

PRZEŁAMAĆ LĘK PRZED BUSINESS ENGLISH

NAUKA ANGIELSKIEGO, PERSONAL BRANDING I ZNAJOMOŚĆ KULTUR, Z JAKIMI PRZYJDZIE NAM SIĘ ZETKNAĆ W PRACY ZAWODOWEJ – TO OBSZARY SZKOLENIOWE, KTÓRE POD MARKĄ BEEMILY ROZWIJA **EMILIA SĘDZIAK**, ANGLISTKA I TRENER BIZNESU.

BWL: Pod marką beEmily oferuje Pani szkolenia biznesowe oraz naukę Business English. Dlaczego zdecydowała się Pani na połączenie tych dwóch obszarów?

ES: Z wykształcenia jestem filologiem angielskim, natomiast pasja do szkoleń narodziła się w Holandii, ponieważ w tym kraju trenerzy pokazali mi wachlarz umiejętności oraz kompetencji, jakie można zdobyć podczas międzynarodowych sesji szkoleniowych. Dzięki Business English i szkoleniom jestem w stanie pomóc na wielu płaszczyznach, nie tylko językowej, ale też rozwojowej i mentalnej. Dzielę się wiedzą zdobytą w praktyce, teorię traktuję tylko jako dopełnienie.

BWL: Na czym polegają największe deficyty w zakresie znajomości języka angielskiego i z jakimi problemami w tym obszarze firmy zgłaszają się do Pani najczęściej?

ES: Uważam, że największym deficytem jest nasz brak pewności siebie. Polacy radzą sobie całkiem dobrze z językiem angielskim, dużo lepiej niż niektóre narodowości np. z południa Europy, natomiast metody polskiej szkoły polegające jedynie na wytykaniu błędów zostawiły w nas głęboko zakorzeniony, paraliżujący lęk.

BWL: Jest Pani autorką publikacji na temat strategii pokonywania strachu w komunikacji biznesowej po angielsku. Czy mentalne bariery są aż tak powszechne?

ES: Tak, mentalność jest najważniejsza, jeśli nie boimy się popełniać błędów, to jesteśmy w stanie osiągnąć bardzo wiele w biznesie międzynarodowym. Niestety, Polacy rozumieją, ale się nie odzywają. Często przepraszają za brak znajomości języka. Nie spotkałam się z Włochami czy Francuzami, którzy przepraszaliby za słabą znajomość języka angielskiego,



Fot. Marcin Oliwa Soto

„POLACY RADZĄ SOBIE
CAŁKIEM DOBRZE
Z ANGIELSKIM, BRAKUJE
NAM TYLKO PEWNOŚCI
SIEBIE.

nawet gdy byli na poziomie początkującym. Ale... nie bali się i to jest ich sukces.

BWL: Jaka jest Pani rada dla tzw. wiecznie początkujących? Jak uczyć się języka efektywnie?

ES: Przede wszystkim zadbać o słownictwo, bo to ono daje nam przewagę. Niestety lista słówek odpada, tak się nigdy nie nauczymy. Ja wyznaję zasadę mało, ale często: już pięć słówek dziennie daje nam sto pięćdziesiąt nowych w miesiącu, to jest efekt skali. Inne kompetencje rozwiną się w praktyce. Ważne jest też, aby uczyć się z kontekstu, praca w środowisku międzynarodowym daje nam ogromne możliwości, warto pracować z „żywym materiałem”, a nie suchym, oderwanym od rzeczywistości podręcznikiem.

BWL: Jednym z interesujących Panią tematów jest personal branding. Na czym polega największe wyzwanie w kształtowaniu marki osobistej w środowisku międzynarodowym?

ES: Przede wszystkim na znajomości, przynajmniej w stopniu podstawowym, kultur, z jakimi przychodzi nam pracować. Często moi klienci są poirytowani, bo niektóre narodowości wiecznie się spóźniają i nie dowożą zadań na czas. Jednak oni po prostu tacy są i to wynika z ich kultury. Musimy się dostosować do pewnych sytuacji i być bardziej elastyczni, wtedy jesteśmy w stanie osiągać sukcesy biznesowe na całym świecie. Ważna jest też umiejętność prowadzenia spotkań, przygotowania się do nich oraz całej komunikacji. Dzięki temu budujemy swój wizerunek, który idzie z nami w świat. ■

beEmily

www.beemily.pl