

# PSYCHOLOGIE V OBCHODNÍ ČINNOSTI FIRMY

Mgr. Ing. Jan Kuba

# 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.

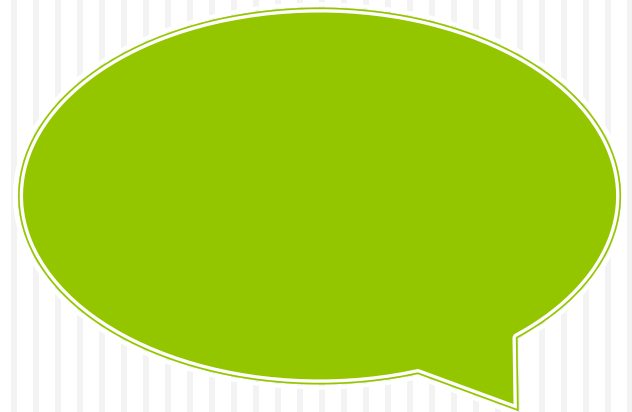
**Tvrdé**

vs.

**Principiální**

*(na řešení orientované)*

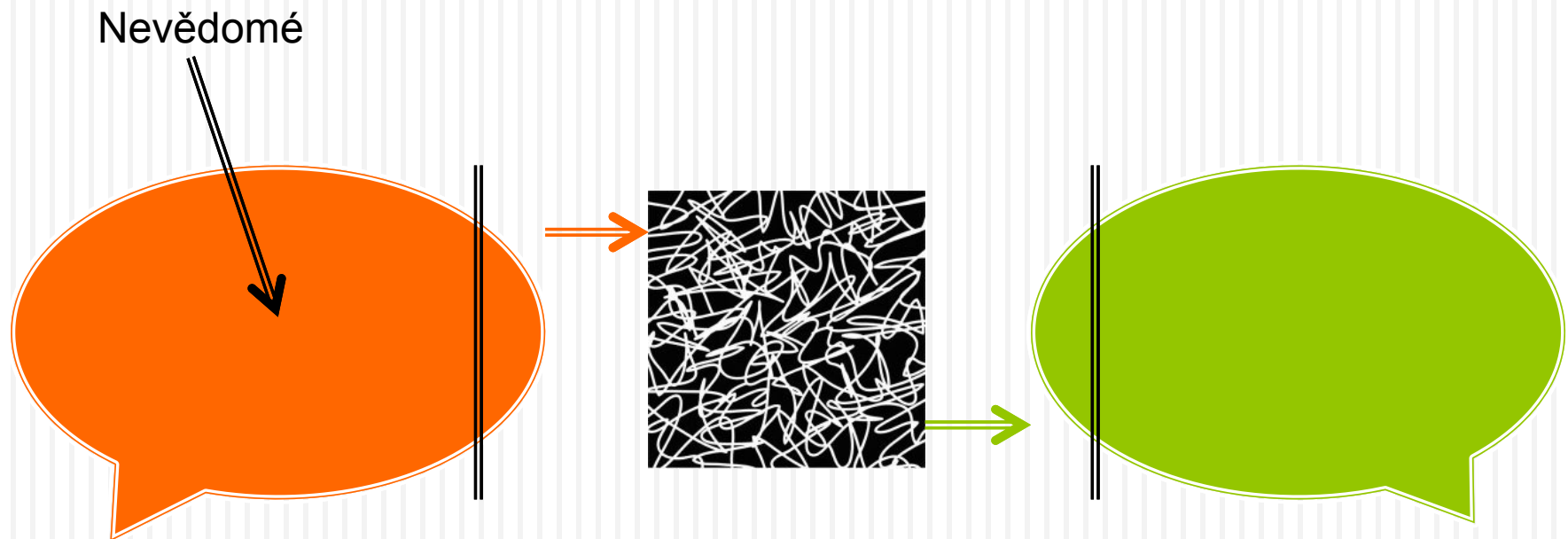
# Obeční problém lidské komunikace



# 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



# Nabídka pár nevinných otázek

- Jak se dnes máš?
- Jaké máš plány na neděli?
- Proč studuješ právě svůj obor?
- Jaký je, prosím Tě, smysl života?!

# 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.



# Aktivní naslouchání

- **Soustředme 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.

# Proč nám to říká?

## □ **Příklad 1:**

- „Už když jsem jako kluk motivoval spoluhráče k lepším výkonům na hřišti, uvědomoval jsem si, jak důležité je lidem okolo sebe dávat najevo důvěru v ně a ve schopnosti, které zatím ještě ani neobjevili. Lidé po určitém čase v mé blízkosti zažívali změnu ve svých životech.“

# Proč nám to říká?

## □ **Příklad 2:**

- „Jako mladý autor jsem plný očekávání a naděje donesl svou knihu do nakladatelství. Poslal jsem ukázky z knihy do celého knižního světa a těšil se, že někdo projeví zájem o moje příběhy, knihu vydá, bude se prodávat a já budu slavný spisovatel. (...) Proto jsem se rozhodl, že založím vlastní vydavatelství.“

# Proč nám to říká?

## □ **Příklad 3:**

- „Představte si budoucnost, o které rozhodujete Vy sami. Představte si možnost splnit si své sny, malé i velké, díky příjmu navíc z Vašeho vlastního podnikání. Stanovte si jednoduše svůj cíl a potom ho splňte. Nic není nemožné. Představte si svět kvalitních výrobků vyrobených s veškerou péčí. Fantastické značky v kategoriích:“

# Proč nám to říká?

## □ **Příklad 4:**

- „Jako Vlastník podnikání (*firmy XY*) můžete využívat zkušenosti ostatních. Ti již došli tam, kam se Vy chystáte vydat. Podnikáte pro sebe, nikoli ovšem sami. Vaše cesta začíná s Vlastníkem podnikání (*firmy XY*), který Vám podnikání představí a pomůže Vám s prvními kroky. Je to člověk, kterého můžete při začátku a rozvoji svého podnikání požádat o radu.

# Proč nám to říká?

## □ Příklad 4:

- „Jako Vlastník podnikání (*firmy XY*) můžete využívat zkušenosti ostatních. Ti již došli tam, kam se Vy chystáte vydat. **Podnikáte pro sebe, nikoli ovšem sami.** Vaše cesta začíná s Vlastníkem podnikání (*firmy XY*), který Vám podnikání představí a pomůže Vám s prvními kroky. Je to člověk, kterého můžete při začátku a rozvoji svého podnikání požádat o radu.

# 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
  - Ujistění se o porozumění (časy, místa, lidi)
  - Předání kontaktů, adres
  
- **4. závěr rozhovoru**
  - Co by nemělo chybět?

Otázky na závěr?