

ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Выполнила студентка 2 курса группы СГО1401

Мальцева Александра

В наш темный лесной век средства массовой коммуникации постепенно вытесняют живое общение, поэтому особенно важно умение понравиться людям, только после этого их можно в чем-то убеждать. Без привлекательного имиджа (т.е. умения душевно расположить к себе человека) этой проблемы не решить.



Выделяются две значительные функции имиджа



ЦЕННОСТНАЯ

- связана с тем, что вокруг личности управленца создается ореол привлекательности и эта личность становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств — симпатии к окружающим, доброжелательности, терпимости и такта. В итоге человек становится гораздо увереннее в себе, всегда находится в приподнятом, «мажорном» настроении;



ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ

- созданный привлекательный образ позволяет быстро войти в нужную социальную среду, привлечь к себе внимание, установить доброжелательные отношения с окружающими. Аудиторию можно отвлечь от недостатков человека с помощью «правильных» макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, прически и т.п. Привлекательный имидж невольно притягивает к себе людей.





- В создании позитивного имиджа организации очень важно умение персонала производить приятное впечатление на деловых партнеров и клиентов. Для этого в организации проводится работа по обучению персонала правилам делового этикета, проведения переговоров, совещаний, презентаций, торгов и т.д. Менеджеры должны отрабатывать умение произносить речи (списки, от англ. speech — речь), принимать посетителей в своем кабинете, общаться с персоналом, вести себя в деловых поездках, соблюдать требования к собственному внешнему виду.





ВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ -

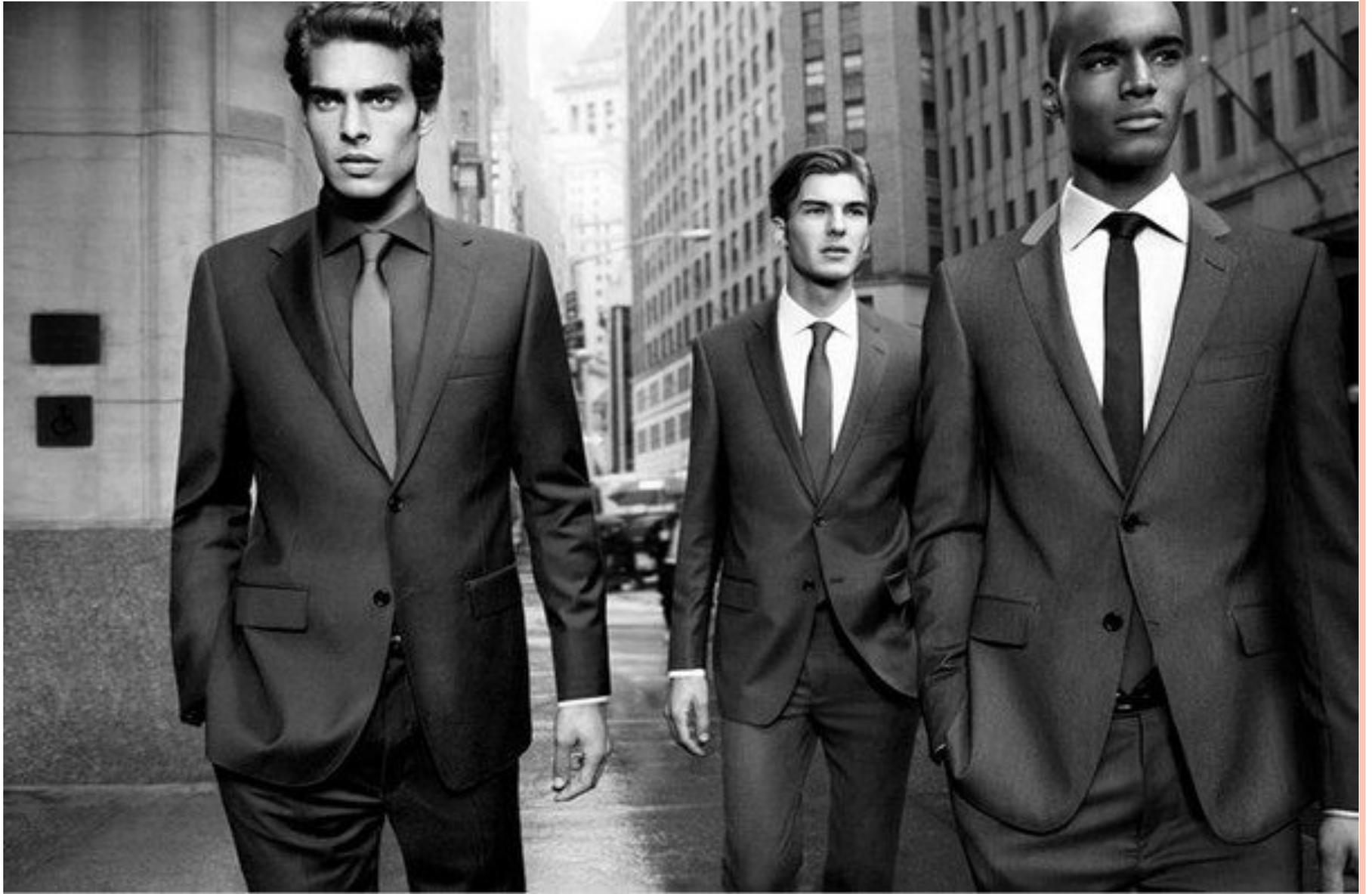
□ это то мнение, которое сложилось об организации на основании информации. Эта информация может быть вербальной или невербальной, прямой или косвенной, осознаваемой или неосознаваемой и доступна только через устную или письменную речь.



НЕВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ

- это непосредственно имидж организации, включая корпоративную культуру и др.
- Составляющие имиджа делового человека — это его внешний вид, речь, манеры, окружающие его люди и вещи, его дело- выс качества. У человека есть всего четыре секунды, чтобы произвести первое впечатление на партнера, и поэтому он должен показать себя так, чтобы сформировать у партнера свой положительный образ, иначе уже не придется рассчитывать на успех.





ИМИДЖ ФОРМИРУЕТ НАШЕ ОКРУЖЕНИЕ, ПОЭТОМУ ДЛЯ УСТАНОВЛЕНИЯ ПОЗИТИВНОГО КОНТАКТА (А СЛЕДОВАТЕЛЬНО, И ДОСТИЖЕНИЯ НУЖНОГО НАМ ИМИДЖА) С ДЕЛОВЫМИ ПАРТНЕРАМИ МОЖНО И НУЖНО ПРИМЕНЯТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ПРИЕМЫ:

- улыбка, доброжелательный взгляд;
- приветствие, которое сопровождается рукопожатием и какими-то теплыми словами;
- уважительное обращение к партнеру — по имени и отчеству (для этого нужно представиться, познакомиться, обменяться визитными карточками);
- проявление дружеского расположения к партнеру (шутки, комплименты, участие и др.);
- подчеркивание значимости партнера и компании, которую он представляет, уважения к нему (с помощью мимики, жестов, позы, организации пространственной среды);
- открытое признание достоинств партнера.

