

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА СТИЛЯ



ДРЕСС-КОД
УСПЕШНОЙ
ЖЕНЩИНЫ

KRASOTA. Безупречный стиль

Наталия Найденская

**Золотые правила стиля.
Дресс-код успешной женщины**

«ЭКСМО»

2016

УДК 646.4
ББК 37.279

Найденская Н. Г.

Золотые правила стиля. Дресс-код успешной женщины
/ Н. Г. Найденская — «Эксмо», 2016 — (KRASOTA.
Безупречный стиль)

ISBN 978-5-699-92975-7

Эта книга – полный свод правил безупречного стиля для деловой женщины. Вы узнаете, какой костюм надеть для переговоров, встреч с клиентами, презентаций, деловых ужинов, светских мероприятий, отдыха и путешествий – в зависимости от страны вашего пребывания. Как правильно подобрать аксессуары – сумку, туфли, украшения – в зависимости от ситуации и статуса. В качестве бонуса – чек-лист покупок, формула для расчета вашего персонального коэффициента консервативности, восемь способов завязать платок со схемами (на оборотной стороне суперобложки). В книгу вошли лучшие фрагменты бестселлера «Библия стиля. Дресс-код успешной женщины».

УДК 646.4
ББК 37.279

ISBN 978-5-699-92975-7

© Найденская Н. Г., 2016
© Эксмо, 2016

Содержание

Введение	8
Золотые правила гардероба	9
Дресс-код. Бизнес	13
Из чего складывается корпоративный имидж	15
Дресс-код в современном бизнесе	17
Первые впечатления – прочные впечатления	20
Жесткость, женственность или сексуальность?	24
История делового костюма	30
Виды деловых костюмов	32
Цвет в деловой одежде	40
Цвет для успеха	41
Деловая палитра	42
Цвет и впечатление	44
Презентация или официальное выступление	47
Статус	49
Часы и статус	50
Сумки и статус	53
Очки и статус	54
Шелковый платок и статус	56
Встреча с клиентами совещание, переговоры, заседания	60
Конец ознакомительного фрагмента.	61

Наталия Найденская, Инесса Трубецкова

Золотые правила стиля: дресс-код успешной женщины

Во внутреннем оформлении использованы иллюстрации:

Flipser, Vectomart, Merlinul, Lorelyn Medina, MCM LXXVI / Shutterstock.com

Используется по лицензии от Shutterstock.com

100 предметов, которые должны быть в бизнес-гардеробе

5 КОСТЮМОВ

- 1 формальный
- 1 брючный
- 1 костюм-тройка
- 1 зимний
- 1 летний

4 ЖАКЕТА

- 1 твидовый
- 1 шерстяной
- 1 кожаный
- 1 блейзер

7 БЛУЗОК

- 1 белая хлопковая
- 2 шелковых
- 2 с рисунком
- 1 с короткими рукавами
- 1 нарядная

5 ЮБОК

- 2 прямые
- 1 в складку
- 1 трикотажная
- 1 нарядная

9 ПАР БРЮК

- 2 прямых
- 2 слаксов
- 3 джинсов
- 1 нарядные
- 1 летние

6 ПЛАТЬЕВ

- 1 платье-футляр
- 2 с рукавами
- 1 черное
- 2 летних

15 ТРИКОТАЖ- НЫХ ВЕЩЕЙ

- 2 твинсета
- 2 пуловера
- 3 водолазки
- 1 свитер
- 5 футболок
- 2 майки

10 АКСЕССУАРОВ

2 шелковых платка
2 пары перчаток
2 часов
3 ремня
1 солнцезащитные очки

20 УКРАШЕНИЙ

5 пар сережек
2 броши
3 цепочки
4 ожерелья
2 браслета
4 кольца

6 ПАР ОБУВИ

2 пары лодочек
1 лоферы
1 сапоги
1 мокасины
1 вечерние босоножки

4 СУМКИ

1 деловая
1 с длинными ручками
1 сумка-портфель
1 вечерная

6 ПРЕДМЕТОВ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ

2 пальто
1 полупальто
1 тренч
1 куртка
1 вечернее пальто

3 ПРЕДМЕТА ВЕЧЕРНЕЙ ОДЕЖДЫ

1 нарядный костюм
1 коктейльное платье
1 вечерное платье

НИЖНЕЕ БЕЛЬЕ

ОДЕЖДА ДЛЯ СПОРТА И ХОББИ

Введение

Внешний вид – это отнюдь не последняя деталь образа успешной деловой женщины. По тому, как одет человек, опытные переговорщики могут составить полное представление о нем: насколько он ответственен, надежен, компетентен и т. д. Одежда накладывает отпечаток и на поведение. Вспомните, как вы себя ведете, когда одеты в строгий деловой костюм или джинсы. Возможно, вы этого и не замечаете, но окружающие вас люди видят, что в деловом костюме вы более собраны, сдержаны, организованы и серьезны. А вот если вы одеты в неформальную одежду, то и ваше поведение становится менее формальным, а порой даже и фривольным. Поэтому вполне закономерно, что мир бизнеса и деловая среда накладывают свои требования к внешнему виду. Приглашение на официальное мероприятие или корпоративный вечер, выезд с коллегами на загородный пикник или прием по случаю юбилея компании – в каждом случае требования к внешнему виду различны.

В нашей книге мы предлагаем разобраться в таких понятиях, как «дресс-код», «униформа» и «деловой стиль». У нас довольно часто подменяют одно понятие другим, не вникая в его суть. Поэтому для многих «дресс-код» стал синонимом «униформы». А это абсолютно неверно. На самом деле это понятие гораздо шире. Дресс-код – это тоже один из символических языков общения, знание которого указывает на заинтересованность в установлении партнерских отношений и на умение договариваться с другими людьми.

Золотые правила гардероба

«Когда ты одета хорошо, другие замечают тебя, когда плохо – твою одежду».

Коко Шанель

Независимо от того, кто вы – консервативный финансовый директор или модный редактор глянцевого журнала, если вы выглядите преуспевающе – это уже первый шаг на пути к успеху. Безупречный внешний вид позволяет вам эффективно общаться с начальством, клиентами и коллегами. Опрятность, привлекательность, элегантность – вот три главных принципа делового гардероба. Деловая одежда обязательно должна быть к месту и не вызывать раздражения. Если ваш внешний образ не на должном уровне, это плохой старт. Вот почему золотые правила гардероба так важны в бизнесе.

1 Чтобы не спешить утром – заранее проведите учет. Переместите всю одежду, в которой вы ходите на работу, на самое удобное место в шкафу. После этого распределите ее по категориям: блузки к блузкам, брюки к брюкам и так далее. В результате достаточно будет взглянуть на открытый шкаф, чтобы выбрать вещи для наступившего дня.

2 Сверяйтесь с ежедневником. Если вам заранее известно, что во вторник у вас переговоры, а в пятницу – ответственный ланч, глупо отчаянно перебирать костюмы в последний момент, рискуя опоздать и испортить свою репутацию. Лучше всего продумать свой наряд с вечера, как, впрочем, и привести в порядок свои мысли.

3 Избегайте ловушек. Даже самые любимые и проверенные вещи нуждаются в починке. Они не должны попадать в поле вашего зрения, пока не побывают в химчистке, у портного или обувщика. В противном случае можно попасть впросак, надев на важную встречу блузку с оторванной пуговицей или брюки с пятном. Многие работающие женщины делают так: складывают нуждающиеся в ремонте вещи в сумку и ставят ее у входной двери.

4 Не одевайтесь слишком броско. Если вы одеты так, что люди обращают внимание прежде всего на ваш наряд, то это гарантированно будет отвлекать их от делового общения с вами. Ваша задача – в первую очередь привлечь внимание окружающих к тому, что вы говорите или делаете. Классический неброский темно-синий или серый костюм всегда подчеркнет ваши деловые качества.

5 Посмотрите на тех, кто находится вокруг вас. Лучший способ определить, как следует одеваться, – это приглядеться к тем, кто преуспевает в вашей профессиональной области, к тем, чьи достижения вызывают ваше восхищение. Листая деловые журналы, отмечайте фото видных представителей интересующей вас сферы бизнеса и анализируйте стиль их одежды и аксессуаров.

6 Постоянство внушает доверие. Если изо дня в день вы придерживаетесь одного стиля в одежде, то на окружающих это производит впечатление стабильности. Постоянство способствует росту доверия к вашим словам и делам. Но нежелательно два дня подряд приходить на работу в одной и той же одежде.

7 Не забывайте о мелочах. Детали подчеркивают вашу индивидуальность. Делайте ставку на те аксессуары, которые выражают ваш статус и вызывают у окружающих желание сделать вам комплименты.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДРЕСС-КОД		СИТУАЦИЯ
БИЗНЕС		
Bb	BUSINESS BEST	Презентации, формальные встречи, важные официальные переговоры
Bt	BUSINESS TRADITIONAL	Обычный рабочий день, встречи с клиентами, совещания, переговоры, заседания
Bc	BUSINESS CASUAL	«Рабочая пятница», выездные семинары, библиотечные дни, неформальные дневные встречи
Btr	BUSINESS TRIP	Деловая поездка
Ba5	BUSINESS AFTER 5	Корпоративные и общественные мероприятия
CASUAL		
Cc	CITY CASUAL	Общественные мероприятия в городе
Cv	CASUAL VILLAGE	Загородные мероприятия на открытом воздухе и в помещениях
Cr	CASUAL REGION	Региональные и международные поездки
Ctr	CASUAL TRAVEL	Путешествие, отпуск
Csp	SPORTY CASUAL	Спортивные мероприятия
Cn	NAUTICAL CASUAL	Морские круизы, регаты, соревнования
Cd	CASUAL DRESSY	Вечерние мероприятия, семейные праздники и ужины
СВЕТСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ		
WHITE TIE ULTRA-FORMAL TIARA		Парадное официальное мероприятие, вручение Нобелевской премии, прием у королевы, бал, дипломатический прием
BLACK TIE		Торжественные официальные и светские мероприятия, номинации и премии
BLACK TIE CREATIVE		Тематическое вечернее мероприятие
BLACK TIE OPTIONAL BLACK TIE INVITED		Светские и корпоративные праздничные мероприятия, где смокинг для мужчин необязателен или приветствуется вечернее платье
FORMAL		Премьеры, гала-концерты, светские приемы
SEMI-FORMAL		Юбилеи и праздничные мероприятия
COCKTAIL		Вечерние и полувечерние мероприятия
GRAY HAT		Утренние свадебные мероприятия, дневные торжества и престижные скачки

	ОПИСАНИЕ ОДЕЖДЫ
	Формальный деловой костюм энергичного цвета: пиджак и юбка; белая блузка, черные лодочки, тонкие телесного цвета колготки, статусные аксессуары и украшения
	Деловой костюм высокого качества, светлая блузка, одноцветная или с геометрическим рисунком спокойных тонов, строгая обувь на среднем каблуке, тонкие колготки, деловые аксессуары
	Неформальный деловой костюм или блейзер, кардиган, тонкий качественный однотонный трикотаж, брюки, джинсы, слаксы, обувь на низком каблуке
	Комфортный и сдержанный деловой костюм или блейзер и брюки, рубашка или трикотажный топ, деловая обувь на низком каблуке
	Модный деловой костюм, нарядная блузка или топ, дорогие аксессуары и украшения
	Качественный трикотаж, брюки, модные джинсы и обувь
	Удобная многослойная одежда по погоде
	Одежда, соответствующая особенностям региона
	Универсальная удобная одежда и обувь с учетом климата
	Одежда с атрибутикой мероприятия
	Одежда в сине-белых тонах с морской символикой
	Дорогая, брендовая и качественная одежда, подчеркивающая индивидуальность
	Длинное вечернее платье с низким декольте и шлейфом, перчатки, формальные вечерние туфли, вечерняя сумочка, элегантная накидка или палантин, драгоценные украшения
	Длинное или недлинное вечернее платье, открытые туфли
	Недлинное вечернее платье, нарядный костюм, модные открытые туфли
	Вечернее или коктейльное платье, нарядный костюм, женский смокинг, открытые туфли
	Вечернее платье, нарядный костюм, лодочки
	Нарядный костюм, коктейльное платье, нарядная открытая обувь
	Коктейльное платье, вечерние босоножки
	Плате, длинный жакет, лодочки, шляпка

Дресс-код. Бизнес



Деловой стиль – это не новомодное изобретение, а продукт, созданный временем. Этот стиль формировался на протяжении двух столетий и продолжает меняться на наших глазах. Он как губка впитывает в себя моду, превращая ее в классику.

По международным стандартам в деловом стиле ценятся сдержанность, высокое качество одежды, отсутствие ярких, привлекающих внимание аксессуаров. В целом это классический стиль одежды с присущим ему консерватизмом. Такой стиль позволяет современной бизнес-леди создавать необходимое настроение для рабочей обстановки в офисе или на деловой встрече. Пренебрежение правилами этого стиля может стать причиной многих неудач. Деловой стиль предписывает отдавать предпочтение вещам классического покроя: полуприлегающий силуэт, юбка длиной до середины колена или, если есть что показать, чуть-чуть выше. Мини и макси в деловом мире недопустимы, они смотрятся нелепо. Классический офисный костюм – одна из наиболее востребованных категорий одежды в деловом стиле. В офисах всех стран мира он транслирует сообщение владельца: «Я свой, играю по общим правилам».

Опрятность и элегантность делового костюма позволяют не отвлекаться, чувствовать себя комфортно, как с практической точки зрения (не вдумываться, как сесть, чтобы не помялось, как встать, чтобы все складки были на месте), так и с психологической – он позволяет чувствовать себя на работе в соответствующей атмосфере. Однако женщина и в бизнесе остается женщиной, поэтому она всегда будет стремиться внести в свою рабочую одежду хоть немножечко шарма. К тому же умение нравиться, согласитесь, тоже помогает в карьере.

Чтобы успешно мимикрировать под рабочую среду, следует учитывать, по каким правилам там играют. Возможно, нужен не строгий костюм, а smart casual. Есть области, где требования к офисной одежде традиционно нестрогие, например рекламные агентства, редакции журналов и т. п. В бизнес-обстановке одежда должна быть такой, чтобы не задевать

вкусов большинства, не раздражать, не бросаться в глаза, не вызывать лишних эмоций. Жалеть деньги на деловую одежду не стоит: от того, как вы выглядите, на самом деле зависит многое.

Известного модельера Пьера Кардена как-то спросили, что значит «быть хорошо одетым». Он ответил так: «Хорошо одетым можно назвать человека, который считается с собой и с другими». Действительно, одежда говорит без слов не только о нас самих, но и о нашем отношении к другим людям.

Деловой стиль – это не только одежда, но и манера поведения. Это доброжелательность, внимательность и вежливость по отношению к окружающим. «Относитесь к людям так, как вы хотите, чтобы они относились к вам» – золотое правило общения. И конечно же, основная составляющая любого общения – доброжелательная, искренняя улыбка. Как бы вы ни были элегантно одеты и ухожены, отсутствие улыбки и напряженный недобрый взгляд сведут на нет все обаяние делового образа. Поэтому не забывайте про улыбку и всегда помните, что доброжелательное и вежливое отношение к окружающим – залог успеха.

Из чего складывается корпоративный имидж

Деловым людям и их фирмам крайне важно отличаться от других, очень похожих организаций, с которыми они делят рынок. Когда специфика и качество услуг близки, можно уповать лишь на неповторимый имидж своей компании.

ВНЕШНИЙ ИМИДЖ	
Фирменный стиль	Репутация
❖ Имидж фирмы Бренд, логотип, слоган, товарный знак, цветное и графическое оформление деловых бумаг, дизайн офиса, упаковка продукции	❖ Реклама Рекламные кампании, вывески, связи с различными средствами массовой информации
❖ Имидж персонала Фирменная одежда и поведение сотрудников и руководителей	❖ PR-мероприятия Выставки, публичные выступления, благотворительные акции

ВНУТРЕННИЙ ИМИДЖ	
Корпоративная политика	Корпоративная культура
❖ Философия компании Идеология, понятия, цели, задачи, права и основные принципы работы, нормативная документация, например кодекс одежды	❖ Фирменное поведение Корпоративные мероприятия, общение и взаимодействие между сотрудниками, с клиентами, партнерами, конкурентами и пр.
❖ Стиль управления Демократический или консервативный, отношение начальства к сотрудникам и работе	❖ Внутренние правила Соблюдение дресс-кода, ношение униформы, регламент, нормы и режимы работы в фирме, штрафные санкции

Имидж фирмы на треть состоит из фирменного стиля и атрибутики, а остальные две трети создаются в массовом сознании людей. И если фирма не позаботится о своем лице, люди вполне обойдутся собственным опытом и воображением.

Имидж может быть различным для разных групп людей: для широкой общественности решающее значение имеет гражданская позиция компании, для партнеров – ее высокая конкурентоспособность. Кроме того, существует внутренний образ организации – представление о ней своих сотрудников.

ИМИДЖ ФИРМЫ СКЛАДЫВАЕТСЯ ИЗ ВНЕШНЕГО И ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА

Внешний имидж состоит из фирменного стиля и репутации и создается сотрудниками фирмы (качеством и спецификой обслуживания), а также приглашенными специалистами, например рекламным или PR-агентством.

Внутренний имидж состоит из корпоративной политики и корпоративной культуры и создается руководством, менеджерами, администраторами всех уровней. Деловая женщина, формируя собственный образ, должна учитывать его соответствие имиджу компании, в которой она работает, а также специфике своей профессии и отрасли в целом.

Дресс-код в современном бизнесе

Дресс-код в бизнесе – это часть корпоративной культуры компании, отражающая требования к внешнему виду сотрудников и руководителей в соответствии с философией и стилем управления фирмы.

КОДЕКС ОДЕЖДЫ В КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ

Кодекс одежды применительно к деловой среде понимается как стиль одежды, рекомендованный или обязательный не только для работы в офисе и деловых переговоров, но и для командировок, и даже для неформального общения с коллегами.

В крупных западных корпорациях требования к костюму бывают очень жесткими: на нескольких листах детально прописано, как работник компании должен быть одет, оговаривается абсолютно все – от причесок до процента содержания полиэстера в ткани костюма, от цвета юбки до высоты каблучков. Мелочь на первый взгляд, но из таких мелочей и складывается имидж и человека, и целой компании. Обычно кодекс одежды предусматривает послабление по пятницам, когда разрешают надеть обувь на низком каблуке и пиджак заменить на трикотаж.

Дресс-код помогает соответствовать должности («я – руководитель», «я – член команды»), а также месту и ситуации. Кодекс одежды условно делят на три разновидности – «официальный», «административный», «форменный».

Официальный кодекс одежды – требования для руководителей, проводящих общие совещания, переговоры и официальные встречи, что предусматривает ношение формальных деловых костюмов.

Административный кодекс одежды – рекомендации и ограничения относительно повседневной одежды на работе.

Форменный кодекс одежды предписывает работникам служб курьерской и транспортной доставки, технического обслуживания и т. п. в обязательном порядке носить специально сшитую униформу.

РОССИЙСКИЙ ОФИСНЫЙ ДРЕСС-КОД

В российских компаниях уровень зарплаты в основном ниже, чем в зарубежных, системы кондиционирования воздуха установлены не везде (к тому же цены на одежду у нас выше, чем на Западе), поэтому руководство часто не требует строгого следования дресс-коду. Однако на важных мероприятиях сотрудники должны быть одеты по всем правилам. В целом в российских компаниях существует облегченный, по сравнению с западным, свод правил, который сотрудники стараются соблюдать. В случае его нарушения жесткие санкции не применяются.

Условно компании делятся на три типа по наличию дресс-кода:

- ♦ обязательное – авторитарное навязывание дресс-кода начальством для всех сотрудников;
- ♦ желательное – демократическое внедрение; дресс-код не навязывается, а как бы разрабатывается самими сотрудниками и ими же принимается;
- ♦ отсутствие дресс-кода в компании.

Самые жесткие правила царят в финансовых структурах, юридических и консалтинговых компаниях. Впрочем, и здесь тон задают первые лица корпорации, и порой их взгляд на одежду сотрудников может быть вполне демократическим. Если же президент и его заместители игнорируют корпоративные праздники, забывают о деловом дресс-коде и о своих социальных обязательствах, то сотрудники также будут манкировать корпоративной этикой.

Соблюдение дресс-кода – очень щепетильный момент для российской ментальности, поскольку многие трепетно относятся к своей внешности и не позволяют себя критиковать. Нередко менеджеры увольняются, потому что не согласны с политикой руководства в отношении дресс-кода. Однако в любом случае на работе абсолютно недопустимы яркий макияж, мини-юбки, колготки в сеточку, одежда и обувь спортивного типа.

Соппротивление дресс-коду – бесполезное занятие. Ведь строгий и подтянутый внешний вид уже с утра настраивает на рабочий лад и помогает избежать небрежности в одежде.

ПРИМЕР КОРПОРАТИВНОГО КОДЕКСА ОДЕЖДЫ

Запрещено носить следующие вещи	
❖	трикотажные майки
❖	трикотаж с видимым указанием торговой марки
❖	короткие юбки
❖	прозрачную и обтягивающую одежду
❖	узкие брюки
❖	шорты
❖	цветные и ажурные чулки (голые ноги также недопустимы)
❖	сапоги
❖	обувь на очень высоком каблуке
❖	солнцезащитные очки (они также не должны лежать на столах сотрудников и в любых других открытых местах)
❖	обувь без задника и сандалии

Рекомендовано носить следующие вещи

- ❖ **Костюм:** однобортный пиджак с одной пуговицей и узкая юбка одного цвета (темно-синего, серого, черного, цвета бургундского вина), из чистой шерсти.
- ❖ **Блузка:** белая, бежевая, пастельных тонов, из хлопка или шелка.
- ❖ **Обувь:** лодочки на среднем каблуке – не выше 5 см.
- ❖ **Чулки:** тонкие телесного цвета до 15 den.

Первые впечатления – прочные впечатления

Элегантно одетые деловые женщины легко и уверенно шагают по жизни. Перед ними широко распахиваются двери самых престижных учреждений. Ничего удивительного: они владеют искусством «управлять впечатлением».

Первоначальное впечатление неосознанно формируется в первые четыре минуты общения. Затем в действие включается рассудок. Профессионализм ценится везде, но его далеко не всегда можно определить с первого взгляда. В напряженной и стремительной деловой жизни время стоит дорого, а визуальная классификация и оценка людей по внешнему облику экономят время.

В считанные минуты люди составляют мнение по тому, что видят: одежде, обуви, причёске, осанке, улыбке. И решают, стоит ли тратить время и силы на общение и последующее сотрудничество. Эти несколько минут могут повлиять на их мнение радикальным образом, поэтому очень важно контролировать то, какими вы предстаете перед внешним миром. При дальнейшей оценке человека на передний план выходят профессионализм, корректность речи и грамотная подача материала. Тем не менее, если внешний вид и манеры привлекательны, можно склонить аудиторию на свою сторону еще до того, как вы начнете говорить. Результаты всестороннего исследования механизмов общения и сотрудничества людей, впервые опубликованные в книге социолингвиста профессора Альберта Мехрабяна «Молчаливые послания» в 1971 году, показывают, что слова в первые минуты не значат почти ничего: они только на 7 % влияют на впечатление. Большее значение имеют тембр голоса, мелодичность и интонация (38 %). Львиная доля в создании впечатления, 55 %, приходится на поведение и внешность человека. Итак, вы всегда должны учитывать, что на 93 % впечатление от вас определяется тем, как вы преподнесли себя.

«По одежке встречают...»

В многоликом мире бизнеса любой работник сталкивается с проблемой: как проявить себя и зарекомендовать с наилучшей стороны? Ответ на вопрос «Какую одежду я должна носить?» очень прост: «Это зависит от обстоятельств». А именно – **от профиля деятельности, страны, от ситуации и того впечатления, которое нужно произвести.**



Профиль деятельности. Когда речь идет о деньгах, для клиентов важны традиции и стабильность, поэтому финансовая деятельность обязывает к более консервативному стилю одежды.

В рекламной сфере, где требуется проявление творческого воображения, неординарности мышления, предпочтителен наиболее модный и современный стиль одежды. К тому же богатая фантазия и способность к творчеству должны быть выставлены напоказ.

Люди, занимающиеся торговлей недвижимостью, обычно выбирают доступный, дружески-деловой стиль, но относятся с большим вниманием к деталям и аксессуарам.

Географические различия

Манера одеваться в разных городах и странах может производить совершенно разное впечатление. Стиль, который выглядит мягким и ненавязчивым в одной стране, может показаться тяжеловесным и перегруженным в другой или слишком провинциальным – в третьей. Поэтому тем, кто много путешествует, необходимо внимательно отнестись к одежде и выбрать ту, которая соответствует географии поездки.

Ситуация

В различных обстоятельствах от деловой женщины требуется вести себя по-разному. Чтобы провести презентацию для важного клиента, может потребоваться очень решительный и внушительный имидж. Сессия по групповому планированию для той же самой презентации позволяет одеться свободнее.

Впечатление

Согласитесь, мало кто из деловых женщин ставит своей задачей выглядеть нарочито непрофессионально. И вряд ли кто-то хочет производить впечатление менее обеспеченной, чем является на самом деле, – разве что при визите к налоговому инспектору. Работающие женщины часто сталкиваются с тем, что, несмотря на количество и важность выполняемой ими работы, коллеги и подчиненные относятся к ним без должного почтения и доверия. Нередко потенциальные работодатели с первого взгляда начинают сомневаться в их профессиональных навыках, а клиенты – при первой встрече проявлять недоверие. В общем, женщинам приходится долго доказывать, что на самом деле они многое знают и умеют, что им можно доверять.

Конечно, впечатление о деловой женщине формируется на основании многих факторов, и одежда – один из них. Особенно она важна при первой встрече. Одежда в данном случае есть некоторое обещание – чего можно ожидать от данной личности, что она собой представляет.

Что нужно учитывать современной бизнес-леди, чтобы произвести нужное впечатление? Стратегия известна: нужно принять так называемый «облик успешности». А тактика? Лучший путь достижения цели – привести свой имидж в соответствие с реальным (или желаемым) статусом. Никому не придет в голову с ходу отвергнуть кандидатуру топ-менеджера, который выглядит именно как топ-менеджер. Или попросить сбегать за кофе человека, который по своему виду тянет не меньше чем на коммерческого директора.

Как показывают исследования, для создания впечатления необходимо учитывать, что в бизнес-среде происходит оценка внешности по такому алгоритму: силуэт, ноги, прическа, лицо, руки. Все это автоматически отслеживает мозг самого обычного человека, а не только специалиста по имиджу. Разумеется, ухоженный вид, идеально скроенный костюм, умело подобранные аксессуары не гарантируют успеха деловых переговоров, но могут заметно повлиять на их результаты.

Существует два способа воздействия на людей: «способ убеждать» и «способ понравиться». И второй – наиболее эффективный. Главная задача – произвести целенаправленное впечатление на тех, от кого зависят успех и продвижение бизнеса. Лучше заранее продумать все элементы своего облика, которые должны соответствовать корпоративному имиджу компании, в которой вы работаете.

Так что же важнее в самоподаче – внутреннее состояние или внешний вид, правильное поведение или деловая одежда? Ответ очевиден: необходим баланс, золотая середина. Ведь, как говорится, чтобы произвести впечатление – его надо создать!

АЛГОРИТМ ОЦЕНКИ ВНЕШНЕГО ВИДА

1-й ЭТАП – СИЛУЭТ

Оцениваются только общие пропорции, осанка и силуэт, посадка костюма, его качество, цвет.

2-й ЭТАП – НОГИ

Не важно, полные ноги или худые, прямые или кривые, короткие или длинные. В первую очередь будут отмечены состояние и цвет обуви, колготок и длина юбки или брюк.

3-й ЭТАП – ПРИЧЕСКА

Ухоженные волосы и элегантная прическа подчеркивают статус и состоятельность женщины. Отрицательная оценка будет поставлена за неестественную, сильно «зацементированную» гелем или лаком прическу.

4-й ЭТАП – ЛИЦО

Прежде всего окружающие отмечают состояние кожи. Макияж предпочтительнее спокойный, маскирующий недостатки. Отрицательная оценка – за чрезмерную «раскрашенность».

5-й ЭТАП – РУКИ

Руки, как и шея, выдают возраст и социальный статус гораздо беспощаднее, чем лицо. Кожа рук не должна быть обветренной и шелушащейся. Одновременно окружающие обращают внимание на ногти, причем не на их длину или цвет, а опять же на ухоженность.

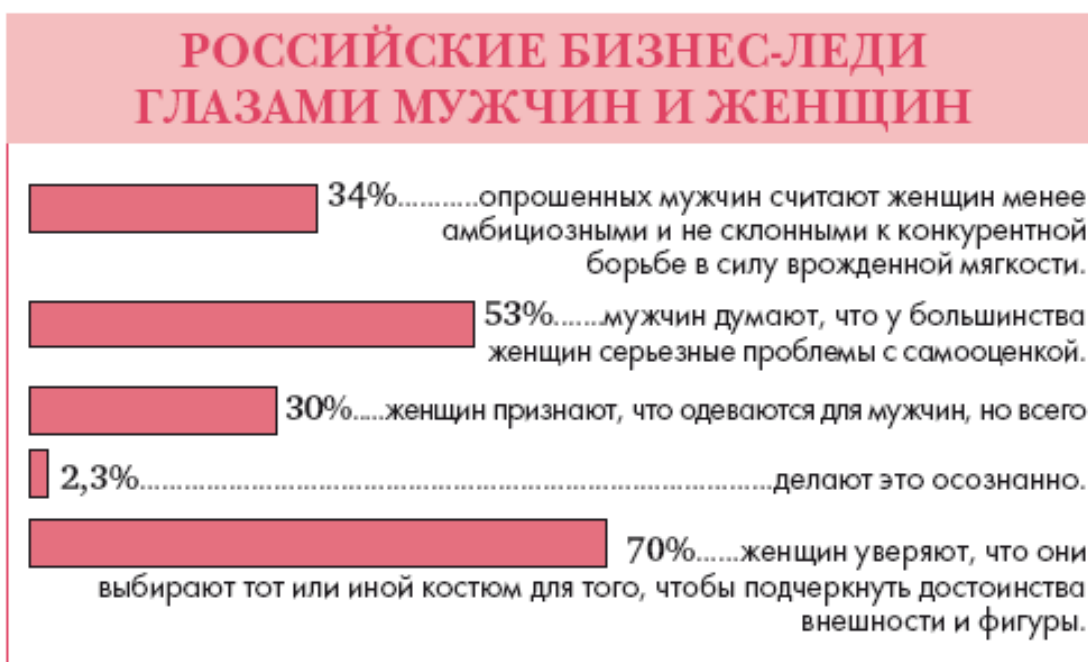


Жесткость, женственность или сексуальность?

«Мы стоим ровно столько, сколько стоят наши устремления».
Марк Аврелий

Жесткость

Мужчина в своем продвижении наверх использует чисто мужские качества – аналитический ум, напористость и т. д. Если говорят о профессионализме, то чаще всего употребляют прилагательное «жесткий». До недавних пор считалось, что подчеркнутая женственность призвана скрывать недостаток деловых качеств. Сегодня современная бизнес-леди с легкостью ладит с начальством и управляет подчиненными, пользуясь врожденным женским очарованием и незаурядным интеллектом. Успешная женщина почти всегда живет так, как ей удобно, но при этом старается, чтобы это удобство не мешало другим. Она трезво оценивает собственные возможности и никогда не станет взваливать на свои плечи непосильный груз обязанностей. Именно успешные люди в совершенстве владеют словом «нет», потому что уверены: куда хуже пообещать и не сделать, чем решительно отказаться. Успешные и все успевающие люди редко выглядят уставшими. Кажется, что все у них получается легко. Главный секрет успешных людей в том, что они работают с удовольствием и искренне любят свое дело – на что дело всегда отвечает взаимностью.



Сексуальность

Добиться немалых успехов в работе и при этом выглядеть вполне очаровательно не так уж трудно. Однако большинство женщин как будто специально одеваются так, чтобы потерпеть провал на службе. Они допускают три главные ошибки:

1. Слишком усердно следуют моде.
2. Преувеличивают собственную привлекательность.
3. Позволяют своим привычкам влиять на манеру одеваться.

Статистика неумолима: женщины, которые одеты ярко и подчеркнуто сексуально, значительно медленнее продвигаются по службе, чем их коллеги, сумевшие принять женственный, но деловой облик.

Часто глянцевого журналы для работающих женщин полны фотографий молодых привлекательных моделей в суперсовременных, но шокирующе коротких или обтягивающих костюмах, достаточно сексуальных и вызывающих. Деловые женщины знают, что слишком провокационная одежда создает одни лишь трудности, и более того – в ней можно выглядеть даже смешно.

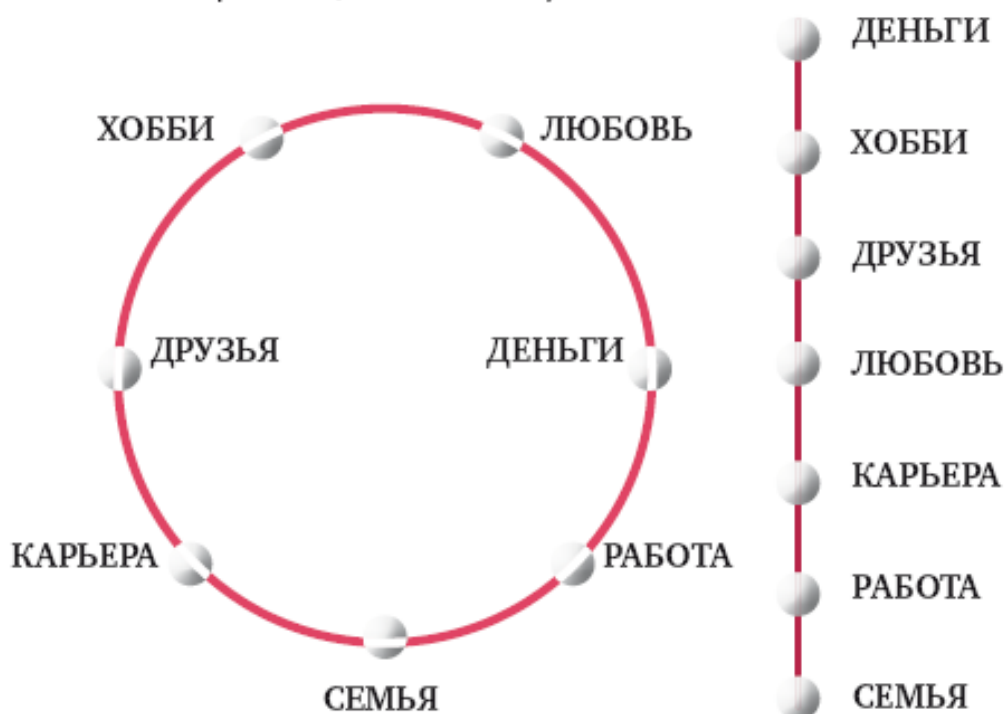
Между профессионально привлекательным видом – приятным и приемлемым для обоих полов – и видом откровенно сексуальным огромная разница. Не стоит надевать на деловые переговоры платье с большим декольте или слишком короткую юбку, обтягивающую, прозрачную или блестящую блузку – эти элементы одежды будут привлекать чрезмерное внимание. Невинное желание продемонстрировать свои ноги может вызвать у собеседников сомнение в ваших деловых способностях и указать на ваш не очень высокий социальный статус.

Женственность

Полностью отказываться от всего женственного в облике не стоит. Так уж случилось, что по природе женщины отличаются от мужчин, и совершенно незачем копировать мужские манеры и стиль одежды. Коллега или партнер должен воспринимать вас как женщину, и это вовсе не означает, что к вам относятся как к сексуальному объекту. Поскольку общение с мужчинами идет по одним правилам, а с женщинами – по другим, то для этого партнеру требуются какие-то внешние ориентиры.

ПОЧЕМУ ЛЕДИ ЖЕЛЕЗНЫЕ?

Почему при всей своей романтичности, душевной тонкости женщины ухитряются жить дольше, чем мужчины, и легче справляться с душевными травмами? Вот как объясняют американские психологи, иллюстрирующие свои выводы схемами. Женскую модель поведения можно представить как устойчивый круг: любая составляющая может быть легко исключена, и устойчивость поведения в целом не пострадает. Мужская же модель выстраивается по вертикали, и она очень уязвима.



Главная опасность, которой необходимо избегать женщине при выборе делового костюма, – его гиперпровокационность. Деловой костюм демонстрирует не только финансовые возможности бизнес-леди, но и воспитание, вкус, знание делового этикета. Поэтому женщина должна всегда помнить о правиле: если занимаешься бизнесом, нужно быть готовой пойти на определенные жертвы в моде.

Сильно приталенная или обтягивающая одежда – один из запретов в деловой обстановке. Вырез не должен быть ниже уровня подмышек, и при встречах с клиентами всегда требуется прикрывать его жакетом. Офисный наряд призван не подчеркивать контуры тела. «Костюм должен быть достаточно облегающим, чтобы показать, что вы женщина, и достаточно свободным, чтобы свидетельствовать, что вы леди», – подметила американский модельер Эдит Хед.

ВЫБОР, ОБРЕЧЕННЫЙ НА УДАЧУ	ВЫБОР, ОБРЕЧЕННЫЙ НА НЕУДАЧУ
Костюм по фигуре	Излишняя обтянутость, явно сексуальные нотки
Классический крой с подчеркнутыми плечами и качественный материал, минимум отделки	Излишний декор, оборки, кружева
Спокойные неброские цвета	Слишком яркие цвета, блеск и прозрачность

ВЫБОР ТАКТИКИ

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ	ЖЕСТКОСТЬ
СИЛА	Энергичность и умение держать удар, уверенная улыбка. Возможность стать лидером. Не каждый захочет с вами спорить или «связываться»
СЛАБОСТЬ	Для успеха предприятия важно не только умение пробивать стену лбом – чаще нужно просто уметь договориться, и это дается нелегко. Мужчины не придут в восторг от напора и агрессии, а с женщинами достичь взаимопонимания будет еще труднее
ВОЗМОЖНОСТИ	Равноправие, свобода и естественность распространяются на все жизненные ситуации, в том числе и такие, когда приходится самостоятельно перенести монитор с системным блоком на соседний этаж
УГРОЗА	Почти 100%-ная страховка от навязчивых ухаживаний и пожирающих взглядов со стороны мужчин, зависти и интриг со стороны женщин. Но не удивляйтесь, если очередная выставка или презентация пройдет без вас

	ЖЕНСТВЕННОСТЬ	СЕКСУАЛЬНОСТЬ
	Искусство нравиться – залог успеха: женственность, обаяние, привлекательная внешность и хороший вкус умело работают на карьеру	Сексуальность и максимальная эксплуатация яркой внешности привлекает мужское внимание и может подтолкнуть к ухаживаниям вместо чисто деловых отношений
	В женщине от природы заложено немало трудолюбия и ответственности, но этого недостаточно, чтобы проявить упорство, умение сконцентрироваться в любой ситуации	Даже если вы само очарование, для успешной карьеры этого мало. Коллеги с удовольствием поболтают «за жизнь», но серьезные деловые вопросы будут обсуждаться без вашего участия
	Как бы то ни было, встречают всегда по одежке. Деловая женщина, которая прекрасно выглядит, стремится к профессиональному росту и умеет «мягко, но твердо» настоять на своем, имеет девять шансов из десяти добиться поставленной цели	Декольте, слишком обтягивающие брюки или чересчур короткие юбки ассоциируются с ненадежностью и легкомыслием
	Мужчины могут недооценивать профессиональные качества, не без удовольствия будут выискивать в вашей работе массу недостатков. Наследие прошлого, мелочь, а обидно!	Все необычное или сверхсексуальное пугает, раздражает, отвлекает внимание, заставляет думать, что одетый таким образом человек не отличается глубокомыслием, его суждения и знания поверхностны

История делового костюма

Эволюция женского делового костюма – это наглядная история эмансипации. В начале нового тысячелетия прекрасному полу уже не надо с прежним рвением доказывать свою состоятельность, а значит, и нет особой необходимости скрывать свою женскую натуру под броней по-мужски скроенного костюма. Многие дамы всерьез стали пользоваться всем тем, что раньше в большом бизнесе было настоящим табу: «железные леди» поняли, что женственность и иногда даже слабость порой могут сыграть им на руку. На деловых переговорах замелькали трикотажные комплекты пастельных оттенков, которые могли быть дополнены кокетливыми юбками в стиле 50-х. Безусловно, сегодня офисный дресс-код более лоялен к модным тенденциям. Женский деловой костюм стал значительно мягче. Плечи пиджаков не такие огромные, в покрое больше свободы. Все стало более элегантно и шикарно-скромным. Главная новость – женщине больше не требуется походить на мужчину, чтобы добиться успеха. Она может оставаться самой собой и носить то, что ей нравится.

Главное ограничение, о котором нужно помнить, – деловой наряд не должен быть вызывающе сексуальным. На работе достаточно выглядеть привлекательно, а свою сексапильность лучше приберечь для выходных.

Но несмотря на свободу выбора, корпоративные дресс-коды оговаривают типичный наряд женщины, работающей в сферах большого бизнеса, права, политики или банковского дела, ориентируясь на старые как мир стереотипы: жакет с небольшими, но жесткими плечами, юбка или брюки, минимальный макияж и неброские украшения.

ЭВОЛЮЦИЯ ДЕЛОВОГО КОСТЮМА

1900–1910	Консервативная белая блузка и длинная черная юбка, минимум украшений, ботиночки на шнуровке
1910–1940	Сдержанный, аскетичный женский деловой костюм, состоящий из юбки, пиджака, туфель на невысоком каблуке
1930–1950	Простые юбки темных тонов, часто и почти мужские сорочки, защитного цвета, наглухо застегнутые
1950–1960	Мягкие приталенные жакеты и удлиненные узкие юбки, лодочки на высоком устойчивом каблуке
1960–1980	Женственный костюм в стиле Шанель, шелковая блузка, лодочки
1980–1990	«Одежда для успеха» – пиджаки или блейзеры с широкими плечами, строгие рубашки или топы, узкие короткие юбки или брюки, туфли на высоком каблукешпильке или на очень низком, крупные и яркие украшения
1990–2000	Минимализм и унисекс, брючные костюмы и стиль «леди-денди»
2000–2010	Элегантные костюмы с мягкими и сексуальными силуэтами, укороченные приталенные пиджаки и юбки, брюки, платья, лодочки и качественные брендовые аксессуары

Виды деловых костюмов

Обращаясь к новым элементам кроя, модным деталям и аксессуарам, нельзя забывать, что деловой костюм – это статусная вещь. Поэтому прежде всего он должен быть качественным и из хорошей ткани.

В бизнес-гардеробе существуют два основных вида костюма: официальный и неофициальный. Несмотря на то что теперь даже самые высокопоставленные люди позволяют себе приходить на встречи далеко не в формальной одежде, официальный костюм незаменим. Он помогает выдержать нужный тон переговоров. Женский деловой костюм может быть максимально консервативным или, наоборот, максимально женственным. По степени консервативности или декоративности костюмы делятся на пять основных видов: традиционный, консервативный, профессиональный, женственный, агрессивный.

Стоимость	Деловой костюм
\$\$\$	Celine, Burberry, Exte, Escada, Dolce & Gabbana, Strenesse, Trussardi, Gianfranco Ferre, Moschino, Prada, Salvatore Ferragamo
\$\$	Calvin Klein, Cerruti, Marella, Laurel, Max Mara, Sportmax, Rimanenze Dolci, Patrizia Pepe, Armani Collezioni, Donna Karan, Marina Rinaldi, Strenesse
\$	Caractere, Elena Miro, Max & Co, Marks & Spenser, Tommy Hilfiger, Apriori, Karen Millen, Sultanna Frantsuzova

ТРАДИЦИОННЫЙ КОСТЮМ

ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Высокоавторитарное, предпочтителен для работы в мужском или консервативном бизнесе.

ДИЗАЙН

Самый строгий, классический, без излишеств, максимально приближенный к мужскому. Состоит из пиджака и юбки.

СИЛУЭТ

Минимально подчеркивает контуры женского тела, лишен отделки и драпировок.

ЦВЕТ, РИСУНОК

Темно-синий, бордовый, черный, бежевый, все оттенки серого. Рисунок ткани – полоска и клетка.

ТКАНЬ

Роскошный по качеству материал, подчеркивающий высокий статус.



КОНСЕРВАТИВНЫЙ КОСТЮМ



ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Элегантность и безупречность делают этот костюм незаменимым при работе высокопоставленными лицами государства.

ДИЗАЙН

Костюм без декоративной отделки. Юбка прямая или зауженная книзу, классической длины – чуть ниже колена. Допустимы классические брюки, прямые со стрелочками или с защипами.

СИЛУЭТ

Полуприлегающий крой костюма спокойно подчеркивает женскую фигуру

ЦВЕТ, РИСУНОК

Вместе с нейтральными цветами используется более богатая палитра, например бордовый, баклажанный, темно-зеленый и т. д.

ТКАНЬ

Разнообразные классические костюмные ткани из качественной шерсти.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОСТЮМ

ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Демократичность костюма подчеркивает соответствующий статус работающих женщин – от «белых воротничков» до риелторов.

ДИЗАЙН

Костюм состоит из жакета с юбкой, брюками или платьем. Крой жакета разнообразный, допускаются отрезные баски, карманы, нет строгих требований к вырезу и застежке.

СИЛУЭТ

Полуприлегающий и прилегающий крой костюма подчеркивает мягкость и женственность. Жакет часто предназначен для ношения без блузок.

ЦВЕТ, РИСУНОК

Разнообразная клетка. Средние и светлые оттенки цвета. Верхняя и нижняя части костюма могут отличаться по цвету.

ТКАНЬ

Более рыхлые и фактурные ткани (различные твиды, букле).



ЖЕНСТВЕННЫЙ КОСТЮМ



ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Главная задача этого костюма отражена в названии – подчеркнуть женственность.

ДИЗАЙН

Основной акцент на юбку – как на основной атрибут женского обаяния. Фасоны могут быть самыми разнообразными.

СИЛУЭТ

Приветствуется крой, облегающий фигуру в области груди и талии.

ЦВЕТ, РИСУНОК

Костюмы в пастельных тонах с женственным декором. Допустимо сочетание однотонного пиджака с цветной юбкой.

ТКАНЬ

Тонкие женственные костюмные ткани с добавлением эластана.

АГРЕССИВНЫЙ КОСТЮМ

ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Воплощает самые смелые и оригинальные замыслы представительниц из мира моды и шоу-бизнеса. Выглядит эффектно, но мужчины могут счесть их агрессивными.

ДИЗАЙН

Фасон костюма нестандартный. Если брюки, то либо максимальный клеш, либо узкие. Если юбка, то ни в коем случае не классическая прямая. Возможны глубокое декольте, мини-юбки и даже мини-шорты.

СИЛУЭТ

Модный силуэт костюма привлекает к себе внимание смелостью кроя.

ЦВЕТ, РИСУНОК

Яркие цвета, нетривиальные рисунки, эпатажные детали и декор.

ТКАНЬ

Высшего качества, иначе костюм свидетельствует об отсутствии вкуса.



Цвет в деловой одежде

Обратите внимание, как одеты деловые женщины на бизнес-ланчах или крупных конференциях: море черных или темных деловых костюмов. Считается, что такая одежда выражает деловой настрой и уверенность в себе. Но это не так!

Несмотря на изобилие информации по стилю, моде, красоте, мы очень часто сталкиваемся с распространенными заблуждениями и ложными установками. Черный цвет в деловом гардеробе – легкий выбор для многих, он хорошо сочетается с другими цветами и некоторых действительно очень украшает. Женщина с темными волосами, яркими глазами, белоснежной или оливковой кожей может позволить себе черно-белое сочетание и будет выглядеть при этом гармонично. Но таких счастливиц не столь много, а остальные просто теряются на черном фоне. Чаще всего лицо выглядит бледным и осунувшимся, и даже интенсивный макияж спасает не всегда. Внешность женщины со светлой кожей, светлыми волосами и глазами не в состоянии конкурировать с черным цветом. Черный костюм «вылезает» вперед и не дает увидеть его обладательницу.

Поэтому нужно подумать дважды при выборе очередного «говорящего о профессионализме» костюма для офиса, в котором увидят силу, мощь, серьезный настрой на работу – всё, кроме лично вас.

Ощущение «хорошо одетой» доставляет удовольствие и повышает чувство уверенности в себе, а собственные уникальные качества вы можете подчеркнуть с помощью цвета.

Цвет выполняет три роли:

1. привлекает внимание к человеку;
2. создает определенное впечатление;
3. удерживает внимание на лице.

Куда обычно смотрят люди, когда знакомятся с кем-то? Первым делом, конечно, на лицо, чтобы оценить предполагаемый уровень интеллекта; отмечают выражение глаз и то, что говорит улыбка. Дальше – волосы, брови... Подсознательно все люди оценивают черты лица, научившись этому искусству еще в младенчестве. Неудивительно, что мы стараемся приукрасить себя, и в первую очередь – лицо и волосы, добавив яркости губам, щекам, подчеркнув цвет глаз, добиваясь главного, без чего общение невозможно: привлекаем внимание окружающих к своей персоне. И за всем этим порой забываем о цвете в одежде. Но цвет одежды на самом деле играет не меньшую роль – хотя бы потому, что площадь одежды, закрывающей тело, намного больше размера лица, и цвет вашего наряда заметен издалека. Однако цвет может не только привлекать, но и отталкивать. Если цвета наряда слишком яркие и кричащие, партнер рискует не разглядеть вас как личность: его внимание будет поглощено обилием красок. Если же на вас нечто скучное и невыразительное, вас могут попросту не заметить!

Быть увиденными и оцененными по достоинству – это так же важно для эмоционального комфорта, как пища важна для физического здоровья. Когда мы, не осознавая того, используем цвет в качестве инструмента маскировки, мы теряем возможность получить столь нужные нам сигналы одобрения. Но для того, чтобы вас заметили, нужно, чтобы вас сначала увидели! В буквальном смысле слова.

Цвет для успеха

Цвет одежды и аксессуаров работает на вашу привлекательность, когда он гармонирует с природными оттенками волос, глаз и кожи лица. Видя такую женщину, окружающие невольно предполагают и внутреннюю гармонию, которая украшает личность и делает общение с ней столь желанным. Используйте свои особенные оттенки цветов в одежде, и не только вы сами почувствуете себя комфортно, но и окружающим людям гармония вашего облика сообщит, что они имеют дело с интересной, привлекательной и компетентной в своем деле особой. Один из самых эффективных способов использования цвета для привлечения внимания к вашему лицу (после чего в общении с вами невозможно не заметить и ваши прекрасные личностные качества) – повторение цвета глаз в каком-либо элементе одежды или в аксессуаре. Другой хороший способ – повторить цвета вашей кожи, румянца или волос. (Согласно косметологическим исследованиям, безупречная кожа – наиболее желанная черта внешности современного человека, следующая – хорошие волосы.)

Если вы наденете на работу блузку, близкую к цвету вашей кожи, окружающие будут воспринимать вас как человека неагрессивного, мягкого, ведь ваше невербальное послание таково: «Я не нападаю и не защищаюсь, я спокойна, я в своей коже». Насыщенность цвета – это одна из важных характеристик, и она сильно влияет на вашу привлекательность!

Если ваши волосы седые или слегка поблескивают серебром, тогда оттените эту особенность таким же смягченным цветом одежды или макияжа. Ваши глаза горят, как факелы в ночи? Свободно позвольте себе яркость цвета! Если ваши природные цвета нежны и утонченны – подчеркните свою изысканность выбором цветов средней насыщенности. Вариантов так много! Прислушайтесь к комплиментам, которыми вас награждают: часто люди хвалят не конкретно вас, а цвет вашей одежды. Это не слишком хорошо, так как означает, что цвет «бежит впереди вас». Если же комплименты относятся к вашим личным качествам или внешности в целом – прекрасно! Вы сделали верный выбор!

И вот когда цвет сделал свое дело – привлек взгляды к вашей персоне и удержал их на вашем лице, – дальше уже работа для вас: теперь, завладев вниманием окружающих, покажите себя! Когда в вашей внешности есть цветовая гармония, люди незаметно для себя обратят гораздо больше внимания на ваши внутренние, личностные достоинства. Благодаря внешней гармонии первое впечатление о вас всегда будет в вашу пользу.

БЛИЦ-ТЕСТ

Каждый раз, подбирая цвет, важно обратить внимание на то, насколько он насыщенный и яркий для вас. Один из самых простых способов проверки – блиц-тест «первый взгляд». Встаньте перед большим, во весь рост, зеркалом. Закройте глаза на пять секунд, затем откройте их и оцените, что первое вы заметили: свое лицо или одежду, приковывающую внимание к себе помимо вашей воли. Если первым, что вы увидели, было лицо – цвет одежды выбран правильно. Если же первым был цвет костюма, а лицо «потерялось», то одежда слишком яркая.

Деловая палитра

В деловой жизни палитра цветов скромнее, чем в быту. Допустимы цветовые добавления в виде блуз, платков, аксессуаров. Они оживляют общее впечатление.

Палитра делового гардероба для удобства разделена на группы: базовые (нейтральные и темные), светлые, яркие цвета.

При помощи такой палитры вся одежда подбирается гармонично, легко представить сочетание цветов и общее впечатление. Так, для требовательного руководителя в костюме следует сочетать темные цвета с яркими. Другое впечатление будет производить бизнес-гардероб, подобранный из более мягких оттенков, создающий образ взаимопонимания и сотрудничества.

1-я ГРУППА – БАЗОВЫЕ ЦВЕТА

В эту группу входят черный, весь диапазон серых, коричневых, бежевых и темные оттенки всех цветов.

Их используют в костюмах, верхней одежде, обуви, сумках, ремнях, перчатках, головных уборах. Именно на эти цвета следует опираться в деловом гардеробе. Они выражают профессионализм, авторитетность, вызывают уважение, доверие и позволяют во время работы все внимание сосредоточить на деле, а не на одежде. Их можно и нужно часто использовать, так как они не бросаются в глаза, не надоедают и легко сочетаются с другими цветами. Однако одежду в такой тональности следует разнообразить эффектными деталями.

2-я ГРУППА – СВЕТЛЫЕ ЦВЕТА

В эту группу входят белый и пастельные оттенки всех цветов (светло-желтый, нежно-розовый, светло-голубой, бледно-зеленый, светло-сиреневый и т. д.).

Эти цвета особенно хороши для блузок, прекрасно подходят для деловой одежды в теплое время года, для летних повседневных и вечерних нарядов, а также для нижнего белья и купальников (если у вас загорелая кожа). Такие оттенки приятны, свежи, элегантны, они ненавязчиво привлекают внимание, одновременно дружелюбные и спокойные. Светлые цвета многофункциональны, так как не бросаются в глаза и прекрасно сочетаются с нейтральными и темными цветами.

3-я ГРУППА – ЯРКИЕ ЦВЕТА

Эта группа включает яркие оттенки всех цветов (алый, ярко-розовый, оранжевый, цвет фуксии, сапфировый, аквамарин, канареечный и пр.).

Яркие цвета часто называют «акцентными» и используют в деловой одежде для привлечения внимания или добавления живости в образ. Это самоуверенные и сильные цвета, смелые, энергичные и обычно модные, доминирующие и импозантные. Поэтому в консервативном бизнесе они используются ограниченно, а в сфере моды или творческих специальностей – весьма активно. К тому же это наилучшие цвета для одежды стиля casual, для которой важен индивидуальный и современный имидж. В деловом гардеробе эти цвета используются в ярких шарфиках, блузках, платьях и

жакетах. Как правило, яркие цвета в сочетании с нейтральными и темными создают впечатление силы и авторитарности.

Цвет и впечатление

Зная, как воздействует цвет на подсознание человека, можно управлять ситуацией. Например, расположить собеседника к себе, вызвать его на доверительный разговор. Или создать впечатление силы и властности. Цвет – мощное оружие!

Наука утверждает: язык цвета универсален. И если знать хотя бы его основы, цвет можно превратить в действенный инструмент для создания нужного образа. Цвет влияет на наше умственное, физическое и эмоциональное состояние, на здоровье и работоспособность.

Мы воспринимаем цвет физически как волны света разной длины; таким образом, на нас влияет его энергия на физиологическом уровне. Цвета с большей длиной волны – красный, желтый, оранжевый мгновенно привлекают к себе внимание. Они вызывают эмоциональный подъем и возбуждают наше сознание. Цвета с меньшей длиной волны, от синего к фиолетовому, обладают успокаивающим действием, затормаживают нервную деятельность.

Темные цвета, такие как черный, создают ощущение таинственности, красный – силы, белый – чистоты и т. д. Зная об эффектах, производимых цветом, никто не удивляется тому, что для деловой одежды часто выбирают темно-синий цвет, который воплощает спокойную уверенность и власть, а вечерние красные платья отлично подходят на роль «бомбы», вызывающей взрыв эмоций и страстей.

То, как мы используем цвет, может много рассказать нам о нас самих, а другим людям еще больше. Мы постоянно находимся под сильным влиянием цвета, часто сами того не замечая. Чем больше вы знаете о цвете, тем более предсказуемыми становятся последствия его правильного или неправильного использования.

Строгий дресс-код подразумевает несколько цветов. Причем их не выбирают произвольно: каждый имеет свой особенный смысл и несет вполне определенную информацию.

ЦВЕТ И ВПЕЧАТЛЕНИЕ

БЕЛЫЙ	Новизна, покой, высокое качество
СЕРЫЙ	Спокойный, консервативный, благородный
ЧЕРНЫЙ	Официальный, изысканный, таинственный
КРАСНЫЙ	Возбуждающий, деятельный, властный
БУРГУНДИ	Авторитетный, богатый, сдержанный
РОЗОВЫЙ	Женственный, романтический, нежный
ОРАНЖЕВЫЙ	Теплый, энергичный, открытый
БЕЖЕВЫЙ	Элегантный, доброжелательный, естественный
ЖЕЛТЫЙ	Яркий, праздничный, оптимистичный
ЛИМОННЫЙ	Интеллектуальный, свежий, деликатный
ХАКИ	Натуральный, незаметный, простой
ОЛИВКОВЫЙ	Естественный, консервативный, изысканный
ЗЕЛЕНый	Надежный, спокойный, зрелый
ФИСТАШКОВЫЙ	Прохладный, мягкий, безмятежный
МАЛАХИТОВЫЙ	Богатый, надежный, роскошный
ГОЛУБОЙ	Чистый, сдержанный, прохладный
СИНИЙ	Авторитетный, деловой, спокойный
ИНДИГО	Формальный, решительный, мужественный
ФИОЛЕТОВЫЙ	Шикарный, драматичный, таинственный
ФУКСИЯ	Страстный, яркий, экстравагантный
БАКЛАЖАНОВЫЙ	Сдержанный, благородный, серьезный

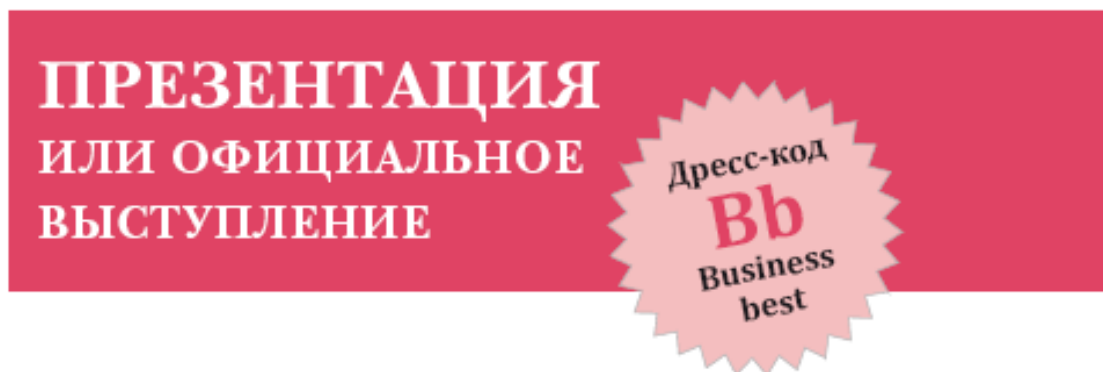
Ситуация 1



Ваша цель

Привлечь к себе внимание, быть убедительной, добиться, чтобы вас увидели, услышали и поверили тому, что вы говорите.

Презентация или официальное выступление



Задача

Если ваша задача – проинформировать аудиторию, не вовлекая ее в дискуссию, то следует подчеркнуть свой авторитет одеждой, а уверенность – поведением. Если нужно создать доверительную атмосферу, то можно использовать более мягкий стиль.

Впечатление

Умеренная нарядность, презентабельность, официальность, решительность.

Чем усилить впечатление

Первый шаг к завоеванию аудитории – респектабельный внешний вид, поэтому лучше всего придерживаться классического стиля и тщательно продумать аксессуары.

Самым элегантным решением будет добавление в ваш облик яркости и контрастности. Это поможет не только привлечь, но и поддерживать внимание слушающих во время всего выступления. Особое внимание следует уделить статусным аксессуарам и украшениям: часам, очкам, телефону, платку, сумке и обуви – все должно говорить о ваших способностях и амбициях.

Рекомендуется

Костюм

Классический однотонный костюм – на подсознательном уровне такой консерватизм вызывает доверие и ассоциируется с благополучием, респектабельностью и авторитетностью. Однако вы не должны выглядеть слишком формально и чопорно: выберите темно-синий или серый костюм – более мягкий и женственный вариант, чем черный.

Блузка

Классическая женская деловая шелковая или хлопчатобумажная блузка смотрится наиболее по-деловому. Пастельные цвета – голубой, розовый, бежевый – смягчат строгий тон костюма. Допускается рисунок в полоску, которая должна быть достаточно четкой, чтобы подчеркнуть энергичность.

Обувь

Элегантные лодочки на устойчивом каблуке высотой 4–6 см. По тону они должны быть темнее костюма, нейтральных цветов: черные, бордовые, темно-коричневые. Исключаются балетки и туфли на высокой шпильке.

Сумка

Стильная деловая сумка, достаточно вместительная, но не громоздкая, сдержанного дизайна, из натуральной кожи хорошего качества, черного, бордового или темно-коричневого цвета. Летом, как и в обуви, предпочтительны светлые тона. Сумка должна быть на ремне, чтобы не занимать руки. Папка или портфель для бумаг – только в качестве дополнения к сумке.

Украшения

Никакой броской, дешевой или модной бижутерии: она отвлекает внимание и ухудшает впечатление. Деловые часы, некрупные серьги и небольшая изящная, но дорогая подвеска. Цветовой акцент можно создать элегантным шейным платком.

Прическа должна быть аккуратной, хорошо уложенной. Абсолютно недопустимы распущенные длинные волосы.

Макияж – очень умеренный, но модный. Идеальные тона – бежевый и розовый (серые тени придают глазам усталый вид). Ни в коем случае не обрисовывайте глаза черной подводкой.

Маникюр

Ногти должны быть ухоженными. Лак предпочтителен в пастельной гамме, сочетающейся с помадой и макияжем в целом, а также с одеждой.

Духи

Запах у выбранного парфюма должен быть свежим и ненавязчивым.

Статус

Статус – это социальное положение, уровень образования и авторитета человека в обществе. Высокий статус сам по себе обеспечивает известный кредит доверия. Статус человека определяется не только его делами, но и некоторой внешней атрибутикой. Символы статуса показывают, «кто есть кто», и служат вещественным доказательством успеха. Они не должны бить в глаза, подчиняясь правилу: «Деньги кричат, богатство шепчет». Важно понимать, что высокое положение в обществе предъявляет повышенные требования к стилю: вам необходимы утонченный вкус, внимание к мелочам и строжайшее отношение к качеству. Каждый в силу своих возможностей неизменно прибегает к традиционным методам создания образа обеспеченного человека, живущего достойной жизнью. В этом всегда приходят на помощь проверенные «символы статуса»: шикарные машины, дорогие часы, сумочки от Prada и Fendi, обувь от Manolo Blahnik, драгоценные украшения, идеально уложенные волосы и загоревшие в солярии лица.

Ни одна преуспевающая деловая женщина не упустит возможности лучше выразить свой стиль и статус. Чем выше ваша карьерная позиция, тем более важными становятся мелочи. Наличие статусных аксессуаров не является достаточным условием на пути к успеху, но значительно облегчает восхождение к вершинам большого бизнеса.

ВЛИЯНИЕ СТАТУСА

В реальной жизни поведение людей подвержено влиянию со стороны человека, который, как им кажется, обладает властью или является ее полномочным представителем. Как показывают исследования, в одних обстоятельствах высокий статус имеет свойство подавлять реакцию людей, в других может вызвать неточные оценки реальности и провоцировать копирование поведения. Влияние статуса достаточно сильно, чтобы подавить некоторые реакции. Так, люди с большей готовностью откликаются на просьбу незнакомого человека с высоким статусом, о котором им становится известно по его внешнему виду и одежде или из предварительно полученной о нем информации.

Статус может спровоцировать на подражание опасному поведению. Уже доказано многочисленными западными исследованиями, что, когда человек высокого статуса нарушает правила дорожного движения, переходя дорогу на красный свет, 20 % людей следуют его примеру, в то время как при условии низкого статуса нарушение имеет место только в 1 % случаев.

Статус всегда положительно влияет на оценку, независимо от поведения. Человека с высоким статусом оценивают как более красивого и интересного. Люди не перестают относиться позитивно к такому человеку даже тогда, когда слышат от него в свой адрес далеко не комплименты. Люди охотнее дают деньги тому просителю, который одет в классический костюм (80 %), чем одетому небрежно (32 %).

Нет, наверное, такой сферы человеческой деятельности, где наше положение и образ жизни проявлялись бы столь откровенно, как в нашей манере преподносить себя окружающим через свою одежду. От того, как вы решите себя упаковать, будет зависеть, станут ли слушаться вас другие люди, сможете ли вы руководить ими, или они будут вертеть вами по собственному усмотрению.

Уильям Сорлби «Ключи от власти»

Часы и статус

Часы как предмет индивидуального стиля многое говорят о своей владелице. И важно учитывать, что их ценность порой не в бриллиантах, украшающих корпус.

Самая значительная вещь среди статусных аксессуаров – это часы. Только, по статистике, женщины мало обращают внимания на свои часы – чаще на те, что носят другие. Многие дамы склонны не думать о правилах и украшают свое запястье чем угодно, что позволяет им мироощущение.

Женщины, которые не носят часов, дают окружающим понять, что не имеют даже смутного представления о том, какова цена времени, и, скорее всего, это домашние труженицы, которые никогда не выходят «в свет».

ДЕЛОВЫЕ ЧАСЫ – классической формы, на кожаном ремешке или на металлическом браслете – не должны стоить целое состояние, иначе возникает закономерный вопрос: а так ли вам нужна эта работа? Хороший ориентир – стоимость ваших часов вполне может быть сопоставима с размером вашей месячной зарплаты. Но не больше двух.

Сегодня женщины оказываются перед дилеммой. С одной стороны, часы – это статусный аксессуар номер один, вокруг которого создается весь образ преуспевающего человека. Иметь несколько часов – значит иметь возможность обыграть одежду и ситуацию.

Количество в основном определяется финансовыми возможностями. Правильно и к месту подобранные часы демонстрируют элементарный вкус владелицы. Если часы, пусть даже дорогие швейцарские, не сочетаются с общим стилем, то либо вкус отсутствует, либо хватило денег купить только одни престижные представительские часы на все случаи жизни.

ТИПЫ ЧАСОВ

Классические.

Это часы, которые прошли испытание временем. Дизайн у них спокойный, строгий, благородный, без технических излишеств, украшений и изысков. Главное назначение таких часов – показывать время и дату. Деловые часы на каждый день должны быть строгими и лаконичными.

Спортивные.

Предназначены для эксплуатации в экстремальных условиях. Водонепроницаемый корпус, браслет с надежной фиксацией, большой выбор дополнительных функций – хронограф, глубиномер, крупные кнопки, циферблат с люминесцирующими стрелками и цифрами. Дизайн спортивных часов может быть как аскетичным, так и с инкрустацией бриллиантами.

Дизайнерские.

В большинстве своем нестандартной формы или вообще мало похожие на часы, а иногда являются настоящим произведением искусства. Циферблат нетрадиционной расцветки, вместо стрелок – изогнутые «черви» или стрелки вообще отсутствуют.

Представительские.

Их назначение – выход в свет. Поэтому их надевают, когда нужно произвести впечатление на деловых партнеров, друзей и т. д. Такие часы

должны быть очень дорогими, престижных марок, стильными, эффектными по дизайну.

Очень важно, чтобы часы смотрелись адекватно профессии и положению в обществе. Чем консервативнее профессия, тем более классическими должны быть часы, по крайней мере на работе. Финансист, врач, юрист должны олицетворять своим обликом надежность и взвешенность, соответственно отражающуюся в проверенной классике. Женщины, работающие в сферах моды, рекламы, шоу-бизнеса, могут выразить с помощью часов свою неординарность и творческую жилку.

АНАТОМИЯ ЧАСОВ

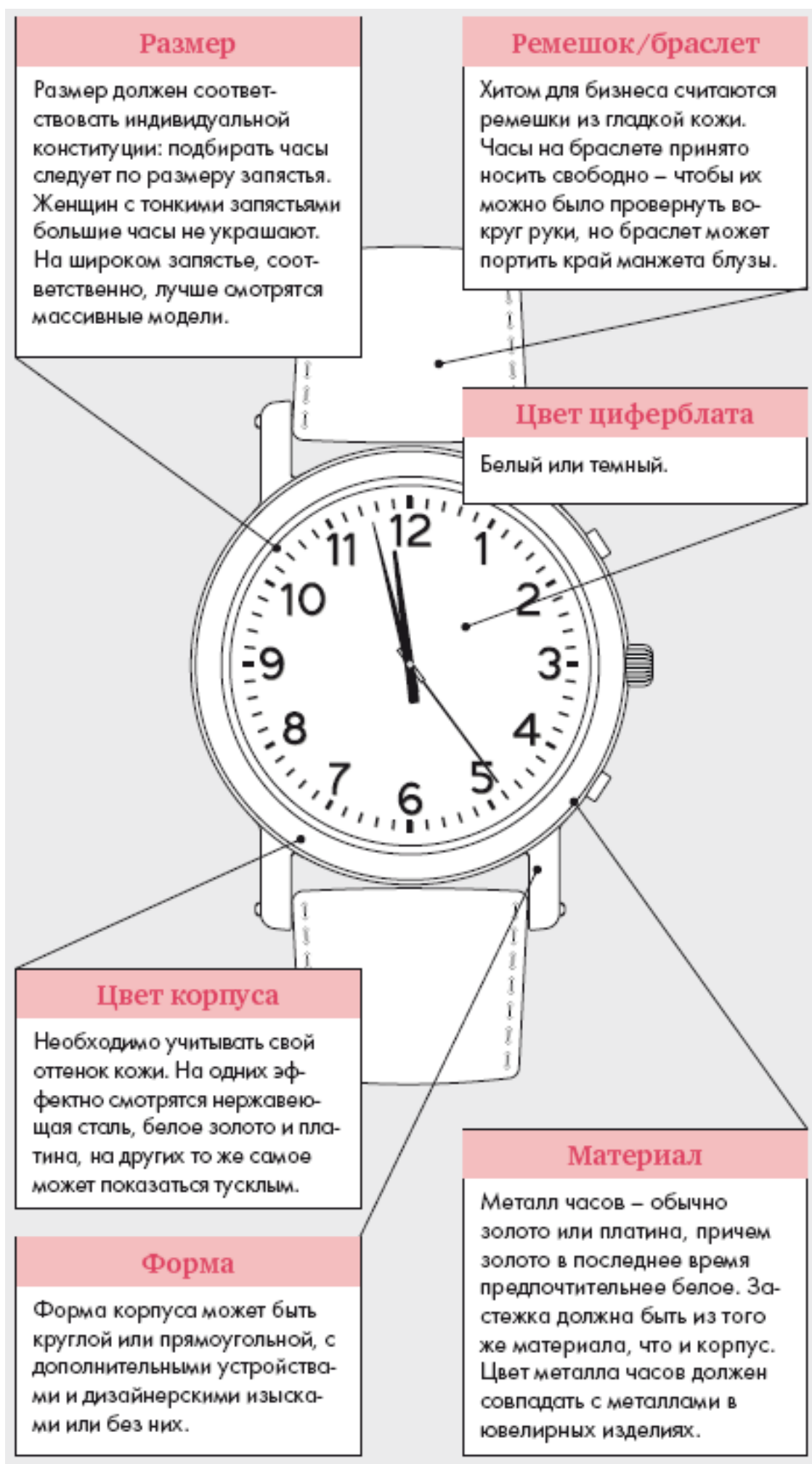
Выбирайте часы плоские, классической формы и такого размера, который соответствует вашей руке. Слишком маленькие часы будут казаться незначительными и «мельчить» вас. С чрезмерно тяжелыми и большими вы сами покажетесь дополнением к ним. Маленьким женщинам не следует носить крупные мужские часы.

Форму выбирайте простую, с четким циферблатом. Электронные модели хотя и совершенны технически, но не столь элегантны. Не покупайте часов с таймером, зуммером, разными указателями.

ЦИФЕРБЛАТ

Циферблат – это «лицо» часов. Цвет циферблата часто может быть и фирменным для компании, и опознавательным знаком часов: синий – морской хронограф, яркие многоцветные – яхтенные часы. Красный часто становится цветом циферблата часов для водителя, а в дайверских нередко используется желтый. Для коктейльных дамских часиков подбирают благородные неброские оттенки. Яркие цвета циферблатов, как и яркие каучуковые ремешки, свойственны часам стиля casual.

Стоимость	Часы
\$\$\$	Breguet, Cartier, Rolex, Chanel, Louis Vuitton, Chopard, Vacheron & Constantin
\$\$	TAG Heuer, Longines, Tissot, Rado, Omega, Ebel
\$	Casio, Citizen, Orient



Сумки и статус

Три вещи выдают истинный статус женщины, и именно их «сканируют» в первые несколько секунд: сумка, туфли, часы. Эти аксессуары не завершают деловой образ, а формируют его! Поэтому на них приходится тратить большие деньги.

Несколько факторов делают сумку статусной. Прежде всего качество исполнения. На втором месте идет дизайн – идеальная форма не выходит из моды даже через полвека. Сумка для женщины – это ее визитная карточка. Она выдает свою хозяйку с головой: все ее привычки и пристрастия, образ жизни, стиль, характер, закономерности поведения.

От деловой сумки требуются прежде всего удобство и практичность. Наиболее выгодны классический стиль и нейтральный цвет, но не стоит ограничивать себя только сдержанной цветовой гаммой. Удачно подобранная сумка более жизнерадостного оттенка создаст яркий цветовой акцент, придающий вашему облику уверенность и стильность. Деловых сумок должно быть как минимум две – летний и зимний варианты. На лето лучше покупать сумки благородного цвета кофе с небольшим количеством молока и всех оттенков песочного. Белые сумки, как и замшевые и текстильные, быстро пачкаются. Зимние сумки могут быть черными, всех оттенков баклажана, коричневыми, цвета спелой вишни, красного вина. Выбирая сумку на холодный сезон, вы должны исходить из цвета вашей верхней одежды. Лучше покупать трио «сумка-перчатки-обувь» одного цвета.

Правда, это не касается красного цвета. Это такой цвет, с которым опасно экспериментировать, тем более что подобрать красный одного оттенка достаточно проблематично. Один и тот же красный оттенок в коже и текстиле воспринимается по-разному. Если у вас красная сумка, то красной может быть только еще одна вещь, никак не три и не четыре. Оптимальные варианты – сумка+перчатки, сумка+головной убор.

Сумка должна быть такого размера, чтобы исключить ношение с собой пакетов. Выбирая сумку, подумайте, как в нее поместятся косметичка, расческа, мобильный телефон, зонтик, визитница, кошелек, документы на машину, органайзер, паспорт и пр.

Деловой женщине нужны сумки разного размера: одна – побольше, например для бумаг, другая более изящная. Самая элегантная – сумка-конверт на длинном и тонком ремешке. Хороши также модели прямоугольной и трапециевидной формы с устойчивым доньшком. Можно носить две сумки сразу: одну для ноутбука, другую, меньшего размера, в качестве дамской.

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА

♦ Не покупайте сумки радикальных цветов: бирюзового, фиолетового, цвета фуксии и т. п. Эти цвета быстро приедаются и слишком бросаются в глаза, к ним непросто подобрать верхнюю одежду и тем более обувь.

♦ Роскошно и нарядно смотрятся лакированные сумки, причем всех тонов, особенно в комплекте с лакированной обувью.

♦ Купите хорошую сумку за границей, выбор там несравненно больше. И если у вас есть только полдня на шопинг, лучше потратить время на приобретение сумки и обуви к ней.

Очки и статус

Очки нельзя назвать «мелочью». Они единственный важный аксессуар, который находится на самом видном месте и в определенном смысле является «продолжением» вашего лица.

Очки способны влиять на ваш внешний вид – подчеркивать достоинства или недостатки, в зависимости от того, насколько правильно подобрана оправа. Неверно подобранные по цвету и форме, они могут «украсть» у вас какую-то часть обаяния. Не обольщайтесь надеждой, что маленькие, блеклые или бесцветные оправы незаметны, – очки всегда видны.

Прежде всего очки должны быть высококачественными, ведь от них зависит здоровье глаз. Как и остальные вещи гардероба, очки рекомендуется менять каждые два года. Оправы и линзы со временем тускнеют и деформируются, на них появляются царапины. Это может негативно отразиться на имидже.

Лучше иметь как минимум три пары очков: строгие для работы, нарядные для вечера и удобные для повседневной жизни. Выбирая оправу, стремитесь к тому, чтобы ее верхняя часть максимально совпадала с линией бровей. Такие очки – самые «здоровые» с медицинской точки зрения. Кроме того, следите, чтобы они плотно сидели на переносице и не соскальзывали вниз, иначе вы будете отвлекать внимание собеседника, постоянно поправляя их.

Так как очки носят постоянно, выбор привлекательной формы имеет первостепенное значение. Любые очки должны сочетаться с общим стилем, цветом глаз, волос и тоном кожи, но самое важное при выборе их формы – это овал лица. Принимайте во внимание очертания ваших скул, рисунок бровей. Оправа должна либо гармонизировать, либо контрастировать с формой лица. Чем шире лицо, тем массивнее подбирается оправа. Если у вас прямоугольное лицо, то лучше носить очки в тяжелой оправе. К узким лицам больше подходят облегченные оправы. Расширенная оправа визуально делает шире узкое и удлиненное лицо. Оправы с широкой переносицей визуально уменьшают длинный нос, а с широкой и прозрачной – удлиняют короткий.

Существует неисчерпаемый выбор оправ – от почти незаметных до броских и массивных. Но что бы ни изобретали сторонники авангардного дизайна, классические, проверенные годами формы и благородные металлы – всегда самый правильный выбор. Они идут всем без исключения. Очки с тонкой металлической оправой или вовсе без нее меньше всего нарушают узнаваемость лица, оставаясь в классических рамках. Тяжелые пластмассовые или роговые оправы более традиционны, однако в них вы можете выглядеть старше своих лет.

Надевайте очки только при необходимости. Придавая солидность, очки все же лишают некоторой доли привлекательности и женственности.

Стоимость	Очки
\$\$\$	Emporio Armani, Pal Zileri, Dupont Dior, Gucci, Yves Saint Laurent, Valentino, Pierre Cardin, Polo Ralph Lauren, Carrera, Christian Lacroix, Thierry Mugler, Cerruti 1881, Porsche Design, Louis Feraud, Paco Rabanne, Trussardi
\$\$	Celine, Exte, Polar
\$	Allure, Police, Sting, Myst, Diesel, Oliver, BlueBay, Oxydo, Silhouette, Polaroid

Шелковый платок и статус

Шелковые платки – обязательный атрибут женского гардероба. Они никогда не выходят из моды. Hermes сделал шелковый платок символом элегантной леди, а позднее все ведущие дома моды включили этот аксессуар в свои коллекции.

При подборе платка для офисного костюма действует правило «лучше меньше, да лучше». Этот аксессуар призван оттенить красоту вашего лица, а потому должен полностью соответствовать именно вашей индивидуальности. Самым главным в платке является цвет, а не рисунок. Оценивайте цвет с точки зрения его характеристик: теплый – холодный, темный – светлый, матовый – блестящий.

Если платок одноцветный, то он должен повторять один из цветов костюма или аксессуаров, например перчаток, сумки, ремня. Если же платок с разноцветным рисунком, то он и должен быть фокусом ансамбля.

ЦВЕТ ПЛАТКА должен выгодно подчеркнуть оттенок кожи лица, убрать ненужные тени и, возможно, даже привнести эффект визуального «лифтинга». Такие позитивные метаморфозы происходят, если при выборе платка вы учитываете, сочетается ли он с той цветовой палитрой, которая дана вам природой: цветом волос, глаз и тоном кожи. Если черты вашего лица выражены неярко, то не стоит увлекаться броскими цветами и контрастными рисунками.

Выбор **рисунка** зависит от вашего личного вкуса. Однако офисный стиль исключает узоры, которые в бизнес-среде всегда воспринимаются неуместно, например принт под звериный окрас (зебра, леопард и т. д.), наивные цветочные орнаменты, сердечки, ангелы и другие романтические атрибуты.

Рисунок должен быть соразмерен вашему «масштабу». На крупной фигуре платок в мелкую клеточку, крапинку или цветочек выглядит так же нелепо, как на изящной хрупкой женщине узор из гигантских квадратов или цветов.

Старайтесь подчеркнуть одеждой то, что свойственно вашей анатомии. Если в чертах вашего лица преобладают изгибы и дуги, то лучше выбрать рисунок с плавными линиями, например пейсли («турецкий огурец»), цветы, волны. Если же преобладают заостренные формы и более резкие черты, то вам подойдут геометрический орнамент, полоска, шашечки.

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА

1. Публичное выступление – повод быть особенно внимательной к одежде. Презентация перед аудиторией – это театр. Поэтому нужно позаботиться о соответствующем внешнем виде, который произведет впечатление на публику. Ваша речь прозвучит неубедительно, если вы будете выглядеть несолидно, словно заскочили на презентацию без всякой подготовки. Сила ваших слов должна соответствовать силе вашего облика. Весь стиль одежды для этой ситуации должен выглядеть авторитетно, респектабельно и подчеркивать дистанцию.

2. Одна из целей деловой презентации – привлечь к себе внимание, но не показаться при этом вульгарной. Помните: весь ваш вид должен быть достаточно ярким, но не экстравагантным. Избегайте пестроты и чрезмерно броских рисунков.

3. Брючный костюм не способствует успеху на публичных презентациях. Это старый мужской стереотип – мужчины не терпят, если им кажется, что стираются границы полов. Женщинам, делающим карьеру, приходится считаться с порядками, установленными мужчинами.

4. Следует учитывать сильное психологическое воздействие цвета. Красный вызывает наиболее сильную реакцию, он возбуждает, но и утомляет. Этого можно избежать, если остановить свой выбор на благородном оттенке винного или бордо.

5. Демонстрация приветливого отношения к миру и уверенности в собственных силах достигается искренней улыбкой (но не очень широкой) и уверенной, устойчивой позой. Найдите точку опоры и не сцепляйте руки.

ЧЕК-ЛИСТ

ДРЕСС-КОД – Bb (Business best)

СИТУАЦИЯ – презентация, формальные встречи,
важные официальные переговоры

БЮДЖЕТ

МАГАЗИН

ЧТО КУПИТЬ	КОЛ-ВО	ЦЕНА
☐ Формальный деловой костюм: пиджак и юбка		
☐ Блузка		
☐ Лодочки		
☐ Тонкие телесного цвета колготки		
☐ Статусные аксессуары и украшения		
☐		
☐		

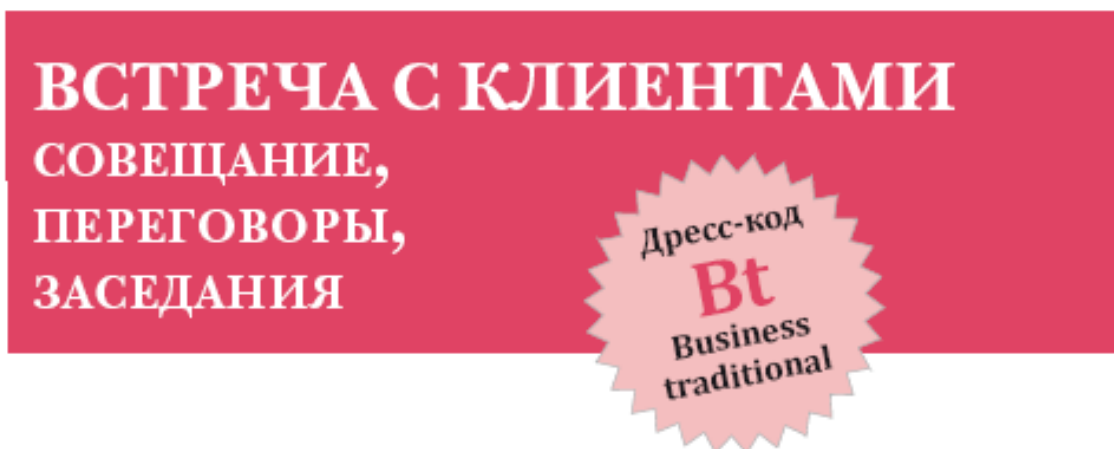
Ситуация 2



Ваша цель

Вызвать у клиента доверие и желание сотрудничать с вами, показать ему, что он не зря тратит деньги на привлечение таких экспертов, как вы.

Встреча с клиентами совещание, переговоры, заседания



Задача

♦ Продemonстрировать умение общаться и налаживать контакты, предстать авторитетной фигурой.

♦ Не возводить невидимого барьера слишком строгим внешним видом. Каждый участник вносит свою лепту в ход переговоров, но в результате должно быть выработано общее коллективное решение.

♦ Использовать встречу как возможность представить себя в благоприятном свете. Успех множит успех. В мире бизнеса реакция на несоответствующую одежду может быть весьма резкой и осуждающей. Люди – особенно занимающие высокое положение – могут предположить, что качество вашей работы будет не лучше, чем «качество» вашего внешнего вида.

Впечатление

Представительное, компетентное, коммуникабельное, доверительное.

Чем усилить впечатление

Ваша деловая одежда должна быть инструментом для привлечения возможных клиентов. Будьте сильны в деталях. Аксессуары могут производить даже более важное впечатление, чем костюм, – поэтому особенно внимательно и серьезно следует отнестись к качеству таких предметов, как кожаная сумка, дорогая ручка, очки с шикарным футляром, визитница, органайзер, папка для бумаг, мобильный телефон.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.