

FEMINA

Inclusion of Women in the Cultural & Creative Sector

Pr. No. 2022-1-LU01-KA210-VET-000081625

Програма за смесено обучение: Интеграция и многообразие в културния и креативния сектор (ККС)



Съфинансирано от
Европейския съюз

*Програма "Еразъм+", Ключово действие 2: Партньорства за
сътрудничество, Малки партньорства*

**Femina - Интеграция и многообразие в културния и
креативния сектор**

Програма за смесено обучение:

Интеграция и многообразие в културния и креативния сектор (ККС)

Създаване на мрежа от контакти като жена предприемач

Автор:

Г-н Цветомир Будаков, Luxembourg Creative Lab a.s.b.l.

Г-жа Кристина Чавдарова, Luxembourg Creative Lab a.s.b.l.

Проф. д-р Петьо Будаков, Будаков Филмс ЕООД

Кети Церовска, Будаков Филмс ЕООД

Доц. д-р Йордан Карапенчев, Софийски университет "Свети Климент Охридски"

COPYRIGHT: ALL PROJECT RESULTS ARE LICENSED UNDER CREATIVE COMMONS
ATTRIBUTION-NONCOMMERCIAL-SHAREALIKE 4.0 INTERNATIONAL (CC BY-NC-SA 4.0)



Съфинансирано от
Европейския съюз

*Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения
обаче принадлежат изцяло на техния(ите) автор(и) и не отразяват
непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на
Европейската изпълнителна агенция за образование и култура*

(EACEA). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито EACEA.

Съдържание

Декларация за авторски права за модула за обучение	3
Отказ от отговорност	3
За Femina	4
Част 1: Бизнес организации в подкрепа на жените	5
Част 2: Организиране на дейности в екип	10
Част 3: Тайните на ефективното създаване на контакти	20
Добри практики	26
Съвети и препоръки	28
Речник	29
Препратки	30
Проверете знанията си (множествен избор с един верен отговор)	31

Декларация за авторски права за модула за обучение

Съдържанието на този модул за обучение е интелектуална собственост и е свободно достъпно за всички потребители. Този модул за обучение е защитен чрез международния лиценз Creative Commons

Attribution-Non-Commercial-Share-Alike 4.0. Можете свободно да:

Споделяне - копиране и разпространяване на материала на всякакъв носител или формат.

Да адаптирате - да ремиксирате, трансформирате и надграждате материала при следните условия:

Приписване - трябва да посочите подходящо признание, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всякакъв разумен начин, но не и по начин, който предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашето използване.

Некомерсиално - Не можете да използвате материала за търговски цели.

Споделяне по същия начин - Ако ремиксирате, трансформирате или надграждате материала, трябва да разпространявате своя принос под същия лиценз като оригинала.

Всяко неоторизирано използване или възпроизвеждане на съдържанието на този модул за обучение ще се счита за нарушение на закона за авторското право и ще подлежи на съдебно преследване.

Отказ от отговорност

Програмата за обучение на FEMINA е разработена като смесена програма за обучение, която съчетава електронно обучение (самостоятелно учене, основано на онлайн учебни ресурси) и дейности в класната стая, провеждани от квалифициран учител. Единиците на този модул са разработени така, че да предоставят на обучаемите най-важното разбиране по отношение на предмета на модула, в съответствие с констатациите от анализите, извършени в рамките на проекта FEMINA.

Представеното тук учебно съдържание е предназначено да служи за самостоятелно учене и няма претенцията да обхваща всички възможни аспекти и свързани въпроси по отношение на разглежданата тема. Потребителите носят пълната отговорност да гарантират, че разполагат с достатъчен и съвместим хардуер, софтуер, телекомуникационно оборудване и интернет услуги, необходими за използването на онлайн кампуса и модулите.

За Femina

"Femina - включване на жените в културния и творческия сектор" (2022-1-LU01-KA210-VET-000081625) е съвместен проект, финансиран от програма "Еразъм+", който има за цел да насърчи участието на жените в културния и творческия сектор. В проекта участват двама партньори - Luxembourg Creative Lab a.s.b.l. и Budakov Films Ltd., които имат богат опит в работата с творчески личности по различни проекти и инициативи. По време на набирането на персонал и търсенето на лица на свободна практика идентифицирахме специфични групи жени в културния и творческия сектор:

Жени с творчески опит, които понастоящем не са заети в същата област, но имат потенциал да допринесат със своите умения и опит.

Жени, които може да нямат увереност в своите цифрови умения, въпреки че активно участват в културния и творческия сектор.

Жени, които понастоящем са заети, но се стремят да започнат предприемаческа дейност или работа на свободна практика в културния и творческия сектор.

Като идентифицира и адресира специфичните нужди и предизвикателства, пред които са изправени тези подсегменти от жени, проектът има за цел да насърчи приобщаването, да подкрепи професионалното им развитие и да им даде възможност да се развиват в областта на културата и творчеството.

Част 1: Бизнес организации в подкрепа на жените

Тагове: асоциации, търговска камара, членство, индустрия, групи

Част 1 - Въведение

Работата на свободна практика или като самостоятелен предприемач носи лична свобода, финансова печалба и усещане за постижение, каквито малко обикновени работни места могат да предложат. Ако четете този текст, вероятно вече сте наясно с това. Самостоятелната работа обаче е свързана с някои предизвикателства.

Няма екип, на който да разчитате, няма колеги, на които да предавате работата през почивните дни. Често е необходимо дори да има на кого да се оплатите, за да споделите тежестта. Освен това - няма екип по човешки ресурси с предварително изготвена процедура за въвеждане в новата компания. Когато възникнат предизвикателства, жената, която работи сама, може наистина да се почувства сама.

Не е нужно да бъде така. Общуването в екип с колеги предприемачи и бизнес професионалисти може да ви помогне и този раздел ще ви покаже как да се свържете с тях.

1.1. Групи за подкрепа и къде да ги намерите

За да постигнете успех в своята сфера на дейност, трябва да се възползвате от най-големия природен ресурс, който е общ за всички жени в бизнеса: други жени в бизнеса. Макар че може да не сте колеги в работата - вашите колежки на всички нива в бизнеса вероятно споделят обща цел за успех.

Групите за подкрепа, бизнес клубовете и събитията за създаване на контакти стимулират сътрудничеството и партньорството между членовете и им помагат да се утвърдят в бизнеса и да защитят интересите си. Такива групи информират своите членове за новостите в областта на образованието, родителството, красотата, модата и други области, които ги интересуват.

Досега най-лесният начин да се свържете с групи за подкрепа е онлайн. Можете да се присъедините към онлайн общности и платформи, създадени специално за жени предприемачи. Освен това в социалните мрежи като LinkedIn, Facebook Groups и платформите за професионални контакти често има специализирани групи за жени в бизнеса.

Потърсете ключови думи като "жени предприемачи", "жени в бизнеса" или "стартиращи предприятия, ръководени от жени", за да намерите подходящи групи. Не се колебайте да участвате в дискусии, да задавате въпроси и да изграждате връзки с други членове.

Потърсете местни бизнес организации или търговски камари, които имат инициативи, насочени към подкрепа на жените в предприемачеството. Тези организации често организират събития, семинари и възможности за работа в екип за жени собственици на бизнес. Обърнете се към тях или проверете уебсайтовете им, за да разберете дали имат конкретни програми или групи за жени предприемачи.

1.2. Организации за бизнес жени в България

България е разполагала с ограничено време, за да развие предприемаческа култура. От 1944 г. до 1989 г. страната е комунистическа еднопартийна държава, в която не се допуска частна инициатива. Въпреки някои номинално прогресивни пропаганди на режима, от жените като цяло се е очаквало да изпълняват традиционни роли, специфични за пола. Всичко това се променя бързо през 90-те години на XX век, когато в страната отново е въведен капитализмът. Старите сдружения бяха възстановени, а нови процъфтяха. Динамичната среда се запазва и през следващите десетилетия, като множество организации се конкурират за членство.

1.2.1. Местни търговски камари

В България има няколко бизнес организации, като едни от най-известните са Българската търговско-промишлена палата (БТПП) и Българската стопанска камара (БСК). И двете асоциации са одобрили и активно насърчават женското предприемачество и участват в местни, както и в световни събития.

БТПП е влиятелна неправителствена организация, която представлява и подкрепя интересите на българската бизнес общност. Тя е една от най-старите бизнес организации в България с история, датираща от 1895 г. БТПП играе ключова роля за насърчаване на икономическия растеж, стимулиране на търговските отношения и подкрепа на предприемачеството в България. БСК е конкурентна асоциация, създадена в края на 80-те години на миналия век. Тя играе значителна роля във формирането на икономическите политики, насърчаването на индустриалното развитие и подпомагането на конкурентоспособността на българските предприятия.

Двете асоциации участват и подкрепят различни събития, като например "Деня на жените предприемачи (ДЖП)", и имат специални секции за жени предприемачи. Можете да се свържете с тях онлайн, чрез техните уебсайтове:

Българска стопанска камара

Уебсайт: www.bia-bg.com

Българска търговско-промишлена палата

Уебсайт: www.bcci.bg

1.2.2. Професионални сдружения за жени предприемачи и хора на свободна практика

В България има няколко организации, посветени изключително на жените. Добър пример за това е Съветът на жените в бизнеса в България. За разлика от БТПП и БСК, той е сдружение, работещо в обществена полза, с основни цели създаване и популяризиране на добри практики и програми специално за професионалното развитие на жените в малкия и средния бизнес и израстването им на ръководни позиции. Едновременно с това съветът подкрепя младите професионалисти да реализират своя потенциал в България, както и разработването на проекти, насочени към укрепване на бизнеса и възпитаване на таланти в различни сфери на бизнеса.



Снимка 1 - Мрежова дейност, организирана от Съвета на жените в бизнеса в България

Други организации в България включват клуб "Business in high heels", което приблизително се превежда като "Бизнес на високи токчета". Въпреки че името на клуба без съмнение е хумористично, то също така намеква за предизвикателствата, пред които са изправени жените на работното място. Както вероятно знаете, високите токчета не са сред най-удобните обувки и често са запазени за най-официалните случаи.

Когато управлявате собствен бизнес, трябва да сте готови постоянно да излизате извън зоната си на комфорт и да отправяте предизвикателства към себе си. Високите токчета са успешна метафора за това.

Клубът е забележителен, защото издава и алманах за жените в бизнеса. Участието в книгата, която се издава всяка година, е отворено за всички бизнес дами, които плащат достъпна такса.



Снимка 2 - Алманах на предприятията, собственост на жени, в България.

Подобни практики, включващи алманаси, брошури "кой кой е" и други маркетингови материали, се разпространяват в почти всички държави-членки на ЕС. Макар че нямаме за цел да рекламираме това конкретно издание, все пак е препоръчително да заявите присъствието си в подобни такива във вашата страна. Таксата за участие е само малка част от сумата, която би била необходима за изготвянето и разпространението на ваша собствена брошура.

Достигането до подобни организации може лесно да се осъществи и онлайн и чрез техните профили в социалните медии.

Можете да научите повече за тези организации, като последвате тези връзки:

клуб "Business in high heels":

Уебсайт: www.clubvisokitokcheta.bg

Facebook: www.facebook.com/clubvisokitokcheta/

Съвет на жените в бизнеса в България

Уебсайт: www.womeninbusiness.bg

Facebook: www.facebook.com/CWBB.Bulgaria

1.3. Организации за бизнес дами в Люксембург

Люксембург има географски предимства и недостатъци. От една страна, страната е най-малката държава - членка на ЕС, с население малко над 600 000 души, страната е малък пазар, който предлага ограничени възможности за бъдещите жени предприемачи и още по-малко специализирани професионални сдружения.

От друга страна - Люксембург е развита икономика, заемаща високи позиции както в индекса на човешкото развитие (ИЧР), така и в различни класации за лесно правене на бизнес. Разположена в политическия център на Европа, страната отдавна привлича хора от целия континент. Ето защо много от местните професионални сдружения включват мултиетническа и многоезична общност и имат международни клонове.

1.3.1. Местни търговски камари

Най-голямата местна търговска асоциация е "Confédération Luxembourgeoise du Commerce" (CLC), която представлява интересите на търговския сектор в Люксембург. CLC е утвърдена работодателска организация, която защитава нуждите и проблемите на предприятията от търговския сектор. Макар че в нея членуват много жени, тя е насочена предимно към по-големите корпорации, за разлика от дребните предприемачи.

При все това конфедерацията подкрепя жените предприемачи и предприятията, притежавани от жени, със специални програми и организира събития, насърчаващи равния достъп до възможности за развитие. Ще бъде препоръчително да следите редовния календар на такива асоциации и да посещавате събития, представляващи интерес за вашия конкретен бизнес.

Търговска конфедерация на Люксембург

Уебсайт: www.clc.lu

Обърнете внимание, че официалното наименование на организацията обикновено се изписва на френски език. Като цяло люксембургчани владеят няколко езика, като официален статут в страната имат както френският, така и немският. Френският език обаче традиционно се смята за предпочитан език на бизнеса.

1.3.2. Професионални сдружения за жени предприемачи и хора на свободна практика

Люксембург разполага с активна мрежа от работещи професионалисти, които се стремят да се подкрепят взаимно в предприемаческата си дейност. Можете да се свържете с такива групи чрез социалните медии или като посещавате събития, организирани от тях. Отличен пример за активна асоциация е Women in Business A.s.b.l (WIB). Това е независима национална професионална асоциация, създадена в Люксембург през 2005 г. Тяхната заявена мисия е да обединяват жените в бизнеса, като разработват и насърчават възможностите за създаване на контакти между жени от всички сектори, на всички етапи от кариерата им (изпълнителни директори, ръководители, собственици на малки предприятия, мениджъри) чрез специализирани културни и социални събития.



Снимка 3 - участници в семинар, организиран от Women in Business - Люксембург

Хората, работещи в творческия сектор, могат да потърсят членство в асоциацията "Дизайн Люксембург". Това е местната федерация на всички независими предприемачи и лица на свободна практика, работещи в областта на визуалните комуникации. Тя е свързана с Люксембургската търговска конфедерация (clc) и е подходяща за бизнес дами, които работят, за да открият ценни контакти в работата си. Можете да се свържете с тези организации чрез следните контакти.

Design Luxembourg

Уебсайт: www.designluxembourg.lu

Facebook: www.facebook.com/designluxembourg

LinkedIn: www.linkedin.com/company/design-luxembourg

Women in Business

Уебсайт: www.womeninbusiness.lu

Основни изводи

- Групите за подкрепа, бизнес клубовете и събитията за създаване на контакти стимулират сътрудничеството и партньорството между членовете и им помагат да се утвърдят в бизнеса и да защитят интересите си.
- Препоръчително е да се свържете с професионалните асоциации и да участвате във всички съвместни маркетингови материали, които те могат да изготвят - алманаси, брошури "Кой кой е" и др.
- Потърсете организации, посветени на подпомагането на жените предприемачи. Въпреки че местната търговска камара може да има членове жени или дори специален отдел, можете да дадете приоритет на сдружения, посветени изключително на жените.

Препоръки за допълнителна литература

Представянето на себе си по най-добрия възможен начин пред професионалните организации е също толкова важно умение в бизнеса. Ще обсъдим този въпрос по-подробно в Модул 6: Ръководете като жена предприемач

Препратки към част 1:

Women in Business Bulgaria - www.womeninbusiness.bg

Club "Business in High Heels" - www.clubvisokitokcheta.bg

Design Luxembourg - www.designluxembourg.lu

Bulgarian Industrial Association - www.bia-bg.com

Bulgarian Chamber of Commerce and Industry - www.bcci.bg

Част 2: Организиране на дейности в екип

Тагове: събития, общност, семинари, срещи, тиймбилдинг

Част 2 - Въведение

Сдруженията, представени в част 1, са само малка част от всички групи за подкрепа, които са на разположение на жените предприемачи, независимо дали са базирани в България, Люксембург или друга държава. Възможно е обаче, след като направите собствено задълбочено проучване, да се окаже, че нито една организация не е особено добре приспособена към нуждите на вашия бизнес.

Там, където другите виждат проблем, вие самата - като предприемач - трябва да виждате възможност. Ако никой друг не го е направил, може би вие сте най-подходящият човек, който може да се свърже с други колеги от културния и творческия сектор и да организира събития за работа в екип, без да има нужда от посредници като професионалните сдружения.

2.1. Видове събития за създаване на контакти

Основният смисъл на провеждането на събития за създаване на контакти е да се даде възможност на участниците да се срещнат и опознаят, да обсъдят идеи и възможности за сътрудничество, както и да споделят лични аспекти от живота. Не е необходимо всички събития да са официални, тъй като можете да помислите за организиране на културни и лайфстайл събития, като например семинари за вино с дегустации, кулинарни уроци с местни и международни знаменитости, както и различни дейности, свързани с релаксация и отдих, включително пътувания, разходки сред природата и дори козметични процедури.

Съществуват няколко широки категории, в които могат да се обединят различните възможни дейности:

- **Професионални семинари и работни среќи**

За да организирате успешен семинар, първо трябва да определите ключовите теми, които интересуват жените предприемачи. Развитието и управлението на търговската марка, както и правните и бизнес въпроси са очевидни отправни точки. Като жена предприемач обаче можете да помислите за включването на други теми, като например разликата в заплащането между половете, сблъсъка със стереотипите в работата, както и някои теми, специфични за творческия и културния сектор - дизайн, арт мениджмънт, права на интелектуална собственост и др.

Вторият ключов компонент на добрия семинар е участието на водещи специалисти в съответната област и влиятелни личности. Потърсете университетски преподаватели или професионалисти от бизнеса, които се изказват по темите, които ви интересуват.

Добри примери за такъв тип събития са конференцията sheleader.digital в България (www.sheleader.digital), както и събитието Women at the Top в Люксембург (www.womenluxembourg.live.ft.com).

- Програми за менторство

Изключително важно и често пренебрегвано предимство на събитията за работа в екип е т.нар. обучение "от връстници на връстници". Групите за наставничество предоставят платформа на жените предприемачи да се свържат с опитни наставници или да сформират групи с колеги предприемачи. Тези интимни събирания често включват споделяне на предизвикателства, получаване на насоки и изграждане на трайни взаимоотношения.

Не е задължително наставниците да са конкуренти в една и съща област. Културният и творческият сектор има ясно изразено предимство, тъй като предоставя различни възможности за кариера, които могат да се допълват, а не да се конкурират. В крайна сметка това е основната ценност на работата в екип. Фондация "Чери Блеър" е пример за организация, която улеснява наставничеството за жени предприемачи (www.cherieblairfoundation.org).

- Дейности за сплотяване на екипа

Макар да е вярно, че вие и другите жени предприемачи не сте колеги в традиционния смисъл на думата (т.е. не работите в една и съща компания), това помага да се насърчи колегиалната атмосфера помежду ви. 4

Жените на свободна практика и самостоятелните предприемачи неминуемо ще открият колко трудно е да нямат колеги на работното място. Очевидното решение е да намерите такива сами.

Типичните събития за тимбилдинг включват изложби, модни ревюта, музикални вечери, литературни клубове, поетични рецитали, представяния на книги и др. В календара трябва да се предвидят и спортни събития, включващи дейности като уроци по голф, конна езда, пилатес, йога, водна аеробика, танци, плажен волейбол, тенис, боулинг, картинг и др.

Тези видове събития могат да се разглеждат както като възможност за освобождаване от стреса (нещо, което ще обсъдим по-подробно в Модул 8: Управление на стреса в културния и творческия сектор), така и като платформа за установяване на нови бизнес контакти.

2.2. Организиране на събитие за работа в екип

Като предприемач трябва да умеете да организирате събития. Това ще ви бъде от полза не само като ръководител на собствения ви бизнес, но и при разглеждането на възможностите за работа в екип. Първата стъпка във всяко подобно начинание е да определите целите и предназначението на събитието. Дали се стремите да осигурите възможности за работа в екип, да предложите образователни сесии или да се съсредоточите върху конкретна индустрия? Изясняването на целите ще ви помогне да оформите структурата и съдържанието на събитието. След като сте уверени в това отношение, насочете се към конкретна група жени предприемачи, които искате да обхванете. Вземете предвид фактори като отрасъл, ниво на опит, местоположение и интереси. Това ще ви помогне да адаптирате събитието към техните нужди и предпочитания.

Казват, че има три важни неща, които трябва да се управляват при организирането на събитие - място, място и място. Като оставим хумора настрана, значението на избора на подходящо място за всяко събитие за създаване на контакти не може да бъде подценено. След като вече имате предвид мястото на събитието, формата и продължителността започват да се оформят.

След пандемията на Ковида-19 трябва да се направи важно разграничение между събития на живо, виртуални събития, както и хибридни събития, които включват както присъстващи на място, така и онлайн участници. Това съображение се отразява на всички аспекти на срещата - включително бюджет, местоположение и т.н.

Идентифицирайте и поканете влиятелни и компетентни лектори, които могат да допринесат с ценни идеи и опит. Сътрудничество със съответните организации, експерти от бранша или спонсори, които могат да осигурят подкрепа, ресурси или финансиране на събитието.

Създайте график и програма на събитието, включваща сесии, семинари, панелни дискусии и дейности за създаване на контакти. Осигурете баланс между образователното съдържание и възможностите за работа в екип, като дадете възможност на участниците да общуват помежду си и да придобият практически приложими знания.

Трябва да подготвите програма и сценарий. Програмата на дадено събитие е официалният график, който е на разположение на всички гости. Сценарият, от друга страна, е нещо, с което разполагат само организаторите. Конкретните часове между двете могат да се различават. Например, сравнете примера в таблица 1:

Програма на събитието	Сценарий на събитието
11:00 - Основно изказване 12:00 ч. - сесия с въпроси и отговори 12:30 - Обедна почивка	10:00 - Основният оратор пристига на мястото на събитието 10:30 - Тестване на озвучителната система 11:00 ч. - Начало на основната реч 11:50 - Поставяне на микрофони в залата за сесията с въпроси и отговори. 12:00 ч. - Начало на въпросите и отговорите 12:10 - Пристигане на кетъринг компанията И т.н.

Таблица 1 - Сравнение между програма на събитие и сценарий на събитие

Както е показано в таблица 1, не е необходимо всички дейности по време на събитието да се съобщават на участниците. Сценарият е вътрешен и съдържа информация, която до голяма степен е без значение за гостите, но е важна за организаторите.

Създаването на онлайн система за регистрация, която да рационализира процеса на регистрация на участниците, по принцип е добра идея. Можете да използвате нещо толкова просто като създаване на събитие във Facebook и да разчитате на

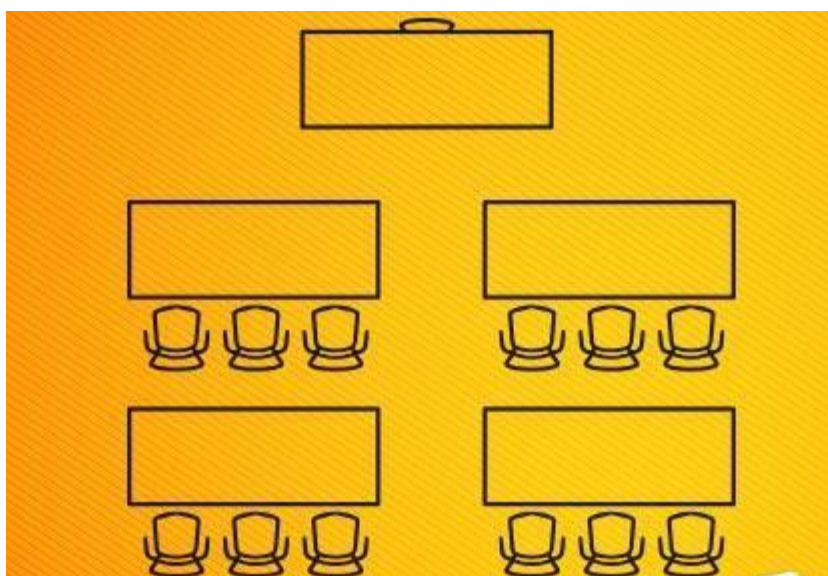
хората да заявят дали ще присъстват, или "се интересуват", ако използваме терминологията на Facebook. Повече информация за това как да управлявате фирмения си профил във Facebook можете да намерите в Модул 4: Ръководство за социални медии за предприятия, притежавани от жени.

Имайте предвид, че броят на хората, които вероятно ще посетят дадено събитие, е различен от самодекларираните се участници в която и да е платформа, независимо дали става въпрос за Facebook или друга онлайн регистрация. Винаги приемайте, че ще се явят по-малко хора от декларираните. Например - ако за вашето събитие за създаване на мрежа от контакти са необходими 50 участници, трябва да се обърнете към поне 75, за да сте сигурни, че ще имате достатъчен брой.

2.3. Управление на вашето пространство за събития

Предполагаме, че сте избрали подходящо място за провеждане на събитието за създаване на контакти, но все пак е необходимо да организирате пространството на това място. Не всички конфигурации на местата за сядане са еднакво благоприятни за създаване на контакти и насърчаване на хората да общуват помежду си след официални представяния или лекции.

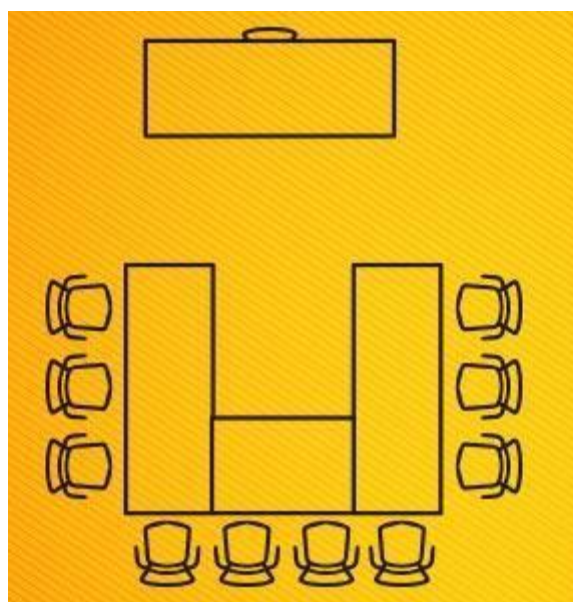
Традиционният формат на лекциите (вж. изображение 4) обикновено създава разделение между лектора и участниците, дори ако последните всъщност са успешни бизнес дами сами по себе си. При тези обстоятелства оформлението на залата "Класна стая" е избрано така, че да засили позицията на лектора.



Изображение 4 - Тип оформление "Класна стая" за събитие. Източник: meetings.skift.com

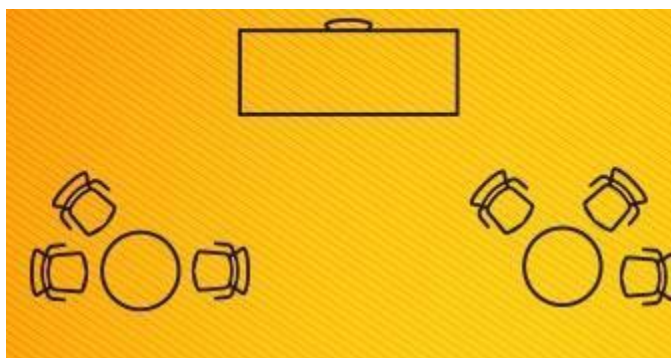
Въпреки това, при конкретните обстоятелства на създаване на събитие за създаване на екип от контакти за жени, работещи в културния и творческия сектор, схемата "класна стая" може да не е подходяща. Тя има два основни недостатъка: Тя не е благоприятна за брейнсторминг и работа в екип. Вместо това от слушателите се очаква да бъдат пасивни. Тя може да не е подходяща за деловите жени, работещи в културния и творческия сектор, защото често се възприема като остаряла и скучна.

И така, как трябва да подредите залата си, ако приемем, че сте поканили поне един лектор и разполагате с някаква сцена за събитието си. Бихте могли да изберете не толкова формална U-образна форма на разговора. По този начин участниците се виждат един друг освен с лекторите и е по-вероятно да взаимодействат помежду си. Наличието на бюра в залата е в съответствие с класическата "U-образна" подредба (вж. изображение 5). Това е полезно, ако се очаква участниците да си водят бележки. Още по-неформален вариант на тази подредба е "подковата", където има само столове, но няма бюра. В идеалния случай при този вариант ораторът също не трябва да има бюро или издигната сцена.



Изображение 5 - Тип оформление "Класна стая" за събитие. Източник: meetings.skift.com

Особено подходяща алтернатива за креативни хора е "Създаване на клъстери". При този вариант пространството за събития е пригодено за работа в екип и смесване. Лекторите имат второстепенна функция, която често се ограничава до поставяне на задачи или представяне на резултатите от отделните клъстери за работа в екип.



Изображение 6 - Тип оформление "Клъстери" за събитие. Източник: meetings.skift.com

Забележете, че не всички столове са обърнати към оратора/сцената на събитието за работа в екип. Ролята на оратора е много ограничена в тази конфигурация, а сцената вероятно ще остане празна през по-голямата част от събитието. Клъстерите често не са симетрични, но трябва да останат относително балансирани по отношение на местата, за да се гарантира, че всички участници имат равен достъп до процеса на работа в екип.

2.4. Популяризиране на планираните събития

Успехът на вашето събитие за работа в екип изисква цялостна маркетингова и рекламна стратегия, която да повиши осведомеността и да привлече участници. Използвайте различни канали, като например социални медии, маркетинг по електронна поща, целеви реклами, публикации в бранша и лични мрежи. Използвайте партньорства с влиятелни личности или организации, които могат да помогнат за разпространението на информацията.

Това ни връща към част 1 от този модул. Членуването в професионални организации е добър начин да достигнете до потенциални партньори и други жени, работещи в културния и творческия сектор. Помислете дали имате конкретна група жени предприемачи, до която искате да достигнете. Техните демографски характеристики, интереси и предпочитани канали за комуникация са все фактори, които трябва да вземете предвид. Това ще ви помогне да адаптирате маркетинговите си послания и да изберете най-ефективните методи за популяризиране.

Методът, който се използва от повечето организатори на събития за работа в екип за първи път, са социалните медии. Използвайте присъствието си в LinkedIn, Facebook, Twitter и Instagram, за да популяризирате събитието си. Създавайте ангажиращи публикации, споделяйте подходящо съдържание и използвайте

специфични за събитието хаштагове, за да увеличите видимостта. Обмислете пускането на целеви реклами или спонсориран публикации, за да достигнете до по-широка аудитория.

По-опитните организатори на събития могат да използват допълнителни инструменти, като например маркетинг на съдържанието. Пишете убедителни теми на имейли и персонализирани съобщения, за да увеличите процента на отворените съобщения. Подчертайте ключови подробности за събитието, лектори и всякакви ексклузивни оферти, за да насърчите регистрациите за събитието. Възможно е да не разполагате с достатъчно информация за контакт в първото организирано от вас събитие за създаване на екип, но тъй като с течение на времето идват регистриранти, бихте могли да съберете тези данни от тях.

Освен това бихте могли да се обърнете към местните медии, като вестници, списания или радиостанции, за да представите събитието си като новина, която заслужава внимание. Предложете да предоставите интервюта, експертни мнения или гостуващи статии, свързани с женското предприемачество и значението на събитията за работа в екип.

Основни изводи

- Ако във вашия район няма текущи събития за работа в екип, може би можете да се възползвате от възможността и сами да организирате такова.
-
- Изборът на подходящо място и организирането на пространството за събитието е от решаващо значение за успеха на събитието за работа в екип.
-
- Популяризирайте събитието си в социалните медии, като вземете предвид демографските характеристики, интересите и предпочитаните канали за комуникация на колегите предприемачи.

Препоръки за допълнителна литература

Популяризирането и организирането на събитие изисква познания за това как да управлявате профила на компанията в социалните медии. Можете да научите повече за това в Модул 4: Ръководство за социални медии за жени предприемачи.

Препратки към Част 2:

White, B. (2023). Networking Tips for Young Professionals: LinkedIn

Cote, C. (2022). Networking for Entrepreneurs. HBS Online

Franco, M. (2020). The Science of Networking: Research to help you network better. Psychology Today.

Clark, D. (2014). Networking for Introverts: Strategies to Thrive in Networking Events. Harvard Business Review.

Част 3: Тайните на ефективното създаване на контакти

Тагове: етикет, облекло, разговори, социални контакти, асансьор

Част 3 - Въведение

Организатор или участник - и в двата случая трябва да се изявите на всяко събитие за работа в екип. Не е достатъчно да присъствате, за да бъде присъствието ви там полезно. Но как можете да гарантирате, че хората ще запомнят вас и вашия бизнес сред многото други участници? Това може да бъде плашещо за много жени, а и трябва да се отбележи, че творческите хора често са интроверти, които изразходват енергията си по-добре в изкуството, отколкото в междуличностните комуникации.

За щастие, има няколко съвета и трика, които могат да ви помогнат по пътя. Ще ги разгледаме по-подробно в този раздел.

3.1. Петте принципа на добрия разговор

Започването на разговор с непознат може да бъде обезкуражаващо, дори ако и двамата сте жени, заемащи сходни роли в собствените си компании. Въпросите, свързани с работата, са очевиден начин за започване на разговор по време на събитията за създаване на контакти, но не са единственият начин да привлечете друг участник в разговора. Нещо повече - има стъпки, които трябва да направите още преди да започнете да говорите.

- **Бъдете достъпни**

Първата стъпка е да създадете привлекателно и достъпно присъствие, като поддържате открит език на тялото, усмихвате се и установявате контакт с очите. Това улеснява другите да започват разговори с вас. Започнете разговорите с леки и непринудени теми, като например самото събитие, мястото на провеждане или общи интереси. Това помага да разчупите леда и да създадете комфортна атмосфера.

- **Практикуйте активно слухане**

Накратко - това означава да отделите цялото си внимание на човека, с когото говорите. Проявявайте истински интерес към това, което казва, задавайте уточняващи въпроси и се включвайте в смислен разговор. Избягвайте постоянно да преглеждате стаята или да търсите други хора, с които да говорите. Автентичността е от ключово значение при работата в екип. Бъдете себе си и позволете на личността си да изпъкне. Хората са по-склонни да се свържат с вас, когато усетят автентичност.

- **Размяна на визитни картички или информация за контакт**

Когато е необходимо, разменяйте визитни картички или информация за контакт с хората, с които се срещате. Това ви дава възможност да поддържате връзка и след събитието и да продължите да изграждате взаимоотношения. След събитието се постарайте да проследите хората, с които сте се свързали. Изпратете персонализирани съобщения, в които изразявате удоволствието си от срещата с тях и интереса си да продължите разговора. Това помага за затвърждаване на връзката и отваря вратата за по-нататъшна комуникация и сътрудничество.

- **Съобразявайте се с времето**

Въпреки че е важно да провеждате смислени разговори, внимавайте за времето, което прекарвате с всеки човек. Позволете на взаимодействията да протичат естествено, но се съобразявайте и с други хора, които може би чакат да се включат в разговорите. Когато обсъждате нещо с колега предприемач, може да се изкушите да останете в разговора по-дълго. Разбира се, не бива да се спирате по средата на изречението, а вместо това използвайте тази възможност, за да спделите данни за контакт - например визитни картички, телефонни номера или данни от социалните мрежи.

- **Бъдете уважителни и приобщаващи**

Възприемайте разнообразието и приобщаването във взаимодействията си. Проявявайте уважение към различните среди, гледни точки и опит. Общувайте с широк кръг от хора, а не само с тези, които са сходни с вас. Жените в бизнеса все още се сблъскват с някои стереотипи и са необходими допълнителни усилия за тяхното минимизиране. Ако сами сте се сблъскали с някои от тях, бихте могли да спделите личната си история с другите. Може би в крайна сметка тя ще вдъхнови хората сами да се справят по-добре.

Разговорите с колеги са отлична възможност да облекчите част от стреса, свързан с работата, който може да сте натрупали. Ще обсъдим това по-подробно в Модул 8: Управление на стреса в културния и творческия сектор.

3.2. Подгответе своя момент

В динамичния и бързо развиващ се свят на културния и творческия сектор овладяването на изкуството да се изказвате в асансьор може да промени успеха ви. Асансьорната презентация е кратко и завладяващо резюме на вашия продукт, идея или проект, предназначено да привлече вниманието и да предизвика интерес за кратко време.

Асансьорната презентация, която произлиза от концепцията за кратко пътуване с асансьор, за да привлече интереса на някого, обикновено трае между 30 секунди и две минути. Като бизнес дама в културния и творческия сектор, умението да формулирате ефективно същността на предложението си може да отвори врати към нови възможности, партньорства и финансиране.

Изготвянето на асансьорна презентация изисква внимателно обмисляне и подготовка. То включва дестилиране на сложна информация в ясно и завладяващо послание, което подчертава уникалните характеристики и предимства на вашето предложение. Не забравяйте, че целта е да оставите трайно впечатление и да предизвикате по-нататъшен интерес и обсъждане.

Това наистина е много, което трябва да поберете в рамките на максимум две минути, но има някои ключови съвети, които могат да ви помогнат да разработите своето представяне:

- Започнете представянето си с убедително твърдение или въпрос, който привлича вниманието на слушателя. Използвайте жив език, техники за разказване на истории или интригуващи статистически данни, за да предизвикате любопитство.
-
- Ясно формулирайте проблема или празнотата на пазара, които вашият продукт, идея или проект решава. Демонстрирайте разбирането си за

предизвикателствата, пред които е изправена целевата ви аудитория в културния и творческия сектор.

-
- Обяснете накратко как вашето предложение решава идентифицирания проблем или задоволява неудовлетворената потребност. Фокусирайте се върху уникалните характеристики, иновациите или творческия подход, които отличават вашия продукт от конкуренцията.
-
- Приспособете своя "elevator pitch" така, че да резонира със специфичните интереси и ценности на целевата ви аудитория. Разберете техните нужди, предпочитания и болезнени точки, за да предадете ефективно стойността на вашия продукт, идея или проект.
-
- Репетирайте, докато не се получи естествено и уверено представяне. Потърсете обратна връзка от колеги или наставници от културния и творческия сектор, за да сте сигурни, че представянето ви е въздействащо и резонира с целевата ви аудитория.

Помнете, че асансьорът не е само за предоставяне на информация, а за създаване на запомнящо се и ангажиращо преживяване. Усвояването на това умение ще ви позволи да се възползвате от възможностите, да създадете значими връзки и да покажете експертните си познания в културния и творческия сектор.

3.3. Как да се обличаме за събития за работа в екип

Подходящото облекло за събитие за създаване на контакти може да варира в зависимост от степента на официалност. Особено жените винаги изпитват затруднения при избора на подходящо облекло. Докато мъжките костюми са доста прости и не оставят много място за вариации, жените са изправени пред повече предизвикателства. Този въпрос се усложнява допълнително от спецификата на културния и творческия сектор. В някои професии, свързани с изкуството, жените обикновено не носят традиционните женски костюми, за разлика от други бизнес дами в областта на правото, финансите, държавното управление и т.н.

В този раздел ще разгледаме основните видове костюми, основани на официалност, и ще обсъдим тяхната приложимост в културния и творческия сектор.

- Официален бизнес

Ако събитието е обозначено като "делово", изберете по-професионално и елегантно облекло. Подходящ е костюм по мярка в плътен цвят или консервативна рокля с блейзър. Изберете неутрални или тъмни цветове и ги съчетайте с обувки със затворен връх. Аксесоарите трябва да са минимални и с вкус.

Събитията, изискващи делово официално облекло, обикновено са рядкост сред артистите и хората на творческия труд. Примери за такива могат да бъдат церемонии по награждаване, разкриване на нови продукти, посещение на лекции и др.

- **Служебно облекло**

При бизнес събитие за създаване на контакти имате по-голяма гъвкавост. Помислете за добре прилепнала рокля или пола с блуза, или прилепнал панталон с блуза или пуловер. Можете да включите някои цветове и шарки в облеклото си, като същевременно запазите професионалния си вид. Съчетайте облеклото си с обувки със затворен връх или с елегантни равни обувки. Това обикновено е подходящо за събития за създаване на контакти или за срещи с клиенти.

Жените в сферата на изкуството, културата и творческите индустрии могат да изглеждат по-артистично, ако изберат да не са много строги към облеклото си. Може да добавите нещо - цвят или украса например, което да бъде определено като ваш отличителен елемент.

- **Интелигентен ежедневен стил**

Събитието за работа в екип в стил smart casual позволява по-спокойно и стилно облекло. Можете да изберете рокля, пола с блуза или панталон със стилен топ. Включете блейзър или жилетка, за да изглеждате елегантно. Изберете удобни, но модерни обувки, като токчета, равни обувки или стилни ботуши.

За още по-непринудено събитие за работа в екип имате по-голяма свобода да изразите личния си стил. Можете да носите блуза с дънки или панталон, небрежна рокля или пола със стилен топ. Можете да изберете удобни, но представителни обувки, като например равни обувки, сандали или модерни маратонки.



Снимка 7 - Служебно и официално облекло. Източник: Пинтерест

Важно е да се отбележи, че макар тези насоки да представляват обща рамка, е важно да се вземат предвид и спецификата на индустрията, културата и местоположението на събитието. Ако не сте сигурни в дрескода, винаги е по-добре да изберете малко по-официално облекло, отколкото да сте недостатъчно облечени. Освен това, независимо от степента на официалност, е изключително важно да се обърне внимание на личното възпитание, чистотата и уместността за събитието.

Основни изводи

- Темите, свързани с работата, не са единствените възможности за започване на разговор по време на събития за създаване на контакти. Започнете с малки разговори, бъдете открити и внимавайте за езика на тялото си.
-
- Подгответе си презентация, защото тя почти сигурно ще бъде полезна на събитията за създаване на контакти. Практиката създава съвършенство, така че не забравяйте да я репетирайте.
-

- Обикновено е по-добре да сте малко по-подготвени, отколкото недостатъчно подготвени. Въпреки това - хората с творчески и артистични професии могат да използват по-нестандартни решения, за да се усъвършенстват.

Препоръки за допълнителна литература

В този раздел споменахме накратко, че възможностите за работа в екип и искрените разговори с колеги могат значително да помогнат за справяне със стреса. За повече информация по този въпрос вижте Модул 8: Управление на стреса в културния и творческия сектор.

Концепцията за "Активно слушане" ще обсъдим отново в Модул 6: Водене като жена предприемач.

Препратки към част 3:

Kelly, C., & London, S. (2005). Dress Your Best: The Complete Guide to Finding the Style That's Right for Your Body.

Rothman, L. A. (2013). Style Bible: What to Wear to Work.

Добри практики

Ева Дончева: Някои собственици са по-скоро съревнователни, отколкото сътрудничещи, но аз определено съм от сътрудническите



Обсъдихме работата в екип с българския предприемач Евелина Дончева, която ръководи художествената галерия "Listopadna" (Листопад). Това е магазин за подаръци за ръчно изработени изделия, в който тя си сътрудничи с още 30 български творци. В галерията тя продава уникални бижута и декорации за дома и организира различни работилници както за любители, така и за занаятчии, които искат да опитат нещо ново.

"Художествена галерия Листопад" съществува от 7 февруари 2020 г. и Евелина е трябвало да я развива по време на пандемията, без да прехвърля бизнеса онлайн. Решението ѝ в крайна сметка се е отплатило, благодарение на упоритостта.

Дали предприемачите във вашия бранш се конкурират или си сътрудничат? Можете ли да дадете примери за съвместни проекти?

Някои собственици на магазини са по-скоро конкурентни, отколкото склонни към сътрудничество, докато други са много отворени към съвместни проекти и работа в екип. Аз определено съм от хората, които си сътрудничат. Работим с различни художници, така че всъщност не сме си конкуренция. Работата, която вършим, е уникална и можем само да спечелим, като я споделяме с клиентите си.

Имаме много добро сътрудничество с някои собственици на онлайн бизнеси - някои от тях с удоволствие използват моята галерия като свой шоурум или правят срещи с клиентите си тук. Един от любимите ми примери тук е сътрудничеството с "Лунария" - марка за "картини", изработени от истински сухи цветя. Симона Крушкина - създателката на този прекрасен проект - започна да работи с нас преди 4 години, когато организирах арт базари. Тя дойде при нас, защото дотогава никой не ѝ даваше възможност да покаже изкуството си, а когато я получи, тя разцъфна, както и марката.

Има една общност - микс енд мач - която сега се опитва да подкрепи и други сътрудничества като нашето, но аз не съм оптимист.

Как поддържате отношенията си с други предприемачи? Това помага ли ви в бизнеса?

Понякога ходя в други магазини като моя или на базари за изкуство като клиент. Когато колегите чуят, че имам бизнес и не продавам онлайн, проявяват интерес.

Много съм придирчива, когато става въпрос за моите бизнес познати, и им давам да разберат, че работя само с художници, които имат всички законови регистрации и могат да ми предоставят фактури. За съжаление в България голяма част от културния и творческия сектор все още е част от сивата икономика. Това възпрепятства сътрудничеството на ниво местна търговска камара или други професионални организации.

При все това имам и няколко колеги в София с подобни магазини, които споделят моите ценности. Непрекъснато обменяме продукти, насочваме клиенти или си поделяме данъците за участие в артбазари. По този начин си осигуряваме по-голяма видимост и правим събитията по-евтини.

Как един нов предприемач може да се включи в бизнес общността във вашата страна?

Зависи. От една страна, групите за ръчна изработка и свободни професии във Facebook процъфтяват. Но това не е гаранция, че можете да получите онлайн коректна информация за това как да започнете собствен бизнес. В социалните мрежи има и много недобронамерени хора, така че е по-добре, ако искате да се включите в бизнес общността, да търсите тези, които споделят вашите ценности.

Това е наистина трудно заради правните проблеми и нагласите, които споделих по-горе, но съм сигурен, че всеки може да достигне до своите хора - колеги и клиенти, ако има търпение и се надява да търси достатъчно упорито.

Съвети и препоръки

- Групите за подкрепа, бизнес клубовете и събитията за създаване на контакти насърчават сътрудничеството и партньорството между членовете, като им помагат да се утвърдят в бизнеса и да защитят интересите си.
- Препоръчително е да се свържете с професионалните асоциации и да участвате във всички съвместни маркетингови материали, които те могат да изготвят, като например алманаси или брошури "Кой кой е".
- Потърсете организации, специално посветени на подпомагането на жените предприемачи, и помислете дали местната търговска камара има членове жени.
- Ако във вашия район няма съществуващи събития за създаване на контакти, поемете инициативата сами да организирате такова и се възползвайте от възможността.
- Изборът на подходящо място и организирането на пространството за събитието са решаващи фактори, които допринасят за успеха на събитието за работа в екип.
- Популяризирайте събитието си в социалните медии, като вземете предвид демографските характеристики, интересите и предпочитаните канали за комуникация на колегите предприемачи.
- Не е задължително темите за започване на разговор по време на събитията за работа в екип да се ограничават до теми, свързани с работата. Започнете с малки разговори, поддържайте отворено съзнание и внимавайте за езика на тялото си.

Речник

Търговска камара - Търговската камара е сдружение на предприятия и организации в определен географски район. Нейната цел е да насърчава и защитава интересите на местните предприятия, да стимулира икономическия растеж и да предоставя възможности за създаване на мрежи от контакти за своите членове. Търговските камари често организират събития, предлагат услуги в подкрепа на бизнеса и се застъпват за политики, свързани с бизнеса.

Elevator pitch - Асансьорният питч е кратко и убедително представяне на идея, продукт или себе си, обикновено с продължителност от около 30 секунди до две минути - времето, необходимо за пътуване с асансьор. Целта му е да привлече вниманието на слушателя и ефективно да предаде ключовите моменти или предложението за стойност по кратък начин. Представянето в асансьор обикновено се използва в ситуации на създаване на контакти и при търсене на потенциални бизнес възможности.

Наставничество - Наставничеството е професионално взаимоотношение, при което опитен човек, известен като наставник, предоставя насоки, съвети и подкрепа на по-малко опитен човек, известен като наставляван. Наставниците споделят своите знания, опит и прозрения, за да помогнат на наставляваните да развият уменията си, да вземат информирани решения и да се ориентират в кариерата си или в конкретни области на интерес.

Смесване - Смесването се отнася до общуването и взаимодействието с други хора в не принудена или неформална обстановка. В контекста на работата в екип смесването включва разговори с различни хора, запознаване с тях и изграждане на връзки. Това е обичайна практика по време на събития, конференции и бизнес срещи.

Работа в екип - Работата в екип се отнася до процеса на установяване и поддържане на професионални взаимоотношения с лица и групи за обмен на информация, контакти и ресурси. Често включва посещение на събития, общуване и участие в разговори с цел разширяване на професионалната мрежа.

Препратки

Women in Business Bulgaria - www.womeninbusiness.bg

Club “Business in High Heels” - www.clubvisokitokcheta.bg

Design Luxembourg - www.designluxembourg.lu

Bulgarian Industrial Association - www.bia-bg.com

Bulgarian Chamber of Commerce and Industry - www.bcci.bg

White, B. (2023). Networking Tips for Young Professionals: LinkedIn

Cote, C. (2022). Networking for Entrepreneurs. HBS Online

Franco, M. (2020). The Science of Networking: Research to help you network better. Psychology Today.

Clark, D. (2014). Networking for Introverts: Strategies to Thrive in Networking Events. Harvard Business Review.

Kelly, C., & London, S. (2005). Dress Your Best: The Complete Guide to Finding the Style That's Right for Your Body.

Rothman, L. A. (2013). Style Bible: What to Wear to Work.

Проверете знанията си (множествен избор с един верен отговор)

1. Кога са възстановени българските професионални сдружения след десетилетия на потискане?

- a) През 1989 г., след падането на комунистическия режим.
- b) През 2007 г. след присъединяването на България към Европейския съюз.
- c) През 2011 г., след като българският парламент прие нови закони, регулиращи местните професионални сдружения.
- d) Българските професионални сдружения никога не са били потискани, като някои от тях водят началото си от края на XIX век.

2. Защо е важно да участвате в алманаси, брошури "Кой кой е" и други маркетингови материали, издавани от професионални асоциации?

- a) Не е така. Предприятията не печелят нищо от споделянето на медийната експозиция с потенциални конкуренти.
- b) Таксата за участие е само малка част от сумата, която би била необходима за изготвянето и разпространението на собствена брошура.
- c) Клиентите се доверяват повече на алманасите, отколкото на индивидуалната реклама.
- d) Задължително е да се включите, ако искате да сте част от местно професионално сдружение.

3. Кой от изброените професионални сдружения в Люксембург са посветени на овластяването на жените предприемачи?

- a) Design Luxembourg и Women in Business.
- b) Платформа за бизнес и Люксембургски клуб.
- c) Съюз на жените предприемачи в Люксембург.
- d) Тъй като Люксембург е толкова малка държава, няма организации, посветени на жените предприемачи.

4. Каква е една от основните цели на събитията за създаване на контакти?

- a) Да покажете личните си постижения пред други предприемачи
- b) Да се състезавате с други участници в различни турнирни игри
- c) Да се запознаете с най-новите модни тенденции сред жените предприемачи.
- d) Да срещнете и опознаете други предприемачи, които са изправени пред същите предизвикателства като вас.

5. Кой от изброените категории са събития за създаване на контакти за предприемачи?

- a) Програми за наставничество
- b) Професионални семинари и работни срещи
- c) дейности за сплотяване на екипа
- d) Всички гореизброени дейности

6. Как трябва да подредите пространството за събития, ако искате да създадете по-малко официална атмосфера?

- a) Използвайте класическо оформление на класната стая.
- b) Разположете всички столове в отворени П-образни форми.
- c) Премахнете изцяло възможностите за сядане, като по този начин насърчите по-голямата мобилност на участниците.
- d) Разположете местата за сядане на случаен принцип в цялата стая.

7. Какво представлява "elevator pitch"?

- a) Вид събитие, което умишлено се провежда в затворени пространства, за да се насърчи работата в екип.
- b) Музикален фон, който има за цел да създаде приятелска атмосфера сред участниците в събитието.
- c) Кратко представяне на себе си и своя бизнес. В идеалния случай нещо, което бихте могли да кажете на потенциален бизнес партньор за времето на едно средно пътуване с асансьор.
- d) Кратка бележка, която се раздава на участниците и която включва програмата на събитието.

8. Как можете да създадете привлекателно и достъпно присъствие по време на събитие за създаване на контакти?

- a) Поддържане на открит език на тялото, усмивка и контакт с очите при започване на разговор.
- b) Носете работно облекло или униформа, за да покажете ясно, че сте един от участниците.
- c) Бъдете любопитни и задавайте лични въпроси на другите участници, за да разчупите леда.
- d) Започвайте разговорите с шеги за събитието, участниците и/или за себе си.

9. Кое от следните облекла ще се счита за "бизнес облекло"?

- a) Няма такова нещо като "бизнес облекло". Облеклото може да бъде както делово, така и небрежно.
- b) Костюм по мярка в плътен цвят или консервативна рокля.
- c) Добре прилепнала рокля или пола с блуза или прилепнал панталон с блуза или пуловер.
- d) Тениски без етикети и дънки.

10. Защо е важно да се съобразявате с времето, докато създавате контакти по време на събития?

- a) Събитията имат много строг график и не бихте искали да пропуснете част от тях.
- b) Смята се за неуместно да се водят твърде кратки разговори. (По-малко от 3 минути).
- c) Защото може да има други хора, които чакат да общуват с вас или с лицето, с което говорите.
- d) Защото жените са склонни да говорят твърде дълго по незначителни въпроси.