

Fronti nulla fides

Наружность обманчива

А. Вемъ

сам
себе
ПСИХОЛОГ

У

ИМИДЖ — путь к успеху

Практическое
пособие
для **МУЖЧИН**
и **ЖЕНЩИН**



 ПИТЕР®

Александр Вемъ
Имидж – путь к успеху

«Питер»

2010

Вемъ А.

Имидж – путь к успеху / А. Вемъ — «Питер», 2010

«Имидж – ничто, жажда – все!» – лозунг и правда хорош. Только работает этот лозунг тогда, когда вы вальяжно отдыхаете в жарких странах. А при каких условиях можно это делать? При условии наличия нужного количества денежных средств. А от чего оно зависит? От того, на какой работе вы работаете. Согласитесь, что при устройстве на престижную работу бутылка с газированным напитком вам вряд ли поможет. Вам поможет... правильно выбранный имидж. Изучив эту книгу, вы сможете создать свой неповторимый имидж, с помощью которого расположите к себе окружающих, измените к лучшему личную жизнь, завоюете симпатии вышестоящих начальников и коллег по работе.

Содержание

Введение. Тест на публичность	5
Часть I	9
Жажда – ничто, имидж – все	10
Уверенность в себе	12
Встречают по одежке!	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Александр Вемь

Имидж – путь к успеху

Введение. Тест на публичность

*Встречают по одежке.
Народная мудрость*



Как бы мы ни хотели, чтобы нас оценивали по уму, прекрасным глазам, доброму сердцу, первое впечатление складывается все равно по внешнему виду, в том числе и по одежде. Так уж устроен мир. Да, читатель, ваш успех общения зависит от того, как вы одеты. Я не призываю вас гладить брюки обязательно со стрелочками. Просто нужно выглядеть соответственно времени и месту. Теперь об этом подробнее.

Как вы думаете, для чего мы одеваемся? Да, верно, голыми ходить могут только короли, притом только те, которых обвели вокруг пальца мошенники. Голым как-то неуютно, да и вообще холодновато у нас. То ли дело в Африке... Крокодилы, пальмы, баобабы... Да и там

люди ходят одетыми. Даже живущие в дремучих лесах аборигены хоть набедренной повязочкой, да обмотаются. Вездесущие психологи, изучающие значение одежды в человеческом обществе, пришли к некоторым общим выводам, хотя, конечно, это вовсе не означает, что они срабатывают на 100% во всех жизненных ситуациях. Мужчины, как правило, одеваются так, чтобы как можно более четко обозначить свой социальный статус или профессию. Одежда для них прежде всего символ социальной принадлежности. Именно поэтому в племени у всех только набедренная повязка, а у вождя на плечи наброшена шкурка ягуарова – он здесь главный. Женщины же, по мнению психологов, более склонны одеваться так, чтобы подчеркнуть свою сексуальность (причем не всегда осознанно). Однако оба этих общих правила все чаще и чаще нарушаются по мере освоения женщинами традиционно мужских профессий, что, в свою очередь, влияет на выбор одежды. Эх, зря это! Пусть бы лучше сексуально сигналили колготками, вырезами... Извините, отвлекся. На чем я остановился?

Ах, да! Определенная категория людей, как женщин, так и мужчин, одевается, чтобы продемонстрировать свое благосостояние (или же благосостояние своего партнера). Дорогие часы, украшения, брендовая одежда (только этикетки не должны быть видны) и прочее служат этой цели, подчеркивая достаток их обладателя.

Исследования показывают, что люди с комплексами и интроверты предпочитают более спокойные цвета – серый, синий и коричневый. Экстраверты выбирают яркие, смелые расцветки и вообще нетрадиционный стиль одежды.

Да, встречаются действительно по одежке. И не отмахивайтесь от этого стереотипа, потому что перебороть его не удастся. Смиритесь и примите это как должное. Бунтарский дух – это, конечно, понятно. Но нужен ли он вам при собеседовании с потенциальным работодателем? А если ваша девушка пригласила вас домой «на чашку чая», то бишь продемонстрировать родителям кавалера, надо ли изображать из себя эдакого невиданного конька-горбунка? Если коллега позвал вас в филармонию, надо ли, стремясь проверить его чувства, одеваться, как на панель? Результат тех или иных встреч зависит от разумности вашего поведения, чувства такта и вкуса.

Сейчас требования к служебной одежде менее строги, чем в советские времена (в смысле – никто не соберет партсобрание по поводу ширины ваших брюк или с целью осудить ваше право вообще носить брюки), хотя в действительности это вовсе не означает, что на работе приемлемы любые варианты.

В некоторых компаниях существует так называемый дресс-код, предписывающий носить на службе определенную одежду, тогда как в других возможно и не существует специально изданных циркуляров, однако все прекрасно знают о перечне неписаных правил. Но, чтобы это понять, вы должны сначала устроиться на работу, и то, как вы оденетесь для собеседования, может повысить или понизить ваши шансы на успех. В идеале интервью работодателя и соискателя работы должно длиться полчаса. В нашем неидеальном мире все происходит намного быстрее: десять минут вопросов-ответов, и вам холодно сообщают: «Вы нам не подходите». Решение было принято в первые пять минут, остальное время сотрудник, имеющий отношение к набору персонала, уделял вам из вежливости.

Исследования показывают, что мнение о рейтинге претендента, сложившееся в течение первых четырех минут, почти всегда предвосхищает конечный результат. Специалисты в области НЛП утверждают, что работодатель составляет свое мнение о соискателе должности еще до того, как последний открыл рот и произнес приветствие. Вот, оказывается, какое сильное действие оказывает на нас первое впечатление!

А потом вы будете курить сигареты одну за другой и задавать известнейший вопрос: «Кто виноват в том, что и сюда меня не приняли?» Конструктивнее же будет подумать о том... ну да, что делать.

Итак, что у нас, то есть у вас, есть? Желание устроиться на работу – это раз. Что нам известно? Что то, как вы выглядите во время собеседования, во многом определяет, получите ли вы работу или нет, – это два. Остается проанализировать данную ситуацию.

Между прочим, проблема, что же именно надеть, в известной степени легче решить нам, мужчинам, так как у нас существует в некотором роде «униформа», которая подбирается в зависимости от желаемой должности. Однако... есть одно важное «НО», которое может перевесить даже униформизм, – это НЮАНСЫ. Например, выставленные напоказ ярлыки и надписи плохо воспринимаются не только в компаниях, занимающихся производством одежды, где демонстрация собственных пристрастий выглядит бестактно, это вообще признак дурного тона и скверного воспитания. От продавцов и служащих, непосредственно работающих с клиентами, обычно ожидают, что они будут одеты модно, однако без крайностей, чтобы не раздражать людей мыслящих традиционно (читай – консервативно). Если вы когда-либо раньше трудились на том поприще, куда вновь хотите попасть, то прекрасно представляете сами, чего от вас ждут, если же нет, понаблюдайте пару минут в конце рабочего дня, какую одежду носят покидающие учреждение сотрудники.

Да, мужчины, мы с вами подглядели/оценили, как одеваются потенциальные коллеги, – и, можно сказать, дело в шляпе. Как же сложно барышням! Каждое их утро начинается по крайней мере с двух вопросов: «Что надеть?» и «Как я буду выглядеть при этом?». С одной стороны, хорошо, когда у тебя есть свобода выбора. Но когда свобода выбора заключается в том, что можно надеть брюки, а можно и платье, а можно и юбку, причем длина их бывает самой разнообразной... Да, сильной половине человечества повезло больше, поскольку в одежде выбор у нас меньше. Бедняги шотландцы! Хотя их юбки, кажется, определенной (традиционной) длины.

Так вот, первая проблема, которую приходится решать женщинам, – подчеркнуть ли свою женственность или же придать себе более строгий вид. Поскольку вы не желаете выглядеть ни слишком строго, ни чересчур легкомысленно, добиться желаемого равновесия нелегко. Психологи утверждают, что чересчур женственный наряд не принесет вам удачи в устройстве на работу. Сейчас миром правит стиль «унисекс». Из этого следует, что лучше всего выбрать что-то, слегка напоминающее мужской костюм, не заходя в этом сходстве слишком далеко.

Власть одежды, конечно, очень сильна, но потенциальный работодатель не склонен принимать на работу монстра, которого он не сможет контролировать. Ваш будущий хозяин желает быть уверенным, что сможет руководить вами, если вы будете приняты. Исследования подтверждают, что женщины, которые подают себя, завуалировав свою женственность, воспринимаются как более компетентные, упорные, заинтересованные в работе и уверенные в своих силах, чем откровенно женственные. Однако не следует принимать это утверждение слишком прямолинейно; необходимо также учитывать традиции, присущие каждой определенной сфере деятельности.

Стилисты не рекомендуют надевать слишком много украшений или выставлять их напоказ, так как это рассеивает внимание проводящих интервью. Часики на запястье прекрасно подойдут – если только вы не поглядываете на них во время собеседования, что свидетельствовало бы о вашем волнении и желании поскорее унести ноги.

Впрочем, какой бы наряд вы ни выбрали, чтобы соответствовать ситуации, вам необходимо хорошо себя в нем чувствовать, ведь он должен поддерживать вашу уверенность в себе. Если же вы будете выглядеть так, словно потратили массу времени и усилий, чтобы одеться соответственно выбранной роли, ваш работодатель так или иначе поймет, что вы готовились к собеседованию, словно к серьезному поединку. С другой стороны, нигде не отнесутся хорошо и к тому, если вы будете производить впечатление человека, в спешке натянувшего на себя то, что забыли убрать в шкаф.

Именно такие ваши качества, как внешность, голос и умение вести беседу, могут сыграть решающую роль и в вашей карьере, и во всей жизни.

Каждый раз, когда вы открываете рот, чтобы произнести какую-либо речь – будь то тост, лекция, обращение к продавцу мясного отдела или выступление в теле– или радиоэфире, вы выступаете перед публикой. О вас судят и рядят окружающие: соседи по очереди, ваши коллеги и подчиненные, начальство, ученики, радиослушатели и телезрители, репортеры и т. д. Если ваш внешний вид не внушает почтения или ваша манера держаться оставляет желать лучшего, то слушатели просто... отключаются, то есть перестают слушать. В этом случае вы не сможете донести до людей то, что вы хотели им сообщить, вовсе не потому, что ваше сообщение было неинтересным, просто что-то в вашей манере говорить или в вашей внешности поставило барьер между вами и слушателями.

В нашем быстро меняющемся мире, когда мужчины и женщины достигают высоких профессиональных должностей в довольно молодом возрасте, когда политики подобно кометам внезапно появляются на политическом небосклоне и так же внезапно исчезают, когда карьеры создаются и рушатся из-за незначимой на первый взгляд информации, прозвучавшей в вечерних новостях, вы не можете позволить себе оказаться в роли человека, которого не услышали по той или иной причине.

Средства массовой информации всегда обладали огромной мощью, но эта мощь несказанно возросла в течение последних двух десятилетий. Первого (и последнего) президента СССР М. С. Горбачева многие называли «телепрезидентом». После него все наши президенты и политические деятели активно используют СМИ, за что часто подвергаются нападкам со стороны тех же журналистов.

Помните, «великий и ужасный» В. И. Ленин утверждал, что «каждая кухарка способна управлять государством». Возможно, вы не станете и даже не стремитесь становиться серьезным политиком или в крайнем случае депутатом. Но посмотрите на наши телешоу. Кто в них принимает участие? Абсолютно простые люди! Одним из которых вы точно можете стать! К тому же чем выше вы поднимаетесь по профессионально-карьерной лестнице, тем большего ожидают от вас и тем в большей степени вам потребуется развивать свои способности к коммуникации. Власть СМИ делает освоение некоторых навыков не только желательными, но даже обязательными для всех публичных людей (или стремящихся стать таковыми). Общение с публикой и прессой – самое настоящее искусство, особенно в наше время, когда новости становятся всеобщим достоянием мгновенно. Но это искусство освоить несложно, невзирая на «стаж» вашей карьеры и на ваше общественное положение в настоящий момент. В этом и состоит назначение книги – помочь вам наиболее выгодным образом появиться перед публикой хоть на пресс-конференции, хоть на деловом совещании.

Часть I

Внешность – ваша сила, или Сделай себя сам!



Жажда – ничто, имидж – все

Настал момент проверить и оценить ваше отношение к одежде. Что ж, возьмите карандаши, прочитайте вопросы и варианты ответов и обведите те ответы, которые вам наиболее подходят. Как вы относитесь к процессу покупки одежды?

- а) это лучшее времяпрепровождение;
- б) зависит от настроения;
- в) необходимость, с которой время от времени приходится мириться.

Чем одежда является для вас?

а) отражает индивидуальность и подчеркивает достоинства;

б) защищает вашу ранимую натуру, является своеобразной маскировкой от внешнего мира;

в) прикрывает наготу и защищает от холода. Для чего вы одеваетесь?

а) чтобы доставить удовольствие себе любимому, а также представителям противоположного пола;

б) чтобы доставить удовольствие постоянным сексуальным партнерам;

в) чтобы все в конце концов от вас отстали. Выбирая одежду, следуете ли вы моде?

а) да, всегда или почти всегда;

б) не задумываетесь над такими пустяками;

в) принципиально предпочитаете быть немодным. Подбираете ли вы свой гардероб разумно?

а) да, стараетесь иметь наряды на все случаи жизни;

б) предпочитаете универсальные вещи, которые могут сочетаться с разной одеждой;

в) покупаете вещи, которые нравятся, не думая ни о чем. Где вы покупаете одежду?

а) в модных магазинах;

б) в магазинах, торгующих со скидкой;

в) где придется. Какую сумму вы обычно тратите на одежду?

а) больше, чем следовало бы;

б) столько, сколько можете себе позволить;

в) стараетесь обходиться минимальной суммой. Какая судьба постигает ваши старые вещи?

а) выбрасываете, когда они вам надоедают или выходят из моды;

б) храните любимые вещи, а остальные со временем удаляете из шкафа;

в) одежда снашивается до дыр, а потом выкидывается. Подведем итог. Посмотрите, ответов на какую букву у вас больше. Если на букву «а», то вы являетесь **человеком типа «А»**, настоящим любителем или любительницей покупок. Во всех своих нарядах вы прекрасно выглядите и не менее прекрасно себя чувствуете. Несмотря на то что окружающие посмеиваются над вами, считая барахольщиком (цей), вы никогда не перестанете делать все новые и новые покупки. Однако если вашей основной задачей является выражение индивидуальности, то вы, скорее всего, недостаточно внимания уделяете соответствию вашего имиджа различным жизненным ситуациям. Бывают случаи, когда вам необходимо подчеркнуть один из аспектов вашей личности, затушевав какой-нибудь другой, например в случае собеседования при приеме на работу. Задумайтесь об этом, совершая очередную покупку.

Ваша сексуальность, правильно подчеркнутая нужными вещами, будет по достоинству оценена противоположным полом. Главное – не переборщить, иначе может посыпаться множество непристойных предложений.

Если вы постоянно следуете моде, все-таки приглядывайтесь не только к обложкам модных журналов, но и к своему отражению в зеркале – вдруг что-нибудь супермодное на модели

на вас будет выглядеть просто смешно. А от смешного до... ужасного – один шаг. Старайтесь соблюдать баланс, иначе и полное освоение законов НЛП не поможет.

Вам очень трудно избежать лишних трат. Может быть, это и неплохо – помните, Остап Бендер поучал гражданина Воробьянинова: «Киса, учитеесь жить шикарно!» Но хорошо все-таки, если в своих тратах вы будете знать разумные границы и сумеете вовремя остановиться. Для этого вам пригодится следующий совет. Находясь в магазине, спросите себя: купили бы вы этот костюм или же те туфли, если бы на этикетке отсутствовало название известной фирмы или фамилия модельера? Если да, то о вас можно сказать, что вы играете наверняка, совсем как покупатель обычного розничного магазина. В противном случае вы можете производить впечатление человека, помешанного на этикетках – неужели они действуют на вас гипнотически? Ведь вы скорее оплачиваете дорогостоящую рекламу, а не высокое качество одежды.

Удивительная прозорливость! Ну да, если у вас больше вторых ответов, то вы – **человек типа «Б»**, более разумный, но отнюдь не менее элегантный, нежели тип «А». Однако в вашем «шике по расчету» тоже есть свои подводные камни. Начнем с того, что шик просто не может быть по расчету! А со своим настроением или «ненастроением» вы просто можете «попасть». В то самое время, когда вы собрались за покупками, в магазинах может не оказаться того, что вы хотите, или того, что вам к лицу. В результате вполне можете купить то, что вам предлагают только потому, что пребываете в подходящем настроении, даже если в глубине души сознаете: это не совсем ваша вещь. А если еще и такими вещами маскировать себя от внешнего мира, то у ваших знакомых может голова пойти кругом от некоего несоответствия вашего внешнего облика внутреннему содержанию. Ну да, вы немного застенчивы. Но поза страуса тоже не столь неуязвима, как кажется. Голова-то в песке, а другое место, напротив, поставлено под удар.

И не надо заниматься самоуничижением! Если вашему мужу нравится вот эта серенькая длинненькая юбочка, а вам как-то не очень, то вы все равно не произведете на своего благоверного нужного впечатления и он будет пожирать глазами длинноногих девиц в мини. Это все произойдет оттого, что кинетические демоны чаще всего заводятся в неудобной для вас одежде, в той, к которой душа не лежит. Не дайте демонам завладеть собой! В противном случае ни успеха, ни победы вам не добиться.

Если вы – **человек типа «В»**... Э-э-э, батенька, да вы большой оригинал! Но не спешите задирать нос кверху. Эта оригинальность в плохом смысле слова. Да, дорогой мой, бывает и такое. Такой «оригинальностью» страдают в основном мужчины. Несмотря на то что вы равнодушны к мнению окружающих, возможно, стоит преодолеть отвращение к покупкам и уделять им больше времени, а не хватать первую попавшуюся вещь, более или менее вам подходящую. Другие люди не так рассеянны, как вы, и могут негативно оценить ваше наплевательское отношение к собственной внешности. К тому же если сами вы и пренебрегаете условностями, то другие-то – нет. Доведенная до крайности, подобная философия способствует превращению в оголтелого индивидуалиста и может настроить против вас окружающих в тот самый момент, когда вам особенно необходимо произвести хорошее впечатление, например в разговоре с кредитным брокером или классным руководителем вашего ребенка.

На самом деле вам лишь нужно выбрать подходящую вещь из того, что есть в продаже, – только и всего. Существует не так уж много магазинов, чей ассортимент определяется новейшими модными тенденциями. По крайней мере, если есть такой страх новизны, можно сочетать свой стиль с тем, что предлагают магазины, не становясь рабом всяких новшеств ради них самих. Главное, чтобы вас с этим самым стилем не принимали за бомжующего маргинала. В противном случае о победе в нашем социуме можно вообще забыть.

Из всего вышесказанного вы можете сделать вывод, что ближе всего к победе и успеху люди типа «А». Можно посоветовать остальным группам двигаться в том же направлении, а группе лидеров – слегка умерить фанатизм... и продолжать двигаться дальше.

Уверенность в себе

Люди формируют свое мнение о вас в течение первых же секунд, просто окинув взглядом, даже до того, как вы откроете рот. Устраиваете вы деловую презентацию, произносите речь, отвечаете на вопросы в телевизионном интервью, выступаете перед родителями в новом для вас классе – в любом случае, очень важно, какое вы производите первое впечатление.

Если ваша внешность привлекательна, то вы можете склонить аудиторию на свою сторону еще до того, как произнесете первое слово. Точно так же можно оттолкнуть от себя людей, если ваш внешний вид, скажем мягко, идет вразрез с общепринятыми представлениями об одежде.

Однако просто иметь соответствующий внешний вид недостаточно. Необходимо, чтобы вы сами чувствовали себя комфортно и чтобы ваша уверенность передалась аудитории. Если вы знаете, что хорошо одеты, удачно причесаны, находитесь во вполне сносной физической форме, то вы будете прямо-таки излучать уверенность. Если же вы ощущаете несоответствие в чем-то собственным стандартам, то невольно начнете сосредотачиваться именно на этой детали. Даже если окружающие считают, что вы выглядите прекрасно, *вы-то* знаете, что находитесь далеко не в лучшей своей форме, и невольно передаете это негативное ощущение другим.

Тратьте свои усилия не столько на то, чтобы произвести впечатление на особ противоположного пола, сколько на то, чтобы повысить собственную самооценку. Вы сами должны получать удовольствие от своего внешнего облика.

Многие известные люди буквально преобразались, когда открывали наконец, что именно дает им возможность выглядеть лучше. Ярчайший пример – Барбара Стрейзанд. На ранних фотографиях мы видим довольно невзрачную, несколько неуклюжую девицу, внешность которой немного говорила о ней самой, скорее являлась свидетельством того, что ее хозяйка мало о ней заботится. По мере ее профессионального роста как певицы, актрисы и кинопродюсера в прессе стали мелькать изображения совершенно иной особы. О, эта женщина знает, как уложить волосы и использовать грим, чтобы скрыть свои недостатки (например, слишком близко посаженные глаза), и как, напротив, подчеркнуть свои достоинства (длинную шею и царственный, хотя и слегка искривленный нос). Многие авторитетные гляцевые журналы называют ее красавицей. Что ж, эта талантливая актриса и певица выработала собственный неповторимый стиль, в том числе и в одежде.

У многих популярных личностей (в том числе вымышленных) есть некие неотъемлемые детали одежды, которые стали как бы их визитной карточкой и без которых их просто невозможно представить.

Попробуйте вообразить себе Уинстона Черчилля без его жилета с цепочкой; Шерлока Холмса – без кепи и пальто с пелериной, без знаменитой изогнутой трубки; Авраама Линкольна – без высокого, похожего на печную трубу цилиндра; Фреда Астера – без элегантного смокинга и канотье.

Мораль этой истории такова: ваш внешний вид, ваш выбор одежды в значительной степени влияют на то, что думают о вас другие, и на то, что вы думаете сами о себе.

Не важно, предприниматель вы, политик или торговый агент – в любом случае, тон всему предстоящему дню вы задаете во время утреннего ритуала, во время выбора одежды из вашего гардероба. Положительные эмоции могут оказаться тем «подъемником», который поможет вам действовать успешно; отрицательные «придавят» вас, запустив цикл сомнений, которые скорее всего приведут к неудаче.

Человек, по роду своей деятельности вынужденный быть на виду, обязан в любой ситуации двигаться грациозно и с достоинством, сохраняя полную уверенность в себе. Он всегда

должен чувствовать себя «хорошо упакованным» и не сомневаться в том, что его подготовка – на должном уровне.

Классический стиль всегда говорит о хорошем вкусе его обладателя. Простая, сдержанная одежда поддержит в любой ситуации. Кроме всего прочего, она позволяет зрителю видеть именно вас, а не то, что на вас надето. Таким путем вы сможете ненавязчиво выразить свою индивидуальность. Манера одеваться достаточно полно расскажет о том, что вы собой представляете и к чему стремитесь.

Женщины тоже могут одеваться консервативно и просто, но при этом использовать мелкие детали, которые ненавязчиво подчеркнут их индивидуальность. Я знаю одну женщину – владелицу фирмы, предлагающей пиар-услуги. Она частенько поверх ворота довольно незатейливого платья или костюма повязывает шарфик от Гуччи. Нередко шарфик сочетается с длинной ниткой жемчуга. У нее целая коллекция – шарфы смотрятся великолепно, добавляя яркие штрихи к строгому консервативному гардеробу.

Если вы уверены в том, что ваша одежда работает на вас и соответствует вашему образу, то можете совершенно забыть о ней, сосредоточившись только на своей работе.

Встречают по одежке!

В этом разделе мы обсудим, какая одежда наиболее уместна для человека, «находящегося на виду», на которого устремлены взгляды всех окружающих. В частной жизни вы можете отдавать преимущество своим пристрастиям и фантазиям и носить то, что вам хочется, однако человек, занимающийся общественной деятельностью, обязан изменить систему отсчета – одежда не должна привлекать к себе слишком много внимания; ее роль сводится к тому, чтобы позволить вам донести до аудитории ваши слова, ваши мысли. Короче говоря, одежда должна помогать вам, а не подавлять вас.

Одному из моих клиентов, почти гению в области рекламы инвестирования средств в недвижимость, все чаще и чаще приходилось выступать перед самой разнообразной аудиторией: бизнесмены, инвесторы, продавцы и покупатели недвижимости. Великолепный оратор, он страдал только от недостатка уверенности в том, что выглядит на трибуне подобающим образом. В особенности его напрягала проблема выбора одежды для выступлений.

Когда этот бизнесмен впервые обратился ко мне за советом, он был одет в привычной для него броской манере, свойственной многим представителям торговли: кольцо с бриллиантом, большой яркий платок в нагрудном кармане, галстук, совсем не подходящий к прочему одеянию, полосатая рубашка с белым воротником. Кроме всего прочего, костюм плохо сидел на нем и явно был сшит из дешевой синтетической ткани.

Даже беглого взгляда было достаточно: внешний облик моего клиента оставляет желать лучшего.

Я просто раскрыл ему некоторые основополагающие принципы подбора подходящей одежды – строго классической и консервативной (те, что я излагаю в этой главе), и моих рекомендаций оказалось достаточно, чтобы бизнесмен спустя весьма короткое время стал выглядеть вполне презентабельно. Он приобрел два хороших шерстяных костюма (темно-синий и серый), несколько рубашек (однотонных) и галстуков (умеренной ширины, неброских расцветок). Бриллиантовое кольцо и платок были убраны в комод, где и пребывают по сей день.

Если вы хотите выглядеть безупречно, начните с того, что встаньте перед большим зеркалом и «сфотографируйтесь» в полный рост. Осмотрите себя со всех сторон – и с боков, и со спины. Не лукавьте с собой относительно достоинств и недостатков вашей внешности. На основании своего прошлого опыта вы, конечно, уже знаете, что вам идет, а что – нет.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.