

## ПОСТРОЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В США

В американской деловой среде популярно выражение: Хочешь делать бизнес? Скажи кого ты знаешь. Репутация — самый ценный актив в западном деловом мире. В связи с этим американские предприниматели являются сторонниками новых деловых коммуникаций, которые состоялись или при посредничестве общих знакомых, или в рамках солидного мероприятия.

**Будьте готовы всегда и в любом месте несколькими предложениями уверенно рассказать о своей компании и продукте, который она производит.**

Конечно, они охотно пойдут с вами на встречу, списавшись предварительно по LinkedIn, внимательно изучив ваш профиль и увидев потенциальные точки сотрудничества. Но будьте готовы к тому, что вам устроят во время встречи «допрос с пристрастием». То что в Восточной Европе считается «излишним любопытством» в США — нормальный формат делового общения.

В свою очередь будьте готовы всегда и в любом месте несколькими предложениями уверенно рассказать о своей компании и продукте, который она производит. А также о цели, которую вы преследуете, знакомясь с американскими бизнесменами.

Американцы воспринимают окружающий мир и деловую среду совсем по-другому, чем представители пост-советского пространства.

Я лично для себя выделил 10 главных особенностей деловой ментальности американских предпринимателей.

### **1. Америка — это целый отдельный мир и «территория комфорта и надежности»**

С этим сложно не согласиться с учетом высоких жизненных

стандартов в США и лучших условий для ведения бизнеса, а также огромных возможностей для развития.

## **2. Вещи не такие, какими они кажутся**

Не все то золото, что блестит. Американцы склонны внимательно анализировать деловые предложения и вообще все анализировать.

## **3. Пунктуальность и ответственность или...?**

Если тебе пообещал губернатор что через 3 недели он будет с вами на встрече в 10 часов утра за 100 км от его офиса, то он там будет за 5 минут до встречи (личный пример). Невольно сравнил опять с СНГ-шными чиновниками. Есть конечно и исключения, но пунктуальность у многих американских предпринимателей на уровне рефлекса.

## **4. Think Big или забудь о США**

Тут действительно думают смело и масштабно. На одном из мероприятий бизнес-ассоциации Майами познакомился с молодым предпринимателем – собственником одной небольшой прачечной. Так он уже приступил к разработке франшизы и планирует застроить своими брендовыми прачечными все США.

## **5. Сверхлюди**

Мы можем все. У нас лучшее образование в мире, у нас лучшая научная база в мире. Мы можем решить любую сверхзадачу. Трудно с этим не согласиться.

## **6. Все, что не Северная Америка, не Западная Европа и не Австралия – «не надежно»**

Я даже не знаю как разубедить своих американских друзей в этом. Только успехи предпринимателей и политиков из постсоветского пространства, а также лента позитивных новостей могут поломать этот стереотип.

## **7. Личная свобода**

Каждый американец чувствует, что он может позволить себе все что хочет в качестве самовыражения и самореализации. Если это, конечно, не противоречит законодательству.

## **8. Практически все можно решить через суд**

Американцы очень любят судиться, по любому поводу. Надо и не надо. Для местных адвокатов это как спорт, и при этом еще очень хорошо платят.

**9. Любую проблему можно решить (неприятие людей с негативным мышлением)**

Позитивное мышление и оптимизм — является отличительной чертой большинства американцев. Это и логично — они живут в лучшей стране со стабильной экономикой.

**10. «Beautification», или имидж и самопрезентация = все**

Истории о миллионерах в рваных джинсах и шлепанцах в метро — это скорее исключения, чем массовое явление в США. Большинство американцев любят выделиться и приукрасить свой имидж: шикарной машиной, дорогим костюмом, фотографией с президентом на благотворительном вечере, которая при первой же возможности будет продемонстрирована собеседнику. В США процветает культ респектабельности и это тоже надо учитывать. Можете не сомневаться, что при первой встрече вас встретят именно по одежке. Уже на второй все забудут о вашем костюме, если ваше деловое предложение обещает хорошие заработки.