

Etiqueta empresarial

como diferencial competitivo

MARIA CHRISTINA DE ANDRADE VIEIRA*

A etiqueta nos negócios revela-se imprescindível na comunicação e no relacionamento empresarial e vai muito além de regras nem sempre escritas. A projeção de uma imagem de profissionalismo e credibilidade traduz-se por comportamentos e atitudes observados a todo o momento, pois excelentes resultados em testes de avaliação sem postura compatível de nada valem. Sabe-se que donos de empresa decidem contratações de colaboradores após almoço em que observam a postura geral.

A etiqueta empresarial trata das habilidades de comunicação com o propósito de melhoria da imagem em aspectos como a vestimenta, a linguagem corporal, a comunicação verbal, escrita e telefônica, a liderança em reuniões e eventos, a administração de conflitos etc.

Neste mundo de relações internacionais em que vivemos, compreender as diferenças culturais entre os diversos países é fundamental para a consolidação de negócios e parcerias.

Junto às empresas pode-se observar que, em seu cotidiano, não é simples decidir qual o funcionário mais apto a assumir novos desafios. Muitas vezes, entre duas pessoas, é comum a promoção acontecer com aquele que tem melhor capacidade de comunicação e uma postura adequada ao perfil da empresa, do cargo a ser ocupado. Nessas situ-

ações, é difícil para as equipes compreenderem por que o profissional que tem maior conhecimento técnico nem sempre é o promovido. Como dizer a certos colaboradores que determinada postura é incompatível com suas preten-

sões? Esse papel cabe realmente às empresas?

O domínio de técnicas e ferramentas de etiqueta empresarial é viável e permite ao profissional destacar-se na sua atividade pela melhoria de sua capacidade de relacionamento com distintos públicos.

A segurança em ambientes sociais é consequência do conhecimento e da certeza das regras, por exemplo, um gerente comercial durante almoço para fechamento de contrato sente-se seguro e fica à vontade para discutir detalhes de negociação quando sabe comportar-se à mesa.

São elementos fundamentais da etiqueta empresarial a sensibilidade diante do outro, o desenvolvimento da capacidade de perceber os detalhes nos relacionamentos de negócios e a sutileza de gestos e palavras esboçados.

Os profissionais percebem que a postura faz diferença nos processos seletivos e as empresas descobrem que, com a terceirização da educação para as escolas, necessitam investir na comunicação e etiqueta de seus colaboradores. ●

* Maria Christina de Andrade Vieira, empresária, escritora, palestrante. Para mais informações, acesse: www.andradevieira.com.br

