**Zaskocz kontrahenta prezentem**

**Biznes i dyplomacja są nierozerwalnie związane z wręczaniem sobie prezentów. Nadchodząca Wielkanoc może być miłą okazją, aby sprawić niespodziankę kontrahentowi.**

Przedstawiamy kilka ważnych zasad, dzięki którym prezent spełni swoją rolę i sprawi radość obdarowanemu, a jego wręczenie będzie zgodne ze standardami międzynarodowej biznesowej etykiety.

**Dlaczego dawać prezenty w biznesie?**

Któż z nas nie lubi otrzymywać prezentów? W biznesie pomagają one nie tylko utrwalić relacje biznesowe i wpłynąć na bieżącą współpracę. Rozsądnie dawane budują przedpole do przyszłej kooperacji. Wzmacniają więź i pełnią rolę dodatkowej akcji promocyjnej firmy. Wielu twierdzi, że prezent wręczony we właściwym momencie i w należyty sposób potrafi zdziałać cuda w relacjach na pozór bardzo racjonalnych.

Dlaczego tak się dzieje? Wynika to z psychologii, a konkretniej zasady wzajemności. Jeśli dostajemy coś od drugiej osoby, szczególnie w akcie dobrej woli, czujemy się zobowiązani dać coś w zamian – niekoniecznie od razu. I wcale nie chodzi tu o kolejny podarunek zwrotny, miły drobiazg. Bardzo często możemy liczyć na nowe zamówienia lub korzystny kontrakt! Po prostu – prezent wytwarza więź.

Nie do przecenienia jest również nasz wizerunek. Ofiarując odpowiednio dobrany podarek, pokazujemy, że zależy nam na kontrahencie, co więcej – lubimy go. A pamiętajmy, że lubimy ludzi, którzy nas lubią. Jeśli prezent jest trafiony, to wskazuje to również na znajomość partnera, jego potrzeb i preferencji.

Ponadto pokazujemy siebie i swoje organizacje jako hojne, a zatem zasobne. I to bez względu na wartość podarowanego upominku. Skoro jesteśmy hojni, to prawdopodobnie również stabilni i godni zaufania.

**Prezent na Święta… Wielkanocne**

Bardzo ważny jest moment, w którym wręczymy prezent. Dobrze to zrobić wtedy, gdy kontrahent tego nie oczekuje, ale jednocześnie mieć ku temu najdrobniejszą nawet okazję. Wielkanoc to wspaniały pomysł. Zaskakujący – a jednocześnie miło jest dostać coś, co uprzyjemni święta.

W Polsce, może z wyjątkiem Śląska, nie jest popularne obdarowywanie się z tej okazji, ale już w wielu państwach zachodnich – tak. Np. we Francji chowa się czekoladowe zajączki i jajka lub inne słodycze w ogrodzie, a dzieci muszą ich szukać. W innych rejonach wręcza się drobne upominki najbliższym. W Polsce taki gest z pewnością zwróci uwagę i zostanie zapamiętany właśnie dlatego, że nie jest oczywisty.

Wiele osób czuje obiekcje przed dawaniem prezentu obcej osobie. Boją się, żeby obdarowany nie odebrał upominku jako łapówki. Okazuje się, że zupełnie niepotrzebnie! Wystarczy obejrzeć wiadomości z działu polityki międzynarodowej, gdzie protokół dyplomatyczny niemal nakazuje wymianę prezentów. Należy jednak uważać na to, co dajemy.

**Jak dobrać odpowiedni prezent?**

W krajach europejskich unika się raczej wręczania drogich przedmiotów, ponieważ w skrajnej sytuacji może to zostać uznane za formę nacisku lub łapówki. W dobrym tonie będzie podarowanie prezentu, który związany jest z gustem lub hobby partnera biznesowego. Pokazujemy wtedy, że w wybór podarunku włożyliśmy sporo serca i wysiłku. Bywa jednak, że nie mamy pojęcia o indywidualnych upodobaniach kontrahenta. Dlatego najlepiej postawić na bezpieczne, sprawdzone prezenty.

W dzisiejszych czasach jasne jest, że nie powinniśmy obdarowywać partnerów biznesowych tanim alkoholem, ani gadżetami promocyjnymi. Lepiej unikać także upominków osobistych, takich jak perfumy, kosmetyki, czy elementy garderoby. W przypadku, gdy produkujemy np. środki do pielęgnacji mebli, koszyczek z asortymentem naszych artykułów też może nie wzbudzić entuzjazmu. Niestosowny prezent w takich sytuacjach zamiast pomóc – zaszkodzi, pozostawiając rysę na naszym wizerunku.

- Najlepiej postawić na bezpieczne, sprawdzone prezenty. A do tych należą dobrej jakości słodycze, markowe alkohole (takie prezenty wybierajmy jednak z wyczuciem), galanteria skórzana, porcelana, zegarki, walizy, a nawet noże – radzi Grzegorz Kobryń z serwisu UpominkiB2B.pl, który specjalizuje się w dostarczaniu ekskluzywnych produktów dla firm na potrzeby prezentów dla kontrahentów, partnerów biznesowych czy pracowników.

Prezent bezpieczny nie musi oznaczać nudnego. Któż nie chciałby rozkoszować się wyszukanymi słodkościami, popijając je dobrej jakości winem, szampanem, czy whisky? Walizki również są mile widziane, ponieważ są praktyczne, a galanteria skórzana czy piśmiennicza przyda się każdemu.

Niezmiernie ważne jest również opakowanie. W firmie wyspecjalizowanej w tematyce prezentowej, decydując się na zestaw, otrzymasz estetycznie zapakowane wiktuały i inne artykuły, w kolorystycznie dobranym opakowaniu. W takim przypadku na dołączonej do prezentu karteczce z logo firmy warto umieścić odręcznie napisane życzenia i podpis.

**Co kraj, to obyczaj**

O ile w krajach europejskich zasady dawania i przyjmowania oraz rodzaju ofiarowanych upominków są dla nas dość jasne, o tyle trudności mogą nastręczać obyczaje przyjęte w innych częściach świata.

Kontrahentom pochodzącym z krajów kultury islamskiej nie wręczamy alkoholu, ale także wyrobów ze skóry świni, porcelany i srebra (poza zastawą), gdyż kojarzone są ze smutkiem. Obywatele tej części świata wręczanie i otrzymywanie prezentów traktują bardzo poważnie, a podarki są częścią komunikacji biznesowej.

Dużą wagę do prezentów przywiązują również Chińczycy i pozostali mieszkańcy Azji. Pamiętajmy, żeby zawsze wręczać je i odbierać oburącz. W tej kulturze zegar to symbol odliczania czasu do śmierci a nóż – znak wojny, zatem unikajmy tego typu upominków. Kolory czerwony i żółty kojarzone są z bogactwem, szczęściem i pomyślnością. Nie istnieje tam zwyczaj rozpakowywania prezentów przy obdarowujących i innych postronnych osobach. Dar należy odpakować na osobności.

Z kolei w Japonii przyjmuje się, że liczba 4 oznacza śmierć, więc należy jej unikać i nie wręczać np. zestawu czterech win. Nie zapakujemy również prezentu w biały papier, uchodzący w Europie i Ameryce za elegancki. W Japonii może się kojarzyć ze śmiercią.

Biały kolor to symbol żałoby także w wielu krajach Ameryki Łacińskiej. Nie powinniśmy zatem dawać białych kwiatów. W niektórych kulturach kontrowersyjne może być obdarowywanie kobiety przez mężczyznę, nawet tej piastującej wysokie stanowisko.

- Znajomość podstawowych zasad etykiety niezwykle pomaga w nawiązaniu i utrzymaniu relacji biznesowych. Upominek to nie tylko radość dla obdarowanego, ale także dla darczyńcy. Im więcej pozytywnej energii płynącej z miłych, drobnych gestów w obustronnych relacjach, tym większa gwarancja, że będą one dobre i długotrwałe – podkreśla przedstawiciel serwisu UpominkiB2B.pl.

Źródło: [Nagrodyb2b](https://nagrodyb2b.pl/)