

## Etykieta posługiwania się wizytówką

Joanna Stalińska

16 lipca 2014 r.

*Niewątpliwie posiadanie wizytówki jest jedną z podstaw działań biznesowych. Moglibyśmy powiedzieć, że ze względu na prostotę znalezienia informacji kontaktowych do niemal każdej osoby w internecie, w profilach firm czy licznych komunikatorach wizytówki to przeżytek. Przeciwnie, egzystowanie w świecie biznesu jest niemal niemożliwe bez tego przedmiotu.*

Wyrobienie sobie wizytówki wcale nie jest drogie ani czasochłonne. Możemy korzystać z gotowych wzorców lub poprosić jedną z firm poligraficznych, których w okolicy na pewno dużo, o pomoc w stworzeniu projektu. Usługi takie znaleźć możemy i zrealizować poprzez strony internetowe. Często czas oczekiwania na gotowy produkt nie jest dłuższy niż dwa dni.

O tym, iż posiadanie wizytówki jest niezbędne, można by rozprawiać bez końca. Wyobraźmy sobie sytuację kiedy poznajemy potencjalnego kontrahenta i w odpowiedzi na wręczoną przez niego wizytówkę musimy prosić go o zapisanie naszych danych – to naprawdę niestosowne. Wymawianie się, iż akurat skończyły się nam wizytówki też nie stawia nas w dobrym świetle.

Aby wizytówka spełniała swoją rolę, nie musi być wcale wymyślna. Kreatywność nie jest tu szczególnie wskazana, wyjątek stanowią jedynie zawody wymagające artystycznego zacięcia. Podstawą jest tu schludność, papier bezwzględnie musi być czysty i bez zagniecionych rogów. Dlatego warto zakupić etui lub jakikolwiek pojemniczek, który będzie wyglądał elegancko. Standardowe wymiary wizytówek w Polsce to 9x5 cm. Warto dostosować się do tego rozmiaru tak, by nasza wizytówka mieściła się do wizytownika osoby, której ją wręczymy i nie była kłopotliwa w przechowywaniu. Powinniśmy rozróżnić tu akcesoria do przechowywania własnych wizytówek, jak i te do gromadzenia i porządkowania tych pozyskanych od innych osób. Pierwsze z nich wyglądem przypominają będą trochę metalowe papierošnice. Drugie natomiast będą miały formę albumową, warto więc mieć na uwadze, że w takim wizytowniku rewersy wizytówek nie będą widoczne i jeśli zamieścimy z tej strony ważne informacje, mogą one zostać skazane na niedostrzeżenie.

Ze względu na niewielki rozmiar bileciku niezbędne jest ograniczenie się do podstawowych danych tak, by zachować czytelność i przejrzysty wygląd. Według europejskich standardów najważniejsze dane to imię i nazwisko, nazwa firmy i zajmowane stanowisko oraz namiary kontaktowe takie, jak numer telefonu i adres, także ten mailowy. Najczęściej stosowane kolory to biały papier (powinien on być dobrej jakości) z czarnym lub ciemnoszarym nadrukiem. Można użyć także barw stanowiących kolorystyczną identyfikację wizualną firmy, pomoże to w jej utrwaleniu w pamięci innych osób. Warto jednak pamiętać, by logo nie zajmowało zbyt dużo miejsca – jednocześnie nie jest to miejsce na reklamę usług i produktów. Firma, projektując wizytówkę powinna wprowadzić ją jako standard we wszystkich oddziałach tak, by zachować spójność w tej kwestii. Jeśli planujemy prowadzić

interesy w krajach odleglejszych geograficznie, przydatnym będzie sprawdzić tamtejsze standardy dotyczące wizytówek, mogą one się trochę różnić od tych opisanych w niniejszym artykule. Starania dotyczące posiadania wizytówki w języku ojczystym kontrahenta, do którego się wybieramy, powinny zostać docenione.

Chociaż mówienie o tym wydaje się być oczywistym, to wizytówka powinna koniecznie zawierać aktualne dane. Posługiwanie się wizytówką z logo firmy, w której już nie pracujemy nie powinno mieć miejsca. Jeśli nie jesteśmy aktualnie nigdzie zatrudnieni, możemy wydrukować własną wizytówkę. Nie powinno też dokonywać się odręcznych zmian w druku, jeśli rzeczywiście nie wystąpiły one w ciągu ostatnich kilkudziesięciu godzin. Odstępstwem jest tu możliwość zapisania swojego prywatnego numeru telefonu lub adresu danej osobie, jeśli danych tych zazwyczaj nie upubliczniamy, a przekazujemy tylko w szczególnych przypadkach.

Ciekawym, chociaż rzadko spotykanym pomysłem jest umieszczenie osobistego zdjęcia na wizytówce. Znacznie ułatwia to zapamiętanie danej osoby. Nawet po dłuższym czasie, kiedy spojrzymy na taką wizytówkę, będziemy w stanie sobie przypomnieć kim jest dana osoba. Zdjęcie takie niech będzie profesjonalne i uśmiechnięte, a na pewno pozostaniemy dłużej w pamięci osoby, której pozostawiliśmy kontakt do siebie.

Posiadanie wizytówki zobowiązuje do znajomości zasad grzeczności związanych z jej wręczaniem i odbieraniem oraz przechowywaniem. Jedną z kwestii nastrożającej najwięcej problemów jest zdefiniowanie najstosowniejszego momentu do podania swojej wizytówki. Przede wszystkim należy podchodzić do tego małego przedmiotu z szacunkiem i nie rozdawać go wszystkim wkoło. Zwłaszcza osoby zajmujące wyższe stanowisko powinny wyjść pierwsze z inicjatywą wymiany tych danych. Wizytówkę wręczamy więc wtedy, w odpowiedzi na otrzymanie takowej od rozmówcy. Najczęstszymi sposobnościami do nawiązywania nowych kontaktów są także różnego rodzaju szkolenia, konferencje seminaria i targi oraz przyjęcia i imprezy, na których stawiamy się służbowo.

Praktycznym jest wymienić wizytówki na początku spotkania, wiemy wtedy z kim rozmawiamy i możemy uniknąć nieporozumień wynikających z tego, że nie zdołaliśmy zapamiętać lub dosłyszeć czyjegoś imienia i nazwiska podczas przywitania. Jeśli nie mieliśmy wcześniej ku temu okazji, to wizytówkami można wymienić się nawet w trakcie spotkania lub po nim, nawet jeśli daną osobę już poznaliśmy, to zostawiamy jej dane do późniejszego kontaktu.

To, jak podajemy i odbieramy wizytówkę, świadczy o naszym nastawieniu do drugiej osoby i kulturze osobistej. Bilecik z naszymi danymi podajemy do ręki interlokutorowi, nie kładziemy go na stół. Układ papieru powinien być taki, by skierować kartkę tekstem do góry w układzie umożliwiającym przeczytanie tekstu przez współrozmówcę bez obracania wizytówki. Na otrzymaną wizytówkę powinno się spojrzeć, nie trzeba jednak komentować zawartych tam informacji. Odnośnie do przechowywania, nie zawsze mamy ze sobą

wizytownik, do którego moglibyśmy schować otrzymaną wizytówkę. Mężczyźni mogą wówczas schować ją do wewnętrznej kieszeni marynarki, a kobiety do torebki. Cokolwiek zdecydujemy się zrobić z tym przedmiotem, nie należy narażać go na zniszczenie, tzn. umieszczać w portfelu lub kieszeni spodni. Autorzy książki *Global Business Etiquette: A Guide to International Communication and Customs* uważają, iż zachowanie takie tolerowane jest jedynie w Stanach Zjednoczonych.

Najczęściej popełniane błędy:

- zły jakości papier, np. za miękki;
- mało czytelna czcionka, np. mocno szeryfowa;
- słaba jakość druku;
- błędy interpunkcyjne, zwłaszcza w odniesieniu do spacji, ukośników i myślników;
- zbyt dużo treści;
- zły rozkład poszczególnych elementów na wizytówce (np. za duże logo);
- zawieranie informacji (zwłaszcza ważnych) na rewersie wizytówki;
- niespójność w podawaniu danych np. pisanie skrótu tel. przed tylko częścią numerów lub częściowe podawanie numerów kierunkowych (np. tylko przed komórkowym, a przed stacjonarnym nie);
- w numerach telefonów nie należy podawać zera na początku – taki format już wyszedł z użycia i może wprowadzać w błąd, zwłaszcza osoby z zagranicy, które nie będą wiedziały, o co chodzi (np. we Francji numery telefonów są dziesięciocyfrowe właśnie z zerem na początku dla połączeń krajowych)
- niepodawanie stanowiska (może to powodować u odbiorcy takiej wizytówki rozterki, czy ma kontakt z odpowiednią osobą).

## Bibliografia

1. Brogan Ch., Smith J., Zaufanie 2.0. *Jak wywierać wpływ, zdobyć lojalność klientów i kreować markę*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2011.
2. Kamińska-Radomska I., *Etyka biznesu czyli międzynarodowy język kurtuazji*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2003.
3. Martin J. S., Chaney L. Ch., *Global Business Etiquette: A Guide to International Communication and Customs*, Greenwood Publishing Group, Santa Barbara 2006.

Artykuł dostępny na licencji:



Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych  
Wykorzystując artykuł, podaj autora i źródło The NewPR Post (w internecie linkując do nas).