

PSYCHOLOGIE V OBCHODNÍ ČINNOSTI FIRMY

Komunikace a vyjednávání

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

Komunikace a vyjednávání

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

Komunikace a vyjednávání

Měkké

vs.

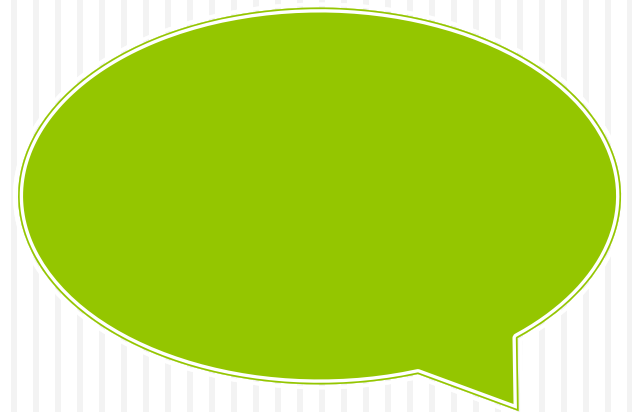
Tvrdé

vs.

Principiální

(na řešení orientované)

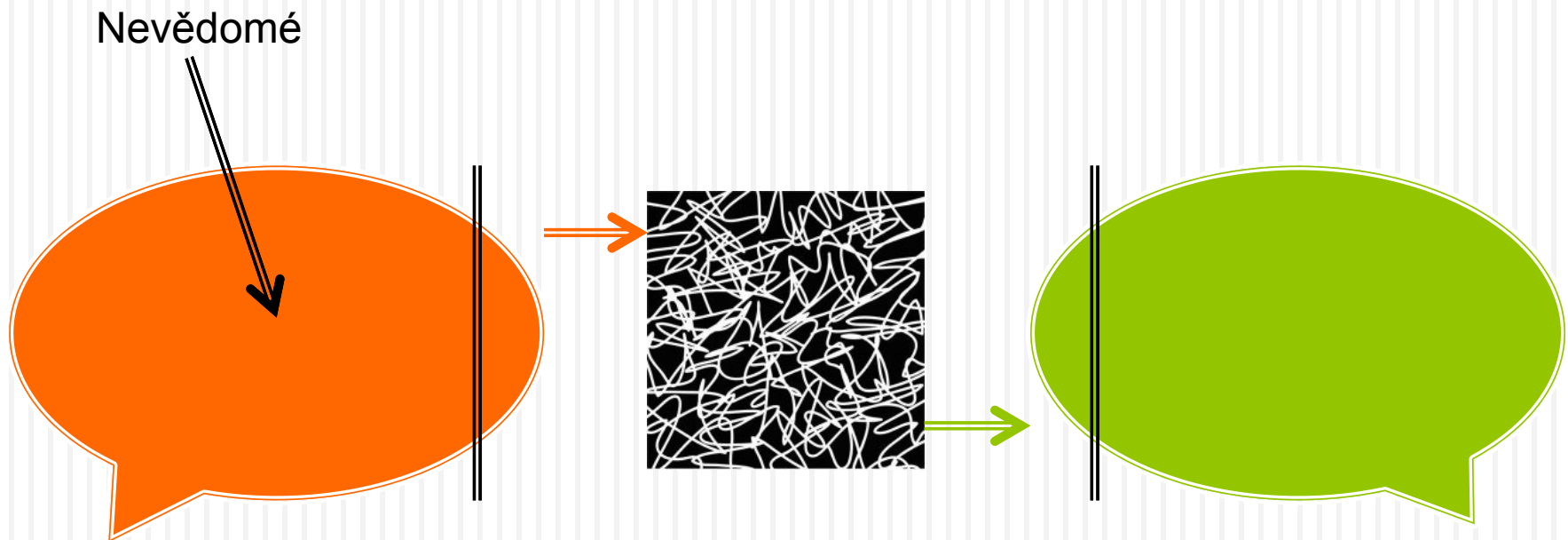
Obeční problém lidské komunikace



Obecný problém lidské komunikace



Obecný problém lidské komunikace



Komunikace

- Verbální (7 %)
- Paraverbální (38 %)
- Neverbální (55 %)
- ... berte prosím s velkou rezervou.

Komunikace

- Proxemika
- Haptika
- Posturologie (str. 63, obr. 21)

- ... všichni to tak nějak implicitně děláme správně.
- Proč se tím tedy zabývat více?

Komunikace

- Hlas
 - Hlasitost
 - Tempo
 - Výška
 - Intonace
 - Tón
- Jak a proč s tím pracovat?

Komunikační paraziti

- Slovní paraziti
- Slovní vycpávky
- Nadbytečná slova
- Pozor i na správnou artikulaci

Aktivní naslouchání

- Základem je **skutečně věnovat pozornost!**
- Vzbudit pocit, že se snažíme porozumět.
- Pozorovat neverbální řeč.
- Rozvíjet dialog:
 - Klást otevřené otázky
 - Omezovat „já“
 - Parafrázovat
 - Reflektovat pocity

Aktivní naslouchání

- Pozor na:
 - skákání do řeči
 - projevy nesouhlasu (i nevědomé!)
 - odcházení od tématu
 - netrpělivost
 - udělování rad
 - netečnost

Aktivní naslouchání

- Soustředíme se nejen na obsah sdělené informace, ale i na otázku „proč nám ji sděluje?“.
- Odstupme, nahlédněme jinou perspektivu.
- Pozor na *Mental Set*
 - nebo na sebenaplňující se proroctví,
 - haló efekt,
 - efekt primárnosti / efekt novosti,
 - či na emoce.

Zpět k naší komunikaci ...

- Co je základním nástroje obchodníka?

OTÁZKA! 😊

- Jaké známe druhy otázek?

Typologie otázek

- Uzavřené / otevřené
- Alternativní
- Kontrolní
- Sugestivní
- Rétorické
- Negativně vymezené otázky

Komunikace po telefonu

- Na co si musíme dát pozor?
 - Načasování
 - Příprava
 - Představa „kdo je na druhé straně?“
 - Rychlost, srozumitelnost
 - ... a taky pozor na souhlas(y)

Telefon I.

- **1. úvodní část** (proč voláme?!)
 - Akvizice (studená?)
 - Telefon na doporučení
 - Servisní telefon
 - Jiný zájem (oboustranná spolupráce)

- Lze si snadno dovodit, že tato část telefonátu je tou nejkritičtější ...

Telefon II.

- **2. přecházíme k hlavnímu sdělení**
 - Dokončit prodej
 - Sjednat schůzku
 - Pozvat k „akci“

- Co bývá hlavními cíli vašich / našich hovorů?

Telefon III.

- **3. rekapitulace** (potvrzení závazku)
 - Rekapitulace podstatných částí
 - Ujištění se o porozumění (časy, místa, lidi)
 - Předání kontaktů, adres

- **4. závěr rozhovoru**
 - Co by nemělo chybět?

Otázky na závěr?