



Simonné Czibolya Erzsébet

A kapcsolat kialakítás és kapcsolatfenntartás módszerei, a kapcsolattartás szabályai



A követelménymodul megnevezése:

Kommunikációs tevékenység gyakorlása

A követelménymodul száma: 1448-06 A tartalomazonosító száma és célcsoportja: SzT-003-50



A VÁLLALAT MIKROKÖRNYEZETE

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Feltesztől azt az utasítást kapta, hogy Ön, mint Pr munkatárs, készítse javaslatot a vállalati kapcsolatok kiépítésére és fenntartására!

A javaslathoz gyűjtse össze a potenciális partnerek megismerésnek lehetőségeit, s azokat a szervezeteket, melyekkel vállalatának célszerű jó kapcsolatot kiépíteni és fenntartani. Térjen ki a kapcsolatok ápolásának tennivalóira is.

Tervezze meg, hogyan végezné el ezt a feladatot!

Honnan gyűjtene információkat a potenciális partnerekről?

Milyen módszereket javasolna a kapcsolat felvételére?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A PR tevékenység feladata a vállalkozás és környezete közötti bizalom kiépítése, a kapcsolatok ápolása.

Az alábbi cikkrészlet a Magyar Hírlap 1991. szeptemberi számában, a reklám és PR közötti különbséget mutatja be, jól szemléltetve, kik is a vállalat érintettjei:

„... mindkettő a vállalat eredményességét, a marketingcélok elérését szolgálja. A reklám ezt úgy igyekszik elérni, hogy pl. azt sugallja a fogyasztóknak: „Ez egy jó szappan, ezt vegyék meg!”

A PR ezzel szemben azt mondja:

a fogyasztóknak: „Ez egy jó vállalat, aminőséget és a fogyasztók érdekeit tartja szem előtt. Biztosan érdemes megvenni a szappant, amit gyárt.”

a bankoknak: „Ez egy megbízható vállalat, érdemes neki jó kondíciókkal hitelezni!”

a részvényeseknek: „Érdemes a vállalat részvényeiben tartani a pénzt, sőt újakat vásárolni!”

a környezetvédőknek: „A vállalat üzei nem szennyezik a környezetet, sőt mások által termelt hulladékot is feldolgoznak!”

a szakszervezeteknek: „A vállalat jó munkaadó, családtagnak és nem gépnek tekinti a dolgozóit!”

az államnak: „A vállalat jó adófizető és munkaadó, beruházások odaítélésekor ezt figyelembe kell venni.”

az üzleti partnereknek: „A cég megbízható üzleti partner, pontosan szállít és fizet, a vele való együttműködés kevés kockázattal jár.”

az önkormányzatnak: „A vállalat szűkebb hazájának érzi a várost, ahol működik, hozzájárul a város fejlesztéséhez.”

általában mindenkinek: „A vállalat O.K.”

Azt a környezetet, amellyel a vállalkozás közvetlen kapcsolatban áll, s elemeire működése során hatással lehet, a vállalkozás mikrokörnyezetének nevezzük.

A mikrokörnyezet befolyásolhatja a vállalkozás működését, ugyanakkor tevékenysége során a vállalkozás is visszahat a mikrokörnyezetre.

A VÁLLALKOZÁS MIKROKÖRNYEZETÉNEK ÖSSZETEVŐI, ÉRINTETTJEI:

1/ **Szállítók, alvállalkozók**, akiktől nagymértékben függ egy termelő vállalkozás piaci sikere. Nem mindegy, hogy termékei előállításához, szolgáltatásai nyújtásához milyen minőségű nyersanyagot, segédanyagot és félkész termékeket tud felhasználni. Lényeges az is, hogy mennyire stabil a szállító, mert a vásárlók, különösen a gyakran vásárolt cikkek esetében, igénylik a változatlan minőséget, a megszokott termékeket, ezért minden vállalat érdeke, hogy hosszú távú, kölcsönös előnyökön nyugvó kapcsolatot alakítson ki szállítóival.

Nem mindegy a vállalkozás számára, hogy a termeléshez vagy forgalmazáshoz szükséges anyagot, gépeket, energiát, árut stb. milyen áron, milyen határidőben, milyen minőségben, milyen fizetési, illetve milyen garanciális feltételekkel szerzi be a szállítótól. Körültekintően, kellő információhalmaz ismeretében, jól kell megválasztani a lehetséges partnereket, s ha tevékenységük színvonala megfelel az elvárásoknak, ezt a kapcsolatot fenntartani, ápolni kell.

Gazdaságunk jelenlegi fejlettségi szintjén rendkívül jelentősek a gazdaság szereplői között fennálló kooperációs kapcsolatok, így nagyon fontos az olyan beszállítókkal és alvállalkozókkal kialakított kapcsolatok helyes kezelése, amelyek nagymértékben hozzájárulnak a vállalkozások sikeres tevékenységéhez.

2/ **A piaci közvetítők**: feladatuk, hogy segítsék a vállalat termékeinek zökkenőmentes eljuttatását a fogyasztóhoz.

Egy-egy vállalat többféle közvetítőt vehet igénybe:

- a **kereskedőket**, vagy más néven viszonteladókat, akik a fogyasztóhoz eljuttatják az igényeinek megfelelő árut, bolthálózatukon vagy ügynökeik keresztül;
- a **szállítmányozó cégek** az áru fizikai mozgatását végzik, eljuttatják az árut a termelő telephelyéről a célállomásra;
- a **marketingszolgáltató vállalkozások** abban segítenek, hogy a legmegfelelőbb fogyasztói csoportot megtalálják és elérjék. Igénybe vehetik a marketingtanácsadókat, a reklámügynökségeket, a marketingkutató cégeket, a médiát stb.;
- a **pénzügyi szolgáltatók** finanszírozzák a cégek működéséhez szükséges pénzeszközöket, illetve biztosítják kockázatvállalásukat.

3/ **versenytársak**: szintén lényeges elemei a mikrokozonyezetnek. A versenytársak száma, piaci részesedése, minden tevékenysége hat vállalatunkra.

Meg kell ismerni a versenytársakat, elemezni kell erősségeiket, gyengeségeiket, figyelemmel kell kísérni viselkedésüket s a mögöttük rejlő motívumokat.

A versenytársak egymással szemben általában ellenségesek, azonban lehetséges olyan eset, hogy közös érdekeik miatt együtt kell működniük.

4/ **A közvélemény** vagy más szóval a társadalmi környezet jelentősen befolyásolja vállalat jó üzletmenetét, ezért jó kapcsolatot kell kialakítania összetevőivel.

A KAPCSOLATKIALAKÍTÁS ÉS KAPCSOLATFENNTARTÁS MÓDSZEREI, A KAPCSOLATTARTÁS SZABÁLYAI

Működése közben figyelemmel kell lennie a körülötte lévő csoportok értékeire, érdekeire, oda kell figyelnie véleményére.

Ilyen csoportok:

- A médiumok: tv, rádió sajtó, stb. A vállalat számára fontos a nyilvánosság, nem mindegy azonban, hogy a sajtó képviselői milyen információkat közölnek a cégről.
- Az önkormányzat célkitűzéseivel összhangban kell tevékenykednie, a régió, a település fejlesztésében együtt kell működnie.
- A különböző érdekvédelmi csoportok, civil szervezetek érdekérvényesítő tevékenysége sem elhanyagolható. Célszerű szem előtt tartani követeléseiket, segíteni céljaik megvalósítását. Ilyen szervezetek pl. a fogyasztói érdekvédők, környezetvédők stb.
- A helyi környezeten a vállalkozás közvetlen szomszédságát értjük, amelybe a közelben lakók, más cégek, intézmények tartoznak stb.
- Nem elhanyagolható a vállalati belső közvélemény sem, ugyanis a cég alkalmazottai közvetítik a leghihetőbben a környezet számára a cég értékeit. Az alkalmazottak elégedettsége ahhoz vezet, hogy jól érzik magukat a vállalatnál. Ez tükröződik tevékenységükben és kisugárzik a környezetükre is.

Lényeges, hogy a vállalkozás mikrokörnyezetével olyan kapcsolatokat alakítsunk ki, melyek a kölcsönös érdekek tiszteletben tartásán alapulnak, mert csak így jelenthetnek igazi előnyt mindkét fél számára.

A megfelelő kapcsolat kialakítása és fenntartása információk szerzésével és nyújtásával jár.

A lehetséges partnerrel való kapcsolatfelvételnek számtalan formája van.

A szállítókkal, közvetítőkkal, versenytársakkal való kapcsolatfelvétel történhet:

A termelők, illetve a nagykereskedők által üzemeltett **árubemutató termekben**, ahol az értékesítésre szánt teljes áruválaszték megtekinthető, s az adásvétel feltételeiről üzletkötők tájékoztatnak.

A **szakvásárokon, kiállításokon, árubemutatókon** általában az ismert termékek, illetve az újdonságok bemutatása történik. A résztvevők, illetve látogatók alapvető célja az információszerzés, az üzleti kapcsolatok felvétele. Ezek a rendezvények egyben a tárgyalások, a szerződés megkötésének a helyszínei is.

A **reklámok** segítségével szintén felfigyelhetünk a lehetséges üzleti partnerre.

Az **internetes honlapok**, a különböző keresők, céginformációt szolgáltató cégek a kapcsolatok keresését nagymértékben megkönnyítik. Információkat gyűjthetünk, megnézhetjük a cégek referenciáit, kapcsolatot vehetünk fel velük. Vannak olyan internetes cégek is, amelyek kifejezetten a kapcsolatok felvételét, a lehetséges partnerek felkutatását végzik, nemcsak belföldön, külföldön is.

A szállítók, és a vevők **ügynököket, üzletkötőket** alkalmazhatnak, akiknek a feladata a lehetséges partnerek felkutatása és az üzletkötés. Felkeresik a leendő partnereket, bemutatják a megbízó áruválasztékát, ismertetik az adásvétel feltételeit, majd felveszik, illetve leadják a megrendelést.

Az **üzleti partnerek szóbeli ajánlása** is gyakori módja a szállítói kör kiépítésének, illetve bővítésének. Új üzleti kapcsolatok kiépítéséhez nagyon jól felhasználható az **ún. kapcsolati tőke**, amely valamely cégnél vezető pozícióban lévő ismerős segítségét veszi igénybe. Nagyon jó alkalmak az üzleti kapcsolatok kialakításának és fenntartásának az olyan **céges rendezvények**, amelyeket valamilyen alkalomból rendeznek. Ilyenek a konferenciák, jubileumi ünnepek, a cég valamilyen díjat nyer stb., vagy valamilyen a cég életében fontosabb szerepet játszó események: új üzemegységek, üzletek átadása stb. A cég megalapításának kerek évfordulóira, jubileumi ünnepeire, a cég alkalmazottain kívül meghívják a cég valamennyi külső érintettjét: a felettes szervek, önkormányzatok, civil szervezetek, szakmai érdekképviseleti szervek képviselőit, üzleti partnereiket, a média képviselőit. Minden vállalatnak van egy protokoll-listája, amelyen ezek a kapcsolattartó személyek az elérhetőségükkel együtt szerepelnek. A meghívások az adott rendezvény jellegének megfelelően kiválasztott cégeknek és képviselőiknek készülnek. Ezek a rendezvények a megjelentek számára kitűnő lehetőséget teremtenek újabb cégek képviselőinek megismerésére, kapcsolatok kiépítésére. Kifejezetten ilyen alkalmak az állófogadások.



1. ábra: Üzleti találkozóra érkezés¹

¹ http://tothbori.blog.nlcafe.hu/files/IMG_9181003.jpg

AZ ÜZLETI PARTNEREKKEL TÖRTÉNŐ KAPCSOLATFELVÉTEL

A partnerekkel való kapcsolatfelvétel történhet szóban és írásban. Mindkét esetben nagyon lényeges az, hogy jó benyomást keltsünk.

1. A benyomáskeltés

Az első benyomást a másik emberről a **külső megjelenése** alapján alkotjuk. Ez egy érzelmileg színezett vélemény, amely rokonszenv, illetve ellenszenv lehet. Az első benyomás hatására kialakult vélemény azonban az alaposabb megismeréssel, a beszélgetés során nyert információk, a másik viselkedése, magatartása, tettei alapján pozitív vagy negatív irányban változhat. Az kapcsolatok kiépítésében fontos az, hogy az első benyomás ne merevedjék előítélletté, téveszmévé.

A jó benyomás keltéséhez gondot kell fordítanunk külső jegyeinkre, az öltözetünkre, a hajviseletünkre, ápolt megjelenésünkre, az öltözék-kiegészítőkre, s nem utolsó sorban a viselkedésünkre. Beszédstílusunk udvarias, tisztelettudó legyen. Érthetően, jól artikulálva beszéljünk, miközben arra a személyre nézünk, akinek gondolatainkat szánjuk.

Tudnunk kell, hogy megjelenésünk számtalan további eleme – így a testalkatunk, a testtartásunk, a járásunk, az arctípusunk, az arcjátékunk, különböző gesztusaink és tekintetünk – is befolyásolja a rólunk kialakított véleményt.

Az emberi kapcsolatok kialakításának és fenntartásának, az üzleti életben való részvételnek az alapja a bizalom.

Ezért, amikor új üzleti partnerrel szeretnénk megismerkedni, tisztában kell lennünk, hogyan nyerhetjük meg bizalmát. A bizalomkeltés fontos összetevője a fegyelmezettség, a megfontoltság, az ígéretek pontos betartása és a becsületesség.

A fegyelmezett embert magatartásában, cselekedeteiben mértéktartás jellemzi, a társadalmi, közösségi normákhoz alkalmazkodik. A megfontoltság azt jelenti, hogy először gondolkodunk, mérlegelünk, s csak utána cselekszünk. Csak olyat ígérünk, amit be is tudunk tartani, s a kimondott szóhoz tartjuk magunkat.

A bizalomkeltő üzletember magatartása hiteles.

A hitelességnek számtalan összetevője van, néhány fontosabb ezek közül a következő:

- Az legyen, akinek mutatja magát, a „megjátszás” csak ideig-óráig lehet eredményes.
- Tudja, mindazt, amit a szakmájában tudni érdemes, kijelentései ne „légből kapottak” legyenek.

- A társalgás, vagy éppen az üzleti megbeszélések során ne ködösítsen, ne beszéljen mellé, kommunikációját a partneréhez igazítsa.
- Vegye észre a másik emberben a jót, ugyanakkor mértéktartó legyen mások jó tulajdonságainak dicséretében, kerülje a talpnyalást.
- Jó emberismerettel tudja, kit mivel lehet megnyerni.
- Önmagát soha ne helyezze előtérbe, a mértéktartás minden megnyilvánulásában érezhető legyen.
- Adja meg partnereinek a tiszteletet, az udvariassági formák betartásával.
- Szerénységgel párosuló határozottság jellemezze, véleményét, kijelentéseit vállalja, saját személyének szerepét ne túlozza el, de ne is becsülje alá.

Az üzleti életben és a magánszférában egyaránt érvényes az, hogy a megfontolt, őszinte, figyelmes ember társaságában az emberek jól érzik magukat. Akit az emberek megszeretnek, annak hibáit is jobban elnézik.

Az egyéniség érvényre juttatása az öltözködésben

Azt szokták mondani, hogy a jó megjelenés fél siker. A mindennapokban és az üzleti életben egyaránt fontos, hogy külsőnkkel kellemes, jó benyomást keltsünk. Az ápoltság, az öltözködés jegyei adnak elsőként információt környezetünknek.

A jó megjelenéssel kapcsolatban jó tudni azt, hogy minden ember lehet szép, csak tudni kell, hogyan váljék azzá. A szépség ugyanis nem más, mint egy olyan tulajdonság, amely a szemnek vagy más érzékszervnek kellemes érzetet okoz.

Nagyon kevesen születnek tökéletes alakkal, azonban ezen lehet segíteni. Méretünktől és alkatunktól függetlenül előnyös lehet a külsőnk, ha a szabással, a színekkel és az anyagokkal jól gazdálkodunk, illetve, ha külsőnk híven tükrözi énünket, azaz egyéniségünknek megfelelő stílusban öltözködünk. Ezzel elérjük azt, hogy az emberek bennünket fognak észrevenni, nem külsőnk egyes részleteit.

a.)A megfelelő színek alkalmazása:

A nem megfelelő szín elvonja a figyelmet az arcról, ezért nagyon fontos, hogy ne fogadjuk el kritika nélkül a divatszíneket! Ruháinkat olyan színpaletta szerint válogassuk össze, amely a bőr-, a szem-, és hajszínünket természetesen egészíti ki. Ha így teszünk, kevesebb ruhadarabból (de jobb minőségű holmiból) is harmonikus együttest tudunk összeállítani.

A megfelelő színek alkalmazásával egészségesebbnek, csinosabbnak és fiatalabbnak látszunk.

b.) A testalkatnak megfelelő öltözködés:

A KAPCSOLATKIALAKÍTÁS ÉS KAPCSOLATFENNTARTÁS MÓDSZEREI, A KAPCSOLATTARTÁS SZABÁLYAI

Kevés ember dicsekedhet azzal, hogy tökéletesen arányos. A testalkatnak megfelelő öltözködés lényege az előnyös vonások hangsúlyozása, a hátrányok eltakarása, ezzel a tökéletesség illúziójának megteremtése. Ruháink kiválasztásánál figyelembe kell venni, hogy a szem ott akad meg, ahol egy vonal véget ér. A vonalak áthelyezésével vizuálisan javíthatjuk a testarányaink hibáit, kiegyensúlyozott összhatást érhetünk el.



2. ábra: Homokóra testalkat²



3. ábra: Körte testalkat³

² <http://m.blog.hu/du/dunaianita/image/vviki.jpg> 2010.06.19.)

³ <http://m.blog.hu/du/dunaianita/image/betty.jpg>



4. ábra: gömbölyű testalkat⁴

c.) Egyéniségünk érvényre juttatása:

Nagyon fontos az is, hogy jól érezzük magunkat a bőrünkben, azaz olyan öltözetet válasszunk, amely tükrözi egyéniségünket. Mind a férfi, mind a női öltözködés lehet természetes, klasszikus, romantikus, fiús, vagy éppen időtlen stílusú.

d.) Az alkalomnak megfelelő öltözködés:

A hivatalos öltözködésen belül az alkalomtól függ, milyen ruházatot viselünk.

A ruházat akkor tükröz ápoltságot, ha tiszta, friss, jól vasalt. Ügyelni kell arra, hogy ruházatunk összehatását ne rontsák hiányzó gombok, szakadások, rojtosodások. Ruházatunk ne legyen feltűnő, ne sértsen jó ízlést, erkölcsi vagy vallási érzékenységet.

Ruházatunk lehet hivatali, alkalmi, illetve speciális alkalmi ruha.

Az öltözködés mindig az alkalomhoz igazodik. Évszakonként más-más ruhadarabokat hordunk, más színárnyalatok kötődnek hozzájuk. Öltözetünk tavasszal és nyáron világosabb tónusú, mint télen. Az egyes napszakok szerint is válthatjuk ruházatunkat: délelőtt vagy nappal inkább a világosabb színek a szokásosak, az esti alkalmakkor inkább a sötétebbek. A hivatali öltözék nem követi naprakészen a divatot, sokkal mértéktartóbb, visszafogottabb.

⁴ <http://m.blog.hu/du/dunaianita/image/orsi.jpg> (2010.06.19.)

A KAPCSOLATKIALAKÍTÁS ÉS KAPCSOLATFENNTARTÁS MÓDSZEREI, A KAPCSOLATTARTÁS SZABÁLYAI



5. ábra: Alkalmhoz illő öltözködés⁵

Ruhatárunk összeválogatásánál törekednünk kell az ún. kiegészítők (táska, öv, nyakkendő stb.) összhangjára is.

⁵ <http://www.weissmannru hazat.hu/images/galeria/toltokepek/nagykepek/elegans.jpg> (2010.06.19.)

A hivatali öltözet a férfiaknál: öltöny vagy zakó–nadrág összeállítás. Szabása, színe kevésbé kötött, a világostól a sötétebbig terjed, egyéni ízlés szerint. A ruhadarabot viselő rangjától, korától függően lehetnek különböző színűek és mintájúak. Az ing színe fehér vagy pasztellszínű, esetleg enyhén mintás, minden esetben hozzá illő nyakkendővel. A szigorúan vett protokollszabályok szerint még hőségben sem megengedett a felső inggomb kigombolása és a nyakkendő meglazítása. A cipő színe a viselethez igazodik.

Nőknél az üzleti öltözet: ruha vagy szoknya–blúz, szoknya–kardigán összeállítás, kosztüm. A fazon soha nem lehet mélyen dekoltált és túl passzentes. A nadrág, a nadrágkosztüm még megengedett, ha elegáns.

A farmerruházat mindkét nemnél kerülendő. A szabadidős öltözetnél megengedhető a farmer, a pulóver, a garbó, a kihajtott gallérú ing. Az utcai öltözet a hivatalihoz hasonló. Az alkalmi öltözet ünnepélyességet igényel. Az alkalomtól függ, milyen öltözékben kell megjelenni, sok esetben a meghívón jelzik is ezt.

Sajtófogadáson, kiállítás–megnyitón, szerződés aláíráskor, koktélpartin félünnepélyesen kell megjelenni: a férfiak sötét árnyalatú öltönyt viselnek, fehér inggel, nyakkendővel és hozzá illő cipővel, a nők pedig kosztümöt, ruhát, az esti órákban esetleg kisestélyit vesznek fel.

Az ünnepélyes öltözet: férfiaknál a fekete öltöny, fehér ing, sötét tónusú nyakkendő, fekete cipő; nőknél a kosztüm, az esti órákban pedig a nagystélyi.

A szociálpszichológusok bebizonyították, hogy a jól öltözött ember sokkal nagyobb hatással van embertársaira, mint a pontosan azonos módon viselkedő, de silány ruhát viselő társai. E jelenség mögött az áll, hogy az emberek a külsőségeket személyiségvonásokkal kapcsolják össze: feltételezik, hogy aki jól öltözött, az minden bizonnyal értelmes és megbízható.

A kedvező benyomás keltésének fontos eszköze az illemszabályok betartása.

2. Az illemszabályok betartása a személyes kapcsolatokban

a.) A köszönés

Megjelenésünkkel keltjük az első benyomást, amely nonverbális eszköz. Az első benyomás keltésének verbális eszköze a köszönés, mely mindenfajta kapcsolat megteremtésének, kezdetének, ill. lezárásának és befejezésének legáltalánosabb módja. Udvarias köszönéssel, az illető néven nevezésével és a megfelelő megszólítási formulával kedvező benyomást kelthetünk.

A köszönésnek vannak nyelvi és nem nyelvi formái, ezeket célszerű együtt használni. Nem nyelvi forma például a biccentés, a mosoly, a könnyű meghajlás, mellyel a verbális köszönést (a napszaknak megfelelő köszönés és a „kívánok” szó használata) egészíthetjük ki. Egymást ismerő üzleti partnerek köszönhetik egymást ún. köszönést pótló kifejezésekkel, jókívánságokkal: „Jó munkát!”, „Hogy vagy?”, „Ezer éve nem láttalak!”, „Kellemes ünnepeket!”, „Minden jót!”, „Legyen szép napod!” stb. A köszönést megszólítással személyre szólóbbá

tehetjük. Kedvező benyomást kelthetünk leendő ügyfelünkben, ha már a köszönéskor néven szólítjuk. Ehhez természetesen előzőleg meg kell tudnunk a nevét. Ezt különböző forrásokból szerezhethetjük meg: közös ismerősünktől, a cég honlapjáról, üzleti levél aláírásából stb.

Köszönnünk kell helyiségbe történő belépéskor, akkor is, ha senkit sem ismerünk, ismeretlennel való kapcsolatfelvételnél, távozáskor.

A köszönés kezdeményezője a szituációtól függően a fiatalabb, a férfi, az alacsonyabb beosztású. Az üdvözlést elmulasztani vagy nem fogadni illetlenség. Jól hallhatóan és érthetően kell mondani, és mindig rá kell nézni arra, akinek köszönünk. Kiegészíthető kézfogással, kalapemeléssel, kézcsókkal stb. Ha ismerősünk társaságában általunk nem ismert személy van, annak is kell köszönnünk, természetesen csak miután ismerősünket köszöntöttük.

b.) A megszólítás

A kapcsolatteremtés elengedhetetlen formája. Ügyelni kell arra, hogy megszólításunkban a tisztelet, a megbecsülés fejeződjön ki. Az udvariatlan megszólítás, a rosszul kimondott név sértő!

Az üzleti életben a megszólítás:

- név és az udvariassági kitétel használatával: Szabó úr!
- utalhat az illető foglalkozására, beosztására: Igazgató úr! Miniszter úr! Elnök úr!
- Jelezheti az illető nemét, életkorát: Asszonyom! Kisasszony!
- Tájékoztathat a két fél közötti viszonyról: Kolléga!
- Névmással: Ön.

c.) Bemutatkozás, bemutatás

A bemutatkozás két ember között külső segítség nélkül történik.

Férfi a nőnek, fiatalabb az idősebbnek, alacsonyabb beosztású a magasabbnak mutatkozik be.

Mindig az érkező mutatkozik be az ott lévőknek. Állófogadáson, ahol a cél a partneri kapcsolatok kiépítése, a nő is kezdeményezheti a bemutatkozást. Két vagy több ismeretlen ember beszélgetésébe, ha zárt csoportot alkotnak, beavatkozni még bemutatkozás után sem illik. Ismeretlennel – vagy olyan emberrel, akit mi ismerünk, de ő nem ismer bennünket – való ismeretség kezdeményezésekor mutatkozzunk be, s közöljük vele ismerkedési szándékunk indítékát.

A nevet érthetően, jól hallhatóan kell mondani. Teljes néven kell bemutatkozni, a családnév legyen a hangsúlyosabb. Az asszonynéven bemutatkozók elmondhatják, hogyan szólíthatják őket, azaz, mi a keresztnévük. Ha a bemutatkozó személy nevét nem értettük jól, udvariasan kérjük arra, hogy ismétlje meg. Hivatalos bemutatkozásakor illik a beosztást és a munkahelyet is megnevezni. A rangok, címek felsorolása rövid legyen. Ilyenkor célszerű névjegykártyát cserélni, mely a bemutatkozás kiegészítő kelléke.

Az üzleti életben bizonyos munkakörökben, helyzetekben a névjegykártya használata elengedhetetlen. A kapott névjegykártyát illik viszonzni. Mielőtt eltesszük, figyelmesen tanulmányozzuk.

Bemutatkozásakor kezet fogunk egymással, melynek legfontosabb szabálya, hogy mindig az kezdeményezi, akinek bemutatott valakit. Eszerint az idősebb nyújt kezet a fiatalabbnak, a nő a férfinak, a magasabb beosztású az alacsonyabbnak.

Célszerű bemutatkozni olyan helyzetekben, amikor előre láthatóan a továbbiakban is kapcsolatban maradunk a jelen lévővel, illetve telefonon, még a régi jó ismerősöknek is.

A bemutatás közös ismerős segítségével történik. Egy régebbi partnerünket megkérhetjük, hogy mutasson be a potenciális új üzleti partnerünknek.

Bemutatáskor a férfit a nőnek, a fiatalabbat az idősebbnek, az alacsonyabb beosztásút a magasabbnak mutatjuk be.

A társalgás szabályai

A társalgás legalább két ember között történik, folyamatos szerepcserével, az információk, kijelentések, közlések, kérdések, válaszok ide-oda áramlásával.

A közlés gyakran megszakad, a hallgató kiegészíti, rákérdez, visszakérdez a hallottakra, verbális és nem verbális módon válaszol azokra.

A társalgás során egyszerre csak egy személy beszélhet, ezért figyelmesen hallgassuk végig a másik mondanivalóját. Nézzünk arra, akihez beszélünk, s a hallgatónak is illik ránk néznie.

Jó benyomás keltése érdekében szem előtt kell tartanunk, mi az, ami nem illik.

Nem illik a másik szavába vágni, hosszan önmagunkról vagy a cégünkről beszélni, jelen nem lévő személyre megjegyzést tenni. Ne használjunk olyan szakszavakat, ill. idegen kifejezéseket, amelyeket a többiek nem biztos, hogy megértenek. Kerüljük a trágár kifejezések, szóismétlések, töltelékszavak alkalmazását. Tilos a másik rovására viccelődni, harsányan nevetni, vihogni, hadonászni, a másikat bökdösni.

A pénz, az üzleti, a családi és a szakmai gondok olyan témák, amelyeket egy társaságban kerülni kell. Ugyanígy a politikáról és a vallásról sem ajánlatos beszélgetni, mivel ezekről a témákról mindenkinek megvan a saját véleménye, amit nem lehet megváltoztatni. Ezek a témák feszültséghez, vitákhoz vezetnek. Tabutéma a cég üzletpolitikája, kereskedelmi kapcsolatai, külföldi cégekkel való együttműködése, a vezetők magánélete, a munkahelyi pletykák stb.

Társalgás közben nem illik rágógumit rágni (egy észrevétlen mozdulattal papírzsebkendőben eltüntethető).

Társalgás közben ügyeljünk arra, hogy ne sértsük meg a másik fél személyes zónáját, ne érintsük meg, mert az ellenérzést kelt.

Az illemszabályok betartása telefonon

A telefon az üzleti élet fontos kelléke, a gyors és pontos információcsere nélkülözhetetlen eszköze.

Használatának alapvető szabályai:

Ha csörög a telefon, a kagylót a lehető leghamarabb vegyük fel. A hívott fél a cégnévvel és a saját nevével bejelentkezik és a napszaknak megfelelően köszön. A hívó fél is köszön, a pontos névvel és beosztással, vagy a szám megadásával kéri a melléket. Szükség esetén közli a hívás okát, a hivatalos megkeresés célját. Ha hosszabb a mondanivalója, illik megkérdezni, ráér-e a hívott fél.

Ha az adott pillanatban nem tudunk a hívóval foglalkozni, akkor ezt a tényt udvariasan közöljük vele, s ajánljuk fel, hogy később visszahívjuk. Barátságos, kedves, előzőkeny hangon, röviden, tömören, a lényegre koncentrálnak beszéljünk. A másik felet figyelmesen és türelmesen hallgassuk végig.

Mindig jól érthetően, egyenesen a kagylóba beszéljünk. A beszélgetés során ne térjünk el a hivatalos hangnemtől, kerüljük a bizalmaskodó megszólításokat, a viccesnek vélt megjegyzéseket. Az ideges telefonálóval is legyünk nyugodtak, ne kiabáljunk, ne beszéljünk hangosan a telefonba. Mindig a hívó fél kezdeményezi a búcsút. Ha a vonal valamilyen okból megszakad, a hívónak illik újratárcsázni partnerét. Téves kapcsolat, hívás esetén kérjünk elnézést, ha nem értettük a másik fél nevét, nem illetlenség megkérdezni. Partnerünket a hivatalában nem illik közvetlenül a munkakezdés után, a szokásos ebédidőben, valamint közvetlenül a munkaidő befejezése előtt hívni.

Hivatalos ügyben reggel 9 és este 21 óra után senkit sem illik zavarni.

Fontos üzleti információt csak akkor továbbítsunk telefonon, ha félreértés nélkül továbbítani tudjuk, illetve biztosak vagyunk abban, hogy nem jut illetéktelen kezekbe. Hivatalos ügyben a lakásán csak akkor hívjuk fel a partnert, ha erre felhatalmazásunk van, vagy az ő érdekét szolgálja, s más lehetőségünk az elérésére nincs.

Egyszerre több telefonon nem illik beszélni, így esetleg bizalmas információ illetéktelenek fülébe jut. Ha a partner irodájában néhány percre magunkra maradtunk, s megszólal a telefon, nem kell felvennünk. Ha mégis megtesszük, a cégnevének bemondása után rögtön közölnünk kell, hogy rögtön hívjuk az illetékest.

Üzenetrögzítőre való bejelentkezéskor is illik köszönni, majd azonosítási adatainkat közölni (nevünk, beosztásunk, a cégünk neve, a hívás ideje). Ezután mondjuk rá az üzenetet, mely rövid, félreérthetetlen legyen.

A mobiltelefon használatának illemszabályai:

A bemutatkozás sok esetben szükségtelen, de az udvariasság és a biztos azonosítás céljából mégis tegyük meg. Kötelező bemutatkozni, ha a telefont nem a tulajdonosa veszi fel, vagy a hívó fél száma titkos, ezért nem jelenik meg a kijelzőn. Illik megkérdezni, nem zavarjuk-e a hívott felet, alkalmasak-e a körülmények a beszélgetésre. Mivel mobiltelefonon történő beszélgetésnél nem biztos, hogy egyedül vagyunk, halkak kell beszélni, nem zavarva a körülöttünk lévőket. Ha zavartalanul szeretnénk beszélni, vonuljunk félre egy nyugalmasabb helyre. A készüléket ki kell kapcsolni konferencián, tárgyaláson, ünnepségen, vallási és kulturális rendezvényeken. Gépkocsiban, vezetés közben jogszabály is tiltja a használatát. A telefonon érkező üzenetek mások jelenlétében is feltűnés nélkül elolvashatók, a válasszal azonban várjuk meg a megfelelő alkalmat. Mások mobiltelefonját nem illik felvenni.

A nem fogadott hívásainkat nézzük vissza, s hívjuk fel azokat, akiket a szám alapján azonosítani tudunk.

3. Az illemszabályok betartása az írásbeli kapcsolatokban

Az udvariasságnak az írásbeli kapcsolatok formalitásaiban is meg kell nyilvánulnia.

Az illemszabályok betartása a hagyományos üzleti levelezésben

A hivatalos levélpapírnak jellemzőnek kell lennie az adott cégre. A cégjelzéses levélpapír tájékoztató és figyelemfelkeltő jellegű. Tartalmazza a cég azonosításra szolgáló adatait, a cég nevét, postai címét, a cég elérhetőségi adatait: a telefon- és faxszámát, e-mail címét, logóját. Feltüntethető a fejlécben a cég adószáma, bankszámlaszáma, szlogenje is.

A gondos és hibátlan címzésre, a nevek helyes leírására a jó kapcsolat kialakítása és fenntartása érdekében nagyon oda kell figyelni.

Az üzleti levél formázása a Magyar Szabványügyi Hivatal MI 3495/2-86. számú szabványa alapján történik.

A hivatalos levél számítógépen készül, ezért hibátlannak kell lennie a szavak helyes leírását illetően. Külalakja tetszetős, tartalma érthető, magyaros megfogalmazású legyen. Formáját elküldés előtt mindig ellenőrizzük a nyomtatási képre kattintva.

A hely és a dátum megjelölése fontos része a hivatalos levélnek, melyet a levél címezésével azonos sorban, jobb oldalon tüntetünk fel.

A címzés tartalmazza a címzett nevét, hivatali rangját, beosztását. Nagyon fontos, hogy a címzett megnevezése, a cím leírása pontos legyen.

A megszólítás a szóbeli megszólítási formákkal megegyező, azzal a különbséggel, hogy a „tisztelt” udvariassági kitétel előzi meg. A szöveg közbeni megszólítás mindig az „Ön” legyen.

A szöveg megfogalmazásában a rövidegre, a tömörségre és egyértelműsége törekedünk. Gondolatainkat bekezdésekkel tagoljuk.

Az elköszönés formája ne legyen azonos a megszólításnál alkalmazottal. A „Tisztelettel” helyett az „Üdvözlettel”, vagy a „Köszönettel” nyelvi formula szerepeljen. Az elköszönést megelőzheti egy olyan záró formula, mely a levélben foglaltak tartalmára, az elvárt intézkedésre utal: „Gyors válaszukat várva”, „Kérjük rendelésünk visszaigazolását”, „A további jó kapcsolat fenntartása reményében” stb.

A levél aláírása, lebélyegzése szintén nagyon fontos mozzanat. Figyelni kell a levélpapír összehajtására, borítékba helyezésére is, nehogy a boríték felvágásakor sérüljön a tartalom.

A boríték szintén cégjelzéses legyen.

Fax küldése esetén az üzleti levelet az előzőekben ismertetett módon készíthetjük, ezzel maximálisan eleget teszünk az illemszabályoknak, fokozott udvariasságot jelent. Nem vétünk az illemszabályok ellen akkor sem, ha a címzési és elköszönési formulákat nem tüntetjük fel. Gyakran szerepel rajta a jogtalan felhasználás tilalma.

Az illemszabályok betartása az emailben

Az e-mail a faxnál is gyorsabb és egyszerűbb kommunikációt tesz lehetővé, ezért az elektronikus levél stílusa némileg eltér a hagyományos üzleti levél stílusától.

- Felépítése:
- Üdvözlés
- Első bekezdés: hivatkozás az előzményekre (levélre, megbeszélésre).
- Második bekezdés: a levél tárgya, a részletek kifejtése.
- Harmadik bekezdés: feljegyzés a csatolmányokról.
- Elköszönés, udvarias záró mondatok.
- Aláírás

Mivel az elektronikus levélforgalom igen nagy, egyrészt védekeznünk kell a levélszemetekről, idegen szóval spam-ektől, másrészt meg kell néznünk, hogy kell-e válaszolnunk rá, mert lehet, hogy csak egy tájékoztató levélről van szó. Mivel más cégeknél is ugyanez a helyzet, nagyobb gondot kell fordítanunk az azonosításunkra. Ezt úgy tehetjük meg, hogy készítünk egy rövid „nacionálét” magunkról, s az aláírásnál ezt alkalmazzuk úgy, hogy beállítjuk az automatikus névjegyküldést.

Ez tartalmazza a nevünket (esetleg imitálva az aláírásunkat), beosztásunkat, cégünk nevét, címét, elérhetőségi adatainkat (levelezési cím, e-mail cím, telefonszám). Ezt minden levelünk végére odaillesztjük.

Pontosan tüntessük fel, kinek írunk, gondosan címezzük a levelet.

Ha olyan levelet kaptunk, amelynek megválaszolása, a benne foglaltak intézése nem a mi feladatunk, továbbítsuk az illetékesnek, s erről a későbbi problémák elkerülése céljából a feladót is tájékoztassuk.

A levél tárgya a szövegtől elkülönített helyre kerül. Ne felejtjük el a tárgymegjelölést szolgáló blokk kitöltését, ezzel megakadályozzuk azt, hogy megkeresésünk az elektronikus szemétkosárban kössön ki. A tárgy megjelölése egyértelmű és informatív legyen: pl. „Rendelés visszaigazolás”, „Akadályközlés” stb.

Az elektronikus levélben közölt adatok könnyen nyilvánossá válhatnak (tévedésből rossz címre küldjük), ezért csak olyan információkat tartalmazhatnak, amelyek nem érintik hátrányosan a levelező partnereket.

Az üzleti levél szövegezésével azonos szabályok érvényesek az elektronikus levélre is. Áttekinthetően, tagolva készítsük, óvakodjunk a kiemelések túlzott alkalmazásától. Nem kelt jó benyomást a helyesírási hibákat és elütéseket tartalmazó üzleti levél. Ne írjunk több soros, bonyolult mondatokat, mert azokat nehéz figyelmesen végigolvasni. Kerüljük a másik végletet, a túl rövid tartalmakat is, mert azok zavarossá tehetik közlésünket. Ne használjunk rövidítéseket, mert azok félreértéseket okozhatnak. Figyeljünk arra is, hogy könnyen olvasható méretű és típusú betűt válasszunk. Nem célszerű egyedi betűtípust választani, mert nem biztos, hogy úgy jelennek meg a címzett számítógépén, ahogyan azt terveztük. Kerüljük a csupa nagybetű használatát is, mert a netikett ezt kiabálásnak minősíti. (Netikett az internetes viselkedés íratlan szabályait, így az elektronikus levelezés etikettjére vonatkozókat is tartalmazza.)

Ha levelünkhöz csatoltan küldünk valamit, azt a szövegben is említsük meg. Ez azért jó, mert ha valami probléma merül fel a csatolással (elfelejtettünk a csatolás gombra kattintani, vagy az adott formátumban a címzett nem tudja kinyitni stb.) visszajelzést kaphatunk.

Az üdvözlő sorokat és aláírásokat az elektronikus levélben sem hagyhatjuk el.

A küldés gomb megnyomása előtt olvassuk át még egyszer a levelet.

A fontos levelekről mindig kérjünk visszaigazolást, így biztosak lehetünk abban, hogy a címzett megkapta.

AZ ÜZLETI KAPCSOLATOK FENNTARTÁSA

1. Kapcsolat az üzleti partnerekkel

A megfelelő partner kiválasztása csak az egyik feltétele az eredményes működésnek. A másik a kapcsolat fenntartása.

Különösen fontos ebből a szempontból a nehezebb helyzetek időben történő megoldása.

Napjainkban jellemző a fizetési fegyelem jelentős romlása. Ennek kockázata megköveteli az üzletfelekről szerzett információk szisztematikus gyűjtését a kapcsolatok minél zökkenő mentesebb fenntartása érdekében.

A céginformáció

A céginformáció (credit riport) azokban az esetekben kiemelkedő jelentőségű, amikor az adott ügylet kockázatos számunkra. Új partnerrel történő szerződéskötés előtt célszerű elkészíteni. A céginformáció a partner hitelképességéről, fizetési képességéről tájékoztat. Ezeknek az adatoknak a megszerzésével megteremtjük az esélyt kockázataink csökkentéséhez, a céggel összefüggő reményeink teljesüléséhez.

Céginformáció készítése meglévő kapcsolatainkat felülvizsgálata esetén is javasolt.

A céginformáció részei:

1. Regisztrált adatok (a cégbíróságnál vezetett cégjegyzékből (cégnyilvántartás))

A cégjegyzékben szerepel a cég neve, székhelye, fióktelepe, a tulajdonosok neve, címe, a vezető tisztségviselők neve, címe, a tagok vagyoni hozzájárulásának mértéke, a tevékenységi körök, és ha az adott cég felszámolás alatt áll, akkor a cég "fa" jelöléssel szerepel a cégjegyzékben.

2. Működési adatok

Az éves mérleg és az eredménykimutatás adatai hiteles információt szolgáltatnak. Az utolsó két-három év adatait célszerű nyomon követni, megállapítani, mennyire van eladósodva az adott cég, milyen mértékűek rövid és hosszú lejáratú kötelezettségei, és hogy azoknak van-e fedezete, mennyire hitelképes.

Jól felhasználható információ a forgalom alakulásában, vagy a cég létszámadataiban bekövetkezett változások is alkalmasak következtetések levonására.

A mérlegből az is kiderül, hogy a vállalkozás mekkora eszközállománnyal rendelkezik, és hogy az adott esetben elegendő fedezetet nyújt-e egy-egy hitelhez.

3. Minősítő adatok

A cég fejlődése, az üzletmenet és a rendelésállomány sajátosságai, a szállítói értékelések, a cég fizetőképességére, fizetési pontosságára vonatkozó információk, valamint a biztosíték nélkül adható hitelkeret is.

A cégminősítő céginformációnak feltétlenül objektívnek, aktuálisnak és hitelesnek kell lennie, csakis ellenőrzött adatokat tartalmazhat.

A jól alátámasztott döntéshozatalhoz érdemes a cégen belül olyan egységes minősítő rendszert kidolgozni, amely valamennyi partnercégre vonatkozóan alkalmazható. Így a minősítés egyszerűbbé, egzaktabbá válik, rövidebb idő alatt elkészíthető. A céginformáció segít abban, hogy kialakítsuk az adott partnerrel szemben alkalmazandó fizetési (pontosabban: fizetésmegkövetelési) módot, a megrendelési állomány nagyságát, valamint a fizetési határidőt. Ezek meghatározásához érdemes felhasználni az adott cégre vonatkozó pénzügyi adatokat, az átlagos állományi létszámot, az ügyfeleitől beszerzett fizetőképességére vonatkozó információkat, a cég életkorát, a szervezetét és szakmai helyzetét leíró adatokat.

Minden vállalkozás alapvető célja a minél magasabb profit elérése, aminek alapfeltétele a vevők számának folyamatos növelése és az eladások volumenének emelése. A forgalomnövekedés azonban önmagában nem feltétlenül jelenti az árbevétel növekedését, mert ahhoz be kell folynia az ellenértéknek is.

Egyfajta bizalmat feltételez a kereskedelemben elterjedt hatvan- és kilencvennapos fizetési határidő, mely abban nyilvánul meg, hogy a vevő pontosan ki fogja egyenlíteni a számlát. Az új vevőkkel szemben akkor vagyunk bizalommal, ha ismerősök ajánlják azokat. Ez azonban nem minden esetben járható út. A megoldás, hogy szerződéskötés előtt és a teljesítés során is folyamatosan tájékozódjunk partnereinkről, s üzleti kapcsolatainkat folyamatosan felülbíráljuk. Ehhez ún. **vevőminősítést** készíthetünk.

A **szerződés előtti vevőminősítés** adott időpontra vonatkozik, ugyanakkor a vállalkozások életében gyakran következik be változás. A partnercégben bekövetkezett tulajdonosváltás, a tevékenységi kör módosulása, egy üzlet megszűnése vagy áthelyezése, székhelyváltás, a pénzügyi helyzet változása mind-mind olyan tényező, amellyel megváltozhat a partner kockázati besorolása.

A **szerződéskötést követően** a partner teljesítéséről célszerű havi rendszerességgel jelentéseket készíteni. Ezekből a jelentésekből nyomon követhetők a vizsgált cégnél érvényesülő tendenciák, a változások, s hogy azok okai miben rejlenek. A cégjegyzéket érintő változások folyamatos nyomon követése segíti az üzleti kockázatok minimalizálását.

A **médiafigyelésnek** azért van jelentősége, hogy az adott szerződéssel kapcsolatban milyen információk látnak napvilágot az írott és elektronikus médiában, illetőleg, hogy a jogviszonyra van-e valamilyen hatásuk a megjelent információknak.

A **számla kibocsátását követően** is érdemes intenzív kapcsolatot tartani a vevővel, ugyanis ezzel erősíthető a fizetési készség. Ha van rá lehetőség, a vevő partnercégeivel is kapcsolatot teremthetünk, hogy információt gyűjtsünk arról, mikor kell nagyobb összeget kifizetnie, és mikor várható nagyobb összegű bevétel. Ha mindezt sikerül még a fizetési kötelezettség teljesítése előtt feltérképezni, egy olyan fizetési határidőben állapodhatunk meg, amellyel elejét vehetjük a felesleges vitának, amennyiben érdekeltek vagyunk a további vagy ismétlődő együttműködésben.

A partner részéről felmerült átmeneti pénzzavar, fizetési nehézség esetén érdemes az adóssal tárgyalást kezdeményezni, ha még nem indult felszámolási eljárás ellene.

Az adósságkezelő kommunikáció hangneme és stílusa határozott, udvarias legyen. Erre az esetre is célszerű kialakítani az alkalmazandó tárgyalási technikákat és módszereket. Praktikus elkészíteni néhány felszólítólevél-mintát, hogy szükség esetén rendelkezésre álljanak.

2. A lakossággal való kapcsolat ápolása

A vállalkozások termékeiket közvetlenül vagy közvetve a lakosság számára állítják elő, vagy forgalmazzák. Ezt a tevékenységüket a lakosság életterében végzik, befolyásolva azt.

A vállalat és a lakosság közötti kapcsolatnak számtalan olyan pontja van, amely súrlódásokhoz, konfliktusokhoz vezethet, kellemetlen peres ügyek kiindulópontjává is válhat. A hosszú távú harmonikus fejlődés érdekében gondot kell fordítani az ezzel kapcsolatos problémák kezelésére, illetve ezek lehetőség szerinti megelőzésére.

Ma már alig lehet úgy ipari tevékenységbe fogni, hogy az ne keltsen gyanakvást a lakosság körében. Számos fontos beruházás maradt félbe, vagy meg sem kezdődött a lakosság hiányos, késedelmes vagy szakszerűtlen tájékoztatása miatt. Ha a vállalat képviselői meghallgatják véleményüket, javaslataikat, és az illetékes hatóságokkal, az önkormányzattal, a civil szervezetekkel együttműködnek, minden érintett számára megfelelő beruházásra nyílik esély. Lehet, hogy ez költségesebb megoldás, mint az eredetileg tervezett, mert néhány olyan kérést kell teljesíteni, mely megnyugtatja a kedélyeket, de mindenképpen megéri.

Egy nyereségérdekelte vállalkozásnak foglalkoznia kell a lakosság problémáival, véleményével is. Egyrészt úgy, hogy a lakosság érdekeit maximálisan figyelembe veszik, másrészt úgy, hogy tudatosítják azt, hogy a vállalkozás alapvetően hasznos lehet a számukra, mert munkahelyeket teremt, adót fizet, jobban fejlődhetnek azok a települések, amelyek működésük helyszínei. Ennek **kommunikálásához** igénybe kell vennie a médiát, illetve minden lehetséges fórumot, ahol a lakosság képviselői megjelennek.

Tudatniuk kell a helyi közösséggel azt is, hogy betartják a működtetésükkel összefüggő **hatósági előírásokat**, a munkavállalók, és az érintett lakosság biztonságának és egészségének védelme érdekében. A lakosságot fel kell világosítani arról is, hogy a cég a törvényben előírtakon túlmenően is törekszik a lakosság nyugalmának és jó közérzetének javítására.

Fontos a **panaszok** meghallgatása és annak a megoldásnak a megtalálása, amivel a környékbeliek is elégedettek, és ami a cég munkájának hatékonyságát sem rontja. Apróbb ésszerűsítések, szervezési intézkedések is sokszor jelentős eredményeket hozhatnak a szűkebb környezettel fenntartott kapcsolatokban.

A cégeknek arra is oda kell figyelniük, hogy tevékenységük ne keltsen indokolatlan **félelmet** a lakosságban. Az emberek gyakran elfogadják a szóbeszéd útján terjedő információkat, még akkor is, ha semmi alapjuk nincs. Ezt megelőzendő, fontos a lakosság rendszeres és tényszerű tájékoztatása a cég tevékenységével kapcsolatban. Minden jelentősebb rendellenességről, eseményről célszerű szakszerű tájékoztatást adni, hogy ezeknek a találgatásoknak és rémhíreknek elejét vegyünk. Gondoskodni kell a lakosság számára fontos információk eljuttatásáról, illetve lehetővé kell tenni azt, hogy kérdéseiket feltehessék és azokra érdemi választ kaphassanak.

A jó kapcsolat kialakítását segíti, ha a cég a lehetőségei szerint aktívan közreműködik a **térség fejlesztésében**, hozzájárul a közös célokhoz. Ilyen az útépítésben, csatornázásban, parkosításban, hó eltakarításban stb. való részvétel.

A cég jó hírére erősíti a helyi közösség pozitív kezdeményezéseinek felkarolása, támogatása, az, ha hozzájárul a kulturális igények, illetve a szociális szükségletek kielégítéséhez vagy az esélyegyenlőség javításához.

Jól szolgálja a lakosság félelmeinek eloszlatását, rokonszenvének elnyerését a **nyílt napok** szervezése, amikor az érdeklődők belülről is megnézhetik az egyébként elzárt üzemeket. Ezek természetesen csak akkor szervezhetők meg, ha a biztonsági előírások ezt lehetővé teszik. Ezek a napok jól szolgálhatják a szakszerű tájékoztatás mellett a munkaerő-toborzást is. Sok fiatal ezeken kaphat kedvet ahhoz, hogy később az adott üzemben dolgozzon.

3. A társadalmi kapcsolatok ápolása

A vállalatnak jól működő kapcsolatot kell kialakítania a **helyi önkormányzattal** is.

Az adott térségben élők jobban elfogadják a vállalkozás létét és tevékenységét, ha az aktívan részt vállal a **település céljainak** megvalósításában. Ki kell választani a lehetőségeket, a hozzájárulás módját, gondoskodni kell ennek megfelelő kommunikálásáról. Jelentősen emeli az adott vállalkozás presztízsét, népszerűségét a megfelelő kommunikálás. Ez a vállalat számára is előnyös, könnyebben jut színvonalas munkaerőhöz, könnyebben kaphat támogatást a regionális fejlesztésekben való részvételhez, tehát fejlődési lehetőséget is teremthet számukra.

A vállalati kultúra része lehet az adott település életébe való bekapcsolódás, a település sorsával való összefonódás.

A **pozitív helyi kezdeményezések felkarolása**, támogatása, hozzájárulás a kulturális igények vagy a szociális szükségletek kielégítéséhez hozzájárul a céggel kapcsolatos pozitív asszociációk kialakulásához, lakossági elfogadásához, a cég jó hírnevének öregbítéséhez.

A cégeknek együtt kell működniük az adott régióban dolgozó civil szervezetekkel, amelyek tulajdonképpen a társadalom olyan önszerveződési csoportjai, amelyek tevékenységükkel elősegítik a megfelelő társadalmi közérzet kialakulását.

A vállalatok kutassák fel azokat a civil kezdeményezéseket, amelyek az adott terület **hagyományait**, kevésbé köztudott **értékeit** feltárják, népszerűsítik. Ezeket általában olyan lokálpatrióta emberek kezdeményezik, akik az adott területen élnek és látják azokat a lehetőségeket, amelyek mások számára vonzóak lehetnek. Pl. népi hagyományok, természeti értékek stb. Célszerű ezeket az embereket, szervezeteket, törekvéseket anyagilag is és erkölcsileg is támogatni.

4. Médiakapcsolatok

A médiakapcsolatok kiépítésének és fenntartásának célja, hogy a vállalkozás üzenetei célzottan, hírértékűvé formálva, a kiválasztott médián keresztül, fizetendő ellenszolgáltatás nélkül eljussanak a vállalkozás érintettjeihez.

A kapcsolattartásnak folyamatosnak kell lennie. Minden lényeges vállalati eseményre meg kell hívni a médiumok képviselőit, biztosítani kell számukra, hogy mindig friss információkhoz jussanak. Fontos, hogy a nyilvánossághoz továbbított információ jól időzítve, szakszerűen és pontosan érkezzon, tartalma a vállalkozás törekvéseivel összhangban legyen.



6. ábra: Sajtótájékoztató⁶

A sajtóval való kapcsolattartás formái:

⁶ sajtó: <http://www.riporteriskola.hu/okos/fileadmin/kepek/sajtaj> (2010.06.19.)

A vezetők személyes kapcsolattartása a legfontosabb szakmai lapok és folyóiratok munkatársaival, írásos tájékoztatás küldése a szerkesztőségekbe, interjú adása, háttérbeszélgetés közérdekű vállalati kérdésben az újságírók kiválasztott csoportjával, sajtókonferencia vagy sajtótájékoztatónak rendezése.

A szakmai és közérdekkel kapcsolatos tájékoztatási kötelezettséget törvény írja elő.

A sajtóval fenntartott jó kapcsolat érdeke a vállalatnak, mind eredményeiről, mind problémáiról célszerű tájékoztatnia az érintett és az érdeklődő közönséget.

A nagyobb cégeknél önálló munkakört hoznak létre a sajtókapcsolatok ápolására, ez a szóvivő.

A vállalkozás rendszeresen a sajtó rendelkezésre bocsát egy ún. News Release-t, vagy más néven sajtóközleményt, amelyet az szabadon felhasználhat, akár teljes egészében leközölhet. A News Release nemcsak szöveges, képeket is mellékelnek hozzá.

A sajtóközleményt az újságíró felhasználhatja saját cikkének megírásához. Úgy kell összeállítani, hogy abból az újságíró könnyen ki tudjon venni olyan szövegrészeket, amelyeket hasznosítani tud a cikkében, illetve tartalmazzon olyan érveket, gondolatokat, amelyeket fontosnak tartunk üzenetünk célja szempontjából.

Felépítésénél tartsuk szem előtt a következő szabályokat:

- a szöveg elejére írjuk a leglényegesebb közlendőnket, majd fokozatosan haladjunk a kevésbé lényeges gondolatok felé (A háttérinformációkat a mellékletben is megadhatjuk.);
- szenteljünk nagy figyelmet az első szavak, mondatok hatásos megfogalmazásának;
- a sajtóközleményt tagoljuk bekezdésekre, logikai egységekre. Nem lényeges, hogy a bekezdések között logikai kapcsolat legyen, fontosabb, hogy a bekezdések önmagukban is értelmesek legyenek. Így bizonyos bekezdések kihagyhatók, sorrendjük felcserélhető.
- Annak érdekében, hogy fontos gondolatok ne maradjanak ki az újságíró által írt cikkből, jó viszonyt kell kialakítani az újságírókkal, s rá kell őket vennünk, hogy az általunk fontosnak tartott gondolatok mindenképpen benne legyenek.

„Sajtóanyag

Hasznos katalógus építkezőknek

Az építkezők, lakásfelújítók gondját könnyíti meg az Építőanyag Kereső című új katalógus. A kiadványban mintegy ezer építőanyag-forgalmazó cég adatai találhatóak rendszerezett, áttekinthető formában. Így a katalógusból rendkívül könnyen kigyűjthetők azok a kereskedő cégek, amelyek a vásárlót érdeklő termékcsoportból bizonyos márkákat forgalmazznak az ország adott területén, és e kereskedők címe, telefonszáma, nyitvatartási ideje is ugyaninnen kiolvasható. Bemutatja továbbá a kiadvány – termékcsoportonként elrendezve – több mint nyolcvan gyártó építőanyag-kínálatát, közölve a márkakereskedők listáját is.

Az Építőanyag Kereső segítségével így sok fárasztó keresgéléstől, utánajárástól kímélheti meg magát az építkező. A kiadványban található információk természetesen jó szolgálatot tehetnek az építőipari kivitelezőknek, iparosoknak is.

A mintegy négyszázötven oldalas, színes könyv mindössze 375 forintért kapható a hírlapárusoknál, illetve megrendelhető a Berteismann Szakkiadónál. A cég a jövőben új, frissített adatokkal jelenti meg a katalógust, amelynek címanyaga egyébként az Interneten is elérhető a www.archiweb.hu címen.

További információ: (név, cím, telefon, fax, e-mail)

(dátum)

Forrás: Bethlenfalvy Gábor: Sajtókapcsolati műhelytitkok Bagolyvár Könyvkiadó Budapest, 2000. 31. old.

5. Pénzügyi kapcsolatok ápolása

A pénzügyi szervezetekkel fenntartott kapcsolat nagyon lényeges eleme a vállalat zökkenőmentes működésének. A pénzügyi intézetek ítélik meg a vállalkozás teljesítményét, hitelképességét, gazdálkodásának hatékonyságát, ezért nagyon lényeges a kölcsönösen előnyös kapcsolatok kialakítása. A bankok véleménye a pontos teljesítések, a bankszámlákon történő pénzmozgások alapján alakul ki. A pozitív megítélés segíti a cég tőkeigényének biztosítását, új befektetők bevonását, a könnyebb hitelhez jutást, a hatékonyabb gazdálkodást.

Összefoglalás

A feladat elvégzésének lépései: a potenciális partnerlista elkészítése után a partnereket rendszerezni, információkat gyűjteni róluk, ezt folyamatosan frissíteni, felvenni velük a kapcsolatot, végiggondolni a kapcsolat fenntartásának módszereit, elkészíteni a javaslatot.

A potenciális partnerek megismerésének számtalan lehetősége van: kollegákat megkérdezni, hogyan lehet őket megismerni, az interneten felkutatni cégeket, meglévő partnerektől érdeklődni, a céges levelezéseket átnézni, kiállítások katalógusait átnézni, ismerősöket kikérdezni.

A kapcsolatfelvétel történhet személyesen, telefonon keresztül és írásban.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

A szakmai információtartalom elolvasása után írja le a vállalkozás mikrokörnyezetének összetevőit!

2. feladat

Írja le, milyen összetevői vannak a vállalkozás társadalmi környezetének?

3. feladat

Sorolja fel írásban, milyen módszerekkel történhet a vállalkozás érintettjeinek a felkutatása?

4. Feladat

Írja le, hogyan kelthetünk az első személyes kapcsolat felvételekor jó benyomást?

5. feladat

Sorolja fel, milyen összetevői vannak a bizalomkeltésnek? Válaszát írja a kijelölt helyre!

6. Feladat

Testalkatának tanulmányozása után gyűjtse össze írásban, majd osztálytársával beszélje meg, milyen alkati előnyeit kell kiemelnie és elfednie ahhoz, hogy öltözködésével jó benyomást keltsen!

7. feladat

Színes kendők arca elé helyezésével állapítsa meg, mely színek emelik ki előnyösen az arcát! Kérje ki osztálytársai véleményét is! Írja le a legelőnyösebb színeket a kijelölt helyre!

8. feladat

Határozza meg, milyen öltözékben kell megjelennie a következő eseményeken! Töltse ki a táblázatot!

Esemény	Üzletember	Üzletasszony
Délelőtti kiállítás megnyitó	Sötét árnyalatú öltöny, pasztell színű ing, az öltönyhöz színben illő cipő.	Sötét színű ruha, vagy kosztüm, hozzáillő cipő.
Üzleti vacsora	Sötétszürke vagy fekete öltöny, pasztell színű ing, sötét cipő	Kosztüm, vagy ruha, ékszerek, magas sarkú cipő
Nyári üzleti tárgyalás	világos színű öltöny, vagy zakó-nadrág összeállítás, világosabb cipő	vékony anyagból készült kosztüm, világos színű

8. feladat

Keressen az interneten olyan képeket, amelyeken az emberek megjelenése jó benyomást kelt.

Jellemezze a képeken látható személyek öltözködését a tanult szempontok alapján! Mutassa be osztálytársainak az Ön által elemzett fotót, és ismertesse véleményét.

A feladattal kapcsolatos jegyzeteit ide írja!

9. feladat

A helyes köszönési és megszólítási formát alkalmazva, osztálytársaival játssza el a következő jeleneteket!

Belép egy ügyfélszolgálati irodába

Tíz éve nem látott osztálytársával találkozik

Ön egy üzletember, aki meg akar ismerkedni legfontosabb szállító partnerük vezetőjével.

Ön egy üzletember, aki felhívja legfontosabb vevőjét!

10. feladat

Készítsenek hivatalos névjegyeket, majd 2–3 fős csoportokba szerveződve játsszák el osztálytársaiknak a bemutatást, bemutatkozást! Beszéljék meg, helyesen alkalmazták-e a szabályokat!

11. feladat

Készítsen az elektronikus levelezéshez egy nacionálét! Tartalmát írja a kijelölt helyre!

12. feladat

**Írjon egy fizetési felszólítást a számítógépen, az alábbi levélminta részlet kiegészítésével!
A szükséges vállalati adatok képzeletbeliek legyenek! Ügyeljen a megfelelő formára!**

Tértivevényes!

Tárgy: Fizetési felszólítás

Tisztelt!

Alulírott ezúton felszólítom Önt, hogy Ft, azaz forint tartozását a jelen felszólítás kézhezvételét követő napon belül fizesse meg oly módon, hogy azt az vállalatunk banknál vezetett számú bankszámlájára befizeti.

A jelen felszólítás megküldését az indokolja, hogy az Ön által 20... hó napján aláírt adásvételi szerződés (a továbbiakban: szerződés) pontjában foglaltak értelmében az ott megállapított.....összegű (azaz Ft) megfizetésére vállalt kötelezettséget.

Az áru átadása-átvétele rendben megtörtént, ezt az áruátvevő a szállítólevélen igazolta.

A számla megfizetésére előírt határidő 20... hó napján lejárt.

Miután Ön a szerződésben vállalt kötelezettségének a mai napig nem tett eleget, így felszólítom tartozása megfizetésére.

Egyidejűleg tájékoztatom Önt arról is, hogy amennyiben vállalt kötelezettségét a jelen felszólításban szabott napos határidőben nem teljesíti, úgy kénytelen leszek igényemet bírósági úton érvényesíteni, valamint kezdeményezem az adásvételi szerződés felmondását.

A KAPCSOLATKIALAKÍTÁS ÉS KAPCSOLATFENNTARTÁS MÓDSZEREI, A KAPCSOLATTARTÁS SZABÁLYAI

Amennyiben teljesítése időközben már megtörtént, kérem jelen levelem figyelmen kívül hagyását.

Üdvözlettel

13. feladat

Keressen a cégek honlapjain olyan információkat, amelyek arra utalnak, hogy hogyan járulnak hozzá a lakossággal, a helyi önkormányzatokkal, a civil mozgalmakkal és a médiával történő kapcsolatok ápolásához!

Megoldás

1. feladat!

- Szállítók, alvállalkozók, vevők
- A piaci közvetítők
- Versenytársak
- A közvélemény

2. feladat

- médiumok,
- önkormányzat,
- érdekvédelmi csoportok,
- civil szervezetek,
- a cég közvetlen környezetében élők,
- a vállalati belső környezet

3. feladat

- szakvásárokon, kiállításokon, árubemutatókon
- reklámokból,
- interneten,
- ügynökök, üzletkötők jelentései alapján,
- üzleti partnerek szóbeli ajánlása
- kapcsolati tőke kihasználásával,
- céges rendezvényeken

4. feladat

- ápoltsággal és öltözékünkkel
- viselkedésünkkel

- beszédstílusunkkal,
- nonverbális közléseinkkel

5. feladat

- fegyelmezettség,
- a megfontoltság,
- az ígéretes pontos betartása
- a becsületesség

6. feladat

Megoldása tanulónként eltérő.

7. feladat

Megoldása tanulónként eltérő.

8. feladat

Esemény	Üzletember	Üzletasszony
Délelőtti kiállítás megnyitó	Sötét árnyalatú öltöny, pasztell színű ing, az öltönyhöz színben illő cipő.	Sötét színű ruha, vagy kosztüm, hozzáillő cipő.
Üzleti vacsora	Sötétszürke vagy fekete öltöny, pasztell színű ing, sötét cipő	Kosztüm, vagy ruha, ékszerek, magas sarkú cipő
Nyári üzleti tárgyalás	világos színű öltöny, vagy zakó-nadrág összeállítás, világosabb cipő	vékony anyagból készült kosztüm, világos színű

8. feladat

Szemponatok:

- az előnyös színek,
- testalkat
- egyéniség,
- alkalom

9. feladat

- Belép egy ügyfélszolgálati irodába: Belépéskor köszön
- Tíz éve nem látott osztálytársával találkozik: Ezer éve nem láttalak! Hogy vagy? Puszi vagy ölelés, vagy mindkettő.

A KAPCSOLATKIALAKÍTÁS ÉS KAPCSOLATFENNTARTÁS MÓDSZEREI, A KAPCSOLATTARTÁS SZABÁLYAI

- Ön egy üzletember, aki meg akar ismerkedni legfontosabb szállító partnerük vezetőjével: Jó napot kívánok Kovács úr! (Meg kell tudnia a nevét). Szeretnék bemutatkozni Önnek. Nagy Sándor vagyok a DMG üzletkötője.
- Ön egy üzletember, aki felhívja legfontosabb vevőjét! Nagy Sándor vagyok, a DMG üzletkötője, Kovács Gábor igazgató úrral szeretnék beszélni.

10. feladat

Az értékelés szempontjai:

- a kezdeményezés,
- a kéznyújtás,
- a név helyes kimondása,
- a névkártya használata.

11. feladat

Tartalma:

- név (esetleg imitálva az aláírásunkat),
- beosztásunk,
- cégünk neve,
- címe,
- elérhetőségi adataink (levelezési cím, e-mail cím, telefonszám).

12. feladat

Cégjelzéses levélpapíron készül.

Pontos címzés, dátum, hivatkozás.

Tértivevényes! Felírat fontos!

Tárgy: Fizetési felszólítás

Tisztelt!

Alulírott ezúton felszólítom Önt, hogy Ft, azaz forint tartozását a jelen felszólítás kézhezvételét követő napon belül fizesse meg oly módon, hogy azt az vállalatunk banknál vezetett számú bankszámlájára befizeti.

A jelen felszólítás megküldését az indokolja, hogy az Ön által 20... hó napján aláírt adásvételi szerződés (a továbbiakban: szerződés) pontjában foglaltak értelmében az ott megállapított.....összegű (azaz Ft) megfizetésére vállalt kötelezettséget.

Az áru átadása-átvétele rendben megtörtént, ezt az áruátvevő a szállítólevélen igazolta.

A számla megfizetésére előírt határidő 20... hó napján lejárt.

Miután Ön a szerződésben vállalt kötelezettségének a mai napig nem tett eleget, így felszólítom tartozása megfizetésére.

Egyidejűleg tájékoztatom Önt arról is, hogy amennyiben vállalt kötelezettségét a jelen felszólításban szabott napos határidőben nem teljesíti, úgy kénytelen leszek igényemet bírósági úton érvényesíteni, valamint kezdeményezem az adásvételi szerződés felmondását.

Amennyiben teljesítése időközben már megtörtént, kérem jelen levelem figyelmen kívül hagyását.

Üdvözlettel

13. feladat

A Béres Gyógyszergyár Zrt honlapjáról (www.béres.hu)(2010. 06.19.)a következőket lehet kigyűjteni:

Béres tanácsadó: a termékek használtára ad javaslatot, egészségmegőrzéssel foglalkozik

Egészségmagazin kiadása

hozzájárulás a Magyar Máltai Szeretetszolgálat „Játszva megelőzni” játszótér programjához.

A Béres Alapítvány több mint 15 éve segíti a rászorulókat, betegeket, időseket, nehéz anyagi helyzetben lévőket.

Béres Egészség Hungarikum Program most a fiataloknak szóló Egészségőr pályázatot írt ki

A Béres Gyógyszergyár adományt a Haiti földrengés áldozatainak

A Magyar Kultúra Napja a Béres Székházban: Kubinyi Anna textilművész életmű albumának bemutatója

Béres Egészség Hungarikum Díj 2009: olyan lelkes civilek kapnak elismerést, akik a közösségekben másokat is arra ösztönöznek, hogy az egészséget értéként tekintsék és tegyenek annak megőrzése érdekében.

Sajtóközlemény

2009. 11. 05.

20 éves születésnapját ünnepli hazánk legnagyobb magyar tulajdonú gyógyszergyártó vállalata, a Béres Gyógyszergyár Zrt. A rendszerváltás után az elsők között megalakuló cég tulajdonosainak és dolgozóinak minden okuk megvan az ünneplésre. Készítményeik saját modern fejlesztőlaboratóriumukban születnek Budapesten, a termelés világszínvonalú saját gyárban történik Szolnokon. A ma már 57-féle termékkel rendelkező vállalat 45%-os részesedéssel piacvezető az egészségvédő készítmények piacán. Ahogy emlegetni szoktuk: a Béres egy igazi magyar sikertörténet.

Mi a titkuk? Hogyan lehet magyar vállalatként erkölcsileg és gazdaságilag is sikeresnek lenni a multinacionális tőke mellett egy erkölcsi és gazdasági válsággal terhelt korban? A Béresben 20 éve mutatják, hogyan érdemes másként gondolkodni. Követendő példát mutatnak a környezetüknek, világszínvonalú termékekkel segítik az emberek egészségét, alapítványaikon keresztül odafigyelően támogatják a rászorulókat.

„Vállalat-alapításkori hitvallásunkban így fogalmaztunk: a gondolat legyen jó és igaz – mondja Dr. Béres József, a Béres Csoport elnöke. – Úgy érzem, ebben az egyszerű pár szóban kifejeződik minden. Benne van atyám nagyszerű találmánya, a kiindulópont, a Béres Csepp, a belőle kinövő 20 év során kifejlesztett és forgalomba hozott sok termék, és benne van a 20 éves elszánás is, amellyel dolgoztunk és dolgozunk azokért, akikért felelősek vagyunk: a nemzetünkért, az itt élő emberekért. Konzervatívok voltunk abban, ami az örök emberi értékeket, a kultúrát, a hagyományt illeti, de élenjárók és modernek abban, ami a cégek versenyfutásában fontos. A Béresben az üzleti modernség és a vállalkozói tudás mindig karöltve járt a becsülettel és a tiszta erkölccsel. S nem pusztán a szavak szintjén, hanem jól mérhető tetteinkben. Az érdem közös, köszönet illeti érte atyámat, az alapítókat, múltbéli és jelenlegi munkatársainkat, felelős vezetőinket, partnereinket és fogyasztóinkat is – összegez Béres József, és hozzáteszi – tisztességgel elért eredményeink méltán erősíthetnek bennünket. Ha az élet úgy hozná, ez lehet a bátorítónk és a kapaszkodónk is egy bizonytalan jövőben, a nehézségek idején.”

Forrás:

http://www.beres.hu/hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/127/20_eve_az_egeszseges_embere rt/

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Írja le a vállalkozás mikrokörnyezetének összetevőit!

2. feladat

Írja le, milyen összetevői vannak a vállalkozás társadalmi környezetének?

3. feladat

Sorolja fel írásban, milyen módszerekkel történhet a vállalkozás érintettjeinek a felkutatása?

MUNKANYELV

4. feladat

Ismertesse írásban a hitelesség fontosabb összetevőit!

MUNKANYELV

5. feladat

Milyen szempontokat kell figyelembe venni ahhoz, hogy öltözékünkkel jó benyomást keltsünk?

6. feladat

Ismertesse, milyen társalgási tabutémák vannak! Válaszát írja a kijelölt helyre!

7. feladat

Írja le, a mobiltelefon használatának szabályait!

A large rectangular area with a yellow border, containing horizontal lines for writing. A large, light gray watermark reading "MUNKANYAG" is diagonally overlaid across the page.

8. feladat

Ismertesse írásban a hivatalos levél készítésével kapcsolatos udvariassági szabályokat!

MUNKANYAG

9. feladat

Ismertesse írásban az elektronikus levél felépítését!

MUNKANYAG

10. feladat

Indokolja meg írásban, miért kell folyamatosan karbantartani a vevőminősítést!

Blank writing area for the answer to question 10, consisting of five horizontal lines.

11. feladat

Ismertesse írásban, hogyan ápolná a társadalmi kapcsolatokat!

Blank writing area for the answer to question 11, consisting of five horizontal lines.

MEGOLDÁSOK

1. feladat

- Szállítók, alvállalkozók
- A piaci közvetítők
- Versenytársak
- A közvélemény

2. feladat

- médiumok,
- önkormányzat,
- érdekvédelmi csoportok,
- civil szervezetek,
- a cég közvetlen környezetében élők,
- a vállalati belső környezet

3. feladat

- szakvásárokon, kiállításokon, árubemutatókon
- reklámokból,
- interneten,
- ügynökök, üzletkötők jelentései alapján,
- üzleti partnerek szóbeli ajánlása
- kapcsolati tőke kihasználásával,
- céges rendezvényeken

4. feladat

- Az legyen, akinek mutatja magát, a „megjátszás” csak ideig-óráig lehet eredményes.
- tudja, mindazt, amit a szakmájában tudni érdemes, kijelentései ne „légből kapottak” legyenek.
- A társalgás, vagy éppen az üzleti megbeszélések során ne ködösítsen, ne beszéljen mellé, kommunikációját a partneréhez igazítsa.
- Vegye észre a másik emberben a jót, ugyanakkor mértéktartó legyen mások jó tulajdonságainak dicséretében, kerülje a talpnyalást.
- Jó emberismerettel tudja, kit mivel lehet megnyerni.
- Önmagát soha ne helyezze előtérbe, a mértéktartás minden megnyilvánulásában érezhető legyen.
- Adja meg partnereinek a tiszteletet, az udvariassági formák betartásával.
- Szerénységgel párosuló határozottság jellemezze, véleményét, kijelentéseit vállalja, saját személyének szerepét ne túlozza el, de ne is becsülje alá.

5. feladat

- az előnyös színek,
- testalkat
- egyéniség,
- alkalom.

6. feladat

A pénz, az üzleti, a családi és a szakmai gondok, a politika, a vallás, a cég üzletpolitikája, kereskedelmi kapcsolatai, külföldi cégekkel való együttműködése, a vezetők magánélete, a munkahelyi pletykák stb.

7. feladat

- bemutatkozás szükségtelen, de az udvarias
- Kötelező bemutatkozni, ha a telefont nem a tulajdonosa veszi fel, vagy a hívó fél száma titkos, ezért nem jelenik meg a kijelzőn.
- Illik megkérdezni, nem zavarjuk-e a hívott felet,
- halkán kell beszélni, nem zavarva a körülöttünk lévőket.
- Ha zavartalanul szeretnénk beszélni, vonuljunk félre egy nyugalmasabb helyre.
- A készüléket ki kell kapcsolni konferencián, tárgyaláson, ünnepségen, vallási és kulturális rendezvényeken.
- Gépkocsiban, vezetés közben jogszabály is tiltja a használatát.
- A telefonon érkező üzenetek mások jelenlétében is feltűnés nélkül elolvashatók,
- Mások mobiltelefonját nem illik felvenni.
- A nem fogadott hívások visszahívása.

8. feladat

Tartalmi vázlat az értékeléshez:

- A hivatalos levélpapír és boríték cégjelzéses legyen.
- A cégjelzéses levélpapír tartalmazza a cég azonosításra szolgáló adatait, a cég nevét, postai címét, a cég elérhetőségi adatait: a telefon- és faxszámát, e-mail címét, logóját, a cég adószámát, bankszámlaszámát, esetleg szlogenjét,
- gondos és hibátlan címzés,
- szavak helyes leírása
- tetszetős külalak
- érthető, magyaros megfogalmazás,
- Formáját elküldés előtt mindig ellenőrizzük a nyomtatási képre kattintva.
- A hely és a dátum feltüntetése,
- a címzett nevét, hivatali rangja, beosztása, pontosan,
- A megszólítás a „tisztelt” udvariassági kitétel
- rövid, a tömör, egyértelmű, bekezdésekkel tagolt szöveg,

- Az elkészítés formája ne legyen azonos a megszólításnál alkalmazottal,
- záró formula,
- aláírás, lebélyegzés szintén nagyon fontos mozzanat.

9. feladat

- Üdvözlés
- Első bekezdés: hivatkozás az előzményekre (levélre, megbeszélésre).
- Második bekezdés: a levél tárgya, a részletek kifejtése.
- Harmadik bekezdés: feljegyzés a csatolmányokról.
- Elkészítés, udvarias záró mondatok.
- Aláírás

10. feladat

A szerződés előtti vevőminősítés adott időpontra vonatkozik, ugyanakkor a vállalkozások életében gyakran következik be változás. A partnercégben bekövetkezett tulajdonosváltás, a tevékenységi kör módosulása, egy üzlet megszűnése vagy áthelyezése, székhelyváltás, a pénzügyi helyzet változása mind-mind olyan tényező, amellyel megváltozhat a partner kockázati besorolása.

11. feladat

- aktívan részt vállal a település céljainak megvalósításában, gondoskodik a kommunikálásáról
- a regionális fejlesztésekben részt vesz,
- pozitív helyi kezdeményezések felkarolja,
- a kulturális igények vagy a szociális szükségletek kielégítéséhez hozzájárul,
- civil szerveződéseket támogat,
- népi hagyományok, természeti értékek védelmét segíti

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

A vállalkozás viszonya a beszállítókhöz, a lakossághoz Cégvezetés, XIV. évfolyam 3. szám
<http://cegvezetes.cegnet.hu/2006/3/a-vallalkozas-viszonya-a-beszallitokhoz-a-lakossaghoz> 0605

Információszerzés az üzleti partnerekről Cégvezetés, XV. évfolyam 4. szám
<http://cegvezetes.cegnet.hu/2007/4/informacioszerzes-az-uzleti-partnerekrol> 06.034.

Langer Katalin– dr. Raátz Judit: Üzleti kommunikáció Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest 1999.

Netikett: az e-mailezés íratlan szabályai <http://www.nana.hu/munkahelyen/netikett-az-e-mailezes-iratlan-szabalyai-38722.html>

Sille István: Illem, etikett, protokoll Akadémiai Könyvkiadó, Budapest 2008

Szabó Katalin: Kommunikáció felsőfokon Kossuth Kiadó, Budapest 2001

Üzleti levelezés e-mailben – általános szabályok és tippek,
<http://www.profession.hu/cikk/151>

Bethlenfalvy Gábor: Sajtókapcsolati műhelytitkok Bagolyvár Könyvkiadó Budapest, 2000

A(z) 1448-06 modul 003-as szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 812 01 0000 00 00	Hostess
54 812 01 1000 00 00	Idegvezető
54 812 03 0000 00 00	Szállodai portás, recepció
54 812 02 0010 54 01	Protokollügyintéző
54 812 02 0010 54 02	Utazásügyintéző

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

15 óra

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1–2008–0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.
Telefon: (1) 210–1065, Fax: (1) 210–1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató