

PSYCHOLOGIE V OBCHODNÍ ČINNOSTI FIRMY

Ing. Bc. Jan Kuba & Mgr. Marie Součková

O nás

- Ing. Bc. Jan Kuba
 - ▣ Ekonom & psycholog

- Mgr. Marie Součková
 - ▣ Psycholožka & personální konzultantka



Organizace předmětu

□ 3 setkání

■ 21. 2. (tj. dnes)

- Zaměříme se hlavně na strategii a průběh obchodního jednání; specificky na to, jak nám psychologie pomůže.

■ 14. 3.

- Zaměříme se na komunikační dovednosti a psychologické aspekty komunikace.

■ 26. 4. (neděle odpoledne)

- Zaměříme se na další aspekty jednání, image a kulturní specifika, která obchod ovlivňují.

Organizace předmětu

- Průběžné úkoly (2)
- Seminární práce
- Závěrečný zkouškový test

Průběžný úkol I.

- *Strategie prezentace obchodní nabídky*
 - Úkolem je vytvořit vlastní strategii na prodej *konkrétního statku* a jeho prezentace zákazníkovi na *1. obchodním setkání*.
 - Tzn. sami pro sebe vytvoříte *handout*, který bude odpovídat na všechny podstatné aspekty od přípravy až po závěr jednání a navazující kroky po setkání.
 - Svůj focus směřujte na (psychologické) aspekty, kterými si během celého obchodního procesu pomůžete.

Průběžný úkol I.

- Rozsah max. 3 NS
- Odevzdat do 12. 3. včetně
- Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)


- Nejedná se o *seminární práci*, rozepište jen to, co je potřeba rozepsat. Nebojte se psát v bodech, používat schémata. Buďte ekonomičtí 😊
- Důležitá je logická struktura, ucelenost a **funkčnost**

Průběžný úkol II.

- *Námítky a argumentace*
 - Zvolte si co nejkonkrétnější produkt a představte ho stručnou SWOT analýzou.
 - Poté určete 5 hlavních námitek, kterým očekáváte, že v roli obchodníka budete čelit. Vůči těmto 5 základním námítkám **vytvořte prodejní protiargumenty**.
 - Cílem je představit způsob, jakým argument zpracujete tak, aby byla **zachována (či posílena) šance obchod uzavřít**.

Průběžný úkol II.

- Rozsah max 3. NS
 - Odevzdat do 23. 4. včetně
 - Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)

 - Struktura práce:
 - SWOT
 - Argument 1
 - Zpracování (protiargument)
 - Argument 2
 - Zpracování (protiargument)
- 

Seminární práce

- Vyberete si jedno z témat:
 - A) Zkušenost z obchodního jednání
 - **B) Chyba v obchodní praxi, která mě poučila**
- 4 – 6 NS
- Odevzdat do 22. 4. včetně
- Hodnocení přijato / nepřijato (přepracovat)

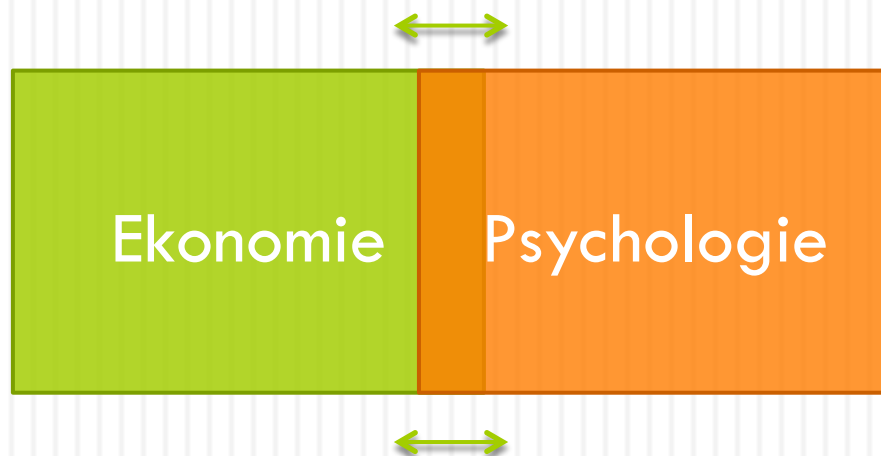
Závěrečná zkouška

- Po splnění všech úkolů (tzn. 3x ano)
- 3 otevřené otázky
- 30 minut času

- Otázky budou vycházet z povinné literatury
- Potřeba na všechny *alespoň nějak* odpovědět

PS v obchodní činnosti firmy

- Propojuje dva světy



- V čem se protínají?

PS v obchodní činnosti firmy

□ Kde všude se v businessu s psychologií potkáme?

□ ...

□ ...

□ ...

□ ...

□ ...

□ ...

□ ...

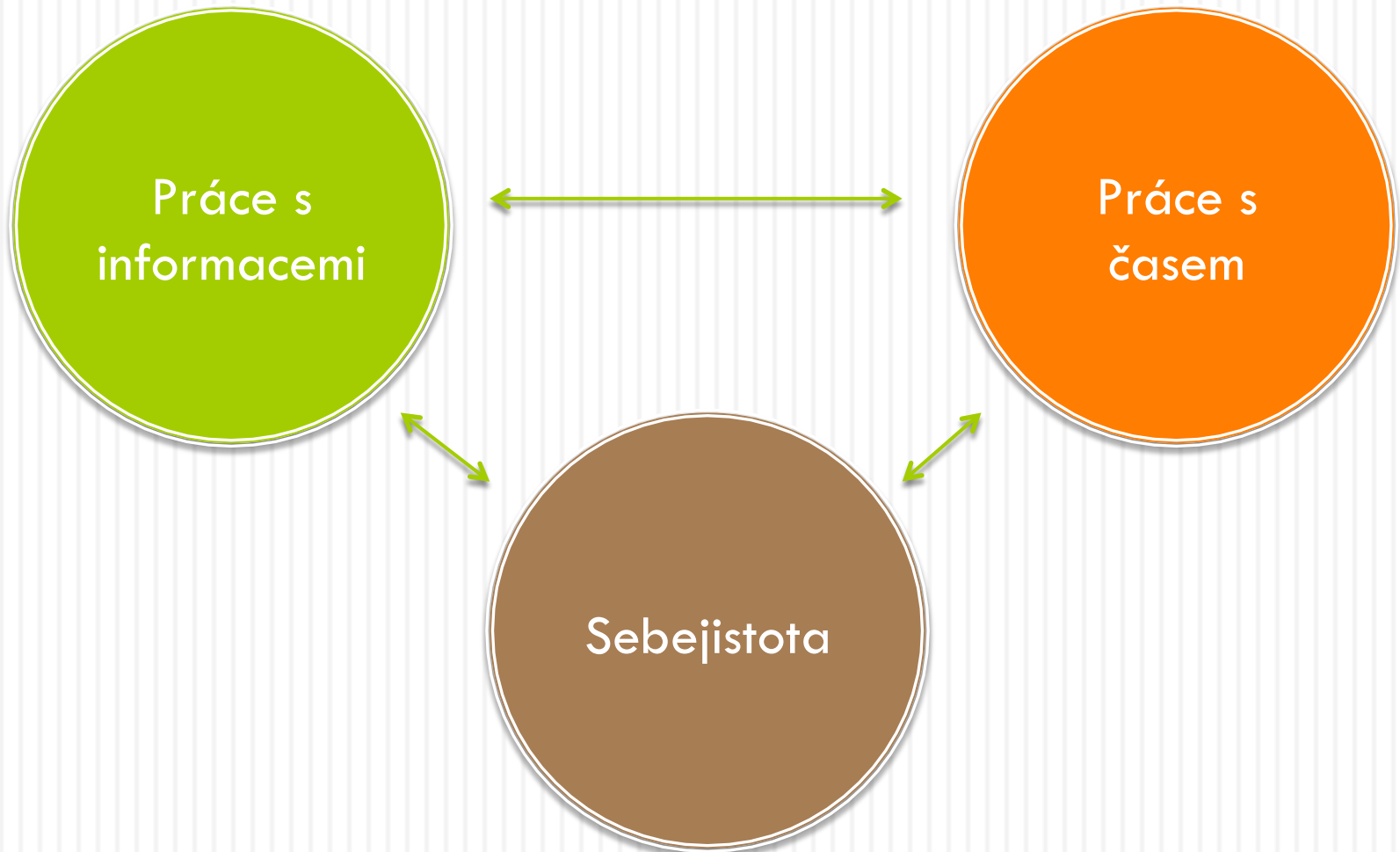
□ ...

PS v obchodní činnosti firmy

- Tím jsme si odpověděli, proč má smysl se tímto propojením zabývat.
- Zároveň z toho plyne, že je dobré (až nutné!), aby byly v obchodní činnosti firmy zastoupeny oba světy. **Nejde to ani bez jednoho!**
- Jaká rizika by z toho plynula?



Obchodní jednání



Obchodní jednání

- Jak by to ideálně mělo probíhat?
- Pravidlo **80 / 20**
- **Strategie**
- **Struktura**
- **Výstup**
- **Akce**

Fáze obchodního jednání

- 1) Příprava na jednání
- 2) Úvodní část jednání (zahájení)
- 3) Prezentace obchodní nabídky
- 4) “Protizahájení” protistrany
- 5) Vyjednávání
- 6) Závěr

Příprava obchodního jednání

- Na co bychom neměli zapomenout?
- Jaké informace ideálně potřebujeme?

- Kde lze v přípravě uplatnit tu “psychologii”
 - Např. můžeme zkusit najít něco, čím si protistranu koupíme; něco, čím zaujmeme a vzbudíme pozornost.
 - Může to nám to také pomoci při vytváření celkové strategie našeho obchodního snažení (tzn. **NEJEN** samotného obchodního jednání).

Úvodní část jednání

- V čem musíme mít my sami před začátkem jasno?
 - ▣ Jaký máme cíl!
 - ▣ ... k němu potom jednání směřovat.

- Na co si dát pozor?
 - ▣ Jazyk
 - ▣ Hierarchie jednajících osob
 - ▣ Čas
 - ▣ ... a nejrůznější “signály”

Naše prezentace a jejich reakce

- Jak by mělo vypadat představení našeho produktu / služby?
- Prezentace je často chápána jako monolog. To je zásadní chyba!
- Co když přijdou protiargumenty?
- ... a co když neprijdou?

Vyjednávání

- Pokud všechny předchozí části klapnou, dostaneme se do fáze vyjednávání
 - Většinou k ní nedojde na první schůzce
 - Pokud k ní dojde, zpravidla to znamená, že **můžeme prodat** (je to jasný nákupní signál)
- Jak takové jednání vypadá?
- Do jakého stavu bychom ho měli dovést?

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

Vyjednávání



Měkké

vs.

Tvrdé

vs.

Principiální

Zakončení jednání

- Jaké jsou krucální kroky v poslední fázi?
 - Jednání musí směřovat k **akci**
 - Rekapitulace
 - Návaznosti
 - “Úkoly” pro všechny strany
 - ... k čemu nám mohou dopomoci?

- Nezapomeňme zanechat dobrý dojem 😊

PS osobního prodeje

- Doted' jsme hovořili hlavně o prodeji “ve velkém”.
- Nyní se přesuneme do prodeje “v malém”.
 - Co to znamená?
 - Jaká to má specifika?

 - V čem je to snažší?
 - V čem je to složitější?

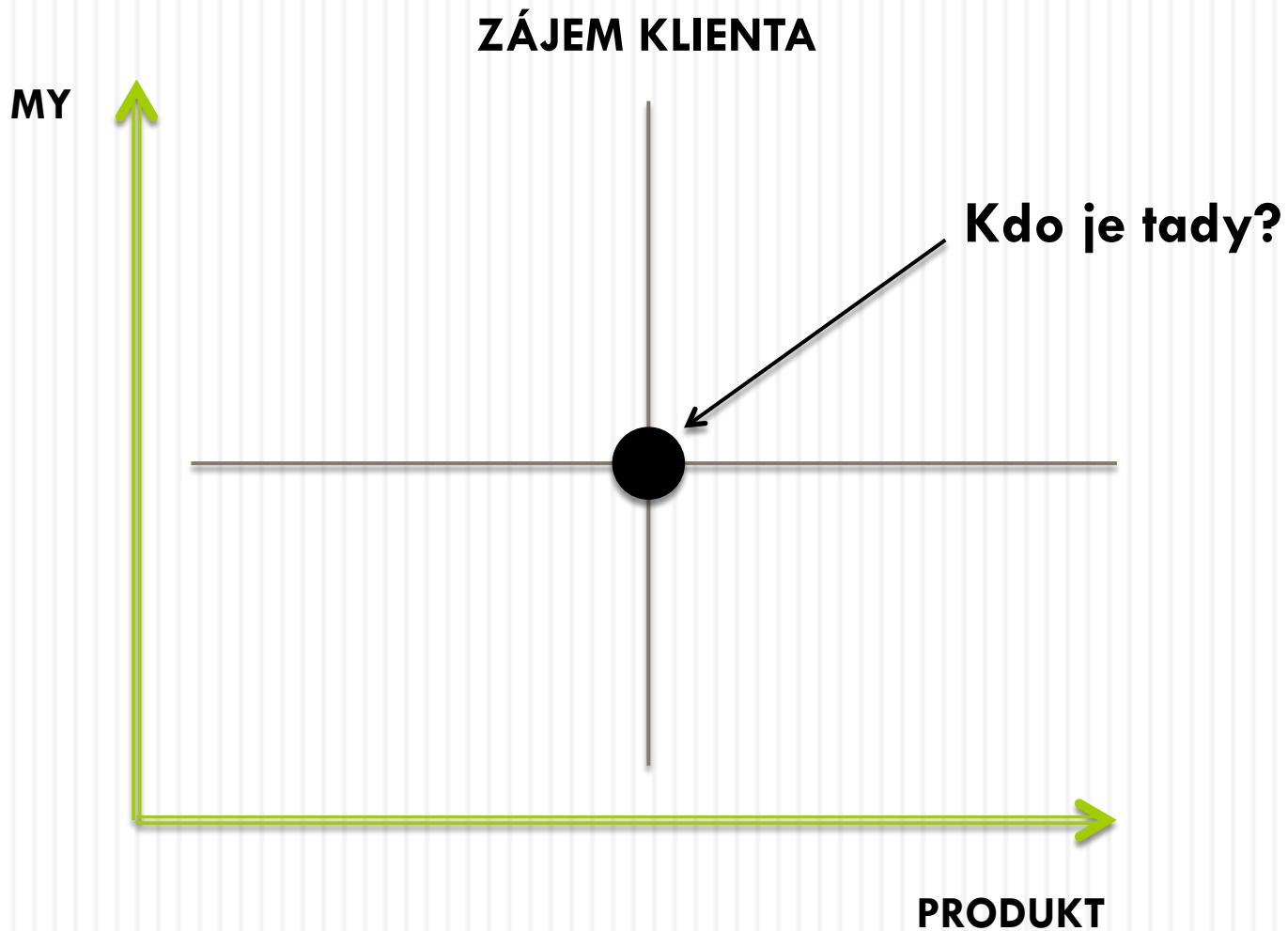
Typologie zákazníků

- Je jich přibližně nekonečně ...
 - ▣ Jaké jsou výhody?
 - ▣ A jaká z typologií obecně plynou rizika?
- Co může být užitečné?
 - ▣ Typologie Blaka & Moutonové

Typologie Blake & Mouton



Typologie Blake & Mouton



Když pomineme typologie

- ... přesto si potřebujeme úsudek vytvořit
- Jaká vodítka budeme hledat a interpretovat?
 - Na jaké projevy chování se zaměříme?
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...

Uzavírání obchodu

- Kdo je to *obchodník*?
- Čím se vyznačuje *dobrý obchodník*?
- Co jsou tedy ty znaky profesionality?
 - ▣ ...
 - ▣ ...
- Obchodník řeší **problém** druhé strany!

Uzavírání obchodu

- Co všechno promlouvá do obchodu?
- PARAMETR
- UŽITEK
- VZTAH

Uzavírání obchodu

