



PSYCHOLOGIE V OBCHODNÍ ČINNOSTI FIRMY

O mně

- Ing. Bc. Jan Kuba
 - Ekonom & psycholog

- Zkušenosti
 - Citibank
 - Motiv P
 - Your Solution
 - e-jobin.com
 - Virtubio, s.r.o.



Organizace předmětu

□ 3 setkání

■ 5. 3. (tj. dnes)

- Zaměříme se hlavně na strategii a průběh obchodního jednání; specificky na to, jak nám psychologie pomůže.

■ 12. 3.

- Zaměříme se na komunikační dovednosti a psychologické aspekty komunikace.

■ 23. 4.

- Zaměříme se na další aspekty jednání, image a kulturní specifika, která obchod ovlivňují.

Organizace předmětu

- Průběžné úkoly (2)
- Seminární práce
- Závěrečný zkouškový test

Průběžný úkol I.

- *Strategie prezentace obchodní nabídky*
 - Úkolem je vytvořit vlastní **strategii** na prodej *konkrétního statku* a jeho **prezentace** zákazníkovi na **1. obchodním setkání**.
 - Tzn. sami pro sebe vytvoříte **handout**, který bude odpovídat na všechny podstatné aspekty od přípravy až po závěr jednání a navazující kroky po setkání.
 - Svůj **focus směřujte na (psychologické) aspekty**, kterými si během celého obchodního

Průběžný úkol I.

- Rozsah max. 3 NS
- Odevzdat do 18. 3. včetně
- Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)

- Nejedná se o *seminární práci*, rozepište jen to, co je potřeba rozepsat. Nebojte se psát v bodech, používat schémata. Buďte ekonomičtí 😊
- Důležitá je logická struktura, ucelenost a **funkčnost**


Průběžný úkol II.

□ *Námítky a argumentace*

- Zvolte si co nejkonkrétnější produkt a představte ho stručnou SWOT analýzou.
- Poté určete **5 hlavních námitek**, kterým očekáváte, že v roli obchodníka budete čelit. Vůči těmto 5 základním námítkám **vytvořte prodejní protiargumenty**.
- Cílem je představit způsob, jakým argument zpracujete tak, aby byla **zachována (či posílena) šance obchod uzavřít**.

Průběžný úkol II.

- Rozsah max 3. NS
 - Odevzdat do 8. 4. včetně
 - Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)

 - Struktura práce:
 - SWOT
 - Argument 1
 - Zpracování (protiargument)
 - Argument 2
 - Zpracování (protiargument)
- 

Seminární práce

- Jedno z témat:
 - A) Zkušenost z obchodního jednání
 - B) Chyba v obchodní praxi, která mě poučila
 - C) Vyberte si (ale předem si to prosím schvalme)

- 4 – 6 NS
- Odevzdat do 22. 4. včetně
- Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)

Seminární práce

- Jedno z témat:
 - A) Zkušenost z obchodního jednání
 - **B) Chyba v obchodní praxi, která mě poučila**
 - C) Vyberte si (ale předem si to prosím schvalme)

- 4 – 6 NS
- Odevzdat do 22. 4. včetně
- Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)

Závěrečná zkouška

- Po splnění všech úkolů (tzn. 3x ano)
- Písemný test (uzavřené i otevřené otázky)
- Max 30 minut

- Otázky budou vycházet z povinné literatury a z prezentací z jednotlivých setkání
- Potřeba na všechny *alespoň nějak* odpovědět

Otázky k organizaci?

PS v obchodní činnosti firmy

- Propojuje dva světy



Ekonomie

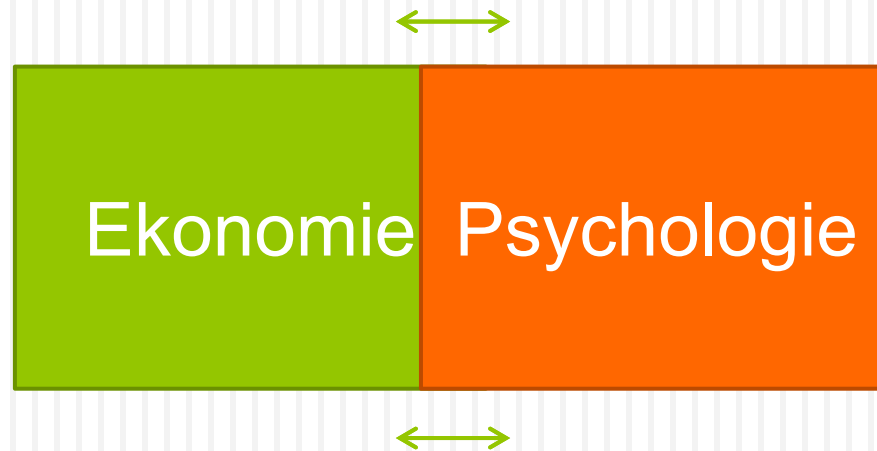


Psychologie

- V čem se protínají?


PS v obchodní činnosti firmy

- Propojuje dva světy

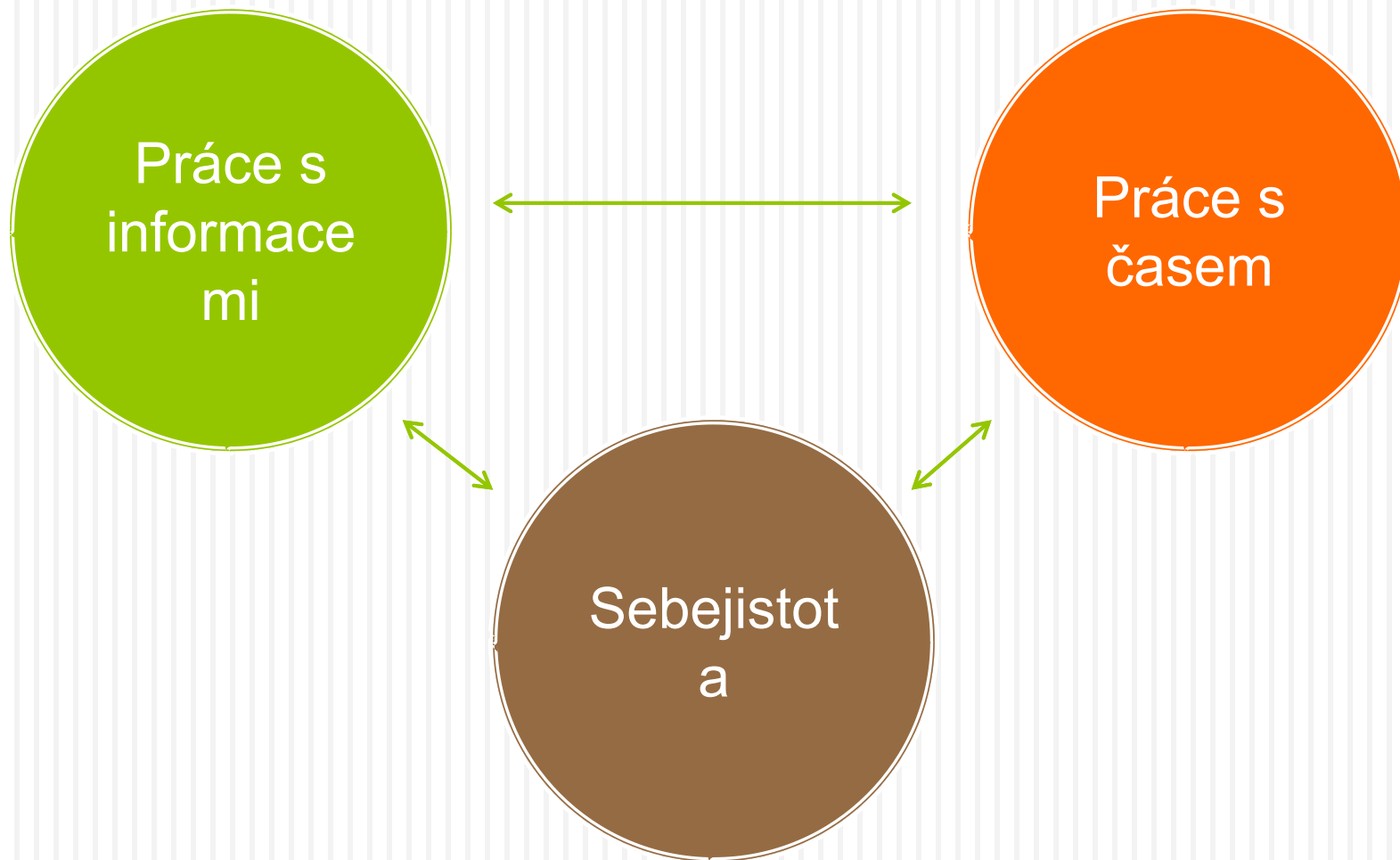


- V čem se protínají?

PS v obchodní činnosti firmy

- Tím jsme si odpověděli, proč má smysl se tímto propojením zabývat.
 - Zároveň z toho plyne, že je dobré (až nutné!), aby byly v obchodní činnosti firmy zastoupeny oba světy. **Nejde to ani bez jednoho!**
 - Jaká rizika by z toho plynula?
- 

Obchodní jednání



Obchodní jednání

- Jak by to ideálně mělo probíhat?
- Pravidlo **80 / 20**
- **Strategie**
- **Struktura**
- **Výstup**
- **Akce**

Fáze obchodního jednání

- 1) Příprava na jednání
- 2) Úvodní část jednání (zahájení)
- 3) Prezentace obchodní nabídky
- 4) “Protizahájení” protistrany
- 5) Vyjednávání
- 6) Závěr

Příprava obchodního jednání

- Na co bychom neměli zapomenout?
- Jaké informace ideálně potřebujeme?

- Kde lze v přípravě uplatnit tu “psychologii”
 - Např. můžeme zkusit najít něco, čím si protistranu „koupíme“; něco, čím zaujmeme a vzbudíme pozornost.
 - Může to nám to také pomoci při vytváření celkové strategie našeho obchodního snažení (tzn. **NEJEN** samotného obchodního jednání).

... ta psychologie

- Emoce
- Užitky
- Imaginace
- Náš upřímný zájem
- Orientace na vztah X orientace na problém
- Commitment
- Psychologická smlouva

- Dnes frčí role „nezávislého odborníka“!

Úvodní část jednání

- V čem musíme mít my sami před začátkem jasno?
 - Jaký máme cíl!
 - ... k němu potom jednání směřovat.

- Na co si dát pozor?
 - Jazyk
 - Hierarchie jednajících osob
 - Čas
 - ... a nejrůznější “signály”

Naše prezentace a *jejich* reakce

- Jak by mělo vypadat představení našeho produktu / služby?
- Prezentace je často chápána jako monolog. To je zásadní chyba!
- Co když přijdou protiargumenty?
- ... a co když nepřijdou?

Vyjednávání

- Pokud všechny předchozí části klapnou, dostaneme se do fáze vyjednávání
 - Většinou k ní nedojde na první schůzce
 - Pokud k ní dojde, zpravidla to znamená, že **můžeme prodat** (je to jasný nákupní signál)
- Jak takové jednání vypadá?
- Do jakého stavu bychom ho měli dovést?

Vyjednávání

- Jaké techniky nám ve vyjednávání pomohou?
 - Zakotvení (anchoring, rámec, kontext)
 - Foot in the door
 - Door in the face
 - Taktika prověřování
 - Taktika nátlaku (např. časového)
 - Manipulativní techniky vs. přesvědčování
 - “Něco za něco”
 - Naočkování protichůdným názorem

Vyjednávání



Měkké

vs.

Tvrdé

vs.

Principiální

Zakončení jednání

- Jaké jsou klíčové kroky v poslední fázi?
 - Jednání musí směřovat k **akci**
 - Rekapitulace
 - Návaznosti
 - “Úkoly” pro všechny strany
 - ... k čemu nám mohou dopomoci?

- Nezapomeňme zanechat dobrý dojem 😊

PS osobního prodeje

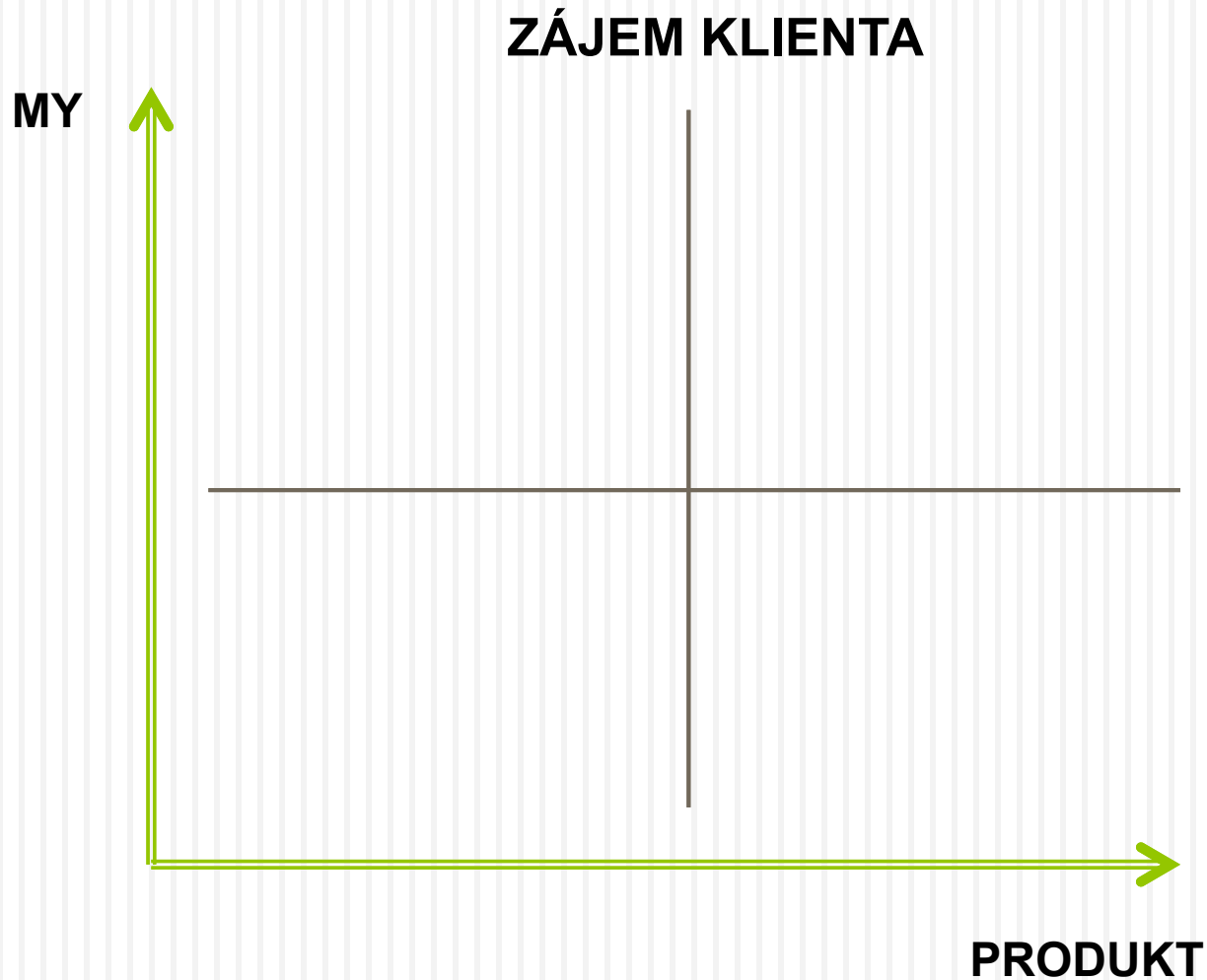
- Doted' jsme hovořili hlavně o prodeji “*ve velkém*”.
- Nyní se přesuneme do prodeje “*v malém*”.
 - Co to znamená?
 - Jaká to má specifika?

 - V čem je to snažší?
 - V čem je to složitější?

Typologie zákazníků

- Je jich přibližně nekonečně ...
 - Jaké jsou výhody?
 - A jaká z typologií obecně plynou rizika?
- Co může být užitečné?
 - Typologie Blaka & Moutonové

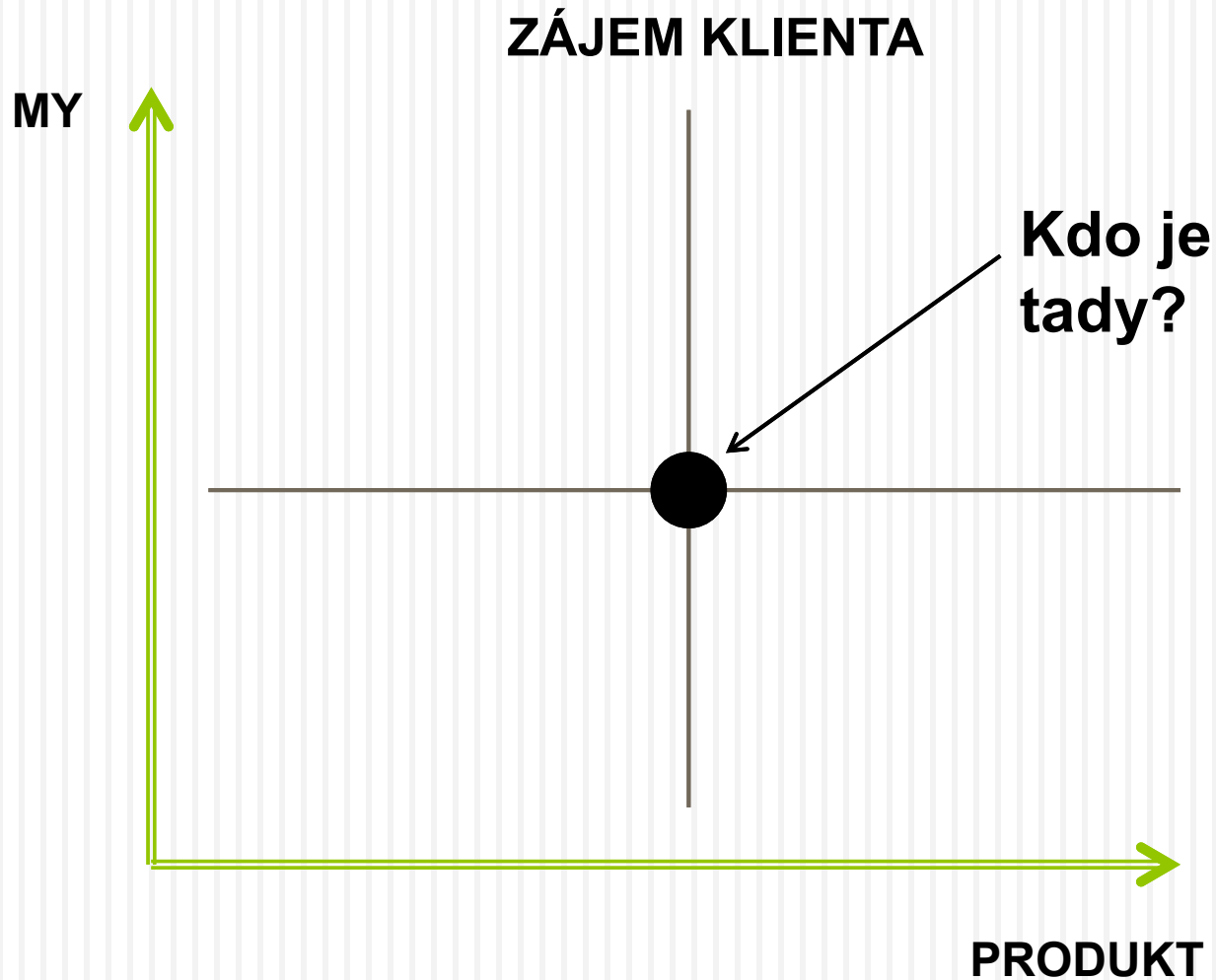
Typologie Blake & Mouton



Typologie Blake & Mouton



Typologie Blake & Mouton



Když pomíneme typologie

- ... přesto si potřebujeme úsudek vytvořit
- Jaká vodítka budeme hledat a interpretovat?
 - Na jaké projevy chování se zaměříme?
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...

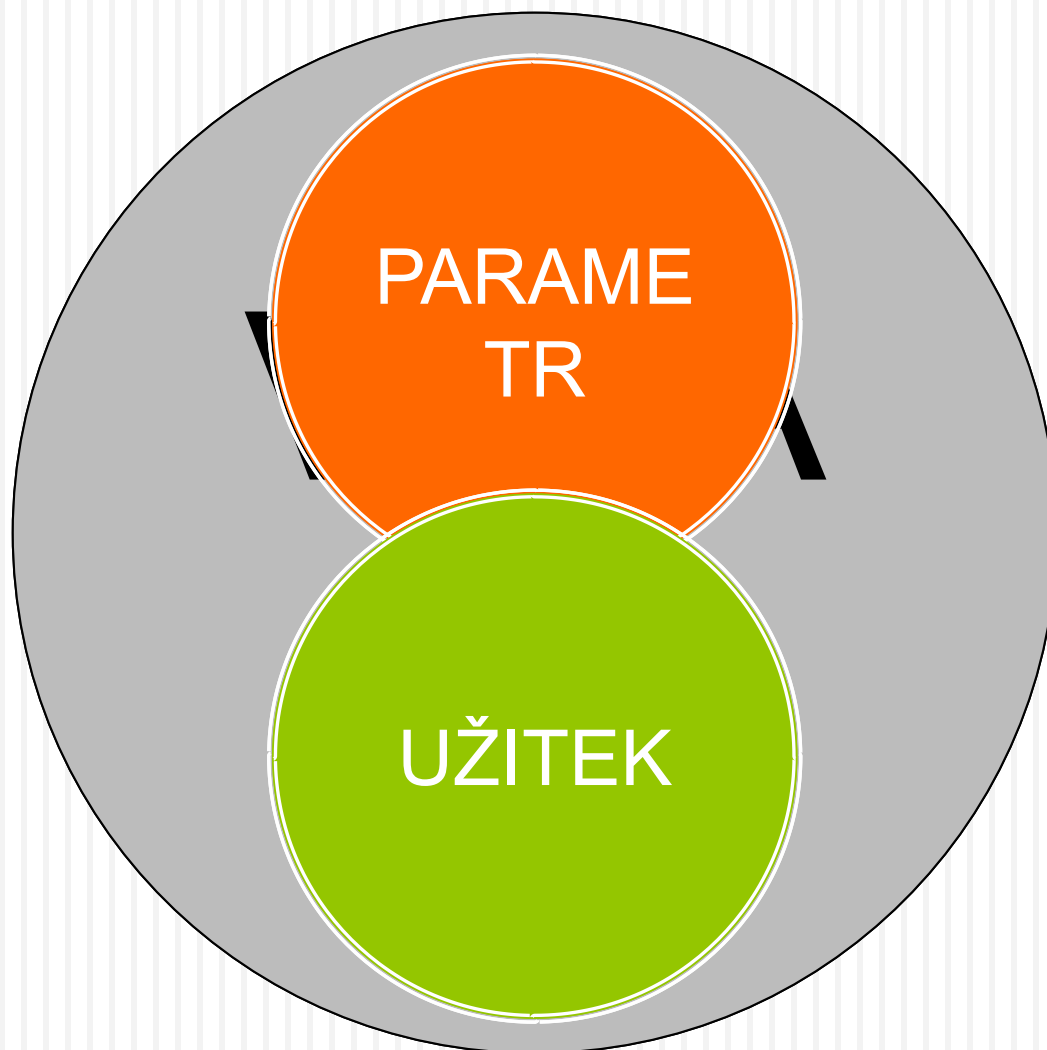
Uzavírání obchodu

- Kdo je to *obchodník*?
- Čím se vyznačuje *dobrá obchodník*?
- Co jsou tedy ty znaky profesionality?
 - ...
 - ...
- Obchodník řeší **problém** druhé strany!

Uzavírání obchodu

- Co všechno promlouvá do obchodu?
- PARAMETR
- UŽITEK
- VZTAH

Uzavírání obchodu



Otázky na závěr?