, конечно же, убеждены, что ваша работа, безусловно, полезна и ценна. Но не ощущали ли вы когда-нибудь, что она недостаточно высоко оценивается вашими коллегами и клиентами? Хотели бы вы, чтобы ваш профессиональный имидж стал более привлекательным, а дела поплыли в гору?

Дантисты, к примеру, полагают, что пациенты их недооценивают. Они обычно ужасаются во время визитов и уходят, думая: "Слава Богу, все уже позади!" Но мой зубной врач всегда приветствует меня веселой улыбкой и расспрашивает о моей семье. Я поневоле начинаю цепить его как личность, и это внушает мне больше доверия к его работе. Я уже почти с нетерпением ожидаю следующего посещения его кабинета.

7

Если вы когда-либо ощущали, что ваши услуги, ваше умение или ваша продукция, которые вы продаете, недооцениваются окружающими (клиентами, покупателями, коллегами или нанимателями), не отчаивайтесь. Есть верные способы улучшить ваш профессиональный имидж и сделать его более совершенным, и он будет привлекательным абсолютно для всех людей, с которыми вы взаимодействуете. Чтобы достичь этого, вам придется стать своим собственным режиссером, корректируя свой имидж в зависимости от того, с кем вы вступите в контакт: с коллегами, начальством, покупателями, клиентами и самой широкой публикой. Тогда, подобно пациентам дантиста, ваши покупатели будут уходить, думая: "Что за милый человек!", вместо того, чтобы содрагаться при мысли о следующем визите. Короче говоря, вы должны, прежде всего, "продать" себя, а уже потом свою работу. От имиджа, который вы создадите, может зависеть процветание или же крах вашего бизнеса. Для успеха в деле он может иметь даже большее значение, чем стоимость предлагаемых вами услуг и товаров. И однажды, когда вы достигнете оптимального профессионального имиджа, перед вами откроются новые перспективы в работе, поскольку самосовершенствование неизменно приводит к улучшению бизнеса.

Возможно, при коррекции имиджа перед вами будет стоять лишь одна проблема, как, например, в ситуации с дантистом, где вам не-

обходимо лишь создать мнение, что вы заботитесь о своих зубах. Это, в свою очередь, влечет положительную цепную реакцию: тот же дантист хочет представить клиентам образ заботливого и надежного доктора, а своему бухгалтеру образ продуктивно работающего профессионала и т.д. Многие люди делают это просто бессознательно. И единственное, что их беспокоит, это то, как лучше спроецировать изменяющийся имидж на внешний мир. Но давайте теперь объясним, что же мы все-таки имеем в виду под определением "Ваш имидж".

Прежде всего, это общее впечатление, которое вы производите на окружающих. Оно складывается из того, как вы представляете людям свои идеи, как ведете себя в обществе, как одеваетесь, как говорите, что говорите и что делаете. Личный имидж, таким образом, определяет имидж и вашей работы и фирмы и в целом становится их визитной карточкой.

Чем сильнее компания стремиться к успеху, тем больше она должна побуждать к этому всех своих служащих. Лучше всего это достигается повышением имиджа всех сотрудников. Хотя организация может иметь некий общий образ или же ее работа будет представлена клиентам в условиях всеобщей одинаковости, тем не менее реакция клиента на конкретную фирму часто окрашивается его реакцией на личность ее работника, будь то делопроизводитель, менеджер и т.д. Поэтому вы, как и любой другой ваш сотрудник, всегда являетесь для самого себя своего рода персональным наставником по общественным отношениям в бизнесе. Каждый должен прийти к пониманию, что совершенствуя собственный имидж во имя фирмы, он укрепляет и ее репутацию, и что успех в этом приведет в итоге к расширению перспектив для всех служащих. Повышение своего личностного статуса можно осуществлять и прямой презентацией улучшенного имиджа покупателям, а в случае с широкой публикой – и через средства массовой информации, будь это радио, телевидение или пресса.

Однако прежде чем вы сможете изменить свой имидж, вам нужно уточнить, какие аспекты своей рабочей ситуации вы желаете улучшить. К тому же вам необходимо будет хорошо знать, как создается ваш новый имидж. Данная книга проведет вас через все эти стадии, позволит постичь секреты повышения привлекательности как вашего профессионального, так и чисто человеческого образа.

Итак, смело вперед. Усовершенствовать себя (и таким образом – свою работу) нетрудно. Механика этого проста, легко усваивается

и применяется. Чтение настоящей книги поможет вам изменить свой имидж к лучшему. К концу книги мы продelaем с вами путь от имиджа "серой мышки" к облику возмужавшего "льва". И вы, и ваш бизнес преуспеете в результате этого.

Как пользоваться этой книгой

Эта книга для практического применения, а не для простого чтения. Каждая ее часть содержит как ряд обучающих моментов, так и важных идей и приемов, которые следует хорошо запомнить, чтобы осознать свой имидж и затем успешно улучшить его.

Эти приемы объединены в десятидневный план действий. Следуя этому плану и проводя его пункты в жизнь, вы достигнете быстрого и очевидного прогресса в совершенствовании вашего имиджа.

Хотя упомянутый план можно реализовать в течение десяти последовательных дней, вы можете считать более удобным для себя осуществлять его в какой-то один день каждой недели или месяца. Это обеспечит необходимый промежуток времени для осмысления узнанного и для претворения его в жизнь. Изучение помещенных в книгу анкет напомнит все важные уроки, извлекаемые вами из каждой главы. Когда вы начнете выполнять десятидневный план, можно будет использовать анкеты в качестве указателя и памятки для последовательности ваших действий.

Интервью со специалистами

Семь глав книги включают беседы на тему имиджа с главными менеджерами некоторых крупных компаний. Эти интервью являются весьма насыщенными и выполняют задачи подтверждения положений тех глав книги, в которых они помещены. Я надеюсь, что внимательное прочтение тех бесед, как и всей остальной книги, подтолкнет вас к творческому осмыслению вашего собственного имиджа.

Вы и ваш имидж

Каким вы хотите быть? Как бы хотелось вам, чтобы другие воспринимали вас и вашу работу? Способно ли изменение собственного индивидуального образа улучшить бизнес? Действительно ли ваш имидж производит хорошее впечатление на клиентов? Время от времени вы, видимо, размышляли над этими вопросами по множеству причин. Вам наверняка приходилось наблюдать, как повышают менее способных коллег; вы могли также заметить, что клиенты реагируют на вашу работу не столь благожелательно, как ожидалось; иной раз вы чувствовали, что ваши усилия недооцениваются руководством и покупателями; и, может быть, вам захотелось наконец сделать все возможное, чтобы расширить свои перспективы в работе. В общем, какой бы ни была причина необходимости улучшения вашего имиджа, данная книга расскажет вам, как реализовать задуманное наиболее доступным и эффективным способом.

Не подлежит сомнению, что каждый в состоянии улучшить как свой собственный имидж, так и имидж своей работы и бизнеса в целом. Суть в том, чтобы вынудить других людей видеть вас такими, как вы этого желаете. Чтобы осуществить подобное, необходимо понять, как работает имидж и что он конкретно являет собой. Только тогда вы сможете успешно использовать полученные знания для улучшения собственного имиджа.

Что такое имидж?

Прежде чем приступить к изменению своего образа, следует хорошо понять его суть и специфику этого процесса. Как уже говорилось, ваш имидж — это восприятие вас другими людьми. Он — общая картина вашей личности в глазах окружающих. Она складывается из того, как вы смотрите, говорите, одеваетесь и действуете;

ПРОДАЙ СЕБЯ!

отражает ваши способности и моральные качества; позу и движения тела; аксессуары и окружение, компанию, в которую вы входите, и т.д.

ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

Подобно любой личности, ваш имидж точно так же весьма и весьма многогранен. Это тоже будет один имидж, когда вы отдыхаете с друзьями, другой имидж, когда вы разговариваете со своей тещей, третий имидж, с которым вы предстанете перед врагами, и т.д. Короче говоря, в разных ситуациях человек предстанет перед окружением порой в довольно несхожих ипостасях.

При всем своем различии все они основываются на одной реальности — на вас самих. Это лишь разные точки зрения на одну личность. Следовательно, создание такого многопланового имиджа не будет нечестным, это просто представление определенной группе людей одной вашей грани, наиболее подходящей в данном случае. Но если вы попытаетесь полностью изменить свою личность и дойдете до того, что начнете делать или говорить такие вещи, которые внутренне ненавидите, то в конце концов вы потерпите полное фиаско. Так что, какой бы имидж вы ни старались явить миру, он прежде всего должен быть отражением вашей внутренней сути и прочно базироваться на ней.

ПЕРВОЕ ВРЕМЯ, ПРИНОСЯЩЕЕ УДАЧУ

Вопреки представлению, что общий образ окончательно складывается по истечении довольно продолжительного времени, большинство людей составит о вас мнение в первые же минуты встречи и потом лишь немного будет модифицировать его, узнавая вас больше. С покупателями, например, вы оказываетесь именно в такой ситуации, где первое впечатление о вас закрепляется практически навсегда и затем начинает в дальнейшем определять ваши взаимоотношения с клиентами. Важно, тем не менее, не только решить, какой имидж вы бы хотели обрести для себя и своей работы, но также быть последовательным в его повседневной демонстрации. Напрасно ожидать, чтобы вас воспринимали как строгого, выдержанного менеджера, если вы даже очень редко позволяете себе достаточно бесцеремонное обращение с клиентом, носящим простые потертые джинсы. Вы можете подумать, что один-единственный такой случай не

будет иметь последствий, но слух об этом быстро распространится, и люди сформируют свое представление о вас еще раньше, нежели с вами встретятся. И уж коль они настроены увидеть лентяя, стремящегося отделаться от них, то даже самый безупречный ваш стиль не заставит их отказаться от уже сложившегося мнения. Так что вам необходимо твердо придерживаться установленных рамок своего имиджа и в конце концов заставить его стать неотъемлемой частью вашей внутренней сути.

Выясните, кто вы

Не следует приступать к изменению своего образа, пока достаточно реалистично не осознаете, кто вы и каков ваш нынешний имидж. Редкая личность могла бы немедленно сделать достоверное описание самой себя. Собственная самооценка может быть совершенно отрицательной или абсолютно положительной. Это, как правило, самообман. Вы должны научиться непредвзято оценивать самого себя.

13

РАЗНИЦА МЕЖДУ ТЕМ, КАКОЙ ВЫ НА САМОМ ДЕЛЕ И КАКИМ ВАС ВИДЯТ ОКРУЖАЮЩИЕ

Возможно, вы думаете, что очень хорошо себя знаете. Но иногда может наблюдаться большая разница между тем, каким, по-вашему, вы воспринимаетесь и каким вас видят другие. Можно воображать самого себя смелым и добрым, а другие будут считать вас грубым и самоуверенным. Вы считаете себя робким и застенчивым, а другие видят вас чутким и внимательным собеседником.

ВЫЯСНИТЕ, ЧТО СЕЙЧАС ДУМАЮТ О ВАС ДРУГИЕ

Важно выяснить, что в данный момент думают о вас окружающие. Не следует решать, какой образ желательно явить миру или как вы должны изменить свой теперешний имидж, пока хорошо не уясните, каким вас видят сейчас другие. Эти "другие" в вашей трудовой деятельности будут представлять различные группы людей из ваших коллег, боссов, клиентов, посетителей. И хотя вы нуждаетесь в стабильном имидже, вам все-таки необходимо представлять себя этим различным группам в соответствующем образе, что в итоге

ПРОДАЙ СЕБЯ!

поможет вам четко определить различные аспекты вашего имиджа для разных категорий людей.

КАК УЗНАТЬ, КАКИМ ВАС ВИДЯТ ДРУЗЬЯ И КОЛЛЕГИ

Единственный способ выяснить, каким вас воспринимают другие — спросить их самих. Ответ может быть разочаровывающим или вообще бесполезным, если вы сделаете это неосторожно. Если ваши коллеги и друзья видят вас только в негативном свете, вы получите искаженный вежливостью взгляд на себя. Поэтому ваши поиски должны проходить в две стадии. Сначала соберите отзывы, а затем проанализируйте их, таким образом вы придете к более точной общей картине.

САМОАНАЛИЗ

14

Прежде всего запаситесь несколькими листами бумаги. Составьте на каждом из них списки различных групп людей. Например, клиенты — на одном, а коллеги — на другом. Затем попросите этих людей дать честные отзывы о вас и поместите их на соответствующий лист. Не пытайтесь хоть как-то анализировать их на данной стадии, особенно если все они склонны к негативной оценке. Заполните также лист с комментариями родственников и друзей, поскольку они видят вас вне рабочего окружения и способны внести весьма существенные дополнения в ваш собственный реальный образ.

Если вы стесняетесь устно спрашивать об этом у своих коллег, можете попросить их записать свои замечания в свободную минутку, к примеру, во время перерыва на ланч. Постарайтесь не обращаться к ним во время работы, когда они могут быть очень заняты и совсем не заинтересованы делать что-либо другое. Не огорчайтесь из-за отдельных характеристик, если они очень критичны, и не воспринимайте откровенно предвзятые комментарии слишком серьезно. Держите листки отдельно.

Теперь возьмите другой лист и озаглавьте его: “Я”. Запишите на нем все, что вы думаете о себе. Но не будьте при этом слишком самокритичны. У каждого ведь есть хорошие черты. Постарайтесь быть честным и допустите, что вы чего-то все-таки достигли. К примеру, часть вашего списка может выглядеть так:

- Плохо распоряжаюсь временем.
- Хорошо устраиваю презентации.
- Слишком много говорю на встречах.
- Хорошо уживаюсь с подчиненными.

Не пытайтесь на данном этапе отделить хорошее от плохого. Просто запишите все, что думаете о себе, стараясь быть предельно честным.

АНКЕТА

Заполните приведенную ниже анкету, чтобы с ее помощью определить тип собственной личности. Отвечая на каждый вопрос, ставьте галочку под нужным ответом. Сосчитайте количество галочек в каждой колонке, чтобы выяснить, какой тип личности характерен для вас.

15

	Нет	Иногда	Да
1. Хорошо ли я работаю на самого себя?			
2. Я хорошо организован?			
3. Могу ли бороться со стрессом?			
4. Нравится ли мне встречать людей?			
5. Инициатива на таких встречах принадлежит мне?			
6. Нужен ли мне установившийся порядок?			
7. Есть ли у меня какие-то интересы вне работы?			
8. Регулярно ли читаю газеты?			
9. Расстраиваюсь ли я, когда меня критикуют?			
10. Приветствую ли я новые идеи?			
11. Хочу ли овладеть новыми приемами работы?			
12. Нравится ли мне коллективный труд?			
13. Забочусь ли о своей одежде?			
14. Честолюбив ли я?			
15. Уживаюсь ли со своими коллегами?			
16. Выступал ли когда-либо с публичной речью?			
17. Хорошо ли я работаю в условиях прессинга?			
18. Приспосабливаюсь ли я?			
19. Страшусь ли неизвестного?			
20. Прислушиваются ли люди к моим идеям?			
21. Помнят ли люди мое имя?			

ЧТО ОЗНАЧАЮТ РЕЗУЛЬТАТЫ?

В основном — “НЕТ”. Вы застенчивая, склонная к уединению личность и скорее будете тихонько работать в углу, чем примкнете к кому-либо для совместных действий. Вы хороши в своей работе, но вам не хватает коммуникабельности, необходимой, чтобы влиятельные люди заметили ваши таланты. Вы предпочитаете быть ведомым, нежели вести, и пугаетесь любых публичных выступлений, склонны к стрессам, а если приходится браться за новую работу, вы не напрашиваетесь в добровольцы для разработки нового проекта. Вы осознаете, что ваш имидж не вполне привлекателен, но вы не знаете, что нужно сделать для его улучшения.

Вам следует хорошенько подумать о соответствующем тренинге и начать так работать, чтобы стать более контактным и откровенным. Данная книга расскажет вам, как можно успешно обнаруживать в себе достоинства, а затем превращать их в капитал.

16

В основном — “ИНОГДА”. У вас нет противопоказаний для руководящей работы, но на ваши достоинства почему-то мало обращают внимания. Вы принимаете участие в разных общественных делах на работе и хорошо уживаетесь с коллегами, но побаиваетесь своего босса. Иногда обнаруживаете, что ваши подчиненные излагают свои проблемы не вам, а кому-нибудь другому. Клиентам вы нравитесь, но они никогда не помнят вашего имени. Вы хотите улучшить свой имидж, но не знаете, как это сделать.

Настоящая книга, опираясь на ваши достоинства, поможет вам в таком случае осуществить переход от репутации почти подходящей личности к обладанию воистину “звездным” имиджем в масштабах вашей компании.

В основном — “ДА”. Вы организованны и уверены, имеете свой взгляд на возможное развитие событий. Вы зорко следите за всем, что может понадобиться вашей компании, и регулярно изучаете полезные для нее дисциплины. Вы много читаете самой разной литературы по своей специальности, а также находитесь в курсе общенациональных и местных новостей. Вы всем нравитесь, вас уважают и возлагают надежды, что вы все сделаете наилучшим образом.

Остерегайтесь сверхуверенности. Есть и другие люди, работающие над теми же целями и способные перейти вам дорогу (особенно если они прочли эту книгу!). Воспользуйтесь ею тоже, чтобы совершить

прыжок над головой соперников, усовершенствовать и отшлифовать собственный имидж.

Осознание вашего настоящего имиджа

Лучшим способом осознания своего теперешнего имиджа является сравнение ваших достоинств и ваших слабостей, в результате чего можно легко обнаружить, что вам необходимо изменить в первую очередь.

Однако нужно быть объективными в этом. Лучше написать: "Я хорошо справляюсь с подготовкой переговоров для других, но мне не нравится проводить их самому", чем: "Я плохо справляюсь с переговорами". Первая версия гласит, что вы неплохо владеете письменными коммуникативными навыками и достаточно хороши для других, чтобы они могли положиться на вас в написании для них речей, а вам лишь недостает умения самому произнести речь, а это то, чему можно научиться. Так что не будьте слишком самокритичны, но, с другой стороны, — не переоценивайте себя.

А сейчас запишите свои сильные и слабые стороны в две колонки (каждый человек имеет множество тех и других!). Затем проверьте, не противоречат ли друг другу какие-либо из них. В частности, в достоинствах вы можете написать: "Я хорошо схожусь с людьми", а потом в недостатки поместить: "Я робкий". Решите, какая из версий ближе к истине или же как точнее сформулировать одно из своих замечаний.

ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ

Когда у вас уже готов список, посмотрите на него еще раз и постарайтесь увидеть оценку самого себя глазами других людей. Попросите друга или коллегу пройти по этому списку вместе с вами и посмотрите, что сделают они. Возможно, вы написали: "Я хорошо справляюсь с работой и спокойно продвигаюсь вперед". Ваши знакомые могут интерпретировать эту черту, как: "Он замкнут в себе и никогда не общается с коллегами, если даже в состоянии помочь". Или вы могли написать: "Я безнадежен в написании отчетов, потому что всегда думаю о чем-то другом", что может быть истолковано как: "Он всегда полон хороших идей и ему просто нужно больше их использовать".

КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ НЕОБХОДИМЫ?

Положив перед собой свои комментарии и списки, отметьте красным карандашом любые изменения, которые вам по силам осуществить. Делайте это, просматривая каждое предложение по очереди и спрашивая себя: “Что следует сделать, чтобы вот здесь кое-что исправить? Как мне изменить это?”.

Возле комментария: “Я хорошо справляюсь с написанием отчетов и докладов, но у меня плохо получается с их “озвучиванием”, вы могли бы написать: “Необходимо научиться совершенствовать навыки устной коммуникации и умение публичных выступлений. Я могу сделать это, записавшись на трехдневный курс секретов ораторского искусства в компании.” Можно napроситься провести короткую беседу в местном историческом обществе, практиковаться в речах, выступая перед друзьями или зеркалом. Надо записать свой голос на магнитофон, чтобы послушать, как он звучит в действительности.

18 — Если вы поступите так с каждым комментарием, у вас получится реальный список необходимых изменений, а также идей, которым нужно неуклонно следовать. Если вы безнадежно погрязли во всевозможных идеях относительно улучшения собственных качеств, не отчаивайтесь, эта книга поможет вам.

Используйте следующую анкету, чтобы решить, что прежде всего нужно сделать для самоусовершенствования. Постарайтесь честно ответить на каждый ее вопрос:

1. Это достоинство или недостаток?
2. Если достоинство, то могу ли я развить его?
3. Если же недостаток, что нужно сделать для его устранения?
4. Чему мне необходимо еще научиться?
5. В каком обучении я нуждаюсь?
6. Доступно ли мне такое обучение?
7. Обучит ли меня этому компания?
8. Требуется ли мне больше информации?
9. Где я могу получить нужную информацию?
10. Есть ли среди моих знакомых те, кто может реально помочь мне или же дать хотя бы полезный совет?
11. Потребуют ли эти перемены специального обучения или здесь есть что-то, чему я в состоянии научиться и сам?

Теперь составьте список основных моментов:

- навыки письменной коммуникации;
- навыки устной коммуникации;
- усовершенствование одежды;
- профессиональное обучение;
- изменения, касающиеся внешних данных (волосы, грим и т.д.);
- межперсональные навыки;
- обучение самоутверждению.

Заполнив карту, подобную этой, вы получите возможность увидеть, какие аспекты вашего имиджа требуют наибольших усилий и внимания.

Подготовься, успокойся, иди!

19

Эта книга предлагает вам детальный десятидневный план, от вас всего лишь требуется, чтобы вы ему следовали. Он обеспечит вам практические способы и методику улучшения вашего нынешнего образа. Возможно, вам нет нужды радикально изменять все, но вы также можете прийти и к выводу, что вам требуется “капитальный ремонт” собственного имиджа. Не приступайте к реализации плана, если вы не закончили работу с анкетами в предыдущей главе и не сделали самоанализа. Вам ведь нужно знать, с чего следует начать, прежде чем определить, в каком направлении вам необходимо двигаться.

Прежде всего купите записную книжку. Перепишите на левые странички разворотов перечень основных моментов. На правых страничках записывайте, чего вы достигли по каждому пункту за каждый день выполнения плана. Скоро вы поймете, как быстро вы прогрессируете и чему вам надо еще научиться. Используйте записную книжку как пособие по коррекции имиджа. Рядом с записями вашего плана помещайте сведения о всех полезных для себя вещах, делайте пометки о том, что впечатлило вас в других, записывайте названия особенно полезной вам литературы. Когда закончите изучать эту книгу и проработаете до конца десятидневный план, вы четко определите параметры вашего личного имиджа и создадите заодно надежный справочник по нему.

В его начале наклейте свое фото в вашей рабочей одежде. Ниже

ПРОДАЙ СЕБЯ!

напишите все, чего вы хотите достичь при совершенствовании своего имиджа. В конце записной книжки после реализации всех пунктов плана наклейте свою сегодняшнюю фотографию и список всего того, чего вы достигли. Это и будет вашим постоянным источником уверенности!

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

20

1. Будьте абсолютно честны в оценке своих достоинств и недостатков.
2. Не относитесь к себе чрезмерно критично.
3. Помните, что другие могут воспринимать ваши слабости как сильные стороны, и наоборот.
4. Попросите друзей и коллег помочь вам с самоанализом.
5. Ответьте на вопросы анкет, чтобы выяснить, каков ваш настоящий имидж.
6. Настройтесь позитивно в отношении тех изменений, которые вам необходимо сделать.
7. Выясните, не можете ли вы пройти обучение по усовершенствованию имиджа на работе.
8. Каждый в состоянии улучшить свой имидж.
9. Помните: вы вовсе не должны немедленно все изменить.
10. Заведите записную книжку, чтобы фиксировать прогресс в улучшении своего имиджа.

Первые необходимые определения

Вы можете напряженно работать над улучшением своего имиджа, но пока вы точно не знаете, кого вы хотите поразить своими стараниями, ваши усилия будут потрачены зря. Это похоже на то, что хотя многие любят мороженое, но не всем по вкусу его клубничные сорта, так и многим людям могут импонировать одни аспекты вашего имиджа и совсем не нравиться другие. Будете ли вы пытаться произвести впечатление на всех в целом или создаете имидж для конкретных групп людей, которые наиболее важны для вас? Ведущие мепеджеры в общем единодушны, что всякий имидж должен основываться на вашем искреннем "Я". Нет ничего хорошего в появлении неестественной личности перед любым человеком. Основа хорошего имиджа для категории граждан, с которыми вы встречаетесь, заключается в том, что они должны видеть вас настоящего, а не какую-то искусственную модификацию вашей внутренней сущности.

21

Как следует из сказанного, вы не можете вести себя во всех ситуациях и со всеми одинаково. То, как вы ведете себя с коллегами, когда занимаетесь ежедневным бизнесом, может не соответствовать вашему намерению, когда вы ведете в подобном стиле переговоры с начальником о повышении зарплаты. Так, прежде всего надо знать, на какую же группу людей вам необходимо произвести неотразимое впечатление в той или иной ситуации. Затем нужно хорошо уяснить, что впечатляет вас в других. Рольевые модели поведения приносят свою пользу, и поэтому разумным будет определить, что больше всего импонирует вам в других, и заодно прикинуть, по силам ли вам адаптировать подобные качества к собственному имиджу. Но вам следует делать не только то, что требуется для приспособления личного

имиджа к различным группам людей, необходимо еще ясно понимать, какой аспект своей работы вы желаете улучшить и кому должно быть адресовано такое улучшение, приведет ли оно к положительным изменениям в вашем профессиональном облике.

Индивидуальный имидж имеет много граней, и необходимо обобщить именно те свои достоинства, которые и могут составить ваш капитал.

Следующая глава подскажет вам, как определить, кого вы пытаетесь очаровать, и поможет выяснить, что очаровывает вас в других. Вы уясните, какие стороны своей рабочей ситуации вам необходимо усилить и для кого, а также поймете, как построить капитал на ваших достоинствах. В конце этой главы вы найдете еще и примерное описание первого дня реализации вашего плана действий, который поможет сделать обновление вашего имиджа реальностью.

Определите свои группы

22

Необходимо, чтобы ваш имидж был привлекательным для самых широких слоев населения. В рабочей ситуации их встречается множество, и со всеми ими надо считаться. Они могут включать:

- покупателей и клиентов;
- коллег;
- ваше начальство;
- ваш персонал;
- рекламодателей;
- поставщиков;
- департамент публичности;
- департамент коммуникаций;
- средства массовой информации;
- широкую общественность;
- бухгалтеров и т.д.

Это группы людей, которые много значат в вашей служебной жизни, и необходимо, чтобы хоть какая-то грань или аспект вашего имиджа положительно воздействовали на них. На вашу работу влияет также и домашняя жизнь, так что вам еще нужно учитывать и реакцию:

- вашего супруга;
- ваших детей;
- ваших родственников;
- ваших друзей.

Если ваш имидж на работе находится в явном несогласии с вашим имиджем для дома, тогда это может внести осложнения в семейную жизнь. Вы будете находиться в состоянии постоянного стресса, проецируя два совершенно несхожих имиджа, а ваша семья не сумеет понять, как это человек, которого они вроде бы хорошо знали, так сильно изменился. Поэтому важно, чтобы вы обсуждали со своей семьей и друзьями все серьезные изменения в собственном имидже, чтобы предстоящие трансформации не явились для них неожиданностью. И самое главное, чтобы ваш профессиональный имидж основывался исключительно на лучших чертах вашей истинной личности.

Как влияют на вас другие?

23

Это прямо-таки угнетающая сознание мысль, что ваш имидж нуждается в изменениях. Вы, очевидно, ощутите полное отсутствие идей относительно того, как это лучше сделать и что нужно в своем представительском образе откорректировать в первую очередь.

Начните со следующего: станьте наблюдать сами. Возможно, у вас на работе или в местах, связанных с ней, есть люди, производящие на вас впечатление как своим отношением к профессиональным обязанностям, так и своей реакцией на окружающих. Они вызывают у вас чувство удовольствия и благодарности, независимо от итогов деловых встреч с ними, и эти osoby всегда кажутся вам приятными и заслуживающими доверия людьми. Но обладают ли они чертами, которыми вы явно восхищаетесь? Обдумайте это, а затем составьте для себя такой опросник:

- наделены ли они теми или иными чертами характера, которые очень нравятся вам?
- есть ли у них какой-то особый стиль в одежде, впечатляющий вас?
- привлекают ли вас их речь и манеры?
- вызывают ли они у вас чувство доверия?

ПРОДАЙ СЕБЯ!

- как они относятся к работе?
- какова их квалификация?
- с людьми какого типа они быстро сближаются?
- как они проводят свободное время?

Вы не сможете, конечно, обнаружить одни лишь восхитительные качества во всех этих людях. Поэтому кратко запишите лишь то, что производит на вас наибольшее впечатление в вашей ролевой модели, а затем посмотрите, какую характеристику можно дать ей в целом. У вас появятся различные записи для разных людей. Но ваш общий список, к примеру, может выглядеть так:

- одежда всегда очень чистая и изящная;
- обувь всегда начищена;
- хорошая личная гигиена, волосы всегда чистые и аккуратные;
- открытый в разговоре;
- надежный;
- честный;
- хорошо распоряжается временем;
- отличный слушатель;
- работа всегда выполнена им по высшему разряду;
- в свободное время посещает курсы управления;
- проводит уик-энды с семьей;
- убедителен в дебатах;
- четко представляет собственный путь;
- энтузиаст в работе.

Ваш список может отличаться от моего, но я полагаю, что честность, надежность, хорошая одежда, гигиена и энтузиазм обязательно окажутся в списке у каждого из вас.

КАК ОНИ ЭТО ДЕЛАЮТ?

Теперь, когда вы знаете, что привлекает вас в других, необходимо выяснить, за счет чего они произвели на вас такое хорошее впечатление. Давайте возьмем такой простой пример, как одежда. Вы наверняка заметили, что несколько выделенных вами моделей всегда изящны и опрятно одеты. Отчего возникает такое впечатление? Оно, видимо, является суммой следующих моментов:

- волосы всегда пострижены и аккуратны; на воротнике никогда не бывает перхоти;
- соблюдает правила гигиены; пользуется дезодорантом от пота и регулярно подстригает ногти; всегда кажется, что он только что из душа;
- одежда классическая, но не устаревшая; на руке – плоские часы с кожаным ремешком и одно золотое кольцо; носит простые сережки и брошь; чистая сорочка каждый день; или, если вам импонирует другой стиль, на нем красные подтяжки и полосатая сорочка, но она всегда свежесвыглаженная и подобрана со вкусом; или носит большие золотые серьги и узкие брюки; имеет как минимум две пары очков в различной оправе.

Наконец, вы составили списки всех необходимых условий для придания своему имиджу импонирующих вам характеристик. Как только вы определили пути и средства для реализации каждой из них, начинайте сразу же применять их на практике. Возвратимся к примеру с одеждой. Вам, очевидно, следует:

- регулярно стричься;
- быть более точным в отношении своей личной гигиены и использовать дезодоранты от пота;
- каждый день принимать душ или ванну;
- по утрам надевать чистую отутюженную сорочку (погладьте пять рубашек в начале недели или каждый вечер одну свежую);
- ежедневно чистить свою обувь (чем пренебрегают очень многие);
- свести все свои драгоценности (и женщины, и мужчины) к чему-то простому и лаконичному, ведь в определенных рабочих ситуациях излишек драгоценностей может быть даже опасным;
- покупать лучше немного дорогих нарядов, чем много дешевых, и хранить их выстиранными и приведенными в порядок;
- каждую неделю подстригать ногти.

В отношении чисто личностных качеств ваш список должен содержать следующие моменты:

- думай, прежде чем говорить;
- не бормочи;
- слушай других людей;
- больше улыбайся;

ПРОДАЙ СЕБЯ!

- регулярно проводи с друзьями и коллегами небольшую беседу на интересующие всех темы (ежедневно читай газеты);
- будь честным;
- жми руку твердо.

Начинайте воплощать в жизнь намеченное прямо с этой минуты.

Каким группам людей адресуется та или иная часть вашей работы?

Все в вашей работе важно для вас. Но только отдельные ее аспекты важны для других. Поэтому, если хотите, чтобы вашу работу ценили, вам надо быть уверенным, что различным группам индивидов вы представляете именно ту ее сторону, которая больше всего интересуется их.

26 Руководитель, разумеется, весьма заинтересован в эффективности всех сторон вашей работы, поскольку он обязан иметь всеобъемлющий взгляд на вашу профессиональную деятельность и на то, как она согласуется с деятельностью всей компании. Но другие будут искать в вашей личности иные аспекты. К примеру, ваши коллеги работают обычно над различными частями проекта при его реализации. Петер, например, может сконцентрироваться на презентациях, а Салли способна напряженно работать над финансовым планом, поэтому ваша работа будет восприниматься ими по-разному.

Вы, разумеется, не можете быть непочтительным к финансам, играющим в любом деле жизненно важную роль, поэтому естественно, что Салли захочет, чтобы вы воспринимали все очень серьезно, советуясь с ней или же выслушивая ее. Она должна быть уверена, что вы выполнили свою часть работы по проекту, и ей не придется ждать, пока она наконец будет обеспечена необходимыми данными. Короче, вы должны продемонстрировать ей свой надежный, серьезный и благожелательный имидж. Петеру, “зацикленному” на клиентах, вы обязаны явить более открытый во вне имидж человека, отлично знающего проблемы, возникающие при встрече с клиентом, и способного подсказать ему, как сделать презентацию менее тревожащим нервы мероприятием. Так что в общении с Петером следует действовать вселяющим уверенность образом. Однако здесь возникает проблема, чтобы не идти путем, который совершенно чужд ва-

шей природе, а опираться лишь на естественные качества вашей личности, необходимые в данной ситуации. Ваш имидж неизменно должен быть приемлемым и адекватным не только отдельному моменту в вашей работе, но и отдельно взятому человеку в целом. Вы также должны четко осознавать наиболее выигрышный аспект вашей профессиональной деятельности. Когда вы встречаете своего босса, вам, видимо, нужно показать ему собственную надежность и уверенность не только в работе вообще, но также и в отношении отдельных ее нюансов. К примеру, вы желаете подтолкнуть вашего шефа к мыслям о вашем повышении, следовательно, вам нужно настойчиво высвечивать надежную, честную, энергичную и полную энтузиазма часть своего "Я". Не лишним будет во время разговора сконцентрироваться на обсуждении большей эффективности работы, которую бы вы хотели выполнять на новом посту. Если эта работа, требующая кого-либо с хорошим финансовым чутьем и любящего работать долгие часы, и вы именно тот человек, то вам необходимо убедительно выделить именно данный аспект своего имиджа. Финансовая часть проекта окажется здесь весьма кстати, вы не попадете впропак в отношении обсуждаемой темы как в целом, так и в деталях.

Разные имиджи для разных людей

Возможно, более важно то, что вам необходимо представлять различный имидж разным людям. Не следует демонстрировать один и тот же имидж и своим домашним, и своим коллегам. Иногда люди вынуждены работать над каким-нибудь проектом фирмы и дома, но довольно трудно представить один и тот же имидж в обоих местах. Работа будет той же, но ситуация иная. Вполне допустимо, что работа дома может выполняться в ночной сорочке и в расслабляющей обстановке. В офисе же требуются обычно более формальные отношения и вы, само собой, обязаны разговаривать с коллегами более официально, не позволяя себе вольностей.

Большинство людей порой подсознательно пытаются приспособиться к человеку, с которым общаются. Некоторые делают это, слегка подражая акценту другого. Если вы обнаружите, что делаете нечто подобное, то нужно немедленно перестать обезьянничать, поскольку многие считают это раздражающим, а не располагающим фактором.

Точно так же вы можете обнаружить, что автоматически приспосабливаете свои реакции на людей в каждой конкретной ситуации. Найдите тогда время осмыслить, как вы адаптируетесь к различным ситуациям, а затем подумайте, как улучшить свое поведение в тех или иных случаях. В частности, если вы заметили, что с клиентом вы всегда говорите более официально и сидите ровнее, можно подчеркнуть это, одеваясь более официально.

Как создать капитал на собственных достоинствах

В свои худшие дни вы, возможно, подумаете, что в вашем имидже нет никаких привлекательных аспектов. Вы даже можете сказать: "Я никогда не оденусь соответственно ни для одной ситуации, я нервничаю, когда встречаюсь с клиентом, мало говорю, когда вижу своего босса, считаюсь ленивым и не достойным доверия, никому не нравлюсь". Все мы временами чувствуем нечто подобное, но, честно говоря, такая самокритика не может быть правдой, иначе вы не занимали бы свою нынешнюю должность.

Вам необходимо выяснить, каковы же ваши главные достоинства, чтобы заставить их работать на себя. Чем больше вы сконцентрируетесь на них, тем быстрее будут уничтожены ваши слабости. Составьте список своих реальных достоинств в рабочей ситуации. Он выглядит примерно так:

- я всегда выполняю свою работу вовремя;
- мой персонал считает, что со мной легко общаться;
- мои коллеги просят у меня совета;
- я хороший слушатель;
- я специалист в своей области;
- мне нравится встречаться с клиентами;
- люди смеются, когда я шучу.

Как можно заставить свои достоинства работать на вас? Каким образом следует использовать их для "модернизации" своего имиджа? Давайте рассмотрим приведенный выше список.

1. Я всегда выполняю свою работу вовремя. Это аспект вашего имиджа, который адресован широкому кругу людей. Ваш босс будет высоко ценить работника, который надежен. Ваши коллеги бу-

дуг ценить то, что с вами легко сотрудничать. И клиенты будут доверять вам потому, что вы своевременно выполняете их заказы. Вам следует использовать это, чтобы повысить свою репутацию среди названных людей. Вы можете смело сказать им: "Я человек слова. Спросите у других". Репутация надежности – целое состояние в бизнесе.

2. Мой персонал считает, что со мной легко общаться. Воспользуйтесь этим на деловых встречах департамента или своей команды, чтобы дать пищу для размышлений. Если другие увидят, что ваши подчиненные не боятся открыто говорить с вами и прислушиваются к вашим советам, это резко повысит ваш авторитет среди сотрудников. Если же персонал не считает, что с вами легко общаться, то это быстро станет широко известным. Однако справедливый, хотя и трудный в общении, менеджер у каждого вызовет уважение.

3. Мои коллеги просят у меня совета. Поощряйте подобное обращение к вам с любыми вопросами на деловых встречах, где присутствуют остальные ваши товарищи по работе.

4. Я хороший слушатель. Вы слишком тихий, но хороший слушатель? Что ж, это редкий товар. Но слушайте внимательно. Не сидите и не кивайте просто так. Делайте замечания, которые показывают, что вы отлично понимаете, о чем ведет речь говорящий, используйте эту информацию и действуйте согласно ей. Если люди обнаружат, что вы не просто слушали, но и впитали все, что они сказали, ваш имидж на целый шаг приблизится к совершенству.

5. Я специалист в своей области. Если вы знаете ее достаточно хорошо, чтобы сочинять печатные труды, тогда попробуйте писать статьи для местного журнала или попытайтесь счастья в деловых газетах, чтобы распространить свое влияние по возможности шире. Не скупитесь на советы. Будьте щедры в обучении других, помогайте им в работе. Ваш имидж от этого только укрепится. Считается, что сотрудник, имеющий здесь репутацию "скупого рыцаря", будет рассматриваться коллегами как недоверчивый и не склонный к сотрудничеству тип. Человек, щедро делящийся информацией и всем помогающий, обладает сильным характером и демонстрирует к тому же уверенность в своих способностях. А вы, собственно, и хотите, чтобы другие воспринимали вас как образец уверенности.

6. Мне нравится встречаться с клиентами. Ваш имидж укрепится, если вы будете выражать желание иметь больше таких непосредственных контактов. Далеко не каждый силен в этом.

7. Люди смеются, когда я шучу. Вы, наверно, понимаете, что замечание, подобное этому, вряд ли может расцениваться в вашем списке как достоинство. Но осмыслите свой юмор. Может, он ясный и веселый, а возможно, это тот сорт юмора, над которым коллеги смеются, прикрывшись рукой? Если он относится к первому типу, тогда вы обладаете весьма ценным достоинством. Вы не только хороший работник, но с вами еще и весело, а это хороший стимул для укрепления имиджа. Веселые люди привлекают к себе окружающих. Но вы не должны быть легкомысленны на работе, иначе получите обратный эффект. Но тот, кто может слегка позабавиться в перерывах длинного собрания, обязательно станет популярным. Но не переборщите.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Определите, с какими группами людей вы чаще всего имеете дело на работе.
2. Запишите, что впечатляет вас в других.
3. Запомните, что ваш имидж — это главный аспект вашей личности.
4. Стройте капитал на своих достоинствах.
5. Не будьте слишком негативны по отношению к себе.
6. Заставьте ваши достоинства работать на вас.
7. Помогите своим недостаткам быстрее исчезнуть.
8. Приспосабливайте свой имидж к различным группам.
9. Обсудите предстоящие изменения своего имиджа с семьей и друзьями.
10. Начните сегодня же осуществлять свой план действий!

ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Прежде чем вы сможете изменить свой имидж, вам необходимо правильно оценить его. В своей записной книжке составьте список всех людей, на которых вам нужно производить неотразимое впечатление. Оставьте несколько пустых строчек рядом с каждым именем, затем ниже пометьте, что, на ваш взгляд, они сами ищут в чьем-либо имидже полезное для себя.

Теперь приготовьтесь выяснять, что нравится вам в других. На следующей странице книжки запишите имена ваших знакомых, производящих на вас наилучшее впечатление, и чей имидж, в том или ином аспекте, вы бы хотели "имплантировать" себе. Оставьте несколько свободных строчек под каждым именем и охарактеризуйте те качества ваших знакомых, которые наиболее симпатичны вам.

Ваш третий список, очевидно, будет самым важным. Определите здесь, какие аспекты имиджа все ваши модели для подражания проявляют в целом? Эти стороны и будут наиболее важными в их поведении. Придумайте и занесите в книжку по крайней мере три способа, с помощью которых вы можете изменить свой имидж и достичь таких же характеристик. А теперь запишите свои достоинства. Будьте честны и настройтесь позитивно! Ведь у каждого они есть! Придумайте хотя бы три способа, чтобы подчеркнуть их.

Конечно же, не очень-то хорошо составлять такие списки, но, согласитесь, это довольно-таки увлекательно. Теперь вы должны работать над ними. Можете начать со следующего:

1. Убедитесь, что вы чисты и аккуратны для завтрашней работы.
2. Запишите в свой дневник дату вашей регулярной стрижки.
3. Примите ванну.
4. Следите, чтобы ваша одежда была чиста, отутюжена и отремонтирована.
5. Определите в дневнике день, когда вы будите покупать какую-либо классическую или же модную деталь для вашего делового костюма.
6. Оцените свои украшения. Выясните для себя, без каких из них вы сможете обходиться на работе.
7. Задействуйте завтра же один из внешних атрибутов избранной вами модели поведения, например, больше улыбайтесь, проявляйте энтузиазм, более внимательно слушайте коллег и клиентов.

Кто выбирает ваш стиль?

32

Понятно, нелегко решиться на “модернизацию” собственного имиджа, и одним из самых трудных моментов здесь будет четкое понимание, кому адресуется ваш новый облик и в какой степени следует изменить его. Ведь у многих компаний существуют если не жесткие правила, касающиеся имиджа, то, по крайней мере, есть ряд условий, которым должен следовать их персонал. Поэтому нужно четко представлять, в какой мере вы позволите вышестоящим руководителям навязывать вам определенный имидж. Подумайте, ускорится ли ваше продвижение по службе, если вы не станете придерживаться установленных рамок? Уточните, существуют ли неписанные правила, которым вы будете обязаны следовать? И таким образом вы постепенно выясните, каким должен быть оптимальный имидж управляющего в конкретно взятой форме. Одинаков ли он для всех или же в разных департаментах он различен? Как только вы найдете ответы на все эти вопросы, вам следует смело и как можно шире взглянуть на предстоящие изменения собственного имиджа и решить, способны ли вы осуществить подобное.

Если да, то эта глава поможет представить, в какой степени ваш босс будет навязывать вам желательный для него имидж, насколько радикально вы хотите изменить его и как приступить к реализации задуманного. В конце главы вы также найдете советы, как следует действовать на второй день вашего десятидневного плана корректировки собственного облика.

Кто выбирает: вы или ваш босс?

Большинство крупных фирм придерживается собственного стиля если не в одежде, то уж обязательно в том, как их сотрудники должны вести себя со своими коллегами и клиентами. Если вы

желаете продвигнуться в организации с такими требованиями к поведению, которые затронут ваш личный имидж, то будет совершенно глупо проигнорировать их.

Если в компании все приходит на работу в классических костюмах, а вы облачаетесь в джипсы, вас, возможно, будут какое-то время терпеть как эксцентричного человека, но, скорее всего, от вас будут ждать, что вы станете таким же, как все, либо вам мягко предложат поискать другую работу. Некоторые считают, что если человек – высококлассный специалист в своем деле, то он может не соблюдать общие правила и поступать, как ему угодно. Но здесь упускается один очень важный момент. Сколь бы вы ни были высокопрофессиональны, но если вы не можете довести свои идеи до коллег, клиентов, начальства и широкой публики, то ваша отличная работа рискует оказаться напрасной, поскольку такой обмен информацией происходит куда проще и эффективнее в том случае, если вы согласуетесь в стиле одежды, речи и поведения с остальными.

Другая проблема здесь состоит в том, что множество людей занимаются деятельностью, проецирующей на них массу стереотипов, распространенных среди широкой публики. Согласно им, бухгалтер всегда должен надевать строгий костюм и быть скучным; творческие же группы обязаны де пламенеть как одеждой, так и характерами, а многие все еще полагают, будто поэты работают в одиночестве в мансардах! Однако следует знать, что может существовать “внутренний” стиль, по которому различные специалисты или менеджеры сразу же узнают друг друга, но который совершенно неведом клиентам. К примеру, трехдневная щетина у мужчины или экзотический наряд у женщины запросто просигнализируют менеджеру по общественным связям, что они принадлежат к той же сфере. Но клиенту, возможно, потребуются несколько встреч, прежде чем он поймет, что те люди действительно хороши в работе, ведь клиентура склонна видеть прямую связь между внешним видом и качеством работы.

Это может показаться не вполне верным, но чтобы успешно освоиться в какой-либо профессии и заставить людей ценить вашу работу, вы должны без промедления использовать даже малейшую возможность для создания хорошего мнения о себе. Если заинтересованному человеку потребуются несколько встреч, прежде чем он доверит вам выполнение определенной работы, значит, вы не производите хорошего впечатления и рискуете погубить дело. Но вы же не хотите, чтобы кто-то сказал: “Я хотел бы заниматься бизнесом с вами, но вы не совсем такой, как я этого ожидал”.

ТАК КТО ЖЕ ВСЕ-ТАКИ ВЫБИРАЕТ?

Если рассматривать данную проблему с достаточно противоречивых позиций и компании, и широкой публики, и вашей собственной, то вопрос: “Кто же определяет ваш имидж?” обретает драматизм. Вы будете обязаны в известной степени подчиняться требованиям руководства. В противном случае, ваше поведение явится подтверждением мысли вашего начальника, видящего в вас лишь “плохо сидящее платье”, от которого следует поскорее избавиться. Но успокойтесь, ведь это вовсе не значит, что вы не можете изменять свой образ по собственному усмотрению, внутри рамок делового стиля компании.

К примеру, если в характере фирмы по обслуживанию покупателей заложена строгая одежда, вы вряд ли добьетесь успеха, приходя на работу неряшливым, стремясь избавиться от клиентов и лентяй. Но вы можете добиться своего как личность, проявляя энтузиазм и дополняя строгую одежду личными аксессуарами, индивидуальным стилем, поддерживая хорошие отношения с коллегами и покупателями (может, вы им нравитесь потому, что вам присуще чувство юмора?).

Директорский стиль: факт или вымысел?

Хотя сами фирмы и запросы клиентов диктуют определенный стиль управления, он может варьировать не только от компании к компании, от профессии к профессии, но и от личности к личности. Возьмем, к примеру, сэра Джона Харви-Джонса, с одной стороны, и его преемника в ICI сэра Дениса Хендерсона – с другой.

Харви-Джонс работает на свой эксцентричный имидж “нарушителя правил”, надевая дисгармонирующие сорочки и галстуки, а также нося длинные волосы. Несколько запущенный вид и эклектичный стиль делают этого человека “белой вороной” в профессии, где обычным является необходимое соответствие. Но поскольку он выдающийся организатор, то может позволить себе любой имидж.

Сэр Денис Хендерсон имеет куда более конформистский стиль. Он никогда не одевается так необычно, но, тем не менее, его деятельность является не менее эффективной.

Есть ли в этом какой-то актив, который мог бы пригодиться вам в процессе формирования своего управленческого стиля? Да, опреде-

ленные вещи будут кстати в любом директорском имидже. Это:

- опыт в своем деле;
- надежность;
- энтузиазм в работе;
- щедрость в передаче своего опыта;
- приятные манеры;
- способность уживаться с другими;
- способность доводить дела до конца.

Вот основные характеристики любого хорошего стиля руководителя, и это то, чего непременно следует добиться. Если вы еще не обладаете ими, то сейчас самое время взять себя в руки и настроиться на то, чтобы обрести такие качества.

НАСКОЛЬКО ВЫ СООТВЕТСТВУЕТЕ ОПТИМАЛЬНОМУ ИМИДЖУ?

Для выяснения, что вам необходимо улучшить в своем имидже в первую очередь, задайте себе следующие вопросы:

1. Насколько я квалифицированный специалист в своей работе? Существуют ли какие-либо дополнительные тренинги или специальные исследования, которые помогут обогатить собственный опыт?
2. Всегда ли я надежен? Могу ли каким-то образом еще больше усилить это качество?
3. Постоянно ли проявляю энтузиазм в работе и позволяю ли обнаруживать свое неудовольствие клиентом?
4. Счастлив ли я, делаясь своими знаниями? Делаю ли все возможное, чтобы помочь обучению других и поделиться с ними своим опытом?
5. Соответствует ли моя одежда моей роли, или же я постоянно игнорирую принятые стандарты в одежде?
6. Обладаю ли я приятными манерами, или, возможно, люди считают меня неприветливым и скучным? Есть ли во мне манеры, которые нужно изжить или же, наоборот, усилить?
7. Уживаюсь ли я с людьми или стараюсь избегать их? Какие шаги следует предпринять мне, если это так?
8. Вдохновляются ли моей деятельностью другие, к примеру моя команда, может быть, они скорее работают независимо от меня?

Когда вы ответите на эти вопросы, то получите четкое представление о том, насколько вы соответствуете имиджу руководителя и какие его аспекты требуют от вас пересосмысления и усилий.

Иные стили

Теперь бросим ироничный взгляд на прочие стили, которые, возможно, в какой-то мере импонируют вам. Смотрите, вдруг узнаете кого-то знакомого!

КОЛОРИТНЫЙ

Он обычно выступает в двух ипостасях – роскошный исполнитель и творческий тип.

Роскошные исполнители носят традиционные костюмы, однако их аксессуары либо ярких расцветок, либо более красочны, чем принято. Мужчины надевают простые сорочки, но их галстуки кричащи, и они могут выставлять напоказ цветные носовые платки. Волосы у них чуть длиннее нормальных. Женщины носят яркие платья и экзотические украшения. Оба пола откровенны в общении, настроены по-приятельски, излучают энергию и энтузиазм – иногда даже сверхэнтузиазм, как считают их коллеги.

Творческий тип можно опознать за сотню шагов. Длинные волосы для него неотъемлемы, обычно собраны в конский хвост. Если он носит очки, то линзы в них чаще всего в форме многоугольника с закругленными углами. Вдобавок, красные подтяжки и полосатые сорочки, огромные висящие серьги и широкие брюки. Расслабленные манеры плюс множество назойливых слов дополняют образ.

КЛАССИЧЕСКИЙ

Хорошо спитые костюмы, немногочисленные аксессуары и украшения, спокойный, уверенный подход к работе создают образ классического менеджера. Их одежда хорошего качества и куплена недавно. Они излучают уверенность и плавно движутся сквозь каждодневную жизнь офиса.

СПЕЦИАЛИСТ

В эту категорию может входить любой: от ученого до инженера, от артиста до юноши, помешанного на компьютерах. Что для всех них общее — это преданность своей работе, исключая всякое внимание к собственной внешности. Одеты они небрежно, волосы неаккуратные, их манеры и поведение оставляют желать лучшего. Они могут часами обговаривать в деталях свою любимую тему — работу, но не переносят иных разговоров. Их скорее терпят за гениальность, нежели восхищаются ими самими.

СЛУШАТЕЛЬ

Менеджеров такого типа вы заметите с трудом. Они не носят ничего особенного и редко обращают на себя внимание в офисе. Однако работа в их командах выполняется эффективно, и они всегда тут как тут, если требуется выслушать идеи, заключения и замечания. Присущая выдержка является стабилизирующим фактором в нестабильной обстановке, и там, где они сами не могут быстро управляться с какими-то делами, это охотно делает за них персонал.

37

Выбор вашего имиджа

Когда вы приступите к обновлению собственного делового образа, вам необходимо иметь ясный набор целей. Создание имиджа наугад может сработать на какое-то короткое время, но долгосрочного эффекта вы не получите, результат может оказаться даже неблагоприятным. Вам необходимо создать имидж, который не только соответствует вашим внутренним качествам, но и подходит к долгосрочным целям карьеры, равно как и характеру вашей компании. Поэтому необходимо хорошо уяснить следующее:

- характер: вы робкий или экстраверт, веселый или мрачный?
- качества: вы хороший слушатель, доводите дело до конца, люди просят у вас совета?
- одежда: вы предпочитаете официальный стиль или же вам нравится немного расцветить свой наряд?
- характер компании: существует ли там свод неписаных правил или

критериев поведения и одежды, которые вам нужно принимать в расчет?

- ожидания других: является ли ваша работа одной из тех, что мгновенно вызывает заинтересованное отношение к ней окружающих?
- желание учиться: вы ощущаете потребность пройти обучение и прислушиваться к советам, способствующим улучшению вашего имиджа или работы?
- темперамент: выполняете ли вы работу, соответствующую вашим склонностям (например, зачем продолжать заниматься программированием, если вы несправдливо проводите целый день за столом)?
- заключение: заботитесь ли вы о своей работе, своей организации, своих коллегах, своем имидже?

Конечно, будет разумно и более эффективно, если вы станете создавать свой имидж, принимая в расчет свою собственную личность и наклонности. Это скоро становится очевидно всем, кто пытается создать имидж, противоречащий его характеру, но что вовсе не означает, будто вы не можете корректировать свой образ: просто к предстоящим переменам вам нужно сперва адаптироваться внутренне, чтобы затем они выглядели вполне натурально. Застенчивый человек, который неожиданно станет отпускать соленые шуточки, не только почувствует себя стесненно, но и спроецирует эту стесненность на окружающих.

ОДЕВАЙТЕСЬ, ЕСЛИ ХОТИТЕ ПРОИЗВЕСТИ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Одежда является как бы внешним знаком имиджа и связана с вашим характером и темпераментом. Поэтому одеваться надо так, как будто вы получили повышение по службе. Но это может оказаться невозможным в окружении, где большинство носит одинаковую одежду, например, все одеты в морскую форму. Тем не менее вы можете заметить, какие аксессуары носят вышестоящие лица, и купить, например, или их марку часов, или галстук, или же элегантный кейс.

Но гораздо важнее убедиться, что одежда соответствует ситуации. Если ваша компания допускает в рабочие часы джинсы, это не значит, что вы можете прийти в них на собрание более высокого уровня. Ваш имидж в таком случае поблекнет, и никто не станет воспринимать ваши идеи всерьез. Конечно, можно считать глупостью, что люди судят о вас по одежде, но ведь это пока единственное,

из чего они могут исходить, впервые встретив вас за столом совещания. И если ваш парад завоевал доверие, то можете смело излагать свои мысли.

Сегодня появилось множество курсов типа "гардеробного менеджмента", "одежда для успеха", "цветовых" стилей и т.д. Мнения насчет их эффективности различны. Некоторые говорили мне, что они изумительным образом трансформировали внешний облик людей, которые их окончили. Другие утверждали, что такие курсы неэффективны и не дают ничего такого, чего бы вы сами до этого не знали. Правда здесь заключается в том, что люди, верно сознающие свой стиль, в них не нуждаются, но все же многие могут получить от подобной учебы пользу.

Эти курсы могут быть полезны, если у вас совершенно нет идей, как, например, сформировать ваш рабочий гардероб. В ином же случае, вы можете посмотреть последние журналы или понаблюдать за удачливыми коллегами. Не бойтесь просить совета у своего босса или коллег. Говорите что-нибудь вроде: "Мне никогда не удавалось найти пиджак, который сидел бы как следует. Я всегда восхищался тем, как сидит ваш. Не могли бы вы сказать, где купили его?" Если не будете спрашивать, никогда ничему не научитесь.

Покупайте вещи только хорошего качества и долго не выходящие из моды, приобретите также несколько хороших аксессуаров. Ошибочно считать, что быть хорошо одетым, значит каждый день надевать новый комплект одежды. Добиться разнообразия можно при помощи галстуков, сорочек и аксессуаров (если только их не слишком много), причем все должно быть чистым и отутюженным. Если вы работаете в компании, отличающейся неофициальной атмосферой, вы можете придерживаться общего неофициального рабочего стиля, но всегда надевайте пиджак, отправляясь на совещание.

ИМИДЖ НЕ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЖЕСТКИМ

Когда вам регулярно приходится оценивать каждую ситуацию, это становится привычкой. Но если вы будете постоянно придерживаться в одежде либо неофициального, либо официального стиля, независимо от ситуации, то ваши коллеги и клиенты будут не столь доверительны с вами, как могли бы. Простейший способ изменения вашего имиджа — снять пиджак. Если вы пришли на собрание, а там все расслаблены и сидят в одних рубашках, не "цепляйтесь" за свой пиджак. Снимите его, и вы тут же станете частью коллектива.

Точно так же, если вам нужно выглядеть более официально, наденьте пиджак. Это особенно полезно женщинам, которые, в отличие от мужчин, не всегда находятся на работе в неизменном пиджаке. Но если они держат его под рукой, тогда могут мгновенно принять официальный вид. Так же и мужчины всегда выглядят более официально, надев пиджак.

Манеры создают имидж

Когда ваше поведение по отношению к разным людям неизменно одинаково, то вы не всегда приносите тем самым пользу своему имиджу. Например, если он у вас постоянно веселый и напористый, это может сойти с некоторыми вашими коллегами, но будет раздражать начальника или клиентов. Точно так же, если кто-то обычно тихий не вмешается, чтобы исправить ошибку коллег в важном вопросе на собрании, то тем самым унизит их.

Хорошие манеры начинаются с понимания нужд других и стремления к упрощению для них процесса руководства, независимо от форм бизнеса. Вы всегда должны адаптировать свой личный стиль к различным группам людей и отдельным личностям, чтобы заработать их расположение. Если требуется смягчение вашего поведения, пойдите на это. Лучше приспособиться, чем потерять клиента или потерпеть неудачу в попытке добиться повышения. В любом случае, если вы не способны установить хорошие отношения с людьми, вам будет сложно прогрессировать в любой сфере деятельности. Должно быть ясно без напоминания, что основные ежедневные манеры, состоящие из "пожалуйста", "спасибо" и "извините", не должны быть запретными лишь потому, что вы на работе. Простая вежливость демонстрирует ваше понимание, что коллеги — тоже ранимы и заслуживающие уважения личности, а это делает работу более приятным местом. Хорошие манеры по отношению к каждому, включая клиентов и широкую публику, жизненно необходимы. Ваш имидж может серьезно пострадать, причем пострадать очень быстро, если люди распознают вас как человека в целом грубого или вежливого только в определенных ситуациях.

Джекил и Хайд

Прочитав все это, вы можете подумать, что вам потребуется внести в свой характер радикальнейшие изменения, стать почти полностью неузнаваемым. Но это не так. Вам необходимо провести лишь небольшие “регулировки”. Если же вы попытаетесь полностью изменить себя, то уже через короткое время это внесет дисгармонию в ваши отношения с другими людьми.

Но вам следует ограничивать число шуток, если у вас склонность отпускать их слишком часто, и они весьма неприличны. Вы можете подготовить пару-другую слов, чтобы выступить на собрании, если у вас нет склонности к речам. Необходимо сделать усилие, чтобы дружески приветствовать каждого, если вы обычно проходите мимо них бочком. Надо сделать более аккуратной свою одежду и волосы, носить разнообразные сорочки и обувь.

Вам не нужно стремиться к значительным трансформациям, но постарайтесь сделать достаточное количество необходимых изменений, чтобы подать другим верный сигнал, тогда они сочтут вас вполне приемлемым и будут доверять вам и вашей работе.

ТАКТИКА, КОТОРАЯ СРАБАТЫВАЕТ

- Ходите и сидите прямо; помимо избавления от болей в спине, вы будете еще смотреться выше и более начальственно.
- Будьте дружелюбны, но не увлекайтесь словоизлияниями; дружеская улыбка и приветствие не требуют больших усилий, но высоко ценятся.
- Хорошо обдумывайте, что вы хотите сказать.
- Будьте аккуратны и опрятны в одежде и личной гигиене.
- Выполняйте свою работу эффективно, в срок и с энтузиазмом.
- Не бойтесь просить помощи или предлагать ее.
- Знайте как можно больше по своему предмету.

Как избавиться от недостатков

Вам могло прийти в голову, что вы не очень подходите своим кол-

легам, компании или клиентам или что вы не представляете себе собственный имидж, приемлемый для широкой публики. Тогда сейчас самое время попытаться обнаружить ваши недостатки. Это можно сделать, четко определив, что вы хотите улучшить в своем имидже, и обнаружив те его аспекты, которые требуют изменений в лучшую сторону. Не думаете ли вы, что:

- вам недостает представительских навыков?
- вы слишком застенчивы или многословны?
- вам не хватает мастерства в написании отчетов?
- вы не умеете представления, как правильно одеваться?
- вы начинаете бормотать, когда читаете отчет?
- вы находите трудным общение с клиентами?

Как же справиться со своими недостатками и так изменить их, чтобы эти перемены стали с пользой работать на ваш имидж? Давайте используем в качестве примера приведенный выше список.

1. Вам недостает представительских навыков. Этому можно научиться на курсах либо в компании в рабочее время, либо вне работы. Вы можете отшлифовать эти манеры дома со своей семьей, с друзьями или просто перед зеркалом.

2. Вы слишком застенчивы или многословны. Это также потребует определенных усилий от вас. Если вы слишком застенчивы, поставьте целью сказать что-нибудь каждому человеку, которого вы встретите в течение дня. Даже простое: "Привет! Прекрасный день, не так ли?" вполне подойдет. Это не превратит вас к утру в одного из лучших собеседников в мире, но хотя бы поможет вам научиться пользоваться собственным голосом. Вы можете записать свои мысли, которые хотели бы высказать на собрании, а затем отважиться произнести их. Делайте это постоянно.

Если вы многословны, то ослабить свое "красноречие" можно так: сосчитайте в уме до десяти, прежде чем начать говорить, а затем скажите всего лишь несколько слов.

3. Вам не хватает мастерства в написании отчетов. Этому можно научиться, лишь практикуясь. Первым и самым трудным шагом, как и при любом недостатке, является осознание, что это именно ваш недостаток. "Хорошо, — скажете вы, — но как помочь себе?" Запись в группу по обучению эффективному письму не только повысит ваше умение в написании отчетов, но еще и поможет вам в других сфе-

рах вашей работы. Если вас не устраивает учеба в группе, воспользуйтесь услугами репетитора.

4. Вы не имеете представления, как правильно одеваться. Начните с чтения специальных журналов, спрашивайте своих друзей, коллег, копируйте людей, которыми восхищаетесь на работе, видите по телевидению. Обучение на курсах также не будет лишним.

5. Вы начинаете бормотать, когда читаете отчет. Запишите то, что вам нужно сказать, а затем сознательно прочтите это со скоростью, равной половине той, которую считаете нормальной. Чтобы успокоиться, глубоко вдохните, прежде чем начать, и затем делайте маленькую паузу в конце каждого предложения, чтобы замедлить себя. От бормотания можно излечиться еще и так. Сядьте дома, возьмите магнитофон, не торопясь прочтите отрывок из книги, прослушайте запись; делайте так до тех пор, пока не научитесь говорить с разумной скоростью. Прием с магнитофоном полезен для всех обеспокоенных в связи с предстоящим выступлением перед определенной аудиторией.

6. Вы находите трудным общение с клиентами. Чтобы ладить с людьми, они должны вам нравиться, значит, надо найти в себе что-то общее с ними. Удостоверьтесь, что вы одеты соответственно ситуации, что даст вам ощущение комфорта. Затем попытайтесь найти в другом человеке что-либо, сближающее вас. Возможно, вы оба покупаете рубашки от "M&S". Подобный факт вселит уверенность, что вы имеете дело с кем-то, похожим на вас. Убедитесь, что вами подготовлены все те пункты, на которые вы хотели обратить внимание клиента. Вы будете лучше контактировать с людьми, если хорошо знаете, что вы хотите им сказать, и скажете это ясно. Улыбка и дружеские манеры здесь тоже помогут вам.

Как вести себя, чтобы не быть увиденным насквозь

Когда вы меняете свой имидж, вам, конечно, хочется знать, увидят ли окружающие в вас прежнюю личность. Не стоит беспокоиться, если только не попытаетесь изменить свой образ до полного несоответствия с характером. Вы можете радикально изменить свой имидж, оторвать его от вашего естественного "Я", но это будет продолжаться в лучшем случае лишь несколько месяцев. Вас выдадут мелочи,

например, факт, что только немногие из ваших отчетов оказались хорошо подготовлены, яркий шейный платок, завязанный строгим классическим узлом, якобы дружеская улыбка, которая никогда не затрагивает глаза.

Если же вы создаете обновленный имидж на вашем истинном “Я”, тогда то новос, что увидят в вас люди, будет воспринято ими как расширение сути вашей личности. Они не посчитают такое неуместным, хотя и заметят перемены. Так что не бойтесь внести в свой имидж изменения, которые необходимы в первую очередь.

Что говорят профессионалы

Менеджер средств сообщения информации по корпоративным вопросам Национального Аббатства Джейн Агерос

Я менеджер средств информации, специфика моей работы состоит в том, что я отвечаю за коммуникабельность всего нашего персонала. Наш отдел создаст не только ежемесячный видеофильм, но также составляет информационные письма для всех сотрудников. Посредством этого, я полагаю, мы довольно сильно влияем на их профессиональную культуру. Мы стремимся в своих информационных письмах стимулировать и вызывать у них ощущение вовлеченности в наш бизнес, что побуждает работников накапливать столько знаний об этом бизнесе, насколько это возможно.

Национальное Аббатство стремится демонстрировать очень дружелюбный, теплый имидж. Поэтому наша организация воспринимается общественностью как более доброжелательная и более заслуживающая доверие, нежели другие. Наш штат состоит из очень доброжелательных людей, не ослепляющих других своей ученостью. Я думаю, если вы познакомитесь с любой отраслью Национального Аббатства, то легко убедитесь в этом.

Как же я обращаюсь со своими подчиненными, как они реагируют на меня? Ведь от этого во многом зависит, какую продукцию они поставят остальному персоналу. Я стремлюсь, чтобы мой штат в своей работе ориентировался на лучшие модели, следовал их примерам. Эти ценности, которые, я надеюсь, станут составной частью информационных писем для персонала, именуются честностью, соединенностью с высшими образцами профессионализма в самом позитивном смысле. Я уверена, что негативная или неискренняя личная

культура антипродуктивна, поэтому я всегда стараюсь смотреть на все с позитивной точки зрения и при том остаюсь честной, и это не пропаганда, но и не неискренность.

Очевидно, подобное качество – во многом органический продукт моей личности. Мне импонирует энергичный стиль, и я на личном примере хочу показать своему штату, что подобного я ожидаю и от них. Что я пытаюсь прежде всего сделать со штатом коммуникаций и со своим собственным персоналом – это помочь им почувствовать себя скорее держателями акций в бизнесе, нежели обладателями набора выигрышных карт, заставить их увидеть, что они могут внести свой вклад в конечные результаты, а в итоге привести Национальное Аббатство к успеху. А если у Национального Аббатства будет успех, то это хорошо и для них, поскольку они тут тоже работают. И чем больше среди персонала таких “держателей акций”, тем большим будет их доход.

Кроме того, что мы получаем право голоса в отношении финансов, у нас имеются все возможности использовать собственную энергию, энтузиазм и преданность, чтобы продвигать дело вперед.

Я не могу не быть самой собой и стремлюсь к естественности. Но никогда не стану говорить определенные вещи, когда выступаю где-то как представитель компании. Не стала бы, в частности, вступать в сомнительные дебаты о конкуренте или избегать их. Я обязана осознавать тот факт, что представляю Национальное Аббатство и должна неизменно демонстрировать его положительный имидж. Но мне не хочется становиться частью пропаганды, я – это я. И в то же время, когда выступаю от лица компании, могу лишь говорить другим, что это хорошая компания, которой я, безусловно, верю.

Вы считаете себя высокопрофессиональной личностью, и для этого обязаны прилагать определенные усилия, которые должны быть частью вас самих, иначе вы просто начнете обманывать себя и других, и это вскоре обнаружится. Замечено, что компании достаточно высокомерные стремятся привлечь к себе людей с такой же чертой. Думаю, что Национальное Аббатство открытая, дружелюбная, нацеленная в будущее организация. Она не душная и не старомодная, а поэтому привлекает к себе похожих людей.

Я знаю, что в различных отраслях способы проведения персоналом встреч по закладным могут отличаться потрясаяще. Хотя и существуют определенные вещи, которые они должны делать по закону и по согласию, но личность – это не то, на что можно запросто повлиять. Я считаю, что вы должны приспосабливать свою личность к вашему клиенту, и мы допускаем определенную гибкость

внутри Национального Аббатства. Ведь поведение – такая вещь, которую трудно четко определить, и в большей степени она является частью целой системы, атмосферы, которой вы дышите. Вы наблюдаете за тем, как работают ваши коллеги, и примеряете это на себя. К тому же есть обязательные требования, например, вы должны быть вежливыми с покупателями и доброжелательными. Самые же трудные для копирования вещи вы просто автоматически впитаете, находясь в Национальном Аббатстве и наблюдая за поведением его людей. Вам нужно в первую очередь делать то, что у вас получается естественно, но ваш менеджер будет присматриваться, срабатывает ли то, что вы делаете, на пользу оно клиентам или нет. Мы обучаем сотрудников навыкам по всем аспектам менеджмента или приемам менеджерской коммуникативности, но не имиджу как таковому. Но опять-таки я уверена, что во многом имидж сам собой наполняется всем тем хорошим, что витает вокруг вас длительное время, и что мы ощущаем инстинктивно.

Я бы не сказала, будто слишком высоко ценю имидж, ведь это нечто сродни Макиавелли, словно вы попытались бы изобразить из себя кого-то, кем на самом деле не являетесь. Но я действительно размышляю о роли имиджа. Как женщине-менеджеру мне приходится постоянно думать о нем под неким женским углом, и в результате я прошла тренинг самоутверждения, что нахожу весьма полезным. Я действительно честный человек, и все же изредка думаю: "Ну, мне лучше бы перестать заявлять, как много я значу".

Я считаю также, что как менеджер вы должны постоянно оценивать, каковы ваши отношения с персоналом. Иногда вы можете почувствовать, что вам хочется сблизиться с тем или иным сотрудником. Однако когда вы будете слишком по-дружески настроены, вам лучше немного отступить назад, чтобы остаться объективным. Так что тут могут возникать небольшие сложности. У меня нет никакого четкого плана имиджа, и я не очень-то верю в идеи насчет "рукотворного" создания его. Вам всего лишь нужно оставаться самим собой и стремиться стать лучше.

Я посещала в свое время курсы утверждения и презентации. Но все, что получаешь там, больше похоже на рабочие инструменты для вашего имиджа, а не на сам имидж. Это скорее искусство, которому вы хотите научиться. Мне представлялся шанс пройти еще одни курсы по цвету, но я и сама отлично знаю, сказала я себе, какие цвета помогают мне хорошо себя чувствовать и позволяют неплохо выглядеть. Я всегда немного цинична в этом.

У нас разработана полугодовая и годовая оценочная система, и часть ее состоит в том, что вы начинаете опрашивать персонал, что вам следовало бы делать еще лучше. Думаю, единственным мерилom того, уживаетесь ли вы с ними, окажется степень их честности на этой стадии. Я постоянно нахожу, что мои подопечные и в самом деле нередко высказывают стоящие мысли, и делаю вывод: когда ваши подчиненные стараются помочь вам решить проблему, когда они открыто не соглашаются с вами, то это довольно объективный показатель, насколько хорошо вы работаете в роли менеджера. Я уверена, диктаторский стиль управления безнадежно устарел. Если вы не перенимаете у людей лучшие идеи, то резко уменьшаете свои шансы. Мне кажется, что в моей команде царит дружеская и теплая атмосфера, у нас нет серьезных кризисов. Когда возникает необходимость в напряженной работе, мы делаем ее все вместе.

Несколько человек из моего персонала были раньше профессионально не вполне состоятельными, и я сказала им: "Смотрите, если вы собираетесь получить от своей работы все, что можно, то следует быть немного поактивнее, выступать чаще на собраниях, оказывать больше влияния на клиентов и расширять свою сеть". Хотя эти недостатки имели вид внутрифирменного имиджа, устранив их, они стали производить лучшее впечатление и на широкую публику.

Я думаю, что изложенные здесь взгляды перекликаются, возможно, с тем путем, по которому я прошла в своей компании, поскольку проявила себя как человек, напряженно работающий, настойчивый в получении результатов, обладающий большим здравым смыслом. Никогда не начинаю соперничества, но зорко слежу за результатами своего бизнеса; я позитивна, не принимаю себя слишком всерьез и думаю, что еще и честна. Полагаю, что такой человек устроит любую фирму, поскольку всем нравятся люди, добивающиеся результатов, обладающие позитивным подходом, не боящиеся высказать свое мнение, особенно, если при этом не теряют еще и чувства такта. Никто ведь не желает, чтобы кто-либо возводил в абсолютную добродетель высказывание своих мыслей, поскольку это столь же плохо, как и обратное. Любой менеджер мечтает иметь в своем распоряжении энергичный, исполненный энтузиазма персонал. Этого, видимо, хотел от меня и мой первый менеджер, и, полагая, он получил желаемое, а меня заметили и повысили. Должна сказать, что сотрудник, который не проникся духом компании, бессилён достичь результатов.

Внутренне мы все очень хороши, но, думаю, нам полезно иногда

пересматривать свое поведение в свете того, чтобы делать что-то более качественно. Например: "Всегда ли я опираюсь только на результаты? Всегда ли действую достаточно оперативно? Доволен ли я мною клиент?" и так далее.

Я думаю, следует принять как должное, что если вы работаете в Национальном Аббатстве, то вы именно тот человек, который везде, куда бы ни отправился, говорит что-то хорошее о Национальном Аббатстве. Я не считаю, что должна влиять на ваше поведение, когда вы проводите время с друзьями или еще где-то, но коль речь заходит о Национальном Аббатстве, вы обязаны повсюду создавать ему позитивный имидж. Если существуют определенные вещи, которые нельзя совершать как члену своей организации, то тогда я обязана сделать их как личность. Необходимо осознавать, особенно когда становитесь старше, что все сказанное вами о Национальном Аббатстве будет расценено как декларация позиции компании, и вам надо хорошо знать ее. Умолчание о каких-то аспектах ее деятельности или неправда очень неразумны, вы должны подчеркнуть все преимущества и выгоды и быть позитивным, не впадая в неискренность.

Я никогда ничего не говорила своему персоналу насчет одежды, и все достаточно естественно приняли различные стили одежды, поскольку мы постоянно находимся в главном офисе и почти не имеем контактов с покупателями. Некоторые из моих служащих приходят на работу в самых разных нарядах. Это довольно простой и легкий по своим манерам департамент. Лично я предпочитаю носить женские костюмы (юбку и пиджак) и, может быть, люблю порой слегка украсить это сверху. На уик-эндах и если захожу в гости, я чувствую себя иначе и наряжаюсь более свободно.

Хочу сказать и о такой ситуации. Когда у вас есть какой-либо костюм, в котором чувствуете себя уверенно, тогда вы начинаете надевать его почти на все важные собрания, он становится для вас неким амулетом. Лично мне придает уверенность обувь на высоких каблуках, потому что я не очень высокая. У нас так заведено, что если это обычный день и никаких собраний не предвидится, сотрудники могут одеваться, как им заблагорассудится, и я в таком случае реагирую на них лишь как на личностей. Но приходя на собрание, думается, они должны одеться более строго, в противном случае я иначе оценю подобную вольность.

Считаю, что женщинам в менеджменте довольно трудно, так как им сложнее обрести верный имидж в этом преобладающе мужском

мире. Некоторые женщины заходят слишком далеко и говорят: “Я буду стереотипом мужчины”. А ведь это агрессивная, динамичная разновидность стиля, который далеко не всегда подходит слабому полу, зато хорошо подсказывает, как следует действовать. Но я уверена, что если вы не будете самим собой, то в конце концов вы рискуете здорово ушибиться. Думаю также, что женщины должны иногда слегка нарушать баланс своей деловой твердости, поскольку есть резон в утверждении, что женщина более адаптирована к менее уверенному стилю поведения, нежели мужчины. С другой стороны, вам не стоит заходить слишком далеко и в другом направлении. Конечно, довольно сложно добиться верного баланса своего имиджа, но если вам нужны результаты и в бизнесе, и в вашей собственной карьере, тогда, по моему мнению, вам нужно уделить много внимания тому, как вас воспринимают в такой сугубо мужской сфере, как менеджмент.

Мужчин-менеджеров настолько больше, чем менеджеров-женщин, что я поневоле прихожу к выводу: сильный пол совсем иначе относится к своему начальству. У меня в штате только один мужчина. Он значительно моложе меня, так что его отношение к своему начальнику непоказательно, поскольку он самый младший член персонала. Данное обстоятельство значительно упрощает наши отношения. Возможно, будь он старше, все было бы иначе, но в целом я и не пытаюсь реагировать на мужчин по-другому. Хотя полагаю, иногда вы должны приспосабливать себя к различным стилям взаимоотношений и вам следует знать, чего ждут от обоих полов, и принимать это в расчет, чтобы уверенно продвигаться вперед в своей работе.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Определите, насколько вы соответствуете управленческому имиджу.
2. Оцените управленческий имидж вашей компании.
3. Решите, какому стилю отдать предпочтение.
4. Адаптируйте свой имидж к собственной личности.
5. Одевайтесь так, чтобы производить хорошее впечатление.

6. Приспосабливайте свой имидж к ситуации.
7. Запомните и усвойте основные хорошие манеры.
8. Обнаружьте свои недостатки и устраните их.
9. Не бойтесь вносить изменения в свой имидж.
10. Будьте всегда дружелюбны.

ВТОРОЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

В предыдущей главе вы критически оценивали свой имидж и выясняли, что вам хотелось бы изменить в нем. Теперь вам надо четко представить идеальный для вас управленческий имидж и определить, насколько ему соответствует ваш собственный. Для этого запишите в свой дневник, чего вы хотите достичь в работе. Сделайте затем два списка ваших целей – долгосрочный и краткосрочный, чтобы исключить дублирование, посмотрите, нет ли в списках какого-то общего момента, например, необходимости приобретения навыка в написании отчетов или же умения проводить презентации.

А сейчас составьте перечень черт своего характера и попробуйте описать свой нынешний имидж. Посмотрите, насколько все это соответствует предыдущему списку. Определите, что нуждается в изменениях и как осуществить такую трансформацию. Не забудьте и об одежде: вашей собственной и одежде людей, которыми вы восхищаетесь. Подумайте, как изменить теперешний стиль вашего делового костюма.

Если вы посчитаете, что требуется то или иное обучение, пометьте это и выясните, что здесь могут предложить ваша компания, местные учебные заведения, книги, журналы. В наше время хорошую помощь окажет и учебный видеофильм. Выберите для себя один из вариантов обучения.

Составьте список ваших недостатков и выберите по два способа избавления от каждого из них. Завтра же начинайте дружелюбно приветствовать всех и улыбаться каждому, кого ни встретите. Вам понадобится и магнитофон, чтобы попрактиковаться в навыках выступления. Упражняйтесь каждый день.

Ваш рабочий имидж

Ваши клиенты и публика в целом это не единственные люди, которым вам нужно себя "продать". Личный имидж влияет и на то, как ваша работа будет оцениваться внутри самой компании.

Вы можете быть блестящим работником, трудиться очень усердно и в то же время чувствовать, что ваши усилия и результаты недооцениваются и не признаются внутри собственной компании. Поэтому помните, что как бы вы ни были хороши в своей работе, руководство не оценит ее высоко до тех пор, пока вы сами не убедитесь, что ее результативность доводится до их сведения как раз тем способом, который им совершенно непонятен по целому ряду причин.

Если вы, например, тихий тип, который лишь что-то бормочет, когда бы его ни попросили представить какие-либо бумаги, тогда ваша работа может быть хорошей, но об этом никто не догадается. Или, если вы отправились на встречу со своим боссом без относящихся к делу документов, вас расценят как малополезного, какими бы блестящими ни были ваши исследования. Чтобы улучшить свой имидж на работе, вы должны точно определить, как оценивают вас ваши коллеги, и решить, на какую группу в компании вам необходимо произвести наиболее хорошее впечатление. Может, это босс или рядовой персонал? Глава департамента или тот, с кем вы пьете чай? Выясните, как другие воспринимают вас, и поняв, где ваше место в компании, можете уже планировать стратегию своей карьеры и изменение имиджа, чтобы скорее переломить ситуацию к лучшему.

Следующая глава поможет вам определить, каким видят вас другие на рабочем месте, как вычислить группу, на которую необходимо произвести наилучшее впечатление, и как изменить свой имидж так, чтобы все получили правильное представление о вас. Из

этой главы также узнаете, как создавать капитал на своих достоинствах, обнаруживать намечающиеся благоприятные возможности и “скопструировать” ваш имидж так, чтобы добиваться максимальных выгод. Вы здесь найдете сведения о том, как нужно действовать на третий день вашего десятидневного плана работы над имиджем.

Кто тебя любит, бэби?

Кроме случайно подслушанного разговора коллег, когда они что-то говорят о вас, или такого же неумышленного прослушивания телефона вашего босса, как можно узнать, что думают о вас на работе?

Это, разумеется, непросто. Большинство людей так никогда и не узнают точно, как их оценивают коллеги. Они продолжают находиться в блаженном неведении, и либо убеждают себя, что они в целом всем нравятся, либо становятся мрачными и укрепляются в мысли, что “все против меня”, и таково, дескать, отношение к ним всего мира.

52

В наши дни многие большие фирмы предлагают персоналу обучение на специальных курсах. На некоторых из них моделируется ситуация: “Давайте будем честны друг с другом”. Если ваша компания предлагает курсы такого типа, непременно воспользуйтесь ими. Даже если вам не понравится то, что услышите там, все равно это явится ценной информацией к размышлению. Или, возможно, ваш начальник департамента поощряет честность на ежемесячных собраниях управленческой команды, проводимых под девизом: “Проверим ваши жалобы”. Что тоже может оказаться очень полезным для вас.

Вы также можете напрямую спросить: “Джон, мне пужны твои соображения насчет того, как я справился с этой презентацией. Я действительно буду очень признателен, если ты мне честно скажешь, как у меня получилось”. Вероятно, что тот, кому вы адресовали вопрос, окажется в затруднении и уйдет от ответа либо выдаст вам язвительный, но честный перечень ваших недостатков. Такое стоит попробовать, вы сможете многое узнать, выслушивая от других интерпретации самого себя. Но будьте осторожны. Ведь можно трактовать тот факт, что никто из сотрудников не заходил к вам в офис целых три дня, как личную слабость, в то время как коллеги были загружены срочной работой. Но, тем не менее, если каждый раз, когда вы выступите с отчетом перед группой людей и на середине вашего вступления среди слушающих начинаются разговоры, или же

когда на собрании ваш доклад постоянно не включается в повестку дня, тогда ясно, что вы где-то поступаете не совсем правильно.

КАКИМ ОНИ ВИДЯТ ВАС?

Составьте описание того, каким, по вашему мнению, вас видят коллеги, босс, повар и другие работники. Будьте предельно честны, но все же не забывайте и о положительных моментах. Если быть крайне негативным к самому себе, то тем самым можно вогнать себя в депрессивное состояние, а это вообще может вызвать паралич вашей профессиональной деятельности.

На какую группу прежде всего следует произвести хорошее впечатление?

Вы можете подумать: “Если я очарую босса, то я преуспел”, и окажетесь перед искушением проигнорировать другие группы людей на работе. Конечно, вы хотите, чтобы ваш босс благосклонно относился к вам, но вы ведь не желаете, чтобы и коллеги вам навредили. Если ваш руководитель хорошего мнения о вас, но вы враждуете с несколькими своими коллегами, то можете быть уверены, что это дойдет до вашего шефа. Если даже то, о чем сказали или намекнули ему, будет необоснованным, сам этот факт начнет работать против вас. Интриганов из офисов также нельзя игнорировать. Если у вас есть враги на работе, и вы полагаетесь только на свои способности и надеетесь, что вас заметят, вы близки к неудаче.

Итак, вам просто необходимо явить благожелательный имидж и своим коллегам, и всему персоналу. Вы же не хотите, чтобы все они лезли через вашу голову жаловаться на вас. Вам нужна усердно работающая, полная энтузиазма команда, которая искренне поддерживает вас. В этом залог вашего успеха. Если у вас ее нет, тогда ваши способности руководство неизбежно поставит под сомнение. Не игнорируйте также и прочий персонал: буфетчиков, хозяйственный штат, регистраторов, службу безопасности, секретарей и т.д. Если вы невнимательны к ним или всегда стремитесь быстрее отделаться от них, они могут сделать вашу жизнь весьма неприятной, и в при-

дачу подпустить едкое словечко кому-нибудь из тех, кто желает под-
копаться под вас.

КАКАЯ ГРУППА САМАЯ ВАЖНАЯ?

Это довольно хитрый вопрос, и пусть капитулируют все, кто ответил: “Босс”! И золотую звезду тем, кто ответил: “Каждая”! Самых важных групп просто нет. Вы не можете позволить себе проигнорировать кого бы то ни было в офисе. Это, конечно, не значит, что не существует разных способов представления себя различным группам в офисе. Однако ваш имидж должен быть приемлем для каждого — от босса до уборщика.

Чего мне это будет стоить?

- 54 — Изменение вашего имиджа наверняка будет вам чего-то стоить и в материальном плане, но конечная цена зависит от того, какие его аспекты вам следует трансформировать. Изменение манеры говорить, коррекция других черт вашей индивидуальности или отношения к работе не будет стоить ничего, кроме времени и хлопот. А вот изменение стиля в одежде или прическе, повышение профессионализма потребуют, возможно, гораздо большей суммы. Многое здесь зависит от того, как много средств и времени вы в состоянии потратить на свой новый имидж. Надеюсь, я смогу убедить вас, что это заслуживает как усилий, так и некоторых финансовых затрат.

ОДЕЖДА

Вам придется потратить небольшую сумму на модный галстук или карманный платок, но приобретение новых часов потребует больших затрат. Костюм, возможно, обойдется вам значительно дороже. Но запомните: если вы покупаете что-то дешевое и надеваете его лишь однажды, это, с учетом цены и срока носки, обойдется в итоге намного больше, нежели бы вы купили что-то дорогое для длительного использования.

Стремитесь к качеству. Сохраняйте современный стиль, но не делайте его чрезмерным. Соблюдайте соответствие вашего костюма

вашей работе. Существует выражение: “Платье для высшей работы”, то есть это тот случай, когда вы смотрите так, словно вас уже завтра собираются повысить в должности. Один или два хороших комплекта одежды, всегда чистых и отремонтированных и пусть даже надеваемых часто, всегда лучше, чем множество дешевой одежды. Если вы позволите себе пойти на курсы стиля или цвета, там могут подбросить вам еще кое-какие идеи, даже если вы совсем не согласитесь с ними. Вы также сэкономите деньги, читая о моде в книгах и журналах.

УЧЕБА

Здесь стоимость будет варьировать. Ведь это может быть членство в Британской Академии и образовательные высшие классы, и курс Открытого университета, и книга из библиотеки.

Если вы скажете, что вам не нужно больше никакой учебы, тогда я буду знать, что с вами не все в порядке. Если вы не поддерживаете на современном уровне свой профессионализм и не заглядываете даже в библиотечную книгу по теме вашей работы, то вы ни на кого и никогда не произведете хорошего впечатления. Некто отставший, и по сей день пользующийся теорией и практикой десятилетней давности, не станет птицей высокого полета. Помимо прочего, учеба поддерживает интеллектуальные функции вашего мозга и стимулирует генерацию идей. Вы можете не соглашаться с последними взглядами по своей дисциплине, но вы должны знать о них все или почти все, чтобы доказательно оспаривать другие точки зрения. Вам, возможно, не надо быть членом Британской Академии, но коль вашей компании правится, чтобы ее старшие менеджеры являлись таковыми, то она, может, согласна оплатить их учебу в этом престижном заведении. Вы, конечно, можете научиться всему дома с помощью Открытого университета, но если ваша фирма не компенсирует вам стоимость обучения, это обернется изрядной брешью в собственном семейном бюджете.

Если ваша работа требует высокого профессионализма плюс информированности, то очень важно иметь уверенность, что вы регулярно повышаете их. Ваш имидж пострадает, когда обнаружится, что вы устарели. Особенно важно быть современным в тех областях, где новейшие знания, например новые законы и правила налогообложения, вносят большие коррективы в то, что вы сообщаете

своим клиентам или советуете коллегам. Обдумайте и другие аспекты вашего обучения. Не лишними будут и курсы по навыкам презентации, мотивации, написания докладов, управления персоналом, финансами, экономикой и т.д. Если ваша компания не организывает их, то аналогичные курсы можно найти во многих других местах.

Можно еще посоветовать вам провести как-нибудь экспертизу по одному из разделов собственной деятельности на основе личного большого опыта и знаний. Эксперты ведь требуются всегда и всюду. Завоевать репутацию высококлассного эксперта можно лишь в результате упорной учебы.

Не сожалейте о деньгах, потраченных на обучение. Может показаться, что на это уходит большая часть вашего времени и денег, но все же это разумно и практично. Если вы действительно хотите улучшить свой имидж на работе, то обязаны иметь надежную базу знаний и рассматривать ее как надежные инвестиции в собственное будущее.

ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Изменить вашу индивидуальность и личностные особенности вполне возможно простыми упражнениями перед зеркалом или лучше попросить жену (мужа) поправлять вас, когда вы делаете что-то не так. Это бесплатно, но требует времени и упорства. А ведь есть и курсы по личностному развитию. Обучение самовыражению – один из примеров. Нет сомнения, что подобные курсы, где можно отрабатывать специальные приемы общения с другими людьми, помогут вам быстрее прогрессировать в коррекции вашего имиджа. Если их не организует ваша компания, то нетрудно узнать, где работают такие курсы.

СПРАВОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

На работе вам необходимо поддерживать современный уровень знаний в своей сфере. Если вы обладаете одной из торговых профессий, то, несомненно, должны обеспечиваться периодической печатью по данной тематике. Ваш внутренний журнал явится для вас полезным источником информации в том смысле, что вы будете хорошо осведомлены, как идут дела у компании, и какие факты из ее деятельности актуальны сегодня. Многие из “толстых” журналов

и газет также содержат статьи, которые окажутся кстати при вашей работе. Радио- и телевизионные передачи тоже бывают полезными. Справочники по вашему предмету легко найти и в книжных магазинах, библиотеках. Не на последнем месте и видео. Вам, конечно, не обязательно иметь отдельный экземпляр каждой современной книги, статьи и видеокассеты по своему предмету, но вы должны много читать и знать как о нем самом, так и о связанном с ним бизнесе. Я утверждаю, что необходимо прочитывать хотя бы одну небольшую газету каждый день и раз в неделю — многостраничную, если вы, конечно, хотите адекватно чувствовать себя в этом мире.

Как преподнести информацию?

Стать самим собой вам дано лишь в конце рабочего дня. Только покинув офис, вы можете явить миру свою истинную внутреннюю сущность. Но на работе вам нужно постоянно будет адаптировать ее к различным группам людей. Например, если вам надо предоставить бумаги в департамент торговли, то следует использовать весь свой опыт и знания, касающиеся этой сферы, и попытаться изложить свои мысли таким образом, чтобы читающие смогли легко понять их и почувствовать себя вашими единомышленниками. Люди лучше всего относятся к тому, что кажется им знакомым, понятным и устраивающим их. Еще пример. Если вы настаиваете, что выступите на конференции в образе того бормочущего ученого, которым вы и в самом деле являетесь, с тремя красными ручками в кармане пиджака и выбившейся из-под ремня рубашкой, то ваши гениальные мысли скорее всего окажутся безвозвратно утерянными для аудитории, которая не станет вас слушать, поскольку не склонна внимать тому, кто не пытается произвести на них впечатление, демонстрируя симпатичный имидж.

Как ускорить прогресс вашей карьеры

Для продвижения по службе, необходимо понять существующие тенденции в вашей компании, чтобы своевременно воспринять большинство из них и адаптировать к ним свой личный имидж.

Обратите внимание на то, какого плана люди продвигаются на первые роли. В прошлом году, например, ими были строгие бухгалтеры, поскольку ваша организация находилась в экономическом прорыве. В настоящее время — это творческие типы с горящими глазами, потому что сейчас компания все тверже становится на ноги, и, чтобы закрепиться, ей нужны кое-какие яркие идеи. Вы заметили, что на обучение мгновенно отправляются лидеры управленческих команд с опытом презентаций? Значит, пришло время усовершенствовать свои презентационные способности пусть даже за свой счет, и начать принимать более активное участие в работе команды, если вы не делали этого ранее. Старайтесь смотреть как можно дальше вперед, насколько позволяет вам личный опыт, и тогда вы сможете увидеть, что начальник печатного отдела на грани передвижения в департамент торговли, потому что печатники ищут способы ускорения реализации своих материалов. Обучайтесь, тренируйтесь, ненавязчиво давайте знать, что вы прекрасно знаете свой предмет, и когда руководство окончательно примет решение об очередном выдвижении, вы окажетесь именно тем человеком, о котором они подумают.

Что нужно вашему боссу

Если вы хотите скорректировать свой имидж так, чтобы он произвел впечатление и на вашего босса, то вам надо узнать, чего он хочет в данный момент. Будет не очень хорошо, если вы уверены и сильны в экономике, а ваш шеф решил развивать творческую сторону бизнеса и подыскивает людей, способных генерировать новые идеи.

Бросьте пристальный взгляд на своих коллег и друзей внутри организации. Если вам кажется, что большинство из них идет на повышение по творческой или технологической линии, то будет неплохо, если вы оцените, какими способностями в этом смысле вы обладаете и начнете их расширять. Если технология для вас вещь новая, а вы знаете финансы, почему бы вам не пройти обучение и по финансовому менеджменту с использованием новейших компьютеров? Тогда вы будете идеально подходить к занятиям новой технологией, сочетая свои новые и прежние знания.

Редкий случай, когда человеку удавалось достаточно быстро овладеть совершенно новыми профессиональными навыками, чтобы

совершить полный и легко заметный переворот в себе. Так что имеет смысл определить область необходимых вопросов и адаптировать к ней одно из ваших готовых уже достоинств. Если ваш босс склонен использовать более дерзких творческих людей, можно пойти на курсы по презентациям одновременно с полиграфическими курсами. Это не превратит вас за одну ночь в крупного специалиста, но вы начнете вести себя в стиле всей компании и сможете предложить ей вновь обретенные знания и навыки. А если вы окончите еще и курсы по финансовому менеджменту и презентациям, то станете многопрофильным специалистом и у вас появятся новые возможности найти более престижную и высокооплачиваемую работу.

Как занять вакантное место

Как правило, о появляющихся вакансиях никогда не становится известно слишком рано, чтобы было время подготовиться, даже когда они освобождаются внутри организации. Если же вы намереваетесь подыскать новое место за пределами вашего учреждения, то вам придется столкнуться с еще большими трудностями. Часто освободившиеся должности, которые были прорекламированы внутри или вне компании, уже давно практически оговорены, и все ваши встречи явятся в таком случае чистой формальностью. Следовательно, вам нужно найти способ опережать события.

Максимально используйте друзей и знакомства. Говорите людям, что вы в поиске подходящего места, и внимательно слушайте, когда в разговоре возникнет тема работы. Вам всегда следует иметь имидж человека, готового в любой момент взяться за новую работу, одновременно выясняя, где намечаются вакансии. Убедите всех, что вы ищете то, что будет наилучшим для вас, и что постоянно выполняете работу с энтузиазмом и в срок. Если учитесь на соответствующих курсах, то можете как бы невзначай сообщить об этом в ходе разговора, чтобы другие знали, что вы имеете или получаете соответствующие навыки или информацию. Понаблюдайте в своем офисе за тем, как сотрудники исполняют обязанности в рабочее время и вне работы. Вызывайтесь добровольцем на всякие конференции, где можно проверить на практике качество вновь полученных знаний.

Совокупность этих факторов заставит людей помнить о вас, а в это время вы должны неустанно накапливать новый опыт и знания в интересующей вас области. Вам необходимо будет изображать человека, который давно готов приступить к новой работе, что, естественно, даст свои результаты.

ВЫ СДЕЛАЛИ ЭТО?

Вы не узнаете, что наконец добились своего, пока не будете приглашены на следующую ступеньку служебной лестницы или не получите одно прекрасное предложение, за которым давно охотились. Тем не менее вы можете еще раньше получить некоторое представление о том, как обстоят ваши дела, если начальство чаще стало интересоваться вашим мнением, если коллеги говорят: “Я слышал, как босс упомянул твое имя главному исполнителю сегодня”, если начальник, как бы случайно, начинает проявлять интерес к вашим целям.

60

Если вы хотите добиться этого, ваш имидж должен неизменно излучать уверенность и способность легко общаться с другими. Нельзя повторять слишком часто, что никакие посулы не заставят вас перейти куда-то, если это не соответствует тому, что хотят видеть в вас клиенты или начальство. Вы должны выставить себя и свои идеи на “прилавок” в наиболее привлекательном виде и постараться дать знать другим об отличном качестве вашей работы и высоком профессионализме вас самих.

Специалист по общественным отношениям (СОО)

Специалисты по общественным отношениям в любой организации имеют особую работу. Их долг – быть твердо уверенным, что организация, в которой они работают, повсеместно представлена в самом выгодном свете. Им необходимо всячески рекламировать компанию и затенять плохие известия о ней. Получать их советы в высшей степени полезно. Если случается что-нибудь хорошее, они дадут знать об этом всему миру, но когда случается что-то плохое, они сначала излагают свою версию произошедшего, а потом стремятся максимально уменьшить ущерб для репутации фирмы. Ваш СОО может помочь и вам укрепить свой имидж.

Если вы сделали нечто важное вне работы, к примеру выиграли спортивный трофей или опубликовали собственную книгу, позвольте уж своей компании узнать об этом. Не прячьте собственный талант или что-то похожее на него. Вы хотите, чтобы люди принимали в расчет ваши лучшие качества, но не говорите им, каковы они? Когда же дела идут неважно, не пытайтесь оспаривать, будто это не так. Признайте свою ошибку и немедленно попросите помощи. Узнайте, почему вы ошиблись и предпринимайте энергичные шаги для исправления положения. Если вы провалили презентацию, выбившись из сил в ее середине, то должны попросить об обучении вас навыкам презентации и научиться так готовить свои комментарии, чтобы быть понятным любой аудитории.

Вам стоит хорошо узнать главного специалиста своей фирмы по общественным отношениям. Вы могли не предполагать, что придется иметь дело с общественными отношениями, но ведь известно: все больше и больше организаций используют людей из своего же учреждения вместо профессиональных актеров для съемки в рекламных видеоклипах компании или же телевизионной рекламе. Если вы им уже знакомы, имеете желание, и ваш имидж соответствует тому имиджу компании, в каком она хотела бы предстать перед всем миром, тогда у вас есть отличный шанс быть использованным, когда появится такая возможность.

Люди, не работающие в данной компании, часто хотят поговорить с ее представителями (например, я для этой книги просила департаменты общественных отношений крупных фирм, чтобы они нашли мне кого-либо, с кем я могла бы побеседовать на тему имиджа). Если вас расценивают как человека, который принесет хороший материал для встречи и может затем представить компанию в выгодном свете, то вас могут прямо попросить об этом. Если вы дадите знать о себе СОО как о профессионале в каком-либо аспекте деятельности компании, тогда вас могут назначить ее экспертом в этой области — даже если данная область довольно мала и специфична. Как только вы познакомились с вашим СОО и представили фирму в каком-то из средств массовой информации, ваш имидж неумовимо изменится в глазах людей. Для широкой публики вы явитесь в какой-то мере олицетворением самой организации, поскольку они видели именно ваше лицо, если это было телевидение. Коллеги станут смотреть на вас со смесью зависти и уважения. Многие начнут заявлять, будто лично они не хотели бы делать этого, но в

~~Истинности~~ будут завидовать вам. Таким образом, вы поймете, что ваше мнение чего-то стоит. Если же вы хорошо справитесь с очередным заданием, то ваши боссы мысленно отметят, что вы именно тот, кому можно без боязни доверить представлять компанию, кто обладает таким запасом знаний, которые могут стать для них целым состоянием.

ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И СОО

Тема выступления в средствах массовой информации в мельчайших деталях освещается в восьмой главе книги. Здесь же достаточно сказать, что если вы хотите быть полезным вашему СОО как личность, которая может представлять компанию, но вы чувствуете недостаток необходимых навыков и знаний, не позволяйте данному обстоятельству удерживать вас от предложения своих услуг. Просто изложите СОО свою проблему и выслушайте совет. Если он предложит вам дальнейшее обучение, примите его без колебаний.

62

Индивидуальности

Не каждый захочет создавать на своей работе одинаковый для всех имидж. Ведь в творческой среде вы пожелаете одеваться более гармонично с весьма колоритным и дерзким имиджем ваших коллег, нежели нарядитесь в стиле бухгалтеров с их строгими костюмами и серьезными разговорами. Но не слишком обобщайте. Можно быть творческим человеком по манерам, но появиться все же в пиджаке и галстуке и провести для своих коллег из других отделов компании яркую и умную презентацию. Но если вы и бухгалтер, то вам все-таки позволено улыбаться!

В определенной степени можно идти навстречу ожиданиям людей. Будет значительно проще работать с коллегами, если ваш имидж блуждает не слишком далеко от них. Люди всегда чувствуют себя гораздо комфортнее с похожими людьми, поскольку они видят, что вам совершенно нет никакой нужды игнорировать вашу истинную личность или же адаптировать ее к другим ситуациям.

Что говорят профессионалы

Директор по расширению бизнеса в крупной производящей компании Хилари Перкинс

Моя служба совсем недавно изменилась. Хотя я и сохраняю за собой пост в своем старом департаменте, сейчас мне дали поручение, чтобы я открыла дополнительный рынок сбыта и нашла новые возможности для бизнеса.

Моя компания очень сильна, чтобы менять имидж. Но если вы спросите у множества людей, каков же в действительности ее имидж, они, павешное, вспомнят о старых леди, которые что-то вяжут, сидя в уголках, и печатают на машинках. На самом деле мы уже давно не те. Сегодня компания производит материалы для практически необъятного рынка. Так что нам недавно действительно потребовалось изменить имидж и добиться ощущения, что наши люди тоже в чем-то изменились. Тактика, которую избрал мой департамент, состояла в том, чтобы провести очень тонкое объединение торговых марок, которое затем будет означать, что имидж той, прежней, компании приобретет второстепенную значимость в глазах покупателей. Задача, конечно, была сложной, тем не менее мы отошли от старого имиджа. Теперь люди и в самом деле видят нас динамичной, устремленной в будущее организацией.

Как деловой человек, я имею общий взгляд на то, что такое профессионализм. Это значит делать все с высоким качеством и обеспечивать хорошее обслуживание в любых условиях. Полагаю, я сама устанавливаю пределы собственной открытости в рамках такого профессионализма. С моим персоналом, мне кажется, у меня установились открытые, доверительные отношения. С другими людьми — будь то покупатели или клиенты — я придерживаюсь не слишком официального тона общения. Я всегда слеую своим принципам: могу поддержать веселую компанию, но все знают, что в основе моего имиджа лежат деловые качества. Они настолько могут доверять мне, насколько я горжусь собой по результатам своей работы, и не более того. Думаю, в целом у меня не очень запутанное представление о том, как вести себя профессионально.

Наша компания не имеет никаких правил относительно какого-то определенного имиджа или же какого стиля должны придерживаться

ся сотрудники. Мы хотели бы при каждом пересечении, происходящем у нас с внешним миром, оставлять впечатление, что мы профессионалы и творим благое дело и делаем эту нужную работу быстро. Мы никогда не определяем, как людям вести себя, что они обязаны говорить и каков должен быть их образ действий.

Вы спрашиваете, создаю ли я сама определенный имидж. Уверена, что мой имидж заключается в том, что я и мои коллеги неразделимы. Насколько понимаю, я могу воспринимать идеи, могу сама прийти к новым идеям и посмотреть на вещи свежим взглядом. Самое интересное здесь состоит в том, что всем приходится мириться с моей ролью внутри компании, где меня достаточно давно наблюдают, как ее антрепренера. Но очень возможно, что в другой организации, где приняты иной стиль общения, я бы воспринималась совершенно иначе. Мы шутим по этому поводу в нашей управленческой группе, будто для меня важно, чтобы меня не воспринимали творческим агентом, но, думаю, так оно и есть!

Мы с коллегами взяли за правило рассматривать проблемы с разных точек зрения. И в ходе обсуждения можем сказать друг другу: "Эй, погоди минутку, а ты думала об этом в таком-то ключе?" Мы как-то делали стратегический обзор деятельности компании, и я была очень занята, координируя его с генеральным директором. Я думаю, все были слегка удивлены, что он выбрал именно меня для сотрудничества, поскольку никто, пожалуй, не видел во мне эдакого лихого исполнителя. И правда, обычно, получив задание, я не спешу приступать к его выполнению. И все же мне кажется интересным взяться за новую роль в другой команде и хорошо исполнить ее, хотя это иногда может наносить ущерб другим аспектам вашей профессиональной индивидуальности. Теперь берусь за дело лишь тогда, когда сильная сторона моей личности будет в нем явно доминировать.

Я не делаю специальных усилий для изменения собственного имиджа. Если коллеги что-то сказали по этому поводу, я, очевидно, соглашусь и попробую действовать именно так. Но фактически мое поведение по-настоящему начинает меняться тогда, когда обнаруживаются неэффективные приемы работы, и приходит понимание, что и я часть этой неудачи.

Конечно, на работе порой возникали отношения, которые нельзя назвать простыми, и тогда я садилась и думала: "Ну, хорошо, каким

же образом можно установить с ними контакт?”, но не всегда удавалось добиться успеха в установлении лучших взаимоотношений. Но, по крайней мере, я прилагала немалые усилия, чтобы изменить их. Подобные трения, надо сказать, возникали и с теми, кто напрямую работал на меня, и думается, что для персонала очень трудно работать с чрезмерно нестандартными, творчески мыслящими руководителями, от которых неизвестно чего ждать в следующую минуту. Большинство людей, по моему мнению, предпочитает предсказуемые рабочие ситуации. Но я считаю, что риск в нашем деле возникает довольно редко. Впрочем, стала бы я рисковать подобным образом собственными деньгами – не знаю!

Поскольку речь здесь идет о личном имидже менеджеров, то должна сказать, что он, на мой взгляд, определенно воздействует на то, как публика воспринимает компанию, и полагаю, что некоторые компании и в самом деле навязывают своему персоналу правила поведения, но не думаю, что в этом списке могла оказаться моя организация.

Наш бизнес – это создание свободных договорных соглашений, поскольку существует много внешних факторов, с пользой работающих на обе стороны. Клиентам моей компании должно на самом деле нравиться то, что они видят в ее сотруднике, и, полагаю, они должны ощутить, что перед ними человек, способный обогатить их жизнь, и он именно тот, с кем бы им нравилось проводить свое время.

Уверена, последовательный энтузиазм и что-то вроде убеждающего подхода к широкой публике помогают приблизить то, к чему мы стремимся в совершенствовании имиджа, поэтому, где бы кто-либо не встретил человека из моей компании, тот всегда проявит энтузиазм в отношении всего происходящего в компании. А это и будет наибольшим воздействием на коррекцию имиджа и на превращение нашей компании в еще более процветающую.

Не знаю, примут ли коллеги мои наблюдения касательно того, как они представляют самих себя? Они, видимо, умеют слушать, но никогда не смогу сказать этого точно, потому что меня обычно нет там, когда они где-то разговаривают с другими. Но я обязательно прислушиваюсь к ним. Например, мой босс довольно часто говорит со мной о письменных или вербальных презентациях и способен дать мне дельный совет насчет того, как бы он управлял той или иной ситуацией, хотя мы очень несхожие личности. Мне кажется,

мы восхищаемся разными качествами друг в друге, что, на мой взгляд, очень плодотворно. Он, например, может мне сказать: "Ну, а что скажешь насчет действий вот таким образом?", а мне даже такое в голову не приходило, поскольку по темпераменту мы совершенно различны.

Вопрос насчет того, помог ли мне мой личный имидж прогрессировать в компании, относится к числу очень хитрых. Думаю, я пришла в нее как "груз", но оказалась настолько удачливой, что добивалась успеха во многих сферах деятельности. Видимо, я — довольно сильная личность, и потому обязана помнить, что это всегда дает желаемый эффект. Моя сила — в тандеме с данным обстоятельством. Не думаю, что есть много должностей, в которых вы могли бы быть олицетворением самого очарования во время презентации, что не только забыли позвонить по нужному телефону на следующий день, но даже не удосужились сосчитать необходимые вам цифры. Вот, наверное, тот самый "груз", который действует. Но я не думаю, что есть человек, который, обладая всеми моими качествами, зашел бы так далеко.

66

Я довольно смелый человек, и буквально упиваюсь, выставляя свою голову "над бруствером", хотя это довольно рискованное дело, ведь падение бывает очень болезненным. Вы так много ставите на карту, что рискуете собственной личностью, если вдруг ваша карьера окажется под сомнением. Но во многом это именно тот подход, который я выбрала, и думаю, он сыграл решающую роль в моем успехе. Это вовсе не значит, будто любая доля такой смеси субъективизма и компетентности более или менее важна, нежели что-нибудь другое.

Я в самом деле считаю, что в моем имидже есть некоторые составляющие, над которыми следует поработать. Например, моя открытость, это не то, что я собираюсь менять, однако же когда оказываешься в других организациях, люди, очевидно, ожидают от вас большей дисциплинированности и "застегнутости", что является для меня весьма трудным. Мне такое не очень нравится, ведь в реальности есть много касающихся меня вещей, о которых не знают даже люди из моего близкого окружения. Но я-то знаю, что создаю впечатление, будто у меня "все на лице", как говорят в Америке, хотя и не уверена в тот момент, что у меня "на душе". Возможно, это "нечто", над чем нужно поработать, что я и сделаю, когда стану старше и поднимусь значительно выше по служебной лестнице.

Еще один момент. Я практически не имею опыта общения с враждебно настроенными людьми, и, полагаю, здесь мне следует многому научиться. Когда же я сталкиваюсь с клиентами, которые очень сдержанны и являются совершенно иными личностями, я просто как бы отдаляюсь от них. Но на уровне коллег я, по-моему, должна еще многое пересмотреть в отношении избранного мною подхода к ним. Наверно, моей положительной стороной является то, что я способна заинтересовывать и спланировать людей вокруг себя, но обратной стороной медали здесь будет то, что им может показаться, будто они постоянно балансируют над пропастью и даже не очень хорошо знают, как им быть дальше, поскольку кто-то держит их на таком длинном и свободном поводке, что они и закричать о помощи не смеют. Думается, мне необходимо научиться бороться с этим и быть более требовательной, не подрезая при том людям крылья.

Вы спросите меня, нужны ли разного рода курсы. Скажу, что наша компания довольно много устраивает разных тренингов и курсов, которые, на мой взгляд, полезны. Мы все прошли курсы по поведению и исполнительности на рабочем месте, бывшие тогда экспериментом, и думаю, многому там научились. Уж я точно много узнала о том, как часто неправильно вела себя до этого во время исполнения своих обязанностей.

Правда, есть проблемы относительно прохождения курсов по презентациям в группах. Возможно, одной из таких трудностей, связанных с подобными курсами, является факт, что для действительно хороших курсов по презентации нужно, чтобы кто-то просто сидел рядом с тобой и работал, чтобы увеличить эффективность вашей деятельности. Уверена, я могла бы извлечь пользу, если бы кто-то находился со мной и говорил: "Это вы, а это способ, которым представляете себя, и вы, в таком случае, столкнетесь с препятствиями именно такого-то и такого-то рода". Не понимаю, как можно улучшить свои презентационные навыки без получения персональной помощи на рабочем месте. Ведь никто не видит мою презентацию как особую проблему в данный момент, но она может стать проблемой позже.

Очевидно, я не создаю в своем департаменте крайне корпоративного стиля. Ощущаю, однако, что когда мы все работаем здесь, особенно летом, когда тут и правда бывает слишком жарко, мы, по идее, должны бы быть несколько расслабленными, а мы почему-то напряженно работаем. Срабатывает, видимо, внутренняя потребность "быть

как все", которую невозможно игнорировать. Моя личная задача при встрече с покупателем или деловым клиентом — получить какую-то предварительную информацию по стилю одежды, и тогда я могу прийти на деловое свидание в чем угодно — от классического наряда к чуть ли не длинной летящей юбке и босоножкам. Я понимаю, одеваться в данный момент нужно именно так, и убеждена, что если вы примете весьма официальный вид в окружении, которое заставляет людей чувствовать себя неловко, вы достигнете точно такого же эффекта, как если бы пришли в городской банк в трусах. Думаю, это вопрос чутья и стремления выяснить, каким же будет стиль одежды при деловой встрече.

Поэтому у меня есть одежда всего спектра. Я не обладаю чем-то, подходящим под определение "корпоративный костюм", но у меня действительно имеется несколько нарядов, которые кто-нибудь весьма официальный охарактеризовал бы как совсем не деловую одежду, но претендующую на то. В другом конце спектра у меня одежда совершенно не рабочего стиля.

68

Когда происходит адаптация моего имиджа к различным ситуациям, стремлюсь быть очень последовательной в том, какой я изображаю компанию и что говорю о ней. Если встречаюсь с клиентом из рекламного агентства, я обновляю свой опыт в отношении такого типа людей или опыт, который имею в этой сфере; когда я встречаюсь с кем-то, кто преподает в Брэдфорде, я, соответственно, ишу ту часть своего опыта, которая как-то пересекается с их. Так что, думается, содержание нашего разговора приводит лишь к некоторым изменениям атрибутов вашей личности, но не ее сути.

Уверена, человеку очень важно чувствовать, что существует последовательность в том, к чему стремится компания и чего хочет добиться он сам. Думаю, также очень важно как можно больше общаться и достигать соглашений по всем вопросам жизнедеятельности компании и затем доверять этому, понимая, что оно во многом очень личное. Я не обязательно наслаждаюсь содержанием работы, но обязательно удовлетворяюсь самим ее процессом и своими возможностями, и, думаю, очень важно передать подобное ощущение как можно большему числу людей, иначе вы не сможете достичь того, что так необходимо вам.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Выясните, как относятся к вам на работе.
2. Решите, на какую группу на работе вы хотите произвести впечатление.
3. Уточните, какой имидж предпочитает каждая группа.
4. Решите, на улучшение каких аспектов имиджа вам надо потратить деньги.
5. Создавайте капитал на своих достоинствах.
6. Не скромничайте насчет своих достижений.
7. Следите за тенденциями своей компании.
8. Создайте себе как можно больше возможностей.
9. Познакомьтесь со своим СОО.
10. Примите совет СОО относительно встречи со средствами массовой информации.

ТРЕТИЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Если ваша компания организовала учебные курсы с персональным обсуждением по индивидуальному стилю управления, запишитесь на одни из них. Не впадайте в депрессию от услышанного. Записывайте и используйте записи как отправной пункт для улучшения собственного имиджа. В записной книжке сделайте список всех групп, с которыми вам приходится встречаться по ходу работы. Запишите, как, по вашему, они будут оценивать вас. Поставьте птички там, где ваши ожидания оправдались и посмотрите, где – нет. Внесите изменения, чтобы соответствовать этим ожиданиям. Записывайте группы в порядке важности, если таковая существует. Спросите себя, почему вы полагаете, что одни группы важнее других.

Выясните, сколько вы можете себе позволить истратить денег на одежду и обучение. Составьте список расходов на ближайшие шесть месяцев. Запишите, какая одежда нужна вам, и подсчитайте стоимость обучения или занятий. Включите туда цену полезных книг по менеджменту или имиджу, которые следует купить, а также приплюсуйте стоимость

подписки на профессиональные и торговые газеты и журналы. Если ваш бюджет стеснен, пересмотрите свой список и выясните, как можно снизить расходы, например, посещая лишь один раз в неделю библиотеку или же обойдясь без какой-то одной классической детали костюма.

Предпримите шаги, чтобы выяснить, каковы будущие потребности вашего босса и компании. Спросите об этом у менеджера, обслуживающего персонала, своих коллег, секретарей. Составьте список и посмотрите, насколько ваша специализация соответствует этим ожиданиям, следует ли ее повысить, чтобы получить здесь преимущество. Выясните, кто ваш специалист по общественным отношениям, и договоритесь с ним о встрече. Попросите его об обучении вас для контактов со средствами массовой информации, а также выясните, есть ли возможность участвовать в массовых мероприятиях в роли участника или обозревателя.

Повышение по работе

Как предмет купли-продажи, вы все время на виду на своем рабочем месте. Вам нужно "продать" себя своим коллегам, персоналу, боссу, посетителям и т.д. Поэтому нужно постоянно сохранять "товарный вид".

В большинстве случаев вы будете представлять себя на основе "один на один" каким-то личностям внутри вашей организации — когда вы говорите с вашим секретарем или болтаете со своим коллегой из соседнего офиса. Но есть ситуации, когда необходимо быть уверенным, что ваш имидж годится и тогда, когда на вас смотрит много людей.

71

Некоторые из подобных моментов возникают и в рабочей среде. Компании нередко создают открытые офисы и ставят стеклянные панели в кабинетах офисов; еще, например, совместный прием пищи в столовой для персонала. Другие такие ситуации появляются из самой вашей деятельности. Это и собрание совета, встреча с персоналом, совещание с вышестоящими и т.д.

Один на один

Наиболее общая проблема имиджа связана с теми лицами, с которыми вы сталкиваетесь на работе изо дня в день. Не следует думать, что раз вы находитесь в рабочей ситуации, то можете забыть об имидже. Он ведь не только для внешнего мира. Вам нужно влиять на людей, с которыми вы работаете и встречаетесь каждый день, точно так же, как и на случайного посетителя, на широкую публику или покупателей. Если вы небрежны в отношении своего имиджа на работе, это негативно повлияет и на исполнение вами профессиональных обязанностей, окажет неблагоприятное влияние на ваших коллег, находящихся по отношению к вам в роли помощников.

Если вы не относитесь к своему имиджу всерьез, то они подумают, что вы не воспринимаете всерьез и свою работу.

Также надо иметь в виду, что хотя вы проводите весь свой день на работе, не вступая в контакт с широкой публикой, неожиданно может возникнуть ситуация, когда вам придется сделать это. Поэтому ни на минуту не следует менять свой рабочий имидж (вдруг к вам заглянет сама Королева!), вы должны быть презентабельны для всех и в любое время.

ЛИЦОМ К ЛИЦУ

Очень важно, чтобы вы уважительно относились к людям, с которыми вступаете в контакт на работе. Очень плохо, если вы усвоите манеру “лишь бы отвязаться” со всеми, кроме босса. Вас скоро начнут недолюбливать или, в лучшем случае, будут просто терпеть. Нужно помнить, что каждый человек – это личность со своими взглядами, устремлениями, симпатиями, антипатиями и т.д. Вам необходимо сделать привычкой реагировать на каждого как на индивидуальность с ее уникальными взглядами и неповторимым внутренним миром.

Качели имиджа

Не забывайте, нет единого плана и единого пути, по которому моделируется имидж. Его следует создавать во многих направлениях. Для вашего босса вы должны проецировать его как бы вверх, для коллег – в стороны, а для рядового персонала – вниз. Для широкой публики и клиентов – наружу, для себя вы проецируете его внутрь.

Возможно, звучит менторски, но это лишь несколько иначе сказанное утверждение, что вы обязаны приспособливать свой имидж и к ситуации, и к участвующим в ней людям. Не ожидайте положительных результатов, если покажете своему начальнику то же легкомысленное отношение к работе, которое вы можете позволить себе, к примеру, находясь с друзьями. Уж если вы такое сделали, то недолго вам быть на этой работе! Вашему боссу хочется, чтобы вы всегда были уважительны, но не боялись выражать свои взгляды. Нужно быть с ним чуть более официальным, чем обычно, и в то же

время проявлять уверенность в себе и в работе. Для коллег всегда надо быть исполненным профессионального энтузиазма, готовым помочь, дружелюбным и способным откровенно поговорить, если того требуют обстоятельства. Для вашего персонала вам следует оставаться доступным, успокаивающим, поддерживающим и ободряющим, готовым прийти на помощь.

В то же время нет необходимости сильно менять свой имидж ради этого. Вы можете надеть пиджак перед встречей с боссом и называть ее миссис Браун, а не Мери. Но своих коллег допустимо называть Джо и Салли, оставаться с ними без пиджака и позволять уместную шутку. К своим подчиненным можно обращаться по имени, но следует быть несколько более официальным, когда обсуждаете с ними работу.

Формы обращения к вам тоже будут варьировать. Вы не вправе ожидать, что босс станет звать вас просто Джилом, но вам не запрещено попросить об этом своих коллег и персонал. Вы можете разрешить своему штату одеваться на работу неофициально, но в то же время предпочитать, чтобы они одевали пиджаки и называли вас мистером Джонсом, когда разговаривают с вами в вашем офисе.

Решите, как бы вам хотелось, чтобы люди вели себя с вами на различных уровнях, и определите, как следует вести себя с ними. Будьте внимательны, не слишком отклоняйтесь в поведении от группы к группе. Если будете часто меняться от очень неофициального к сверхофициальному, вы будете невольно озадачивать людей, вызывая у них беспокойство, ведь они перестанут понимать, как реагировать на вас в той или иной ситуации.

Вам нужно прикинуть возможности вашего общения с различными людьми вне официальной сферы. Вдруг вы пожелаете проводить уик-энд с боссом, что может оказаться нереальным! Наконец вы решите, что одни коллеги вам подходят, а других вы бы хотели видеть только на работе. Однако всегда будьте корректны в офисе с теми, с кем вы встречаетесь и вне работы. Необходимо быть с ними неизменно дружелюбным, не обнаруживая никакого предпочтения. Надо понимать, что вы обязаны объективно оценивать их работу и строить свои отношения с ними точно так же, как и с остальными сотрудниками, иначе у вас возникнет внутренний разлад с самим собой.

Что же касается персонала, то панибратство с ним имеет свои преимущества и опасности. Совершенно естественно, что вы посещаете вместе со всеми Рождественские обеды, концерты и другие мероп-

рия. Но если вы проводите слишком много времени с одним или двумя конкретными членами персонала, значит, проявляете склонность к фаворитизму. Есть резон в том, что держаться на некоторой дистанции от своих подчиненных лучше, поскольку в таком случае они будут относиться к вам с большим уважением, чем если бы вы были с ними на короткой ноге. И многие компании для решения данной проблемы создают условия, которыми с удовольствием пользуется весь персонал. Это и спортивные центры, хоры, клубы здоровья и так далее. Конечно, вполне разумно воспользоваться такими возможностями, если они существуют, ведь вы можете быть дружелюбным там с любым человеком с работы, не компрометируя себя.

Вам необходимо решить, насколько официальные или неофициальные вы будете для каждой группы в отношении:

- одежды;
- имен;
- приветствий;
- общения;
- инструкций.

Убедительность имиджа

Справедливым будет утверждение, что около 50% успеха вашей работы составляет имидж. И он не дополнение, которое было бы работой только компании и специалистов по общественным отношениям. Вопрос в том, что лишь немногие люди попадают под влияние чистой логики аргумента. Большинство желает видеть перед собой приятного человека, вежливо разговаривающего с ними. И вы никогда не будете хорошим менеджером, если не сможете убедить других людей согласиться с тем или иным положением вещей. Вам нужно уметь убеждать других менять их собственную точку зрения и втягивать их в полемику, чтобы получить возможность парировать их доводы. Не только то, что вы скажете, убедит людей поменять свое мнение, здесь еще важно, как это будет сказано. Следовательно, нужно подбирать необходимый стиль разговора в каждой конкретной ситуации.

Но от вас еще требуется представить и образ, симпатичный любой аудитории. Например, непохоже, чтобы управляющего банком

мог убедить в чем-либо, касающемся финансов, некто, одетый в грязную майку, потрепанные джинсы да еще и невнятно бормочущий. Это может показаться несправедливым, но такова человеческая природа – воспринимать лишь все привычное и кажущееся в силу этого приемлемым. И чтобы добиться своего, вам следует использовать простые и надежные приемы:

1. Прежде всего, находите в других то, что объединяет вас, а не различает. Практически все, что заставляет людей чувствовать себя сродни вам, поможет. Вот почему важно запоминать личные детали и обстоятельства из жизни связанных с вами людей и затем использовать их для создания дружеских уз. Может, у вас обоих маленькие дети или вы оба играете в гольф? Упоминание об этом в начале встречи способно сразу же упростить ситуацию. В случае, когда вы собираетесь беседовать с кем-то, одетым неофициально, вам тоже следует снять пиджак. Подобный жест сделает вас частью ситуации, и вы сгладите свое отличие, оставаясь совершенно официальным.

2. Создавайте в общении положительные, а не отрицательные моменты. Вполне возможно, что вы оба ненавидите столовую для персонала. Но такое выделение придаст любой встрече негативный характер. Лучше подчеркивать то, что нравится вам обоим. Осмыслите следующий пример. Встретились два старших менеджера. Они находились в достаточно натянутых отношениях, и инициатор встречи с беспокойством размышлял, как бы ему упростить ситуацию.

Он вдруг обнаружил, что другой менеджер курит и раздражен проводимой политикой некурения в столовой для персонала. Вместо того, чтобы согласиться и усилить тем самым негативную сторону ситуации, первый менеджер нарушил собственный принцип некурения и принял сигарету от коллеги. Не сказав ни слова, он создал позитивный момент, выразив молчаливое согласие с коллегой в отношении столовой. Никто не станет, конечно, оправдывать возврат к курению, но суть здесь в другом. Всегда старайтесь при встрече подчеркивать общие для вас и партнера позитивные моменты.

3. Если между вами существуют различия, заметные каждому, отметьте их. Нет ничего хуже, чем пытаться поддерживать разговор, имея отличие во взглядах, которое ясно осознается, но все-таки замалчивается. Вытащите эти несовпадения наружу и укажите, что не только присутствующие, но любой человек знает об их существовании. Какова бы ни была ситуация, начните с признания очевид-

ного. Тогда обе стороны смогут говорить открыто, и можно будет с успехом разрешить гораздо больше проблем.

4. Учитывайте ожидания людей. Если другие полагают, что вам следует проходить в дверь первым, тогда вы должны так и поступить, даже если это противоречит вашей естественной вежливости. Если вы хотите, чтобы вас уважали, тогда надо вести себя так, как, по мнению людей, нужно вести себя в вашем положении. Если вы станете поступать наоборот, все начнут конфузиться, не зная, чего же дальше можно от вас ожидать. Значительная часть вашего имиджа должна ясно указывать, что вы неизменно учитываете ожидания людей.

СОБРАНИЕ СОВЕТА МЕНЕДЖЕРОВ

76 — Когда вы явитесь на собрание совета, следует сразу же оценить, насколько ваш имидж соответствует ситуации. Если видите всех просто в сорочках и платях, тогда снимите свой пиджак и станьте частью группы. Это почти сразу сделает вас приемлемым для коллектива, и ваши идеи будут лучше восприниматься. Если вы захотите быть вне ситуации, оставшись одетым официально, то вас подсознательно станут рассматривать как постороннего человека и еще кого-то, с кем надо вести борьбу. Вы должны, таким образом, каждый раз действовать с учетом конкретных обстоятельств. Если видите, что на совещании все проводится официально, со строгой формой обращения и строгим стилем работы, вы должны принять такие условия и адаптироваться к ним. Если же видите, что здесь принято за правило называть друг друга по именам, и каждый вставляет свои замечания, когда они появляются у него, тогда вы можете чувствовать себя свободнее. И еще раз о том, как стать приемлемым. Поскольку вы связаны не только с коллегами, но и со своим боссом, то на собрании совета ориентиром для себя вы можете сделать его поведение.

СОБРАНИЕ ДЕПАРТАМЕНТА

Именно здесь вы больше всего общаетесь со своими коллегами. Хотя атмосфера там бывает более свободной, чем на собрании совета, вам все же нужно сделать все возможное, чтобы ваши идеи были вос-

приняты. Для этого необходимо явить своим коллегам приемлемый имидж и тому, кого вы видите каждый день, и тому, с кем вы встретитесь гораздо реже по ходу своей работы.

Вы не можете войти и изложить свои правила, но у вас имеется возможность адаптировать к ситуации свой имидж и тем самым дать себе больше шансов убедить собравшихся в том, что ваши идеи самые лучшие. Если же вы слишком официальные и чопорны и попытаетесь изменить неписаные законы, вы не достигнете ничего, кроме глухого неприятия вас пришедшими на собрание.

ВСТРЕЧА С ПЕРСОНАЛОМ (ПРИ НАЙМЕ НА РАБОТУ)

Это хитрая ситуация. Вы можете провести такую встречу либо вместе с командой, либо самостоятельно. Как бы вы ни поступили в данной ситуации, нужно быть уверенным, что не вводите в заблуждение того, с кем встретитесь. Например, если вы слишком отойдете от своего обычного рабочего образа, то в таком случае человек, с которым у вас назначено деловое свидание, придет на него как бы с совершенно неверным представлением о вас. Подобный случай приведет к взаимным обвинениям, неуверенности, страху, если не к слезам. В результате вы и сами не получите хорошего работника, который приходит с ожиданием, что босс будет сдержанный, официальный, а сталкивается с совершенно противоположным. Людям нравится работать с таким шефом, с которым, по их мнению, они имеют что-то общее. Если вы обманете их в отношении вашего имиджа, им будет казаться, что их предали.

77

ВАША СОБСТВЕННАЯ ВСТРЕЧА ОТНОСИТЕЛЬНО ПОВЫШЕНИЯ

Теперь в роли интервьюируемого выступаете вы сами. Что должен повествовать о вас ваш имидж? Опять-таки важна последовательность. Ваш будущий босс хочет знать, что за человека он берет на работу. Если вы придете на встречу в ярко-красной рубашке и с золотыми серьгами и при этом будете безостановочно тараторить, а потом придете на работу одетым официально и окажетесь слишком застенчивы, чтобы говорить внятно, ваш босс будет более чем разочарован, и вы не добьетесь того, на что надеялись и рассчитывали.

Если только вы не претендуете на крайне творческую должность, для предстоящей встречи следует одеться несколько официально. То

есть одевайтесь как для более высокой должности, но не перестарайтесь. Если вы нарядитесь точно так же, как человек, у которого вы теперь работаете, интервьюеры могут решить, что у вас нет собственной индивидуальности. Смысл в том, чтобы выглядеть приемлемо: платье, скажем, а не брюки, темный костюм, а не светлый. Постарайтесь иметь по крайней мере один дорогой аксессуар, возможно, шелковый галстук или серебряную брошь, чтобы эстетически несколько приподнять ваш ансамбль.

Смело излагайте свои идеи, но не принимайте самоуверенную позу. Уважение и уверенность — таково правило. Будьте подготовлены. Не надейтесь на то, что поскольку вы делаете эту работу, то вполне можете обойтись без предварительной подготовки. Ведь могли же произойти какие-то изменения с тех пор, когда вы последний раз изучали эту тему. Если возможно, поговорите с человеком, на чье место вы идете, или с его коллегами, чтобы прояснить, каковы самые последние воззрения по данному вопросу.

Если вы претендуете на какую-либо должность за пределами вашей нынешней организации, тогда приготовления необходимы в той же мере, если не больше. Опять же, будьте в этом случае более официальны, чем вы, возможно, бываете обычно. Лучше обезопаситься, чем рисковать потерять работу из-за таких несущественных, казалось бы, деталей.

РАЗГОВОР С ВАШЕЙ СОБСТВЕННОЙ КОМАНДОЙ

Это люди, которых вам необходимо заинтересовать и вести за собой к великим свершениям. Они будут уважать вас за знание работы, энтузиазм, с которым вы выполняете свои обязанности, способность руководить и поддерживать.

Диктаторский стиль управления уже отходит в небытие. Поэтому поощряйте персонал высказывать свое мнение насчет их собственной работы, вашего руководства, коллег. Но убедитесь, что это справедливая, а не злобная критика. Внесите в ситуацию долю юмора. Вам следует выслушать, что хочет сказать ваша команда, но в то же время ваша обязанность — принимать окончательное решение по поводу того, как та или иная работа выполняется. От вас требуется представить им такой имидж, который окажется для них приемлемым, будет поощрять их высказываться. Всегда старайтесь быть ободряющим, поддерживающим своих коллег, будьте готовы делегиро-

вать команде право на инициативу. Дайте ее членам шанс продемонстрировать, на что они способны. Если же вы делаете их работу, потому что “они еще не готовы” или же “я сам могу сделать это быстрее”, тогда вы лишаете их шанса научиться и слишком загружаете себя. В итоге пострадает ваша работа, и никто не будет вас уважать. Позвольте своему персоналу самому выполнять свои обязанности и справедливо разделять с вами реализацию новой идеи. Поддерживайте их и помогайте им. Они отплатят вам сторицей. Если отобьете у них охоту к этому, будете восприниматься ими замкнутым и неотзывчивым человеком, а это — не самый лучший имидж, чтобы знакомить с ним весь мир.

ОБРАЩЕНИЕ ЗА СОВЕТОМ К СТАРШИМ

Довольно опасно излишне выражать и свое уважение. Если вы так боитесь показаться неуважительным, что не смеее высказать свои идеи и суждения, то вас не станут воспринимать как человека, которого ожидают сияющие вершины. Не бойтесь говорить о том, как вы сами видите происходящие события. Но при этом используйте более строгий язык, чем обычно. “Это вздор!” — вряд ли произведет подходящее впечатление, в то время как: “Я не согласен, что это сейчас сработает, поскольку...”, — твердо выразит вашу позицию, не вызывая неприятия и враждебности.

79

Встречи с публикой

Ситуаций, когда вам придется встречаться с публикой, много, и они могут быть самыми разнообразными: это и встречи с клиентами, и выставки, и беседы с местным населением, и работа с жалобами и т.д. И в зависимости от того, как вы сумеете провести такие встречи, люди в дальнейшем будут оценивать вас и вашу работу и деятельность компании в целом.

Не будьте грубы, но и не снисходите к представителям публики. Это казалось бы очевидно, но поразительно, как все-таки часто подобное происходит. Люди не дураки и не станут терпеть подобное обращение с собой. Грубость порой относится не столько к форме высказывания, как к его содержанию. Вполне возможно быть безукоризненно вежливым в словах, выражая и свою неприязнь к че-

ловеку, и свое снисхождение. Вашему адресату вроде бы и грех жаловаться на слова, но смысл их может быть сокрушительно неприятным. У каждого из нас, видимо, есть такой подобный опыт.

Поэтому никогда не поступайте подобным образом. Не только потому, что это крайне плохо, но и в силу того, что слух об этом все равно дойдет до вашей фирмы, вашего босса и ваших коллег. Вы же не думаете, что человек из публики окажется настолько запуганным вами, что даже не станет пытаться сообщить об этом кому-нибудь из вашего окружения. А если он вдруг пожалуется в газету или на радио, то от вашей репутации останутся одни руины, а ваш рабочий имидж превратится в голый нуль.

Каким бы невыносимым, раздражающим, грубым или неприятным ни казался вам представитель публики, следует вести себя с ним безупречно. Если вы не способны на такое, найдите того, кто это сможет. Публика с благодарностью будет вспоминать того доброго, вежливого человека, который хоть как-то пытался помочь людям.

ЗЛОСЛОВИЕ

Не недооценивайте силу словесного осуждения или восхваления. Оброненное кем-нибудь замечание: “Они в этой фирме “Z” совершенно бесполезны. Миссис “У” была беспомощна, а обошлись с ней грубо. Не ходите туда” – в состоянии, словно цунами, разрушить вашу фирму и вашу собственную репутацию, привести к упадку бизнеса, а для исправления этого могут понадобиться годы. Вы можете встречаться с публикой в ходе своей работы, но и в подобных случаях вам надо быть именно таким, каким вас хотят видеть. Вы можете быть наилучшим врачом в мире, но если вы не обладаете тактом и не вполне уверены в собственных диагнозах, то никто не доверит вам лечить себя.

Давайте пообщаемся письменно

Письма к коллегам имеют несколько форм: официальное письмо, излагающее решение о долгосрочной политике фирмы или подтверждающее итоги недавней деловой встречи; неофициальное письмо, возможно, приглашение на какое-либо общественное событие на работе; меморандум или письменная пометка, сопровождающая документ.

Вежливость при написании писем как для коллег, так и для любого другого просто необходима. Правильно пишите слова. Используйте приветствие, которое им кажется приемлемым. Будьте точны в своей информации. Даже неофициальная записка должна быть написана разборчиво и без ошибок.

Плохая грамотность одна из самых неприятных вещей, касающихся писем. Ей нет никакого извинения. Пользуйтесь словарем, даже при необходимости "словарем для неграмотных", или машинкой, пишущей слова по буквам (она размером примерно с маленький калькулятор).

Если ваши письма печатает секретарь, сами проверяйте их соответствие нормам правописания. Если они окажутся неправильно напечатанными, то пострадает не секретарь, а ваш имидж. Если же ей необходим словарь или программа по грамотности, убедитесь, что она их получила.

Не пользуйтесь в своих письмах сленгом или плохим языком. В один прекрасный день вы забудетесь и отправите боссу меморандум, написанный на аргю!

Когда вы сочиняете что-либо для публики, будьте предельно вежливы, стремитесь быть полезным и опять-таки правильно пишите слова. Люди получают огромное удовольствие, показывая своим друзьям официальное письмо и восклицая: "Никто в фирме "XYZ" не может грамотно писать!" И ваши коллеги, и босс перестанут думать о вас, если вы пишете неграмотно или же делаете это в неприемлемой манере. В наше время существует много книг и пособий по обучению письму от руки, так что ваше неразборчивое письмо непростительно с любых точек зрения.

Отвечая на жалобы населения, не начинайте со слов: "Это не наша вина!" Начните с извинений за малейшую ошибку фирмы и только затем излагайте, что будет сделано, чтобы исправить ее. Позвоительно использовать юмор, когда его оправдывает ситуация, а проблема находится вне вашего контроля. Например, ответ чиновника Совета попечителей обеспокоенным матерям, спрашивающим, собираются ли когда-нибудь вернуть на место качели, отсутствующие на детской площадке в течение трех лет, начинался так: "Вы, очевидно, думаете, что колеса Совета вращаются крайне медленно...". Вопреки замыслу получилось слишком верно и точно высветило момент. В конце концов качели вернули на место.

ТЕЛЕФОННЫЕ РАЗГОВОРЫ И МАНЕРЫ

Ваше умение говорить с людьми по телефону является жизненно важной частью вашего имиджа. Телефон – одно из основных инструментов бизнеса сегодня, и способность хорошо пользоваться им будет срабатывать в вашу пользу. На работе вам следует отвечать по телефону следующим:

- приветствие;
- название вашей организации;
- ваше имя;
- если существенно, ваш департамент.

То есть, это должно выглядеть так: “Доброе утро. Джейн Блу из компании “Зеддо”, департамент покупок, слушает вас”, а не просто “Алло”. Звонящий должен понять, что он попал в нужную организацию и иначе он не станет продолжать разговор. Правда, есть некоторые профессии, где, возможно, нецелесообразно называть настоящее имя. В таких случаях можно использовать псевдоним.

82

Женщины-менеджеры, работающие одни или вдали от главного офиса, часто оказываются жертвами непристойностей, их также могут терроризировать и телефонными звонками. Это начинает особенно ощущаться, если звонят из телефона-автомата, что позволяет звонящим оставаться безымянными. Выход здесь в наличии помощника, отвечающего на звонки, который поможет избавиться от неприятных абонентов. Очевидно, большинство женщин предпочло бы поднимать трубку самостоятельно, но в этом случае стоит убедиться, что вы знаете, как быстро связаться с работниками телефонной станции, если разговор становится оскорбительным. Они могут установить контакт с полицией, чтобы выследить звонящего и предотвратить будущие звонки подобного происхождения.

Но сохраняйте спокойствие, если звонящий несчастлив или зол. Вы можете разрядить ситуацию:

- оставаясь учтивым;
- извиняя звонящего, который готов жаловаться на все на свете;
- внимательно слушая, чтобы уяснить проблему и ее масштабы;
- предлагая, где возможно, свою помощь;
- найдя для собеседника по телефону другой источник помощи, если вы помочь не в состоянии;

- уверив абонента, что кто-нибудь из персонала перезвонит позднее, чтобы выяснить, насколько быстро проблема решается.

Убедитесь, что вы говорите разборчиво и что ваши слова не могут быть неверно поняты. Мисс Джонс из Сэйлс может превратиться в мисс Бонс из Уэльс, если вы будете невнимательны к собственным словам.

На ваш имидж может повлиять и то, как вы отвечаете по телефону своим коллегам. Называете ли вы свое полное имя, должность и фамилию или просто имя? Подумайте над этим в каждом конкретном случае.

СДЕЛАЙТЕ МАШИНЫ СВОЕЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Механические помощники при их использовании способны порой обезличить вас, например, когда ваш секретарь проигнорирует основные реквизиты компании, а вы своевременно не вмешаетесь. Во избежание такого можно взять данные либо самой компании и адаптировать их к своим нуждам, либо создать свои собственные и инструктировать секретаря об их постоянном использовании. Иногда бывает достаточно лишь добавить свое имя к какой-нибудь оригинальной версии. Но, возможно, вам захочется сделать это более выразительным и отличимым. Тем не менее будьте осторожны. Листы вашего факса должны быть отчетливыми, не перегруженными и нести определенную базовую информацию помимо печатной информации, которую машина будет выдавать автоматически. Получателю необходимо знать:

- номер листа (включая верхний);
- дату (и, по возможности, время);
- имя и адрес отправителя;
- номер телефона и факса отправителя;
- организацию, к которой относится отправитель;
- кому отвечать, если отправителя не окажется на месте.

Может быть, вполне достаточно только названия вашей компании, но при желании добавьте напечатанное другим шрифтом слово "Факс". Будьте осторожны в использовании забавных рисунков или копировании фривольных: они всегда коробят и настораживают. Создайте имидж действенности и серьезности при пользовании факсом.

Используйте различный размер или жирность шрифта (одного, возможно, не вполне достаточно). И желательно отчетливо выделять свое имя.

Трудно индивидуализировать бумаги из фотокопий. Цветная бумага обычно не подходит, и копии снимаются на стандартную. Вы можете тем не менее как-то отработать заглавную страницу, чтобы защитить ваши фотокопии. Листа с вашим именем, названием компании, номерами телефона и факса и с указанием числа фотокопий окажется вполне достаточно. Еще лучше, если там будет указан полный титул компании.

Что говорят профессионалы

*Менеджер корпоративных коммуникаций компании “Пруденшиал”
Блэкетт Дитчберн*

84

Департамент корпоративных коммуникаций оказывает сильное влияние на все внешние сношения, которые компания имеет с публикой. В сфере моей компетенции находится реклама, спонсорство, исследование рынка, общественных вопросов и вопросов благотворительности, служба информации нашей библиотеки и правительственных отношений. У нас разветвленная структура по всему Объединенному Королевству, и отдельные наши подразделения имеют право периодически контролировать нашу же деятельность. В мои обязанности входит координация их работы и наблюдение за тем, чтобы все происходило внутри приемлемых корпоративных рамок.

В какой же ипостаси хочет предстать перед публикой “Пруденшиал”? Абсолютная честность и взаимовыгодные сделки – это сказано довольно точно. В настоящее время у нас идет пересмотр составляющих нашего имиджа, но одной из вещей, которые мы действительно хотим сохранить в нем и впредь, является упомянутая выше идея справедливых сделок, в основе которой наши огромные знания и колоссальный опыт. Именно они, по нашему мнению, являются лучшей гарантией в соблюдении интересов и удовлетворении запросов наших партнеров и клиентов и сделок с вами, индивидуумом, на основе опыта и знаний, которые, мы думаем, вы признаете как действия в ваших кровных интересах. Я уверен, что именно в этом мы далеко впереди наших конкурентов.

Персональный имидж наших сотрудников, адресованный публи-

ке, практически является тем единственным критерием, по которому она оценивает “Пруденшиал”. Мы ведь представляем бизнес услуг. Возможности широкой клиентуры увидеть, потрогать и испытать “Пруденшиал” ограничиваются рекламой, брошюрами и личными визитами. Такие визиты и деловые беседы очень часто происходят дома, но иногда они проводятся и в офисах независимых консультантов. У нас нет магазина, куда вы могли бы пойти, попробовать и пощупать пальцем качество. У нас все на уровне — лицом к лицу.

Что же касается моего личного имиджа, то первое, что приобретаешь на моей работе, это имидж чрезмерной рекламности. Масса моих дел связана с нею, с дизайном, корпоративной индивидуальностью и предполагается, что они изначально носят пресувеличенный, избыточный характер. То есть не успеете вы начать какое-либо дело, а предрассудки уже существуют. Это не обязательно действует пагубно, но является серьезным препятствием.

Еще одной негативной стороной пребывания в этой моей роли является то, что тебя постоянно обвиняют в дилетанстве, растративании денег, в неспособности принимать прагматичные, обдуманые решения. Поэтому нужно знать, что на передовой человеческого мышления всегда находится обвинение, всем заранее ясно — вы слабый и слишком надуманный. Во многих случаях так оно и есть. В службах рекламы и коммуникаций хватает таких людей. Если вам повезло не родиться таковым, тогда следует постоянно помнить об этом, всегда стремиться представить наиболее разумный вариант решения проблем, претендовать на более деловой вид, и только тогда вы сможете изменить предвзятое, несправедливое мнение о вас.

Не думаю, что могу менять свой имидж в определенных ситуациях. К примеру, я мог бы перестать ругаться. Но ведь это просто вежливость, а не изменение меня. Искренне считаю, что нельзя человеку быть нечестным с самим собой. Я — это я, и потому всегда останусь естественным в любом окружении. Если вы пачкнете делать такие хамелеоновские штучки и говорить: “О да, определенные служащие должны вести себя именно так”, — это явится чистым фарисейством, и, думаю, люди сразу же почувствуют лицемерие.

И еще есть одна вещь, о которой стоило вас предупредить — остерегайтесь стать двуличным боссом. Вы должны быть абсолютно прямым в проведении своей линии. Если же попытаетесь вести себя с одним человеком так, а с другим иначе, вам придется разорваться. Ведь они в состоянии сложить два плюс два. А если будете так

поступать и на собеседованиях с кандидатом на вакансию, то рискуете вызвать подозрение, что вы всегда так ведете себя, и таким образом сами подорвете их доверие к вам.

Я в самом деле считаю, что веду себя несколько необычно, когда мне нужно посоветоваться с вышестоящими. Частично это моя личная проблема. Я не доверяю боссам, но, очевидно, в большей мере, нежели большинство людей, поэтому при обращении наверх я сталкиваюсь в определенной степени с дефицитом уверенности. Поднимаясь по иерархическому Эвересту все выше, вы добираетесь до еще больших "эго", где весьма ощутимыми становятся условности, и они уже не могут при случае чертыхаться: "Что ты себе думаешь?" Они скорее очень уверенные и последовательные, чем хамелеоны. Я, видимо, не такой, мне нужно довольно много времени, чтобы почувствовать себя уверенно, поднимаясь наверх. Но, поднявшись, я прошу у них решения лишь в сложной области. Прошло около восьми лет с того момента, как "Пруденшиал" стала воспринимать всерьез все эти мои "бессмысленные" коммуникации с верхами. Для более старших менеджеров, проработавших здесь по двадцать лет, общение с "верхами" по-прежнему остается сложной проблемой.

Никогда не надеваю специальный костюм или что-нибудь такое для своего начальства. Я меняю свою манеру разговора с ними точно так же, как делаю это в разговоре с другими людьми, когда меня ругают или хвалят. Вы же не заходите к ним с широкой усмешкой на лице и не говорите: "Ха, вы пропали!". Не знаю, явится ли это изменением имиджа. Мне приходится вести наверху гораздо более серьезные разговоры. Маловероятно, чтобы я сказал главному администратору: "Как считаешь, хорошим было пиво во время ланча?" Но может, мне и надо бы так сделать! Не думаю, что люди, которые работают у меня, да и прочие, проводят много времени, размышляя о воздействии собственного имиджа. Их действия и энтузиазм, которые они демонстрируют мне, очень сильно влияют на то, какую помощь и поддержку они получают от меня. Если кто-то начинает изображать дурачка, много усилий стоит оттолкнуть его и сказать: "Смотри, ты знаешь, что никто и не думал о тебе такого".

Вы все больше и больше проявляете свое истинное "Я" по мере того, как поднимаетесь вверх по древу власти, и множество старших менеджеров, как выясняется, оказываются страшными эгоистами, такова их защитная реакция. Кроме того, волны подозрения или даже недоверия вздымаются вокруг, вам ведь приходится быть автором жестких решений, выгонять людей, и как бы вы ни старались,

все равно теперь сомнения будет лежать на ваших истинных мотивах. Не думаю, что люди осознают следующее: они получили плохого босса вследствие непрерывной посылки наверх множества дурных флюидов. Это жесткая констатация, но это правда. Полагаю, лишь немногие менеджеры признают ее.

В "Пруденшиал" есть курсы, которые называются "умение влиять", и, должен признаться, я настроен в отношении их достаточно скептически. Уверен, 99% их времени – пустая его трата. Что там пытаются сделать, так это впихнуть вас в пекные рамки поведения, которые они считают хорошими. Я же думаю, что гораздо важнее быть искренним с самим собой. Подобное может получиться, если босс будет заниматься с вами, периодически повторяя: "Смотри, это сделал ты, и давай оглянемся назад. Как ты оцениваешь следствие твоего действия?", а не объявляя: "Пройдет три дня, и ты выйдешь с курсов с четко запрограммированным имиджем".

Полагаю, здесь важен еще один момент. Если кто-то обладает свойством потрясающе делать свою работу, мне будет все равно, как он выглядит, как ведет себя или что говорит. Когда мои подопечные вершат дела от моего имени и очень стараются, мне никогда не хочется, чтобы они хоть как-то изменили имидж. С моей точки зрения, если ты добился того, что делаешь свое дело хорошо, причем ты действительно силен в том, что делаешь, ты можешь вести себя, как тебе нравится.

Что же касается обучения и контактов с клиентурой, я уверен, что в нашей области люди должны уметь выразить себя, иметь собственный стиль. Ответ по телефону предполагает определенные, присущие ему стандарты, должен делаться быстро, а вам следует говорить так, словно вы именно тот человек, с кем я хотел бы говорить. У одного весь характер держится на умении услужить людям и вызвать доверие, но в смысле конкретных слов, когда нужно произнести нечто большее, чем "алло", он может оказаться хуже всех. Что касается переписки, то лично я против формальных писем. Я бы поощрял людей, чтобы они были естественными, но также могу понять, где может оказаться полезным подход: "Делать надо вот таким образом". Сочиняя письмо, вы обязательно найдете какой-то приемлемый способ его составления, по крайней мере, хотя бы определив в первом параграфе, ответом на какую информацию является оно.

Занимаюсь ли я персонализацией своих листков для факса? Я никогда не задумывался над этим. Может, и надо было бы! У нас есть менеджеры, которые делают именно так, и у них есть своя пер-

сональная бумага для заметок с подобными индивидуальными отличиями. Здесь следует быть очень осторожным, нередко это выглядит безвкусно и претенциозно. Тут обнаруживается двойная связь. По мере того как вы становитесь старше как менеджер, ваше истинное “Я” покрывается все более толстым слоем шелухи, вы принимаете решения внутри ее и меньше всего настроены думать, какое значение для других будет иметь тот или иной жест.

По язык жестов существует. Все, что я говорю и делаю, это жесты к вам, к кому-нибудь еще, или, если данная книга появится в печати, она будет жестом к читателю об этом “претенциозном парне”, который работает в “Пру”!

Если взглянуть на действительно хороших менеджеров, то все они, как правило, очень хорошие слушатели, но не очень высоки в личностном плане. Менеджеры, сильные в личностных моментах, обычно идут вверх. Хорошие менеджеры кажутся иногда совсем другими, производя порой впечатление, что они скорее читают книгу, чем разговаривают с людьми, в то время как на самом деле они внимательно слушают. Главное — чтобы ваш имидж шел в ногу с реальностью. В менеджменте это резюмируется “прогуливанием”. Служащему с ярким талантом исполнителя я бы позволил делать что угодно, то же самое я думаю и о боссе с талантом. На мой взгляд, это условие и является главным стимулом, способным заставить людей что-то делать.

Думаю, вам нужно сознавать, что, когда вы в стрессовой ситуации, очень многие с подозрением отнесутся к вашему имиджу. Люди, которые работают на вас, имеют больше времени, чтобы поговорить об этом и отыскать мотивы. Если в напряженный момент вы надеваете новый костюм, это может привести к выводу о вашем повышении в должности. Если вы пришли в офис сердитым после ссоры со своей женой, то данное обстоятельство не будет скрыто от глаз любого в коридоре. Заключение окажется следующим: “Боже, он в плохом настроении. Должно быть, появились какие-то плохие новости”. Вы должны быть настоящим, чтобы спустя какое-то время люди начали доверять вам и вашим действиям. Если ваш имидж основывается на том, что в прошлом вы были рекордсменом в четком исполнении заданий, то они скажут: “У него сегодня такой вид, словно он собирается на этой неделе перепрыгнуть дом, и, возможно, на следующей неделе он принесет нам хорошие новости”.

Мой совет честолюбивым менеджерам: больше концентрируйтесь на том, чтобы хорошо сделать работу, чем на своем имидже. Но

знайте также, что имидж иногда оказывается более мощным, чем хорошее выполнение работы, но только временами и ненадолго. Если вы сосредоточитесь исключительно на своем имидже, вы можете повернуть два-три проекта, выйти из них с сияющим лицом и цветами, но рано или поздно ваша поверхностность обнаружится. Так что, если временами имидж становится для вас более важным, чем выполнение работы, нужно просто стать более восприимчивым, чем обычно. У меня, как правило, не получается!

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Адаптируйте свой имидж к различным группам.
2. Не пытайтесь отделаться от людей именно потому, что вы на работе.
3. Учитывайте ожидания людей.
4. Не будьте хамелеоном, интервьюируя штат или будучи сами интервьюируемыми.
5. Помните, что имидж — важный инструмент для убеждения.
6. Не будьте снисходительными или грубыми с публикой.
7. Проверьте свою грамотность и убедитесь, что у вас ясный почерк.
8. Отвечайте по телефону, указывая достаточную информацию, чтобы помочь звонящему.
9. Сохраняйте спокойствие, говоря с агрессивным или расстроенным абонентом.
10. Персонализируйте свой факс или фотокопии, но не перестарайтесь с этим.

ЧЕТВЕРТЫЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Теперь, когда вам известно, насколько важен имидж для работы, необходимо четко определить программу его изменения, чтобы извлечь максимальную пользу. Взгляните на свою одежду. Приемлема ли она для большого числа людей? Является ли адаптируемой? Надеваете ли вы или берете с собой на работу пиджак, который можно одеть или снять в зависимости от ситуации? Пройдитесь по своему рабочему гардеробу и рассортируйте одежду по рабочим группам вашей адаптации. Имейте в виду, что отдельные предметы или костюмы спокойных тонов являются более адаптируемыми, чем множество кричащих одеяний. Неяркая одеж-

да может освежиться с помощью аксессуаров и будет выглядеть официально или неофициально, яркая – почти всегда выглядит неофициальной и трудна для модификаций. Составьте список необходимой одежды и решитесь купить то, чего вам не хватает:

1. Костюм.
2. Пиджак.
3. Несколько сорочек.
4. Дополнительные брюки или юбки.
5. Две пары обуви.
6. По крайней мере один хороший аксессуар.

Отшлифуйте технику интервьюирования, задавая вопросы своему супругу, партнеру или другу. Попросите их откровенно сказать, когда это совершенно не соответствует вашему характеру.

А теперь пусть друг проинтервьюирует вас и задаст те же вопросы. Возможно, вы посчитаете, что ваши знания и приемы нуждаются в пополнении и шлифовке, тогда найдите курсы по приемам интервьюирования. Запишите затем, что вы обычно говорите, отвечая по телефону. Если это окажется неинформативным, уточните, что следовало бы говорить, и попрактикуйтесь в этом. В случае необходимости держите эту записку на рабочем столе как напоминание, пока не отпадет необходимость в этом.

Если вы часто общаетесь с публикой, убедитесь, что вы вежливы и в состоянии чем-то помочь конкретно. Не давайте никому повода жаловаться. Посмотрите, есть ли у вас на столе список всех телефонных номеров департамента, чтобы вы могли переадресовать звонящих кому-то другому, если сами не имеете возможности посодействовать им.

Взгляните на копию последнего письма или меморандума, который вы составляли на работе. Приятно ли он оформлен? Грамотно ли он написан? Правильно ли назван адресат? Если нет, внесите исправления и дважды проверьте следующее письмо.

Посмотрите на заглавный лист вашего факса и подумайте, как индивидуализировать его, без всяких излишеств. Может стоит добавить свое имя и изменить шрифт на нем или на слове “факс”? Содержит ли он всю необходимую информацию? Разработайте лучший вариант и поручите секретарю аккуратно скопировать и использовать его впоследствии. Сделайте то же самое с заглавным листом ваших фотокопий.

Работа с клиентами

Если вы уже всерьез занимаетесь бизнесом, то, видимо, и сами знаете, что к числу людей, на которых необходимо производить наилучшее впечатление, относятся прежде всего ваши покупатели или клиенты, как существующие, так и потенциальные. Без них нет прибыли, нет бизнеса и нет работы для вас.

Теперь, наверняка, сами понимаете, как важен собственный имидж для позитивной оценки внешним миром и вас, и вашей работы. Если вы правитесь покупателям, они, естественно, будут лучшего мнения и о вашей работе; когда последние станут уважать вас, то прямо пропорционально уважению поднимется и престиж вашей профессии в глазах общественности.

Следующая глава расскажет вам, как улучшить свой имидж в сознании ваших клиентов и покупателей. В ней будут обсуждаться ситуации, в которых вы часто оказываетесь с ними, и будут даны советы относительно того, как и какой имидж вам следует представлять им.

Неужели покупатели и вправду заботятся?

Вам может показаться, что не имеет большого значения, в каком облике вы появитесь перед своими покупателям. Но тогда не жалуйтесь, если вдруг обнаружите, что они недооценивают вашу работу и ваши способности. Но с какой стати им высоко оценивать вас, если вы не производите впечатления человека, уверенного в том, что он может сделать что-то хорошее для своих клиентов?

Покупателям хочется, чтобы их в первую очередь ценили как личностей, они надеются быть достойными вашего внимания и вашей заботы. Сотрудник фирмы, имеющий не самую престижную работу, но обладающий хорошими манерами в отношении клиентов и поку-

пателей, демонстрирующий полную заинтересованность в них, будет оценен ими несравненно выше, нежели тот, который только и ждет, чтобы его быстрее оставили в покое.

ПОЗАБОТЬТЕСЬ О СВОЕЙ РАБОТЕ

Если вы действительно равнодушны к своей работе, тогда ваш энтузиазм неизбежно обнаружится и окажет благотворное влияние на восприятие вашей личности клиентурой. Если два продавца предлагают одинаковые услуги за одинаковую цену, покупатель обязательно пойдет к тому, кто еще раньше дал ему возможность почувствовать, что воспользоваться такой услугой у него будет приятнее.

И коль вы так "высоко" цените свое дело, что при мыслях о нем у вас не возникает никакого желания захлопать в ладоши, взгляните на него еще раз. Задайте себе следующие вопросы:

- *Может, у меня несоответствующая работа?* Вряд ли, поскольку в этом случае вас бы не заботило, что думают клиенты о вас и о вашей работе. Но если вы ее и вправду ненавидите, тогда вам пужно поискать себе другое занятие.
- *А вдруг это просто скучный момент?* Возможно, ваша деятельность в основном вам интересна, но именно этот проект или работа хотя и необходимы, но скучны. Сохраняйте свой энтузиазм, занимайтесь в свободное время более интересным проектом.
- *А что если мою работу делают скучной коллеги или рядовой персонал?* В таком случае вы не в состоянии сделать ничего реального, чтобы заменить кого-либо в этих группах. Если один или два работника не прилагают усилий, а плетутся в хвосте, то все, что в ваших силах, это сделать какие-то перемещения. Но лучше будет, если вы попытаетесь вызвать энтузиазм у своих людей, начнете выдвигать идеи и предлагать новые подходы к работе. Постарайтесь дать понять своим подчиненным, что их предложения по улучшению работы высоко ценятся. И когда вы начнете стимулировать других, проснется и ваш собственный энтузиазм.
- *Не пытаюсь ли я делать что-нибудь такое, к чему у меня нет соответствующей подготовки?* Если вы недостаточно подготовлены для определенных аспектов собственной деятельности или они просто находятся за пределами вашей специализации, тогда, конечно, работа будет казаться трудной и не приносящей радос-

ти. Не откладывая в долгий ящик, поищите нужные курсы или же используйте другие формы обучения, способные восполнить пробелы в ваших знаниях. Это автоматически начнет стимулировать вас лично, а ваш подход к работе станет более компетентным и энергичным по мере того, как вам будут открываться новые пути выполнения ее, подсказанные полученными знаниями.

- *Я чувствую себя угнетенным своей работой.* Ни одна из форм деятельности не будет в радость, если вы постоянно испытываете сверхволнение, впадаете в панику, в депрессивное состояние и т.д. Следует выяснить, почему так происходит. Возможно, вы слишком много работаете на сугубо своем участке. Если да, то возьмите себе подкрепление, пригласите на помощь ваших лучших специалистов. Не бойтесь этого, дайте другим шанс внести свой вклад в осуществляемое вами. Но когда вы зашли в тупик, то без всякого стеснения попросите у кого-нибудь помочь выйти из такого положения, это гораздо лучше, чем продолжать бессмысленную войну. Ваш авторитет в такой ситуации ничуть не пострадает, скорее наоборот. Но коль вы ощутили себя больным, то следует просто несколько дней отдохнуть и улучшить самочувствие. Никому не будет пользы, если вы будете приходить на работу разбитым и недееспособным. Восстановите свои силы, а потом приходите, переполненный здоровьем и энтузиазмом. Слишком близок последний срок сдачи проекта? Тогда попросите об отсрочке или добейтесь большей помощи в его реализации. Сделайте что-нибудь, но не страдайте молча.

Выяснив причины своего равнодушного отношения к выполнению, вы можете вновь обрести энтузиазм и в то же время резко повысить качество работы.

На каких покупателей следует производить наилучшее впечатление

Какие из покупателей могут оказаться главными для вас? Клиент с крупным заказом в каждые два месяца может быть более важным в финансовом отношении, или покупатель с меньшим заказом в каждые четыре месяца из небольшой фирмы, или потребитель-индивидуал? Вопрос, на первый взгляд, риторический, поэтому разумнее

всего, казалось бы, сконцентрироваться на улучшении вашего имиджа для главного покупателя.

Но это недальновидный подход. Вы, конечно, можете поступить так, и нет сомнений, что ваши отношения с крупным клиентом улучшатся. Но, игнорируя более мелких покупателей, вы подвергаете себя многим опасностям.

Первая из них состоит в том, что если вы пренебрегаете мелкой рыбешкой, то у вас не будет мелких заказов, помогающих вам преодолеть отсутствие крупного покупателя. К тому же, можете ли вы с уверенностью сказать, что ни один из ваших младших бухгалтеров никогда не становился главным бухгалтером? Не будете ли впоследствии сожалеть, если вдруг маленькая компания с мелким заказом неожиданно укрупнится и станет делать закупки где-то на стороне, поскольку вы ею однажды пренебрегли?

Когда вы тратите время для улучшения своего имиджа для всех своих клиентов, то автоматически обеспечиваете себе покупательскую лояльность, которая окажет вам хорошую услугу даже в отдаленном будущем. Мелкие покупатели будут поддерживать вас в трудные времена, а главные подталкивать вверх ваши финансы. И если вдруг ваша главная компания-покупатель станет гигантской, а незначительный вроде бы клиент превратится в ключевую фигуру в крупном концерне, и все они по-прежнему будут пользоваться вашими услугами, значит, вас высоко оценили.

Мораль здесь в том, что нельзя позволять своему имиджу как бы предусмотрительно забегать вперед в возможных связях с клиентами, поскольку ваша теперешняя репутация слишком дальновидного способна повлиять на отношения с ними в будущем.

Сотрудничающие клиенты и компании часто общаются друг с другом. Их менеджеры видят друг друга на конференциях, персонал встречается на улице, боссы при необходимости звонят друг другу. И если ваш имидж потускнел для одной организации, он может начать тускнеть и для всех остальных компаний. То же самое верно и в отношении людей. Когда вашими клиентами являются люди, а не фирмы, и если они работают в смежных областях, то они через общение или же чтение своих профессиональных журналов очень скоро узнают, что вы обращаетесь с одними людьми так, а с другими иначе. Значит, подумают они, не следует рисковать. Поэтому вы должны всегда строить свой авторитет и репутацию своей работы на абсолютно всестороннем качестве для всех людей без исключения.

КТО ОНИ, ВАШИ ГЛАВНЫЕ КЛИЕНТЫ?

Из того, что я только что сказала, должно быть ясно, что все клиенты главные. Но могут быть отдельные случаи, и только отдельные, когда необходимо представить свой имидж определенным покупателям несколько в ином свете. Это:

1. Покупатель планирует заняться своими делами где-то в другом месте.
2. Вам обещали работу, если вы измените определенные аспекты своего имиджа.
3. Вы считаете, что имидж, который вы представляете своим клиентам, устарел.

Многое зависит от того, насколько важным для себя вы считаете покупателя. Если это постоянные и быстро оплачивающие счета клиенты, и вы считаете, что их потеря будет весьма убыточной, тогда вам следует подумать об изменении своего имиджа, чтобы удержать их.

С другой стороны, когда они доставляют больше хлопот, чем выгод (а даже главные клиенты могут быть таковыми), тогда позвольте им уйти и сохраните нетронутым свой теперешний имидж. Иногда запросы покупателя бывают настолько завышенными, что вы тратите гораздо больше времени и энергии на их удовлетворение, нежели стоит эта покупка. Когда они уйдут от вас, возможно произойдет уменьшение доходов, зато вы сможете вскоре заработать больше, получив дополнительное время как для других клиентов, так и время, чтобы сконцентрироваться на расширении вашего бизнеса. Не следует недооценивать важность своего здоровья и здравого рассудка. Если вы действительно решили, что клиентов необходимо удерживать, выясните, что их не устраивает в вас. Если качество ваших услуг отличное, но они не хотят больше иметь с вами дела, поскольку ваш имидж устарел, тогда вам следует серьезно поразмыслить, как опять сделать его современным. Подобное осмысливание должно стать затем регулярным. Даже фирмы и отдельные лица, последовательно представляющие "традиционный" имидж, нуждаются в постоянном прибавлении дополнительных штрихов, позволяющих им оставаться на требуемом уровне.

Точно так же, как фирма может слегка изменить свое название, внедрить незаметную, но существенную технологию, или несколько

иначе сшить свою униформу, так и вы, как частное лицо, можете добавить кое-какие новые штрихи, которые задействуют фактор узнавания. Вы хотите, чтобы ваши клиенты воспринимали вас как хорошего знакомого, обеспечивающего услуги высокого уровня, к тому же еще и современного. Посмотрите, что бы вы могли сделать:

- изменить одежду, используя модную линию воротника, другую ширину плеч, ходовые расцветки, популярную стрижку ;
- вложить деньги в технику, например, приобрести факс, ксерокс или автоответчик (как вы вообще без них живете?);
- сменить канцелярские принадлежности в офисе;
- обучить персонал более новым методам работы с телефоном, чтобы клиент получал ясный, правящийся ему ответ;
- увеличить время для ответа на письма, факсы, звонки;
- направлять больше ваших людей на встречи с клиентами;
- почаще встречать покупателей лично;
- лучше реагировать на пужды потребителей.

Все это может показаться очевидным, но удивительно, как много еще можно найти в папи дни компаний и людей в них, которые и теперь принимают клиентов, и рады будут принимать их в дальнейшем, по старинке. Хотя достаточно сделать несколько простейших изменений, чтобы вернуть себе своих покупателей и сделать их более удовлетворенными от общения с вами.

Позволяли ли вы своему сервису скатиться вниз? Будь вы профессионал, работающий лишь на себя, или же в своем лице представляете большую компанию, сервис, предлагаемый вами, должен быть лучшим, что вы только могли бы когда-нибудь предложить. И услуги, которые вы оказываете одному покупателю, должны быть точно такими же, какие вы оказываете другому.

Если покупатели говорят вам, к примеру: "Я буду делать покупки где-нибудь в другом месте, если вы не сделаете свое обслуживание более приемлемым для молодых матерей", то вам нужно всерьез задуматься, почему они вам так говорят. Может потому, что вы вообще не пытаетесь привлечь молодых мам пользоваться вашим бизнесом? Возможно потому, что молодые матери в общем-то и не прочь делать у вас покупки, но вы не делаете никаких попыток еще чем-то большим привлечь их? Вдруг кто-то из них, воспользовавшись вашим сервисом, нашел его неудовлетворительным?

Когда у вас есть клиент, желающий твердо знать, что партнерство с вами приносит пользу его бизнесу тем, как вы обслуживаете юных мамаш, то если вы хотите сохранить этого клиента, вам необходимо учесть его пожелание. Сочувствует ли ваш персонал молодым мамам? Привлекает ли их ваша реклама? Реально ли в вашей сфере создать больше возможностей для удовлетворения их запросов? Выходите ли вы на улицу побеседовать с молодыми матерями, чтобы выяснить, чего же они хотят? Подходяще ли вы одеты и ведете себя таким образом, который заслуживает доверия молодых женщин?

Внесение небольших, но необходимых изменений в эти вопросы может в итоге значить, что вы сохраните своих покупателей и одновременно будете стимулировать их к новым покупкам.

Как заставить своих клиентов полюбить вас

Ваши покупатели и клиенты согласны полюбить вас за следующие вещи:

- отличное обслуживание или продукцию;
- надежность;
- разумные цены;
- скорость обслуживания;
- личное внимание;
- приятное отношение к ним конкретных людей из фирмы;
- современный имидж;
- отличное обслуживание и в дальнейшем;
- нечто неопределимое, что делает вас исключительным.

Вы можете заявить, что вы и ваша компания вроде бы все это обеспечивают, и клиенты, дескать, выглядят вполне довольными благодаря вам. Но присмотритесь внимательней. Нет ли здесь каких-либо деталей, которые вы упускаете? Взгляните по очереди на каждый из пунктов в отношении своего собственного имиджа. Существуют ли какие-то способы, которыми можно хоть как-то улучшить их?

Если у вас все “о-кей”, то вам просто везет, но я полагаю, что в любом случае есть возможность для усовершенствования. И даже какое-то небольшое на первый взгляд отличие обладает способностью

радикально изменить и ваш имидж, и ценность вашей работы в глазах клиентов.

Менеджер, перешедший на работу с факсом после нескольких лет отправки писем почтой, буквально в течение часа изменит в лучшую сторону свой имидж, и его авторитет вырастет в глазах покупателей.

Руководитель, находящий время для личных встреч с покупателями, улучшает как свой личный имидж, так и имидж фирмы.

Профессионалы, успевающие сделать телефонный звонок и выяснить, довольны ли их клиенты качеством обслуживания, несомненно улучшают свой собственный имидж и имидж своей организации.

Фирма, создающая хорошие условия для пожилых людей, когда они ждут очереди для обслуживания, укрепляет свою репутацию.

Контакты очень важны

98

Ваши будущие покупатели, так же как и уже имеющиеся, находятся где-то во вне. И если вы не встречаетесь с ними, то как вы сможете иначе повлиять на них своим обаянием и оставить хорошее впечатление о вашей работе? Тут вы должны сами предлагать себя публике.

Какими же возможностями вы обладаете или способны создать их для таких встреч с публикой? Конечно, подобные контакты могут непосредственно связываться с вашей работой, например, это деловые ланчи или конференции, но они могут быть и более неофициальными, скажем, такие, как предварительные переговоры или прогулка с посетителями. Давайте более детально рассмотрим некоторые из них.

БЕСЕДЫ

Местные или же более широкие группы потребителей часто просят лиц определенной специализации из фирм и организаций прийти и побеседовать с ними. Это примерно, как полицейские констебли, водители скорой помощи или пожарные приходят в местные школы, чтобы рассказать детям, чем они занимаются, или же это может происходить более официально, когда, например, речь идет о большой региональной группе по специфике вашей деятельности.

Используйте шанс побывать на такой беседе, если он появится. Это идеальная возможность появиться во внешнем мире и встретиться с публикой, с вашими клиентами, произвести на них хорошее впечатление. Если вас не приглашают на такую беседу, можно самому предложить свои услуги. Многие организации заинтересованы иметь таких спикеров, и некоторые даже предлагают плату за подобные выступления. Попробуйте выступить в местных политических группах или их секциях, таких хотя бы, как женская или негритянская, например, в институте женщин или Гильдии женщин города, в благотворительном обществе, в школах и клубах. Если вы достаточно опытны и располагаете временем, неплохо было бы включить в этот круг и образовательные классы для взрослых из Рабочей Образовательной Ассоциации.

Не пренебрегайте также беседами с детьми. Не только потому, что они ваши будущие покупатели (или сотрудники), но и потому, что малыши в состоянии оказать мощное воздействие на своих родителей или опекунов. Если они хотят пойти к дантисту мистеру Грину, потому что тот был таким милым, когда беседовал с ними в школе, то в итоге мистер Грин получит больше клиентов. И напротив, если дети отказываются проходить даже рядом с доктором Кларком, потому что он был груб с ними, то у последнего могут возникнуть проблемы в том, чтобы хоть кто-то из семьи школьника вновь прошел в дверь этого хирурга. Не снисходите к детям, просто убедитесь, что вы все понятно объясняете им. Направляясь на встречу с детьми, не надевайте слишком строгую одежду, иначе вам будет труднее наладить с ними контакт. Неплохо будет также присоединиться к занятиям более старших учеников, не опасаясь за свое достоинство или наряд.

Если вы или ваша фирма могли бы организовать ребятам посещение вашего рабочего места, то это бы очень порадовало и учеников, и персонал, и бесконечно бы впечатлило родителей. Я сама мать, но никогда не сидела в пожарной машине, не посещала полицейскую конюшню и не видела, где рождается газета. Но все равно больше всего меня впечатляют организации, которые дают такую возможность увидеть это моим детям и их сверстникам.

Взрослые и дети одинаково нуждаются в том, чтобы в таких беседах присутствовал юмор. Не только потому, что он способствует хорошему самочувствию, его наличие, помимо прочего, делает вас более симпатичным и доступным. Остерегайтесь тем не менее отпускать шуточки исключительно для взрослых в группе, где есть и взрос-

лые, и дети. Это продемонстрирует им, что вы смотрите на них свысока и, понятно, не расположит к вам эту юную часть аудитории. Беседуя со взрослыми, не бойтесь упоминать менее чарующие моменты своей работы, когда и вы делали ошибки. Каждому нравится узнавать, что и другие ошибаются, и он уважает людей, которые допускают такое и все равно остаются преуспевающими. Это вселяет надежду людям.

КОНФЕРЕНЦИИ

Существует много видов различных конференций. Одни из них могут проводиться для коллег — по бизнесу, поставщиков, другие — для клиентов или же широкой публики. Если какое-то из подобных мероприятий предназначено для последних, то у вас появляется большой шанс оставить хорошее впечатление. Типичная конференция будет состоять из разговоров в течение почти всего дня и плюс обеда.

Вы, надеюсь, будете выступать. Если вас не попросили это сделать, можно попроситься самому. Особенно, если имеется какой-то важный аспект вашей работы, который другим способом не будет затронут на конференции.

Одеться для выступления вы должны изящно, но удобно. Выглядите так, будто вы отлично знаете, что делаете. Но приспособьтесь к аудитории. Если это весьма официальная группа японских бизнесменов или консервативно одетых бухгалтеров, оденьтесь соответственно. Если же она состоит, к примеру, из сотрудников рекламы в более экзотических и случайных нарядах, снимите свой пиджак и галстук или в буквальном смысле засучите рукава и добейтесь большего единства с аудиторией. Беседа с ней — это нечто большее, чем простое стояние перед залом с руками по швам. Вам необходимо продемонстрировать профессионализм в своем деле и выразить его так, чтобы ваша аудитория все поняла и оценила вас по достоинству. Ниже даны некоторые ключевые моменты для успешного выступления:

1. *Найдите свой предмет.* Если вы знаете о нем недостаточно, то начнете во время выступления "топнуть", и аудитория непременно заметит ваши затруднения. Поэтому хорошо подготовьтесь заранее.
2. *Приспособьте свою речь к аудитории.* Не говорите техническими терминами с широкой публикой или же общими словами с группой промышленных экспертов.

3. *Говорите ясно.* “Говорите для часов на задней стенке зала” – правило тоже справедливое. Проверьте заранее микрофон, если будете им пользоваться.
4. *Время от времени шутите.* Шутки не должны быть сложными и агрессивными, и в первую очередь вам следует мягко высмеивать вас самих. Людям нравится юмор и самоирония выступающих.
5. *Используйте иллюстрации,* слайды, рисунки, фильмы, если такое возможно. Они помогают вам лучше запомнить свою речь и заинтересовывают аудиторию. Перед этим желательно провести репетицию дома и убедиться, что вы умеете управляться с демонстрационной техникой.
6. *Не пейте перед выступлением* слишком много, но один бокал вина способен помочь расслабиться. Два или больше в лучшем случае сделают вас несколько несобраным, а в худшем просто пьяным, неспособным четко провести беседу. Представьте, что произойдет с вашим имиджем в подобном случае!
7. *Если аудитория начнет задавать вопросы,* оставайтесь с ней до конца. Давайте только честные ответы, а если чего-либо не знаете, так и скажите.

Более детально о беседах и презентациях я буду говорить в следующей главе.

Вы можете прийти на конференцию не только в качестве выступающего, чтобы укрепить или свой собственный имидж, или вашей компании. Вашей ролью тогда станет участие в ней в качестве простого слушателя.

Вы можете подумать, что весьма сложно сделать что-то для улучшения своего имиджа, находясь в зале. Но, согласитесь, ведь не только восседающие на сцене имеют право на внимание к себе. Если суместе, расположитесь в передней части зала, но не в первом ряду. Внимательно слушайте, что говорят выступающие, и когда они спрашивают, есть ли вопросы, всегда имейте хотя бы один такой наготове. Не старайтесь казаться слишком умным, но ваши вопросы должны звучать интеллигентно. Например: “Я заинтересовался вашей историей относительно... Не могли бы вы объяснить, как она связана с ...?” Всегда старайтесь задать вопрос первым. Руководству компании нравится, когда их представители таким образом показывают себя, и многие поощряют использование подобной тактики, пос-

кольку она обнаруживает образ компании перед большой аудиторией, особенно если вы еще и скажете: “Я Боб Браун из компании XYZ”, а потом уже зададите вопрос.

Бывает, если конференция особенно важная, о вас и вашем вопросе упомянет местная газета или же на вас может нацелиться телевизионная камера, когда ожидаемый вопрос покажется телерепортеру интересным. Если вы работаете только на себя, то можете использовать ту же тактику. Но теперь следует назваться, скажем, так: “Мэри Смит – консультант”.

Максимально воспользуйтесь возможностью познакомиться с как можно большим числом участников конференции либо в баре и столовой, либо на других социальных и культурных мероприятиях. Создание сети знакомых должно стать одной из главных ваших целей и являться приоритетным моментом на конференции.

Хотя большинство людей будут носить в ходе конференции нагрудные значки с именами, вам, наверное, трудно будет запомнить все эти имена. И к тому же такой способ выглядит не слишком этичным, когда вы наклоняетесь и вписываетесь взглядом в чей-то значок с именем. Чтобы легче запомнить имена, соблюдайте следующие правила:

1. Когда вам называют свое имя, сразу же повторите его: “Рад встретиться с вами, Джон”.
2. Вновь используйте это имя в разговоре как можно скорее, например: “Интересно, Мери (Джон), ты часто находишь...?”
3. Соедините в своем сознании новое для вас имя с какими-то запоминающимися характеристиками: “Джон Блэк специалист по маркетингу с красными очками”, “Мэри Грин женщина с серебристыми волосами из компании XZX”.
4. Сразу же, когда вы вернетесь к себе, сделайте список людей, с которыми вы познакомились и хотели бы поддерживать связи, вместе с характеристиками, которые вы им дали.
5. Не теряйте ничьих деловых карточек, как можно скорее начните дополнять их полезными сведениями.

ВЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ФИРМЫ НА МЕРОПРИЯТИЯХ

Как у представителя своей фирмы или же просто собственной проф-

ессии у вас есть прекрасные возможности посещать многие мероприятия, к примеру, спортивные состязания, социальные, деловые встречи между компаниями. И насколько хорошо вы будете делать это, станет определяющим, как высоко оценят окружающие ваш собственный имидж, а также имидж компании.

Не упускайте ни одного шанса представить вашу фирму. Это всегда отличная возможность в лучшем виде явиться перед публикой и повысить себя в глазах своего начальства. В конце концов вас бы не выбрали для данной миссии, если бы они не считали, что вы для такой роли подходите и вызывали у них доверие.

Проведите необходимые приготовления. Никто еще не улучшал свой имидж, прибыв на мероприятие не зная, зачем оно проводится и почему все собрались здесь. Вам необходимо выяснить:

1. Какое именно это мероприятие? К примеру, если это социальное событие, то какая его разновидность.
2. Кто там будет?
3. Когда оно состоится и, пожалуй, более важно, когда оно завершится, чтобы вы могли планировать свое время.
4. Какую следует выбрать одежду. Должен ли это быть обеденный пиджак и вечернее платье, белый галстук или что-то менее официальное?
5. Как бы вы должны одеться с точки зрения вашей фирмы?
6. Какие сделаны приготовления для проведения мероприятия? Предусмотрено ли там какое-то общее место для сбора? Как туда попасть? Подготовлены ли сидячие места, значки, папки?
7. Кто руководит всем этим?
8. Кто отвечает за проведение мероприятия?
9. Если предстоит беседа, то ответы на какие вопросы хотела бы получить ваша компания?
10. Кто там будет самым важным и с кем можно было бы встретиться?

Убедитесь, что вы прибыли в удобное время и знаете, какие уже сделаны приготовления и что вы одеты соответственно. Если требуется почистить ваш обеденный пиджак или вечернее платье, сделайте это заранее. Просмотрите информацию по предмету беседы, если таковая будет, и убедитесь, что вы знаете, кто будет присутствовать

и чем конкретно они занимаются, их важность для вашей фирмы. Если же вы представляете себя или свою профессию, пользуйтесь теми же правилами, и постарайтесь в индивидуальном порядке выяснить, кто будет вам полезен.

Даже если вы от природы застенчивы, все равно не следует скромно стоять в углу. Ваш имидж зависит от пребывания на мероприятиях в образе открытого и дружелюбного человека, умеющего и желающего слушать других людей. Там вы можете найти многих и скучными, и раздражительными, но тем не менее они могут оказаться полезными для вас или вашей компании. Не показывайте, что они вам не нравятся.

ДЕЛОВЫЕ ЛАНЧИ

Деловые ланчи могут быть чем угодно, начиная от легкой закуски в местной пивной вместе с коллегой до грандиозного пира на двенадцать человек в зале для совещаний. Ваш имидж в таких случаях должен соответствовать ситуации. С коллегой или дружески настроенным члном компании можно быть более расслабленным и непосредственным. С более же официальной группой нужно вести себя дружелюбно, но не следует первым начинать разговор. Каким бы ни был деловой ланч, надо помнить, что он проводится для продолжения дел. Вы можете снизойти до общей болтовни (и у вас окажется слишком непреклонный вид, если не сумеете сделать этого), но вам следует быть готовым к обсуждению вопросов бизнеса и возможности прийти к какому-то соглашению. Времена солидных деловых ланчей, похоже, безвозвратно уходят. В сегодняшнем быстротекущем мире уже непозволительно есть и пить весьма продолжительное время и в итоге оказаться неспособным сделать многое в течение остального дня. Не можем мы позволить себе и затянуть ланч хотя бы на три часа — можете быть уверены, что ваши конкуренты не сделают такого. В общем, если вы позволите себе плотно поесть и хорошенько выпить, ваш имидж пострадает. Вас запомнят как человека, не собирающегося быстро продвигаться вперед и с которым не стоит общаться. Другие же не станут есть и пить много и рано выйдут из-за стола, обойдя вас.

Тяготение к выпивке на деловом ланче явится, пожалуй, одной из худших вещей. Будете слишком много пить, не сможете хорошо сконцентрироваться, легко допустите неосторожность и позволите неприемлемое поведение. Если не уверены в себе, приклейтесь к одному

лишь стакану алкоголя с минеральной водой. Впрочем, никто ничего плохого не подумает, если вы будете пить только воду, и в наше время так делают многие. Это покажет всем, что вы хотите оставаться деятельным, стремитесь уделять достаточно внимания тому, что люди хотят сказать вам.

ПОСЕТИТЕЛИ

Вас могут попросить познакомить посетителей с вашей компанией, или же вы сами решите показать людям, что находится вокруг вашего рабочего места. Здесь ваш имидж опять войдет в прямой контакт с публикой. Если вы для этого лишь ненадолго оторвались от своих обязанностей, то можете оставаться в рабочей одежде, но она должна быть чистой и аккуратной. Если же вам предстоит провести целый день, знакомя людей с фирмой, тогда предполагается более официальная одежда. Убедитесь, что все требования безопасности соблюдаются, и вам не придется опекать в этом смысле своих гостей. Посетители неизбежно проявят подлинный интерес к тому, как другие исполняют свою работу. Они могут не понимать ее, но это вовсе не значит, будто с ними можно обращаться как с недоумками.

Будьте энергичны, гордитесь своим рабочим местом. Ведь посетителям запомнится именно вы, а не то короткое появление Главного администратора, появившегося перед ними где-то на почтительном отдалении. Ваше дружелюбие, корректное поведение, ясные ответы на вопросы, энтузиазм и энергия — вот что останется в памяти посетивших вас. Если вам удастся произвести на них хорошее впечатление, то именно в таком свете будет восприниматься ваша работа в дальнейшем, и фирма получит в конечном итоге прибыль. Но главное заключается в том, что именно ваше имя они унесут с собой. “Нам все вокруг показала миссис Робинсон. Она была исключительно дружелюбна с нами”.

ОБЕДЫ

Обеды, как правило, более официальные, нежели деловые ланчи, и вам для таких случаев необходимо быть соответственно одетым. Здесь также избегайте излишней выпивки и в случае необходимости договоритесь заранее о такси, чтобы благополучно добраться домой. Вни-

мательно прислушивайтесь, какая форма обращения друг к другу принята здесь. Если присутствующие на обеде окажутся вашими старыми знакомыми и вы раньше называли их по имени, то у вас нет проблем. Но коль вы в этом смысле сомневаетесь в отношении тех, кто старше, или же людей из других компаний, тогда при разговоре с ними используйте их должность, пока не убедитесь, что вполне уместно перейти и на обращение по имени. Обычно вы услышите: “Пожалуйста, называйте меня Бетти,”— после первого же официального обращения, но многие из высокопоставленных администраторов предпочитают, чтобы их называли по должности, сохраняя тем самым устраивающую их степень официальности. Ваш имидж вряд ли упрочится, если вы ворветесь в обеденный зал и станете называть по именам всех, кто бы это ни был. Просто вас расценят как самоуверенного и недостаточно зрелого человека, чтобы иметь с вами дела. Это не значит, будто надо быть серьезным все время, однако собственное “легкомыслие” нужно держать под контролем. Никаких шуток в адрес конкурирующей компании, если ее представитель у вас за спиной!

Встреча очень важной персоны

Не говорите, что вам никогда не придется встречать очень важную персону. Ею может оказаться кто-нибудь из вашей компании, например ее президент, которого только что назначили, или олимпийская чемпионка по плаванию. Вы можете встретить и поп-звезд на приемах, устроенных в их честь; ведущих популярных телепрограмм, использующих площадку вашей компании для съемок; членов королевской фамилии во время их визита или местного мэра во время официальных церемоний. Вам, возможно, не удастся проявить себя на всех этих встречах очень важных персон, но не вздумайте пропустить подобное мероприятие! Сам факт вашего общения со знаменитыми людьми сделает чудеса для известности вашей фирмы и, кроме того, чудодейственно улучшит и личный ваш имидж.

Для подобной встречи оденьтесь респектабельно, будьте уважительны, смейтесь их шуткам и мило объясняйте специфику своей работы или компании. Если к тому же рядом окажется фотограф или репортер, или телекамеры будут окружать очень важную персону, это не принесет вам вреда! Вы можете встретить важных лиц и после работы, и у себя дома, или же в какой-то иной ситуации, когда где-

то на стороне что-то делаете для своей фирмы. Никогда не будьте грубы с ними, какого бы мнения вы не придерживались о них. Это не принесет вашему имиджу никакой пользы.

Что говорят профессионалы

Руководитель отдела общественных отношений “Мэнвеб” Джой Кинг

Имидж “Мэнвеба” – это то, как его воспринимает широкая публика. Недавно мы провели кое-какие основательные исследования. Мы пребывали в уверенности, что большинство людей знает нас достаточно хорошо, и будто бы они все по отношению к нам настроены достаточно благожелательно. Однако выяснилось: по отношению к “Мэнвебу” очень многие испытывают враждебность, которую сами даже не всегда осознают. Её источник в том, что “Мэнвеб” – одна из организаций, которая оказывает своим потребителям жизненно важные услуги, исполнение которых они не могут проконтролировать.

Первос, что мы решили изменить – это привести нашу деятельность в соответствие с пожеланиями общественности и сделать все возможное для того, чтобы убедить покупателей и клиентов в следующем: наше поведение по отношению к ним ни в коей мере не является показушно покровительственным, а носит дружеский, советующий и ненавязчивый характер, пытающийся лишь подсказать, как им можно самостоятельно поступить, чтобы получить возможность контроля за исполнением их заказа. Это касается буквально всех аспектов нашей деятельности и нацелено на расширение для клиентуры возможностей в выборе.

Мы хотим, чтобы в нас видели профессиональную организацию, представляющую покупателям широкий набор услуг, которые способны отвечать требованиям высшего качества и вызывать доверие потребителей. К тому же подобный сервис должен быть привлекательным по своей стоимости. Именно таким путем мы стремимся создать себе репутацию организации, обеспечивающей покупателям выгоду за счет высокого качества и низкой стоимости.

Одной из наиболее важных вещей, с моей точки зрения, является последовательность и постоянство любой информации, касающейся компании. Вы не должны ничего менять, вам следует лишь “подо-

гнать" ее под ту или иную аудиторню. Так что хотя информация и "подгоняется", но это должно касаться лишь способа передачи, а не самого содержания.

Хочется, чтобы меня воспринимали как профессионала, выполняющего свою работу настолько хорошо, что можно было бы сказать: "Она талантливейшая из специалистов по ОО (Общественным отношениям) во всей стране". Подобное восприятие меня самой отразится и на компании, а это как раз то, чего я хочу: моя организация должна быть одной из лучших в Великобритании. Если вы достигли такого высокого профессионализма, внушили подобное мнение о себе другим, то обязаны знать, что такого нельзя добиться по скользкой тропе поверхностных оценок и суждений, и всегда надо помнить об этом. Ваша репутация должна подтверждаться убедительными конкретными фактами и глубоким знанием предмета, чтобы продемонстрировать высокую степень компетенции в нем.

Я добилась своего нынешнего профессионального имиджа, будучи очень хорошо подготовленной. Когда я, например, встречаюсь с какими-то людьми, то уже хорошо знаю, с какой информацией мне придется столкнуться и чего хочу добиться от этой встречи. Много времени отдаю установлению добрых доверительных отношений и поддержанию их, чтобы в случае надобности легко установить связь с нужным человеком. И если вы сегодня постройте подобные отношения, то в будущем это облегчит вам общение с человеком в любой ситуации.

У нашей организации есть правило, которое требует, чтобы в своей работе вы всегда использовали титул корпорации и название компании, но у нас нет жесткого свода инструкций. Мы, конечно, проводим психометрические исследования новых людей при приеме на работу, и такова уж установка компании, что предпочтение отдается тому, кто уже хорошо подготовлен. Однако это неписаное правило, и я не думаю, что оно хоть когда-нибудь станет писаным, поскольку компания развивается так быстро, что трудно представить узаконивание каких-то твердых порядков, которые надолго останутся верными, а не изменятся тут же. В любом случае, я и мысли не допускаю, что такое могло бы поправиться нашему главному администратору, так как это не наш стиль. Мы не бюрократическая организация, и правила, и своды правил — это первое из того, на что мы смотрим неодобрительно. Но инициатива личности, по нашим представлениям, определенно заслуживает поощрения.

Я не считаю, будто приспособливаю собственный имидж к раз-

личным группам людей. Даже в тех ситуациях, когда направляюсь в школы, я остаюсь сама собой. Так что сознательно в себе ничего не мняю. И тем не менее, не думаю, что меняю себя бессознательно. Информация, которую я выдаю, способ, каким буду высказывать свои мысли, могут отличаться в иных ситуациях, но это не изменит мой профессиональный подход к ним в целом.

Полагаю, мой личный имидж подталкивает людей к формированию мнения о моей компании, что ее профессиональные качества не вызывают и тени сомнения. Так же должен работать имидж и главного администратора, и старших директоров компании. Это обстоятельство и послужило причиной того, что я получила задание убедить людей компании постричь их волосы. Я очень требовательна, и для меня очень важно, чтобы они одевались корректно. Ведь здесь мы сталкиваемся с феноменом восприятия, не имеющего связи ни с реальностью, ни с логикой и ориентирующегося лишь на общепринятые сегодня стандарты.

Путь, по которому я иду в своей деловой жизни, является отражением общественных запросов. Сити — одно из самых старомодных учреждений во всей стране и такова же Палата общин, а мне приходится вести дела с ними. Я слежу в парламенте за деловыми отношениями инвесторов, поэтому должна оправдывать все их ожидания. Ведь если главный исполнитель прибывает в Лондон в темно-коричневом костюме или же на голове у него будет конский хвостик, это окажется гибельным для всей компании. Никто не воспримет его всерьез, и напрасной окажется самая блестящая речь. Это предопределяется чрезмерной психологической поверхностностью отдельных аспектов человеческих взаимоотношений, и это я нахожу ужасающим, но тем не менее вынуждена признать, что так оно и есть. И не имеет смысла с этим бороться. Вам не дано его изменить, а попытка сделать подобное принесет ущерб компании. Поэтому нам приходится определять, что лучше для нас, и поступать соответственно, даже если это вам и не нравится.

И в этом смысле вам нужно иметь очень солидную репутацию, поскольку именно она находится под игом вышеупомянутого дьявольского фактора. Если люди получают противоречивую информацию насчет того, что вы делаете и что говорите, тогда ваш имидж в буквальном смысле развалится. Отреагируй я на что-нибудь не свойственным мне образом, кто-то обязательно заметит это.

Я пришла в компанию сразу же на эту должность, и до сих пор пребываю в этой роли, но я все же прогрессирую. Подобное проис-

ходит благодаря изменению своего образа, хотя исполнительская часть тоже важна. Многие из того, чего я достигла, незримо, поскольку, если вы действительно хороши в сфере ОО, то вы порой достигаете вещей такими тонкими приемами, что люди не всегда осознают это. Тут множество уловок, тонкостей и уединенного обдумывания, как тебе чего-то добиться. В итоге образовывается своего рода концентрат из вашей надежности, верности ваших советов и правильности поступков, совершенных вами в прошлом. Я никогда не прихожу к своему начальнику и не говорю: "Вы должны сделать то и то, поскольку это прекрасно". Он сразу же приготовится возразить и первыми его словами будут: "Во имя чего я обязан это сделать?" Я говорю здесь о гораздо большем уровне подготовки в том, чего вы хотите достичь, и самым убедительным окажется то, как вы внесете свое предложение.

Приходилось ли мне сознательно менять свой имидж? Четыре года назад я решила, что не буду больше носить темных костюмов. Помнится, в то время в ходу были только темные. Но вскоре более светлая и более женственная одежда и цвета стали входить в моду, и я подумала: "Почему я должна все время носить черное? Лишь потому, что мужчины носят черные полосатые костюмы? Разве из-за этого я обязана так одеваться?" Итак, пришла я к выводу, не должна. Примерно такие мысли возникли у меня тогда, и я высказывала их публично, стремясь ободрить других женщин. Но не могу с уверенностью сказать, что сама изменилась радикально. Мне необходимо быть в ладу с самой собой. Это очень важно для меня, а поэтому не собираюсь менять методы, которыми что-либо осуществляю. Возможно, мне следовало бы прикусить язык, когда в старые добрые времена встречалась с кем-нибудь. Хотя не могу спокойно переносить дураков, но все же боюсь, что мне временами приходится придерживать свою иронию, поскольку знаю, что она может повредить моей компании. Да, действительно существуют ситуации, когда вам хочется нечто сделать, но вы знаете, что делать этого нельзя, поскольку есть опасность навредить делу. Мы существенно откорректировали свой имидж по отношению к клиенту. Способы, которыми мы себя ему представляем, тон и манеры, с какими мы обращаемся к потребителям, мы изменили сознательно, что явилось прямым результатом их взглядов и пожеланий, какой им хотелось бы видеть нашу организацию. Личный имидж очень важен для формирования имиджа всей компании. Если я делаю что-то неправильно или не обдумываю это хорошенько, то страдает репутация моей

фирмы, Но такой вред еще не будет полным и всеобщим. Вот если каждый в компании начнет совершать ошибки, то ей будет нанесен серьезный урон. Стоит только вспомнить некоторые компании из числа тех, которые часто совершают вещи, вредящие их имиджу. Если подобное становится систематическим, компанию начинают неверно оценивать, и кто-то наконец даст ей такую оценку, после которой она перестанет существовать.

И еще один совет — никогда не теряйте чувство юмора. Оно здорово помогает. Юмор важен еще и потому, что людям не нравится организации или люди, которые относятся к ним слишком серьезно.

Я думаю, мы еще не полностью обсудили, почему же имидж так важен. В узком плане здесь все связано с новыми деловыми возможностями и даже просто с выживанием. Если широкой публике нравятся люди, работающие на “Мэнвеб”, если им импонирует, как с ними обращаются, демонстрируя при этом профессионализм, значит, “Мэнвеб” воспринимается ими как компания, с которой они хотели бы иметь дело. Это и есть главная цель.

Одной из задач, на которых мы сосредоточиваемся в первую очередь, является необходимость производить на потребителей наиболее благоприятное впечатление именно в тот момент, когда собираемся предложить им новый вид услуг. В этой ситуации надо вести себя так, чтобы постоянно быть на первом плане. Так что очевидно, какими нас будут воспринимать в регионе, становится жизненно важным для нас. И мы тратим массу времени, чтобы убедить всех, что глубоко внедрили в регион, что вкладываем деньги в новые филиалы предприятий, что к ним в лице “Мэнвеб” пришел бизнес, стремящийся стать членом местного трудового сообщества. Мы делаем это обдуманно, чтобы в итоге убедиться: регион чувствует, что “Мэнвеб” стал его неотъемлемой частью. Это приносит много хорошего и компании, и населению. Вот как мы пытаемся создать хорошее мнение о “Мэнвеб” в этом районе.

Невозможно создать имидж за одну ночь. Подобное требует больших усилий и продолжительного времени, к тому же вы должны быть последовательны. Все дело именно в последовательности. Еще я хочу сказать о людях, которые много делают для своего района, а потом заявляют, будто все это делалось из чисто альтруистских побуждений, и не желают, чтобы их имена афишировались. Я совершенно не могу такого понять. Это ведь неверно с профессиональной точки зрения, это, если хотите, нонсенс, поскольку существуют

убедительные коммерческие и другие причины, в силу которых вам необходимо создать себе хороший имидж в данном регионе. Люди же не дураки. Им будет куда приятнее, если вы честно скажете: “Верно, мы стремились заработать хоть немного вашего признания”. Вторая опасность состоит в том, что мало кто верит тем людям, которые заявляют, будто они бессребреники и альтруисты.

Очень важно уживаться с людьми, которые вам малосимпатичны. Вы ведь не стали бы работником ОО, если бы не умели делать подобное. Любой, кто настойчив, добьется успеха в этом. Вы хотите, чтобы люди говорили: “Мне нравится вы, мне нравится ваше управление, мне нравится ваша компания”? Вы желаете, чтобы это говорил каждый? Если вы сумеете добиться такого, вы, очевидно, многого достигнете в сфере ОО.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

112

1. Помните, что все клиенты важны.
2. Никогда не будьте снисходительны к своим клиентам.
3. Проявляйте энтузиазм в работе.
4. Удовлетворяйте все желания клиентов.
5. Постоянно повышайте качество вашей продукции или услуг.
6. Пользуйтесь возможностью встретиться с публикой.
7. Тщательная подготовка — вот ключ к успешному проведению беседы.
8. Расширяйте сеть знакомств как можно больше.
9. Не пейте и ешьте слишком много на деловых ланчах или обедах.
10. Не будьте грубы с очень важными персонами.

ПЯТЫЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Пятый день — это день, который необходимо использовать для подготовки к встрече с широкой публикой. Сделайте список своих клиентов и пометьте звездочкой тех, кого и почему вы считаете наиболее важными. Запишите как можно больше способов, с помощью которых можно улучшить собственный имидж, имидж своей работы и компании. Включите:

- качество продукта или услуги;
- надежность;
- скорость обслуживания;
- безупречность обслуживания;
- ответы по телефону;
- современное оборудование;
- вещи, о которых просят сами клиенты.

Есть ли какие-то определенные группы потребителей, которые вы не полностью удовлетворяете? Запишите, в чем вам следует измениться, чтобы и они остались довольны.

Пометьте звездочкой три аспекта в улучшении своего имиджа и имиджа вашей работы. На завтра, например, наметьте себе обсудить возможности повышения культуры ответов по телефону с вашим секретарем; послать за каталогами факсов и копирующего оборудования, изменить расписание доставки. Проверьте свой дневник в отношении дат, когда вам предстоит встречаться с публикой. Если таковых нет, обсудите такую возможность с боссом.

Составьте список всех тех вещей, которые вам необходимо знать в любом случае, и выясните, где можно получить нужную информацию, затем хорошенько изучите ее. Договоритесь провести в какой-либо местной группе беседу о своей работе. Запишите, что обычно едите и пьете на деловых ланчах и обедах. Решите, как изменить свое меню, не показавшись невоспитанным. Например, можно добавить минеральную воду в бокал со спиртным, вместо овощей к какому-то блюду съесть только салат, на десерт использовать фрукты и т.д.

Презентации

Конечно, можно создать себе имидж, никогда не встречаясь с людьми, так как это, например, сделал небезызвестный Ховард Хьюфис, но результат может оказаться скорее негативным, чем позитивным, а вам будет трудно потом исправлять допущенные ошибки.

В идеале вы должны встретиться с публикой лицом к лицу и произвести на нее впечатление обаянием собственной личности, своим энтузиазмом и способностями. Встречаясь с ними, вы тем самым даете им возможность сформировать собственную позицию относительно того, насколько вы подходите для этой работы, получить представление о надежности вас как поставщика или же выяснить, заслуживаете ли вы доверия как коллеги. Одним из наиболее действенных способов организации контакта лицом к лицу с публикой является устройство презентации.

Презентацией является ситуация, когда вы оказываетесь перед аудиторией и рассказываете что-то о вашей работе, вашей продукции или же о вашем учреждении. Это может быть презентация для нескольких коллег относительно достигнутого вами прогресса в работе, информирование целой управленческой команды о том, какого успеха добился ваш отдел; для аудитории в несколько сотен представителей промышленности с сообщением о всем новом, происходящем в последнее время в вашей компании, или множество иных промежуточных вариантов.

Что есть общего у них всех, так это то, что вы должны стать перед аудиторией и объяснить нечто таким образом, чтобы все было понятно и заинтересовало слушателей. Поскольку вам придется постоянно находиться в центре внимания, то ваш имидж становится жизненно важной частью презентационного процесса. Одновременно вы получаете отличную возможность улучшить его в глазах ключевых фигур вашей сферы деятельности. Даже если содержание

доклада будет очень хорошим, но оно не произведет впечатления, если окажется бледно представленным тем, кто не принимает в расчет свой имидж. И наоборот, если выступление и не очень интересное, но сделано кем-то, кто задел душевные струны аудитории своим обаянием, тогда вас запомнят как отличного человека, который пока не совсем соответствует работе. "Замечательная личность, но вот беседа у него не получилась".

Данная глава проведет вас через все организационные рифы презентации и подскажет, как за счет хорошей подготовки и учета психологии аудитории провести ее как можно лучше и каким образом еще больше упрочить ваш имидж.

Умение говорить – это хороший имидж

Не верьте никому, кто утверждает, будто то, что и как вы говорите, не имеет никакого значения, если сами хорошо справляетесь со своей работой. Мы все социальные особи, использующие речь как самое важное средство во взаимоотношениях. Мы непременно будем всегда судить о людях по тому, как они ведут разговор, что говорят при этом и каким образом это говорится. Подобный подход является подсознательной реакцией и присущ большинству людей.

Мы можем сказать, что без предубеждения относимся к тому, как люди разговаривают, но если на нас поднажать, мы признаемся, что нам все-таки нравятся те, которые говорят ясно и достаточно изысканно в своей речи и могут хорошо объяснить какие-то вещи, не будучи при том высокомерными, и что нам нравится легкий юмор, симпатичен и легкий акцент, но при условии, что все понятно. Сказанное выше подводит нас к концепции ясности при общении. Никто в наше время не должен переживать, если у него сильный акцент или он не говорит как английская Королева или как дикторы Би-Би-Си. Но обе эти идеи базируются на одном золотом правиле. То есть, сказанное должно быть немедленно понято любым, кто использует английский как язык коммуникации. (Этот принцип, разумеется, применим и к другим языкам, используемым в разных странах.)

Следовательно, здесь необходимо наличие и общей основы. Слова, находящиеся в обиходе только в одной части страны, не должны использоваться, поскольку будут непонятны в другой ее части.

Акценты тоже отбивают настроение, потому что как бы ни был слаб акцент, он все равно будет помехой в понимании речей. В итоге получилось, что возник общий стандарт языка, позволяющий говорящим и слушающим в любой части англоязычного мира понимать друг друга.

Однако в наше время мы не всегда следуем этому правилу. Акценты позволяют и даже поощряются, если они не настолько сильны, чтобы людям было трудно понять сказанное. Фактически мы сейчас приветствуем окультуренное разнообразие произношения, без которого наш язык мог бы показаться монотонным. Мы не настаиваем и на жестком следовании грамматике, поскольку некоторые изменения стали со временем приемлемыми даже для научных авторитетов. Например: “Тут масса уток” вместо: “Тут паходится мас-са уток”. Но тем не менее определенный разумный стандарт в грамматике сохраняется, чтобы гарантировать понятность.

Мы допускаем использование необычных региональных слов, если они могут быть быстро понятыми или же являются частью главного языкового русла. Поощряем юмор и приветствуем энтузиазм в речи, если только говорящий не бормочет при этом, но всегда основами приемлемой коммуникации остаются неизменные требования. Это:

- чистота;
- хорошая грамматика;
- честность;
- понятность речи;
- искренность;
- энтузиазм;
- юмор.

Если вам недостает всех или некоторых из этих атрибутов в вашей речи, тогда ваш имидж неизбежно поболеет. Вы можете явить приемлемый имидж и произвести впечатление на других лишь в том случае, если они полностью будут понимать, что вы говорите им и готовы согласиться с вами. А это зависит от уровня вашей культуры и приемлемости речи.

Ваша искренность тоже играет важную роль. Будете нечестны в своей информации, никто не станет вам доверять. Не надейтесь, что это не выяснится, такое всегда выясняется. Если вы неопытны или грубы, то никому не понравитесь и вам тоже перестанут доверять.

“Если она говорит такое о ней здесь, то что скажет обо мне где-то в другом месте?” Когда вы не проявляете энтузиазма, разве кто-то станет поручать вам дополнительную работу? Если вы бормочете, никто не захочет слушать вас после первых нескольких минут, не станут и внимать вам, если вы говорите несколько монотонно. Комбинация того, как вы говорите и что говорите, – самый мощный инструмент имиджа.

Когда вы встречаетесь с прессой, о чем я буду говорить в следующей главе, ваши слова не будут бесследно растворяться в воздухе, но вполне могут оказаться записанными для осмысления. К тому же, если вы скажете что-то неверно, это произойдет на виду и на слуху у всех.

Не будьте двуличными

Бесполезно владеть ораторским искусством, если вы нечестны в его использовании. Что не обязательно означает одну лишь ложь, а также и несоответствие сочетания того, о чем вы заявляете, с тем, как вы на самом деле поступаете.

Когда вы общаетесь с людьми в первый раз, они в состоянии понять многое по выражению вашего лица. Если ваша наружность вполне приемлема, и вы говорите искренне, вам будут верить, по крайней мере, первое время, что ваши слова не расходятся с делами. Но если вы заявляете, что ваша компания надежная и неизменно доставляет товары вовремя, а заказы снова и снова прибывают поздно, а то и вовсе не приходят, то доверие к вам будет неуклонно падать. Точно так же, когда скажете, что вы сделаете что-то для кого-то, а потом вам это не удастся, то в следующий раз к вам не обратятся. Если будете всячески провозносить качество своих услуг или продукции, а потом выяснится несоответствие их вашим красивым словам, то вам опять откажут в доверии.

Необходимо всегда быть готовым выполнять свои обещания и оставаться всегда честным в оценке своих возможностей. Гораздо лучше с самого начала быть таковым, чем позднее очутиться в тупике. Вас будут больше уважать, если вы дадите людям возможность объективно оценить, что вы можете конкретно сделать для них.

ИСКРЕННЯЯ РЕЧЬ

Когда вы держите речь на презентации, вы должны быть однозначны во всем, что говорите. Будьте открыты, честны и забудьте о попытках одурачить слушателей. Когда такой факт обнаружится, а это обязательно случится, никто не станет считать вас умным. Наоборот, все посчитают вас ненадежным и не заслуживающим доверия.

Будьте предельно честны, когда отвечаете на вопросы. Гораздо лучше признать, что чего-то не знаете, чем что-то придумывать или же говорить полуправду. Стремление быть “экономным в правде” ушло в область преданий как одна из самых забавных уловок. Признайте свои ошибки, свое неведение и несудачливость, и позднее вы сможете поправить свои дела. Если же начнете изворачиваться, вам не позволят сделать это.

Однако вовсе не значит, что вам не следует представлять себя в более выгодном свете. Но действовать надо без обмана. Афишируйте позитивную сторону своей жизни, но будьте честны, когда делаете это.

Для выступления нужен талант

Когда вас просят или вы сами решили устроить презентацию, первым делом необходимо выяснить, для кого вы собираетесь ее организовать, и затем надо точно решить, что вы хотите на ней сказать. Обе эти вещи жизненно важны. Не выйдет ничего хорошего, если вы подготовите детальный технический анализ своего последнего проекта и обнаружите, что выступать придется перед группой продавцов, желающих лишь, чтобы им широко осветили все моменты, касающиеся продаж. Не лучше будет и подготовить короткую, легкую беседу о “забавных вещах, которые случаются в офисе”, для встречи с научными консультантами. Поэтому первым делом выясните:

1. Какая предполагается аудитория?
2. Что они ожидают услышать?
3. Где будет проходить презентация?
4. Когда она будет проходить?

Как только вы определили главные детали, начинайте планировать свою презентацию.

Прежде всего, будьте предельно честны с самим собой. Возмож-

но, вы не являетесь самой лучшей личностью для проведения беседы? Если у вас недостаточно знаний по предмету беседы или же это нельзя выяснить, коль не уверены, что прибудете вовремя к месту встречи, когда чувствуете себя буквально больным при мысли, что надо устраивать презентацию, тогда вы не идеальный кандидат для данной миссии. Передайте ее проведение коллеге, другому члену персонала или откажитесь, но не пытайтесь делать то, чего не можете. Однако большинство людей в состоянии провести встречу, если не пожалеют времени и усилий на ее подготовку. Вот перечень важных условий, которые необходимо соблюсти:

1. Знать свой предмет.
2. Тщательно подготовиться.
3. Проверить иллюстрации.
4. Если можно, заранее посетить место встречи.
5. Проверить необходимое техническое оборудование.
6. Попрактиковаться в его использовании.
7. Потренироваться произносить речь.
8. Соответственно одеться.

119

Если вы сделаете все это, то ваша презентация пройдет хорошо.

ЗНАТЬ СВОЙ ПРЕДМЕТ

Самое худшее, что можно сделать на любой презентации, это встать, не зная толком, что же вы собираетесь сказать. Вы можете подумать, что вам нет никакой необходимости готовиться, поскольку занимаетесь этой работой изо дня в день. Но когда вы встаете и начинаете говорить, вы должны знать, если не абсолютно все, то, по крайней мере, столько, чтобы можно было удовлетворить запросы аудитории. Помните, что большинство презентаций заканчивается предоставлением аудитории возможности задавать вопросы, и вы обязаны обладать достаточными знаниями не только для того, чтобы провести беседу, но и самому ответить на любые вопросы.

Прежде всего выясните, что аудитория хотела бы от вас услышать. Ведь если организаторы мероприятия включили вашу кандидатуру в программу, то они вполне могут попросить вас “поговорить о технических аспектах вашей работы”. В общем, нужно узнать поконкретнее, чего от вас хотят. Уточните также, насколько продолжительным может быть ваше выступление. Это поможет решить, как

много различного рода информации и деталей вы можете включить в свой доклад.

Если же организаторы или вы сами не в состоянии определиться с темой, тогда выясните, кто будет вашей аудиторией. Это поможет понять, чего ждут от вас и на каком уровне следует строить свое выступление. Кроме того, вы получите представление, насколько официальным предполагает быть ожидаемое событие. Если презентация устраивается для коллег, вы можете предложить им кофе и бутерброды, закатать рукава сорочки и даже позволить прерывать себя. Но когда вам предстоит держать речь перед группой старших должностных лиц, необходим более официальный стиль.

ГОТОВЬТЕСЬ К ВЫСТУПЛЕНИЮ ТЩАТЕЛЬНО

120
Теперь, когда вы твердо установили тему своего доклада, следует немедленно приступить к его составлению. Не жалеете на это времени. Чем лучше вы подготовитесь, тем меньше будете нервничать и тем выше аудитория оценит ваше выступление. Начните с написания заметок, базирующихся на личном опыте. Потом найдите как можно больше справочной литературы по своему профилю. Возможно, вам нравится продолжать работать по-своему, но у других людей могут быть иные суждения на этот счет. Даже если вы не согласны с ними, все равно необходимо быть готовым упомянуть о последних воззрениях на ваш предмет. Ведь кто-либо из аудитории в любой момент может спросить вас об этом. Когда вы наконец собрали всю информацию, начинайте писать речь. Используйте множество заголовков и подзаголовков в качестве ориентиров в ней. И если у вас нет богатого опыта в публичных выступлениях, найдите время написать свой доклад полностью. Затем прочтите его перед зеркалом, чтобы узнать, сколько это займет времени. Такое поведение может показаться глупым, но ведь вас никто не увидит в тот момент, к тому же – это единственный способ точно измерить время. Он также поможет увидеть выражение вашего лица в процессе выступления. Если обнаружите, что постоянно кладете руку на подбородок, когда начинаете новый параграф, можете сделать сознательное усилие над собой и избавиться от такого жеста.

Запишите свою речь на магнитофон. Когда прокрутите ее, сможете узнать, есть ли у вас какие-то ораторские привычки, от которых нужно избавиться, например, хихиканье во время паузы для вдоха, очень тихая речь и т.д.

ИЛЛЮСТРАЦИИ

Теперь, когда вы подготовили свой доклад, выясните, как его проиллюстрировать. Вы можете решить, что в этом нет нужды, однако если использовать иллюстрации, это сможет улучшить ваше выступление и будет стимулировать интерес и внимание аудитории. Но они должны иметь прямое отношение к теме и быть ясными. Если используете слайды, вам нужно убедиться, что они верно подписаны, идут в нужном порядке и правильно повернуты в своих ячейках. Сделайте в своей речи отметки, где необходимо показать каждый слайд.

Если вам требуются диаграммы или схемы, которые довольно сложны для восприятия, тогда заранее подготовьте несколько вариантов. В наше время это нетрудно сделать с помощью персонального компьютера на специальной прозрачной пленке, что значительно упрощает работу. Не пытайтесь поместить на транспарантах побольше текста. Ваша аудитория не станет читать его. Им нужны ясные, легко читаемые диаграммы, чертежи или краткие перечни основных пунктов.

121

Когда будете выступать, помните, что вы не должны тратить время на чтение того, что написано на ваших плакатах. Нет ничего более раздражающего для аудитории, которая, согласитесь, может все это прочитать и сама. Что требуется от вас – это расширить и объяснить любые моменты.

ПОСЕТИТЕ МЕСТО СБОРА

Если вы будете выступать в своем здании, тогда вам, возможно, не надо заранее посещать место, где должна состояться презентация. Но если вы не бывали там раньше, тогда постарайтесь его осмотреть. Помните любые важные характеристики помещения. Например:

- это большой зал с плохой акустикой?
- это маленькая комната, где вы окажетесь чуть ли не на голове у аудитории?
- там холодно, и вам следует тепло одеться?
- там слишком жарко, так что вам надо надеть пиджак, который сможете снять, или же, если аудитория будет официальной, под низ надеть одежду потоньше, если придется оставаться в нем?

- имеется ли там сцена или же будете выступать с пола?
- есть ли там микрофон, диапроектор, кодоскоп, стол и кресло? (Но не претендуйте ни на что из этого.)

Когда увидите место своего выступления, можете привести в соответствие с ним свою одежду и приспособиться к существующим условиям.

ПРОВЕРЬТЕ АППАРАТУРУ

Если какая-то аппаратура все-таки имеется, тогда убедитесь в ее исправности. Вы ведь не хотите обнаружить, что кто-то унес вилку диапроектора, когда соберетесь включить его. Пометьте себе, какое еще оборудование нужно принести вам самим, к примеру, запасные лампочки или удлинитель.

122 ПОПРАКТИКУЙТЕСЬ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ АППАРАТУРЫ

У вас может и не оказаться шанса попрактиковаться в использовании технических средств, но когда такая возможность имеется, воспользуйтесь ею. Если вы никогда раньше не пользовались диапроектором или кодоскопом, тогда найдите кого-то, кто поможет вам, и тренируйтесь до тех пор, пока это не станет у вас получаться естественно. Вы ведь не хотите предстать перед публикой человеком, неумело обращающимся с техникой в самый важный момент своей речи? Коль нет нужды использовать то или иное техническое оборудование, тогда осмотрите то, которое вам обязательно понадобится. Опробуйте микрофон, если он есть, чтобы можно было соответственно настраивать тон своего голоса и быть уверенным, что аппаратура работает как следует. Вы ведь тоже не желаете, чтобы динамики начали дико пищать или трещать, едва начнете говорить.

ПОПРАКТИКУЙТЕСЬ В СВОЕЙ РЕЧИ

Было бы, конечно, идеально, если бы вы могли прорепетировать свою речь в месте будущего выступления. Однако практически это редко удается осуществить. Поэтому смело произнесите речь своему зеркалу, своей собаке, своему магнитофону и всему, что только подскажет ваша фантазия. Чем больше “дублей” вы сделаете, тем

уверенней будете чувствовать себя. Если же вы полагаете, что чтение речи слово в слово, уткнувшись носом в бумажку, просто необходимо, то знайте – это выглядит удручающе. Но тем не менее, это все же лучше, чем нести “импровизационную” чушь.

Наилучший способ составления речи – написать только заголовки и подзаголовки на листках или карточках, скрепленных в нужном порядке. Одного взгляда на заголовок окажется достаточно, чтобы заполнить подробной информацией данную часть своей речи. Специалисты порой просто записывают несколько ключевых слов на картонках и проводят беседу вообще без всяких заметок. Правда, я не рекомендую это, если только вы не практикуете подобные речи часто. Помните, что потерять занимаемое место довольно легко. Поэтому безошибочно определите, на каком уровне вам требуется та или иная помощь при подготовке речи, и получите ее во чтобы то ни стало.

ОДЕНЬТЕСЬ СООТВЕТСТВЕННО

123

Опять же, вам следует одеться соответственно ситуации. Никаких огненных одежд в обществе спокойных маклеров или скучного костюма на презентации для местных актеров. Постарайтесь нарядиться так, чтобы при необходимости могли снять пиджак, галстук или жилет, например. Держите в уме возможности отопления места собрания и имейте такую одежду, которая обеспечит вам достаточное тепло или прохладу и которая, если нужно, может быть легко трансформирована.

Проведение презентации

Прежде чем начать, сделайте несколько глубоких вдохов, что поможет вам успокоиться. Любой человек нервничает. Вы, собственно, и должны немного нервничать. Если вы будете уж слишком расслаблены, аудитория непременно начнет скучать. Наконец, вы перед аудиторией. Ваша речь подготовлена, ваши иллюстрации наготове, и ваши слушатели как раз те, какие и ожидались. Помните, вы обречены на успех, если только вы не сделаете чего-то ужасного. Любая аудитория всегда исполнена желания и надежды, что беседа будет интересной и что выступающий хорошо представит информацию. Они же

ведь искренне хотят, чтобы у вас все прошло замечательно.

Позвольте своей аудитории узнать правила игры в самом начале: могут ли они задавать вопрос в середине или им надо ждать, пока вы не закончите. Однако имейте в виду, что если вы разрешите задавать вопросы по ходу и если аудитория полна энтузиазма, вы рискуете никогда не закончить свой диалог с нею!

Если сумеете, начните с шутки. Она не обязательно должна быть сложной и уж, конечно, не грубой. Пошутите насчет своей работы или самого себя. Это немного согреет аудиторию, поможет ей расслабиться и сочувственно настроиться по отношению к вам. Но не переборщите с юмором. Не прибегайте к услугам книжечек с шутками, все они давно затасканы. Если сами не можете ничего придумать, попросите помощи у коллег.

Начинайте уверенно и говорите ясно. С микрофоном вас услышат и у задней стены зала. Но коль его не оказалось, тогда "цельтесь на часы на задней стене комнаты" — даже когда их там нет! Это заставит вас поднять голову, и ваш голос будет направлен на всю комнату или зал. Поступайте так и в том случае, если у вас есть микрофон, но прежде убедитесь, что он достаточно высоко поднят, и у вас нет необходимости горбиться перед ним. Не бойтесь двигать руками, но и не позволяйте себе беспрерывно размахивать ими. Ведь если вы станете постоянно держать их "по швам", это будет выглядеть неестественно, но и постоянная жестикуляция будет отвлекать слушателей. В самый раз окажутся периодические уместные жесты.

Раз вы отвели время для вопросов, уточните это в самом начале, как вы будете действовать. "Я отвечу на вопросы в конце", в частности, позволит вашей аудитории понять, что вы не хотите, чтобы вас прерывали в процессе беседы. Отвечайте на вопросы честно. Когда никто не спрашивает, что всегда очень смущает, имейте наготове один или два вопроса самому себе. Вы можете сказать: "Пока вы думаете, что спросить, вас, возможно, интересует, как это согласуется с ...", а затем сами ответьте на собственный вопрос. Если по-прежнему нет и намек на вопросы, вы этим, по крайней мере, заполните паузу. Затем поблагодарите слушателей и примите свои аплодисменты!

БУМАГИ ИЛИ ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Устраивая презентацию, которая должна надолго запомниться аудитории, следует подготовить печатные материалы, необходимые для раздачи собравшимся на встрече. Это может быть ваша речь с любой дополнительной информацией и четкими заголовками. Если же ваша речь написана в форме заметок, то она окажется здесь мало-подходящей, ведь подобные материалы должны быть написаны в простой, но более официальной языковой форме. Проверьте свою грамотность и грамматику. Кроме того, ваша компания может иметь какие-то наработанные формы, или же организаторы конференции получили какие-то стандартные инструкции, которым должны следовать участники. Если это так, воспользуйтесь ими. Всегда сохраняйте копию своей речи и иллюстраций, чтобы можно было повторно использовать материал для другой аудитории, соответствующим образом изменив его, пригодятся они и для ваших нужд. Крупные конференции часто издают книги или отчеты, включающие печатные материалы участников, причем издаются они чуть позднее. В этом случае проконтролируйте, чтобы вам выслали экземпляр, и сами также отошлите туда свои материалы в требуемые для публикации сроки.

125

СОСТОЯНИЕ АУДИТОРИИ

Большая часть аудитории, несомненно, будет на вашей стороне, но вы можете случайно столкнуться с любителем спрашивать или с “умником”, который будет из кожи вон лезть, чтобы расстроить или смутить вас.

Подобных типов, надо помнить, не любит и остальная часть слушателей. Обычно бывает достаточным твердо осадить их, сказав: “Вы имеете право на собственное мнение. А сейчас, мне кажется, остальная аудитория хотела бы осмыслить то, что я хочу сказать”. Если же вам продолжают надоедать, и это физически делает невозможным продолжение вашего выступления, не надо колебаться. Остановитесь и попросите организаторов или даже кого-либо из публики удалить ту пазойливую личность. Ведь и по отношению к остальным людям несправедливым будет терпеть, что оратора постоянно перебивают, ведь они наверняка хотят слушать.

С “умниками” труднее. Они обычно дожидаются пужного момента, а затем задают вопрос, который в действительности является лишь

оправданием для долгой речи, излагающей их точку зрения. Учитесь заранее определять таких. Решительно остановите их спустя несколько минут и, прежде чем вся аудитория начала скучать, скажите: “Я прерву вас здесь, потому что хочу ответить по первому пункту, который вы затронули. Теперь...”

Когда в процессе своего выступления вы почувствуете, что вся аудитория скучает, то постарайтесь взбодрить ее. Если не удастся придумать шутку или вставить в свою речь какие-то интересные факты, тогда попробуйте изменить тон своего голоса или же попытайтесь использовать больше иллюстраций. Подобная потеря интереса может быть и не вашей ошибкой. К примеру, аудитория, возможно, уже целый день слушает лекции или уже наступил поздний вечер, и здесь можно так ничего и не добиться. Поэтому продолжайте свое выступление, по возможности урезав его.

Оживленная аудитория может быть не только хорошей, но и плохой, если увлекается насмешками и забрасывает вас вопросами. Когда она вся настроена против вас, то вы должны либо победить ее, либо смириться. Если это в ваших силах, победите ее как ради собственной гордости, так еще и потому, что подобное поведение слушателей прощать нельзя. Конечно, коль вы сознательно провоцируете слушателей противоречивыми заявлениями, то вы должны быть готовы к такой реакции. Некоторые выступающие в подобной ситуации лишь расцветают, но коль вы не можете с ней справиться, то и не вызывайте ее.

Оживленная аудитория может быть и выгодной, если она полна энтузиазма по отношению к вам и сказанному вами. Такая реакция буквально “оторвет вас от пола”, ободрит и поддержит, усилит яркость вашего выступления. Поэтому ваша речь должна быть с самого начала направлена на поощрение подобного восприятия вас слушателями.

Возможности выступления с речью

Где вы можете прежде всего получить возможность выступить с докладом и устроить презентацию? Обдумайте следующие возможности:

- выступление перед своим штатом;
- выступление перед своими коллегами;

- выступление перед вашим начальством;
- доклад на совете;
- встреча с персоналом;
- выступление перед партнерами из других подразделений компании;
- выступление перед партнерами из других организаций;
- презентация для поставщиков;
- презентация для представителей торговли;
- презентация для иностранных потребителей, поставщиков или торговцев;
- встреча с посетителями;
- выступление в местных школах;
- доклад в образовательных группах для взрослых.

Как видите, есть широкий круг возможностей для организации выступления. Презентации более специфичны и, как правило, проводятся для людей, непосредственно связанных с вашей работой.

Если вам еще не представлялся шанс устроить презентацию, то нет ничего, что могло бы помешать вам провести ее для своего штата или коллег, предварительно спросив своего босса, не считает ли тот, что она будет информативной и полезной для определенных аспектов вашей работы. Довольно часто это просто приветствуется, и в таком случае ваш имидж улучшится в силу проявленной вами инициативы. Хорошей тактикой будет также спросить о времени для подготовки презентации. Прежде всего, вы можете определить время, которое устраивает вас. Если вам нужно много времени для приготовлений, то вы можете договориться о своем выступлении несколько заранее. У вас также может оказаться некоторый выбор места проведения встречи, когда вы устраиваете презентацию на работе. Все это придаст вам больше уверенности.

Как побороть собственный страх

Есть много отличных упражнений для того, чтобы обуздать свои нервы. Некоторые из них могут использоваться заранее, другие — в этот же день. Воспользуйтесь теми, которые кажутся вам наиболее

лее полезными для вас.

1. **Йога.** Хороший набор разнообразных упражнений и методы контроля за дыханием дают всестороннее расслабление. Этому нужно учиться у хорошего квалифицированного учителя йоги. Естественно, вы не можете находиться во время своей речи в позе лотоса, но выполнение упражнений накануне вечером успокоит вас.
2. **Расслабляющие записи.** Они содержат успокаивающую музыку, звучащую и когда вы бодрствуете, и когда спите. Многое будет зависеть от того, нравится вам музыка или она вас раздражает. Подобный эффект может быть достигнут, если прозвучит ваша любимая музыка, создающая хорошее настроение.
3. **Физические упражнения.** Вы можете не считать, что это расслабляет, но в действительности эффект энергичного плавания, бега или любого другого вида спорта заключается в том, насколько он взбадривает или расслабляет вас. Но не пытайтесь делать это за полчаса до своего выступления, иначе появитесь перед аудиторией с раскрасневшимся лицом и взмокшим от пота!
4. **Массаж.** Его может сделать ваш супруг или же специалист. Это очень успокаивает и снимает напряжение.
5. **Чтение.** Чтение чего-то, совершенно не связанного с вашей работой, непосредственно перед сном действует успокаивающе на многих людей.
6. **Глубокое дыхание.** Каждый должен подышать так, прежде чем начать свое выступление. Это успокаивает, усиливает способность мыслить, а не бормотать.
7. **Расслабление мышц.** Начните с напряжения. Напрягайте мышцы ваших ступней, затем ног и так далее, пока в конце концов не расслабитесь все ваше тело. Такие упражнения можно делать где угодно, и они всегда имеют успокоительный эффект.

Когда вы уже ведете презентацию, сохраняйте спокойствие, периодически фокусируя свое внимание на каком-то одном человеке. Выберите дружелюбное лицо примерно на трети расстояния до конца зала и адресуйте ему все свои замечания. Но "меняйте" этого человека довольно часто, иначе остальной аудитории может показаться, что ее игнорируют.

Некоторые люди, которые носят очки, снимают их перед выступлением, и после этого видят только свои заметки, но не аудито-

рию. Такое можно допустить лишь на некоторое время, поскольку слушатели могут подумать, что вы не желаете смотреть на них, к тому же ваш голос может понизиться и потеряться, если вы перестанете поднимать глаза.

Помните, что алкоголь вовсе не спасательный круг. Один стакан, возможно, уместен перед началом, но большие дозы могут так расслабить вас, что вы не сможете быть достаточно собранным, чтобы как следует произнести речь. К тому же вряд ли у вас будет доступ к алкоголю, если вы устраиваете презентацию на работе, поэтому не надо надеяться на спиртное как на спасение.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Выясните, кого представляют собой ваши слушатели.
2. Знайте свой предмет.
3. Тщательно подготовьтесь.
4. Напишите свою речь и поупражняйтесь в ней.
5. Обследуйте место проведения встречи, проверьте исправность аппаратуры.
6. Потренируйтесь в ее использовании.
7. Сделайте какие-нибудь успокаивающие упражнения.
8. Говорите как бы для часов на задней стене комнаты.
9. Будьте тверды и решительны с любителями вопросов и со скукающими.
10. Помните, ваша аудитория хочет, чтобы вы преуспели.

129

ШЕСТОЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Попробуйте устроить презентацию или организовать выступление для ваших коллег или же вашего персонала. Если в данный момент нет возможности осуществить эти намерения, спросите в своей местной средней школе, не против ли там, если вы проведете беседу с учениками шестого класса, например.

Если получите “добро”, хорошенько подготовьтесь к ней, досконально изучив свой предмет, набросав сначала заметки, затем написав всю

речь целиком и поупражнявшись в ней. Обязательно посетите место проведения встречи, чтобы проверить техническую оснастку и потренироваться в обращении с ней.

Наговорите свою речь на магнитофон и прокрутите ее, чтобы обнаружить какие-то недопустимые ошибки. Продолжайте делать это до тех пор, пока не добьетесь желаемого результата. Подберите несколько шуток — постарайтесь не использовать избитые.

Попробуйте произнести свою речь без бумажек, чтобы убедиться, насколько хорошо вы ее запомнили. Это придаст вам уверенности. Если нужно, подготовьте иллюстрации, сделанные либо от руки, либо на листах транспарантов.

Ведите беседу уверенно, смотрите и говорите ясно. Даже если вы говорите с шестиклассниками, обойдитесь без снисходительности.

Общение с прессой

Любой организации необходимо уделять постоянное внимание своему благополучию, а данное благополучие во многом зиждется на популярности. У компаний практически нет выбора в возвышении себя через средства массовой информации. Все они контактируют с их помощью с самой широкой своей аудиторией, нравится им это или нет. Некоторые фирмы имеют репутацию, которая складывалась годами и которую невозможно было построить, сказав лишь несколько слов. Все дело в том, что публика путем длительного наблюдения и сравнения решает, какую репутацию имеют те или иные компании, и таким образом она дает им определенную характеристику. Многие организации принимают волевые решения относительно имиджа собственной корпорации, и пытаются достичь этого через средства массовой информации. Если нет ничего очевидно противоречивого, то та или иная компания обязательно окажется для публики такой, какой она себя показывает ей или как она о себе говорит. То же самое, конечно, можно сказать и об индивидуальном имидже – вы именно тот, как о себе говорите или как себя ведете.

Итак, все организации контактируют с широкой публикой, даже если они вроде бы и не намеревались делать этого. И совершенно очевидно, что компании, которые определенно желают представить публике конкретный имидж, добьются успеха, если постоянно будут общаться с ней через средства массовой информации.

Паблсити, однако, не следует путать с рекламой. Реклама – это нечто, за что организация платит, а известность получает бесплатно. Хорошее паблсити может улучшить имидж компании, и через это объем ее продаж может резко увеличиться чуть ли не за одну ночь; плохое паблсити может столь же быстро привести к противоположному эффекту. Поскольку хорошая слава так важна, то очевидно, что того, кто в состоянии представить компанию в выгодном свете перед средствами массовой информации, в компании будут вся-

чески поощрять. Они ведь способны представлять хороший имидж организации всему миру, и, следовательно, их собственный имидж в глазах широкой публики тоже сильно возвысится.

А поскольку те или иные представители компаний являют себя общественности в выгодном свете, то в связи с этим возрастает и восприятие роли этих личностей. Хороший имидж таких людей помогает компании, создает условия для ее процветания. Человек, который может представить свою организацию в выгодном свете, сохраняет высокое мнение о себе как внутри, так и вне компании с постоянным улучшением своих перспектив в карьере.

Контакты с прессой

Пресса не может дать точную информацию о вашей организации без предварительного разговора с кем-либо, связанным с ней. Поэтому очень важно, чтобы компания была всегда готова направить кого-либо для встречи с прессой, телевидением или радио.

Каждая компания стремится иметь определенный имидж, который она хотела бы представлять самой широкой публике. Это может быть и действенность, и заботы, и скорость, и внутринациональное распределение или еще десяток других вещей. Индивидуальность организации обнаруживается в том, какую позицию она занимает по отношению к потребителю, данная позиция излагается публике частично и средствами массовой информации (СМИ). Как имидж компании будет оценен общественностью, бывает иногда куда важнее, нежели стоимость ее продукта, или даже насколько вообще ценно дело этого учреждения. Успех фирмы, большой или малой, может зависеть от того, как публика прореагирует на ее позицию в том виде, как она отражена в прессе. Поскольку благополучие публики очень важно для фирм, то хорошее паблисити, обеспечивающее процветание, — это очень важная инвестиция.

СМИ могут и сами добратсья до вашей компании, если они заинтересованы в каком-то аспекте ее деятельности, который способен, по их мнению, создать хорошую газетную публикацию. В этом случае они будут направлены в департамент общественных отношений фирмы или еще к кому-то, кого определили для контактов со средствами массовой информации. Тогда уже администратором по общественным отношениям принадлежит право решать, кому еще в фирме нужно или будет позволено поговорить с прессой. Компания может

также созвать пресс-конференцию, если у нее есть определенная точка зрения или новости, которые она хотела бы сообщить средствам массовой информации. В любом случае компании всегда нужны люди, готовые предстать перед прессой.

ПОЧЕМУ ЭТО МОГЛИ БЫТЬ ВЫ?

Если представитель прессы захочет побеседовать с кем-то из работников компании с определенной специализацией, то компания начнет искать кого-либо из этой области, заслуживающего доверия. Кому можно поручить осуществлять связь с прессой, оставаясь уверенным, что он не подорвет тот имидж, который организация всегда стремится представлять? Может случиться так, что именно вы окажетесь человеком с такой специализацией, и что именно вас назовут, чтобы доверить встречу с репортером. Или, представим, компания созвала пресс-конференцию, на которой она хочет осветить определенные аспекты собственной деятельности. Вы можете оказаться лучшим кандидатом для объяснения данного процесса и получить возможность предстать перед прессой. А это всегда отличный шанс резко улучшить собственный имидж.

Вы можете работать и в меньшей организации, где вас могут попросить взять на себя работу с СМИ, и в таком случае вы становитесь и пресс-секретарем, и специалистом по общественным отношениям в одном лице. Если вы в своей организации ходите в образе наиболее типичного ее члена, то вас могут попросить постоянно представлять вашу компанию в прессе. Или вдруг вы сами можете оказаться связаны с новостями в СМИ как личность, достигшая определенных успехов внутри компании. В любой из подобных ситуаций и во многих других на "линии огня" можете оказаться именно вы.

Не бойтесь принять такую возможность для улучшения как собственного имиджа, так и имиджа всей компании. Это идеальный шанс произвести хорошее впечатление не только на широкую публику, но и на ваших нанимателей.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ИЛИ ОБЩИЙ?

Если вас просят побеседовать с представителями средств массовой информации, вы должны решить, кого будете представлять — себя

или компанию. В большинстве ситуаций приходится представлять компанию, и тогда от вас ждут воплощения всеобъемлющего имиджа. В этом случае необходимо последовательно и ответственно прояснять позиции компании. Публика, в первую очередь, судит об организации по тому, насколько поведение ее представителя отвечает их ожиданиям. Когда наблюдается явное отклонение от желаемого, тогда это неизбежно вызывает проблемы.

Это вовсе не значит, что вы не можете представить и свой собственный имидж, а также имидж своей работы в выгодном свете. Просто будучи хорошо подготовленным к встрече с прессой, вы получаете шанс как бы укрупнить свою личность. Вы можете сделать такое, не отказываясь от позиции и поведения, каких ждет от вас компания. Ведь вас не попросят представлять ее, если в руководстве предполагают, что вы можете навредить ей на публике.

ЗНАНИЕ СПЕЦИАЛИСТА

134

Если вы хотите быть в своей организации тем, кто предстанет перед прессой, тогда надо иметь уверенность, что вы проявляете себя как человек, полезный для компании и способный эффективно представлять ее.

Чтобы быть замеченным, нужно твердо знать, что изо дня в день вы демонстрируете высокое качество своей работы. Если вы добились того, что не скользите по поверхности, а всегда представляете высокопрофессиональный имидж, тогда вы можете рассчитывать на внимание влиятельных лиц. Людей, которые хорошо работают, всегда замечают. Кроме того, очень неплохо, когда вы обладаете еще и каким-либо дополнительным специальным знанием, позволяющим вполне естественно пригласить вас в качестве эксперта, когда обсуждается данный предмет.

Поэтому выберите область, которая в вашей компании еще недостаточно развита, и изучите всю имеющуюся о ней информацию. Спрашивайте специалистов из других фирм, читайте как можно больше современных книг, статей, запишитесь на курсы. Любой ценой стремитесь сохранить современность ваших знаний. Дайте всем знать, что такова ваша вторая специальность, и предложите помощь другим сотрудникам в этих вопросах. Когда вашей организации понадобится человек для беседы с прессой по данному предмету, вы окажетесь именно той личностью, которую они выберут для этой цели совершенно естественно.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕССЫ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Компания нуждается в определенном образе и она рассчитывает, что ее сотрудники достойно покажут его прессе. Тем не менее различным аудиториям он может быть продемонстрирован по-разному. Общая информация может быть той же, но другим будет способ ее преподнесения. Например, если ваша фирма гордится собой, обеспечивая высокую скорость оказания услуг, она может показать это клиентам путем непосредственной демонстрации видеозаписи различных приемов транспортировки. Для шестиклассников же допустимо рассказать об этом в более доходчивой форме с множеством шуток.

От вас могут также ожидать представления прессе группового стиля в работе. Ведь все больше и больше успехов в менеджменте достигается коллективными усилиями, и в управлении тоже начинает главенствовать группа. От вас также могут ждать, что вы хорошо донесете это до прессы.

КАК ВАМ УСТОЯТЬ?

135

Вы можете испытывать опасения в этом отношении и будете делать попытки понять, как же можно сохранить свой имидж, когда нужно постоянно примериваться к требованиям компании.

Для начала, если вы хотите, чтобы ваша компания признала важность вашей работы, нужно адаптировать собственный имидж к тому типу личности, который они ищут. Это совсем не значит скрывать свой естественный шарм, ум или богатство и широту натуры (если уж такова ваша личность), но означает, что вам следует так использовать свои качества, чтобы представить компанию и свою работу в очень выгодном свете.

Если у вас развито чувство юмора, то ваша беседа с прессой может начаться с шуток, но все равно затем нужно выдвинуть требования компании. Но коль вы нелюдимы, то можете писать пресс-релизы в откровенной, информативно насыщенной манере, не недооценивайте значение для СМИ чтения хорошо написанного пресс-релиза, поскольку там видели множество бесполезных.

Пресс-релизы

Основной способ, с помощью которого организации связываются со средствами массовой информации – особенно с газетами и журнала-

ми – отправление им пресс-релизов. Это наиболее подходящий вариант представления информации прессе. Если вы тот человек, который регулярно их пишет, то ваш имидж должен проступать и в них. Ваше имя будет значиться вверху титульного листа как контактное, и редакции начнут звонить вам насчет дальнейшей информации. Будете делать это хорошо, то кроме общих вопросов о вашей организации, пресса, вполне возможно, станет интересоваться вашей личной темой.

ПЯТЬ КИТОВ ЖУРНАЛИСТИКИ

Написать пресс-релиз может каждый, но большинство не может сочинить его так, чтобы он был годным для публикации. Прессе нравится, когда информация представлена как можно яснее и короче. Она не стремится раздувать очевидные факты, хотя и такое допускается, если нет ничего другого. Пусть ваш пресс-релиз и не будет использован точно так, как написан, но вы должны стремиться написать его таким, как будто он уже напечатан в газете. Когда вы набьете руку, ваши пресс-релизы вполне могут быть использованы в изначальном виде.

Редактору нужно, чтобы в первом же абзаце были представлены пять важных фактов: кто, что, где, когда и почему. Не имеет значения, в каком порядке следуют эти факты, если все они присутствуют. “Как” и любая другая информация идут дальше. Так следует делать потому, что когда мало места на газетной полосе, информацию начинают резать с конца, поэтому то, что остается в начале, должно как бы в миниатюре излагать историю целиком.

Кроме того, это быстро говорит редактору, представляет ли эта информация интерес для его читателей. Если первый абзац скучен, то остальное просто не будет прочитано. Хотя и по сей день газеты, телевидение и радио получают пресс-релизы, которые почти не содержат информации. Если вы сможете создавать короткие, но эффективные пресс-релизы, вы станете лучшим другом любого редактора.

СОЗДАНИЕ ПРЕСС-РЕЛИЗА

Если вас попросили сделать пресс-релиз, вам могут дать специальную бумагу с грифом компании и словами: “Пресс-релиз”. Если же нет, тогда воспользуйтесь официальной бумагой организации и на-

печатайте под ее названием заглавными буквами: "Пресс-релиз". Хотя такие документы до сих пор называют пресс-релизами, более точным будет название "релиз-новости", означающее, что его можно использовать и для телевидения, и для радио. К тому же указывает средствам массовой информации, что им не надо платить за информацию. Убедитесь, что и дата также хорошо видна, она поможет редактору судить, насколько актуальна информация. А также поместите наверху свое полное имя и телефонный номер, чтобы при необходимости газета могла связаться с вами.

Дайте своему пресс-релизу заглавие. Сделайте его кратким и информативным. Возможно, оно не будет использовано при публикации, зато даст редактору представление, о чем же все-таки этот пресс-релиз. Например: "Лэмб Фьюэлз спонсирует фестиваль общин Мериленда". Ниже напечатайте информацию через два интервала. Двойной интервал необходим, чтобы можно было делать правки и вносить другую информацию. Кроме того, так легче читать, нежели через один интервал. Постарайтесь разместить информацию на одном листе, но уж обязательно на двух листах формата А4. Если вам нужен второй лист, напечатайте в левом нижнем углу первого слова "см. далее". Листы после первого должны быть пронумерованы в правом верхнем углу.

137

Придерживайтесь образца (пяти требований): "Лэмб Фьюэлз (кто) объявил сегодня (когда), что его фирма будет спонсировать фестиваль общин Мериленда (что) в Нортшире (где). Компания надеется поощрить местное население к поддержке их местных организаций (почему)". Как только вы написали в первом абзаце важные факты, вы можете прибавить к ним "как" и любую другую информацию. Используйте также ссылки. Можете привести цитату из речи какого-то лица, связанного с предстоящим событием. Например, директор Лэмб Фьюэлз или мистер Чарльз Робинсон сказал: "Мы придали большое значение поддержке общественных мероприятий". Если же вы сами специалист в этой области, то можете цитировать и себя: "Мисс Эмма Клаун сказала: "...". Можно привести еще что-то другое, заслуживающее интереса, но как только сказали все относящееся к делу, стоп! Затем еще раз напечатайте в конце свое имя и номер телефона с левой стороны, затем в самом низу поставьте слово "конец" заглавными буквами. Вот и все.

Вроде бы все просто, но ведь так много людей делают это неправильно потому, что хотят выглядеть слишком умными или же пытаются вложить в релиз слишком много информации.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СРОКОВ

Существует обычай накладывать на пресс-релизы эмбарго с сообщением редактору самой ранней даты, когда можно использовать информацию. Но поскольку очень много людей злоупотребляют этим для самых незначительных релизов, то многие газеты просто игнорируют такие требования. Единственное условие, по которому вы можете наложить эмбарго на пресс-релиз, это когда возможная утечка информации до определенной даты или времени может смутить общественность или нанести фирме ущерб (вспомните конфуз, когда речь Королевы была напечатана раньше, чем ее услышали по телевидению). Если вы будете использовать эмбарго только в нескольких важных случаях, то больше вероятности, что с ними будут считаться. Чтобы наложить на пресс-релиз эмбарго, напечатайте заглавными буквами: "Эмбарго до..." и укажите необходимую дату и время. Но в целом, если возможно, не стоит накладывать его. Это позволит вам приобрести репутацию активно сотрудничающего со средствами массовой информации.

138

Релизы по какому-то событию могут быть посланы в СМИ по крайней мере трижды с немного отличающимися акцентами: перед тем, как событие произойдет, когда событие уже почти происходит и сразу после того, как оно произошло. Первые два — более важные, поскольку они дают газете время написать статью и, если необходимо, договориться о фотографиях. Третий вариант может использоваться для местных газет, когда важен именно сам факт публикации.

Ваш шанс проявить себя при написании пресс-релиза заключается не только в представлении релиза и содержащейся в нем информации, но и в том, как вы справитесь затем с последующими телефонными звонками. Убедитесь, что у вас есть копия релиза, которую нужно держать под рукой вместе с любой дополнительной информацией, которая может представлять интерес для прессы. Не полагайтесь на свою память, даже если вы считаете, что сильны в телефонных беседах. В беседе со СМИ вы должны быть уверены, что сказали именно то, что и хотели сказать. Вы можете попросить, чтобы ваш разговор не записывали, но зачем тогда, собственно, было посылать пресс-релиз? Не говорите ничего, чего бы вы не хотели, чтобы пресса затем повторила, вот и все. Имейте список имен других людей, с кем представители прессы, возможно, захотят побеседовать, а также перечень тех важных моментов, которые не были затронуты в релизе, но могут быть подняты.

Если вы полагаете, что информация срочная, можете позвонить в газету и спросить, можно ли поговорить с репортером, который занимается вашим вопросом. Но коль можно обойтись, то пресс-релиз — лучший вариант, потому что вы сами получаете возможность сказать то, что намеревались. Но если вы все-таки звоните, то убедитесь, что подготовили ответы на все пять вопросов и держите всю информацию под рукой.

Любая организация должна беспокоиться по крайней мере о ежемесячной, а желательнее и еженедельной посылке пресс-релизов. Но будьте внимательны. Не отправляйте то, что уже не новость. Реже чем раз в месяц — вы уже рискуете, что вас просмотрят. Чаще чем раз в неделю — вы обязательно надоедите прессе.

ФОТОГРАФИИ

Если пресса просит о снимке, постарайтесь договориться со всеми имеющими к этому отношение людьми, и чтобы это имело обязательную для всех силу (включая и вас, если необходимо). В своем пресс-релизе вы можете сделать пометку для редактора о любых возможностях для фотографирования, таких как: директор Лэмб Фьюэлз и мистер Чарльз Робинсон передадут чек на сумму в 5000 фунтов организатору фестиваля общин Мериленда Мэри Джоунс в павильоне для музыки на площадке отдыха Мериленда в 3.30 пополудни в субботу, 17 июля.

Когда есть сомнения, ничего не пишите. Это довольно привычно для редактора — самому принимать решения насчет того, необходимо ли фото, и звонить по контактными телефонам, чтобы договориться. Если же средства массовой информации вдруг попросят вашу фотографию, то вам на этот случай необходимо всегда иметь одну такую под рукой. Договоритесь со своей компанией, чтобы вас обеспечили несколькими вашими фотографиями по пояс размером 10 на 8 дюймов (25x20 см). В противном случае договоритесь, чтобы их сделал профессионал. Сделайте на листке бумаги примерную подпись и подколите ее к обратной стороне фото. Не пишите ничего на снимке! Вы должны указать свое имя, должность и свою специальность вместе с названием компании, ее адресом и телефоном. Если фотография предназначена для иллюстрации пресс-релиза, тогда пометьте, что авторские права свободны, и пресса может использовать его бесплатно.

Брифинги для прессы

Есть ситуации, когда компании приглашают прессу и уведомляют репортеров, в каких важных для новостей мероприятиях участвуют их организации. В связи с краткой формой сообщения они часто проводятся в сжатые сроки и могут варьировать от простого и лаконичного сообщения для СМИ до полного и детального заявления из уст представителя компании. Вовсе не обязательно допускаются вопросы со стороны средств массовой информации.

Важно, чтобы любой подобный брифинг содержал все относящиеся к делу факты, которые компания хочет выделить, и был ясным и точным. Когда есть возможность подготовить для раздачи печатную версию, это лучший вариант. Обычно кто-то из компании (возможно, заведующий канцелярией) будет зачитывать заявление для брифинга. Но коль для этого выбрали вас, очень важно говорить четко и стараться не проявить никаких эмоций, особенно, если новость для компании плохая. Конечно же, когда новость хорошая, тогда допускается легкая улыбка удовольствия! Суть в том, чтобы вы выглядели искренне, делая для СМИ беспристрастное сообщение. Конечно, ни одно заявление, даваемое от имени компании, не может быть свободным от пристрастия, но на брифинге это должно выглядеть именно так.

Если вам дали указание не отвечать на вопросы, тогда достаточно обычного: “Без комментариев”, и не слоняйтесь вблизи репортеров после прочтения заявления, иначе вы совершенно обоснованно станете для них мишенью. Когда же вам сказали, что можно отвечать корреспондентам, тогда убедитесь, что подготовили все факты и хорошо осведомлены через консультации со своим начальством и департаментом по общественным отношениям, насколько далеко вы можете зайти, отвечая на вопросы, и когда от ответа следует уклониться.

Пресс-конференция

Собственно, это изрядно расширенные варианты брифингов для прессы, где вопросы не только разрешены, но даже поощряются. К ее проведению могут привлекаться один или более членов организации, например, делающие заявление и отвечающие на вопросы. Хотя

пресс-конференции могут быть созданы в короткий срок, о них обычно заранее уведомляют средства массовой информации, чтобы собрать максимальное число журналистов и фотографов.

Если вас просят принять участие в пресс-конференции, опять же важно знать, какая линия поведения по этому поводу определена организацией как ведущая. Старайтесь выглядеть расслабленным и сохранять спокойствие, особенно когда предмет сложен. Отвечайте на любые адресованные вам вопросы со всей позволенной вам искренностью, но коль необходимо, используйте ответ: "Без комментариев", но старайтесь, по возможности, не избегать ответов, поскольку это произведет впечатление, будто вы что-то скрываете. Пресса буквально засыпает вопросами, когда пытается откопать нужную ей информацию, так что будьте готовы к тому, что к вам проявится нечто похожее на враждебность. Она не будет направлена лично на вас (если только вы не тот, кто является причиной конференции). Обращайтесь с репортерами в таком случае твердо и, по возможности, без юмора. Не вздумайте из-за этого волноваться. Умение оставаться спокойным под убийственным огнем средств массовой информации — одна из важнейших черт хорошего представителя на пресс-конференциях.

141

Как пресс-брифинг, так и пресс-конференция дают вам отличный шанс улучшить свой имидж. Если вы сведущи в проведении брифингов для прессы и способны сохранять спокойствие, когда вас засыпают вопросами (возможно, на глазах у тысяч людей через ТВ), тогда именно вас будут отождествлять с той организацией, которую вы представляли. Успешный дебют, очевидно, будет означать, что о вас подумают вновь, когда на горизонте возникнет необходимость следующей пресс-конференции. Как "первый человек в компании для встреч со средствами массовой информации", вы не только будете выставять себя в роли "лица" компании, но также и в роли своего собственного "лица" для самой широкой общественности.

Расширяйте контакты

Самыми важными вашими контактами окажутся контакты с репортерами прессы, особенно если вы регулярно высылаете пресс-релизы. Этих людей вы обязаны знать по имени, и у них должна быть уверенность, что они могут положиться на вас в отношении точности и современности новостей.

Также очень важными являются контакты с различными местными обществами. Если вы стараетесь повысить авторитет своей компании в местных пределах, то вам следует знать, кто в состоянии дать вам совет насчет местных событий, тамошних политических особенностей или поможет добиться встречи с важной персоной в местном совете. Тут поощряется всемерное расширение сети контактов. Чем больше людей вы узнаете, тем большему числу их окажетесь представленными сами и тем более деловыми и своевременными будете делать свои пресс-релизы.

КОНТАКТЫ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕСТНАЯ ПРЕССА

Некоторые из ваших пресс-релизов окажутся направленными в национальную прессу, но гораздо больше будет их напечатано в местной. В силу этого важно подчеркивать для местных газет глубокую вовлеченность вашей фирмы в жизнь региона. И когда вы будете иметь это в виду, не забывайте и о местных бесплатных изданиях. Они доставляются в каждую тамошнюю семью, и в связи с этим обладают большим влиянием, нежели многие из платных изданий. Обижать или же игнорировать их — значит подвергать себя неоправданному риску.

Нацеливаясь на пресс-релизы для такой прессы, не забывайте упомянуть хорошо известных там лиц и осветить местные события. Подчеркните также местную родословную своей организации. Приспосабливайте каждый пресс-релиз либо к национальной прессе, либо к специфике местного региона, в зависимости от степени влияния ваших региональных газет. Если фирма оказывается глубоко вовлеченной в местные мероприятия, убедитесь, что вы всегда готовите пресс-релизы, отражающие это.

ТВ и радио

Хотя мы говорили о пресс-релизах для прессы, не отвергайте ТВ и радио. Сотрудничество с ними зависит от особенностей и возможностей вашей организации. Сумеете добиться влияния в национальных сетях, а местные ТВ и радио обязательно будут приветствовать все ваши новости. Высылайте релизы новостей в самые разные редакции радио и ТВ, убедившись, что каждая из них связана с определенным регионом.

Вас могут попросить дать или же пайти кого-нибудь, кто бы дал интервью для радио или ТВ. Они могут идти "живьем", в записи или по телефону. Опять же, основа всего – подготовка. Убедитесь, что вы имеете по крайней мере три факта, которые вы бы хотели обнародовать. Затем независимо от того, о чем вас спросили, в ответах скажите все, что хотели сказать. Попрактикуйтесь сначала перед зеркалом. Представьте, что вам задают вопросы, и отвечайте на них. Это может показаться несколько странным, но зато хорошо подготовит вас. Сделайте несколько глубоких вдохов перед выходом в эфир. Если вам покажется, что все произошло не так, как хотелось, не паникуйте. Все забудут это интервью через пару недель. Но коль все сложится удачно, то все запомнят его, поэтому вы должны быть хорошо информированы и подготовлены. На ТВ оденьте что-нибудь удобное и простое, но достаточно элегантное. Не машите руками. Держите руки расслабленными на коленях. Улыбайтесь!

НА МЕСТЕ ИЛИ ПО ТЕЛЕФОНУ

143

Если вас попросят дать интервью прямо на месте или же по телефону, вы, очевидно, не будете подготовлены так хорошо, как бы хотелось. Поэтому всегда следует иметь под рукой последний пресс-релиз и список относящихся к делу людей и перечень фактов. Обдумайте несколько секунд ваш ответ, прежде чем говорить, и не бормочите. Когда вы улыбаетесь, аудитория почувствует это в вашем голосе, даже не видя вас.

Вначале плохие новости, потом все остальные

Самый худший случай, когда средства массовой информации раздобывают гибельные новости о вас, и это появляется во всех газетах прежде, чем вы сможете что-либо предпринять для их нейтрализации. Если такое случилось, не притворяйтесь, будто такого не было, и не игнорируйте произошедшее. Свяжитесь со всеми газетами, теле- и радиостанциями и предложите им свою версию событий.

Просто и ясно скажите, что произошло, и объясните, что вы конкретно делаете в данной ситуации. Подобного шага может оказаться достаточно, чтобы разрядить обстановку. Информировать также средства массовой информации, если у вас происходит какое-то бедст-

вие. Пусть это выставит вашу организацию не в лучшем свете. Публика теряет доверие к организациям, которые, как ей кажется, пытаются что-то скрыть от нее, и ей не нравятся личности, которые пытаются поступать именно так. В общем, если вы пытались ничего не сообщить или же как-то иначе хотели выйти из положения, тогда вы заклейте себя в глазах публики как шарлатан. Им больше по праву будет организация, которая честно скажет: “Да, мы испортили эту партию пищи, но мы ее немедленно изъяли, возместили убытки и сейчас делаем новую высококачественную партию”, чем та, которая заявит: “Мы не знаем, что случилось. Это не имеет к нам отношения”.

Когда вам необходимо обнародовать плохие новости, то знайте, что если вы будете честны и искренни, вас именно так и воспримут. Если вам же каким-то образом удастся нейтрализовать ярость публики, тогда на вас, несомненно, посмотрят как на личность, весьма полезную для компании.

БОРЬБА СО СПЛЕТНЯМИ

Общий принцип в отношении подачи плохих новостей содержит в себе хорошее и для общих новостей. Всегда старайтесь снабдить публику и прессу как можно большей информацией. Недостаток ее имеет своим результатом необоснованные сплетни, а сила чьего-либо плохого слова не должна недооцениваться. Если вы обеспечиваете надежную информацию, тогда всякого рода сплетни имеют гораздо меньший шанс разрастись.

ВАШ ИМИДЖ В НОВОСТЯХ СМИ

Одновременно с тем, как вы в прессе оказываете услуги компании, вы также повышаете и собственный имидж. Все начнут рассматривать вас как надежный источник информации, особенно в вашей собственной сфере специализации. На вашу персону будут смотреть как на честного и искреннего партнера. Если вы при этом сможете быть приятным и проявите умение найти подход к любому, тогда вы и ваша компания просто обречены на успех.

Что говорят профессионалы

Директор коммуникаций корпорации "Бритиш Ньюклиа Фьюэлз"
Колин Д. Дункан

Я директор по связям с общественностью в своей корпорации, в частности, отвечаю за решения в коммуникационной стратегии, например, за такие решения, как BNFL может передать свою деловую информацию политикам, средствам массовой информации, публике и клиентам. Я также отвечаю за выполнение этого в плане посланий и формулирования в целом программы коммуникаций. BNFL желала бы, чтобы ее воспринимали как профессиональную компанию мирового класса, умеющую обращаться безопасным образом с такими сложными субстанциями, как ядерные отходы. Мне лично хотелось бы, чтобы BNFL воспринималась публикой, как "у нас есть эти отходы, и раз уж они ядерные, я не могу найти никого лучшего, чем BNFL, кто бы успешно занимался ими." Мы завоевали хорошую техническую репутацию, что очень трудно для любого, кто связан с ядерными материалами, потому что это нечто такое, чего никто бы не хотел, чтобы оно вообще существовало. Люди согласны, что в энергетической промышленности есть место для ядерной энергии и есть нужда в ней, но если вы говорите: "А что вы думаете о ядерных отходах?", они отвечают: "Нет, нам этого не надо!" Мы не можем остановить человеческую жизнь, точно как и появление радиоактивных отходов. Все, что мы можем попытаться сделать, — это работать с ними таким образом, чтобы не навредить окружающему миру. Это именно то, чем компания занимается, и мне бы хотелось, чтобы ее ценили как хорошо знающую свое дело.

Думаю, способ, каким представляют себя публике отдельные личности в BNFL, действительно влияет на то, как она воспринимает компанию в целом. Это двоякая вещь. Вы можете зайти в школу и обратиться, например, к ученикам. Если вы скажете: "Привет, я из Гринпис и хочу рассказать вам о нас", то, полагаю, вы ощутите более благоприятную начальную реакцию, нежели: "Привет, я из BNFL и хочу рассказать вам об ядерных отходах". Они уже так запрограммированы, что им безусловно нравятся люди из Гринпис и не нравятся из BNFL. Но вы можете преодолеть подобную реакцию, и ее успешное преодоление будет целиком зависеть от вашей личности. Когда ваша компания уже обладает хорошим имиджем, это

тоже может помочь, но конечная оценка делается по личностям. Проблема в том, что в транснациональной компании вы не сможете иметь личный контакт с каждым, так что вам приходится надеяться на другие инструменты, такие как средства массовой информации и прочие методы общественных отношений, а не только на личный контакт. Но он, как показывают все исследования, остается все той же ключевой областью, где вы и создаете свой начальный имидж и разрушаете его. Если вы яркая и адекватная личность, выступающая перед соответствующей аудиторией, то это гораздо важнее всего остального.

Не думаю, что у нас существует ряд установок насчет того, как мы должны вести себя на публике. У нашей организации есть вполне экстенсивная программа бесед, мы отлично подготовили штат и убедились, что они хорошо подкованы по всем техническим вопросам. Честность должна быть лейтмотивом в каждом человеке. Не пытайтесь изобразить ее, потому что это будет обнаружено и вы в итоге полностью потеряете кредит доверия. Мне бы хотелось, чтобы на BNFL смотрели как на организацию, которой можно поручить заниматься такими грязными вещами, как ядерные отходы. Никто не станет доверять компании, которая говорит неправду и штат которой пытается изменять сказанному, когда остается сам с собой. Так что все это полностью идет от общей культуры компании. Если доверяют нам, тогда доверяют каждому из нас, и два-три человека, обманувшие доверие, могут испортить имидж целой компании.

Что касается моего личного имиджа, думаю, главным компонентом в нем является профессионализм. Но он не приходит от знания ответов на все вопросы, профессионализм приходит со способностью ассимилировать взгляды людей, а затем находить пути достижения консенсуса. Решение этих двух задач порой бывает очень трудным. Я вижу профессионала как человека, который знает немного в большей части области, в которой работает, но не знает всех ответов, избегает давать все ответы.

Думаю, второй частью имиджа BNFL является профессиональное доверие. Это не означает, что BNFL приходится быть дерзкой. Техническая смелость часто является тем, в чем люди обвиняют ядерную промышленность и что вытекает из фразы: "Мы профессионалы, нам лучше знать". Если бы мы так делали, BNFL быстро следала бы тогда со своего высокого насеста благодаря как рыночным силам, так и антиядерным организациям. Конкуренция уничтожает любую разновидность сомнительной технической дерзости. Нам при-

ходится становиться все более и более ориентированными на клиентов, и BNFL стала именно таковой за последние 10 лет.

Мы стремимся почаще вступать в личный контакт с публикой и клиентами. Демонстрируем им готовность внимательно слушать, быть открытыми, восприимчивыми к новым идеям, вести переговоры, будучи дружелюбно настроенными. Мы показываем внешнему миру, что готовы слушать и желаем реализовать все, что видится нам как верный путь вперед, хотя кто-то и не всегда соглашается с этим. Вы должны точно так же поступать и внутри компании. Если кто-то хочет сказать, что я неправа на индивидуальном уровне, я выслушаю и не стану держать обиду. Но я могу все же решить, что буду делать то, что задумала. Могу также и поменять свое мнение. Это не признак слабости.

Ценности, которые мы преподносим внешнему миру, должны быть точно такими же, как и ценности внутренние. Я указываю на эти ценности в моей каждодневной работе собственному штату, который начинает затем корреспондировать их внешнему миру. Только в таком случае люди смогут доверять нам, смогут положиться на нас, увидев, что мы и в самом деле профессионалы и имеем право сказать: "Что ж, мы, пожалуй, обдумаем этот вопрос заново". Большинство компаний, которые постоянно игнорировали мнение внешнего мира, ушли из бизнеса.

Я не люблю нахальства в своем персонале. Но в то же время мне не нравится, если сотрудники не выражают свои взгляды открыто. Некоторые из лучших идей возникают из ереси, и не считаю, что последовательность — это неременное условие профессионализма. Честно говоря, я даже считаю последовательность продуктом посредственного мышления. Если все должно быть последовательным, то это значит, что и весь мир устроен так же. Но жизнь — сила органическая, а не логическая. Мы должны признать, что вещи порой вовсе не таковы, какими они нам кажутся, и что каждое суждение должно опираться только на факты.

В BNFL, когда средства массовой информации бывают особенно несправедливы, часто говорят: "Почему они такого мнения о нас, это ведь не так, дела обстоят иначе". Но то, как все обстоит, является тем, как это воспринимают люди. Если они видят в нас угрозу окружающей среде, здоровью населения, значит, такова реальность, и ее нужно изменить. Способ изменить положение вещей — это изменить само восприятие вас самих. Так что если кто-то из сотрудников компании демонстрирует имидж неуклюжего идиота, значит, такова реальность.

Думаю, что прогрессировать в своем профессионализме мне больше чем что-либо другое помогло широкое вовлечение в мою работу других людей и отсутствие уверенности, что у меня есть ответы на любые вопросы. Кое-каких своих наихудших ошибок мне удалось избежать, когда другие говорили: "Ну-ка, погоди минутку, может, тебе лучше бы не делать так, а лучше поступить следующим образом". Это как раз та открытость, которая очень важна, и из-за которой ваш персонал не ходит в "шрамах" и "синяках". Вы, конечно, все равно можете решиться пойти через "минное поле", но тогда это будет уже глупым, и вы полностью будете отвечать за последствия подобного решения.

Шагнуть "на мины" можно и групповым решением, но ответственность все равно будет лежать на мне. Ведь я не могу сказать: "Мы все принимали такое решение, так что все мы заслуживаем порицания". Думаю, что это уход с позиции управления. "Мы все приняли это решение, и если оно окажется неверным, мы все равно будем учиться уживаться, но босс я и ругать надо меня", — вот как все должно происходить. Но вы увидите, что если люди верят вам, то они сдвинут горы, лишь бы избежать позора, и в таких случаях вам очень редко придется брать на себя ответственность, поскольку такие решения лишь изредка окажутся совершенно неверными. Но даже если какое-то из них и будет плохим, то верящий в вас коллектив заставит и его работать. В то же время, когда вы единолично примете не вполне верное решение, то подчиненные постараются завалить его, поскольку они не будут ощущать сопричастности. Вы должны им показать, что всегда стремитесь оградить свой персонал от неприятностей, если даже дела идут плохо. Это дает людям ясно понять, что вы хотите союза с ними и готовы бороться за них. Вам следует искать и обоюдной поддержки друг друга, особенно если это такая сложная сфера, как общественные отношения в ядерной промышленности, где каждый ищет, каждый только и смотрит, какую же ты допустил ошибку.

Десять лет назад мы подвигли наших людей встречаться с публикой для обсуждения наших технических возможностей. Сейчас же гораздо важнее их коммуникационные навыки, их личность, а технические возможности сотрудников сегодня уже вторичны. Это особенно важно, если вы устраиваете теле- или радиоинтервью. Мы располагаем целым списком людей, которые являются хорошими коммуникаторами, независимо от того, где они работают, в офисе или в департаменте ядерной физики. И эти люди всегда будут теми,

на кого мы можем положиться, когда возникает потребность сделать ряд сообщений. В настоящее время мы проводим конкурс в нашем журнале, куда людям предлагают посылать их статьи, а лучшим авторам вручаем призы. Мы также организовали курсы радиointервью и телевизионного обучения, курсы публичных выступлений, и те сотрудники компании, которые блеснули на них, также пополняют наш список. Не имеет значения, знают ли они все о работе ядерного реактора. Важно то, что они могут доходчиво сообщить публике, что ядерный реактор безопасен. Мы придумали это сами — показывать в эфире или перед публикой человека с технической специализацией.

Мы не говорим, как вы должны выглядеть. Ключевой момент здесь — сохранять и подчеркивать самое лучшее в той или иной личности. Можно, конечно, давать людям советы, но вы не в состоянии создать новую индивидуальность. Если вы попытаетесь сделать такое, то это обязательно проступит как фальшь, а вы, разумеется, жаждете доверия. Чего ищет наша публика, так это настоящих личностей, являющихся подлинными коммуникаторами, и коль они искренни, то им будут доверять. Но когда они просто хорошо отрепетированы, тогда им не будет доверия. Это и есть та самая тонкая граница между профессионализмом и прилизанностью, и если вы не дальновидны, то научите своих людей быть приглашенными.

Когда вы говорите людям “имидж”, они полагают, будто это нечестно. Как я уже говорила раньше, это не то, на что смотрят, а то, как это воспринимается. Вот в чем ключ проблемы. С моей точки зрения, это не факт и не реальность, это лишь способ его существования. Все открыто для обсуждения, и все может быть увидено множеством различных способов. Представление имиджа — это не демонстрация чего-либо нечестного, вы просто выдвигаете определенную точку зрения. Для каждой такой точки есть противоположная, так что когда вы говорите об имидже компании, то он никогда не бывает застывшим навеки. Он меняется, он развивается, и будет меняться и развиваться, если общество требует перемен. Вы должны постоянно прислушиваться к тому, чего ожидает от вас население, а затем ориентируйте компанию, чтобы и она отвечала этим требованиям. Это не значит иметь определенный внешний имидж, когда на самом деле внутри компании происходит множество противоречивых вещей. Если это так, вас разоблачат в течение пяти минут, и ваш деловой образ рассыплется, словно картонный домик. Так что имидж — это не глянец, наведенный на реальность, он сама реальность.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Поддерживайте в своей работе современный уровень.
2. Дайте знать о себе в свой департамент ОО (общ.отнош.).
3. Станьте специалистом в каком-то аспекте своей работы.
4. Научитесь писать честный пресс-релиз.
5. Помните о пяти китах журналистики.
6. Держите наготове несколько своих фото.
7. Готовьтесь к пресс-конференциям или брифингам со своим департаментом ОО.
8. При проведении брифинга честно отвечайте на вопросы.
9. Не пугайтесь любителей спрашивать.
10. Поддерживайте контакты со средствами массовой информации постоянно.

СЕДЬМОЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Можно начать с составления списка всех средств массовой информации, которым может показаться интересной ваша организация. Включите сюда местные газеты и торговую прессу. Уточните имена редакторов. Договоритесь насчет нескольких своих черно-белых фотографий, сделанных либо за счет компании, либо за свой.

Потренируйтесь готовить пресс-релиз. Прочтите колонку новостей в своей местной газете, а затем попытайтесь написать их еще раз в виде пресс-релиза, помня о пяти китах журналистики: кто, что, где, когда и почему.

Купите себе записную книжку или отведите особое место в своем ежедневнике или компьютере, чтобы записывать имена, телефоны и редакции репортеров, с которыми вам пришлось разговаривать лично. Напроситесь поприсутствовать на следующем брифинге для прессы, чтобы набраться опыта. Делайте записи о том, как выступающие справляются с трудными вопросами и любителями спрашивать.

Поведение вне офиса

Вам приходится представлять себя не только своим коллегам, штату и боссу на своем рабочем месте. Ваш имидж – это нечто, что должно быть замечено и за пределами офиса. Поэтому нужно делать все, что только можно, и при любой возможности рекламировать ваших нанимателей.

Почему это должно повысить ваш имидж и вашу ценность в глазах тех, кто может повлиять на вашу карьеру? Во-первых, это демонстрирует ваш энтузиазм. Если вы готовы выйти и рассказать об этом другим людям или по крайней мере показать себя в ситуациях, когда представляется ваша фирма, то это говорит о том, что вы сильны. Подобное поведение также показывает вашу гордость и уверенность не только в самом себе, своей работе, но и в ваших нанимателях. Когда вы готовы встать как представитель своей компании, то следует сказать: “Я одобряю все, что делает моя компания, и уверен, что она всегда обеспечивает качественный продукт или услугу”. Сам факт, что вы выражаете желание присутствовать в ситуациях, когда ваша компания являет себя внешнему миру, создаст вам имидж человека, желающего и впредь сотрудничать с компанией и способного хорошо ее представлять.

Есть множество ситуаций, когда можно получить шанс показать себя внешнему миру. Некоторые из этих ситуаций вы можете посчитать скучными или необязательными, но они дадут вам возможность проявить себя и быть замеченным другими в вашей отрасли, а также людьми, стоящими у руля компании, равно как и привлечь внимание ваших потенциальных нанимателей. Следующая глава расскажет вам о некоторых из этих моментов и подскажет, как лучше поступать в тех или иных случаях.

Выставки

Бывает много ситуаций, когда ваша компания имеет шанс получить стенд на выставке. Это может варьировать от внушительных окружных экспозиций до небольших местных выставок в городском зале. Каковы бы ни были масштабы события, несомненно, ваша компания будет обязана как-то себя там представить. Ведь если все остальные из вашей отрасли окажутся здесь, то ее неучастие будет выглядеть подозрительным. “Может, они боятся конкуренции?” — такая мысль будет доминирующей. В то же время ваше личное отсутствие останется незамеченным другими из вашей сферы деятельности, и если вы не очень известны, то никогда не станете таковым, пока не будете готовы показывать себя в подобных местах.

152

Мы говорим здесь не о двух или трех человеках, которые стоят и вручают литературу в павильоне компании или кто демонстрирует один из видов продукции. Ими часто бывают лица, нанятые для такого случая и не знающие той работы, которую делаете вы вместе с вашими нанимателями. Нет, мы говорим о человеке, который компетентно отвечает на вопросы посетителей, человеке, способном точно сказать им, в чем состоит политика компании, человеке, который будет находиться в движении, контактирующем с представителями других компаний, а также со средствами массовой информации. Другими словами, речь идет о том лице, кто в данном случае отождествляется с самой компанией. Это может быть один или несколько из вас, но вы все имеете одну основную задачу: показать вашу компанию всем, кто захочет, в самом наилучшем свете.

Иногда выставки проводятся только для других представителей вашей сферы промышленности, но и в этом случае вы обязаны объяснить, что ваша компания может сделать кое-что лучше других. Ведь клиенты все равно там будут. Иногда выставки открыты и для самой широкой публики. В любое время могут проявить интерес к ней и средства массовой информации. С вашей точки зрения вы находитесь там, чтобы продемонстрировать не только свою лояльность к компании, но и собственные способности и повысить свой авторитет специалиста. В любом внешнем мероприятии вы не можете заранее знать, не станет ли через какое-то время тот человек из конкурирующей компании, которого вы, похоже, очаровали, вашим новым нанимателем.

Что произведет впечатление на людей, так это то, насколько хо-

рошо вы сможете объяснить все о своей компании. Никого из задающих сложный вопрос не удовлетворит (а иногда даже в простейшем вопросе может скрываться серьезная проблема), если ему просто вручат какую-то литературу вместо исчерпывающего ответа и таким образом отделаются от него. Когда посетители интересуются чем-то у стендов выставки, они наверняка хотят получить ответ от кого-то, кто не собирается избавиться от них, как от надоедливых глупцов.

Непосредственная подготовка выставочного стенда не должна входить в ваши обязанности, если это, конечно, не является частью вашей работы. Тем не менее, очень неплохо знать, что на нем будет представлено. Выясните следующее:

- Насколько большим будет стенд? Один стол, несколько, целый зал?
- Какая литература о компании или ее работе могла бы быть наиболее полезной?
- Будет ли там демонстрироваться какая-либо продукция или услуги?
- Предполагается ли там наличие визуальных средств для демонстрации образцов изделий?
- Устраивает ли компания какие-либо конкурсы там?
- Как много там будет демонстраторов и помощников?
- Придет ли туда хоть на какое-то время кто-нибудь из главного персонала компании? Помогут ли они вам в общении с публикой?
- Поручено ли вам проводить беседы с посетителями? Если да, то как часто и где?
- Окажетесь ли вы “привязаны” к стенду или вам будет позволено передвигаться и общаться с другими людьми?

153

Как только вы получите представление о том, в какое мероприятие вас вовлекают, можете решать, какой будет ваша роль.

Конечно, выставки – это не всегда палатки. Это могут быть щиты с рисунками, изображение моделей на стендах или еще нечто, могущее заинтересовать людей. Вам нужно решить со своим штатом, что вы намерены говорить посетителям. От вас вовсе не требуется, чтобы вы говорили каждому: “Да, мы собираемся стать главным производителем данного продукта”, если компания хочет лишь сообщить,

что только по истечении шести месяцев начнется его производство. Вашим итогом в таком случае станет множество расстроенных клиентов!

Опять, как и во всех публичных мероприятиях, ключ к успеху – это подготовка. Помните, что вы будете на виду не только у своей компании, но и других коллег из вашей сферы промышленности, а также широкой публики. Убедитесь, что выяснили все, чего не знали до сих пор о своей организации. Если на выставке присутствует кто-то из ваших коллег не особенно популярный в средствах массовой информации и ожидается, что начнутся резкие вопросы от публики, тогда будьте хорошо подкованы в своем вопросе, возьмите огонь на себя и давайте искренние ответы. Уклончивость может оказаться опасной.

Оденьтесь изящно и приколите значок со своим именем. Вы хотите, чтобы люди запомнили вас! Приготовьте свои визитные карточки, чтобы вручить их заинтересованным, как, впрочем, и карточки вашей компании.

Конференции

В предыдущей главе мы уже обсудили презентации и беседы, где у вас может появиться возможность пообщаться с публикой. Но вас также часто будут приглашать или посылать на конференции и как рядового члена аудитории.

Иногда конференция действительно кажется пустой тратой времени, хорошей возможностью, как полагают многие, отправиться в приятное место, чтобы вкусно поесть, выпить и уделить немного внимания случайной лекции или дискуссии. Что ж, можно понимать конференции и так. Но если вы возвратились оттуда с мизерным позитивным результатом, тогда вы впустую потратили и свое время, и время своих нанимателей, и маловероятно, чтобы вас еще раз отправили на такое мероприятие. Смотрите на еду, питье и любование пейзажами как на премию, если это обеспечивается, но сконцентрируйтесь на получении как можно большего от конференции.

Начните с чтения литературы или бумаг, которые вам прислали. Это даст представление о теме конференции и вопросах, которые там будут затронуты. Некоторые из них могут и не иметь к вам отношения, и в этом случае вполне логично их пропустить. Но будь-

те внимательны. Если вы опустите все как не относящееся прямо к вашей работе, тогда вы рискуете потерять шанс впитать новые идеи или мысли. Одна из забот представителя на конференции – привести новые перспективы в политику компании.

Убедитесь, что вы получили все документы, которые могут оказаться полезными. Хотя в качестве члена аудитории вы не будете выступать, может случиться так, что люди, с которыми вы будете общаться впоследствии, могут заинтересоваться, в чем состоит ваша работа или что делает ваша компания, поэтому было бы весьма кстати иметь какую-то информацию для них. На полную катушку должны использоваться и ваши визитные карточки.

ЖЕНЩИНЫ НА КОНФЕРЕНЦИИ

Женщины иногда считают конференции вещами довольно сложными, потому что их не всегда воспринимают там всерьез. Некоторые из участников-мужчин совершают даже по отношению к ним легкомысленные поступки на том основании, что, мол, любой человек находится на конференции, лишь бы хорошо провести время, и что, дескать, это справедливая игра.

Должно быть ясно без слов: любой мужчина, который пытается так поступить, не собирается делать для своего имиджа ничего хорошего. За такое поведение вас начнут презирать все участники конференции – и мужчины, и женщины. Печально, что в наше время необходимо напоминать сильному полу о необходимости быть рыцарем, и что если вы видите женщину, которой надоедают, то вы должны оградить ее от такого “ухаживания”! Конечно, слабому полу довольно трудно в таких ситуациях увернуться от столкновения с мужскими притязаниями. Поэтому женщины всеми должны восприниматься всерьез, к ним нужно относиться с уважением, как и ко всем остальным.

БУДЬТЕ КОММУНИКАБЕЛЬНЫ

Много пользы на конференциях можно извлечь из свободного от нее времени: в барах, за обедом или на других мероприятиях, устроенных организаторами. У вас также будет шанс встретить коллег из родственных областей работы, влиятельных лиц, а также людей пусть и не из промышленности, но способных сообщить вам полезные вещи.

Чтобы получить преимущество в области этой “сверхнаучной” информации, вам следует быть контактным. Это не значит, что вы должны повсюду носиться, стремясь быть сердцем и душой вечеринки, вам нужно лишь сделать над собой усилие, чтобы смешаться со всеми. Такое может быть трудным для действительно робких людей, но простая беседа и явное желание слушать сослужат вам добрую службу.

СПОСОБНОСТЬ СЛУШАТЬ — ЖИЗНЕННО ВАЖНОЕ КАЧЕСТВО

Действительно, умение слушать завоюет вам больше друзей и будет цениться гораздо выше, нежели талант рассказывать байки и быть центром внимания. Старайтесь не обращать внимания на скуку конференции и внимательно слушайте, что говорят другие. Несколько удачно выбранных ремарок для ободрения говорящего сделают вас популярным. Вы можете многое узнать от других на конференции, но не думайте, что все это вы вспомните на следующий день, особенно если вы угостили себя одним или двумя бокалами.

Когда возвратитесь к себе, запишите все хоть сколько-нибудь полезное из лекций как таковых и услышанное от людей. Некоторые участники конференции записывают возникшие мысли на маленький магнитофон для дальнейшей расшифровки. Делайте пометки и на своей программе конференции. Не надейтесь, что вам предоставят бесплатно и авторучку, приносите свою собственную вместе с записной книжкой.

Дни открытых дверей

Тут уж ваш имидж на виду у всего мира. Любой, кто решит заглянуть на ваш день открытых дверей, должен увидеть вас и вашу организацию во всем блеске. Впрочем, ваш наилучший облик должен быть всегда на виду!

Хотя компаниям нравится проводить дни открытых дверей и говорить: “Воспринимайте нас такими, какими вы нас видите, мы такие всегда”, в действительности же необходимо сделать массу приготовлений. Вы ведь не можете допустить, чтобы публика слонялась по небезопасным местам или же шла без сопровождения в очень людные рабочие сферы и вызывала там разброд. Кто-то до-

лжен все им показать, заинтересовать их и объяснить, что здесь происходит.

Это могут сделать и старшие члены персонала, причем многим нравятся подобные поручения, особенно если под их опеку попадает небольшое число посетителей. Роль экскурсовода дает им шанс встретиться с клиентами и показать им компанию в самом лучшем свете. Вы тоже можете сделать подобное. Если вызвались сами или вас попросили провести повсюду людей в день открытых дверей, не ударьте лицом в грязь. Вы будете представлять компанию перед лицом публики. Именно ваш имидж окажется на виду, и именно вас запомнит босс как человека, который так хорошо поработал с публикой.

Церемониальные обязанности

Вы можете не быть лорд-мэром, но вполне можете иметь честь присутствовать на церемониях, организованных в честь вашей профессии, службы или компании в целом. Это могут быть и такие вещи, как, например, открытие филиалов вашего магазина, вручение наград людям из вашей отрасли промышленности или же речь на официальном обеде.

157

Во всех этих случаях вы представляете не только свою компанию, но и вашу профессию или работу, будь вы бухгалтер из обувной промышленности или продавец розничной продажи садового инвентаря. Оденьтесь изящно и побольше шутите, но помните, что для участников это важная ситуация, в которой они играют роль звезд. Ваше дело — выступить в роли снимателя напряжения среди них и их мгновений славы.

Отставки. Проводы на пенсию

Если вас просят заняться организацией чьего-либо ухода на пенсию, тогда вам по возможности нужно добросовестно это сделать, даже если вы не очень хорошо знаете человека, о котором идет речь. Вас как старшего менеджера могут также попросить провести в связи с этим торжественную церемонию или вручить памятный подарок. Это может быть сложный момент. Постарайтесь хорошенько выяснить ка-

кие-либо детали о покидающем компанию человеке. Как и на похоронах, момент может быть испорчен банальными общими словами кого-либо, кто явно едва знал уходящего в отставку человека. Если супруг увольняющегося присутствует тут, постарайтесь, чтобы и он ощутил ваше радушие. Для многих же это будет первый и единственный раз, когда они посетили место работы своего коллеги, а для него — встреча с людьми, которых он знал годами, но которые были для него только именами.

Постарайтесь убедиться, что подарок подходящий. Даже если это стандартный презент от компании, такой как золотые наручные часы или часы настенные (да поможет нам Бог!). Постарайтесь расширить выбор и подыскать что-либо более индивидуальное. Проконсультируйтесь у семьи, чтобы выяснить предпочтения уходящего с работы. Его коллеги тоже сумеют помочь в этом вопросе, поэтому не лишним будет спросить у них и вообще мягко проявить инициативу в отношении этой идеи.

158

Некоторых людей хорошо знают по их позиции: “Я не хочу никакой суеты, когда буду увольняться. Никаких подарков, категорически”. В подобной ситуации вам придется выяснить, они точно имеют это в виду или просто боятся, что никто толком о них не позаботится, когда они будут уходить. Если есть сомнения, тогда вы можете сделать скромный подарок семье либо что-то нейтральное, но полезное, как, например, книга или сувенирные аудиокассеты, которые могут предназначаться любому.

Убедитесь, что для участников торжественного обеда обеспечен транспорт, если они не приезжают сами. В случае же, когда они очень несдержанны в печали или питье, то им не стоит ехать домой самостоятельно.

Это может быть также вечеринка в честь перехода на новую работу. Проблемы тут похожие, но не совершенно те же. Например, если это продвижение по службе вверх, то делать здесь подарок будет просто глупо. Но обязательно будут уместны вечеринка или другое общественное мероприятие.

А ВДРУГ ЭТО ВЫ?

Тут есть важный момент: когда именно вы являетесь адресатом такого внимания: из-за увольнения по возрасту (еще нет!) или перевода на другую работу. В таком случае вы не должны смущать лю-

дей, пренебрегая их усилиями в вашу честь. Когда вам делают подарок, откройте его на глазах у всех и воскликните от радости. Люди хотят видеть, что вам правится их выбор. Если вы не посмотрите его тут же, они будут думать, что он вам не понравился либо что вам заранее сказали, что там. Подготовьте краткую речь – буквально несколько слов, но пусть они будут сердечными. Будьте дружелюбны с каждым, особенно с секретарями, которым пришлось много сделать для организации этого события.

Юбилей

У каждой организации есть памятные даты и юбилеи – даже годовщина в новой компании может праздноваться. Они являются хорошим поводом для похвалы в адрес продукции или услуг фирмы, изложения ее истории и традиций, поднятия рейтинга фирмы в обществе. Вы тоже можете стать частью этого процесса в улучшении имиджа своей организации. Если похоже, что никто не хочет организовать празднование, можете предложить себя. Возможно, по такому случаю следует сделать пожертвование в местную благотворительную организацию, подготовить к печати статью или организовать выпуск юбилейной книги. Если подобное издание предполагается, почему бы вам не взяться написать ее с помощью архивного работника компании? Даже просто предложив это, вы тем самым покажете, что принимаете интересы компании близко к сердцу.

159

Рождество

Иногда Рождество бывает очень утомительным и раздражающим для управляющего. Вы хотите быстрее закончить свою работу, и в то же время вы не желаете, чтобы в вас видели "отравителя" удовольствия. Если вы не примете участия в некоторых предпраздничных приготовлениях, тогда может пострадать ваш имидж в глазах вашего штата и коллег, ведь они посчитают, что у вас нет чувства юмора и вы им не сочувствуете.

Если вы намного выше по служебному положению, то могли бы устроить обед для своей команды. Ваш секретарь взялся бы устроить все детали, потому что у него наверняка больше идей относи-

тельно выбора места, которое должно понравиться всем. Убедитесь, что приглашены все, то есть секретари, клерки, ассистенты и т.д. Это как раз тот случай, когда персонал всех уровней собирается вместе.

От вас будут ожидать, что вы будете праздничны и присоединитесь к веселью. Не думайте, что вы обязаны делать из себя полного дурака. От старшего персонала ожидают обычно некоторого достоинства, но коль всех позабавит возможность увидеть вас в шапке Деда Мороза, то это не причинит вам вреда! Будьте лишь внимательны в том, сколько пьете. Вы должны быть осмотрительны не для того, чтобы не допустить нескромности в нетрезвом виде, а чтобы быть уверенным, что позволяете своей команде пить столько, сколько им нравится, а затем договориться о такси для их доставки домой. Обычное решение — каждый сам платит за свою еду, а управляющий оплачивает выпивку — так что начинайте экономить прямо сейчас и меньше пейте! Поскольку вы не должны перебрать с алкоголем, вам следует быть готовым забыть любое поведение вашего персонала, которое несколько выходит за пределы характерного, если только оно не слишком опасно или неприятно. Рождественский обед — не время критиковать поведение.

Другие рождественские мероприятия включают концерты или шоу. Сможете присоединиться к ним — лучше будет для вас. Управляющий, играющий на рояле на рождественском концерте или поющий соло вместе с хором компании, хорошо запомнится и коллегам, и боссам. Ваш имидж может только окрепнуть, если вы покажете свою способность и желание участвовать в таких приятных коллективных мероприятиях.

Официальные обеды

В то время как рождественские застолья представляют особый случай, официальные обеды имеют свою специфику и собственную цель. Это могут быть и гигантские мероприятия, куда собираются люди из родственных отраслей со всего мира, и меньшие обеды на один стол, за которым коллеги и начальство обсуждают свои дела.

Костюм здесь очень важен. Внимательно прочтите приглашение. Ваш внешний вид все еще определяется тем, что должны надевать мужчины. Праздничные туалеты означают: изысканный костюм тем-

ных тонов на мужчине и леди в неотразимом платье любой длины. Черный галстук предполагает обеденный пиджак для сильного пола и изящное платье для дам, обычно слегка изящнее, чем всегда. Белый галстук диктует фрак для мужчин и длинное вечернее платье для прекрасного пола.

На обедах действуют обычные нормы этикета. Садитесь там, где вам предложат или где стоит карточка с вашим именем, но сначала посадите даму. Используйте приборы по направлению от внешних к внутренним или понаблюдайте, как это делает кто-либо другой. Хорошие манеры определяют, что никто не должен комментировать никакой ваш промах, так что не впадайте в панику, если вам покажется, что вы воспользовались не тем пожом. Большинство людей так далеки от официальных обедов, что они никогда этого не узнают. Никакого курения до конца еды, покуда кто-либо не объявит, что это разрешается. Но лучше не курите. Курение в наши дни часто считают плохой привычкой.

Обращайтесь в разговоре к своим соседям справа и слева по возможности в равной мере. Постарайтесь найти что-либо объединяющее вас. Для больших официальных обедов, которые скорее предназначены напоказ, чем ради дела, просто необходима небольшая беседа. Женщины часто находят подобные ситуации утомительными, поскольку они мало кого знают и не имеют никакого общего бизнеса с другими. Поэтому следует найти темы, представляющие взаимный интерес.

Для менее официальных обедов, цель которых состоит в обсуждении дел, вы должны одеться соответственно и быть готовым к тому. Это вовсе не означает, будто весь вечер окажется посвященным работе, но такова цель. Часто, к сожалению, подобные обеды устраивают только для мужчин. Если вы заметили это, то у вас есть причина поразмыслить, почему на старших должностях в вашей компании нет женщин.

Семинары

На них от вашей персоны ожидают вклада в работу через подготовку доклада статьи для обсуждения. От вас будут ждать, что вы ее своевременно вычитаете и заранее подготовите для распространения. Убедитесь, что она соответствует моменту и не отклоняется от

темы семинара. Если необходимо, предварительно обсудите с организаторами свой выбор темы.

Ярмарки

Как и выставки, они предполагают встречи с публикой и другими представителями вашей отрасли. Вы демонстрируете своим конкурентам и поставщикам, на что вы способны. Вам следует своей особой олицетворять такой имидж компании, который станет своего рода ориентиром для других в вашей профессии или сфере производства. "Нам нужно соответствовать качеству продукции фирмы WRT". Таким образом, вы сами становитесь как бы лицом своей компании. Если сумеете хорошо представить свою продукцию, тогда вы создадите о себе впечатление, которое надолго запомнится и остальным вашим коллегам в отрасли. Когда дело дойдет до "охоты за головами", первым получит предложение тот, чье имя ассоциируется с картиной признания.

Профессиональные общества

Для поддержки собственного имиджа важно посещать собрания и мероприятия вашего профессионального или торгового общества. Это важно не только потому, что вы, таким образом, знакомитесь с последними новостями и достижениями в своей сфере, но также получаете возможность для профессионального роста, делая свое лицо знакомым в кругу своей профессиональной деятельности. Если возможно, снимите там офис, начните издавать журнал или как-то иначе станьте привычной частью этой организации. Таким образом, вы станете человеком, о котором все будут помнить. Средства массовой информации придут к вам за интервью, а ваш босс станет думать, что у вас имеется еще какой-то дополнительный запас профессиональных знаний.

Профсоюзы тоже могут содействовать вам подобным образом. Но в этом случае многое будет зависеть от того, насколько конфронтационен ваш профсоюз или же вы сами с вашим руководством. Если вы находитесь в состоянии трудных переговоров или конфронтации с вашей администрацией, это может сработать и против вас. Но, с

другой стороны, если вы руководите этими процессами хорошо и справедливо, это может даже сослужить вам добрую службу, коль вы производите неплохое впечатление своими организаторскими способностями и умением вести переговоры.

Перевод на другую работу

Некоторые люди избегают переводов, потому что боятся, что нахождение вдали от их первоначальной работы будет означать, что они теряют возможности для повышения и признания. В действительности, в наши дни перевод рассматривается как необходимый шаг для продвижения во многих карьерах. Воспользуйтесь шансом на перевод, если вам его предложили. Не только потому, что он расширит ваши взгляды, но и потому, что вы получите новые возможности привнести их опять в вашу первоначальную работу. Согласитесь, это далеко от задержки вашего повышения и способно лишь ускорить его, потому что вы можете больше предложить, чем те, кто остался позади.

163

Вы можете оставаться в курсе того, что происходит на вашем прежнем месте, продолжая регулярно встречаться с бывшими коллегами, посещая обеды и встречи. Разговор с друзьями за стаканчиком после работы может быть достаточным, чтобы держать вас в курсе всех дел вашего прежнего офиса.

Что говорят профессионалы

*Менеджер по корпоративному имиджу и прямому маркетингу
“Меркури комьюникейшнз Ltd” Крис Касбурн*

Моя работа — часть основной функции, которая называется “Служба маркетинга” и существует для координации деятельности маркетинговых служб во всей нашей компании. Наша роль состоит в том, чтобы убеждать всех, что наша организация ориентируется на достоинство людей в трех наших ясно различимых разделах деятельности, а также обеспечивает наилучшую оборачиваемость для денег. Непосредственно моей сферой занятий является прямой марке-

тинг — это дизайн литературы, создание индивидуальности корпорации, улучшение продаж, проведение конференций и аудиовизуальные вопросы. У нас есть определенный набор ценностей, связанных с нашей торговой маркой, и мы стараемся доказать всем, что произведенное нами соответствует сй. Это значит, что во главу угла мы ставим покупателя. Мы молоды, мы динамичны, мы пастойчивы, мы все продумываем наперед, мы лидируем — такого плана наши идеи.

У нас есть весьма хитроумные исследования, которые дают пищу для размышлений, позволяют оценивать восприятие нас широкой публикой, приветствующей Давида, но имеющей в виду еще и Голиафа. Такова эта новая сущность, которая, реализуясь, изменяет старые пути. Так что мы находимся на высокой волне поддержки от Джо Паблик, где хотят нашего успеха.

Думаю, наша наружная философия — быть простым в бизнесе и оставаться очень открытым. У нас есть очень сложная программа исследования отношений служащих, в которой последних спрашивают: “Что вы можете сказать в адрес компании, каковы ее достоинства и слабости?” Кроме пищи для размышлений, она еще дает и такие ответы: “Глядите, вот здесь мы со всеми нашими бородавками”. И я начинаю понимать, что искренность жизненно необходима в философии “Меркури”, то есть если у вас есть что-то сказать, вы обязаны сказать это. Доступность и простота в бизнесе весьма фундаментальны для того образа, в котором мы хотели бы предстать перед публикой.

Думаю, что индивидуализм и чутье антрепренера у нас поощряются. Модная одежда и соответствие своей аудитории могут стать тем путем, по которому торговля могла бы подойти как можно ближе к своим клиентам. Это, конечно, должно зависеть от того, приближаются ли они к Японскому банку в Сити или к какому-нибудь клиенту в Эдинбурге. У нас есть серия территориальных маркетинговых команд, так что я думаю, это во многом рассчитано, чтобы быть восприимчивым и сосредоточиваться на индивидуальных нуждах по всей стране. Только индивидуальный подход может обеспечить гибкость. Мы стараемся иметь последовательную программу индивидуальности. В частности, все наши слайды, вывески и брошюры работают на специфически разработанную сеть, что означает: если у нас есть менеджер из Шотландии, занимающийся презентацией совместно с кем-нибудь из головного офиса, а также коллегами по торговле, результат презентации будет закономерным.

Думаю, моим достоинством является стремление подвергать сомнению традиционный взгляд на вещи, скажем: “Ну, именно потому, что так делали другие компании, неужели и мы действительно желаем сделать это так же?” Думаю, мой творческий потенциал – это нечто, что могло развиваться именно здесь, я это чувствую и получаю массу вдохновения от работы на “Меркури”. Полагаю, хороша также моя способность быстро принимать решения и умение сказать: “Это наш шанс, давайте будем решительны”, вместо того, чтобы фильтровать их через шесть уровней бюрократии. Так что я стараюсь быть творческим, решительным, быстро думающим, и наша компания поощряет людей, которые хотят быть такими.

Уверена, приход в “Меркури” раскрыл кое-какие из моих достоинств, которые были выявлены в процессе собеседования и оказались способными засиять здесь в большей степени, нежели в других компаниях, в которых я работал до этого. Так что могу предположить, что люди, находящиеся рядом со мной, пожалуй, воспринимают меня как способного становиться все более творческим, делать больше полезных вещей, подвергать сомнению традиционное, тянуться к горизонтам и быть первым, меня, который раньше мог только мямлить и которого просто обрывали на полуслове в прежние дни.

Думаю, единственная важная вещь – это понять, что в определенных обстоятельствах от человека могут ожидать в зависимости от состава аудитории, более официального имиджа, меньшего энтузиазма и размахивания руками. Но я считаю, что лишь больше страдаю от изменений, нежели действительно меняется моя личность. Поэтому должен сказать так: воспринимайте меня таким или отстаньте!

Моя слабость заключается в том, что иногда у меня возникают трудности, когда другие не могут толком настроиться на мою волну. К примеру, я работаю над чем-то, что рассматриваю как реальную возможность блеснуть и отличиться. Но есть люди более традиционных взглядов, способные заявить: “Да, но никогда прежде это не делалось подобным образом”. Я могу сказать определенно, что в сравнении с предыдущими компаниями, в которых я работал, элемент антрепренерского чутья в моей теперешней организации всемерно поощряется. Опять же, я думаю, это во многом следствие того, что бизнес здесь разграничен на деловые разделы, имеющие четко обозначенные спецификой сферы для разработки и развития такой стратегии, которая необходима лишь данному разделу.

Когда речь идет о корпоративном имидже, это другая сторона работы, которую мне необходимо делать. Я хорошо знаю, что мы уже самостоятельно написали три тома о корпоративной индивидуальности и не собираемся пока останавливаться. Любой телефонный разговор, способ, каким вы общаетесь с кем-либо в пабе, и то, насколько вы терпеливы и проницательны в разговорах о компании, и приемы, какими это выражается, — все это и составляет имидж корпорации.

В центральной службе маркетинга мы имеем специальный отдел, ответственный за конференции и мероприятия, а также подотдел, отвечающий за радушие корпорации, спонсорство и т.д. Мы все участвуем в разработке и реализации таких идей и строго придерживаемся своих фирменных ценностей, желая иметь уверенность, что все совершаемое нами отражено в верном свете, будь это главная конференция на 500 человек или маленькая — на 10. Мы стремимся увериться, что и там мы достигли такого же качества, добились той же искренности, того же творческого начала, новаторского первенства, начиная от дизайна наших стендов, в каком бы краю мы ни работали. На большой ежегодной конференции для менеджеров наш стенд был расценен независимыми исследователями как самый заметный и визуально наиболее привлекательный стенд дня. Так что мы имеем право надеяться, что это достигнет всех ушей и через нашу рекламу (которая, кстати, завоевала там золотую и серебряную награды в своей категории за бизнес и рекламу бизнеса), и через специальную литературу.

Мы стараемся, где только возможно, использовать на мероприятиях и выставках отдельных наших управляющих и бухгалтеров, поскольку это и в самом деле люди, являющиеся специалистами во встречах с публикой. В общем, мы не берем команды напрокат, а используем возможности, которыми располагаем. Обычно раньше мы тренировались. И сейчас перед самыми важными мероприятиями одна леди, работающая на меня, репетирует со всеми, кто участвует в презентации, будь они для внутренней или внешней аудитории. Она проверяет тексты речей выступающих, репетирует с ними, где необходимо, вносит предложения, тактично говорит: "Это немного несвязно, немного длинно, а эти слайды никак не гармонируют с патроном 27 калибра". Поэтому у нас всегда наготове такой главный ресурс. Это как раз из моей области, призванной по-настоящему помогать в этом людям. Презентационные способности, я полагаю, являются для нас важным пунктом. Внутри "Меркури" созданы спе-

циальные курсы, и это определенно то, куда людей поощряют пойти, чтобы поучиться менеджменту или повысить уровень руководства, равно как и на курсы по умению вести переговоры и по другим развивающимся сферам.

Вы получаете оценку за последний год, которая выявляет, где вы достигли своих целей, а также определяет, какие качества вам необходимо развивать. Например, если кому-то приходится работать с публикой, то, бесспорно, ему нужно умение в области презентаций и переговоров. У нас есть также план перспективного развития, в котором мы пытаемся заглянуть вперед на 3 – 5 лет и по которому можно сказать: “О’кей, сейчас, Крис, ты менеджер по корпоративному имиджу и прямому маркетингу, но если ты и вправду хочешь стать генеральным менеджером одного из деловых отделов, то тебе надо развить такие-то дополнительные способности и, возможно, следует добиться большей финансовой осведомленности”, и в результате получаем программу, которую надо выполнять.

Опять же, мы обычно пользуемся формами, дающими пищу для размышлений, мы проводим презентации, в частности, презентации на наших внутренних торговых конференциях. Следовательно, там, где должен выступить каждый, от президента компании до маркетинговых директоров разных деловых отделов, мы получаем информацию и оценку от аудитории и в результате можем сказать им всем, что, похоже, эта презентация по уровню была несколько выше запросов аудитории или же она не совсем соответствовала данной конкретной аудитории в данный конкретный день. Я не знаю, был ли кто-либо когда-нибудь на публичном собрании и завоевал ли он там успех. Я давал премии, равно как и выносил приговоры на прямых выставках новшеств, мне также приходилось выступать на прямых маркетинговых конференциях. Это явно был деловой маркетинг. Там, я думаю, не должно быть и намека на какой-то имидж.

Мы не приняли какой-то определенной концепции в отношении имиджа или обучения ему. Однако же, когда у нас происходит организация конференций или семинаров, как внутренних, так и внешних, мы всегда располагаем информацией, чтобы сказать: “Вам действительно надо быть в своей презентации менее техническим, вам следует больше смотреть по сторонам, вовлекать во все вопросы представителей аудитории, вам необходимо несколько замедлиться и урезать слайды, а вам самому нужно слышать, что вы говорите”. Так что мы даем советы, как нашим людям лучше представить себя публике.

Думаю, индивидуализм в нашей компании тоже несколько поощряется, ведь это было бы не совсем по “меркуриевски”, если бы у каждого такое как-то не отмечалось. Это не банковская атмосфера, насколько я понимаю, а искренняя, энергетически насыщенная атмосфера, где время от времени случаются странные взрывы. Поскольку они контролируются, то, надо думать, их даже поощряют. Полагаю, они вообще будут неизбежными и очень помогут в проведении учебных курсов, которые организует наша компания: о поведении при конфликте, о работе с переменами в управлении и т.д. Именно тогда, когда быстро меняется положение вещей, возникают конфликтные моменты. Поэтому, менеджеры должны пройти обучение по специальной программе, как бороться с такими ситуациями в компании. И люди понимают, что конфликты возможны в будущем и пытаются понять, как видятся те или иные вещи другим, чтобы в итоге получить право сказать: “Я понимаю вашу точку зрения, но...”

Могу с уверенностью заявить, что большинство людей считает, будто имидж или индивидуальность компании связаны с фокусированием внимания на ее имени, и, думаю, одной из ключевых вещей, к которым мы постоянно стремимся, является наша попытка объяснить, что это гораздо более широкое понятие. От того, как в компании отвечают по телефону, до того, как кто-то вне службы, например на площадке для гольфа или в пабе, может достойно представлять компанию и компетентно говорить о ней. Так что в свете этих требований, очевидно, и должен закладываться фундамент политики найма. Надеюсь, что боссы компании определенно знают, какой бы они хотели видеть будущее “Меркури”, и предполагаю, что они ищут личности с новыми идеями, чутьем и опытом, которые действительно хотят сломать барьеры консерватизма. Так что уверен, все начинается именно с такого уровня, в этом отличительный признак нашей компании, когда все могут много чего сказать и не боятся сделать это.

“Меркури” в объединенном Королевстве” – документ на 36 или около того страницах, который объясняет, что и как мы делаем, насколько это соответствует регулятивной системе и структуре бизнеса в целом. Вот его основная мысль: весь имидж компании – суммарный имидж персонала “Меркури”. Мы уверены, что в этой брошюре, как, впрочем, и в любой другой, мы подсказываем, как использовать людей в реальных ситуациях, среди которых ни одна не является студийной.

Служба видео нашей корпорации, которую мы недавно создали, опять же помогает использовать людей “Меркури” в конкретных ситуациях. Так, например, у нас есть инженеры и бухгалтеры, которые вовсе не актеры, занятые лишь на один день. Это очень характерно для нашей компании — использовать собственных людей для рекламы наших услуг, не привлекая никаких профессиональных артистов.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Ваше присутствие на мероприятиях компании улучшит ваш имидж.
2. Используйте конференции для получения встречной информации.
3. Одинокие женщины на конференции должны расцениваться как равноправные коллеги.
4. Принимайте участие во всех общественных делах компании.
5. Почему бы не предложить празднование юбилея?
6. Не бойтесь потерять достоинство на рождественских обедах.
7. Сделайте прощальные вечеринки своим положительным опытом.
8. Официальные обеды могут быть веселыми, но не беспокойтесь, если дела идут не так, как хотелось бы.
9. Играйте активную роль в своем профессиональном обществе.
10. Не отвергайте перевод по службе.

169

ВОСЬМОЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Вы не получите волшебный чулок с возможностями сделать свое существование заметным для самой широкой публики, для всех в вашей отрасли. Поэтому составьте список любых возможных шансов — для облегчения используйте свой ежедневник. Сделайте пометки насчет мероприятий, в которых можете принять участие. Есть ли тут какие-то, куда вы могли бы вызваться добровольцам? Где вашего прихода будут ожидать в любом случае? Начинать уже сейчас копить деньги для рождественского обеда со своим персоналом. Купите шапку Деда Мороза! Запишите фамилию каждого, кто будет приглашен.

Если вы не являетесь членом своей профессиональной ассоциации

или общества, выясните, что оно собой представляет, и свяжитесь с ним, чтобы договориться о членстве. Запишите в свой дневник, когда состоится следующая встреча, и посетите ее. Вызывайтесь сами на ту работу, в которой вы несомненно хороши.

Выясните, что можно сделать и в плане истории вашей компании. Не приближаются ли какие-нибудь явные ее юбилеи? Если да, то составьте перечень возможных торжеств для представления своему боссу. Наметьте также мероприятия, в которых вы лично могли бы принять участие. Если же история вашей компании еще не написана, предложите свое сотрудничество в ее скорейшем создании.

Общественная работа

Если окружающие относятся к вам как к состоявшейся личности, то они будут более лояльно относиться к вашей профессии или компании. Но вы ведь редко встречаетесь со своими клиентами или потенциальными покупателями в ходе работы? В таком случае, единственным способом встретиться с возможно большим числом людей является ваше участие в каких-нибудь общественных делах и проектах, которые имеются в любой сфере деятельности.

Конечно, легко быть циничным в отношении такого аспекта создания желаемого имиджа. Но почему бы вам все-таки не заняться местной общественной работой для улучшения своего бизнеса? Люди не дураки. Если вы не заинтересованы или же игнорируете все, в чем они сами принимают участие, то вскоре население узнает об этом. Ваш авторитет упадет в глазах окружающих, равно как искреннее участие в общественной жизни подняло бы его.

Вы просто обязаны принимать участие в этом для своего же собственного блага. Если у вас нет интереса ни к чему, что может предложить общество, как можно тогда считать, будто вы и свою работу делаете с живым и заинтересованным к ней отношением? Или взять другой план: как вы можете узнать нужды других людей, если ограничиваете себя только деловой сферой? Занятость в общественных делах позволит вам прочно стоять на ногах и даст возможность что-то вернуть обществу, поддерживающее вас и ваш бизнес.

Людам это нравится

Очень немногие личности могут пойти заниматься общественными делами лишь в рекламных целях. Это только оттолкнет людей. Гораздо больше дивидендов приносит спокойная, заинтересованная работа над местным проектом, она к тому же дает окружающим боль-

ше шансов по достоинству оценить ваши личные усилия. Если они потом еще узнают, чем вы зарабатываете себе на жизнь, то мнение о вас станет более высоким. На заднем плане их сознания всегда будет присутствовать мысль: “Компания “Х...”? А не та ли это компания, где работает та самая милая мисс “У.”, которая так замечательно делает подсчеты по нашей благотворительности?” Личное удовлетворение от того, что вы делаете что-то полезное для людей на добровольной основе, просто поможет вам ощущать большую уверенность в себе, равно как и внести хороший взнос своим положительным образом в замечательный мир вокруг нас.

Как мне начать?

Если вы до этого никогда еще сознательно не осматривались по окрестностям местного общества и не задавались вопросом, что можно для него сделать, то можете оказаться удивленными количеством возможностей, открывшихся для вас. Они могут варьировать от присоединения к местной политической партии, участия в благотворительности, помощи в деятельности вашей религиозной общины до организации школьных праздников или издания печатного листка местной компании. Выбор бесконечен.

Для начала спросите себя, какие проблемы вас действительно волнуют. Какую помощь вы хотите предложить обществу? Интересуетесь ли вы, к примеру:

- местной больницей;
- политикой;
- благотворительностью;
- вашей религиозной общиной;
- детьми;
- детьми с физическими недостатками;
- этническими меньшинствами ;
- женскими школами или колледжами;
- стариками;
- местными взаимоотношениями людей с окружающей средой;

- здешними транспортными проблемами;
- местной историей;
- национальными вопросами на местном уровне, например, организацией “Друзья земли”?

Когда вы, наконец, решили, что прежде всего вас интересует, спросите в своей местной библиотеке или в другом месте список здешних организаций, которые связаны со сферой ваших интересов. Затем позвоните техническим секретарям этих групп насчет того, как вам вступить туда, когда состоится следующее собрание, и что вы можете сделать, чтобы быть им полезным. Многие такие организации насчитывают множество членов, но среди них только горсточка людей, которые действительно хотят что-либо делать практически и на регулярной основе. Если вы предложите конкретную помощь и сделаете постоянным свое участие, то вас всегда будут встречать там с распростертыми объятиями.

РАСКОЛ КЛИКИ

173

Когда начнете ходить на собрания местных групп, вы иногда можете заметить, что там есть давно устоявшаяся группа людей, которые на словах благодарят вас за предложенную помощь, а на деле стремятся держать вас подальше от дел. Это форма испуга. Они не настолько уверены в своих собственных силах, чтобы позволить кому-либо помогать им, боятся, что их оттеснят и они окажутся никому не нужными.

В этом случае можно использовать такт. Предложите помочь мистеру “Z” со счетами, сделайте комплимент его опыту и не говорите, что он все делает неправильно. Со временем вы станете делать большую часть его работы, “чтобы научиться”, и хотя это по-прежнему будет “работа мистера “Z”, другие люди в группе будут хорошо осведомлены, кто делает ее на самом деле. Или попробуйте другой вариант и начните заниматься тем, чего никто не хочет делать (такое всегда найдется). Это может и не быть очаровательным занятием, но приведет вас к признанию в клике и накрепко свяжет с деятельностью всей группы. Со временем может появиться шанс делать еще что-нибудь другое, что укрепит ваш авторитет и ослабит позиции клики.

ОСТЕРЕГАЙТЕСЬ СКЛОК

Не принимайте ничьей стороны в личных дебатах в любых местных общественных группах. Все, чего вы добьетесь, это будет отчуждение всей остальной группы. Храните нейтралитет, делайте вид, что заняты, и улыбайтесь.

Общественная работа и время для нее

В вашем местном обществе есть множество добровольных обязанностей, для исполнения которых ваш начальник, если только вы работаете не на себя, должен выделять вам время в процессе работы. В таком списке могут находиться должности школьного попечителя, мирового судьи и члена совета местной власти. Большинство компаний нормально относятся к тому, чтобы позволять людям заниматься этим в рабочее время, но некоторые не чтят закон или же могут изобразить все это очень сложным. Направляйтесь прямо к своему нанимателю и проведите переговоры относительно разумного количества свободного от работы времени для выполнения общественных дел. В конце концов, это и в его интересах. К тому же если вы еще и мировой судья или член совета, то вы и так ограничены в свободном времени, чтобы еще ощутить и какие-то потери в жалованье или зарплате.

Когда же вы трудитесь индивидуально только на себя, тогда сами решайте, сколько времени можно посвящать общественной работе. Имейте в виду, что подобные виды деятельности имеют минимальную регуляцию посещаемости: например, как попечитель школы вы будете должны посещать каждую четверть минимум одно собрание. Если оно происходит в рабочие часы, то вам потребуется каждый раз прилагать усилия, чтобы туда попасть. Далее же мы обсудим детали ряда общественных работ, которые действительно стоят того, чтобы ими заниматься.

ПОПЕЧИТЕЛЬ ШКОЛЫ

Попечители школы сейчас пужны, как никогда раньше. Введение в школах самоуправления и проблемы, вызванные национальными программами обучения, привели к тому, что попечители стали иг-

рать очень активную и действенную роль. Все их решения имеют реальное влияние на учебный процесс в школе.

Даже если у вас нет собственных детей или же никто из них не учится в той школе, где есть попечительские вакансии, не откладывайте свое устройство. Но если у вас есть дети, обучающиеся в той школе, где имеется вакансия в совет правления, то вы также можете победить на выборах в этой школе. Ваш Местный Совет Образования (МСО) обязан сделать так, чтобы каждый родитель или опекун ребенка, учащегося в данной школе, был проинформирован о каждой вакансии и предстоящих выборах в попечители. Если же вы работаете там учителем, то можете принять участие в любых выборах при наличии вакансии учителя-попечителя.

Но вдруг вы член политической партии, то в этом случае имеете право попросить свой совет внести ваше имя в список возможных кандидатов для МСО, назначающего попечителей, которые утверждаются им по рекомендациям здешних политических организаций. Если же вы регулярно посещаете церковь, то можете стать попечителем-основателем местной школы, построенной на добровольные пожертвования. Попечителей-основателей выбирают с той целью, чтобы быть уверенным: школа работает в соответствии с документом, обеспечивающим ей опеку. Однако вы можете почувствовать, что ваша политика или религия должны быть отделены от образования, особенно если не хотите, чтобы ваш бизнес рассматривали в каком-то ином ракурсе. В таком случае вам лучше стать кооптированным попечителем.

Другой путь в попечители школы — быть избранным в попечительский совет. Вы можете вполне использовать такой способ, поскольку попечительским советам в школах, поддерживаемых МСО, советуют выбирать попечителей из тех людей, которые имеют малочисленное представительство в комитете, в первую очередь его составляют местные деловые люди и этнические группы. Напишите в департамент образования вашего местного совета или в Совет попечителей школ и попросите, чтобы ваша кандидатура была представлена на выборах. Чтобы оставаться попечителем в течение срока полномочий, а это четыре года, вы должны являться как минимум на одно собрание каждую четверть. И всякий добросовестный попечитель будет навещать школу и присутствовать на выборах ее штата, на других собраниях, а также посещать еще и школьные мероприятия. Знание школьных проблем — главная часть деятельности попечителя.

Это тяжелая работа, и вы вскоре обнаружите, что масса вашего времени уходит на чтение информации, присылаемой в больших количествах из совета, правительств и т.д. Научитесь прочитывать ее бегло, но не будьте одним из тех ужасных людей, которые, приходя на собрании попечителей, говорят: “Не можем ли мы отсрочить дискуссию? У меня не было времени прочесть этот документ”. Найдите время, иначе вы потратите зря время других. Кроме того, имейте в виду: чем бы вы ни руководствовались, школа всегда должна действовать в интересах детей.

Положительным здесь является то, что школа — это одно из центральных мест любого здешнего общества. Вы не только будете встречаться с учителями, попечителями и чиновниками из совета, но также будете видеть родителей, детей, их друзей и родственников, а также других тамошних жителей, озабоченных благополучием школьников.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

176

Благотворительность может варьировать от местной милосердной больницы “спасения кошек” до местных отделений национального благотворительного движения, таких как “Менкап” или CND. Каковы бы ни были ваши интересы, вы стараетесь найти ту сферу милосердия, где требуется именно ваша помощь. Она не ограничивается тем, чтобы стоять на углу улицы, позвякивая кружкой с деньгами (хотя никто не собирается отказываться от такой формы вашей деятельности, если вы умеете это хорошо делать!). В милосердии помощь в основном требуется в посещении нуждающихся людей, во встречах с теми или иными местными группами, в работе со счетами, в издании листовок, наклеивании марок или доставкой своих посланий. Даже приготовление чая имеет свое место в процессе подобной работы!

Вам не обязательно ходить в майке с подписью “Фирма XYZ поддерживает благотворительность NМК”, чтобы улучшить свой имидж. Однако сам факт, что вы и тут помогаете, может сам по себе совершить чудо. Но очень важно в благотворительности ничего не делать только ради своего имиджа. Старый человек или маленький ребенок, к примеру, не захочет оказаться обманутым неискренним или скукающим помощником. Вы делаете это потому, что ощущаете искреннюю потребность.

БУДЬТЕ СПЕЦИАЛИСТОМ

Если вы хотите помочь какой-то местной группе, но не знаете, что можно именно сделать для нее, разберитесь, какими возможностями вы уже обладаете. Вы бухгалтер или же связаны с финансами в рамках большой компании в более общем плане? Если так, почему бы вам не заняться бухгалтерскими книгами? Вы специалист по ОО, автор замечательных отчетов компании или специалист по компьютерам? Почему бы вам тогда не подготовить текст и не напечатать листовку? Вы опытный оратор на презентациях компании? Организуйте тогда лекцию для группы местных жителей.

Суть в том, чтобы предложить себя как специалиста. Небольшие группы не в состоянии платить большие суммы профессионалам за то, что они разберутся и проверят счета, составят листовку или же обеспечат паблисити. Не могут они платить и за помощь, к примеру, в обследовании местного здания или в подготовке к законной предвыборной борьбе. Так что, если у вас есть профессиональный опыт, будьте искренне бескорыстны в его предложении.

177

ПРОЯВИТЕ СЕБЯ И В СПОРТЕ

Если добровольческая работа не для вас, то следует поискать, где вы можете быть привлечены на других уровнях. Одним из способов здесь является ваше участие в местных спортивных мероприятиях. Это не только дает вам контакт с местными жителями, но и с людьми из других обществ, если вы играете в команде или индивидуально выступаете против "посторонних". Объединяющий аспект подобных ситуаций не стоит недооценивать. Ваше мастерство в игре в бадминтон или в чем-то подобном может быть столь же полезно в улучшении вашего имиджа, как и ваше изображение "очень хорошего спорта".

ЛУЧШИЙ ИЗ ЛУЧШИХ

Спорт, благотворительная работа и компании – не единственный путь быть вовлеченным в общественные дела. А как насчет участия в каких-нибудь кружках или занятиях, скажем, по искусству, танцу или археологии? Есть ли там какие-либо социальные группы, с которыми вам хотелось бы связаться? Например, такие как "Рота-

ри клуб", "Британский легион", WI? Все они принесут вам пользу. Люди, имеющие постоянные обязанности по части религии, получают неограниченную возможность расширить круг знакомств, принимая участие в общественных и благотворительных делах, поддерживаемых церковью.

Спонсорство

Спонсорство — еще один подходящий вариант. В этом случае вы можете ожидать или не ожидать, что имя вашей компании будет упомянуто в связи с ее деятельностью или же благотворительностью. Но деньги, однако, меняют владельцев, что может послужить поводом для изготовления для вашей команды маек с надписью "Компания XYZ" после пожертвования некой суммы для местной больницы. Паблсити уже обеспечено, имя компании получило огласку. Как такое осуществить, зависит от того, чего вы хотите достичь. Следует быть очень осторожными в отношении участия в любой спонсорской деятельности, которая либо глупа, либо опасна или же поощряет антиобщественную, сомнительную деятельность других. Ответственные фирмы не станут просить об этом своих сотрудников и одобрительно не посмотрят на тех из них, которые совершают подобные действия.

178

Позаботьтесь, чтобы спонсировалась лишь та деятельность, которая сама по себе ценна, отдавая предпочтение той, в которой ощущаете потребность и в которую вы так или иначе вносите свой вклад. Вам не нужно быть столь примитивными, чтобы носить майки своей компании, вы просто благодарно принимайте любую известность, накапливающуюся о вас и вашем бизнесе.

Если вы неразборчивы в трате денег на какие-то нужды и ждете в ответ большой популярности, вы не улучшите ни свой имидж, ни имидж своей фирмы. На вас будут смотреть лишь как на охотника за славой, и бескорыстие вашей деятельности на благо общества окажется под вопросом. Таким образом, можно извратить все то хорошее, что несет в себе спонсорство.

ХОРОШИЕ И ПЛОХИЕ ВЕЩИ

И без слов должно быть ясно, что в своей частной жизни вы не до-

жны делать ничего такого, чего вы могли бы стыдиться, и что могло бы дискредитировать вас или вашу фирму. Большинство людей никогда не станут так поступать, а потому многие из них будут негодовать по поводу вмешательства в их жизнь скомпрометировавшего себя бизнеса.

Подумайте сами. Будете ли вы доверять фирме по прокату автомобилей, в которой управляющего часто останавливают за превышение скорости? Пошлете ли вы своих детей в группу самодеятельности, организаторы которой устроили компанию против открытия местной младшей школы? Хотя это может показаться вам несправедливым, но судить о вас будут и по тому, как вы ведете себя вне своего офиса.

Если вы позволили впутать себя во что-нибудь опасное, оскорбительное, незаконное или даже просто глупое, то люди таким вас и воспримут. А если они будут так думать о вас, то это, несомненно, негативно отразится на вашей профессии или фирме. В мире человеческого мышления — это разница между свистом в ушах во время круговой гонки по спидвею и удовольствием от подобной езды вблизи жилья поздним вечером. На одно смотрят как на что-то опасное, но хорошо организованное и респектабельное, второе же выглядит незаконно и опасно для других, производит неприятное впечатление.

Что говорят профессионалы

Руководитель по корпоративным вопросам фирмы “Маркс и Спенсер” Барри С.Химан

Я слежу за вопросами, связанными со средствами массовой информации, обществом и публикациями, кроме того, я наблюдаю за общественными делами, обслуживанием покупателей и архивом компании.

Моя компания создает имидж организации, которая придерживается нескольких очень простых, но основополагающих принципов: она должна производить высококачественные товары по наиболее низкой цене, поставляя ее в хорошие магазины, используя при этом все приемлемые средства заботы о покупателях. Нам также нравится, чтобы о нас думали, и все факты говорят за то, что о нас действительно думают, что мы являемся той компанией, которая платит обществу, в котором торгует, затрачивая около 6 миллион фун-

тов в год на программу, связанную с проблемами этого общества.

Что касается наших отношений с общественностью по большому счету, с широкой публикой, акционерами, нашими поставщиками, с Сити, то в целом они хорошие и, звучит ужасно нескромно, но это факт, — нас воспринимают не только как дееспособную организацию, но и как производителя, у которого абсолютно честные цены.

Не думаю, чтобы мы внушали кому-либо философию необходимости представлять имидж, но когда вы приходите в бизнес, вы немедленно получаете набор принципов, “стучащихся” в вас, и, естественно, пока вы не впитаете их, не станете частью компании. Они включают в себя не только профессионализм в своем деле, но и достаточную заботу о нем, чтобы впоследствии обучать и других, требуют не держать информацию “поближе к груди” и отказывать в ней другим, а быть готовым открыто поделиться ею с внешней аудиторией. Я не имею в виду формальный сценарий. Но если вас спросят, то будьте готовы сказать им, чем занимается ваша компания. Не знаю, чтобы у нас где-то существовало обучение имиджу для продвижения по службе, это происходит благодаря тому, как вы обращаетесь со своими людьми, которые в силу этого и за стенами офиса гордятся своей организацией. Они очень рады, что работают на нас, и с энтузиазмом говорят о ней, а потому везде получают благожелательное отношение к себе.

У нас большой бюджет по общественным проблемам, и хотя многое из него жертвуется и распределяется централизованно через мой департамент местных дел, определенная доля его передается непосредственно нашим магазинам, и, естественно, каждый такой магазин имеет свой бюджет для использования его на месте. Они также поощряются для взятия на себя реализации проекта в области, которая может быть им интересна, путем пожертвования им соответствующих сумм.

Они делают это множеством способов. Могут дать не больше 20 — 25 фунтов для местной школы. Но тут же способны решиться на что-либо гораздо большее. В дополнение к этому, магазины самостоятельно увеличивают свои фонды. В большинстве из них буквально витает огромное чувство общности. Главные из них всегда влияют на остальных. Если они планируют увеличить фонды для данного проекта (предполагается, что проект мы утвердили), равно как и увеличение денежных сумм (а мы не стали бы спонсировать сомнительные затеи), тогда мы говорим, чтобы они это сделали. У нас есть эффективная система центрального фонда, так что если накопления

растут, мы берем их из того источника. Но магазины делают массу ценного на местах, и даже если мы решаем дать им деньги централизованно, мы все равно проводим их через наши торговые заведения.

Так что если нам пишут из больницы, или образовательного учреждения, или из группы по реконструкции тюрьмы, или еще от куда-то, мы спрашиваем у местного магазина: "Что вы о них знаете?" И если нам ответят: "Мы бы не дотрагивались до них и шестом", — то их мнение имеет для нас решающее значение. Но когда они скажут: "Нет причин, по которым вам бы не следовало попробовать" или: "Да, вы обязательно должны", тогда мы хорошенько изучаем предложение и делаем заключение. И когда чек уже подписан, мы обычно поручаем местному магазину вручить его получателю. Очень часто после этого его персонал сам начинает испытывать интерес к благотворительности.

Мы поощряем любого нашего сотрудника, кто хочет выполнять общественную работу в качестве попечителя школы или мирового судьи. Мы также делаем все, что можем, чтобы им предоставлялось разумное количество свободного времени для осуществления этих гражданских функций. Ясное дело, если бы все вдруг стали попечителями школ, мировыми судьями или мэрами, у нас возникли бы проблемы. Но поскольку это не является чем-то из ряда вон выходящим, в целом мы поощряем людей принимать в этом участие и облегчаем их деятельность. Лично я участвую в работе местного треста в деревне, где проживаю. Кроме того, работаю еще в нашей синагоге и делаю множество других вещей. В общем, я всегда поддерживал общественную деятельность и участвовал в ней.

Мы не очень-то увлекаемся коммерческим спонсорством. Сейчас, когда компания добилась определенной популярности своими благотворительными акциями, мы уже не говорим категорически: "Нет!". Но это делается не ради приобретения паблисити, а лишь в силу того, что именно так надо поступить в данных обстоятельствах. Мы не уклоняемся от прибыли, которую имеем от этого, но, конечно же, и не заставляем силой наших людей добывать известность для компании.

Мы прислушиваемся к тому, что о нас говорит публика. Я занимаюсь вопросами обслуживания клиентов, и мы получаем в неделю 3 тысячи писем. Звучит вроде бы солидно, но если вы вспомните о том, что за такой срок у нас бывает 12 миллионов покупателей, то эта цифра покажется вам совсем небольшой. Большинство писем про-

сты: “Я купила то-то, но оно мне не подошло”, или: “Произошла ошибка, могу ли я вернуть себе деньги или обменять вещь”, или же еще что-то подобное. Поэтому шесть лет назад мы создали пункты обмена. У нас их не было прежде. Однако наступило такое время, когда люди оказались более занятыми, и сделать обмен стало для них гораздо сложнее. Тогда мы перевели эти обменные пункты прямо в магазины, и теперь во всех главных торговых центрах покупатель может обменять купленный у нас товар. Вот такой была наша реакция на письма.

В штате наших магазинов главными лицами являются торговые помощники, без усталости занимающиеся продажами. Каждый момент заключается сделка, и они смотрят на покупателя, улыбаются ему и говорят: “Спасибо”, улучшая тем самым имидж компании. Если они отведут глаза и будут игнорировать вас и чек в ваших руках, увлеченно беседуя со своими друзьями, вы уйдете, не получив хорошего впечатления о “Маркс и Спенсер”. Так что совершенно ясно, что в наших магазинах непрерывно идет обучение заботе о покупателе. Если мы получаем жалобу на кого-либо из магазина, я обязательно говорю об этом с управляющим магазином. Все детали утрясаются вместе на индивидуальной основе, поскольку очень часто у истории две стороны. Но если покупатель ушел из магазина без радости, это плохо для нас, какой бы ни была причина. Так что наша цель, когда я получаю жалобу, заявить: “Покупатель – это чрезвычайный посол к нам, он всегда прав”.

Наш бизнес не из тех, где много времени тратится на конференции. Но, по странной случайности, когда мы делаем подобные вещи, то проявляется тенденция к тому, чтобы бизнес в основном тут представлял и группы по связям со средствами массовой информации и корпоративным вопросам. Конечно, если это финансовая конференция, то будет тенденция к присутствию профессионалов из области финансов. Но все же в большинстве случаев это будем мы, накопившие за многие годы энциклопедические познания о бизнесе. Полагаю, мы пытаемся быть одинаковыми со всеми. Ясно ведь, если вы находитесь в официальном окружении, беседуя с группой людей, вы думаете о том, что вы им говорите и как. Пытаться делать это покровительственно, не думаю, что мы хотели бы это даже попробовать. Мы стремимся дать верную информацию определенной аудитории, и я вижу, что мы давно ощутили потребность по-разному рассказывать людям разные истории.

Думаю, когда вы беседуете с профессиональной аудиторией, финансистами, журналистами, они ни в коей мере не будут польще-

ны, если вы будете “сладко” говорить с ними; на них это не произведет впечатления. Они будут смотреть сквозь вас на то, что вы говорите. Когда вы приходите к иным социальным группам, которые собрались здесь ради приятного вечера, чтобы узнать 101-ю вещь о “Марксе и Спенсере”, то они наверняка смотрят на вас и думают: “Надо же, это, видимо, прекрасный парень. “Маркс и Спенсер”, наверное, отличное место, коль он здесь работает”. Так что в этом отношении информация, которую клиенты получают, всегда различна, даже если вы не намеревались делать ее таковой.

Когда мы отправляем наших сотрудников на встречи с публикой, мы не говорим им: “Ну-ка, убедитесь, что вы надели элегантный костюм, и улыбайтесь”, или: “Почисти зубы и говори вежливо, встань, когда будешь говорить”. Такие вещи делаются как-то сами собой, поскольку наши люди, которые это делают, имеют, видимо, какие-то природные склонности к этому. Вы с удовольствием еще обнаружите, что и те, кто никогда такого не делал, поступают так же, хотя вы никак на них не давите.

Совсем иначе все происходит наверху. Я пытаюсь убедить свой совет директоров, что контакты со средствами массовой информации, причем на хорошем уровне, является частью их работы, и я могу помочь им получить навыки в этом. Ведь “М и С” имеет комплекс обучающих систем, имеющих прямое отношение к вашей карьере, и там многое можно почерпнуть, чтобы профессионально расти, но этого не принимают люди, которые не на моей стороне в отношении бизнеса, и они говорят: “Вам нужно самим немного подучиться в отношении средств массовой информации, потому что в один прекрасный день можете оказаться на телевидении”. А ведь я хорошо знаю, что люди из моей сферы, имеющие дело со средствами массовой информации, прошли курсы ОО и получили другое обучение, так что они хорошо подготовлены к выполнению своей работы.

Я не думаю, чтобы имидж двигал вас вперед или же придерживал. Естественно, вы должны обладать социальной приемлемостью, чтобы достичь прогресса в компании. Так что принимая во внимание факт, что ваше поведение должно быть разумно обусловленным и обязано уместаться в рамки требований большой компании, в которой приходится во многих случаях подчинять собственную волю воле большинства, я все же не думаю, будто ваш индивидуальный стиль обязательно продвинет или задержит вас.

Что явится решающим в такой ситуации, так это ваш талант в работе и оценка, которую вы получите в конце года относительно того,

быть ли вам товароведом, технологом по пище, экспертом по охлаждению или пресс-секретарем. Люди будут смотреть в первую очередь на то, как вы сделали свою работу, и они вполне могут сказать: "Он довольно колочий, но сделал эту работу исключительно хорошо, и мы можем сделать ему за это скидку, ведь он хорошо представляет компанию". Поэтому не считаю (говорю это для предостережения), что личный имидж может значить так много. Значение будет иметь лишь ваша способность хорошо выполнять работу.

Вникайте в суть, узнавайте детали, будьте способны контролировать свою сферу, управляйте своими людьми эффективно, обеспечьте им лояльность, руководство и лидерство, но дайте им возможность профессионально расти, делайте ошибки и краснейте за них, не отгораживайтесь от других и не слишком-то беспокоьтесь насчет своего личного имиджа. Иногда мне уже спустя годы говорили, что когда-то я был или слишком непочтительным, или слишком серьезным. Что ж, это позволяет заключить, что люди могут делать неожиданные заключения, но в конце концов это не имеет решающего значения.

Не думаю, что в нашей компании индивидуальный имидж является решающим или каким-то переломным фактором в вашей карьере. Уверен, в действительности вам надо только понять необходимость соответствия обществу, а если вы не можете этого сделать, если вы индивидуалист или антрепренер, который не в состоянии с готовностью принять дисциплину командного принятия решения или командной ответственности, тогда вам лучше там не оставаться, поскольку вы не сумеете полностью соответствовать существующим требованиям. У вас, к примеру, будет собрание команды, вы не соглашаетесь с тем, что там говорить, и к концу совещания выражаете свою точку зрения. Вас выслушивают, но решают принять совсем не то, что предложили вы, но все равно вы должны прийти к коллективной ответственности: "О'кей, значит, команда хочет этого, значит, так мы и сделаем". Если вы не можете так поступить, тогда должны уйти, иначе ваша жизнь станет просто тяжелой.

Вы можете немного быть индивидуалистом, можете иметь хорошее чувство юмора и, если нравится, можете носить бороду, и вы не обязаны ходить в белых сорочках и синих костюмах. Так что люди готовы принять такую странную идиосинкразию, и я могу сказать, что один уважаемый член совета весьма идиосинкратичен в своем стиле, своем образе мыслей, своей способности быть очень непредсказуемым, но это никак не оборачивается против него.

В любой большой организации есть правила, которым вы обязаны следовать, но я не думаю, что нужно быть мужчиной или женщиной в компании в том смысле, чтобы просто носить серый костюм. Вы имеете право быть самим собой. Но поскольку вы готовы принять правила большого бизнеса, то в нем необходимо безукоризненно выполнять всю работу дня, лишь тогда вы добьетесь успеха. Считаю также, что всегда есть некая степень везения в том, чтобы в нужное время оказаться в нужном месте, что имеет значение и степень кумовства в любом бизнесе, но в целом, отбросив это в сторону, вы можете добиться продвижения в главном благодаря лишь своей способности хорошо делать свою работу.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Участие в ваших местных обществах обогатит вашу жизнь, а также улучшит ваш имидж.
2. Выберите общественную деятельность, в которой вы искренне заинтересованы.
3. Будьте тактичны с кликой.
4. Подумайте насчет прочих общественных должностей, таких как попечитель школы или мировой судья.
5. Остерегайтесь склок.
6. Если вы принимаете участие в благотворительности, будьте готовы помогать регулярно.
7. Используйте свою специальность, чтобы получить добровольную работу в местном проекте.
8. Не принимайте участия ни в чем опасном или неприятном.
9. Будьте осмотрительны с тем, что вы спонсируете.
10. Местные спортивные организации могут распространить ваш имидж далеко за пределы вашего общества.

ДЕВЯТЫЙ ДЕНЬ ВАШЕГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Составьте список своих навыков и умений, которые вы могли бы предложить своему начальству. Думайте не просто о своих очевидных способностях, но будьте шире в своем списке, например, вы можете предложить:

1. Дизайн.
2. Работу с прессой.
3. Письмо.
4. Умение строить отношения с другими.
5. Работу с книгами.
6. Навыки в рекламе.
7. Управление командой.
8. Организацию мероприятий.

Сделайте список своих интересов. Свяжитесь с местной библиотекой, чтобы выяснить, какие у вас есть местные группы, соответствующие вашим интересам. Напишите или позвоните им, чтобы предложить свои услуги.

Дополнения к имиджу

Каждый человек представляет какой-то имидж и стремится произвести хорошее впечатление. Что даст уверенность, будто вы именно тот, кто очарует покупателя, остановит на себе взгляд босса или о ком подумают “охотники за головами” из конкурирующей фирмы? Что поможет вам выделиться? Это не должно быть что-либо столь же нехитрое, как пошение яркого галстука в горошек или же диковиной шляпы. Это не может быть чем-то из вашего внешнего вида, оно обязано проявиться в манере вашего поведения, например, как вы говорите или как проводите свое время.

187

Когда вы уже произвели то первое хорошее впечатление, то обязательно должны быть еще какие-то мелочи, которые позволят вам выделиться из толпы. Возможно, это сверкающие ботинки, если другие не склонны содержать свою обувь в порядке; изящные держатели, если все остальные используют простые картонные; время, проводимое за достойным уважения хобби, о чем становится известно многим. Вы не можете точно сказать, что именно помогает людям приветливее смотреть на вас, но будьте уверены, что именно мелочи вызывают у людей отвращение. Они могут тепло относиться к вашей личности и стилю, но ощутить отвращение при виде неаккуратного ремешка для часов, который они увидели только однажды. Ваш имидж подвергается испытаниям постоянно. Следующая глава расскажет вам о некоторых способах, благодаря которым вы станете лидером в состязании имиджей. Она расскажет вам о некоторых из вещей, которые другие люди могут просмотреть и которые принесут вам очки в этой игре.

Свободное время или плодотворное время?

Очевидно, что вы не можете проводить все свое свободное время в

постоянных занятиях, какими бы ценными они ни были. Вам нужно есть, спать и делать вроде бы бесполезные, но приятные вещи. Это нужно не только для вашего тела, но и для вашего душевного здоровья. Если вы не станете предоставлять себе таких возможностей и не будете получать адекватные дозы отдыха и подкрепления, возникнут трудности с выполнением вашей работы, как, впрочем, и сложности для эффективной траты дополнительного времени на улучшение своего имиджа.

Вы можете посчитать, что никто и не подумает о том, чем вы занимаетесь в свое свободное время, но окажетесь неправы. Люди обязательно заметят, если вы после работы делаете что-то стоящее или полезное. Это вовсе не обязательно должна быть благотворительность или общественная работа. Почему бы вам не выучить иностранный язык? Может, сейчас он и не нужен в вашей работе, зато вскоре может понадобиться. Кроме того, подобные занятия поддержат активность вашего мозга и будут столь же интересны, сколь и полезны. Вы должны думать о том, что вам, возможно, придется поддерживать связь со всей Европой, но что вы сделали для этого? Так что изучайте французский или немецкий.

А как насчет курсов, которые помогли бы вам держаться на высоте в своем предмете или профессии? Не обязательно учеба по вашей работе, а, скажем, родственный курс? Например, область истории реставраторского искусства для среднего управляющего? Почему бы не попробовать заняться местным клубом? Вы не только будете делать что-то стоящее для своего общества и знакомиться с людьми, но еще получите возможность приобрести опыт управления или финансовую практику в неофициальном окружении. В крайнем случае следует делать хоть что-нибудь, что загружало бы ваш мозг. И тут я не ограничиваю предметы, требующие практического творчества. Любой художник скажет вам, что интеллигентность и сосредоточенность необходимы для создания хорошей картины или какой-то другой вещи, и подобная работа равна по степени сложности изучению такой истинно мозговой дисциплины, как математика.

Кроме того, поддерживайте физическую форму. Новое поколение людей растет обычно без регулярной физической активности. Плавание, велосипед, групповая игра, аэробика поддержат вас, помогут расслабиться, равно как и повысят уровень адреналина в крови.

Как это связано с имиджем? Человек, имеющий стоящий способ использования своего свободного времени, будет также иметь полное оптимизма и нацеленное в будущее отношение ко всем вещам,

что-то интересное для беседы с другими, помимо его работы. Такой энтузиазм и удовольствие в жизни ощутятся всеми, с кем бы вы ни встретились. Если же ваше занятие принесет еще и практическую пользу вашей карьере, то тогда это ваша премия за потраченные усилия.

ОТСУТСТВИЕ НОВОСТЕЙ ДЕЛАЕТ ЧЕЛОВЕКА СКУЧНЫМ

Если вы читаете газету только ради информации о вашей работе или карикатур, то оказываете себе медвежью услугу. Можно быть блестящим в своей профессии, но коль вы не в состоянии сделать интеллигентного комментария о мире в целом или чего-то достаточно интересного вне вашей работы, не можете устроить маленькую остроумную беседу, то вы не будете олицетворять имидж человека, находящегося выше своей работы. Возможно, это замечательно – быть специалистом по компьютерам и проводить свою жизнь за чтением компьютерных журналов, но таким образом вы рискуете получить ярлык скучного и одностороннего компьютерщика.

Помните, что ваш имидж следует за вами во всех ситуациях, в каких бы вы ни оказались. Если вы должны присутствовать на деловом ланче, а у вас нет никакой интеллигентной темы для разговора, то скоро повсюду разнесется слух, что контакт с вами лучше свести до минимума и говорить только о деле. Хотя деловые ланчи и нацелены на обсуждение дел в более расслабленной обстановке, но они также являются средством дальнейшей деловой дружбы и рассчитаны на то, чтобы произвести хорошее впечатление на выгодных компаньонов. Лишь немногие люди строго придерживаются деловой дискуссии. Всегда возникает необходимость в более легком светском разговоре, и коль вы не сможете поддержать его, то все, что вам останется, – это бизнес, что приведет к утомительному, если не просто к скучному разговору.

Сделайте своей привычкой прочитывать каждый день одну из главных газет от корки до корки, а также одну из воскресных. Это окажется не только приятным и расслабляющим, но обеспечит и поддержку вашему интеллекту, будет держать вас в курсе самых разнообразных тем вне вашей собственной сферы. Дни ученых, которые не могли сказать пару слов об искусстве, или дизайнеров, ничего не знающих об электричестве, уже безвозвратно прошли. Вам в своем лице нужно демонстрировать многогранную личность, которая умеет общаться и понимать всех без исключения людей. Читая

периодику, вы знакомитесь со множеством взглядов и мнений, делающих вас более информированными и интеллигентными.

СТАТЬИ И ОБЗОРЫ

Многим даже в голову не приходит, что нужно стать известным, чтобы резко улучшить свой имидж. Но вовсе не значит, будто следующим утром вы должны проснуться знаменитым. Вашему имиджу будет огромная польза, если ваше имя появится в журналах, газетах или прозвучит по радио в качестве эксперта в какой-то области.

Не отступайте и никогда не говорите: “Никакой я не эксперт”. Вы обязательно им являетесь, ведь вы специалист в своей области, на каком бы уровне она ни находилась. Если нет, вы станете им, коль последовали советам из главы 4 и сконцентрировались на изучении одной определенной области по своей теме. В любом случае, вы можете компетентно говорить о вашей личной профессиональной ситуации.

КОНТАКТЫ СО СМИ С ПОМОЩЬЮ ПИСЕМ

Один из лучших путей, чтобы обнародовать свое имя в печати, — писать письма на профессиональную тему в газеты, журналы, торговые печатные органы, разумеется в те издания, где есть рубрика для писем. Чтобы опередить своих коллег, вам нужно очень хорошо подумать относительно написания касающихся вашей области статей для специальных газет. Не презирайте и внутренний журнал вашей организации.

Но будьте осторожны. Может, вам захочется произвести впечатление написанием длинных, многословных писем. Такое не пройдет. Письма в любое издание должны как можно лаконичнее выражать вашу точку зрения. Они должны содержать точные факты, приведенные ясным языком и быть такими короткими, насколько это возможно. Это дает два преимущества. Во-первых, короткое письмо имеет гораздо больше шансов на публикацию, чем длинное. Издатели всегда скупаются на площадь, и на страничку писем им правится впихнуть как можно больше посланий. Второе преимущество состоит в том, что читатели гораздо быстрее прочтут короткое письмо, чем целую полосу малопонятных слов. Четкое, хорошо написанное

письмо с указанием внизу вашего имени и должности (например, Марк Томас, финансовый директор компании ABC) останется в уме у читателей. С длинным посланием вы рискуете, что на полпути читатель заскучает и перевернет страницу. Шанс сделать ваше имя и взгляды известными будет безнадежно потерян.

СТАНЬТЕ ДЛЯ ПРЕССЫ ОБОЗРЕВАТЕЛЕМ

По мере того как вы будете становиться более известным, вы можете предложить себя редактору в качестве эксперта-обозревателя, то есть человека, который может делать обзор литературы на определенную тему. Это особенно вероятно, если вы эксперт в чем-либо сложном или высокотехническом, что превышает возможности обычного газетного комментатора.

Редактор может внести вас в "список обозревателей" и будет связываться с вами, когда появится какая-либо подходящая книга. В другом случае вы сами могли бы предложить какое-либо издание для обзора редактору одного из специальных журналов. Поскольку эксперт — это вы, то вам скорее надо заполучить экземпляр последней работы по данной теме. Обозреватели могут получить из редакции журнала указания относительно построения самого обзора.

191

ПОПРОБУЙТЕ НАПИСАТЬ СТАТЬЮ ДЛЯ СМИ

Вы можете попробовать писать статьи по своей специальности или по своим интересам для соответствующих газет и журналов. Изучите объем и стиль аналогичных статей по последним номерам, перепечатайте свою статью через два интервала и пошлите ее редактору. В коротком сопроводительном письме не забудьте упомянуть о своей квалификации (например, "Я старший программист по компьютерам для предприятий XYZ"). Если статью одобрили, не нажимайте насчет оплаты. Вашей целью является опередить других в вашем деле и проявить себя как эксперт. Позднее, если редактор попросит вас написать еще одну статью, вы можете спросить, собираются ли они вам заплатить. Как только у вас приняли несколько материалов, может понадобиться и ваше фото. Это также поможет вашему имени застрять в памяти людей. Как эксперт с публичной известностью вы обнаружите, что репортеры сами начнут звонить вам насчет вашего комментария как специалиста и возможного вашего

выступления по радио. Все это повысит ваш образ в сознании коллег, начальства и широкой публики.

Не ограничивайте себя стремлением писать только о своей работе. Если у вас есть опыт в чем-либо (возможно, вы менеджер по торговле и одновременно знаток древнего оружия, или же вы страховой агент, имеющий представление о спортивном ориентировании), тогда можете писать и об этих “вторых” вещах, которыми увлекаетесь.

Сочиняйте и циркуляры

Вы вдруг решите, что вам следует находиться в контакте со своим департаментом, выпуская для него собственные циркуляры. Это может быть просто листок формата А4 с текстом, напечатанным с обеих сторон, или ни много ни мало как блестящий документ на 16 страниц. На средства большой организации вполне возможно издавать ежемесячный циркуляр вполне приличного качества.

Выгода такого собственного издания состоит, разумеется, в том, что это даст вам возможность регулярного выражения своего стиля и точки зрения внутри компании. В соответствии с обычными правилами здравого смысла и законными правилам вашего департамента ОО вы можете говорить все, что хотите и как хотите. Включите в работу как можно больше людей из своего персонала – покажите, на что способен ваш департамент. Хотя это может предназначаться только для распространения внутри его, ваш циркуляр может разойтись и гораздо шире. Какие-то экземпляры коллеги возьмут домой, передадут друзьям из другого департамента, идеи будут позаимствованы департаментом ОО, старшие управляющие тоже захотят получить экземпляр. Вы станете известны гораздо более широкой аудитории.

МЕСТНЫЙ ЖУРНАЛ

Я уже упоминала местный журнал или альманах в качестве места, где можно попробовать поместить свои письма и статьи. Обязательно читайте его. В нем вы наскребете немало сведений о своей компании и о том, что происходит внутри нее на разных уровнях. Вы получите некоторое представление о других людях из своей органи-

зации и сможете узнавать людей по опубликованным фотографиям и письмам. Хороший местный журнал будет полон фотопортретов не только президента компании.

ВЫРЕЗКИ

Если вы и вправду попали в печать, постарайтесь получить копию статьи, письма или фотографии. Или запишите радиопрограмму, в которой вы прозвучали. Это не только для личного тщеславия (о'кей, есть, мол, немного и этого!). Помимо создания у вас чувства уверенности, что вы можете сделать это (я сделал это однажды, я смогу сделать такое еще раз), вы получите комплект информации по ОО, которую будете использовать в процессе дальнейшего написания писем.

Вы можете воспользоваться тем, что писали в письме, для создания статьи, и наоборот. В некоторых сферах папка с вырезками, подготовленная для показа клиентам или начальству, может изменить взгляд на вас. Также важно иметь информацию под рукой на тот случай, если репортер скажет вам: "Вы говорили в своей статье, что ...", то могли бы уточнить, что же вы такое сказали и дать информированный комментарий.

193

Деловые бумаги

Сюда входит широкий круг бумаг и карточек, которые вы каждый день используете в своем бизнесе. Помните, что именно такие мелочи производят впечатление после того, как определится ваш начальный имидж, и вы должны заботиться о таких деталях.

Но будьте осторожны. Если вы перепрыгнете всех в разработке деловых карточек или листов для факса, то вы просто будете выглядеть наглцом. Следует стремиться к чему-то и говорить себе так: "Я знаю, что я хороший, но не собираюсь громко кричать об этом." Пусть даже роскошный гриф впечатлит кого-то на короткое время, но когда это будет повторяться довольно долго, то уже начнет раздражать. Вам нужно, чтобы ваша стабильность гласила: "Это классно, это понятно, это стоит доверия". Вы не добьетесь этого, переусердствовав с дизайном. В грифе вашей фирмы должна содержаться следующая информация:

- название компании;
- адрес компании;
- телефон (факс), телекс компании;
- номер налоговой декларации;
- имя председателя (директора).

В больших организациях вы будете иметь дело с именными бланками, конвертами, поздравительными открытками, деловыми карточками и всеми другими грудями деловых бумаг.

В большинстве компаний принято отправлять деловые бумаги, персонифицированные путем прибавления вашего собственного имени, должности и контактных номеров ниже грифа компании. Тем не менее не всегда этого достаточно. Что можно сделать, чтобы лучше персонализировать такой фирменный бланк вашей компании? Попробуйте шанс немного изменить его дизайн, если вы способны на такое.

Но одним из лучших вариантов персонифицирования ваших деловых бумаг является способ, каким шрифтом и как вы напечатали на них свое имя и то, как вы подписываете свои письма. Например, вы можете напечатать свое имя полностью, а не приводить только инициалы, так что вы лучше будьте Джонни Бэнк, а не м-р Дж.Бэнк или просто Дж.Бэнк. Вы можете подписаться также: "Искренне ваш", а не "Ваш искренне", или дополнить "С наилучшими пожеланиями", или даже просто написать: "Ваш". Все это внесет отличия в то, как воспримет вас реципиент. То, как вы пишете свое имя, может отразиться на вашем имидже. Пользуетесь ли вы перьевой ручкой или шариковой? Черные чернила или зеленые? Не недооценивайте значение того, каким цветом написана ваша фамилия. И не забывайте, что по какой-то причине те сумасшедшие письма, которые время от времени получают все организации, написаны зелеными чернилами, так что такой цвет вашей подписи может не произвести благоприятного впечатления.

Вы подписываетесь неразборчивыми каракулями (которые раздражают многих людей, даже если ваше имя напечатано ниже) или ясным почерком? Подумайте, как это воспринимается другими. Очень важно, как вы подписываетесь. Некоторые люди всегда более официальны и подписываются Дж.Р.Бэнк, а другие всегда будут Джонни Бэнк. Желаете ли вы, чтобы вас видели доступным или более официальным в ваших ежедневных делах? Решите, что лучше для вас.

Даже то, напечатано ли приветствие или же написано вами со-

бственноручно, тоже имеет значение. Один служащий всегда пишет: "Дорогая Саманта!" от руки — простой, но мгновенно распознаваемый способ оказания адресату персонального внимания. Легкое дополнительное усилие, которое тут требуется, стоит многого потому, как это хорошо воспринимается. Если ваша компания склонна к броскому дизайну и яркой цветной бумаге, постарайтесь выяснить, можете ли вы пренебречь наиболее кричащими и не самыми необходимыми деталями дизайна и воспользоваться белой бумагой. Даже простое применение такой бумаги ослабит сверхцветистый эффект грифов отдельных компаний. Бумага должна быть достаточно плотной, поскольку очень тонкая и создает иллюзию дешевизны, вызывает предположения, что дела компании не слишком хороши. Ваш имидж пострадает, если компания будет настаивать, чтобы вы писали письма на дешевой бумаге.

ДЕЛОВЫЕ КАРТОЧКИ

Большинство людей не смотрят на деловые визитные карточки как на инструмент имиджа или же не знают, как их использовать. Ваша карточка может быть строгой и немногословной, и при этом обязана содержать всю необходимую информацию. Имя и должность обозначаются на ней исключительно ясно и размещаются так, чтобы реципиенту не надо было их долго искать. Не стоит перебарщивать с деталями, касающимися компании, но они должны быть также четки, чтобы их легко было прочесть. Не следует заполнять всю карточку названием компании, равно как и ее легко узнаваемым символом во вред основной информации. Опять же, то, как ваше имя помещено на карточке, влияет на ваш имидж. Если вы хотите дальше персонифицировать свои визитки, найдите время подписать их. Имейте хороший запас их для вручения.

Один человек, которого я знала, отправился в деловую поездку за рубеж, имея свое имя и фирму напечатанными лишь на листках бумаги, у него не было деловых визитных карточек. Никогда не попадайте в такую ситуацию. Это не производит на людей хорошего впечатления, если вы не можете ответить на основополагающую вежливость деловой жизни — обмен ясными деловыми карточками, пусть ваш имидж в другом достоин всяческого уважения.

Наперекор убеждению многих людей такие карточки весьма полезны. Многие бизнесмены хранят их, и хотя они не в состоянии немедленно воспользоваться информацией, но могут позвонить вам или

в вашу компанию несколько позже. Если ваша информация их устраивает, то более вероятно, что они сами позвонят в вашу компанию, нежели попросят свою секретаршу тратить время на поиски ее телефонов.

Это не значит, что хорошая деловая карточка рекламирует ваш бизнес без всяких слов, но это действует как вступление для осваивающихся в деловом мире. Представленная карточка достаточно говорит о вас, чтобы начать разговор и дать им некоторое представление о вашем положении в компании. Простой факт, что у вас она есть, говорит о том, что вы считаете свой сервис достаточно профессиональным, чтобы облечь его в постоянную форму. Но дешевая, небрежно оформленная карточка подорвет ваш имидж, поэтому убедитесь, что ваша визитка с хорошим дизайном.

Немного о размере. Попросите, чтобы ваша карточка была стандартного размера. Если это невозможно, то, пожалуй, вам самим стоит заплатить за то, что она будет напечатана на картоне подходящего размера. В наши дни появилась тенденция переходить к большим карточкам. Однако при пользовании они неудобны и не подходят для бумажника или кошелька, к тому же их нельзя вставить и в стандартный кармашек для деловых карточек. Подходящей является визитка размером примерно 8,5 см x 5,5 см. Но и не делайте ее слишком маленькой, поскольку информация потеряется на нет. Дизайн, если так можно выразиться, должен быть скорее пейзажным, чем портретным. Деловая карточка обычно располагается длинной стороной по горизонтали (пейзаж). Если вы напечатаете текст иначе, то ее нужно поворачивать, чтобы прочесть, а это будет раздражать. Точно так же ее нелегко будет прочитать после того, как вы поместите ее в специальный ящик для карточек. А коль она доставляет неудобства, то ее обычно и не читают.

Будьте щедры, раздавая свои карточки. Вы ведь не можете сказать, как или когда кто-то воспользуется информацией, запечатленной на ней. Персонифицируйте ее еще больше для определенных людей, написав на обороте домашний телефон.

Личные контакты

Не избегайте личных контактов. Создание такой сети — далеко не новая концепция, но игнорировать ее было бы глупо. Очевидно, вы должны не просто выбирать себе друзей и знакомых лишь по тому,

насколько они могут быть вам полезны или по тому, как знакомство с ними помогло бы улучшить ваш новый имидж. Такое может быть легко разрушено, когда в политике компании сменится курс.

Вместо этого познакомьтесь с людьми подобных интересов и опыта. Не бойтесь спрашивать их совета и будьте готовы вернуть поддержку, протянув руку помощи, когда понадобится. Сам факт, что вы можете позвонить “Биллу” или “Мэри” в компанию XYZ пасчет совета, дает вам больше шансов получить желанную информацию, нежели звонить “мистеру У.Блеку”, как относительно незнакомцу. Имейте какую-нибудь личную ноту, чтобы включить ее в разговор и сказать: “Хелло, Билл, рад тебя слышать. Поправился ли дестям лагерь?” — прежде чем переходить к делу. Это как бы “смазывает колеса” и создает личные узы.

Несмотря на сказанное, вы не должны выбирать себе друзей и знакомых просто по тому, что хорошего они могут вам сделать. Не нужно много интеллекта, чтобы понять, что о людях, которые вешаются на тех, кого большинство считает неприятными и недостойными доверия, создается определенное мнение. У вас может быть веская причина для обожания подобных лиц, но большая часть окружающих такого не поймет. Они будут судить о вас по тому, что видят и что слышат от ваших друзей. Это может быть несправедливо, но тогда опять же, почему вы хотите знаться с такими людьми? Подумайте об этом хорошенько.

УЧАСТВУЙТЕ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

Один мой знакомый старший менеджер всегда входит в комитет Рождественского вечера или Рождественского застолья, несмотря на то что это по-настоящему радует только младший персонал. Он чувствует, что важно знать всех, входящих в его штат, поэтому он знает секретарей как Салли и Боба, а не просто как мистера Дейл или мисс Джонс.

Это также показывает штату, что вы воспринимаете их интересы всерьез. Существуют также ситуации, такие как прощальные вечера или другие общественные события офиса, где беседа идет о работе и где есть шанс встретить людей из других компаний или других подразделений вашей собственной организации в неофициальной обстановке. Если вы не будете общаться с ними, то на вас могут посмотреть как на высокомерного или имеющего гипертрофированное чувство собственной значимости. И когда вы отправитесь на при-

ем, следите, чтобы не выпить слишком много и не вести себя как-то вызывающе. Ведь это все-таки полезная возможность расширить круг ваших друзей и знакомых.

Взгляните, какие еще виды общественной деятельности предлагает ваша компания. Есть ли тут хор, спортивный клуб, поэтический кружок? Найдите хоть что-нибудь одно, в чем бы вы могли принимать участие

Помимо удовольствия, вы еще получите возможность встречи с людьми из вашей компании. Само собой, игра на пианино в Рождественском концерте для учителей и учеников или аккомпанирование хору непременно будет замечено председателем! И это, конечно, вспомнится, если он встретит вас позднее или услышит ваше имя. Поэтому если им понравится ваше шоу, то данное обстоятельство может оказаться очень полезным для вас.

Есть люди, которые занимаются общественной работой в ущерб семейной жизни. Вашему супругу, а тем более детям, вряд ли когда-нибудь понравится, что их игнорируют, и что они в течение недели почти не видят вас. Счастливая домашняя жизнь очень важна для вашего благополучия, а также благополучия тех, кого вы любите и заботитесь и кто заботится о вас. Если вы ничего не предпринимаете, чтобы уделять внимание своим любимцам, то как это будет характеризовать вас?

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

1. Не игнорируйте детали; другие обязательно это заметят.
2. Мудро используйте свое свободное время, не тратьте его на недостойную деятельность.
3. Попробуйте писать письма, статьи и обзоры.
4. Поинтересуйтесь местным журналом.
5. Обдумайте, не начать ли издавать циркуляр департамента.
6. Держите свои деловые бумаги ясными и не перегруженными.
7. Не игнорируйте значимость личных контактов.
8. Храните вырезки своих публикаций.
9. Внесите вклад в общественную работу.
10. Не игнорируйте свою домашнюю жизнь.

ДЕСЯТЫЙ ДЕНЬ ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

Теперь пришла пора еще раз взглянуть на все те мелочи, которые многие не замечают, но из которых во многом и формируется ваш общий имидж.

Начните со своей общественной жизни и знакомых. Просмотрите ежедневник и уточните, сколько у вас имеется свободного времени после работы. Решите, чем бы вы хотели заняться на досуге, пометьте карандашом именно те часы, которые вы можете посвятить этому без ущерба для работы или семейной жизни. В этом графике сделайте несколько пометок "ничего не делать" для полного отдыха. Если же у вас есть трудности с расслаблением, подумайте об обучении йоге или о тренинге расслабления.

Когда вы, наконец, решили, чем вы хотите заняться, составьте список людей, с которыми следует связаться, чтобы выяснить все, касающееся задуманного, и сделайте это как можно быстрее, к примеру, в течение одного вечера или перерыва на ланч. Затем позвоните им. Узнайте, когда состоится первое собрание или мероприятие, куда можно пойти, запишите дату и время в свой дневник и не позволяйте никому удерживать вас. Убедитесь, что вами выбрана именно та деятельность, которой вы будете с удовольствием отдаваться.

Сделайте затем перечень волнующих вас проблем, о которых вы можете писать уверенно и компетентно. Включите туда также и ваши внешние интересы наравне с интересами по работе. Потом составьте список всех торговых, специальных и других журналов и газет, куда можно написать. Начните сразу же сочинять письмо в местный журнал по интересующему вас вопросу. Сделайте его кратким и четким, отпечатайте и отправьте. Выберите себе еще и тему для написания статьи примерно в 500 слов и поставьте себе задачу написать и предложить ее в течение недели. Регулярно пишите что-нибудь в какое-либо издание. Приобретите альбом для вырезок и поставьте цель заполнить его к концу года.

Обдумайте, как приступить к работе над циркуляром департамента. Составьте список всех людей в компании, с которыми вам следовало поговорить насчет этого, и что бы вы хотели добиться этим. Определите время для беседы по крайней мере с двумя из них на завтра.

Возьмите образцы всех канцелярских принадлежностей в вашем офисе. Положите их на стол и подумайте, как индивидуализировать свои деловые бумаги. Договоритесь с группой дизайна компании, чтобы обсудить предстоящие изменения или же сами сделайте это. Соберите

образцы деловых бумаг других компаний, производящих хорошее впечатление, и сравните их со своими.

Посмотрите по ежедневнику, на скольких общественных мероприятиях вам нужно побывать в следующем месяце. Слишком много — и вы не сможете успешно выполнить работу. Ни одного — значит не заведете нужные знакомства. Попросите своего секретаря, чтобы вам дали календарь общественных мероприятий компании, затем решите, на которых из них следует повибать, и пометьте это в своем ежедневнике.

Поговорите со своей семьей и уточните, как много времени ваши близкие могут предоставить вам, не чувствуя себя отверженными при этом. Посмотрите, нет ли в компании какой-нибудь общественной деятельности, в которую их также можно вовлечь. Это тоже пометьте для себя.

Долгосрочные планы

Вы могли потратить много времени и усилий на улучшение своего имиджа. Но если вы не предпримите усилий, чтобы сохранить его, ваш имидж просто испарится из сознания людей. Если вы вдруг ночной скиталец, то это, возможно, привлечет к вам внимание общественности, но никак не поможет вам в отношении долгосрочных перспектив вашей работы. Следующая глава расскажет вам, как сохранять свой имидж нетускнеющим и как получить уверенность, что в глазах публики вы воспринимаетесь именно таким образом, который лишь помогает вашему имиджу представлять себя в наилучшем свете.

201

Потерять репутацию – потерять все

“Репутация! Репутация! Репутация! О, я потерял бессмертную часть себя, а все то, что осталось, неприязнь”.

Шекспир. “Отелло”. Акт 2, сцена 3.

Ваша профессиональная репутация будет в определенной степени определять вашу будущую карьеру и то, как широкая публика и коллеги оценивают выполняемую вами работу. Это то, что подтверждает высокую оценку вашей деятельности, что вас ценят именно за ту работу, которую делаете. Как обнаружил Кассио и многие до и после него, хорошая репутация есть нечто трудно завоеванное, но легко теряемое. Поскольку это жизненно важная часть вашего общего имиджа, то сохранить хорошую репутацию также жизненно важно. Это втянет вас в работу, вы не можете позволить себе игнорировать ее. Один месяц, когда вы позволите своему имиджу ускользнуть от вас, станет тем роковым месяцем, когда ваши клиенты начнут искать услуги для себя где-нибудь еще, но не только у вас.

Регулярный анализ-обзор

Вы не можете быть уверены, что ваш имидж столь же хорош, каким и должен быть в идеале, если вы не будете находить время для аналитического обзора самого себя через регулярные промежутки времени. Никогда не думайте: “У меня всё о’кей”. Работа прекрасная и люди, похоже, уважают ее”. Как только вы перестанете прилагать усилия, вы рискуете потерять уважение к себе на следующей же неделе. Раз в месяц задавайте себе такие вопросы:

1. Соответствует ли моя работа высокому стандарту? Как мне ее улучшить?
2. Довольны ли мои клиенты? Как улучшить свои услуги для них?
3. Так ли я увлечен своей работой и общественной деятельностью, как мог бы?
4. Отдаю ли я своим коллегам, персоналу и боссу все, что могу? Как я могу улучшить свои отношения с ними и еще больше вовлечь их в мою работу?
5. Соответствующим ли образом я одеваюсь для работы и для ситуаций, связанных с работой?
6. Нужно ли мне обучение по какому-либо определенному предмету?
7. Есть ли какие-нибудь мероприятия, на которые я могу вызваться добровольно?

Такого типа вопросы надо регулярно задавать себе. Если вы не занимаетесь постоянным наблюдением за ситуацией, вы находитесь под угрозой того, что ваш имидж низко падет.

Будьте позитивны к себе

При негативной самооценке вы можете прийти к выводу, что ваш имидж не улучшился. Если при его анализе-обзоре вы думаете только о том, где поступили неправильно, вы окажетесь угнетенными и еще больше начнете отвергать свой собственный имидж. Когда вы делаете ему “ревизию”, вспомните о методах, которыми вы его улучшили. Они могут быть небольшими, но мысли о них вдох-

новят вас на большие поступки. Например, вы, возможно, в прошлом месяце:

- поговорили с членами персонала, с которыми вы обычно не разговаривали;
- организовали выступление для коллег;
- изменили свою манеру одеваться;
- узнали что-то новое о своей работе;
- вступили в группу добровольцев;
- предложили, как улучшить обслуживание покупателей.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАБОТЫ НАДО ДЕРЖАТЬ В УМЕ

Ваш имидж мог улучшиться, но есть ли перспективы в вашей работе? Если вы неуклонно следовали этой книге и имели в виду будущие нужды, то они, несомненно, должны быть. Жить только сегодняшним днем не очень-то хорошо. Никогда не забывайте, что может понадобиться вашей компании в будущем. Если вы уверены, что примерно через год будет “объявлен призыв” специалистам по финансам в связи с расширением компании, тогда самое время сейчас пройти обучение и тем самым обрести хороший шанс для получения преимущества в плане возникающих перспектив.

Дальновидный взгляд включает в себя не только приобретение новых знаний и навыков. Это может быть, к примеру, изменение в управлении или же поиск нового лица для компании. Если они сейчас ищут скорее имеющих идеи, нежели здравых, но медлительных администраторов, то самое время усовершенствовать навыки коммуникации и представить своему боссу собственные идеи. Такой подход годится, если вы ищете работу и за пределами своей непосредственной сферы профессиональной деятельности или рабочего места.

Вовремя вносите изменения

Очевидно, не очень хорошо ждать последнего мгновения, чтобы внести изменения, улучшающие восприятие вас другими, а также вос-

приятие вашей работы. Кое-что вы можете сделать немедленно, как, например, изменение в одежде или принятие большего участия в общественной и служебной деятельности. Другие же вещи требуют планирования, как, скажем, курсы по улучшению навыков коммуникации. Но не оставляйте это слишком на потом. Ведь вы имеете возможность использовать эти новые знания сейчас, пока ожидаете шанса применить их в новой сфере. Если вы слишком долго выжидаете, то новая работа, которую вы хотите получить, легко пройдет мимо вас, коль вы еще не приобрели новые знания и профессиональные навыки.

Будьте всегда на виду

Пребывание на глазах у публики — необходимая часть сохранения вашего имиджа. Поэтому вам прямо-таки необходимо выступать в своей профессиональной ассоциации, писать письма для средств массовой информации и статьи в торговые газеты. Вам необходимо всегда пользоваться шансом для публичного выступления и тем самым повышать свое умение контактировать с публикой. Вы должны предлагать свои услуги, когда кому-то с вашей работы надо встретиться с ней. Подобные вещи могут поглощать все ваше время, но публика непостоянна. Если ваше имя перестает быть на слуху, вас скоро забудут.

204

Выигрыш на рабочем месте

Чтобы сохранить ваш “модернизированный” имидж в целости и сохранности своего персонала, коллег и нанимателей, вам надо неустанно работать на него. Если вы усердны и успешно решаете новацию на этой неделе, а на следующей медлительны и скучны, вы не получите высокой оценки, равно как не получит ее и ваша работа.

Вы должны всех убедить, что всегда выполняете работу по высочайшему стандарту и в срок, и что имеете собственные взгляды и идеи, которые можете предложить руководству. Поддерживайте знания о последних достижениях в вашей области, читая книги и журналы. Если вы неизменно демонстрируете умение поддерживать разговор и желание сделать то, о чем вас просят, вас запомнят как

человека, всегда интересующегося работой и имеющего способности. Офисные интриганы тоже играют свою роль; вам нужно вести себя так, чтобы вас постоянно видели и слышали полным энтузиазма и идей. И вас должны увидеть и услышать таким нужные люди и в нужном месте. Если ваше имя первым приходит в голову тем, кто думает о благополучии секции торговли или секции ОО, то вы на верном пути. Только будьте уверены, что ваше имя помнят по верным причинам.

Повышение своих возможностей

Возможности могут пройти мимо вас, если вы не знаете, как лучше использовать их. Вам следует постоянно искать шансы продемонстрировать собственные достоинства и быть полезным при необходимости. Помните следующее:

1. Всем демонстрируйте энтузиазм к своей работе.
2. Сами вызывайтесь для деятельности, которая обеспечит вам контакт с начальством.
3. Научитесь хорошему устному и письменному сообщению и все время проявляйте это.
4. Не жалуйтесь, что у вас слишком много работы, подумайте о способах реорганизации или перепоручения ее.
5. Всегда делайте работу как можно лучше.
6. Будьте любезны и всживы со всеми, не игнорируйте и младший персонал.
7. Не общайтесь с теми, кто, как вы знаете, неодобрительно воспринимается людьми более солидными.
8. Будьте готовы принять любое потрясающее предложение и никогда не говорите: "Я не могу сделать это до следующей недели".
9. Хорошо подготовьтесь, чтобы могли отвечать компетентно на самые затруднительные вопросы о вашей работе.
10. Демонстрируйте уверенность.
11. Одевайтесь соответствующим образом.

Ключевое слово здесь подготовка. Нужно всегда быть готовым схватиться за отличное предложение. Мало хорошего, если вы говорите: "Я не знал этого" или "Я этого не учил". Вам следует готовиться к власти заранее, чтобы не пришлось впустую проводить время на работе.

Облик конкуренции

Ваши коллеги могут стать вашими лучшими друзьями или же худшими врагами. Поэтому вы должны уметь ладить с ними и завоевывать их уважение. И одновременно вы можете превосходить их в той же работе.

В процессе сотрудничества со своими коллегами будет полезным рассматривать их как оппозицию. Что, например, восхищает в них других? Может, и вы смогли бы делать то же? Что в них раздражает? Возможно и вы так поступаете? В состоянии ли вы изменить это? Изучая своих коллег, вы получаете реальный шанс уяснить, насколько успешно можно в случае необходимости соперничать с ними. Конечно, гораздо труднее оценить подобную оппозицию за пределами своей компании, если вы весьма редко встречаетесь с ними. Попробуйте найти людей, которые хорошо знают их, и поговорите с ними. В других случаях вы можете воспользоваться своими старыми связями.

Если появляется шанс интересной работы, внимательно прочтите ее описание, чтобы ясно представить, подходит ли она вам. Составьте список, в котором четко оговорите, каких способностей и каких качеств вы ожидали бы от человека, взявшегося выполнять эту работу. Напишите такую характеристику и для себя. Сравните их. Что в них совпадает? Это будет самым главным. А какие есть расхождения? Стоит ли браться за это? Или же попробовать? А может оперативно найти дополнительную информацию? Подобный способ анализа применим для подбора кадров.

Послесловие к вашему десятидневному плану

После пунктуального следования вашему десятидневному плану вы должны стать достаточно компетентны в способах улучшения ваше-

го имиджа и поднятия собственного авторитета в глазах окружающих. Но что делать дальше, когда десять дней истекли?

Используйте ваш план как обзор-напоминание. Каждый месяц перечитывайте его и смотрите, нет ли там пунктов, в которых можно еще больше совершенствоваться или которым вы не уделите достаточного внимания.

Воспользуйтесь им со своим другом или коллегой. Вы можете параллельно выполнять с ним задачи одного и того же дня, а затем анализировать, в чем каждый из вас преуспел. Сравните ваши достижения и решите, какие из реализованных идей вам наиболее подходят. Будьте скорее поощряющими, чем негативными, в своих оценках друг друга. Если вам покажется, что вы не прогрессируете, сделайте повторение своему десятидневному плану. Только таким образом можно улучшить ваши дела, к тому же у вас появится еще больше хороших идей.

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК УЧЕБНЫХ МОМЕНТОВ

207

1. Ваша репутация завоевывается с трудом и легко теряется.
2. Регулярно переоценивайте свой имидж.
3. Будьте позитивны в своем прогрессе.
4. Не опаздывайте с необходимыми изменениями.
5. Имейте в виду, что может понадобиться вашим нанимателям в будущем.
6. Не игнорируйте людей, с которыми вместе работаете.
7. Будьте готовы использовать преимущества благоприятных обстоятельств.
8. Оцените степень конкуренции.
9. Используйте десятидневный план как обзор-напоминание.
10. Следуйте десятидневному плану с друзьями.

Научно-практическое издание

Берд Полли

Продай себя!

Эффективная тактика улучшения
вашего имиджа

Ответственный за выпуск Н.В. Володько

Редактор Т.И. Скибинский

Корректор Л.К. Дмитриева

Компьютерная верстка Е.В. Оборотовой

Подписано в печать 14.05.97. Формат 70×100¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура
Peterburg. Печать офсетная. Усл. печ. л. 13,4. Уч.-изд. л. 13.
Тираж 12 000 экз. Заказ 1019.

ООО «Амалфея». Лицензия ЛВ № 326. 220073, Минск, Кальварийская, 62.

Отпечатано с готовых диапозитивов заказчика в типографии издательства
«Белорусский Дом печати». 220013, Минск, пр. Ф. Скорины, 79.



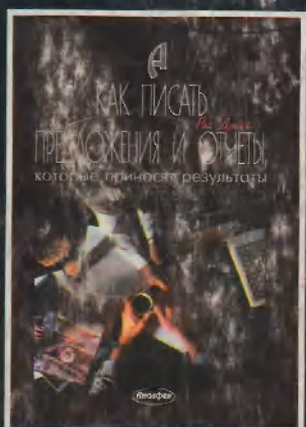
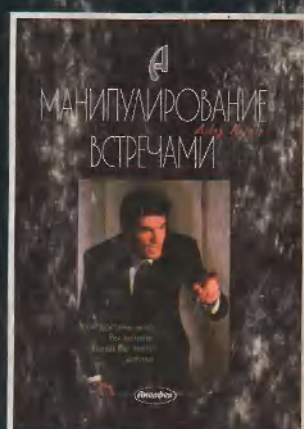
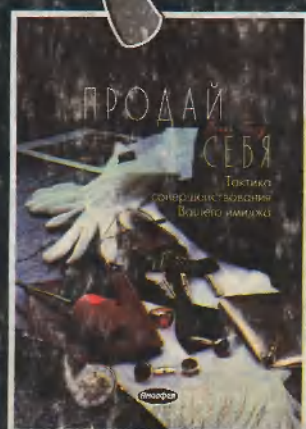
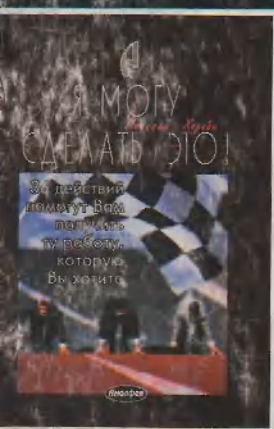
Издательство «АМАЛФЕЯ»

**В ИЗДАТЕЛЬСТВЕ «АМАЛФЕЯ» МОЖНО
ПРИБРЕСТИ 9 КНИГ СЕРИИ
"СТРАТЕГИЯ УСПЕХА"**

- | | |
|----------------|---|
| Питер Аллен | Учимся торговать. |
| Малколм Хорнби | Я могу сделать это! 36 дейст-
вий помогут Вам получить ту
работу, которую Вы хотите. |
| Полли Берд | Обуздай свой телефон. |
| Энтони Джей | Эффективная презентация. |
| Полли Берд | Продай себя. Тактика совершен-
ствования Вашего имиджа. |
| Дэвид Мартин | Трудный разговор. Как справ-
ляться с затруднительными
ситуациями. |
| Грант Стюарт | Успешный менеджмент
торговли. |
| Дэвид Мартин | Манипулирование встречами.
Как достичь, чего Вы хотите,
когда Вы этого хотите. |
| Рос Джей | Как писать предложения и от-
четы, которые приносят
результаты. |

**Тел.(факс) (0172) 52-71-03
тел. 51-43-08.**

Стратегия 4 Успеха



Амалфея

© Designed by Collection Ltd.

© В. Дункан, 1998