

RÓŻNICE KULTUROWE W WYBRANYCH
KRAJACH EUROPEJSKICH

CO KRAJ TO BIZNESOWY OBYCZAJ

Wydawać by się mogło, że skoro nasze kontakty nie wychodzą poza obszar Europy, to nie grożą nam stresy związane z różnicami kulturowymi. Nie musimy uczyć się rytuału wręczania i odbierania wizytówek, jak by to miało miejsce w Japonii, nie musimy obawiać się, że urazimy kogoś, zamawiając wołowinę, co z pewnością stałoby się w Indiach, a relacje damsko-męskie nie są tak restrykcyjne jak w krajach Zatoki Perskiej. Czego się więc obawiać?

Odpowiedź brzmi – absolutnie niczego. Należy mieć jednak świadomość, że nawet w obrębie jednego kontynentu, zauważyć możemy pewne różnice kulturowe, które definiują sposób prowadzenia biznesu, a ich znajomość pomoże nam zrozumieć sposób postępowania naszych zagranicznych partnerów biznesowych.

Nie tylko język nas różni

W zależności od kultury, w której funkcjonujemy, różnimy się podejściem do budowania relacji z kontrahentami, przywiązywaniem wagi do hierarchii, punktualnością, sposobem komunikowania, podejmowania decyzji, organizacją pracy, kończąc na podejściu do wyglądu osobistego. Przygotowując się do nawiązania współpracy z przedstawicielami innych kultur, z pewnością warto porozmawiać z kimś, kto zna daną kulturę lub sięgnąć do różnych opracowań, które opisują i charakteryzują kluczowe cechy oraz podejście do biznesu w poszczególnych krajach. Przyjrzyjmy się zatem wybranym krajom europejskim.

Francuzi „cenią” swój język

Większość opracowań podkreśla, że Francuzi mogą nam się wydawać trudni w kontakcie, oschli i powściągliwi. Są bardzo elokwentni i cenią sobie inteligencję partnerów biznesowych oraz dobrze przygotowanych rozmówców. Dużą wagę przywiązują do swojego ojczystego języka, stąd niechętnie uczą się języków obcych. Cenią sobie za to wszyst-

kie próby mówienia w języku Balzaca. Budowanie relacji dla Francuzów ma ogromne znaczenie, stąd dużą rolę odgrywają wspólne posiłki również te służbowe. We Francji bardzo często wiek idzie w parze z zajmowaną pozycją. Ważne, strategiczne stanowiska zajmują osoby z dużym doświadczeniem, długim stażem pracy a tym samym dojrzałe wiekiem.

W biurze Francuzi są dość oficjalni, a w komunikacji stanowczy i bezpośredni. Bardzo powszechne są częste zebrania czy spotkania zarządów, podczas których dość elastycznie podchodzą do agendy, modyfikując ją często na bieżąco. Szczególnie doceniają dobrze przygotowane raporty oraz wszelkiego rodzaju badania i statystyki. Do punktualności podchodzą elastycznie. Rozdzielają życie towarzyskie od zawodowego i do rzadkości należą prywatne spotkania z przełożonymi czy podwładnymi. Unikają też zapraszania gości do swoich domów. Podczas powitania praktykowany jest delikatny uścisk dłoni. Podobnie jak w Polsce, inicjatywa uścisku dłoni powinna wyjść od osoby wyższej rangą. W ubiorze cenią sobie prostą elegancję.

Niemcy – porządek i oficjalność

Niemcy charakteryzują się szczególnym upodobaniem do porządku, bez względu na obszar życia. Za dobrych partnerów biznesowych uważają ludzi zorganizowanych, obowiązkowych, uczciwych, o silnej etyce zawodowej. Większość opracowań



Autorka artykułu

Dagmara Łuczka

doradca w zakresie budowania wizerunku osób i firm. Założycielka Projektowni Wizerunku. Wykładowca studiów podyplomowych. Prowadzi szkolenia m.in. z savoir vivre, etykiety biznesu oraz zagadnień związanych z Public Relations.
www.projektowniawizerunku.pl

PROJEKTOWNIA
W I Z E R U N K U
Dagmara Łuczka

Połącz się z naszym systemem TA online i pozwól klientom na rezerwacje poprzez serwis lub stwórz własny portal rezerwacyjny, gdzie zintegrujesz wszystkich swoich klientów.



- ✓ Unifaun jest wiodącym dostawcą systemu do Zarządzania Transportem w Europie
- ✓ System używany w 76 krajach
- ✓ Ponad 800.000 zleceń rezerwowanych każdego dnia
- ✓ +200 unikalnych integracji z systemami ERP i platformami e-commerce
- ✓ +100 firm transportowych i ponad 500 usług transportowych
- ✓ +100.000 aktywnych użytkowników

unifaun
www.unifaun.com

BUDOWANIE RELACJI DLA FRANCUZÓW MA OGROMNE ZNACZENIE, STĄD DUŻĄ ROLĘ ODGRYWAJĄ WSPÓLNE POSIŁKI, RÓWNIEŻ TE SŁUŻBOWE.

podkreśla, że w pracy są poważni i pozbawieni luzu, co nieuczciwym byłoby przypisać wszystkim bez wyjątku. Należy mieć jednak na uwadze, że kontakty służbowe mogą mieć bardzo oficjalną formę.

Jako negocjatorzy Niemcy są zawsze doskonale przygotowani i tego samego oczekują od swoich partnerów biznesowych. Cenią sobie punktualność. Spóźnianie się odbierane jest jako niesolidność. Wyróżniają się szczegółowym planowaniem projektów i wykonywaniem ich na czas. Podczas oficjalnych spotkań trzymają się przyjętej agendy, realizują poszczególne punkty w celu podjęcia konkretnych decyzji, czym różnią się od Francuzów. Jednak podobnie do nich, cenią sobie różnego rodzaju statystyki i analizy. Przywiązują wagę do hierarchii i posłuszeństwa wobec zwierzchników. Kontakty biznesowe poza określonymi godzinami, nie są raczej mile widziane, choć jak wiadomo, wszystko zawsze zależy od osobowości. W Niemczech klasyczne powitanie to dość mocny uścisk dłoni, stosowany zarówno na powitanie jak i pożegnanie.

Włosi – wylewne i ożywione dyskusje

Włosi są wylewni, spontaniczni i bardzo otwarci. Ich sposób bycia i komunikacji może być dla nas dość krępujący, szczególnie gdy będziemy często dotykani czy obejmowani, co w odróżnieniu od naszej kultury, dla Włochów jest dość naturalne. Włosi cenią sobie relacyjne podejście, również w sprawach biznesowych. Warto więc nastawić się na wspólne posiłki oraz rozmowy o sprawach wykraczających poza obszar biznesowy, co pomoże im lepiej nas poznać.

Hierarchia odgrywa dla Włochów dużą rolę – okazują szczególnie szacunek osobom starszym, bardziej doświadczonym i sprawującym władzę. Żywią dużą niechęć do planowania. Dyskusje Włochów, są bardzo ożywione i ekspresyjne, często sobie przerywają, co nie oznacza wcale braku szacunku dla rozmówcy, a wynika ze specyficznego sposobu komunikacji. Zebrania we włoskich firmach mają charakter swobodny i nieformalny. Podczas prezentacji cenią sobie nie tylko związałą formę oraz jakość merytoryczną, ale również styl i estetykę prezentacji. Włosi potrzebują więcej czasu, zanim podejmą konkretne decyzje biznesowe. Powinniśmy to uszanować i nie przyspieszać zbytnio biegu wydarzeń.

Powszechnie przyjętym i stosowanym powitaniem jest uścisk dłoni, ale nawet w relacjach służbowych to kobieta go inicjuje. Włosi przywiązują dużą wagę do wyglądu i wizerunku, jakości i gatunku noszonych strojów

Brytyjczycy – bez emocji

Brytyjczycy są powściągliwi w słowach i gestach. Niechętnie okazują emocje i nie mówią wprost tego, co myślą. To naród szczególnie ceniący sobie tradycję, podejście fair play, skromność i uprzejmość. Brytyjczycy mają ogromne poszanowanie dla prawa i wszelkich procedur. Ich styl komunikacji nakazuje bycie uprzejmym i przyjacielskim, czasami nawet wbrew temu co myślą i czują, w związku z tym, może nam być trudno ocenić ich rzeczywiste emocje. Powściągliwość powoduje, że nawet w ekscytujących momentach, ich postawa może być milcząca, spokojna i wyważona.

W ciągu ostatniej dekady styl komunikacji i sposób prowadzenia biznesu w brytyjskich firmach znacznie się zmieniły i stały się mniej oficjalne. Brytyjczycy bardzo szybko zaczynają mówić do siebie po imieniu. Zebrania są ważnym i bardzo czasochłonnym elementem pracy. Oficjalne spotkania realizowane są zgodnie z agendą, a ich celem jest wypracowanie planu i podjęcie decyzji. Podczas prezentacji skupiają się bardziej na konkretnych informacjach i celach. Liczy się głównie treść, a nie sposób prezentacji. Lubią łączyć życie towarzyskie z biznesowym, a zaproszenia na piwo po pracy raczej się nie odrzuca, szczególnie gdy chce się nawiązać lepsze relacje z kolegami z pracy.

Budowanie relacji zawodowych z przedstawicielami innych kultur nie należy do rzeczy łatwych. Znając zasady etykiety, wiemy, że to my dostosowujemy się do zwyczajów obowiązujących w kraju naszego klienta, co nie zawsze bywa łatwe. Dostosowanie się nie musi oznaczać sztucznego zachowania, zmuszania się do czegośkolwiek czy postępowania wbrew zasadom, które wyznajemy. Dostosowanie się oznacza przede wszystkim zapoznanie się z obyczajami, kulturą i zwyczajami panującymi w kraju naszego partnera biznesowego. Jak widać, w Europie różni się między sobą pod pewnymi względami. Świadomość tych różnic pozwoli nam lepiej zrozumieć milczącego Brytyjczyka czy wylewnego Włocha. Wymaga to jednak dłuższej i głębszej analizy, do której zachęcam.

Pamiętajmy, że na rzeczywisty sposób zachowania i bycia naszych partnerów biznesowych, poza kulturą kraju i kulturą organizacyjną firmy, w której pracują, wpływają również takie czynniki jak osobowość i charakter danej osoby. I to z powodu tych czynników, nie wolno nam myśleć o różnicach kulturowych stereotypowo.

Dagmara Łuczka

Źródła:

- „Światowe kultury biznesu” – Barry Tomalin, Mike Nicks
- „Różnice kulturowe w biznesie” – Radosław Zenderowski, Bartosz Koziański
- „Savoir vivre – poradnik dobrego wychowania” – A. Strzeszewska, J. Nojszewska, D. Bałabaniak
- „W tygłu Europy – wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach” – John Mole