

se moramo svakodnevno naguravati s tvrtkama, profesionalcima, konkurencijom i guruima. I svi nudimo isti proizvod. Recimo, neka taj proizvod bude znanje, danas najveći kapital 21. stoljeća. Mislite kako konkurencija neće slijediti trag svježih žrtve, kada ju namiriše, isto tako precizno kao i vi? No, ono što će vas u svakom trenutku razlikovati od vaše konkurencije su pravila lijepog ponašanja (ono nešto). Da, baš onoga što ga je Knigge utemeljio prije nekoliko stoljeća.

Krug civilizacije pretura nas i okreće, tjera nas slijediti trendove digitalnog svijeta, pokušava nam otrgnuti i ono malo sigurnosti što nam je ostalo i pokušava nas izjednačiti sa svima drugima. No, uspijevaju li oni koji su isti kao i svi drugi? Otkrivaju li nove obale oni koji slijede put svih drugih ili oni koji se usuđuju koračati svojim vlastitim stopama? Stopama koje je utemeljio dotični, njemački gospodin u doba rađanja tvrtki i industrijalizacije. Vaš osmijeh, uz pozitivne riječi, manire i ugodan izgled, možda će biti jedini svjetli trenutak u inače, tmurnom, partnerovom danu. Možda ga na prvu nećete čuti, no za vama će se pronositi glas kako je riječ o ugodnoj osobi koja je izvanrednog kućnog odgoja i koja svaki poslovni razgovor čini ugodnim.

Da, to je moć poslovnog bontonu, iako je nevjerojatna činjenica kako se ne uči na fakultetima, kako nema hrpa edukacija njegove tematike, seminara i kako se, u utrci za tehnološkom realnošću, o njemu iznimno malo piše. Nazivaju ga i malom stvari koja čini veliku razliku. I stavimo, u konačnici, pravila lijepog ponašanja u kontekst globalnog i multikulturalnog doba u kojem živimo.

Lokalna tržišta odavno su pre-mala, a svaki „poduzetniji“ poduzetnik suočit će se s problemom suradnje s drugim ljudima čije je ponašanje potpuno različito od

njegovog i čija je kultura dijame-tralno suprotna. Bez obzira na jačanje desno orijentiranih snaga u društvu, globalna, poslovna revolucija, ne može biti zaustavljena i u njenoj moćnoj struji moći će plivati samo oni koji je razumiju, koji se ne boje i koji se drže za pojas za spašavanje koji nazivamo: pravila lijepog ponašanja.

Nikada nećete surađivati uspješno s japanskom tvrtkom ako ne naučite kako je tamo rukovanje nekulturno i kada pogled u oči može doći jedino po prešutnom pristanku osobe koja je iznad vas u hijerarhijskoj ljestvici, a to je svakako vaš poslovni partner. Još nekoliko primjera: U Velikoj Britaniji presudna je točnost, jer već nakon jednog kašnjenja nikada nećete biti uvjerljivi u očima sugovornika. Britanci ne vole razgovore o problemima i njih svakako morate izbjegavati. Naravno, uz osmijeh i kulturno klimanje glavom. Kao i u mnogim drugim zemljama, kod Amerikanaca vrijedi pravilo: što viša pozicija u hijerarhijskoj ljestvici, to formalnija odjeća, bez obzira radilo se i o programerskoj kući. Zapamtite, s vama će pregovarati pregovarači, ne programeri, čak i kada su i jedno i drugo u istoj osobi. Za razliku od ovoga, u Francuskoj ne postoji strogo determinirani poslovni plan sastanka i cijene se osobe koje improviziraju i brzo se prilagođavaju. Nitko neće podnositi roba pravila koji nameće poštovanje dnevnog reda sastanka kao da je Sveto pismo. Retorika, brzina i prilagodljivost osnovne su vrline svih vrhunskih *managera* u Italiji, tako da ćete morati biti iznimno koncentrirani kako vam ne bi promakao neki važan detalj. U Švicarskoj i Njemačkoj vrijede jasna pravila: profesionalnost i stručnost. Kao i u svakoj zemlji, Grci će biti iznimno zahvalni ako znate prozboriti nekoliko njihovih riječi; prava riječ u pravo vrijeme, otvorit će vam vrata koja bi inače ostala potpuno zatvorena. Gostoljubivost i srdačnost osnove su uspostavljanju suradnje s poslovnjacima iz Južne Amerike, gostoljubivost i srdačnost osnovni su postulati koji vraćaju turista na vašu turističku destinaciju, čak i kada niste ponudili pregršt dodatnih sadržaja koji su danas iznimno traženi. Lijepo ponašanje učinit će temeljnu razliku. Pravilno rukovanje, oslovljavanje, prvi kontakt i ljubaznost, to su osnovna sjećanja koje će putnici ponijeti kući. I slijedeće godine, ponovo se vratiti po njih. Darovi su izuzetno važni Amerikancima, Japancima nisu, no ugodan razgovor uz pravilno poznavanje jezika odgovarat će i jednima i drugima. Ne zaboravimo ekonomiju koja je u procvatu već desetina godina i čiji će dominantni utjecaj uskoro nadmašiti i američki. Uvijek kada je riječ o zamršenoj, poslovnoj situaciji, Kinezi će od vas očekivati da im sačuvate obraz, da preuzmete odgovornost umjesto njih i da se uz naklon osmjehnete. Naravno, ovdje, uz pravila lijepog ponašanja dominira i samokontrola koja se na ovim prostorima izgubila u urlicima stresa i vječnog trčanja za imaginarnim povećanjima profita.

Zadržati samokontrolu, ugodan glas i osmijeh, u samom su vrhu pravila lijepog ponašanja, a njih ne može ispoštovati osoba koja ne kontrolira svoj ego i

koja ne ulaže svoje vrijeme u svakodnevnu edukaciju o bontonu. Osoba koja se prva ubacuje u vrevu oko švedskog stola kao da do sada nikada nije niti zalagala pojela ili osoba koja u ugodnoj atmosferi poslovnog ručka šuti i mrgodnog izraza lica pravi samo dva lutkarska pokreta, odobravanje i neodobravanje.

Zamke na svakom koraku

Istina, poslovni svijet i poslovni odnosi prepuni su zamki, no, lako ćemo ih izbjeći ako se upoznemo barem s nekim pravilima

lijepog ponašanja. Osnovna pravila lijepog ponašanja i trikove kako ga primijeniti objasnit ćemo u drugom nastavku naše priče o bontonu.

No, za ovaj, prvi dio, moramo naglasiti lijepo ponašanje u svijetu u kojem smo svakodnevno okruženi, a to je svakako danas digitalni, a sutra virtualni svijet koji je naša neumitna sudbina. Nikada ne čekajte nekoliko dana na odgovaranje na mail poslovnog partnera. Zgražava činjenica koliko se o tome na ovim prostorima vodi jako malo računa. Ljudi odgovaraju na mail samo kada im je on iznimno bitan i kada od njega imaju neposrednu korist. Zamislite jednog Britanca koji na vaš odgovor čeka nekoliko dana. Ne samo da nećete dogovoriti posao s njim, već će po onoj dobroj, staroj narodnoj: „dobar glas daleko se čuje, a loš još dalje“, vijest o vašem nedoličnom ponašanju u jednom danu obići cijeli otok i sve zemlje Commonwealth-a!

Sva vaša poslovna korespondencija mora biti kratka, jasna i gramatički točna. U današnje vrijeme konstantnog pismenog komuniciranja, gramatičke netočnosti bit će vam zamjerene kao i nepravodobni vic u nepravodobno vrijeme. Izbjegavajte emotikone i kitnjaste izraze, iako su jako popularni. U digitalnom, poslovnom svijetu, oni su znak neozbiljnosti. I za kraj ovog prvog dijela, pazite kako komunicirate na društvenim mrežama. Facebook je relativno neformalnija društvena mreža i tu će vam tolerirati citate poznatih osoba, izljeve emocija, slike i nešto opušteniju konverzaciju. No zapamtite, LinkedIn je strogo formalna i poslovna društvena mreža na kojoj će vam mnogi zamjeriti previše osobno i previše opušteno ponašanje. Neka vam ovaj tekst otškrine vrata uspjeha. Kroz njih, edukacijom, morate sami proći! ■