

ABK poleca

Etykieta w biznesie

*Rozmowa
z Dagmarą Łuczka*

#profesjonalni



Etykieta w biznesie – rozmowa z Dagmarą Łuczka

Na czym polega budowanie relacji w firmie? Jak to się wiąże z karierą? Wydaje się, że na pierwszy rzut oka te dwie sprawy mają ze sobą niewiele wspólnego. A jednak. Każdy pracownik stanowi część mikrospołeczeństwa, jakim jest firma. Zaczynając pracę w nowym miejscu musi się odnaleźć w labiryncie polityki firmy i relacji między pracownikami (o relacjach biznesowych nie wspominając). To w dużej mierze od relacji zależy, jak się będziemy czuć w danym miejscu.

Postanowiliśmy o tym porozmawiać z prawdziwą profesjonalistką. Dagmara Łuczka przez wiele lat zajmowała się budowaniem wizerunku osób i firm. Jest ekspertem w dziedzinie etykiety biznesu i savoir-vivre'u, autorką [wielu artykułów](#) z dziedziny etykiety. To właśnie dzięki jej wiedzy i doświadczeniu powstała firma [projektowniawizerunku.pl](#), która uczy innych, jak poprawnie budować relacje biznesowe.

Z poniższego wywiadu dowiedziecie się m.in. o czym warto pamiętać podczas nauki savoir-vivre'u, dlaczego dbanie o etykietę biznesową jest tak ważne oraz w jakim wieku ta wiedza zaczyna być już przydatna.

Zapraszamy do lektury.

Szkoliła się Pani w International Etiquette&Protocol Academy of London, a także Europejskiej Akademii Dyplomacji. Dlaczego zdecydowała się Pani na taką ścieżkę kariery? Co było najtrudniejsze dla Pani do opanowania?

Z racji wykonywanego zawodu (odpowiedzialna byłam za działania Public Relations) brałam udział w różnego rodzaju oficjalnych spotkaniach czy wydarzeniach, często je też organizowałam. Oczekiwano ode mnie swobody w kontaktach z osobami reprezentującymi różne środowiska, nie tylko te biznesowe.

W pewnym momencie zaczęło mi przeszkadzać to, że nie mam pewności, jak się zachować w oficjalnych sytuacjach; nie byłam pewna czy właściwie przedstawiam różne osoby, czy w odpowiedniej kolejności witam gości z mównicy, czy poprawnie piszę oficjalne pisma. Wtedy zaczęłam czytać o etykiecie, a następnie szkolić się w Polsce i Londynie. Chciałam skonfrontować teorię z praktyką, również tą międzynarodową. Obecnie sama uczę etykiety innych.

Czy savoir-vivre jest łatwy do nauczenia się?

Każdy z nas pewnie tak ma, że łatwiej i na dłużej przyswajają najciekawsze dla niego informacje i te, które ma szansę wykorzystywać w praktyce. Jeśli wiedza z zakresu etykiety pozostaje tylko

w sferze teorii, to myślę, że większości szybko uleci to jak tytułujemy dane osoby czy jak roszadzamy gości w sali konferencyjnej. Jeśli jednak będziemy mieli okazję wdrażać te zasady w naszym życiu zawodowym, będą stawiane przed nami nowe wyzwania wymagające znajomości tej dziedziny, to z pewnością szybko ją sobie każdy przyswoi.

O czym ludzie zazwyczaj zapominają podczas korzystania z etykiety biznesowej?

O tym, że ma nam pomagać, a nie utrudniać budowanie relacji. Znajomość zasad etykiety nie ma powodować, że będziemy się usztywniać, sztucznie zachowywać. Nie każda sytuacja służbowa będzie wymagała zastosowania zasad etykiety lub protokołu. Często powtarzam, że kluczowa jest świadomość pewnych standardów. Możemy z nich korzystać lub nie – ten wybór zależy od nas samych i okoliczności.

Czasami spotykam się z komentarzami, że pewne zasady już nie obowiązują, że odchodzi się od sztywnego budowania relacji. Czasy rzeczywiście się zmieniają, ale to nie oznacza, że wszyscy podchodzimy do budowania relacji tak samo. Jedni tworzą je w sposób luźny, bezpośredni, inni cenią sobie pewien dystans i poszanowanie precedencji (pierwszeństwa wynikającego z rangi). Umiejętność rozróżnienia upodobań daje nam ogromną przewagę – swobodę, dzięki której łatwiej się dostosować do stawianych nam oczekiwań.

O czym powinno się pamiętać podczas relacji pracownik–szef?

Dla mnie kluczem do budowania wzajemnych relacji biznesowych, nie tylko na płaszczyźnie szef–pracownik, jest wzajemny szacunek. To jedna z podstawowych zasad etykiety. Powinniśmy też mieć świadomość hierarchii, a także funkcji, którą sprawujemy. W relacjach służbowych osoby o randze wyższej lub klient mają specjalne przywileje, np. inicjowanie przejścia na „Ty”, skracania dystansu. Z precedencją i etykietą mamy do czynienia nie tylko w środowisku biznesowym. Już na studiach powinniśmy wiedzieć jak się zwracać do profesora, jak właściwie pisać e-maile, jak się zachować na egzaminie, a następnie na rozmowie w sprawie pracy.

W jednym z artykułów wspomina Pani o tym, że savoir-vivre jest niezmiernie ważny w rozwoju własnej kariery. Jak Pani to pomogło rozwinąć karierę?

Richard Gesteland – jeden z bardzo znanych i cenionych ekspertów od różnic kulturowych powiedział: „business = meeting the expectations” (biznes = spełnienie oczekiwań). Zrozumienie tego, jakie inni mają oczekiwania względem nas, jest kluczowe, a zdolność dostosowania się do tych oczekiwań – jeszcze cenniejsza. Umiejętność nawiązywania

i podtrzymywania relacji to rzecz bardzo cenna, a w tym właśnie pomaga znajomość zasad etykiety. Mnie dała ona swobodę w budowaniu relacji, poczucie bezpieczeństwa i pewność, że poradzę sobie niezależnie od okoliczności.

Czy savoir-vivre się zmienia? I czy jego zastosowanie nie zależy od firmy, w której się pracuje? Trudno sobie wyobrazić savoir-vivre w branży marketingowej czy też podczas pracy zdalnej...

Zasady savoir-vivre'u zmieniają się, dostosowując do obecnych czasów. Powstają nowe standardy, np. pisanie e-maili czy funkcjonowanie w Internecie, co nazywa się netykietą (etykietą w sieci). Podczas pracy zdalnej mamy mniejszy kontakt z innymi, ale tu również możemy korzystać z wytycznych etykiety, m.in. pisząc e-maile lub prowadząc służbowe rozmowy telefoniczne.

Choć branża marketingowa czy artystyczna wydaje nam się zwolniona ze sztywnych konwenansów, pamiętajmy, że często dochodzi do zderzenia świata artystycznego z biznesowym np. podczas nawiązywania współpracy, realizacji wspólnych projektów promujących np. daną firmę, eventów. Wówczas pracownicy agencji marketingowej powinni wiedzieć, jak się zachować na spotkaniu z Prezesem firmy, którą chcą obsługiwać: jak się zwracać, jak tytułować, jak przedstawić pracowników agencji, jak właściwie wręczyć wizytówkę... To wszystko wpływa na to, jak zostaną odebrani i może mieć znaczenie przy wyborze współpracowników – choćby właśnie agencji marketingowej.

Czy według Pani należałoby uczyć savoir-vivre'u w szkołach? W jakim wieku?

Uważam, że savoir-vivre'u i etykiety należy uczyć już od najwcześniejszych lat, począwszy od przedszkola. Z myślą o tych najmłodszych stworzyłam, ponad 3 lata temu, projekt [COOL-TURALNY MALUCH](#), w którym wzięło już udział ponad 1000 dzieci z Trójmiejskich przedszkoli. Wraz z rozwojem dzieci można poszerzać wiedzę i dostosowywać ją do poziomu uczniów klas podstawowych i ponadpodstawowych.

W temat etykiety biznesu dobrze jest wprowadzać młodzież już w liceum, w klasach maturalnych i na studiach. Uważam, że to najlepszy czas na poznawanie tych zasad. Młodzi ludzie dostają dawkę wiedzy, która pomaga im, już od samego początku, w wielu sytuacjach: w trakcie rozmów kwalifikacyjnych, na egzaminach, w budowaniu pierwszych służbowych relacji z przełożonymi, klientami. Łatwiej dostosowują się do okoliczności i środowiska, a to podobno jedna z najbardziej pożądanых cech menedżera przyszłości.

Na czym polega program Cool-Turalny Maluch?

To cykl warsztatów dla dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Projekt powstał z myślą o maluszkach, po to, by oswajać je z kulturalnym zachowaniem, sprawiać, by było ono naturalnym nawykiem, a nie odświętnym przymusem. Staram się wspierać tym programem starania wielu rodziców i nauczycieli, dla których kulturalne zachowanie ich pociech jest bardzo ważne.

Program zakłada realizację 30 warsztatów rozłożonych na 3 lata. Przez niemalże cały okres edukacji przedszkolnej dzieci utrwalają wiedzę z zachowania przy stole, na urodzinach, podczas rozmowy, powitań itp. Bawią się, testują, ćwiczą, a wszystko związane jest z kulturalnym zachowaniem. Staram się sprawić, żeby dzieci same dochodziły do wniosku, że kultura jest fajna.

Obecnie program realizowany jest jedynie w Trójmieście, ale od lutego wprowadziłam ten projekt na rynek franczyzowy i istnieje możliwość zdobycia licencji do prowadzenia tych warsztatów w każdym mieście. Uważam, że to ciekawa alternatywa dla absolwentów kierunków pedagogicznych, i nie tylko.

Jak te warsztaty mają się do całego systemu edukacji?

Te warsztaty wpisują się w założenia programowe i wytyczne dla przedszkoli, które kładą coraz większy nacisk na edukację przedszkolaków w tym zakresie. Wiele placówek realizuje tematy związane z savoir-vivre samodzielnie. Inne mogą skorzystać z gotowej i sprawdzonej formuły, jaką jest mój program. Mam głębokie przekonanie, że te warsztaty są bardzo potrzebne i niezależnie od tego, jak ta wiedza jest przekazywana, kluczowe jest, by dzieci miały z etykietą stały kontakt.

Dlaczego to jest tak ważne, by uczyć dzieci kultury?

Myślę, że najlepiej oddadzą to słowa Jana Władysława Dawida „Źle zbudowany dom można rozebrać i zbudować od nowa, ale źle wychowanego człowieka nie da się wychować drugi raz”.
Podpisuję się pod tym!

Bardzo dziękuję za rozmowę.

Z Dagmarą Łuczka rozmawiała Patrycja Pancierz

[Akademickie Biuro Karier UP](#)