

FIREMNÍ KOMUNIKACE KOMUNIKACE V RÁMCI VÝBĚROVÉHO ŘÍZENÍ

Mgr. Lukáš Kresač, oddělení komunikace
Ing. Radka Vašinová, HR



Představení společnosti



RWE ve světě

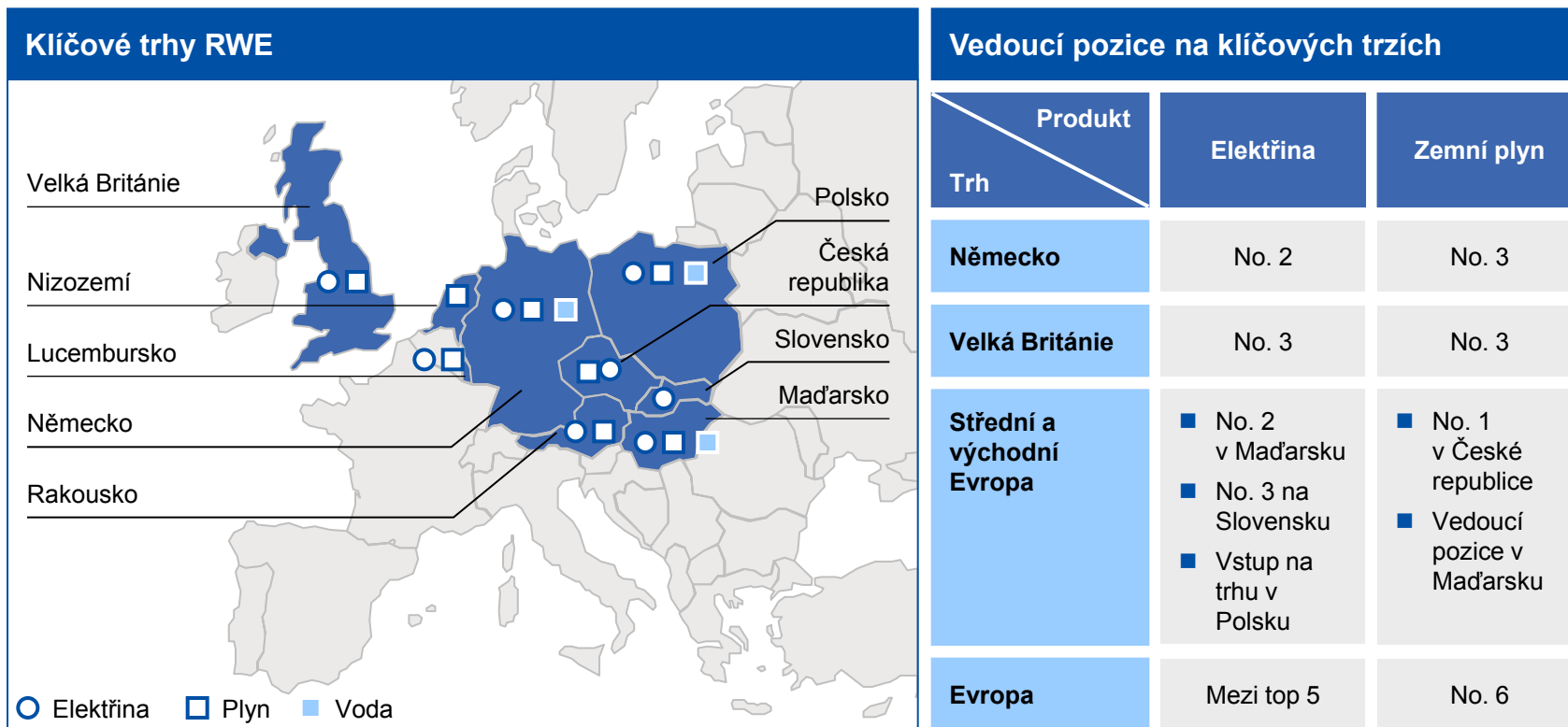


ZÁKLADNÍ ČINNOSTI (Produkty a služby)

- Elektrická energie
- Plyn
- Voda a odpadní voda
- Uhlí
- Ropné deriváty
- Obnovitelné zdroje energie

***Přes 100 let
zkušeností***

RWE - jeden z největších energetických koncernů v Evropě

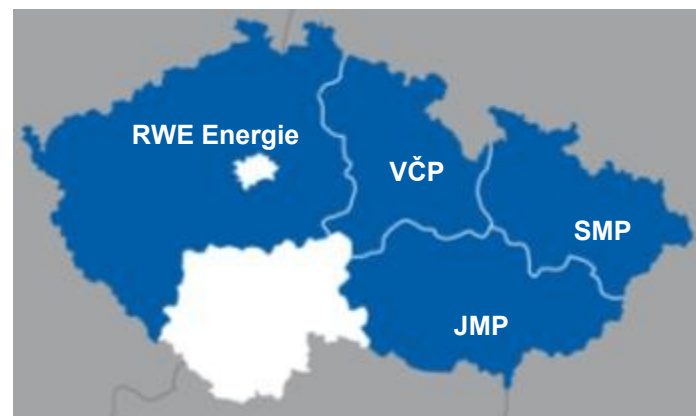


➤ RWE drží vedoucí pozice na dvou největších trzích v Evropě – energií a vodou zásobuje celkem 43 milionů zákazníků.

Základní fakta o skupině RWE v ČR (2009)

Konsolidované tržby	102 160 mil. Kč
Zaměstnanci	cca. 4 800
Celkový podíl na trhu	cca. 72 %
Koncoví zákazníci	2,3 mil. (tržní podíl cca. 64 %)
Prodej zemního plynu	142,2 TWh
Prodej v ČR	76,8 TWh
Prodej v zahraničí	65,4 TWh
Tranzitní soustava	cca. 3 640 km
Distribuční síť	63 800 km
Zásobníky	6 (skladovací kapacita 2,3 mld. m ³)

Společnosti	17
Konsolidované regionální obchodní společnosti	4



Struktura společností skupiny RWE v ČR

RWE Transgas

RWE Energie,
JMP, SMP, VČP



RWE GasNet,
JMP Net, SMP Net,
VČP Net



RWE
Distribuční služby



RWE
Interní služby



RWE
Zákaznické služby



RWE Plynoprojekt



RWE IT Czech



RWE Gas Storage



RWE
Key Account CZ

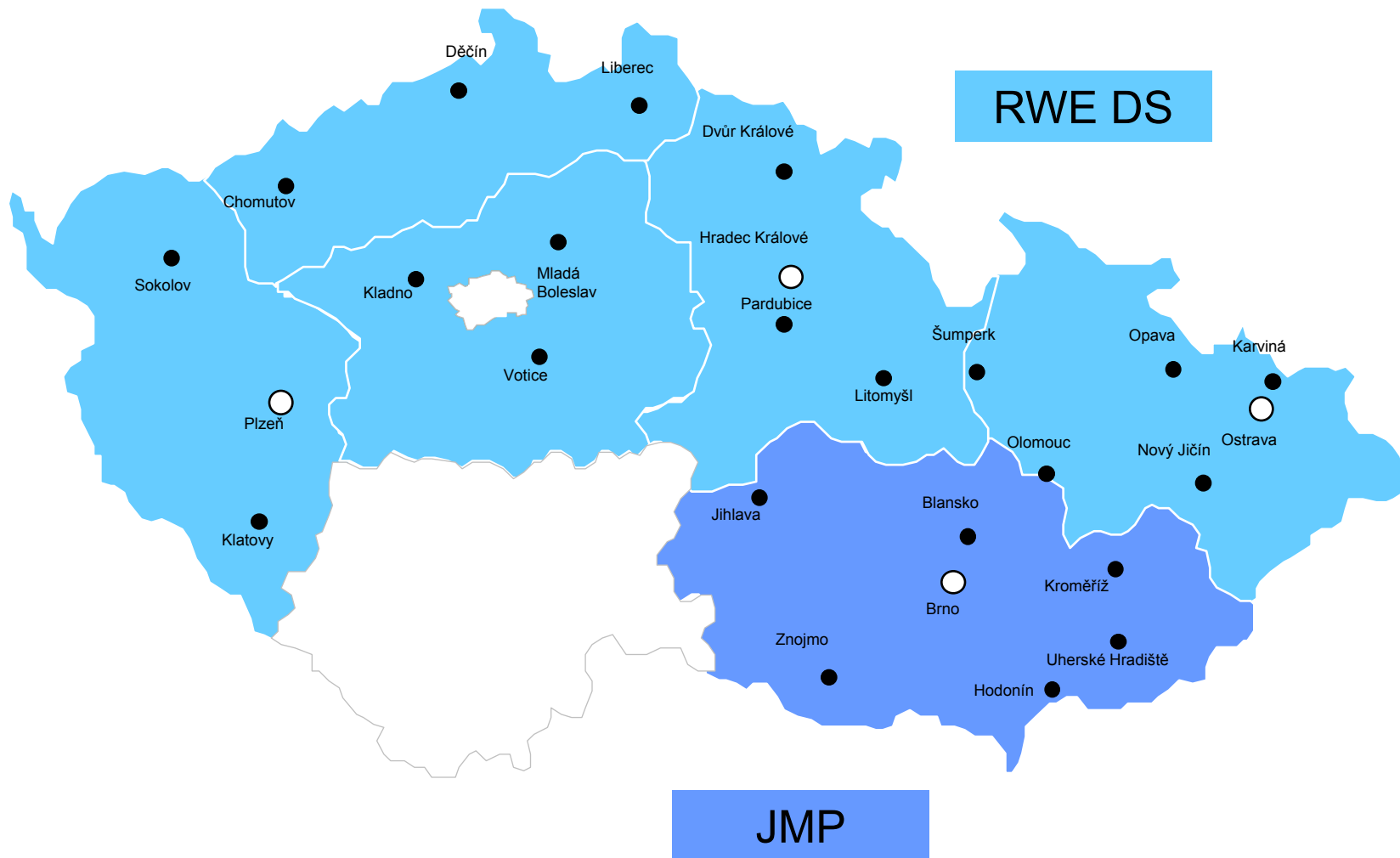


NET4GAS

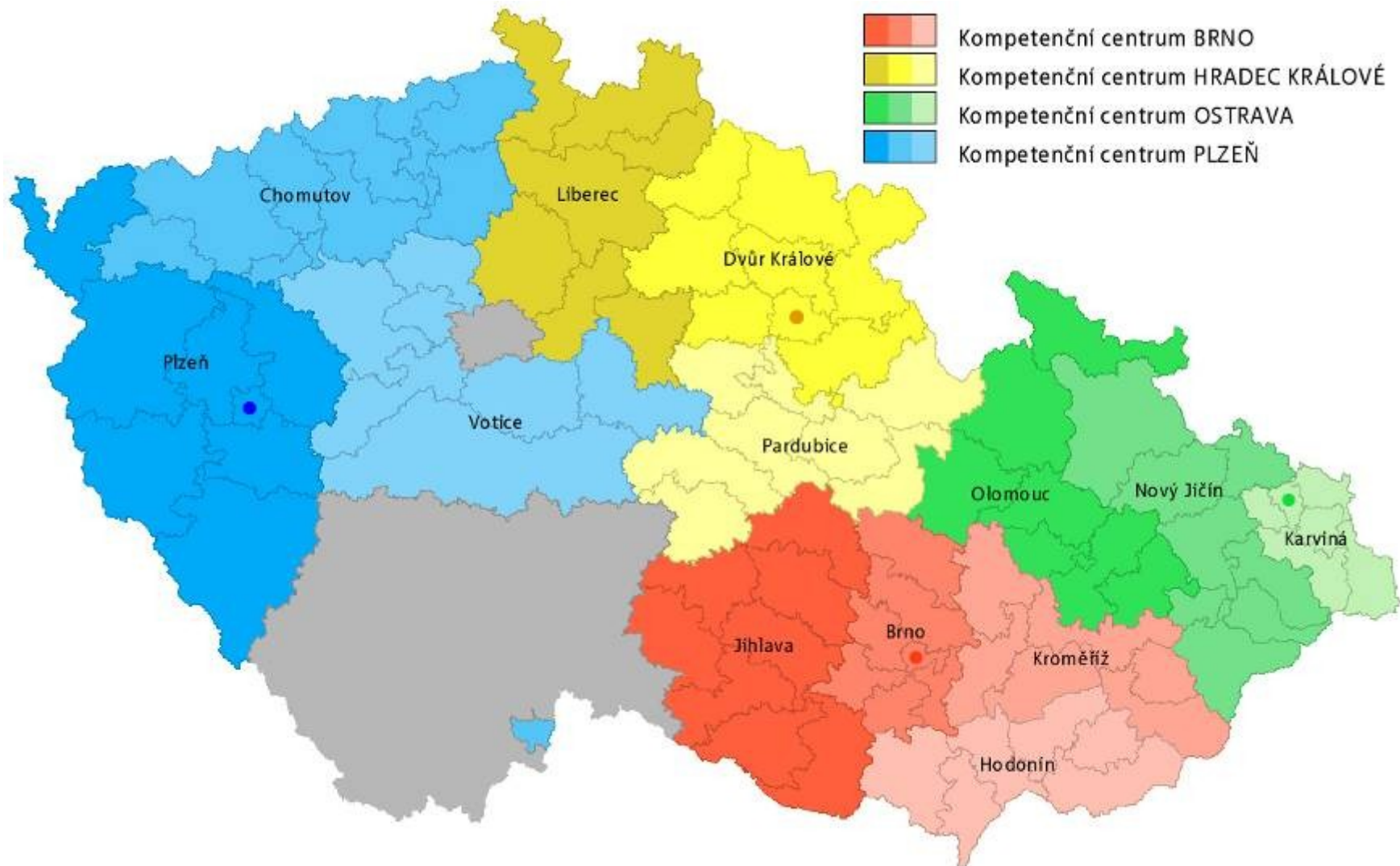


RWE v ČR = 17 společností

Území působnosti RWE Distribuční služby a Jihomoravské plynárenské



Regionální řízení RWE DS a JMP



Regionální řízení RWE DS a JMP

RWE Distribuční služby



KC Plzeň



KC Hradec
Králové



KC Ostrava



KC Brno

Provozní oblast:
Plzeň
Chomutov
Votice

Mistrovské
okrsky

Provozní oblast:
Liberec
Dvůr Králové
Pardubice

Mistrovské
okrsky

Provozní oblast:
Karviná
Nový Jičín
Olomouc

Mistrovské
okrsky

Provozní oblast:
Brno
Hodonín
Kroměříž
Jihlava

Mistrovské
okrsky

Jihomoravská plynárenská

4x KC

13x provozní
oblast

93x mistrovský
okrsek

Hlavní aktivity RWE DS a JMP

RWE Distribuční služby

Jihomoravská plynárenská



Obchod se
zemním plynem

Prodej elektřiny



Provoz a údržba
PZ



Dispečink
Pohotovost



Měření a
technické služby



Dokumentace
sítí



Výstavba sítí



Operativní
správa sítí

Kontaktní informace

- > Pohotovostní linka 1239
Dispečink sídlí v Brně a Ústí nad Labem.
K dispozici je 7 dní v týdnu, 24 hodin denně.
- > Zákaznická linka 840 11 33 55
Zákaznické Call centrum sídlí v Ostravě.
K dispozici je nonstop

POHOTOVOST PLYN
volejte 1239

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz



Zákazníci RWE DS a JMP

RWE Distribuční služby

Jihomoravská plynárenská

Domácnosti

Maloodběratelé

Střední odběratelé

Velkoodběratelé

prodej zemního plynu
a elektřiny

JMP Net

SMP Net

RWE GasNet

VČP Net

jen RWE DS

Municipality

Investoři

Stavebníci

Projektanti

Projekty v rámci RWE

- > Společnost Jihomoravská plynárenská se podílí na projektu RWE – energie českého filmu a RWE – energie českého lyžování



Sponzoringové aktivity Jihomoravská plynárenská, a.s.

- > RWE Letní kino na Dobráku
- > Český rozhlas, Rozhlasové studio Brno
- > RWE Volejbal Brno, RWE Projekt Volejbal
- > Archeoskanzen Modrá



Sponzoringové aktivity Jihomoravská plynárenská, a.s.

- > Letní Filmová škola Uherské Hradiště
- > Moravský podzim
- > Festival vědy s Jihomoravskou plynárenskou
- > Setkávání Václava Hudečka

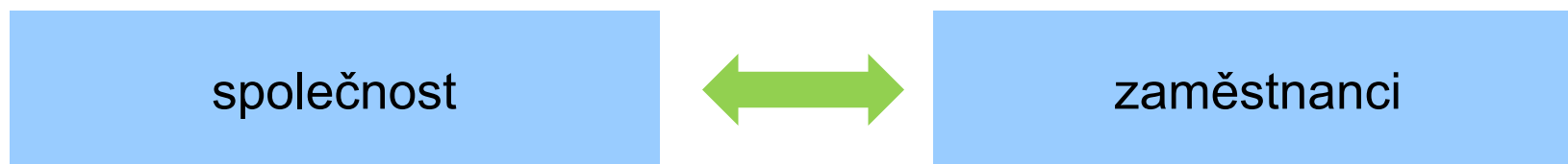


Komunikace a public relations ve společnosti Jihomoravská plynárenská a RWE DS

Externí komunikace (public relations)



Interní komunikace



Zaměstnanci se nesmějí o změnách a o novinkách dozvědět z médií, média by se neměla o nich dozvídat od nepověřených zaměstnanců.

Externí komunikace (PR)



Externí komunikace

Cíle a možnosti

- > zajistit jednotný systém nástrojů, které umožní rychlý, aktuální a věcně správný přenos potřebných informací ke všem cílovým skupinám
- > budovat nadstandartní vztahy s klíčovými médii
- > zvýšit podvědomí o značce
- > profilovat značku v médiích
- > minimalizovat negativní publicitu
- > předcházet a minimalizovat „útoky“ ze strany konkurence
- > udržovat a zvyšovat image společnosti
- > komunikace v obchodní a legislativní oblasti

Externí komunikace

Cílové skupiny

- > odborná veřejnost
- > široká veřejnost
- > zákazníci
- > potencionální zákazníci
- > média
- > obchodní partneři
- > akcionáři
- > státní orgány a instituce
- > profesní sdružení a asociace
- > novináři



Externí komunikace

Metody a nástroje (komunikační kanály)

A/ Veřejnost

- > externí firemní časopis „**Na plný plyn**“
- > reklamní kampaně
- > služby tiskového oddělení (oddělení komunikace)
- > zákaznická linka
- > zákaznické centrum
- > pohotovostní linka
- > webová prezentace
- > výroční zpráva



Externí komunikace

Metody a nástroje (komunikační kanály)

B/ Média

- > PR články
- > webová prezentace
- > tiskové konference
- > tiskové zprávy
- > formální a neformální setkání se zástupci médií

Život v čistém a zdravém životním prostředí se zemním plynem



Hlavní výhody zemního plynu:

- zemní plyn je jedním z primárních palivem, které lze bez nákladných úprav a energetických přeměn dovést přímo k zákazníkovi
- dopravní a distribuční systém je nezávislý na klimatických podmínkách
- zemní plyn je odběratelům k dispozici bez omezení 24 hodin denně 365 dní v roce
- zákazník nepotřebuje prostor pro skladování paliva
- plynové spotřebiče lze snadno ovládat a regulovat
- zemní plyn je nejšetrnější ze všech neobnovitelných zdrojů energie

Jihomoravská plynárenská, a. s., člen skupiny RWE, patří mezi největší regionální plynárenské obchodní společnosti v České republice. Zabezpečuje dodávku zemního plynu zákazníkům v krajích Jihomoravském, Zlínském, Vysočina a částech i Olomouckém, Pardubickém a Jihočeském. Prostřednictvím distribuční společnosti každoročně dodává svým zákazníkům cca 20 milionů MWh zemního plynu. Společnost rovněž zabezpečuje provoz a údržbu plynárenského zařízení, měření spotřeby a kvality zemního plynu, připojování a odpojování zákazníků, stanoviska k existenci a vytýčování plynárenských zařízení, provoz dispečinku a pohotovostní telefonická linky 1239.

Zemní plyn je nejčistší a nejbezpečnější mezi primárními palivy. Ve své ryzí podobě je zemní plyn hořlavá látka bez barvy, tvaru a zápachu. Při jeho spalování se na rozdíl od jiných fosilních paliv uvolňuje do vzduchu mnohem méně škodlivin. Energie ze zemního plynu se hojně využívá k topení, vaření, výrobě elektrické energie či pohonu motorových vozidel.



The screenshot shows a woman standing next to a large screen displaying '30% až 10% nižší cena'. Below the screen are several icons representing different energy services and products. The RWE logo is visible in the top left corner of the page.

Externí komunikace

Metody a nástroje (komunikační kanály)

C/ Ostatní

- > sponzoring
- > veřejné akce (special events)
- > reklama
- > dary
- > firemní grafický (vizuální) styl, firemní identita
- > slogan



Externí komunikace, hlavní činnosti oddělení komunikace JMP a RWE DS

- > Veškerý publikační styk s externím prostředím (public relations)
- > Tiskový mluvčí, tiskové oddělení
- > Správa monitoringu médií
- > Správa webové prezentace společnosti
- > Správa a koordinace sponzoringových aktivit
- > Správa a koordinace corporate design stylu
- > Správa a koordinace finančních darů
- > Správa reklamních předmětů
- > Zpracování výročních zpráv



Externí komunikace – příklad

Havárie plynovodu

- > Příjem informací s dispečinku, od havarijní komise
- > Vydání tiskové zprávy o havárii – odeslání emailem novinářům, umístění na web
- > Reakce na dotazy novinářů – pouze tiskový mluvčí (email, pevná linka, mobil, televizní zpravodajství)
- > Vydání tiskové zprávy o průběhu odstranění havárie, termínu obnovení dodávek zemního plynu
- > Vydání tiskové zprávy o ukončení prací na odstranění havárie

Legislativní komunikace

Lhůty

Dodací lhůta = 30 dní (není stanoveno zákonem, interní kodex)

- > **Orgány státní správy**
Správní řád, zákon 500/2004
- > **Trestně – právní orgány**
Trestní řád, zákon 141/1961
- > **Zákazníci, veřejnost**
Interní reklamační řád, vyhláška 545/2006
- > **Ostatní**
speciální předpisy (Stavební zákon, Zákon o územním plánování, ...)



Orgány státní správy

Správní řád, zákon 500/2004

> § 39

Určení lhůty k provedení úkonu

- (1) Správní orgán účastníkovi **určí přiměřenou lhůtu k provedení úkonu**, pokud ji nestanoví zákon a je-li toho zapotřebí. Určením lhůty nesmí být ohrožen účel řízení ani porušena rovnost účastníků. Usnesení o určení lhůty se oznamuje pouze tomu, komu je určena, popřípadě i tomu, jehož se jinak přímo dotýká.
- (2) Lhůtu určenou správním orgánem může na žádost účastníka správní orgán za podmínek stanovených v odstavci 1 usnesením přiměřeně prodloužit.

Trestně – právní orgány

Trestní řád, zákon 141

> § 143, Lhůta a místo k podání

(1) Stížnost se podává u orgánu, proti jehož usnesení stížnost směřuje, **a to do tří dnů od oznámení usnesení** (§ 137); jestliže se usnesení oznamuje jak obviněnému, tak i jeho zákonnému zástupci nebo obhájci, běží lhůta od toho oznámení, které bylo provedeno nejpozději.

> § 248, Lhůta a místo podání

(1) Odvolání se podává u soudu, proti jehož rozsudku směřuje, a to **do osmi dnů od doručení opisu rozsudku**.

> § 265e, Lhůta a místo podání

(1) Dovolání se podává u soudu, který rozhodl ve věci v prvním stupni, **do dvou měsíců od doručení rozhodnutí**, proti kterému dovolání směřuje.

Zákazníci, veřejnost

Vyhláška 545/2006

- > Standard lhůty pro vyřízení reklamace na kvalitu plynu (1)

Standardem lhůty pro vyřízení reklamace na kvalitu plynu je prověření oprávněnosti reklamace konečného zákazníka nebo dodavatele sdružené služby na kvalitu plynu a písemné vyrozumění konečného zákazníka nebo dodavatele sdružené služby o jejím prověření **do 60 kalendářních dnů ode dne doručení reklamace konečného zákazníka** nebo dodavatele sdružené služby provozovateli přepravní nebo distribuční soustavy.

Zákazníci, veřejnost

Vyhláška 545/2006

> Standard lhůty pro vyřízení reklamace vyúčtování přepravy, distribuce nebo uskladňování plynu

(1) Standardem lhůty pro vyřízení reklamace vyúčtování přepravy, distribuce nebo uskladňování plynu je

a) zaslání písemného vyřízení reklamace konečného zákazníka nebo dodavatele sdružené služby na vyúčtování přepravy, distribuce nebo uskladňování plynu nebo na nevrácení zaplacených přeplatků, **a to do 15 kalendářních dnů ode dne doručení reklamace**

Legislativní komunikace

Kanály

Písemně

- > Oficiální adresa společnosti (Obchodní rejstřík, Registr živnostenského podnikání,...)
- > Podatelny v sídlech společností

Elektronicky

- > E-podatelna (ID *yhscfc9*)
- > E-podpis
- > E-mailová adresa (info@rwe.cz)



Interní komunikace



Interní komunikace

Cíle a prostředky

- > zvýšení **povědomosti** zaměstnanců o společnosti
- > posílení **vztahu** zaměstnanců ke společnosti
- > posílení spolupráce interní komunikace mezi útvary ve společnosti

- > aktivní zapojení zaměstnance do dění ve společnosti
- > **podpora mimopracovních aktivit** zaměstnanců ze strany společnosti
- > posílení vztahů ve společnosti
- > posílení spolupráce interní komunikace a marketingu
- > zajištění **provázanosti sponzorských aktivit a zaměstnaneckých bonusů** v rámci všech společností skupiny RWE
- > vytvoření funkčního a dynamického systému intranetu

Interní komunikace

Cílové skupiny

Primární

- > zaměstnanci

Sekundární

- > obchodní partneři
- > zákazníci společnosti
- > rodinní příslušníci zaměstnanců společnosti



Interní komunikace

Komunikační kanály

Hlavní

- > Intranet
- > Interní firemní časopis Team, Team+ (pouze JMP a RWE DS)
- > Nástěnky
- > Porady
- > Akce pro zaměstnance
- > Elektronická pošta (cca 60% zaměstnanců nemá přístup k emailu)
- > SMS
- > Setkání vedení společnosti se zaměstnanci
- > Pracovní večere s vedením společnosti

Vedlejší

- > Pevná linka
- > Mobilní telefon
- > Osobní kontakt

Interní komunikace, hlavní činnosti oddělení komunikace JMP a RWE DS

- > Správa intranetu společnosti
- > Správa ostatních komunikačních kanálů (email, SMS systém)
- > Správa a koordinace interního časopisu a vedení redakční rady
- > Příprava a koordinace zaměstnaneckých akcí
- > Organizace anket, soutěží
- > Správa galerie, organizace vernisáží



Interní komunikace

Akce pro zaměstnance (event management)



Jednodenní lyžařské zájezdy

leden, únor 2011

v rámci projektu RWE – energie českého filmu



Zimní sportovní hry

29. – 31.1.2011

Železná Ruda, Špičák



Filmová představení

jaro, podzim 2011

v rámci projektu RWE – energie českého filmu

Interní komunikace

Akce pro zaměstnance (event management)



Modrý den RWE

11.června 2011



Plynárenské letní sportovní hry - Pardubice

září 2011



Daruj krev s RWE

červenec, srpen 2011

Interní komunikace

Akce pro zaměstnance (event management)



Cyklovýlety – Morava, Čechy
květen 2011



Vodácké výlety – Vltava
červen, srpen 2011



Setkání vedení se zaměstnanci
podzim 2011

Soutěže, ankety
celoročně

Interní komunikace – příklad

Pozvánka na filmové představení

- > Domluva kinosálu v celé ČR, **termínu představení, předběžného počtu diváků**, kalkulace
- > **Příprava, tisk a distribuce** informačních letáků a plakátů
- > Zaslání **SMS pozvánky** zaměstnancům bez přístupu k elektronické poště
- > Elektronická informace na **intranet a emailová zpráva** pro zaměstnance
- > Zpracování **seznamu přihlášených**
- > Informace **kontaktním osobám** o termínu a místě vyzvednutí vstupenek
- > SMS a emailová informace přihlášeným zaměstnancům o kontaktních osobách a **možnosti převzetí vstupenek**
- > **Finální zpráva z akce** a zhodnocení finančních aspektů

Komunikace v rámci výběrového řízení

Radka Vašinová
personalistka RWE Transgas, a.s.

Způsoby komunikace v rámci výběrového řízení

Reakce na inzerci

- > Písemná komunikace (životopis, průvodní/motivační dopis)

Komunikace s personalistou/manažerem

- > Písemná komunikace (e-mail)
- > Telefonické interview
- > Osobní pohovor
- > Assessment Centre



Životopis

- > Stručný a výstižný
- > Přehledný
- > „Na míru“ konkrétní nabídce



Struktura životopisu

- > Hlavička – osobní/kontaktní údaje
- > Vzdělání
- > Praxe
- > Znalosti
- > Dovednosti
- > Reference
- > Zájmy



Hlavička – kontaktní údaje

- > Jméno (nepoužívejte slečna/ paní/ pan)
- > Adresa (pokud se liší Vaše adresa trvalého a přechodného bydliště, uveďte tuto skutečnost)
- > Telefon (jeden kontakt)
- > Email (jeden kontakt, soukromá e-mailová adresa, pozor na přezdívky, apod.)
- > Další osobní údaje – datum narození, stav apod. (není nutné uvádět)

Vzdělání

- > Řadte chronologicky
- > Neuvádějte základní školu, ale až SŠ
- > U VŠ uvádějte co nejpřesněji fakultu, obor, specializaci, vedlejší specializaci, název bakalářské/diplomové práce, studovaný ročník/předpokládaný termín ukončení studia, formu navazujícího studia
- > Další vzdělávání – kurzy, jazykové pobyty, studijní pobyty, účast na projektech apod.



Praxe

- > Uvádějte pouze relevantní praxi („ne každou brigádu“)
- > Řad'te chronologicky
- > Uvádějte období (nikoliv pouze rok), název zaměstnavatele, název pozice
- > Popište stručně náplň práce, konkrétní pravomoci, zodpovědnosti, kompetence, činnosti
- > Skutečnosti nezkreslujte



Jazykové znalosti

- > Uvádějte pouze znalost jazyků relevantních k dané pozici
- > Znalost specifikujte: pasivní, slovem a písmem, aktivní komunikace, odborná terminologie nebo dle evropské stupnice znalosti jazyků (A1, A2, atd.)
- > Uvádějte certifikáty, osvědčení apod., zahraniční studium, dlouhodobější pobyty, dosavadní využití jazykových znalostí apod.
- > Pozor – přílišný důraz na jazykové znalosti může i znevýhodnit



Další dovednosti

Uvádějte znalosti/dovednosti, které mohou přesvědčit zaměstnavatele o Vaší přidané hodnotě

- > Řidičský průkaz (skupina ŘP, najeté km, aktivní/pasivní řidič, vlastní auto)
- > Počítačová gramotnost – úroveň znalostí MS Office, informační systémy (SAP, Navision...), grafický SW, AutoCAD, další používané SW aplikace
- > Odborné kurzy (tzv. hard i soft skills, atesty, oprávnění k práci s vyhrazenými zařízeními aj.)

Reference

- > Pokud je to možné, uveďte kontaktní osobu pro podání referencí v posledním zaměstnání
- > Uvedení konkrétních referencí přidá na Vaší důvěryhodnosti



Zájmy

- > Zájmy napovídají o Vaší osobnosti, např. týmový hráč/ individualista, introvert/ extrovert, trpělivý, aktivní, podnikavý, orientovaný na výkon...
- > Dobrovolnictví, členství v klubech, sdruženích, asociacích, profesních klubech, apod.



Tipy na závěr

- > Délka životopisu max. 2 strany A4
- > Chronologické řazení od nejaktuálnějšího stavu
- > Stručnost, přehlednost, jednoduchost
- > Jednotný font, barva písma pouze černá
- > Bez grafických prvků
- > Fotografie pasového formátu v pravém horním rohu
- > Nejpodrobněji poslední zaměstnání a zkušenosti relevantní k dané pozici
- > Nepoužívejte zkratky, pokud nesouvisí s poptávanou pozicí
- > Skutečnosti v životopise nezkreslujte
- > Nenadhodnocujte ani nepodceňujte své znalosti a zkušenosti
- > Pozor na pravopis, překlepy

Motivační dopis

- > Představení kandidáta zaměstnavateli s cílem zaujmout personalistu / manažera
- > Vždy musí být konkrétní k dané pozici (ne obecný na více pozic)
- > Adresujte pokud možno konkrétnímu personalistovi



Obsah motivačního dopisu

Shrnuje motivaci, předpoklady relevantní pro danou pozici (ale neopakuje údaje z životopisu):

- >Důvod výběru pozice – proč Vás zaujala, praxe/ znalosti/ dovednosti, které budou na této pozici pro firmu přínosem
- >Důvod výběru dané společnosti (obor podnikání, velikost firmy, image firmy, PR aktivity, apod.)
- >Příklady konkrétních dosavadních úspěchů (v předchozím zaměstnání, při studiu)
- >Možný termín nástupu atp.
- >Pokud bydlíte v jiné lokalitě, než je vypsáno pracovní místo, vyjádřete ochotu k mobilitě
- >Můžete uvést kontaktní osobu pro podání referencí
- >Projevte zájem o osobní setkání
- >Uveďte telefon, e-mail, na kterých budete očekávat reakci
- >Nezapomeňte na datum (aktuální!), podpis

Telefonické interview

Na co se připravit

Telefonát může překvapit kdykoliv

- > Pozor na vhodný způsob představení při „zvednutí sluchátka“, přiměřenou uvítací zprávu schránky, informovanost blízkých
- > Vždy mějte přehled, o jaké pozice a ve které firmě jste projevíli zájem.
- > Personalista pokládá často tzv. ověřovací otázky:
 - stupeň dosaženého vzdělání
 - doba působení v jednotlivých zaměstnáních
 - vysvětlení „časových mezer“ v životopisu
 - důvody odchodu z posledního zaměstnání
 - termín případného nástupu apod.
- > Telefonický rozhovor může probíhat i v cizím jazyku (je-li požadovaná jeho znalost).
- > Zastihne-li Vás telefonát v nevhodnou chvíli, navrhněte termín, kdy zavoláte zpět.

Na co si dát pozor

- > Mluvte spisovně, spíše pomaleji.
- > Artikulujte pečlivě a srozumitelně.
- > Chcete-li působit sebejistěji, postavte se - váš hlas bude působit jistěji a také se tak budete cítit.
- > I oblečení má význam – v saku budete působit profesionálněji, než když telefonujete oblečení v županu. Také úsměv se pozitivně projeví ve vašem hlasu.
- > Eliminujte hluk v pozadí (zavřít dveře, vypnout rádio, zastavit auto apod.), buďte v místnosti sami.
- > Během rozhovoru nežvýkejte, nejezte ani nepijte. Pokud možno nepokašlávejte, nekýchejte. Omluvte se za podobné projevy, jimž se nedalo vyhnout.
- > Nemějte pocit, že musíte vyplnit mlčení slovy. Pokud jste dohovořili, odpověděli relevantně na dotaz a druhá strana mlčí, nesnažte se vyplnit tuto mezeru.

Osobní pohovor s personalistou

Co nepodcenit

- > Získejte si předem informace o firmě
- > Připomeňte si obsah inzerátu a informace o pracovním místě
- > Připravte si předem otázky (k firmě, pracovní náplni, termínu nástupu atd.)
- > Nechejte si na cestu časovou rezervu.
- > Nezapomeňte vypnout mobilní telefon.
- > Nežvýkejte.



Význam prvního dojmu

Na vytvoření prvního dojmu stačí velmi krátký čas (několik sekund). Roli hraje především vzhled, vystupování, neverbální komunikace, styl a způsob vyjadřování.

- > Jednou z prvních informací o vás je pozdrav a způsob podání ruky.
 - Správný stisk je středně dlouhý a středně silný, energický a upřímný.
 - Pokud se vám potí ruce trémou, nezapomeňte si je před podáním ruky nenápadně osušit.
 - První podává ruku vždy osoba společensky významnější.
 - Nepřijetí podané ruky je hrubým prohřeškem proti společenské etiketě.
- > Nepodceňte úpravu svého zevnějšku.
 - Oblečení přiměřené obsazované pozici, zároveň pohodlné.
 - Použití kosmetiky, parfému apod. jen s mírou.
 - Důležitou vizitkou jsou čisté boty a upravené ruce.

Jak vystupovat

- > Chovejte se pokud možno přirozeně, nesnažte se stylizovat, mluvte o sobě pravdivě.
- > Budte zdvořilí, vstřícní a otevření.
- > Vystupujte klidně, přiměřeně sebevědomě, nebojte se přiznat trému.
- > Pozorně naslouchejte.
- > Mluvte spisovně.
- > Hovořte k tématu, stručně a výstižně, nezabíhejte do nepodstatných podrobností.
- > Neskákejte do řeči.
- > Odpovědi si rozmýšlejte. Pokud něco nevíte nebo si nejste jisti, přiznejte to.
- > Nezasahujte do vedení pohovoru. Nepřebírejte iniciativu ani z rozpaků.
- > Nemějte pocit, že musíte vyplnit mlčení slovy.
- > Indiskrétní otázky taktně odmítněte zodpovídat.
- > Svou pozornost rozdělte rovnoměrně mezi všechny zúčastněné. Pokud odpovídáte na otázku, zaměřte se na toho, kdo se vás tázal.

Neverbální komunikace

- > V jednací místnosti se posaďte pohodlně, abyste dobře viděli na ostatní. Odložte si kabát i zavazadlo.
- > Udržujte oční kontakt rovnoměrně se všemi zúčastněnými.
- > Dávejte najevo porozumění a zájem přikývnutím hlavy, úsměvem apod.
- > Neschovávejte ruce pod stůl ani do kapes, na ruce by vám mělo být vidět.
- > Při hovoru si nesahejte na obličej, vlasy ani jiné části těla.
- > Přiměřeně gestikulujte.
- > Nehrajte si s oděvem, šperky, ani s dokumenty a tužkou na stole.
- > Nepodupávejte pod stolem nohama ani prsty o stůl.
- > Mluvte přiměřeně hlasitě, nezvyšujte příliš hlas, snažte se o plynulou řeč.

DĚKUJEME ZA VAŠI
POZORNOST!

