



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

Prezentace předmětu:
Společenský a diplomatický protokol

Vyučující:
Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

8. Zásady a specifika obchodního jednání



Tato přednáška byla vytvořena pro projekt „Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě“



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.

Předmět:

**Společenský a diplomatický
protokol**

- ❑ Pro mnohé z nás je obchodní jednání jednou z pracovních náplní každodenního života. Některá z nich nám nedělají problémy, na jiná jdeme s pocitý z nejistého výsledku.
 - ❑ Ten, kdo je nebo se chce stát obchodním zástupcem firmy, musí znát souvislosti, musí umět argumentovat, musím mít určitou kontrolu nad situací v tom smyslu, že si uvědomuje kontext a dovede reagovat na měnící se stimuly, které vyplývají z určitých záměrů anebo nevědomých podnětů obchodního partnera, vyjednávače.
 - ❑ Důležitá je hlavně příprava a plánování, tedy podle apriorní očekávání alternativních možností, které je třeba zvládat – nepočítat pouze s jednou variantou, být připraven na více možností.
 - ❑ Musí umět reagovat rychle a s přehledem i v neznámých situacích, pod tlakem. Musí umět dobře komunikovat a to znamená i naslouchat. Musí umět přesvědčovat.
-

Příprava na obchodní jednání



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Základním stavebním kamenem je **dobrá příprava**, u které by se mělo začínat a věnovat ji dostatečné množství času.
 - Slouží nám jak k úvodnímu telefonátu, tak ji můžeme použít i na právě domlouvanou schůzku. Měla by obsahovat co nejširší množství informací o zákazníkovi.
 - Ještě než zavoláte klientovi a budete si s ním chtít domluvit schůzku, udělejte si jednoduchý přehled informací a zjistěte si veškeré dostupné informace o zákazníkovi.
 - Aby nás při telefonátu nic nezaskočilo, využijeme všech možností pro získání podrobnějších informací o klientovi.
-

- Vhodné je si i zapsat informace o firmě jako takové – jména jednatelů, počet zaměstnanců, sídlo, pobočky, rok založení a v neposlední řadě i činnost, kterou se firma zabývá.
 - Doporučuje se nahlédnout na stránky firmy, kde se občas skrývá mnoho důležitých informací.
 - Již jsme si sehnali číslo na firmu (jednatele)**, kam se chceme dostat a domluvit si zde schůzku. Hlavním cílem našeho telefonátu je domluvení si schůzky a dále případné doplnění neúplných informací, které nemáme k dispozici a nutně je potřebujeme k přípravě na jednání.
 - V telefonátu je důležité přesvědčení se, zda mluvíme se správnou osobou. Raději si proto ověříme, že mluvíme s člověkem, se kterým opravdu chceme mluvit a domluvit si s ním schůzku.
-

Příprava na obchodní jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ Ještě než zvedneme sluchátka, je vhodné si tento hovor správně načasovat. Pokud zavoláte někomu v nevhodnou dobu, může to být také konec vašeho vztahu, vašeho obchodu. A obvykle málokdy dostanete druhou šanci. Načasování je tedy extrémně důležité.
 - ❑ Rozhodně nevolejte brzy ráno, v čase oběda a pozdě večer – všeobecně se doporučuje volat kolem 10 hodiny nebo ve 14 hodin odpoledne. Může se i stát, že poznáte z hlasu nějakého člověka, že zrovna teď není příhodná doba. Přerušete proto konverzaci hned v zárodku. Někdy to udělá druhá strana, ale ve většině případů je to na vás.
 - ❑ V telefonátu jsme zdvořilí, slušní a dobře artikulujeme, aby nám bylo rozumět. Usmíváme se, protože to se také projevuje v našem hlase. Neskáčeme partnerovi do řeči, dáváme mu dostatečné množství času na odpověď a případné vyslovení jeho proseb a požadavků. Neslibujeme, co nemůžeme dodržet.
-

Příprava na obchodní jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ Důležité je se správně představit. Když se představujete, buďte si vědomi toho, kolik je mozek vašeho partnera v rozhovoru schopen přijmout najednou informací.
 - ❑ Je vhodné mluvit pomalu a po představení nechat malou pauzu, aby si partner na druhé straně jméno zapamatoval. Samozřejmě k představení patří i jméno společnosti, kterou zastupujete. Napište si někam i jméno toho, s kým jednáte.
 - ❑ Toto jméno během telefonátu jednou či dvakrát použijte – vzbudíte tím osobnější přístup a volaný si vás bude více vážit.
 - ❑ Povedlo se nám tedy představit a nyní chcete vědět, zda se vám podaří vyvolat zájem o vaše služby a domluvit si schůzku. Proto je nutné objasnit partnerovi, proč že mu to vlastně voláte a co po něm chcete. Rozhodně v telefonátu nesmíme nabízet žádné služby (produkty) – to je základní chyba. Naším záměrem je pouze přesvědčit volaného, aby ses námi sešel, kde teprve můžeme nabízet.
-

Příprava na obchodní jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁRVINĚ

- ❑ Upřesněte si i místo setkání. Může se snadno stát, že firma má více poboček a vy pak po ukončení hovoru nebudete vědět, ve které z nich se máte sejít. Zeptejte se tedy na přesnou adresu místa, kam se za zákazníkem chcete vydat.
 - ❑ Ještě před jednáním si musíme především určit, kde je hranice, za kterou nemůžeme ustoupit, kam svého protihráče již nepustíme. Pak si také určíme, jaký výsledek by byl ideální. Tímto získáváme pro sebe prostor, ve které se můžeme pohybovat a kde se můžeme cítit jistě.
 - ❑ Těžší, ale nezbytné, je umět odhadnout, jaké mantinely a strategii zvolí protihráč.
 - ❑ Měli bychom se připravit i na to, že některá vyjednávání mohou trvat několik hodin nebo se protáhnou do dalších dní. To však nemusí být na škodu, protože již získané informace, které jsme nasbírali během prvního setkání, můžeme využít pro další vyjednávání a lépe se tak na ně připravit
-

Samotné obchodní jednání



- ❑ Z telefonátu, ve kterém jsme si domluvili místo a čas setkání se dostáváme rovnou k samotnému jednání. Vhodné je den předem si připravit veškeré podklady, které chcete klientovi nabídnout a zkontrolovat si materiály, ze kterých chcete čerpat.
 - ❑ Jednání, na které se právě chystáme, by se dalo shrnout do několika hlavních bodů, kterými se následně v dalším průběhu práce budu detailněji zabývat:
 - ✓ Pozdravení, představení, podání ruky a poté vizitky.
 - ✓ Navození přátelské atmosféry – warming up.
 - ✓ Informace o schůzce a proč jsme se vlastně sešli.
 - ✓ Požadavky a přání zákazníka – aktivní naslouchání, upřesnění pojmů.
 - ✓ Nabídka a její konzultace – námítky. Shrnutí schůzky a nastínění dalšího postupu.
-

Samotné obchodní jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ Jelikož hodně záleží na prvním dojmu, základní roli hraje správné a čisté oblečení. Pokud jedete do velké firmy, není od věci mít na sobě společenský oblek.
 - ❑ Pokud však jedete do truhlářství, oblek si brát nemusíte. Samozřejmě toto všechno záleží na produktech, které nabízíte a o jaké klienty se ucházíte. Určitě je ale dobré být vhodně upravený (umytý, ostříhaný, čisté boty, atd.), v neposlední řadě i dobře naladěný.
 - ❑ Příjezd či příchod na schůzku by měl být na čas. Pokud nestíháme, zavoláme klientovi, omluvíme se za zpoždění a uvedeme čas nového příjezdu. Pozor však, může se stát, že zákazník měl na vás vyhraněný nějaký čas a poté má třeba další jednání. Proto na schůzku raději vyjed'te dříve, ať nemáte zpoždění a vyhnete se případným nepříjemnostem.
-

Samotné obchodní jednání

- ❑ **Zahájení jednání**
 - ❑ Začít by se mělo samozřejmě vzájemným pozdravem a podáním ruky.
 - ❑ Vhodné je poté pokračovat úvodní fází tzv. „warming up“. Jedná se o uvolnění atmosféry, protože někteří lidé se zpočátku při jednání s cizí osobou necítí zrovna nejlépe.
 - ❑ Ještě než přijde na řadu formální jednání, je vhodné poděkovat za přijetí a podat klientovi svou vizitku. Podáváme textem k zákazníkovi a vždy přímo do jeho ruky (nepokládáme na stůl).
 - ❑ Klient tak bude mít před očima stále vaše jméno a obvykle vám podá i svou vizitku, kterou si taktéž nechte na stole před sebou.
-

Samotné obchodní jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ Kdokoliv vede schůzku, měl by vždy něco vědět o osobě, které se bude ptát.
 - ❑ Typická informace, kterou je třeba dopředu vědět, zahrnuje to, jak vylovovat jméno dané osoby, její tituly. Jestli je to osoba populární, známá, je možné zjistit některé životopisné údaje bez problémů někde jinde.
 - ❑ Důležité je udělat dojem, že víme něco o produktech, které nabízíme. To ovšem znamená, že jsme neošidili úvodní přípravu. Musíme být připraveni na věci, které klient bude chtít vědět.
 - ❑ Pokud nevíme (nikdo si nepamatuje všechno), je nutné si o tomto napsat poznámku a slíbit klientovi, že mu dodatečné informace v co nejkratší době seženeme.
 - ❑ V této fázi jednání je nutné způsobem kladení otázek získat nejzákladnější přehled nad celou problematikou, zjistit nejpodstatnější fakta, takže způsob kladení otázek je víceřízen, více pod kontrolou.
-

Samotné obchodní jednání



- ❑ U některých zákazníků samozřejmě hned napoprvé neuspějete. Někteří dokonce budou mít vůči čemukoliv námitky. Budou oponovat či protestovat vždy, když nedostanou přesně to, co chtěli, nebo pokud není něco podle jejich představ.
 - ❑ Avšak i s těmito zákazníky se musíme naučit jednat s profesionálním přístupem a efektivně tak vyřešit jejich specifické požadavky. Tady je dobré znát naše možnosti, případně jim nabídnout nějakou alternativu - vše se odvíjí od naší schopnosti argumentace a přesvědčování.
 - ❑ Pokud se setkáme s nějakou kritikou, je rozhodně lepší ji přijmout vstřícně a s vhodnou reakcí, než tápáním či nevraživostí – to vyvolá zbytečnou agresi. Nikdy se nedoporučuje zvyšování hlasu, ignorování či případné poznámky.
 - ❑ Námitky je vždy potřeba přijmout s pochopením.
-

Samotné obchodní jednání

- ❑ **Námítky mohou být:**
 - ✓ **Záludné** – nemají žádný racionální podklad, jde jen o útok.
 - ✓ **Předsudky a mýty** – to jsou námítky s iracionálním podkladem, které je třeba vyvrátit racionálními argumenty.
 - ✓ Námítky záměrně **negativní a zlehčující (útočné)**, je třeba být trpělivý a reagovat pouze na to, co může být chápáno jako racionální kritika.
 - ✓ **Prestižní** – vznikají z pocitů, mohou být oprávněné, ale také nemusí.
 - ✓ **Subjektivní** – vyvěrají z pocitů, mohou být oprávněné, ale také nemusí.
 - ✓ **Objektivní** – jsou založeny na oprávněných připomínkách.
-

Samotné obchodní jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ Závěr jednání (rozhovoru) tvoří přechod k realizaci, proto by mělo napomoci uplatnění dosažených výsledků v každodenním životě.
 - ❑ Nejpozději v tuto chvíli byste měli shrnout výsledky a vztáhnout je k cíli jednání. Obzvláště pokud byla diskuze kontroverzní, vyjmenujte to, na čem se všichni shodli a zeptejte se na otevřené a nejasné body.
 - ❑ Nabídnete tím přítomným ještě jednou možnost upřesnění, vyslovení námitek nebo doplnění.
 - ❑ Potom stanovte další závazné kroky v závislosti na cíli jednání. I jako účastník jednání se výslovně ptejte pokaždé, když máte dojem, že ne všichni zúčastnění přesně vědí, co je vlastně výsledkem rozhovoru.
 - ❑ Rozhovor samozřejmě nekončí vždy zcela přesně určenými kroky, někdy jde o to promyslet si nejprve všechny informace a jednotlivé aspekty.
-

Samotné obchodní jednání

- ❑ Schůzka jako taková má tedy určitou strukturu a pravidla, kterými by se měl držet každý, nejen obchodní zástupce. Lze tedy vytyčit hlavní body, které by na sebe měly plynule navazovat a nemělo by se na žádný bod zapomenout:
 - ✓ Představení a uvedení firmy, kterou zastupujeme.
 - ✓ Úvodní „rozehřátí“ – tzv. warming up.
 - ✓ Vytvoření vztahu s klientem, případně také dohoda o způsobu jednání.
 - ✓ Sumarizace problému a návrh na jeho řešení.
 - ✓ Nastínění faktů, návrh výhod pro partnera, jestliže na návrh přistoupí.
 - ✓ Vyjádření vlastního názoru a následná konfrontace názorů.
 - ✓ Následují námitky a argumenty, důkazy a příklady, návrh řešení.
 - ✓ Nabídka.
 - ✓ Námitky a argumenty nad finální podobou nabídky.
 - ✓ Podpisy, poděkování a rozloučení
-

Základní pravidla obchodních jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ V odborné a manažerské literatuře se často setkáváme s konstatováním, že pro úspěch v zaměstnání je rozhodující z 60 % to, jaké lidi známe, z 30 % jaký dojem dokážeme vzbudit a pouze z 10 % to, jak dobří ve své práci skutečně jsme, co umíme, jaké je naše individuální know-how.
 - ❑ Ať použijeme jakýkoliv typ komunikace a jakýkoliv komunikační prostředek, má-li být komunikace efektivní, musí vždy splňovat základní požadavky, kterými jsou:
 - ✓ Zřetelnost.
 - ✓ Stručnost.
 - ✓ Správnost.
 - ✓ Úplnost.
 - ✓ Zdvořilost.
-

Základní pravidla obchodních jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁRVINĚ

- ✓ Zajímejte se upřímně o lidi.
 - ✓ Usmívejte se.
 - ✓ Pamatujte na to, že vlastní jméno zní člověku jako nejsladší a nejvýznamnější ze všech slov.
 - ✓ Buďte pozornými posluchači, mějte druhé k tomu, aby hovořili o sobě.
 - ✓ Hovořte o tom, co zajímá druhého.
 - ✓ Upřímně vzbud'te ve druhém pocit, že je důležitou osobou.
 - ✓ Buďte pozitivní.
-
- Vyhraďte jen tehdy, když se nepřete.
 - Ukažte, že si vážíte přesvědčení druhých – nikdy nikomu neříkejte, že se mýlí.
 - Mýlíte-li se, uznejte to rychle a ochotně.
 - Začínajte přátelsky
 - Nechte druhého v domnění, že myšlenka je jeho.
 - Upřímně se snažte dívat na věci očima druhého. Mějte ohled na přání a mínění druhého.
-

Základní pravidla obchodních jednání



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁRVINĚ

- ✓ Zajímejte se upřímně o lidi.
 - ✓ Usmívejte se.
 - ✓ Pamatujte na to, že vlastní jméno zní člověku jako nejsladší a nejvýznamnější ze všech slov.
 - ✓ Buďte pozornými posluchači, mějte druhé k tomu, aby hovořili o sobě.
 - ✓ Hovořte o tom, co zajímá druhého.
 - ✓ Upřímně vzbud'te ve druhém pocit, že je důležitou osobou.
 - ✓ Buďte pozitivní.
-
- Vyhraďte jen tehdy, když se nepřete.
 - Ukažte, že si vážíte přesvědčení druhých – nikdy nikomu neříkejte, že se mýlí.
 - Mýlíte-li se, uznejte to rychle a ochotně.
 - Začínajte přátelsky
 - Nechte druhého v domnění, že myšlenka je jeho.
 - Upřímně se snažte dívat na věci očima druhého. Mějte ohled na přání a mínění druhého.
-

Výběr z použité literatury:



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ❑ GULLOVÁ, S., 2013. Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. 3., doplněné a přepr. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978–80-247-4418-6.
 - ❑ MATHÉ, I. a L. ŠPAČEK, 2005. Etiketa. Praha: BB art. ISBN 80-7341-564-X.
 - ❑ NĚMČANSKÝ, M., 2011. Společenský, diplomatický a obchodní protokol. SU OPF Karviná, ISBN 978-80-7248-636-6.
 - ❑ SMEJKAL, V. a H. S. BACHRACHOVÁ, 2011. Velký lexikon společenského chování. 2. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3650-1.
 - ❑ ŠPAČEK, L., 2008. Nová velká kniha etikety. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-1954-5.
 - ❑ MIKULÁŠTÍK, M., 2003. Komunikační dovednosti v praxi. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0650-4.
-



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Děkuji za pozornost
