

# FIREMNÍ KOMUNIKACE KOMUNIKACE V RÁMCI VÝBĚROVÉHO ŘÍZENÍ

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



# Představení společnosti



# RWE ve světě

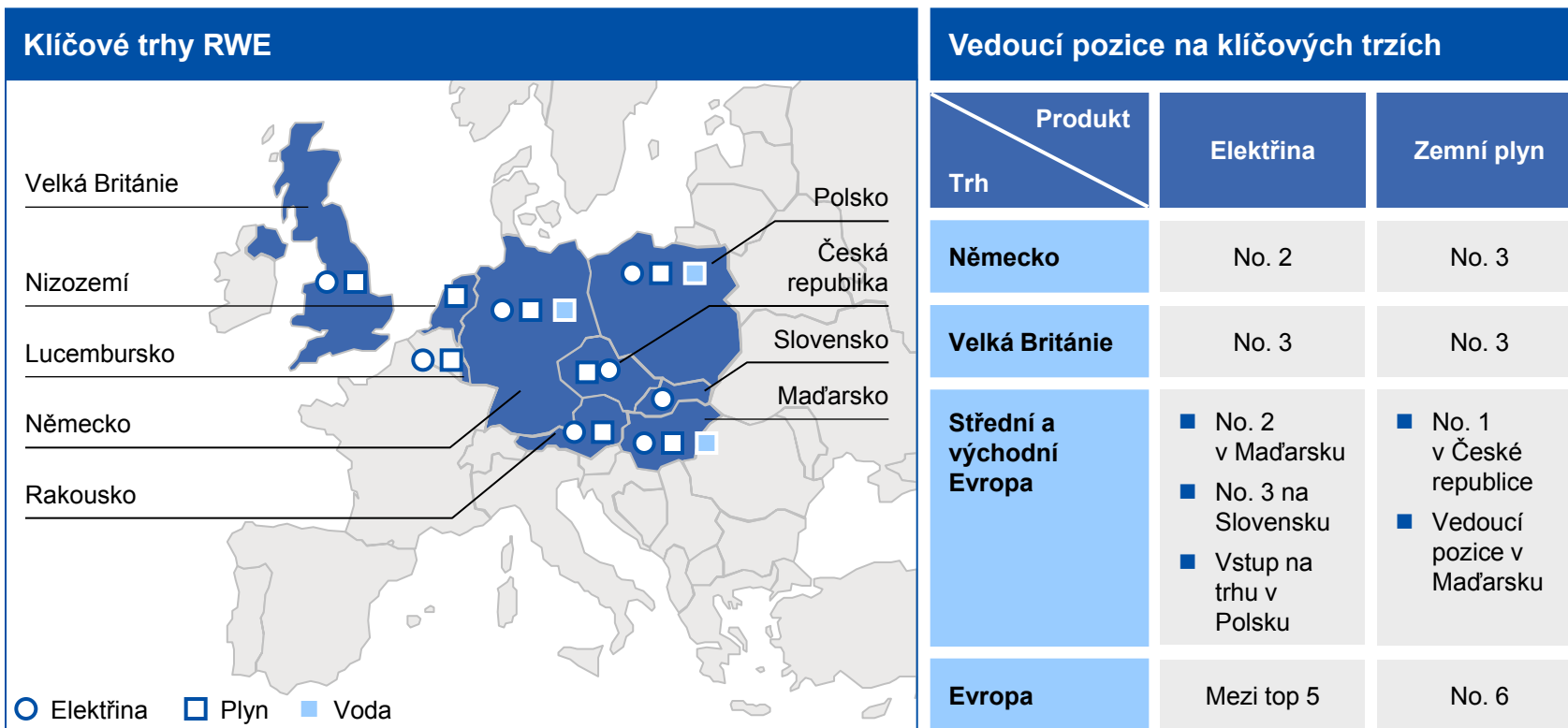


## ZÁKLADNÍ ČINNOSTI (Produkty a služby)

- 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

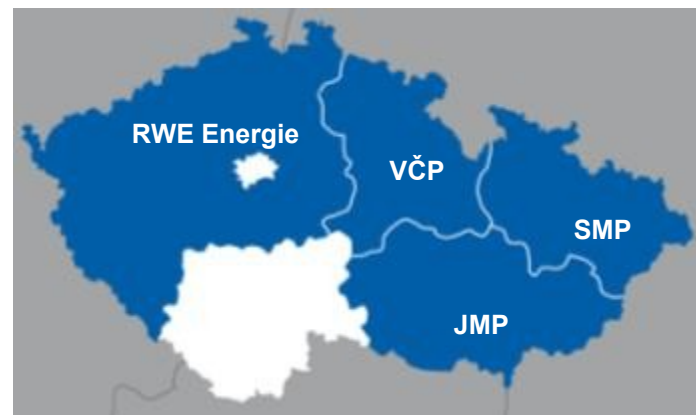


➤ RWE drží vedoucí pozice na dvou největších trzích v Evropě – energií a vodou zásobuje celkem 43 milionů zákazníků.

# 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 <sup>3</sup> )

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

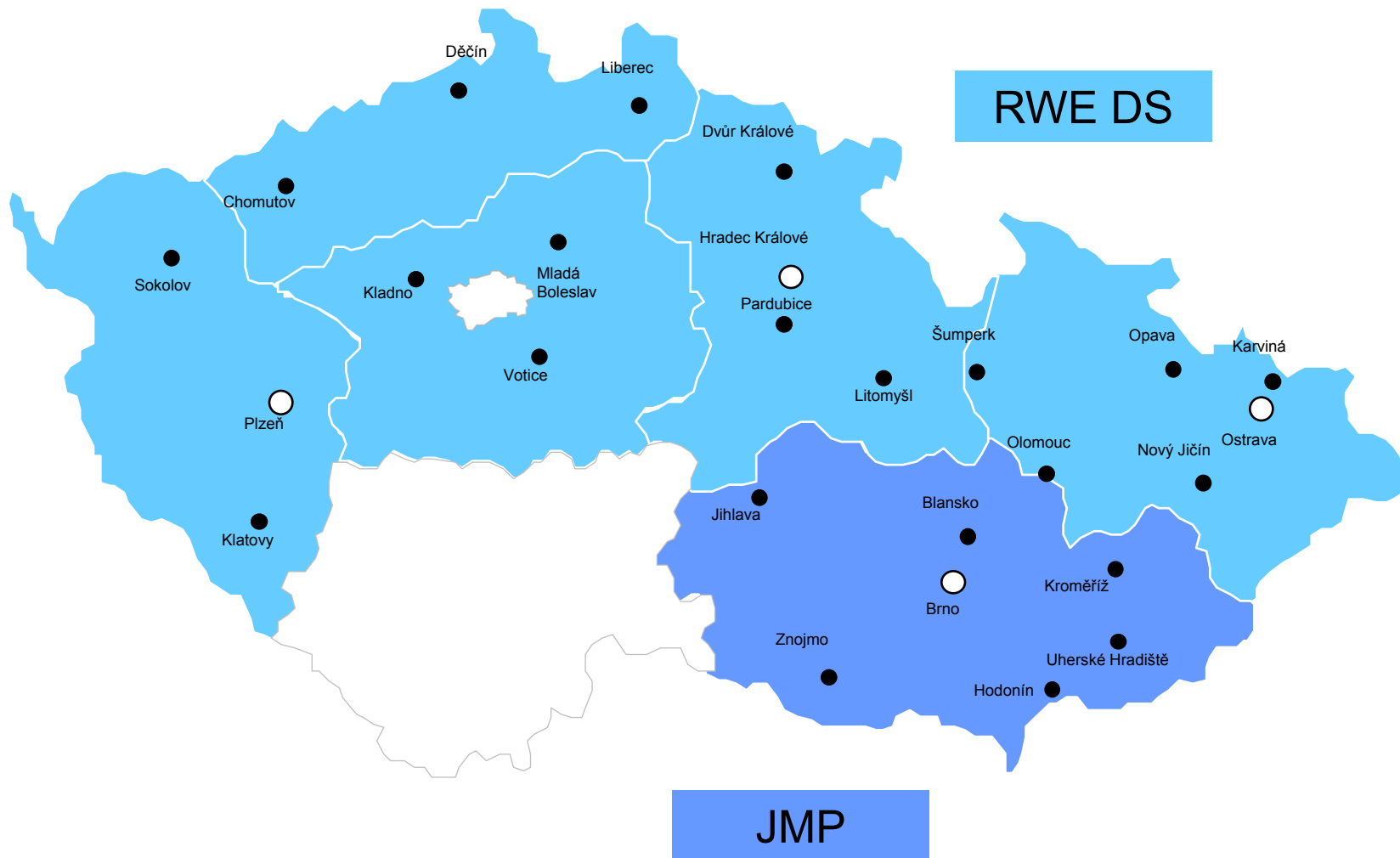


NET4GAS



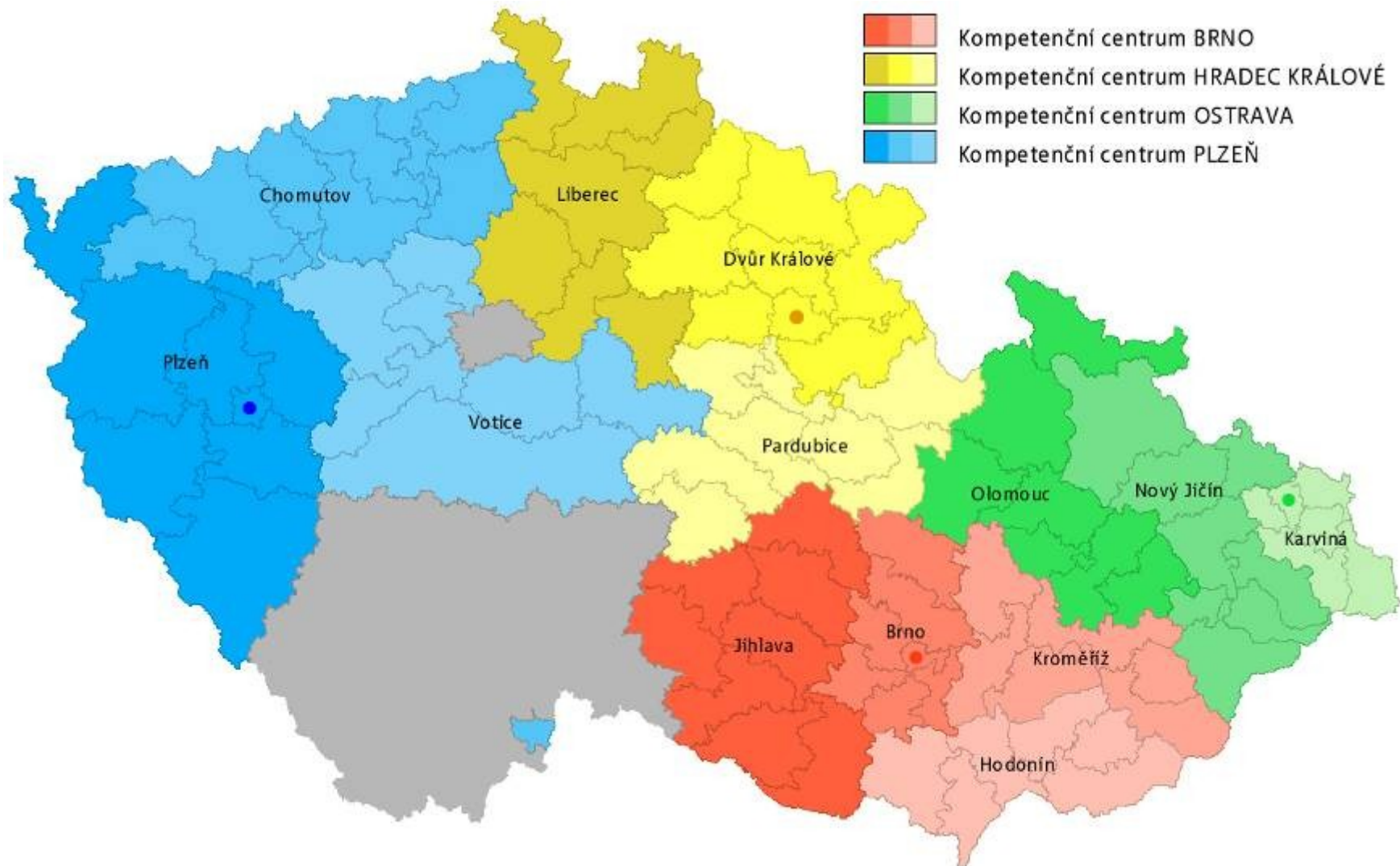
RWE v ČR = 17 společností

# 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

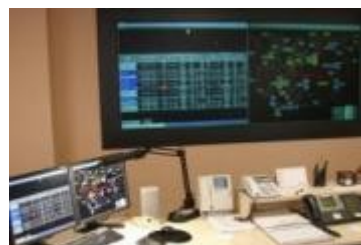


Obchod se  
zemním plynem

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.

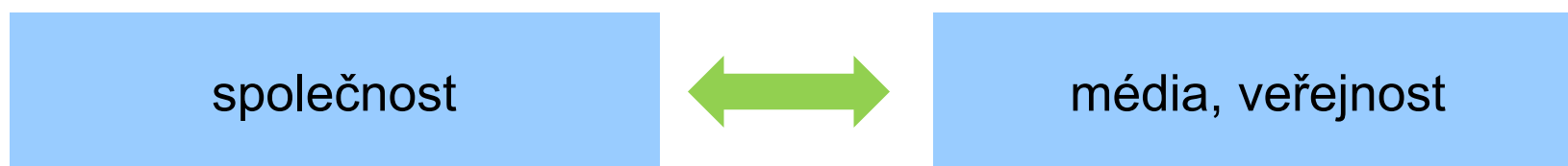
- > Letní Filmová škola Uherské Hradiště
- > Moravský podzim
- > Festival vědy s Jihomoravskou plynárenskou
- > Setkávání Václava Hudečka



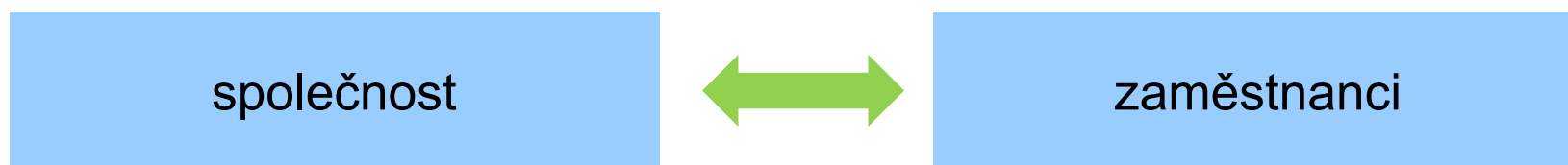


# Komunikace a public relations ve společnosti Jihomoravská plynárenská a RWE DS

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 nejčistší 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.



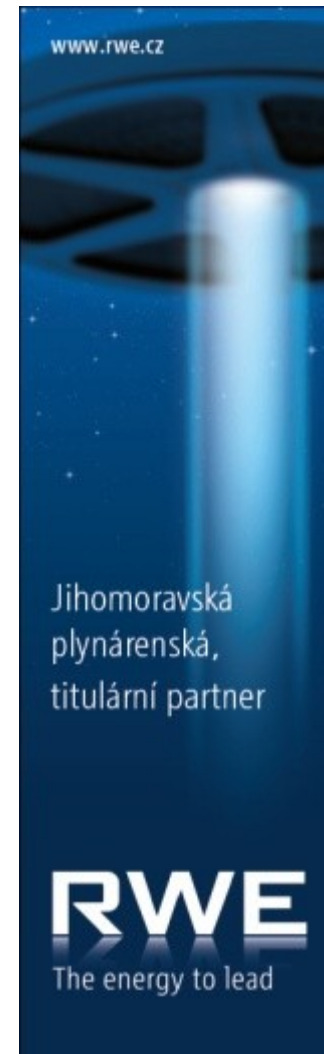
The screenshot shows a woman standing next to a large screen displaying '30% až 10% nižší cena'. Below the screen are several icons representing different energy services and products. The RWE logo is visible in the top left corner of the page.

# 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](mailto: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 projevili 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!

