82%

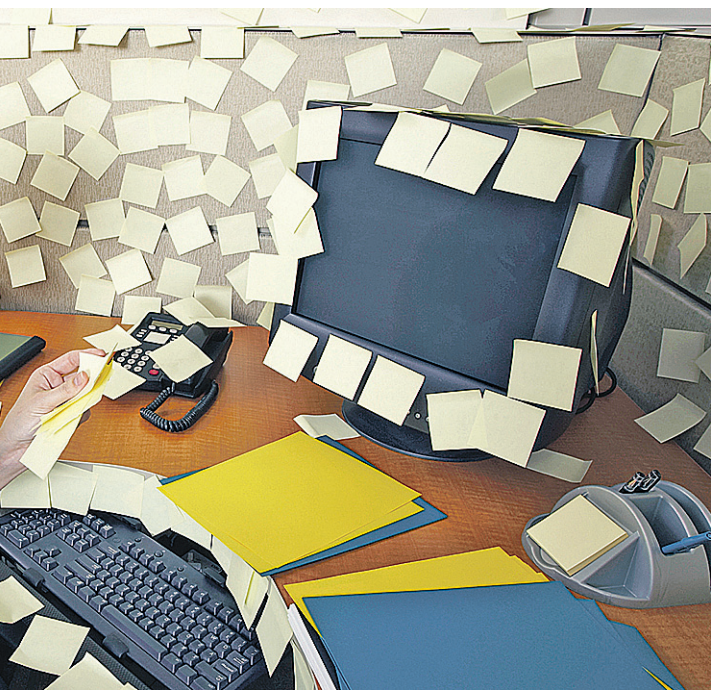
американцев предпочитают получать меньшую зарплату, но работать в компании, политика которой отвечает общепринятым нормам морали

(Данные исследовательской компании LRN Corp.)

СХЕМА ПЕРВОГО ЭТАПА АДАПТАЦИИ СОТРУДНИКА (БЕСЕДА С МЕНЕДЖЕРОМ ПО ПЕРСОНАЛУ)

1. HR-менеджер должен рассказать новичку о:
— положении компании в настоящее время: направления деятельности, с какими организациями взаимодействует;
— структуре компании;
— порядках и традициях компании, в частности: продолжительности рабочего дня, внешнем виде, перерыве на обед, организации питания, регламентированных перерывах на чай/кофе и отдых, пользовании телефоном в личных целях, политике компании в отношении сверхурочных работ, днях и порядке выплаты зарплаты.
2. Представление сотрудника.
3. Ознакомление с должностными обязанностями (по инструкции).
6. Ознакомление с функциями других сотрудников в отделе.
7. Порядок взаимодействия с руководителем (приемные часы, круг вопросов).
8. Принятые в отделе методы планирования, отчетности и контроля.
9. Представление наставника из числа опытных сотрудников отдела.
10. Порядок взаимодействия с другими отделами. Знакомство с сотрудниками других отделов, с которыми новый сотрудник будет взаимодействовать по роду своих обязанностей.
11. Знакомство с коллегами и рабочим местом. Уточнение расположения рабочего места, его технической оснащенности и комплектации.

отруднику



ся под ритм работы, интенсивность нагрузок.

Социальная адаптация — это приспособление к новому коллективу, установление личных и деловых отношений с сослуживцами. Новичок знакомится с расстановкой сил в подразделении, выясняет влиятельность каждого сотрудника, включается в состав формальных и неформальных групп.

И наиболее важная для топов, организационная адаптация. В процессе ее сотрудник знакомится со структурой организации.

Секреты для новеньких

Новичкам на новом месте работы специалисты советуют до начала первого рабочего дня получить полную ясность относительно участка работы, обязанностей и окружения.

«Человек не должен стесняться задавать вопросы, потому что не всегда компания имеет четкую систему адаптации и может не предусмотреть всего, что человек не знает, что ему непонятно», — рекомендует Анна Бобель. Нельзя давать никаких обещаний, пока ситуация неясна и нет уверенности в их выполнении.

По словам Бобель, новички часто сосредотачивают свое внимание только на профессиональной стороне дела, тем самым допуская ошибку. Не менее важно усвоить культуру новой компании, чтобы успешно общаться с сотрудниками и быть адекватно воспринятым.

СЕРИЯ ПУБЛИКАЦИЙ ■ КАК ВЕСТИ ПЕРЕГОВОРЫ

Для француза полчаса ожидания — обычное дело

«ДЕЛО» продолжает цикл материалов, посвященную особенностям переговоров в разных странах

Сергей ФРАНК
sergey.frank@kienbaum.de

Фото: AFP

Для Николя Саркози, как и для любого француза, важны уважение и галантная манера держать себя за столом

Первая помеха для переговоров с французскими партнерами — это язык. Если во всем мире английский язык распространен как действующий язык переговоров — то Франции это не касается. Готовность и способность общаться по-английски все еще является исключением среди французов. Французский остается языком бизнеса и переговоров, с кортезианским сознанием, проницательностью, строгостью и игрой слов. Кто слабо владеет французским языком, должен уже в преддверии переговоров подключать переводчика. Если на переговорах будут обсуждаться детали, а процесс переговоров ожидается сложным, следует привлечь французского адвоката. Во французском прежде всего действуют деликатные тонкости, двойные значения и часто скрытые чувства, скрытое обращение. Часто эти тонкости языка могут утрачиваться и потом между партнерами возникает недопонимание.

В Париже ценится остроумие

Итак, следует отказаться от белых носков и ярких цветов, а носить одежду классического стиля, в темных тонах. Манера держаться и внешний вид очень важны во Франции, элегантность является основной составляющей делового стиля.

Французское слово «concours» переводится как соревнование, но не как конкурс; слово «compromis» имеет то же значение, что и немецкое словарное «компромисс», но понимается негативно, как признание вины. «Concept» во Франции — не более, чем «шаткая идея», недоработанный набросок. Кто не знает подобных моментов, не должен сразу хвататься за французский — сомнительным знанием языка можно выставить себя в невыгодном свете. «Я всегда думал, что японцы традиционны. А французы занимают второе после японцев место», — рассказывает о своем опыте директор по маркетингу одной баварской компании по оказанию IT-услуг.

Во Франции в цене остроумие, общительность и обязательность. Доверительное обращение с деловым партнером будет приниматься только от равноправного по иерархии. К высшему по рангу менеджеру следует обращаться в более сдержанной форме, чем общаться по-панибратски.

При регулярном сотрудничестве, как правило, принято обращаться друг к другу по имени.

Французы — эталон вежливости

Не ожидайте, что переговоры сразу же начнутся с обсуждения предмета переговоров. Полчаса ожидания — обычное дело. В итоге партнеры сидят вместе за круглым столом, откладывая цифры и балансы на потом. Французские менеджеры любят обходные пути, они охотно абстрагируются, и только лишь после интеллектуального этапа подготовки к переговорам становятся действительно конкретными. Порядок переговоров начинается почти всегда с дискуссии об общих проблемах и возможных стратегиях. Сначала договариваются о цели сделки, вслед за этим обсуждаются основополагающие принципы, потом — исключительно по сути и в конце-концов — о мелочах.

В отличие от американского партнера по переговорам, для французских менеджеров красноречие и дискурс — не просто инструменты. Они намного больше расположены к ним для самовыражения. Также и в переписке — чаще на французском языке — встречается тонкий стиль. Так, часто французские деловые документы содержат преувеличенно любезные формы вежливости. Они общепринятые, так как являются французской традицией. Если интеллектуальный дискурс переговоров проведен успешно, французский менеджер придает значение последовательному договору с убедительными и четкими определениями.

РЕКЛАМА

Экономика
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Издательство «Экономика»
приглашает принять участие в конкурсе на вакансию

«БРЕНД-МЕНЕДЖЕР»

Основные обязанности:

Позиционирование и продвижение ТМ.
Инициирование и контроль внедрения новых программ продвижения, оценка эффективности их внедрения.
Планирование бюджета, координация деятельности внешних поставщиков маркетинговых и рекламных услуг.

Требования к кандидату:

Высшее образование (экономика, маркетинг).
Опыт работы в маркетинге не менее 2 лет.
Умение разрабатывать ATL и BTL маркетинг-мероприятия.
Английский язык (разговорный).

Предлагаем интересную творческую работу, дружный коллектив и ВЫСОКИЙ уровень оплаты.
Резюме с указанием вакансии просьба присылать по адресу: hr@delo.ua

З повагою до Клієнтів та Спеціалістів

INFOCON
RECRUITING SERVICE

РЕКРУТИНГОВА СЛУЖБА АГЕНТСТВА «ІНФОКОН»
Професійний підбір кваліфікованого персоналу

• **КЕРІВНИК ВІДДІЛУ КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В БАНК**
ВО економ., ДР від 2 р., знання ринку кредит. ресурс., залучення клієнтів, роб. з клієнтами. 1000 у.о.

• **КЕРІВНИК ВІДДІЛУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТА ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ**
ВО, ДР 3- 5 р. Мережеве агентство нерухомості з іноземними інвестиціями. 800 у.о.+%

• **КЕРІВНИК ВІДДІЛУ ПО РОБОТІ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ//СТРАХОВИЙ БІЗНЕС**
ВО, ДР від 2- 5 р. в страх. бізнесі, орг. і управ. відділом корпоратив. продажів, розв. агентс. мережі. 900 у.о.

• **ПРОВІДНИЙ ЕКОНОМІСТ З ПЛАТЕЖІВ НАСЕЛЕННЯ В БАНК**
ВО, ДР 2 р., знан. бух. обліку, прийом інформ. з платежів від відділень, виписки і реєстр платеж. 600 у.о.

• **СУПЕРВАЙЗЕР З ПРОДАЖУ АВІАКВИТКІВ// ПРОВІДНА ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ**
ВО, ДР від 2 р., знання систем бронювання Сирена, Галілео, Амадеус. 800 у.о

+38 044 288 03 73, job@infocon.ua

ІНШІ ВІДКРИТІ ВАКАНСІЇ ДЛЯ СПЕЦІАЛІСТІВ – www.infocon.ua

4 роки на ринку рекрутингових послуг в м. Києві