



INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 16.08.2016 r.

Azjatycka etykieta biznesowa. Jak przeprowadzić udane negocjacje z Chinami?

W dniach 15-17 września br. w warszawskim Centrum Targowo – Kongresowym MT Polska przy ul. Marsa 56c odbędzie się VI edycja China Expo – China Brand Show Poland, czyli jednej z największych imprez targowych poświęconych współpracy biznesowej z Chinami. Organizatorzy wydarzenia przypominają, jak przeprowadzić udane negocjacje z przedsiębiorcami z Państwa Środka.

Etykieta w kontaktach międzyludzkich od zawsze była czynnikiem wyróżniającym daną kulturę spośród innych. W zależności od szerokości geograficznej zasady dobrych obyczajów potrafiły znacznie się od siebie różnić. Wiedza o tym, jak wyglądają one w kraju naszego rozmówcy pokazuje nas jako ludzi wykształconych, obytych i szanujących swoich partnerów, co w Chinach jest niezwykle istotne.

Niezbędne przygotowania

Zanim dojdzie do negocjacji, należy odpowiednio się do nich przygotować. Pierwszym, bardzo ważnym elementem jest ubiór. W spotkaniach biznesowych Chińczycy uznają tylko strój formalny – w kolorze czarnym bądź utrzymany w ciemnej tonacji, co dotyczy osób obydwu płci. Koniecznym jest też posiadanie własnej wizytówki, która jest nie tylko narzędziem ułatwiającym późniejszy kontakt, ale też ważnym elementem rytuału spotkania. – *Wizytówek należy mieć odpowiednią liczbę - jeżeli ich zabraknie, zostanie to odebrane jako nietakt. Na wizytówce koniecznie musi znajdować się nasze imię i nazwisko, wraz z zajmowanym stanowiskiem i nazwą firmy, w której pracujemy. Zaleca się, by wizytówka była dwustronna, z angielską wersją językową po jednej stronie, a z wersją chińską po drugiej, ponieważ język angielski nie jest w Chinach aż tak popularny. Warto, aby była ona w kolorze, który w Państwie Środka kojarzy się ze szczęściem – np. złotym. Tak przygotowana wizytówka pozwoli obywatelowi Chin określić, jak wysoko jego rozmówca znajduje się w drabinie hierarchii społecznej* – mówi Bartosz Sosnowski, wiceprezes zarządu MT Polska, współorganizatora targów China Expo – China Brand Show Poland 2016, poświęconych współpracy na linii Polska – Chiny.

Poznaj swojego rozmówcę

Jednym z największych nietaktów, jakie można popełnić podczas spotkania, jest narażenie naszego rozmówcy na tzw. „utrata twarży”, a więc zachowanie, bądź stwierdzenie, które sugerowałoby, że ma on niższą pozycję w hierarchii społecznej, niż jest to w rzeczywistości. Aby temu zapobiec powstał szereg zaleceń pozwalających na zamianę spotkania biznesowego w rytuał, w którym każda czynność ma określone znaczenie symboliczne. Spotkanie można zacząć od zwykłego podania dłoni, choć warto



INFORMACJA PRASOWA

zaznaczyć, że nie wszyscy Chińczycy preferują tę formę przywitania - skłon głowy lub lekki pokłon jest bardziej naturalny. Najlepszym pomysłem jest jednak pozostawienie inicjatywy podczas powitania drugiej stronie. Po rozpoczęciu spotkania należy się przedstawić, wymieniając informacje, które znajdują się na wizytówce. Następnie podobnej prezentacji dokonuje chiński partner i ważnym jest, by ją zapamiętać. Jeżeli zajmuje on istotną pozycję, np. jest dyrektorem, to forma, w jakiej należy się do niego zwracać to tytuł dyrektora. Co więcej, w kontaktach biznesowych zawsze należy zwracać się do rozmówcy używając jego nazwiska. Mówienie sobie po imieniu jest niedopuszczalne.

Wizytówki i prezenty

Po przedstawieniu się następuje rytuał wymiany przygotowanych wcześniej wizytówek. Po otrzymaniu takowej, trzeba prześledzić jej treść trzymając ją oburącz. – *Jeżeli wizytówka nie zostanie przeczytana bądź jeśli zostanie schowana np. do kieszeni spodni (w szczególności tylnej), to zostanie to odebrane jako bardzo poważna zniewaga* — kontynuuje Bartosz Sosnowski. Podczas spotkania biznesowego, zazwyczaj pod koniec, można też otrzymać bądź podarować prezent (cenionym upominkiem jest np. dobry koniak). Jednak, aby go przekazać należy odbyć specjalną konwersację, podczas której strona przyjmująca musi odmówić, nawet wielokrotnie, przed zaakceptowaniem prezentu. Zaleca się, by nie odpakowywać upominku przy osobie wręczającej, ale dopiero później, tak samo jak nie powinno się go wręczać w obecności osób trzecich.

Powściągliwość w negocjacjach

Podczas samych negocjacji biznesowych należy przestrzegać kilku podstawowych zasad „zachowania twarzy” w stosunku do Chińczyków. Należy być punktualnym oraz odznaczać się wysoką kulturą osobistą (zakazane jest np. dotykanie rozmówcy lub wskazywanie czegoś jednym palcem). Nietaktem na skalę zerwania negocjacji jest też otwarte krytykowanie drugiej strony bądź jej projektu lub propozycji. Jeżeli negocjacje mają miejsce pomiędzy grupami osób, to członkowie danej grupy nie mogą odnieść się krytycznie do stanowiska jej przewodniczącego. W negocjacjach ze stroną chińską nie ma zwykle miejsca na ekspresję. – *Często wypowiedzi Chińczyków są niejednoznaczne, oszczędnie nacechowane emocjami, a wynik negocjacji może nie być znany aż do samego końca. Należy też pamiętać, że w krajach dalekiego wschodu umowa ustna ma dużo większą moc wiążącą niż pisemna. Po podpisaniu dokumentów strona chińska może zaproponować jeszcze dodatkowe zmiany* – dodaje Bartosz Sosnowski.

China Expo – China Brand Show Poland to cykliczna impreza targowa poświęcona współpracy biznesowej z Chinami. W organizację VI edycji, która odbędzie się w dniach 15-



INFORMACJA PRASOWA

17 września br. w warszawskim Centrum Targowo-Kongresowym MT Polska, włączyło się chińskie Ministerstwo Handlu, a wśród patronów honorowych znajdują się m.in. Ministerstwo Rozwoju, Polska Izba Handlu czy Krajowa Izba Gospodarcza. Więcej informacji na temat wydarzenia znajduje się na stronie <http://www.china-expo.pl/>.

Kontakt dla mediów:

Marta Myszkowska

tel.: +48 720 908 124

e-mail: marta.myszkowska@goodonepr.pl