

Bodimo notranje zanimivi

Darilo ni le predmet, ki ga izročimo drugemu v zahvalo za sodelovanje, kot pozornost ob dosežku, osebnem prazniku ... Z njim podarimo tudi duha, del sebe, zgodbo. Trenutek izročanja in sprejemanja darila je zato izredno pomemben.

Besedilo: Petra Ilar

Nekateri imajo odličan okus za darila, pravi trenutek in besede, s katerimi predajo darilo. So rojeni umetniki obdarovanja. Ali pa so se vsega tega kje naučili ... Najbrž se pravi obdarovanja lahko naučimo, toda kako postanemo »specialisti« v pravem pomenu besede. Da nas nič ne preseneti, da imamo vedno pri roki pravo stvar za pravega človeka in pri tem najdemo prave ter izbrane besede ...

Naša sogovornica **Neža Gregorčič Žgombič**, direktorica podjetja Status in svetovalka za osebni videz, poudarja, da obdarovanje ni nekaj, česar so se spomnile naše babice. To je ritual, ki sega daleč v zgodovino. Obstaja, odkar obstaja človek. Obdarujemo se že od nekdaj. S tem poglobljamo in lepšamo medsebojne odnose, zato ni vseeno, kaj podarimo. Z vsebino darila izrazimo mnenje o določeni osebi in to, koliko nam pomeni. Poslovna darila naj bodo izvirna, zanimiva in uporabna.

Za vsako »specializacijo« sta potrebna znanje in praksa. Enako velja pri obdarovanju. Vsako leto ste lahko boljši. Kako? Potrudite se izvedeti, kaj je všeč ljudem, s katerimi poslovno sodelujete, kaj jih zanima, ali pa sami ugotovite, kaj potrebujejo. Priporočam predpripravo. Ta vedno dobro vpliva na končen rezultat. Pri izbiri poslovnega darila moramo seveda narediti pregled strank, ki jih želimo obdariti. Potem razmislimo, kaj bi radi izkazali z darilom, katero svojo lastnost bi radi poudarili (zanesljivost, inovativnost, sposobnost iskanja rešitev, kreativnost, drugačnost, skrb za okolje itd.). Šele nato začnemo izbirati darilo, ki bo izražalo zaželene lastnosti in bo primerno za posa-

meznega poslovnega partnerja. Primerne besede pa se bodo oblikovale že med izbiranjem in pripravo daril.

Katere so ključne skrivnosti uspešnega poslovnega obdarovanja – da na poslovnega partnerja naredimo dober vtis, da se mu primerno zahvalimo, da nadaljujemo dobre poslovne odnose?

Obdaritev z lepo oblikovanim darilom, ki izraža prav tisto vašo lastnost, ki jo želite poudariti pred poslovnim partnerjem, je več kot pametna izbira.

Namen poslovnega obdarovanja so utrditev odnosov s poslovnim partnerjem, izkaz pozornosti, naklonjenosti in tudi utiranje poti k nadaljnjemu poslovnemu sodelovanju. Poleg tega, da se z obdarovanjem izkazemo kot poslovni partner, s tem izražamo tudi svojo osebnost.

Bodimo pozorni, kakšno darilo bomo izbrali. Zgodilo se je že, da so podjetniki poslabšali svoj odnos s pomembnim poslovnim partnerjem prav zaradi nepremišljene izbire daril. Površen pregled »debelih« katalogov poslovnih daril vsekakor ni dovolj. Izbira pravega **poslovnega darila** je lahko precej težavna.

Katere napake pogosto delamo pri obdarovanju ... – osebno in poslovno?

Ne bi rekla, da pri obdarovanju delamo napake. Vsak se potruži po svojih najboljših močeh in zmožnostih, idejnih in finančnih. Raje bi opozorila na nekaj drugega. Neizvirno darilo namreč kaže na to, da smo notranje nezanimivi. To se nehote izraža tudi v poslu, ki ga sklepamo s partnerjem. Najbrž

ni podjetja, ki se poslovnim partnerjem ne bi želelo predstaviti v najboljši luči. To se da doseči tudi s pravo izbiro poslovnega darila. Inovativnost je to, kar nekaj šteje, zato jo je treba izrabiti v poslovanju.

Na kaj konkretno moramo biti pozorni oziroma česa ne smemo pozabiti, ko se odločimo, da bomo koga obdarili? Če želimo koga z darilom razveseliti, je pomembno:

- da vsaj približno vemo, koliko let ima, kaj ji/mu je všeč, kaj ima rad/-a in kaj ne, kaj jo/ga zanima, kaj je njen/njegov hobi ipd.;
- za kakšno priložnost gre (odprtje, jubilej pri poslovanju, rojstni dan ...);
- darilo naj bo vedno lepo aranžirano, ne glede na vrednost, obliko ali vsebino;
- ne pozabimo na kartico in nekaj vljudnostnih besed, kak verz, ki jih dodamo darilu z našim podpisom. To je zlasti pomembno, ko je na dogodek povabljenih veliko oseb. Tedaj gostitelj ne bo daril odpiral takoj. Pogledal jih bo po dogodku. Vljudno se je za vsako darilo pisno zahvaliti. V času sodobne tehnologije to lahko naredimo tudi po e-pošti, Facebooku, Tweeterju (odvisno, v katero generacijo spadamo ☺).

Če poslovnega partnerja ne poznamo zelo dobro, s čim si lahko pomagamo pri izbiri poslovnega darila zanj? Verjetno ni dobro, da o njegovih hobijih, interesih vprašamo njegovo asistentko ...

Če osebe ne poznamo dobro, je edina naša vez z njo ravno njegova asistentka, saj skrbi



Foto: Mateja Jordovič Potočnik

Neža Gregorčič Žgombič je direktorica podjetja Status in svetovalka za osebni videz. Usposabljala se je na znanem londonskem Marangoni Institute. Je članica komisije za preverjanje in potrjevanje NPK »modni stilist/modna stilistka« pri GZS. Svetuje in predava o temah, kot so poslovni protokol, bonton, poslovna odličnost, vodenje manjših timov in osebna rast. Napisala je knjigo *Super punca*, oktobra letos pa izide njena druga knjiga z naslovom *Super fant*.

in ureja zadeve zanj. Z njo sodeluje, pozna njene navade in hobije. Kako naj sicer »uganemo«, kaj je osebi, ki je ne poznamo, všeč oziroma s čim se ukvarja? Edina oseba, ki nam lahko pomaga ali nam da pravi namig, je prav osebna asistentka.

Pri izbiri (poslovnega) darila moramo paziti tudi, da z njegovo vrednostjo prejemnika ne spravimo v zadrego. Kako torej izbrati ravno pravo: da ni preveč ceneno ali predrago?

Pierre Corneille: *Način podarjanja je več vreden od darila samega*. Dobre poslovne običaje je včasih težko razlikovati od nelojalne konkurence ali celo korupcije. Obstajajo različna mnenja. Razlika se pojavlja v zakonodaji posameznih držav in po posameznih področjih.

Za obdarovanje je poleg dobrega okusa potrebna tudi prava mera. V anketi Dela so ugotovili, da je pri nas podkupovanje precej razširjeno. Tako je menilo kar 45,9 odstotka anketiranih, 20,1 odstotka jih je menilo, da gre le za posamične primere, le 0,4 odstotka pa, da ga pri nas sploh ni.

Dr. Janez Bogataj denimo meni, da lahko poslovna darila brez velikih težav ločimo od podkupnin. Pomaga nam osebni bonton in občutek za spodobnost, sledijo pa predpisi v kazenskem zakoniku. Tudi pri nas so predpisane sankcije za neupravičeno dajanje in sprejemanje poslovnih daril. Slednje je lahko kaznivo, če gre za protiusluge za sklenitev posla, zlasti, če gre pri tem za vnaprejšnje podkupovanje. Nekateri po sklenitvi posla zahtevajo darilo ali ga kar sprejmejo. Tudi to je kaznivo.

Glede daril, ki jih podjetje podari svojim poslovnim partnerjem, dohodninska zakonodaja določa, da darilo ni obdavčeno z dohodnino, če njegova vrednost ne presega 42 € oziroma če skupna vrednost vseh daril, prejetih v davčnem letu od istega darovalca, ne presega 84 €. Če torej podjetje med letom svojih poslovnih partnerjev ni obdarovalo oziroma če skupna vrednost daril posameznemu poslovnemu partnerju v tekočem letu še ni presegla 42 €, jim ob novejnih praznikih lahko podari darila do vrednosti 42 €, ne da bi moralo ob tem obračunati akontacijo dohodnine.

Z darilom smo pred vrati pisarne poslovnega partnerja. Kako pravilno izvesti proces do njegove izročitve? Najbrž ga ne skrivamo za hrbtom. Kdaj ga odvijemo in kdaj ne, ali ga lahko izročimo v darilni vrečki ...?