

Prvih sedam je najvažnije – moć osobnog dojma



Sve što treba je letimičan pogled, možda samo tri do sedam sekundi, i vi ste procijenjeni, ocijenjeni i o vama je formirano mišljenje. Drugi ga donose na temelju vašeg izgleda, govora i govora tijela, manira, stava i stila odijevanja.



Elena Cvjetković

Razna istraživanja, izvještaji, knjige i radovi utemeljeni na brojnim ispitivanjima tvrde da imate od tri do sedamnaest sekundi u interakciji sa strancima prije no što o vama stvore svoje mišljenje, no možemo reći da je prosječna

vrijednost koja se spominje – prvih sedam sekundi.

Nakon tridesetak sekundi, vrlo je vjerojatno da je druga osoba o vama formirala vrlo dugotrajno mišljenje, recimo čak i doživotno.

Mijenjanje tog prvog dojma može zahtijevati vaš kontinuirani napor u vremenu, i mnogostruko više uloženog vremena i energije. Bez obzira radi li se o sastanku s poslovnim partnerima, izvještaju Upravi tvrtke, razgovoru za posao ili prvom „sudaču“ – sat kuca isto.

U jednom istraživanju provedenom 2000. godine, psiholozi su došli do zaključ-

ka da je potrebno 10 do 15 sekundi gledanja video snimke kako bi promatrač formirao dugotrajno mišljenje o drugoj osobi. Iako nedostaje „treća“ dimenzija, osobni kontakt, vrijeme ostavljanja prvog dojma također je iznimno kratko.

Ovo se ponavlja u svakom novom susretu. Bez obzira promatrate li to s poslovne ili osobne strane, važno je znati kako ostaviti dobar prvi dojam. Možda ste genijalni marketingaši, briljantni IT-jevci, financijski magovi – no to ništa neće pomoći u onih opisanih sedam sekundi, ako je dojam kojeg ostavite sasvim promašen.

ŠTO UTJEČE NA FORMIRANJE PRVOG DOJMA?

Mnoštvo elemenata komunikacije, i verbalne i neverbalne (slavni *Body Language*). I nije važno samo što govorite, važno je kako to govorite. Vaš osobni stil govora utječe na prvi dojam, možda i puno više no što bi to itko od nas želio. Onaj tko nas sluša donosi svoje ocjene naše inteligencije, kulturne ra-

zine, stupnja obrazovanja, liderskih ili managerskih sposobnosti, sve to unutar otprilike jedne izgovorene rečenice.

Utječe i to kako ste odjeveni, kakav imate stav, kako stojite, kako koristite ruke, facijalne ekspresije, asertivnost/agresivnost/pasivnost, način rukovanja, način stiska ruke, smjer pogleda, pa čak i miris. Čak je i zbroj svih tih pojedinačnih vrijednosti vrlo često veći od činjeničnog stanja: sinergija je vrlo, vrlo jaka.

„Snimanje“ drugih uistinu je poput naglog „klika“ fotoaparata: primijećeni ste, fokusirani, snimljeni. Slika je razvijena, pohranjena duboko u memoriji i ostaje – vrlo trajno. Vrlo često, elementi upravo te, prve slike, vrlo su istiniti, pogotovo ako ste uvježbali vjerovati svojim instinktima.

PRVI DOJAM I UTJECAJ NA POSLOVANJE

Neki nose uniforme. Neki imaju pisani *dress-code*, česti su i nepisani. Bankara mogu prepoznati s udaljenosti od stotinjak metara, neke profesije jednostavno imaju „svoj stil“.

Neki misle da je to važno samo za osoblje u neposrednom kontaktu. Tako imate situacije da u jednoj banci službenici za šalterom nose uniforme, no svi osobni bankari i ostali radnici dolaze na radno mjesto s „trenutnom inspiracijom“. Odgovorno tvrdim da se to jednostavno primijeti. Ostavlja dojam. I to površnosti.

Neke jednostavno nije briga. Kupce je. U situaciji kad vam je svaki važan, ovo se baš ne može zanemariti, zar ne? S dru-

Psiholozi su došli do zaključka da je potrebno 10 do 15 sekundi gledanja video snimke kako bi promatrač formirao dugotrajno mišljenje o drugoj osobi. Iako nedostaje „treća“ dimenzija, osobni kontakt, vrijeme ostavljanja prvog dojma također je iznimno kratko.

ge strane, možda imate zaposlenike u tvrtki koji jednostavno nisu svjesni dojma koji ostavljaju i jednostavno ne razmišljaju o tome kakvu vrstu osobnog utjecaja bi trebali ostvarivati svakog dana, iz dana u dan.

Imate i situacije kada su ljudi koji su savršeno uspješni u svom području rada odjednom suočeni s kontaktima koje prije nisu morali ostvarivati, primorani javno nastupati ili dati puno više „težine“ porukama koje prenose. Uspješni ste manager, no naglo ste odabrani za osobu koja mora dati izjavu na tiskovnoj konferenciji s nekoliko desetaka novinara, fotoreportera i snimatelja? Napravili ste cjelovit projekt sa svojim timom, ali sada ga treba prezentirati top-managementu (čitaj: tražiti odobrenje sredstava)? Odlazite na važan sastanak, onaj koji može biti prekretnica vaše karijere, ali svjesni ste da su vam rukavi prekratk i košulja neudobna? Vjerujemo da ste ipak proveli neko vrijeme razmišljajući ispred otvorenog ormara. I pomoć bi bila tako dobrodošla.

Bilo da radite s klijentima, kupcima, pružate usluge ili vodite pregovore, prezentacije ili predavanja, trebate biti svjesni da o prvom dojmu ovisi i naš osobni utjecaj. I vrlo je vjerojatno da je to put kojeg je vrlo teško prijeći u usamljenosti. Potrebna stručna pomoć višestruko je isplativa, počevši od računanja dobivenih poslova, realiziranih prilika, trajnog dojma koji ostaje iza vas ma gdje išli. Vjerujemo da je *coaching*, kao visoko individualizirani pristup u kombinaciji sa savjetima osobnog stilista pravo rješenje, dobar put da osmislite svoj nastup, dobijete podršku, konstruktivne povratne informacije i alate kojima možete poduzeti prave korake prema realizaciji svojih ciljeva.

Evo par stvari na koje možete obratiti pozornost kada se pripremate za poslovni sastanak:

ODJENITE SE U SKLADU S PRILIKOM

Možda preširoko postavljeno, ali zaista se možete nagledati neprimjerno obučeni ljudi. Možda mislite da su danas sva pravila odijevanja *passé*, ali u poslovnom svijetu ipak nisu. Danas su pravila možda malo opuštenija, no ne uvijek i ne svugdje. Lakše je ako vam pozivnica govori „formal“ ili „casual dress“, no ako niste sigurni: pitajte. Raspitajte se među poznanicima koji također dolaze ili izravno pitajte organizatore. Jedno pitanje manje

spašava vas od totalnog promašaja. Ključno je to da usklađivanje odjeće s prilikom podrazumijeva i dozu umjerenosti. Nema potrebe da obučete odijelo iz posljednje Brioni kolekcije ili sijevate crvenim potplatima cipela s petama od četrnaest centimetara, bit je u skladu i odijevanju koje odražava vašu osobnost. Pretjerivanje se često doživljava kao pomanjkanje dobrog ukusa. Odjeća vam treba pristajati i, ako to već moramo reći, biti čista. Ne želite da prije no što otvorite usta ljudi pomisle: „Neuredno izgleda, neuredan/neuredna je u poslu...“

GOVORITE JASNO

Jasno je razgovijetno i ne pretiho, niti preglasno. Zaista je teško naprezati se kako bi uhvatili koju riječ svog sugovornika/sugovornice koji zборе sebi u bradu, ili mrštiti se nad pritiskom previše decibela. Fokusirajte se na govor u umjerenom ritmu, moduliranim glasom. I ne bojte se jasno izgovarati riječi! Koliko god bilo simpatično govoriti u bilo kojem od hrvatskih dijalekata, bolje – ne, pogotovo ako niste sigurni da vas svi dobro razumiju. Jezični standard jedino je dobro rješenje. Nadalje, budite ljubazni i pokažite da se pročitali barem bonton za djecu.

SLUŠAJTE AKTIVNO

Umijeće aktivnog slušanja prednost je koja vam donosi dodatne bodove. Svatko voli kad ga se pažljivo saslušša, postavi koje potpitanje, uistinu čuje ono što se govori. Nastojite ne prekidati govornika, „upadanje“ u riječ je zaista iritantna navika.

ZAPAMTITE IME OSOBE S KOJOM RAZGOVARATE

Svi poslovni ljudi koji su u ekstenziv-


Savjeti Poslovnog savjetnika

- Odjenite se u skladu s prilikom!
- Govorite jasno!
- Slušajte aktivno!
- Pamтите imena sugovornika!
- Fokus stavite na osobu s kojom razgovarate!

nim kontaktima s mnoštvom ljudi u svom svakodnevnom poslovanju imaju isti problem - popamtiti sva ta imena. U stvari, imena čak i zapamtite, ali povezivanje imena s osobom? Prilikom upoznavanja potrudite se zapamtiti ime osobe s kojom ste se upravo rukovali, i to joj pokazati. Pomaže primjena svih mogućih trikova za pamćenje: povezivanje imena s nekom karakteristikom osobe, rimovanje imena s predmetom (Ana-Banana), višestruko ponavljanje imena osobe u razgovoru. Osim što ćete tako vi bolje zapamtiti ime, dat ćete svom kontaktu osobniji dodir, pokazati da vam je stalo.

DRUGI SU PRVI

Neka centar pozornosti bude na osobi s kojom razgovarate. Pokušajte izbjeći poriv da budete u centru pažnje, i probajte ne govoriti samo o sebi: „Kad sam ja...“ Pustite druge da govore, slušajte ih pažljivo. Ne zaboravimo, i vi formirate svoje mišljenje o njima. Dajte im priliku da se pokažu u punom svjetlu.

Naravno, ovo nije sve niti je isto za svakoga. Upravo zato podržavamo individualni pristup. Osvještavanje dojma obično pomaže i daljnjem „brušenju oružja“: uz razumijevanje, podršku i usvajanje komunikacijskih alata možemo tvrditi da ćete znati ostaviti prvi dojam, pa i drugi i treći put. 

Nazovite svog poslovnog savjetnika

TELEFONSKI SAVJETI SAMO ZA PRETPLATNIKE

Tel. 01-4836 106

Putem PIN-a / nalazi se na računu za pretplatu

Svakim radnim danom od 9.00 do 13.00 sati