

# Kiinalaisen ja länsimaisen kulttuurin eroja

Jukka Lahtinen

Toimitusjohtaja, Avaintulos Oy


0400-622 878

[jukka@avaintulos.fi](mailto:jukka@avaintulos.fi)

Arktista ruokaa Suomesta Kiinaan

Kiinalainen bisneskulttuuri

1.2.2018




Vanhempia, perhettä ja esimiestä  
arvostetaan yli kaiken:

Perheenpäättä tai omaa esimiestä ei voi  
uhmata,  
heidän sanansa on laki,  
tuntui se hyvältä tai ei.

Esimiehen kunnioittaminen näkyy  
ehdottomana tottelevaisuutena ja  
lojaalisuutena.






Toisen Sinulle tekemä palvelus (renqing)  
on aina hyvitetävä tekemällä kumppanille  
vastapalvelus (bao):

Ilman toimivaa suhdeverkostoa (guanxi)  
liiketoimet eivät Aasiassa etene;  
suosittelijoilla on tärkeä asema;  
tätä kautta ovet aukeavat  
tai pysyvät kiinni.





Aasiassa on tunnettava kunkin kansakunnan perinteet, arvot ja tavat ja niitä kohtaan on osoitettava aitoa kunnioitusta:

Selittelyt tyyliin:

"Anteeksi, kun en tunne kulttuurianne"  
koetaan suureksi loukkaukseksi;  
mikäli ei tunne kulttuuria  
tai halua oppia tuntemaan,  
on parempi pysyä Euroopassa.





Hillittyä käyttäytymistä  
arvostetaan yli kaiken:

Sinun ei koskaan pidä esittää  
toisesta ihmisestä arvostelua,  
jonka voi olettaa aiheuttavan  
arvostelun kohteelle mielipahaa.

Konfutsen mukaan  
ihmisiä ei tule hallita laeilla,  
vaan sisäistetyillä normeilla.





Vältä viimeiseen saakka  
henkilökohtaisuuksiin menemistä.

Älä arvostele henkilön persoonan  
sellaisia piirteitä,  
joille asianomainen  
ei itse mahda mitään.






Arvokkuutta kunnioitetaan:

Älä koskaan aiheuta ystävällesi  
tai liikekumppanillesi tilannetta,  
jossa hän voisi muiden silmissä  
menettää kasvonsa  
tai joutua noloon asemaan.

Kasvojen menettäminen koetaan  
kuolemaakin pahemmaksi.





Kauppasuhdetta  
pidetään ystävyysuhteena  
ja ystävälle annettuun sanaan  
on voitava luottaa:

Sopimus pitää, kun  
aasialainen on puristanut kättäsi  
sen merkiksi.

Mutta:  
suhdeverkostoa on huollettava,  
se ei toimi ilman pieniä huomionosoituksia  
ja luottamuksellisuutta.








Aasiassa on jo kaikkea yllin kyllin:

Tuote ei ole kiinnostava,  
sen sijaan aasialaista ostajaa kiinnostaa  
ajatus,  
että hänen pojanpoikansakin  
voisi tehdä tuottavaa bisnestä  
tämän hänelle oudon  
suomalaisen yrityksen kanssa.

Once Again;  
panosta henkilösuhteisiin!






Vakavaa etabloitujaa  
arvostetaan,  
ei viikon parin  
pistäytyjää:

Yhteisyritys  
tai muu teollinen projekti  
on kiinnostava bisneksen muoto,  
yksittäisen tuotteen hankinta ei.





Vakava, syvämietteinen, pohdiskeleva,  
hieman totinenkin markkinoija  
menestyy paremmin kuin  
räväkkä, ylisanoja käyttävä, kärsimätön  
amerikkalaistyylinen showari.

Anyhow:

**"Sosiaalinen hiljaisuus"**

- \* kiittämättömyys,
- \* ylimielisyys,
- \* huomionosoitusten puute  
ovat täyttä myrkkyä





## Teoreettista tietämystä arvostetaan:

Aasialaiset lukevat paljon,  
he eivät tyydy  
pinnallisiin selitysmalleihin  
ja yleistyksiin;  
Aasiaan on turha mennä  
heikoilla tiedoilla,  
koska aasialaiset tietävät  
omasta mielestään  
lähes kaikesta  
lähes kaiken.





Aasiassa on tunnettava  
"kyllä" ja "ei"-sanojen  
todelliset merkitykset:

"Kyllä" merkitsee lähinnä sitä,  
että neuvottelut eivät ole katkenneet.

Myöskään ylenpalttinen  
vieraanvaraisuus ei tarkoita muuta, kuin  
että länsimainen kumppani on ylittänyt  
hyväksyttävyyss kynnyksen.





Jatkuva yhteydenpito on  
oleellisen tärkeää:

Kerran syntynyttä kontaktia  
on pidettävä  
aktiivisesti yllä,  
on täysin sopimatonta  
"käydä mykkäkoulua" tai  
hävitä kuukausiksi kuvioista.

Läsnäolon tuntu ja  
jatkuva yhteydenpito ovat  
liikesuhteen jatkumisen  
kynnyskysymyksiä.





Nirppanokkia ei siedetä:

Jos elämä tuntuu inhottavalta  
ja kaipaa suomalaisia ruokia tai  
muistuttaa siitä, kuinka hyvin asiat  
sentään ovat koto-Suomessa,  
on tullut  
"väärään aikaan väärään paikkaan".

Länsimaisilla asenteilla ei ole  
Aasiassa mitään käyttöä,  
mutta suunnatonta haittaa niistä on.





Suomi ei ole Aasiassa mitään,  
se ei ole edes maa,  
joka on aasialaisissa kartoissa:

Oma persoona on tärkein,  
vaikutus tehdään  
omalla esiintymisellä, charmilla ja  
huomaavaisuudella.

Siis: ensin myyt itsesi,  
sen jälkeen tuotteesi,  
sitten yrityksesi ja  
mahdollisesti lopuksi voit  
kertoa muutaman sanan maastasikin...







## And in the End

Meidän kaikkien on kaiken  
myllytyksen keskellä hyvä muistaa  
intialainen viisaus (iti maya srutam):

"Menestys on enemmän kuin  
edistyminen ja  
onni enemmän kuin onnistuminen.  
Onni ei ole tasainen tie, vaan  
erikoinen kyky edetä.

Jospa tietäisit, kuinka vähän tarvitset  
tullaksesi onnelliseksi, et olisi koskaan levoton.

Onnellinen on se,  
joka voi tehdä toisen onnelliseksi."



# Suhteet ja vaikutusvalta

Guanxi on suhdeverkosto, jota ilman markkinoijan on mahdoton päästä kiinalaisessa toimintaympäristössä eteenpäin:

markkinoija tarvitsee eräänlaisia "kummisetiä" puolestapuhujikseen;  
vrt. networking

