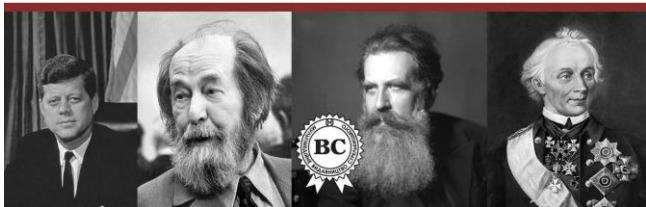




Татьяна Гурьева

17  
МГНОВЕНИЙ  
ИМИДЖ-ОТКРОВЕНИЙ



## Аннотация

*Наука имиджмейкинга стремительно развивается, превращаясь в целую индустрию. И это вполне естественно, ведь впечатление, которое мы производим на людей, часто является определяющим в развитии отношений, будь то в бизнесе или в личной жизни.*

*Эта книга дает уникальную возможность получить квалифицированную помощь и советы от бизнес-тренера, консультанта по имиджмейкингу Татьяны Гурьевой. Автор готова поделиться своим бесценным опытом работы с ведущими политиками и крупными бизнесменами, помочь выработать собственную технологию формирования успеха.*

*Книга «17 мгновений имидж-откровений» учитывает реалии славянского менталитета, написана человеком, имеющим свой личный опыт консультационной работы имиджмейкера, а посему дает читателю не отрывочные советы, а мощный инструмент, позволяющий сформировать цельную стратегию по формированию имиджа и успешно осуществить все свои начинания на практике, не прибегая к услугам дорогостоящих специалистов.*

# Татьяна Гурьева

## 17 мгновений имидж-откровений

### Об авторе

*ТАТЬЯНА ГУРЬЕВА (РУТЕНКО)*

*Консультант по PR и имиджмейкингу. Сертифицированный бизнес-тренер: Занимается консалтинговой деятельностью с 1996 года. Коренная киевлянка. Скрипачка, интеллектуалка. Организатор международных семинаров в Праге, Вене, Египте. Специализируется на проведении авторских тренингов в Центре свободной прессы, бизнес-центре «Успех», Бердянском институте предпринимательства, Европейском университете.*

*Автор статей по имиджмейкингу и ПР. Консультант по имиджу украинских политиков и бизнесменов.*

*С 2006 года — консультант Верховного Совета Украины.*

*Награждена грамотами Государственного комитета по регуляторной и предпринимательской деятельности Киевского городского головы.*

## Вступление

Рада Вас приветствовать на страничках пособия по особому случаю. Это значит, что Вы подошли вплотную к созданию своего имиджа, с чем я Вас лично поздравляю!

То, что представлено на страничках пособия — результат многолетней работы с бизнесменами и политиками, студентами и слушателями курсов.

Что же объединяло всех этих людей, разных по социальному статусу, возрасту, месту жительства? Стремление к выстраиванию собственной успешной карьеры.

*«То, что должно вознести на самый верх, начинается в самом низу»*, — изрек когда-то древнеримский поэт **Публий Сур**. Золотые слова! Столько времени прошло с тех пор, а выстраивание карьеры по-прежнему актуально для тех, кто стремится к вершинам успеха. Что делать сегодня, когда на деле важен не перечень прослушанных дисциплин, а то, **КАК** человек может подать себя окружению, продемонстрировать таланты?

Многие успешные люди, не желая останавливаться на достигнутом, обращаются за помощью к имиджмейкеру. Появилось много программ, тренингов. Имидж как тонкий инструмент помогает нам продвигать свои услуги.

**Итак, для успешной самореализации делового человека необходим фундамент, состоящий из знаний, практических навыков и личных свойств характера!**

**Чем же могу помочь Вам лично я, как специалист по имиджу?**

**Я МОГУ ПОМОЧЬ** Вам собственной технологией формирования успеха. Мы определим вместе с Вами профессиональные и личные цели, не оставим без внимания Ваши амбиции. Подчеркнем достоинства! Добавим «изюминку»! И тогда Ваш имидж станет залогом вашего успеха!

В самом начале мне хочется привести в пример интересные факты, которые демонстрируют, как подходили предприниматели начала XX века к пониманию Кодекса чести, основанного на этике поведения. Что значило тогда купеческое слово? Все! Если не сказать больше. Вместо договоров и контрактов сделки заключались по соглашению. Формировал ли такой подход успех? Вне всякого сомнения. В 1913 году Россия занимала лидирующее место в экономике среди других европейских держав. А что мы имеем сегодня?

## Информация к размышлению

Семь принципов ведения дел в России (1912 г.)

В 1912 году Российский Союз промышленников и предпринимателей утвердил 7 принципов ведения дел в России, которые выглядели следующим образом:

1. *Уважай власть.* Власть — необходимое условие для эффективного ведения дела. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в узаконенных эшелонах власти.

2. *Будь честен и правдив.* Честность и правдивость — фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетелей честности и правдивости.

3. *Уважай право частной собственности.* Свободное предпринимательство — основа благополучия государства.

Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

*4. Люби и уважай человека .*

Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя во всем блеске.

*5. Будь верен своему слову .*

Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единожды солгавши — кто тебе поверит?». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.

*6. Живи по средствам .*

Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.

*7. Будь целеустремленным .*

Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам»

противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

[http://ruskline.ru/analitika/2010/05/24/nravstvennyye\\_principy\\_predprinimatelstva\\_v\\_rossii/](http://ruskline.ru/analitika/2010/05/24/nravstvennyye_principy_predprinimatelstva_v_rossii/)

## Откровение первое

### Кабинет руководителя компании «Восход»

Имиджмейкер: Здравствуйте, уважаемый господин директор, вы хотели со мной встретиться? Вам нужен имиджмейкер?

Руководитель: Рад вас видеть. Представьте, в моей компании существует PR-отдел, его деятельность связана со стратегическим развитием компании и вот настал момент, когда я заинтересовался построением собственного имиджа: в последнее время приходится общаться со СМИ, проводить пресс-конференции, а я не всегда

---

[http://ruskline.ru/analitika/2010/05/24/nravstvennyye\\_principy\\_predprinimatelstva\\_v\\_rossii/](http://ruskline.ru/analitika/2010/05/24/nravstvennyye_principy_predprinimatelstva_v_rossii/)



соответствую должному уровню. Актуальность этого вопроса настолько для меня велика, что приходится принять решение заняться построением имиджа.

И.: Разумное решение! Необходимо запастись терпением, это работа займет немало времени. Для начала, как бы вы охарактеризовали образ российского предпринимателя?

Р.: К сожалению, образ предпринимателя сегодня противоречив, если я отмечу, что это инициативные, обладающие деловой хваткой, постоянно занимающиеся самообразованием энергичные люди, то это не вполне соответствует действительности.

И.: Действительно, если вспомнить теорию Вебера, предприниматели существовали двух типов, с тех пор, похоже, ничего не изменилось,

Р.: Что-то я не слышал о такой теории.

И.: Известный социолог М.Вебер разделил участников рынка на два типа — рациональный и авантюрный. Первый тип ориентирован на собственные достижения, второй — на сиюминутную победу, ловкачество.

Р.: Да. Согласен. Вторых, пожалуй, больше. Хотя мне хотелось бы видеть, прежде всего, уверенных в себе, образованных, инициативных людей, умеющих решать свои проблемы законодательным путем.

## **Информация к размышлению**

Если история современного предпринимательства в России составляет только 25 лет, говорить о каких-либо стандартах делового стиля преждевременно. Есть компании, в которых не придерживаются дресс-кода, а персонал берет пример с руководства, которое часто оказывается не на высоте. Многие слушатели моего курса пытались объяснить это особенностями национального менталитета, забывая о том, что в бизнесе необходимо придерживаться строгих норм деловой культуры.

В результате опроса 200 руководителей ведущих компаний журналом «Форчун» были выявлены такие качества как профессионализм, способность вести за собой, «управлять вниманием публики»,

прекрасно выступать.

После этого проводились исследования на тему, что думают по поводу ведущих качеств иностранцы, работающие с нашими бизнесменами. В итоге получилось, что российские предприниматели — люди, прежде всего, необязательные, с ленцой, часто жалуются на судьбу, ждут помощи от всевозможных Фондов и государства. В 90-х годах прошлого века показателем подлинной «успешности» была способность делать все, что угодно, и при этом ни за что не отвечать, «пренебрегая общественным мнением». Похоже на времена «дикого Запада», когда первые американские миллионеры диктовали свои правила, после чего возникли серьезные забастовки и стычки с рабочими. Да, теперь многие наши бизнесмены обзавелись дорогими костюмами, демонстрируют золотые украшения, но при этом игнорируют хорошие манеры, правила поведения в деловой среде.

В США опросили топ-менеджеров на тему: «Какими качествами должен обладать руководитель будущего?». В

результате получилось:

78 % — стиль руководства и культура поведения;

68 % — умение выглядеть убедительно;

58 % — умение обладать деловой хваткой;

51 % — знанием дела.

Хотелось бы обратить внимание на то, что умение выглядеть убедительно возникает не на пустом месте. Формированием имиджа нужно постоянно заниматься.

В наше сложное время в деловом мире все атрибуты делового стиля очень важны для современного руководителя. Стиль сегодня — способ самовыражения. Деловым людям приходится играть множество социальных ролей — водителя авто, руководителя компании, лидера общественно-политического движения. «Весь мир — театр, в нем женщины, мужчины — все актеры. И каждый не одну играет роль», — писал Шекспир в пьесе «Как вам это понравится».

Многие деловые люди уже осознали, что необходимо консультироваться

профессиональным имиджмейкером, который поможет разработать свой стиль, правильно сформировать гардероб, научит представить себя в обществе.

Если вы выбрали этот путь, мы начнем с вами программу построения имиджа. В этом деле нет мелочей, если у вас ответственное совещание — строгий классический костюм, собранность, умеренная жестикуляция в совокупности со строгостью вашего облика помогут справиться с задачей.

Вы собираетесь на бизнес-ланч с деловым партнером — постарайтесь соответствовать поставленной цели. Располагающая улыбка, увлекательная беседа (желательно заранее выяснить круг интересов собеседника) непременно расположат к вам потенциального клиента.

Еще один важный совет: создав свой имидж комплексом внешних и внутренних данных, вы будете соответствовать ему некоторое время, таким образом, имидж отныне станет вашей повседневной визитной карточкой, вашим «я».

## Откровение второе

Как часто приходилось работать с предпринимателями, которые не знают, как следовать в повседневной жизни деловым стандартам, с чего начать.

Первые клиенты, первые пробы...

Помню, как мне приходилось разрабатывать не только имидж руководителя, но и имидж его рабочего места.

Одному из моих первых клиентов хотелось стать депутатом Госдумы, бизнес его только зарождался. Кабинет был, но вряд ли его можно было назвать кабинетом.

Приходилось начинать с нуля. Окружение моего клиента тоже только формировалось. Мы решили проблему комплексно: все начинается с рабочей зоны или, как говорят, «театр начинается с вешалки».

Мы решили с моим клиентом обустроить кабинет в деловом стиле, демократично, чтобы каждому посетителю было комфортно. Нам помогли дизайнеры. Подобрали стол с выдвижным мусорным ящиком, технический блок. От массивного конференц-стола пришлось отказаться — не подходил по размеру. Однако установили небольшой круглый стол для совещаний, в углу — флип-чарт, тогда стало возможным и размещение

зоны отдыха или зоны приема посетителей. К счастью, сегодня можно позволить себе приобрести кабинетную систему, удовлетворяющую даже самому взыскательному вкусу. От дубовых дверей решили отказаться, оказывается, многие сотрудники подходят к ним с опаской. Пластиковые вызывают меньше опасений. Фирма Александра занималась разработкой программного обеспечения, сотрудники должны были легко и беспрепятственно проникать в святая святых — кабинет шефа, который, к счастью, осознавал это и принимал всех желающих, заваривая кофе. Со временем, конечно, эту функцию стала выполнять секретарша.

Работа была приятной и содержательной. Александр быстро вникал в особенности построения имиджа, тем более, я предложила ему готовую модель.

Обратите внимание на офис: здесь нет мелочей, все должно быть спланировано и продумано. Каждый предмет — на своем месте, подчеркивает статус владельца, производит должное впечатление на посетителей. Чистота, комфортность, всего этого можно достичь при помощи удобной мебели, чем мы и занялись при помощи специалистов.

Необходимый набор свели к минимуму, вначале нашей работы нужно было обустроить

небольшой кабинет. В любом случае, необходимо выделить три зоны:

- Зону личной работы.
- Зону общения.
- Зону приема важных гостей.

В зоне личной работы все должно работать на ваш комфорт — расположение стола, освещение, размещение телефона, факса, компьютера. Для удобства и респектабельности разместили массивный прибор из яшмы — прибор сразу стал украшением стола, его важным центром презентабельности и уюта. Небольшое кожаное кресло с подлокотниками на вращающихся ножках Александр использовал для внезапного вскакивания с места, что придавало ему определенного шарма. Ненужные бумаги легко прятались в «мусорный ящик» в столе — свободного места было не так уж много. Маленький журнальный столик со стеклянной крышкой отгораживал зону общения с ВИПами, за ним стоял небольшой диван. На нижней полке столика мы разместили кофейный прибор, стильный и современный. Решили поставить подсвечник для создания непринужденности, уюта. На стене появилась картина «Москва в снегу», и сразу почувствовалась атмосфера этого помещения, его доступность и, вместе с тем, комфорт.



Р.: Да, я теперь понимаю, как важно создать должную атмосферу. Сколько важных переговоров происходит за закрытыми дверями.

И.: Да, нужно сказать, что кабинет современного руководителя — нечто иное, чем было во времена Цезаря. Но если сравнивать с эффективностью работы.

Р.: Вот уж не предполагал, что у Цезаря был свой кабинет.

И.: Да, он вмещал в себя ванну (!), гардероб, комнату для отдыха, кухню. Можно себе представить, Цезарь стремился окружать себя роскошью. И ему это удавалось.

Р.: Давайте вернемся к моему кабинету. А что бы вы посоветовали?

И.: Рабочая зона не должна быть монолитной. Вы выдержали кабинет в определенном стиле, классическом, что сразу заслуживает внимания. Мебель удобная, кожаная, удачно расположена ваза с цветами. Можно повесить на стены ваши грамоты, наградные листы, фотографии. Мягкий уголок все-таки необходим, я бы добавила в эту зону приглушенного света, а совещания вы

проводите в специальной комнате для переговоров, как я заметила. Это упрощает дело. Теперь давайте посмотрим видеозапись ваших выступлений.

Как я заметила, вам не хватает образности, текст почему-то произносите вяло, а здесь вообще читаете по бумажке. Это недопустимо для руководителя ведущей российской компании.

Р.: Мне уже об этом говорили. А как можно зажечь публику, если вы говорите о...показателях экономики прошлого года в производстве нашей продукции?

И.: Возможно, вспомните анекдотичные ситуации из вашей практики, профессиональные байки, зажгитесь сами, а потом увидите, что это зажигает аудиторию. Можно добавить жестикуляцию, но умеренно, потому что вы любите размахивать руками. Но все поправимо. Даю вам домашнее задание.

Есть такое уникальное задание «Фиксация внимания аудитории при оценке человека», которое я рекомендую вам провести в спокойной обстановке. Проведем вашу первичную психовизуальную диагностику.

- Необходимо описать внешность (лицо, фигура, одежда) с учетом того, что вы принимаете в себе, а что бы хотелось изменить в себе.

- Ваша автобиография, профессиональная карьера. Чем вы гордитесь? О чем следует умолчать? Ваши профессиональные достижения, заслуги прошлых лет.

- Семья. Ваши дети, супруга, их статус. Чем вы гордитесь? Заслуги и достижения ваших близких.

- Спорт. Спортивные достижения, увлечения. Награды, победы, знаменательные события. Нелишним будет подчеркнуть волю к победе, собранность, лидерские качества.

- Хобби, увлечения. Ваши пристрастия, которые подчеркнут вашу оригинальность, человечность.

- Домашняя обстановка. Любимые животные (какие ваши человеческие качества может подчеркнуть животное), особенности интерьера, дом, квартира, ваши любимые места в доме, зоны отдыха, комфортность.

- Рабочее место (офис). Ваш стол, письменные принадлежности, фото, картины, подарки, стиль офисной мебели.

Упражнение позволит вам лучше понять себя, поработать над тем, чтобы улучшить имиджевые характеристики.

## **Откровение третье**

И.: Итак, на чем же мы остановились, уважаемый Руководитель, припоминаете?

Р.: Конечно, я поработал над закрытыми жестами и пытаюсь больше выступать при всяком удобном случае. Признаюсь, мне уже начинает нравиться выступать, и неплохо получаются экспромты.

И.: А вы не задавали себе вопрос — что же отличает интересную зажигательную речь от невыразительной и тусклой? Почему выступления некоторых личностей запоминаются на всю жизнь?

Р.: Мне кажется, манера выступления и артистические данные.

И.: Вот-вот, уже гораздо теплее. Есть такое качество как харизма. Слышали? Все великие ораторы обладали харизмой, и именно это позволяло им всецело влиять на аудиторию и толпу. Вспомните выступления Гитлера, Ленина, Сталина.

Р.: А что же точно означает это слово? Оно в настоящее время достаточно популярно.

И.: Харизмой обладает человек, которому покровительствуют боги...

Р.: Как поэтично сказано. Мне бы хотелось уяснить это более детально для себя.

И.: Конечно, это лирическое отступление. Буквально с греческого языка CHARIZMA переводится как божья благодать, дар, милость богов. Существует даже теория великих людей. Эта

теория утверждает, что человек с определенным набором личностных характеристик обязательно будет хорошим Лидером и поведет за собой массы. Кстати, эта теория имеет и своих противников и приверженцев.

Р.: Меня интересует, харизматическими Лидерами рождаются или становятся?

И.: Попытаемся разобраться и в этом. Что же делает человека выдающимся Лидером? Высокий интеллект, обаяние, общительность, смелость? В 1513 году в своем знаменитом трактате «Государь» Никколо Макиавелли утверждает, что правитель должен быть абсолютно безжалостным. Великий китайский философ Лао-Цзы еще две тысячи лет назад писал: «Страна управляется справедливостью, война ведется хитростью».

А может, лучшие руководители — высокоморальные люди? Психологи пытались найти такие закономерности, которые могли бы ответить на эти вопросы. В результате они пришли к следующим выводам.

Лидеры обычно не обладают высоким интеллектом. Их интеллект не опережает интеллект избирателей. Слишком умные всегда отторгаются толпой. Их еще частенько яйцеголовыми называют. Кем же может стать интеллектуал — помощником, советником, серым кардиналом? Но путь наверх ему, увы, заказан...

Многие лидеры стремятся к власти. Им свойственны энергичность в достижении своих целей, они честолюбивы и зациклены на себе. Лидеры настроены на способность адаптироваться к любой ситуации. Склонность к интриганству позволяет обходить соперников и конкурентов. Однако в этом случае достаточно актуальной остается проблема эффективности. Можно долго управлять страной, но быть при этом малоэффективным руководителем.

Исследование исторических источников указывает на то, что среди 600 европейских монархов знаменитыми можно назвать либо наиболее циничных, либо высокодуховных лидеров. Не стоит забывать о том, что короля делает свита. Окружение тоже формирует руководителя. Личностные качества очень важны, но не стоит забывать и о профессионализме.

Итак, какую-то незначительную взаимосвязь между характеристиками лидера и его способностями можно при желании обнаружить. Тем не менее, практически невозможно узнать, каким будет лидер, когда придет к власти. Нужно учитывать и окружающую лидера ситуацию, его социум. Необходимо рассматривать ситуацию вокруг лидера, эпоху, социальное окружение. А вот для этого совсем не обязательно быть «великим человеком». Важно оказаться в нужное время в

нужном месте.

Лидер не может быть лидером в каждой ситуации, для этого должна сложиться благоприятная ситуация.

Например, руководитель предприятия может быть успешным в одних ситуациях, и терпеть поражения при другом раскладе. Скажем, если вы успешно руководите предприятием в стадии его роста, руководство тем же самым предприятием в стадии зрелости может быть не столь успешным. Существует ситуационная теория лидерства Фидлера, согласно которой эффективность лидера зависит от того, на что лидер ориентирован — на взаимоотношения или задачу. Теория Фидлера указывает на то, что два типа лидеров могут быть более успешными в результате конкретной жизненной ситуации.

## **Откровение четвертое**

Р.: Интересно, как же взаимосвязаны между собой понятия «лидер» и «руководитель»?

И.: Понятия «лидер» и «руководитель» часто употребляются как синонимы. Несмотря на это, лидерство — это психологический феномен, а руководство — управленческий.

Лидер доминирует в группе. Его влияние носит не вполне формальный характер.

Руководитель — управленец, который занимает определенную должность. Поэтому фактический лидер группы может не являться официальным руководителем и наоборот. А каким вы видите сильного руководителя и что можно взять на вооружение? Давайте попытаемся составить перечень качеств сильного руководителя и сделаем свои собственные выводы.

Мой личный профессиональный опыт подсказывает, что, в первую очередь, это человек, эффективно взаимодействующий с коллективом. Согласны? Теперь сопоставим наши характеристики и посмотрим, что же у нас получилось.

Итак, эффективный руководитель:

1. Устанавливает и поддерживает отношения с коллегами.
2. Способен вести за собой.
3. Способен построить правильную систему коммуникаций в организации.
4. Способен принимать нестандартные управленческие решения в кризисных условиях.
5. Идет на оправданный риск, приветствует реформаторские настроения в организации.
7. Блестящий аналитик, обладает ярко выраженной рефлексией.
8. Настроен на позитив, сопротивляется фрустрациям, внутренне сдержан и собран.



9. Всячески приветствует участие сотрудников в обсуждении проблем, самокритичен.
10. Не роняя собственного достоинства, принимает конструктивные замечания.
11. Выдержан и дисциплинирован.
12. Управляет своими чувствами, держит эмоции в узде.
13. Обладает высокой энергичностью.
14. Компетентен в своей профессии.
15. Разъясняет свою политику подчиненным.
16. Конструктивно общается с сотрудниками, предлагая им наилучшие варианты проявления своих профессиональных навыков.
17. Как правило, разделяет мнение коллектива.
18. Защищает честь и достоинство подчинённых.
19. Не контролирует каждый шаг подчиненных, предоставляя им достаточно свободы.
20. Вызывает к себе симпатию и уважение.
21. Указывает на приоритетные задачи.
22. Эффективно использует рабочее время, помогает сотрудникам правильно спланировать рабочий график.
23. Умеет доступно и кратко донести свои мысли до подчиненных.
24. Имеет видение процессов внутри

организации, за ее пределами.

25. Всегда готов к новаторству, использует новаторство для интересов организации.

26. Несет ответственность за порученное дело.

27. Открыт для общения. Корректно относится к деловым предложениям. Умеет выражать благодарность.

28. Работает над появлением «звёзд» в своём окружении. Обучает, дает возможность роста каждому сотруднику.

29. Предусматривает условия профессиональной реализации подчинённых, разработки премий, наградных листов, иных поощрений.

30. Разрешает конфликты, выступает в роли посредника между конфликтующими, регулирует неприятности, снимает психологический стресс в коллективе при помощи мероприятий, вечеринок. Не пытается решать личные конфликты, возникающие в отделах.

Р.: Какой-то идеал получился. Разве бывают такие руководители?

И.: Хочу вас успокоить — вряд ли. Но я знаю точно, что есть руководители, непрерывно работающие над собой и им, конечно, многое удается. Вот и нам с вами уже многого удалось добиться. Ведь профессионализм — величина, которая должна неуклонно расти. Как правило,

большинство руководителей стремятся надевать по случаю маски, за которыми бывает удобно скрываться от проблем. Такое поведение позволяет на время улучшить ситуацию, но не приводит к решению проблемы, которую заматают на время под ковер. Рано или поздно приходится отвечать за собственные просчеты.

Скажите, какую роль вам чаще всего приходится примерять на себя в процессе работы?

Р.: Я думаю, советчика, консультанта. Ведь у меня достаточно большой опыт работы в данной сфере и я считаю обязательным для себя повышать уровень профессионализма своих подчиненных. Но иногда, конечно, приходится быть и довольно жестким руководителем, диктатором, хотя это совсем неприятно. Интересно, а какие еще роли существуют у руководителя?

И.: Представьте, многие. Все зависит от конкретной управленческой ситуации:

Администратор (наблюдает за исполнением, осуществляет общее руководство).

Плановик (планирует методы достижения цели).

Политик (проводит свою линию поведения в организации).

Эксперт (профессионал в своей области).

Представитель (лицо коллектива).

Регулятор (регулирует отношения, устраняет

конфликты).

Источник (ретранслятор методов получения информации).

Судья.

Диктатор (человек с авторитарным типом руководства).

Старший товарищ (советчик).

«Козёл отпущения» (человек, берущий на себя ответственность за неудачи коллектива).

Все эти роли являются необходимыми для эффективного управления организацией. Важно только то, чтобы ваша профессиональная роль была для вас естественна и приятна.

## **Откровение пятое**

**Р.:** Уважаемый имиджмейкер, весна в разгаре. Заглянул в свой гардероб и ужаснулся. Многие вещи вышли из моды, потеряли актуальность, на одном из совещаний с представителями Евросоюза почувствовал, что мои аксессуары не отвечают новым тенденциям моды. Опускаются руки, что делать, не представляю.

**И.:** Все в порядке, вероятно, нам с вами пришло время поговорить о габитарном имидже. Дело в том, что имидж условно можно разделить на пять составляющих — средовой, вербальный,

кинетический, габитарный и овеществленный.

Замечательно, когда все эти составляющие работают на целостный личностный имидж.

Р.: Уверен, что от внешнего вида в деловом мире зависит многое, если не все...

И.: Вы правы, однако не будем преувеличивать. Мне приходилось сталкиваться с «имиджмейкерами» или «консультантами по имиджу», которые уверены в том, что внешность решает все. Они очень большое внимание придают подбору одежды по цвету и фасону, форме очков, уверяя тем самым клиента, что его имидж на высоте. Как специалист, я не преуменьшаю значение внешности в создании положительного имиджа, потому что визуальная информация составляет 69 % при считывании информации с телеэкрана. Что входит в эти проценты? Манера держаться на публике, говорить, жесты, осанка, походка. Сочетание всех этих нюансов должно быть гармоничным. Имидж воспринимается адекватно в том случае, когда несет на себе совокупность внешних данных, психологических особенностей, характеристик личности. Все это возможно только при условии целенаправленной работы с профессиональным имиджмейкером. К этому хорошо добавить услуги парикмахера,

визажиста, косметолога. Обращали ли вы внимание на то, что если внешний вид делового человека не соответствует статусу, стилю общения, то их неправильно воспринимают? В процессе общения должностное лицо будет выглядеть не самым лучшим образом. Профессиональный имиджмейкер комплексно оценит и соотнесет ваши внешние данные, манеры, поведение в обществе, профессиональные навыки, социальный статус, возраст, а затем гармонично соединит ваши достоинства, подкорректирует имидж, укажет потенциальные возможности на основании индивидуального стиля, органично вписывая внешность в ваши индивидуально-психологические характеристики.

Р.: Достаточно сложно выглядеть модно, в то же время деловая мода достаточно консервативна. Как быть?

И.: В мир деловых людей и политиков мода входит медленно и постепенно. Бизнесмены в моде консервативны. Они строго придерживаются стиля, принятого в их среде, стараются соответствовать правилам в одежде, определяемым модой.

Р.: Давайте поговорим о моде. Мне кажется, не все достаточно хорошо понимают, что значит это

СЛОВО.

И.: Вы, наверное, хотели сказать, что каждый пытается вложить в это понятие что-то свое. Слово «мода», «модус» с латинского — мера, которая обусловлена традициями, вкусами, возможностями конкретного человека и его бытовыми потребностями.

Мода в одежде предоставляет широкие возможности выбрать одежду по вкусу, в зависимости от преобладания определенных форм, длины, ширины, цветовой гаммы, расположения линии талии, отделки, ткани и фасона.

Моду можно понимать достаточно широко. Существует мода сезона, диктующая сиюминутные правила, а также появление определенных силуэтов на протяжении долгого времени. Например, джинсы, которые не выходят из моды. Мода в деловых кругах достаточно консервативна.

Но если ваши коллеги предпочитают носить одежду нового стиля, ваша сдержанность, приверженность прежним правилам может вас подвести.

Р.: Представьте, когда я респектабельно одет, я даже увереннее себя чувствую на переговорах и совещаниях.

И.: Внешняя привлекательность политика или бизнесмена существенно влияет на производимое им впечатление. Не все придают этому должное значение.

Казалось бы ВНЕШНИЙ ВИД И СЛЕДОВАНИЕ МОДЕ — ЛИЧНОЕ ДЕЛО КАЖДОГО. Но...

Вы наверняка замечали, как трудно вести переговоры о совместных делах с представителем фирмы, который небрежно одет. Публичная деятельность предъявляет серьезные требования к внешнему облику. Берите пример с профессиональных политиков, ведь в деталях одежды нет мелочей... Или, как говорили великие — мелочи создают совершенство.

Вас беспокоили аксессуары. Итак, отнеситесь со вниманием ко всем своим аксессуарам. Это должны быть вещи максимально высокого качества. Нужно навсегда забыть о дешевых вариантах. Еще лучше — избавиться от них. Руководствуйтесь сдержанностью, элегантностью, потому что именно эти качества позволяют быть украшением делового человека и проявляться в элементах одежды, аксессуарах или канцелярских принадлежностей.

Необходимо продумать набор аксессуаров, которые подчеркнут респектабельность, хороший вкус владельца. Например: брелоки, визитницы,