

ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Белоусова Д.Н.

*Уральский государственный университет путей сообщения
dnbelousova1@gmail.com*

В современном мире визитные карточки являются неотъемлемой частью имиджа делового человека. При первом знакомстве с потенциальным клиентом или партнером мы обращаем внимание не только на его одежду, обувь, аксессуары, но и на другие атрибуты. Визитка выполняет важную презентационную функцию и именно по этой причине необходимо серьезно подходить к ее оформлению.

В данной статье речь пойдет об истории создания, современных правилах оформления и вручения визитных карточек и об их будущем.

Впервые визитные карточки появились во Франции в XVII в., хотя нечто похожее существовало в Древнем Китае. В дореволюционной России визитные карточки были весьма распространены [1, с. 45]. Их функционал был очень широк. Без них невозможно было обойтись при знакомстве. С вручения визитной карточки лакею начинался визит в дом. Ее посылали в день именин, при сообщении о рождении, свадьбе, в ответ на приглашение на обед или бал. Загибая те или иные углы карточки, гость, не заставший хозяев дома, мог уведомить их о своем визите, выразить сочувствие или соболезнование. Наконец, нарядно оформленные визитные карточки заменяли поздравительные открытки, а карточки с портретом владельца дарились как фотографии друзьям, родственникам и возлюбленным. Разнообразны были не только ситуации использования, но и особенности оформления визитных карточек мужчин и женщин, военных и штатских [2, с. 38].

В советскую эпоху визитные карточки практически были упразднены, и традиция их использования прервалась. В настоящее время в российской деловой среде визитные карточки активно применяются и за ними закрепились две важнейшие их функции: представительская и использование в качестве письменного послания.

Современные требования к оформлению визитных карточек носят скорее характер рекомендаций, нежели строгих предписаний.

Прежде всего, визитка должна иметь презентабельный, эффектный вид, отпечатана типографским способом. Получая визитную карточку, человек в первую очередь вступает с ней в тактильный и визуальный контакт. Не достаточно привлекательная или не качественно оформленная визитка рискует затеряться среди других документов. Кроме достойного внешнего вида, визитная карточка должна кратко, четко и в то же время максимально информативно рассказать о человеке или организации, которую она представляет.

Выделяют три типа визитных карточек: личные, деловые и корпоративные. Они различаются контентом, оформлением, кругом лиц, кому будут представлены, и целями, которые будут выполнять.

Личные визитные карточки используются при неформальном общении или дружеском знакомстве. Деловые визитки используются в бизнесе, на официальных встречах. Корпоративные визитные карточки используются для представления компании, обычно в рекламных целях, оформляются с использованием фирменного стиля и логотипа.

Традиционно визитка изготавливается на прямоугольнике картона белого цвета. Желательно, чтобы поверхность карточки была сатиновой, а не глянцевой. Визитка, оформленная на плотной, хорошего качества бумаге служит дольше, имеет презентабельный вид и производит более благоприятное впечатление на деловых партнеров, так как указывает на финансовое благополучие ее владельца.

Стандартный размер визитной карточки, имеющей обращение в российской бизнес-практике составляет 90×50 мм (при этом сверху, снизу, слева и справа – пустые поля по 5 мм). Идеально правильным, европейским стандартом считается размер 85×55 мм, но на практике большая часть визиток изготавливается именно по первому размеру, на этот стандарт рассчитано большинство визитниц и кармашков для кляссеров. Для корпоративных или фирменных визиток возможен больший размер – 105×75 мм.

При оформлении визитки рекомендуется применять не более двух-трех начертаний шрифта. Использование разнообразных шрифтов отвлекает от нужной информации и мешает созданию единого стиля. Шрифт должен быть четким и понятным. Имя, как правило, выделяется полужирным шрифтом большего размера. Лучше не использовать сложные витиеватые шрифты. Курсивный шрифт также может оказаться неуместным, если, например, у владельца редкая и труднопроизносимая фамилия или если карточка составлена на иностранном языке. Наличие замысловатых графических объектов на визитке также не допускается деловым этикетом.

Фон деловой визитки не должен быть цветным, он затрудняет восприятие информации. Наиболее выигрышным и рекомендуемым является классический черно-белый вариант. В цветном исполнении стоит оформлять только логотип компании или герб. Оформление личных, а также корпоративных визиток носит более демократичный характер. При их изготовлении допустимо использовать различного цвета шрифт и фон, а также картинки, рисунки, фотографии.

Информация, представляемая на деловой визитке, обычно включает два основных блока:

1. Корпоративный блок:

- Название компании. Зачастую оно дополняется указанием организационно-правовой формы (АО, ОАО, ООО и т.д.) и сферой деятельности (это не обязательно, а в случае известных компаний и вовсе не приветствуется);
- Логотип (обязателен при наличии корпоративной символики);
- Адрес. Указывается город и даже почтовый индекс (для корреспонденции). Если вы размещаете на визитке юридический адрес

предприятия и его фактическое место нахождения, они должны находиться на некотором расстоянии друг от друга.

– Адрес корпоративного интернет-сайта.

2. Персональный блок:

– Фамилия, имя владельца. Они должны зрительно выделяться от названия компании и контактов. Указывать ли на визитке отчество и в каком порядке писать фамилию и имя – это определяется корпоративными стандартами;

– Должность. Рекомендуется ее указать после ФИ(О) и не забыть прописать принадлежность к структурному подразделению, если компания является крупной.

– Контактная информация. Указывается номер телефона (рабочий и/или мобильный) и адрес электронной почты. Очередность указания номеров на визитке сообщает звонящему приоритетность способа связи.

Строгих правил, регламентирующих расположение данных на визитной карточке, не существует.

Визитные карточки – незаменимый инструмент делового общения и неотъемлемая часть делового этикета, поэтому нужно придерживаться некоторых правил при вручении визитки:

1. Обязательно встаньте, передавая бизнес-визитку собеседнику.
2. Получив карточку, ознакомьтесь с ее содержанием и аккуратно поместите ее в кард-холдер или карман. Не стоит делать на ней пометки или портить ее внешний вид в присутствии владельца.
3. Если необходимо передать бизнес-визитку лично, но партнера вы не застали на месте, оставьте карточку на рецепции, загнув правый верхний угол. Согласно правил делового этикета, загнутый, а затем расправленный угол визитки говорит о глубоком почтении лица, передавшего ее, поскольку вручение осуществлялось владельцем лично.
4. Нельзя загибать правый угол бизнес-визитки, если она передана курьером.
5. В случае изменения номера телефона, допустимо вписать ручкой новый. Но если у вас изменилась должность, ни в коем случае не делайте пометок и правок. В таком случае просто необходимо заказать новые визитки с изменившимися данными.

Что касается будущего визитных карточек, то оно несомненно существует. Однако современные «цифровые» реалии вносят коррективы и в бизнес-сферу. В настоящее время большинство людей хранит информацию на компьютерах и смартфонах, ее обмен осуществляется с помощью электронной почты и мессенджеров, происходит переход на электронные документы.

Активное распространение сегодня получают сервисы, предлагающие создать персональную или корпоративную digital-визитку. С помощью специальных приложений (моя-визитка.рф, цифроваявизитка.рф, MyQRcards и т.д.) можно отсканировать бумажный вариант визитной карточки или быстро создать новую красивую визитку с фотографией или логотипом.

Преимущества визитной карточки в современном электронном формате очевидны:

- простота создания (можно воспользоваться готовыми шаблонами без использования услуг дизайнера);
- легкость вручения или обмена (позволяет вручать онлайн: по электронной почте, через мессенджеры и в социальных сетях);
- простота изменения данных (предполагает возможность обновления информации в случае изменения некоторых данных);
- возможность добавления кроме традиционных имени, должности и контактов интерактивных инструментов – например, адреса страницы в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram, ссылки на видео;
- высокое качество оформления (отсутствие риска печати визиток с ошибками или в плохой цветопередаче);
- отсутствие риска потери;
- всегда «под рукой» (QR-код визитки хранится в смартфоне или на специальном стикере, который можно наклеить на чехол);
- возможность сохранить визитку в контакты телефона;
- быстрота поиска визитки в информационной базе по ключевым словам или контактам;
- возможность ведения статистики активности обмена визитками;
- невысокая стоимость подписки на услугу.

Таким образом, в завершение, следует сделать вывод о том, что человечество использует визитные карточки уже на протяжении нескольких столетий. С тех пор они прошли большой эволюционный путь от бамбуковых дощечек до digital-визиток. Визитка является важной составляющей частью имиджа каждого современного человека. Это деловой аксессуар, необходимый как для личных, так и для бизнес-коммуникаций. При создании визитки необходимо руководствоваться принципами информативности и лаконичности в оформлении. В случае частого проведения офлайн-мероприятий, рекомендуется использовать традиционные бумажные бизнес-карточки, для тех, кто ведет бизнес в онлайн, незаменимыми станут электронные визитки.

Список использованных источников:

1. Деловое общение. Деловой этикет: учеб. пособие для студентов вузов. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 431 с.
2. Капкан М.В. Деловой этикет : учеб. пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 168 с.