

ИМИДЖ КАК ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ЧЕЛОВЕКА

«Если вы хотите идти вверх по карьерной лестнице, одевайтесь так, как будто вы уже там»

Эвелина Хромченко

Своеобразная **«визитная карточка» человека** – внешний вид. Первое впечатление о человеке складывается уже в первые 7 секунд общения, заметили психологи. Мы подмечаем, как человек одет, как выглядит его тело, каковы походка, позы, жесты. И делаем выводы: нравится – не нравится, доверяем или нет.

Точно также и наш собеседник оценивает нас вначале – по внешнему облику. Так, **формирование имиджа следует начинать с заботы о том, каков наш внешний вид.**

По подсчетам психологов, при первом знакомстве содержание разговора дает 7% информации, голосовые характеристики – 38%, максимальное же количество информации предлагает нам внешность человека – 55%. Она несет наглядную информацию о наших вкусах и пристрастиях, экономических возможностях и принадлежности к каким-либо группам, о нашем уважении или неуважении к окружающим, в конце концов, об опрятности или неряшливости.

Потому так важно формировать **имидж - научиться подбирать со вкусом одежду и макияж, правильно презентовать себя.**

Кому-то чувство вкуса дано природой, а кто-то всю жизнь работает над повышением общей культуры, соотнося свои представления о том, что «красиво», с материальными возможностями, возрастом, физическими данными, эстетикой времени, социальным статусом и прочими условиями.

Выделяются следующие элементы имиджа:

1. Умение общаться с окружающими, быть контактной личностью;
2. Занимать активную позицию в жизни.
3. Проявлять отзывчивость и доброжелательность.
4. Уметь быстро реагировать на окружающие события и явления, демонстрировать сообразительность.
5. Демонстрировать способность мыслить и излагать свои мысли в хорошем логическом формате.
6. Формировать позитивный внешний облик, манеры поведения.
7. Реализация общих внешних данных, полученных от рождения и частично сформированных путем физических упражнений (стиль фигуры и лица, рост, цвет волос и глаз, форма рук и ног).
8. Выражение лица, мимики (приветливое, доброжелательное, легко реагирующее на внешний мир; или же замкнутое, нахмуренное, абсолютно индифферентное).
9. Стиль взгляда (работа глаз).

10. Умение улыбаться, тип улыбки.
11. Принимаемая поза, движение корпуса, жестикуляция.
12. Пространственное расположение личности.
13. Тип одежды и ее цветовое решение.

Главное, к чему следует стремиться, - общее впечатление опрятности, аккуратности и даже некоторой педантичности в одежде.

Деловой стиль в одежде – фон, который помогает подчеркнуть личную уникальность, элегантность, обаятельность, оригинальность.

При выборе одежды важно учитывать, куда мы идем, – на работу, в гости или на официальный прием.

Специалисты по имиджу рекомендуют деловой женщине носить платье с длинным рукавом. Самое «авторитетное» – серое в мелкую полоску. Но приемлемыми цветами делового платья также считаются темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, светло-синий. Меньше подходят яркие цвета – они отвлекают от главного: работы.

Украшения, аксессуары сегодня многими воспринимаются как показатель материальных возможностей человека. На самом деле, различные аксессуары сигнализируют о наличии или отсутствии вкуса и изысканности у их хозяйки (хозяина). Они предназначены создавать особый шарм, или мазок в образе, без которого этот образ не будет законченным. Оригинальная заколка, брошь, пояс, платок или шарфик способны гармонично вписаться в образ деловой женщины; стильный галстук, со вкусом подобранные часы - в образ делового мужчины. Аксессуары можно комбинировать с различными костюмами, с каждым из которых они смотрятся по-иному.

Деловой женщине всегда подойдет неброский макияж в естественных тонах. С парфюмом надо быть крайне осторожной - лучше ограничиться хорошим дезодорантом.

Деловому мужчине для работы в офисе подойдет полушерстяной костюм, который практически не мнется и не нуждается в особом уходе. В рабочее время принято носить более светлые костюмы, чем на приемах, причем тона костюмов в летнее время должны быть светлее, чем в зимнее время. Костюмы ярких тонов, как правило, в рабочее время не носят.

Хороший костюм должен идеально сидеть по фигуре. Плечевой пояс и воротник пиджака должны облегать спину и не образовывать складок или морщин. Длина рукава пиджака должна быть на 1-2 сантиметра короче манжеты рубашки, а ее ворот должен выступать над воротником пиджака минимум на 1 сантиметр. По традиции, застегивать нижнюю пуговицу на пиджаке не нужно. Снимать пиджак можно только в неформальной обстановке, а вот расстегнуть его, когда вы садитесь в кресло или за стол, вполне уместно.

Сорочку выбирают тоже светлых тонов, часто белого цвета. Существует правило, что галстук должен быть одного тона с сорочкой и костюмом, но светлее или темнее, либо костюм и галстук должны быть

контрастных тонов. В настоящее время предпочтение отдается галстукам не слишком ярких расцветок, а также галстукам без узора и рисунка.

Не стоит появляться на деловых встречах в куртках, спортивных брюках, джинсах, а также в кожаных пиджаках.

Деловая (офисная, производственная) одежда должна быть красивой, рациональной, и будет лучше, если она окажется соответствующей направлению моды. В такой одежде человек чувствует себя уверенным, его движения приобретают гибкость, точность, плавность, законченность. Она создает удобство в работе, заставляет держать в чистоте и порядке рабочее место, следить за своими манерами.

Неряшливая, неудобная одежда унижает человека.

Что касается обуви, то она должна соответствовать стилю подобранной к случаю одежды. Если есть возможность, то цвет обуви подбирается под цветовую гамму костюма, платья. Нельзя использовать комнатные туфли, спортивные тапочки, кроссовки, полукеды и очень открытые босоножки – это не только не эстетично, не соответствует деловому стилю, но и вредно для здоровья: такая обувь при длительном ношении способствует развитию плоскостопия, образованию тромбов, нарушению кровообращения. А стоптанная обувь вообще не допустима, она делает походку неуклюжей, шаркающей, это создает неприглядную картину для клиентов. Помните, запыленные и потрескавшиеся туфли могут испортить впечатление даже от вполне приличного костюма (наряда)!

Таким образом, **внешность – это первое, на что люди обращают внимание, ваша внешность должна соответствовать тому, что вы из себя представляете.**

Принципы эффективной самопрезентации

С феноменом самопрезентации мы сталкиваемся каждый день. Зачастую, даже не подозревая, что у нас в подсознании существует проект собственной презентации, мы, общаясь с разными людьми, участвуя в различных кампаниях, выбирая себе стиль одежды и поведения, внедряем этот проект в жизнь. Такая стратегия носит название **«природная самопрезентация»**. Она свойственна всем людям, приобретается человеком с рождения. Уже с младенчества человек начинает формировать свой образ. Все это происходит естественно, без обдумываний и прогнозирований. **«Природная самопрезентация»** - это природное распределение, естественный процесс определения человека в структуре общественного сознания.

Существует и осознанно заранее спланированная тактика позиционирования своей персоны, которая именуется **«искусственной презентацией»**, главная цель которой – завоевание лояльности со стороны окружающих людей.

Самопрезентация – это управление впечатлением, которое мы производим на окружающих, это вербальная и невербальная

демонстрация собственной личности в системе внешних коммуникаций.

Принципы эффективной самопрезентации

Принцип	Содержание принципа
Позитивность	Выражается в представлении себя с позиции сильных сторон, своих достоинств и преимуществ в утвердительной форме
Индивидуальность	Нахождение в себе каких-то особенностей, преимуществ, выгодно отличающих Вас от конкурентов
Краткость	Интерес и внимание удерживаются в течение ограниченного количества времени
Конкретность	Избегание неточностей и многозначительных фраз при рассказе о себе, разговор только по теме без злоупотребления чрезмерными подробностями или комментированием
Избирательность	Выбор только тех сведений, которые имеют прямое или косвенное отношение к искомой работе – соответствующее образование, опыт работы, умения, увлечения, личностные характеристики.
Активность	Использование энергичных глаголов, указывающих на активность, а также активное использование разных форм самопрезентации: очной, заочной, устной, письменной и т.д.
Честность	Использование при самопрезентации только реальной и правдивой информации.

Алгоритм самопрезентации:

1. Анализ «потенциальной аудитории», на которую направлен процесс «самопрезентации».

2. Выстраивание стратегии вербального и невербального проявления собственной личности в соответствии с местом «самопрезентации» и временным промежутком её реализации.

3. Контроль и корректировка своих действий в соответствии с ситуацией.

4. Реализация «природной самопрезентации» вне контекста «искусственной». Помните, что вы и есть ваше лицо, «бренд», «имидж», «фирменный стиль» и все понятия с этим связанные. В ваших руках возможность корректировать, изменять вас же самих.