



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



OBCHODNÍ  
AKADEMIE  
PŘEROV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<b>Registrační číslo projektu:</b>	<b>CZ.1.07/1.5.00/34.0498</b>
<b>Název projektu:</b>	<b>OA Přerov – Peníze středním školám</b>
<b>Číslo a název oblasti podpory:</b>	<b>1.5 – Zlepšení podmínek pro vzdělávání na středních školách</b>
<b>Realizace projektu:</b>	<b>02. 07. 2012 – 01. 07. 2014</b>

<b>Autor:</b>	<b>Vladimíra Trnčáková</b>
<b>Období vytváření výukového materiálu:</b>	<b>11/2013</b>
<b>Ročník:</b>	<b>4.</b>
<b>Tematická oblast, předmět (klíčová slova):</b>	<b>Organizační struktura FIF, referent prodeje</b>
<b>Způsob použití výukového materiálu ve výuce:</b>	<b>Individuální samostatná práce v hodinách prostřednictvím ICT</b>

## REFERENT PRODEJE

**7 zaručených tipů** na to, aby Vaše **vystoupení (prezentace) dopadla dobře.**

### Jak vstoupit na scénu?

Všichni víme, že první dojem je důležitý a že si jej utváříme během několik vteřin. Jak tedy vstoupit na scénu a udělat dobrý dojem?

- zkontrolujte si zevnějšek a jděte sebevědomě doprostřed před „své publikum“.
- buďte vidět a hovořte z „čela“, neschovávejte se někde v „křídle“.
- zastavte se před auditoriem, „ukotvěte“ se – stůjte vzpřímeně,
- pohledem se přesvědčte, že všechny účastníky vidíte a oni Vás.
- s úsměvem na rtech navažte oční kontakt s publikem a poté teprve začněte mluvit.
- první slova by měla být tzv. P-O-P = pozdravení, oslovení a představení se.
- začněte něčím, co upoutá pozornost či vzbudí zájem. Řekněte, o čem budete hovořit.

### Jak navázat první kontakt?

Nejlépe vzájemným očním kontaktem. Pohled do očí účastníků je nejsilnější neustálou vazbou, kterou prezentující má.

Pomocí očního kontaktu sledujete zájem publika, v průběhu prezentace udržujete jeho pozornost, vnímáte jeho souhlas či nesouhlas, porozumění řečenému, zjišťujete zájem reagovat.

Váš pohled by neměl být příliš upřený a ani příliš krátký. Pokud s daným účastníkem nehovoříte přímo, tak by oční kontakt neměl být delší než tři vteřiny.

Svůj pohled byste měli rovnoměrně rozdělit mezi všechny účastníky, jinak by někdo mohl mít pocit, že jej opomíjíte nebo naopak, že jste se na něj zaměřili.

Pokud je v sále účastníků více, tak si je rozdělte do několika skupin a pohledem kopírujte písmeno M. Členové jednotlivých skupin budou mít pocit, že se díváte přímo na ně.

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Jak se pohybovat a co dělat s rukama?

Přirozený pohyb a gestikulace k prezentaci patří. Dodávají jí dynamiku, upoutávají pozornost auditoria a především doplňují verbální projev. Gesta dokáží působit na emoce posluchačů a přispějí k zapamatování řečeného. Jakékoliv pohyby však nesmí být příliš rychlé, protože by to rušilo pozornost.

Základem je přirozený vzpřímený postoj na šíři těla, kde ruce máme složeny před sebou (prsty jedné ruky jsou položeny v dlaní druhé) a to přibližně ve výši pasu. K posluchačům stojíme čelem. Případně, především když kladete otázky, můžete být mírně nakloněni dopředu směrem k posluchačům.

Gesta je nutné přizpůsobit velikosti prostoru. Prezentující není socha, a proto se nebojte udělat pár kroků k publiku a zase zpět.

Pozor, neukazujte prstem na konkrétní osobu, neproplétejte prsty, nedávejte ruce v bok či před sebe, pánové případně do kapes, neskládejte je na prsa, nepohrávejte si s tužkou či neopírejte se o flipchart. Vše je řeč Vašeho těla, která vypovídá o tom, co se ve Vás odehrává.

Důležité je rovněž respektovat intimní osobní zónu. Tu máme každý jinak velkou, ale obvykle bývá do cca 60 cm od našeho těla.

Pozitivně je vnímáno otevřené gesto rukou – dlaně jsou otočeny směrem vzhůru a směřují dopředu. Dáváme tím najevo svoji otevřenost a dobré úmysly.

### Jak neuspát publikum?

Představte si, že schopný řečník stojí 45 minut na jednom místě, a i když je jeho hlas dostatečně silný, je ho slyšet, tak účastníci ztrácí pozornost a padají jim víčka.

### Kromě absence pohybu, co toho může být příčinou?

Monotónnost, nedostatečná či žádná práce s hlasem – změny rytmu a síly hlasu.

**Působivé prezentace nedosáhnete bez patřičného hlasového podání, tj. bez správné práce s hlasem a správné výslovnosti/artikulace.**

- **Síla hlasu** - ke zdůraznění toho, co říkáte, můžete zesílit i ztlumit hlas. Dodáte řečenému na dramatičnosti.
- **Výška tónu hlasu** – chcete-li tomu, co říkáte, dodat vážnost, použijte hlubší hlas. A naopak, věci méně důležité můžete říci vyšším hlasem a rychleji.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



OBCHODNÍ  
AKADEMIE  
PŘEROV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- **Tempo a rytmus** musí být proměnlivé a ne monotónní, ne příliš rychlé či pomalé, prostě adekvátní. V případě větší skupiny mluvte raději pomaleji a dostatečně zřetelně.
- **Pauza** – chvilka mlčení či pomlka je skvělým nástrojem řečníka. Pauza, kterou uděláte například za řečnickou otázkou, je velmi dramatická. Dodá danému momentu jistou dávku napětí. Pokud však nepřijde adekvátní odpověď, tak jako řečník ztrácíte body.

### Jak vtáhnout posluchače do hry?

Interakce s publikem patří mezi základní stavební kameny úspěšné prezentace. Je předpokladem zjištění jejich potřeb a zájmů. A jaké jsou možnosti zapojení účastníků?

- zjištění jejich zkušeností,
- ověření postoje k dané problematice,
- využití nápadů, námětů, myšlenek,
- ověření souhlasu s tím, co jsme prezentovali.

### Typy zapojení

- **neverbální prvky** – oční kontakt, mimika, gesta či pohyb těla,
- **verbální interakce** – kladení řečnických otázek, psaní na flipchart či tabuli, využívání textů a obrázků na snímcích či jiných materiálech,
- **interakce s odezvou účastníků** – kladení otevřených či zavřených otázek, skupinové diskuse, brainstorming, cvičení, soutěže, kvízy či testy.

### Jak pracovat s trémou?

Tréma není ničím negativním a pokud byste ji nepociťovali, bylo by to špatně. Přiměřená dávka trémy zvyšuje Váš výkon.

Je to přirozená emoce vyplývající z našich nevědomých či podvědomých vrstev osobnosti. Dále vyplývá z obavy, že neuspějeme. Její intenzita a délka je různá a roste s velikostí auditoria či důležitosti daného momentu.

Možná již sami víte, že je úplně něco jiného jednat s partnerem za stolem, něco jiného je postavit se na poradě oddělení a promluvit, a úplně jiná disciplína je stoupnou si před 25 či dokonce před 100 lidí, nechat se natáčet či mluvit do kamery.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



OBCHODNÍ  
AKADEMIE  
PŘEROV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Trému je nutné držet pod kontrolou.** Pokud nechcete, aby se Vám třásl hlas, klepala kolena, vysychalo Vám v krku, Váš pohled a hlas byl nejistý, tak si svou prezentaci dopředu řádně připravte a to včetně časového harmonogramu, zkontrolujte ji a několikrát zopakujte.

Ujistěte se, že všechny materiály, se kterými budete pracovat, máte řádně připraveny. Můžete si vytisknout i celou prezentaci. Pokud budete mít okno, máte se kam podívat. Podporujte v sobě pozitivní myšlení a náladu, musíte si věřit, že to dokážete.

Jakmile se prezentace rozjede a zapojíte auditorium do dění, tak z Vás tréma spadne. Toto se mi stalo již mnohokrát.

Osobní zkušenost mi říká, že pokud z ničeho nic budete muset prezentovat a nebudete se na tento den **dlouhodobě a systematicky připravovat**, tak to s největší pravděpodobností dopadnete špatně.

Je to stejné, jako byste chtěli bez přípravy uběhnout maraton (42,5 km), ujet na kole 200 km s převýšením 3 000 m či zdolat Mount Everest. Bez řádného tréninku do toho nepůjdete.

Musíte **získat sebedůvěru**. Tu získáte velmi dobrou znalostí dané problematiky a tím, že využijte různých příležitostí vystoupit a něco říct na veřejnosti.

Sebedůvěra a hodiny strávené veřejným vystupováním Vám posléze pomohou překonat trému, stres či nervozitu.

### [Aby vyjednávání nedopadlo špatně](#)

Co je předpokladem a zárukou **dobrých výsledků vyjednávání** a potvrzení Vaší profesionality? Schopnost správně argumentovat a **reagovat na námítky**. Bez této schopnosti se při přesvědčování a získávání druhých lidí neobejdete.

### [Přeměňte námítky v souhlas](#)

Námítky jsou přirozenou **součástí vyjednávání**. Druhá strana tak projevuje svůj nesouhlas. Je důležité rozlišovat, zda-li se jedná o námítky signalizující nezáměr a námítky, které naopak vyjadřují zájem partnera.

Jejich pomocí se chce ujistit, že získá opravdu to, co potřebuje či chce.

Na přeměnu námitek v souhlas je možné se podívat i jako na **strategie vyjednávání**. Její podstata spočívá v dovednosti předložené námítky správně interpretovat a překonávat, druhého přesvědčit a získat.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



OBCHODNÍ  
AKADEMIE  
PŘEROV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Pět základních typů námitek

Existují základní námítky, které reprezentují určitý postoj či směřují k oblastem:

- **lhostejnost, nezájem** – partner nepozná užitek (produktu, služby, dohody), který mu dohoda přinese => **ukážete mu jej**,
- **váhavost** – partner s uzavřením dohody nespěchá => ukažte mu, jak se dohoda vyplatí,
- firmě či organizaci, kterou nabízející **reprezentuje** => **přesvědčte ho o perspektivnosti spolupráce**,
- **osobě** (Vaší či někoho, kdo za Vaši stranu jedná) => **ukážete, že jste ta správná/é kompetentní osoba/y**,
- **ceně** – je příliš vysoká či nízká, v prvním případě kupující nemusí mít dostatek peněz, ve druhém pak může mít obavu z nekvality => **vysvětlíte její opodstatněnost**.

### Klíč pro správnou reakci na námítky spočívá v jejich interpretaci.

- **Výrok:** „Ta dohoda mi nepřinese užitek.“
- **Chápejte jako:** „Dokažte mi, že mi Váš návrh dohody bude prospěšný.“
- **Výrok:** „S podpisem smlouvy není třeba spěchat.“
- **Chápejte jako:** „Vysvětlíte mi, jaké výhody mi přinese, když se rozhodnu ještě dnes a ne později.“
- **Výrok:** „Vaše požadavky jsou příliš vysoké.“
- **Chápejte jako:** „Vysvětlíte mi, jaké výhody mi přinese jejich akceptování.“

### Formulace, které Vám pomohou získat souhlas v případě, že partner s uzavřením dohody váhá

- Souhlasím s Vámi, naše požadavky jsou vysoké. Ale my plánujeme rozšíření výroby, což pro Vás bude znamenat jistotu zakázek na 5 let.
- To mě trochu překvapuje. Podle jakých kritérií posuzujete atraktivitu této zakázky?
- Je to jediný důvod odrazující Vás od uzavření dohody?
- Když Vám nabídnu nějaké řešení, tak se domluvíme?
- Chápu, že je to pro Vás těžké rozhodnutí. Co přesně si ještě musíte rozmyslet?
- Co potřebujete k tomu, abyste si byl stoprocentně jistý?

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Jak bych Vám mohl pomoci? Nechci, abyste udělal rozhodnutí dříve, než budete stoprocentně přesvědčený.

Položením těchto otázek zjistíte, o jak vážnou námitku se jedná. Případně to, že se jedná o výmluvu. Dále partnera donutíte k tomu, aby Vám sdělil skutečné důvody jeho námitek.

**10 důvodů, které mohou zapříčinit nesouhlas partnera**

- Sami nevěříte v úspěch.
- Nervozita, nejistota, váhavost.
- Nedostatečná připravenost.
- Nedefinovaný cíl či ho nemáte stále na mysli.
- Slabé osobní vystupování, chybějící odvaha, nedostatek nadšení, malá zainteresovanost.
- Sami neznáte užitek, který partnerovi dohoda či nabídka přinese.
- Příliš výstřední slova, arogance, nafoukanost či přílišná horlivost.
- Přehlížení, kritizování a nesprávné zvládnutí námitek partnera.
- Neověřujete si či neptáte se na souhlas partnera.
- Pomlouvání konkurence.

**Zdroje:**

---

AUTOR NEUVEDEN. *Co nás ve škole nenaučili a měli, protože je to důležité?* [online]. [cit. 10.11.2013]. Dostupný na WWW: <http://www.eaukcebenefico.cz/uspesna-prezentace/>

AUTOR NEUVEDEN. *Aby vyjednávání nedopadlo špatně* [online]. [cit. 10.11.2013]. Dostupný na WWW: <http://www.eaukcebenefico.cz/aby-vyjednavani-nedopadlo-spatne/>