

Poslovni razgovor

- Je izmenjava mnenj in stališč med dvema udeležencema (prodajalec – kupec, naročnik-dobavitelj, proizvajalec-kupec).
- Glavne sestavine poslovnega razgovora:
 - Priprave
 - Uvod
 - Jedro
 - Zaključek

1. Priprave - načrtovanje

- Na poslovni razgovor se vnaprej pripravimo:
- Določimo cilje razgovora (trenuten uspeh ali dober odnos kot osnova za dolgoročno sodelovanje)
- Analiziramo sogovornika (odnos do sebe, raven znanja, odnos do nas, odnos do teme).
- Opredelimo strategijo za doseganje ciljev (odločimo se, na kakšen način bomo dosegli cilje, kako bomo izpostavili določene vsebine, katere informacije potrebujemo...)

- Najprimernejša strategija je dvosmerna komunikacija, ki temelji na aktivnem poslušanju in ciljnem spraševanju.
- Poznavanje sebe je osnova vsake komunikacije (poznati svoje prednosti, slabosti, svoja znanja in dosežke)
- Vsebinski načrt
- Časobni potek

- Po uvodnem delu opredelimo namen oz. cilje razgovora.
- Razgovor lahko začnemo posredno (ustvarjalni dogovori) ali neposredno (kratki delovni razgovori).
- Napake: vzvišenost, pretirana ustrežljivost, pesimizem, pasivnost, stereotipi).

Začetek razgovora

- Na začetku razgovora je potrebno pregnati napetost
- Sprejem začnemo s ppozdravom in uvodnimi vprašanji, ki se nanašajo na temo poslovnega razgovora in tako vplivamo na vzdušje v razgovoru.
- Pomembno je, da sta udeleženca enakopravna, imata pozitivno in odprto stališče. V odnosu do sogovornika smo: vljudni, se spoštljivo vedemo, upoštevamo stališča in interese sogovornika, iščemo sodelovanje in ne zaostrujemo situacije.

Jedro

- Sogovornika izmenjata informacije o obravnavani zadevi, opozorijo na težave, poudarijo nove priložnosti.
- Sogovornika imata ponavadi vsak svoj cilj, zato drug drugemu dokazujeta neustreznost nasprotnikovega cilja in se prepričujeta da je predlagano stališče boljše.
- Za lažje spremljanje si zapisujemo, sproti povzemamo dogovore.

Zaključevanje razgovora

- Uspešen razgovor je tisti, ki privede do zastavljenih ciljev in skupnih dogovorov.
- Skozi razgovor se trudimo da bi razgovor usmerjali k cilju.
- Razgovor sklenemo s kratkim povzemanjem sklenjenega (zapišemo).
- Dejanska uspešnost se pokaže šele ko so dogovori uresničeni.

Telefonski razgovor

- Oblika besednega komuniciranja med udeležencema, ki sta fizično ločena in izmenjujeta sporočila v obliki zvočnih signalov (vsebina besed, karakteristike glasu – višina, tempo, jakost, spremembe).

Telefonski razgovor

- Prednosti
- Hitrost vzpostavljenega stika
- Priročnost
- Poceni
- Hitra izmenjava informacij
- Bolj neposredno, kot pisno
- Relativna zasebnost
- Slabosti
- Omejenost na besedne in zvočne signale
- Omejena zasebnost
- Nedokumentiranost
- Težje vživljanje
- Prisluškovanje
- Klic ob neprimernem času.

OSNOVNA PRAVILA VEDENJA V POSLOVNEM SVETU

- Pravila vedenja so osnova za dobro komunikacijo, temeljijo na spoštovanju drugih ljudi.
- Poslovnež se mora zavedati sebe ter svoje vloge v poslovnem svetu in se obvladati (primeren način izražanja jeze, razočaranja, presenečenja, izogibanje cinizmu, sarkazmu.)

Osnovna pravila vedenja v komuniciranju

- Smo vljudni
- Smo prijazni
- Sogovorcu namenimo takojšnjo pozornost
- Izrazimo mu dobrodošlico
- Pozorno poslušamo
- Se obvladamo
- Smo pozitivni
- Ne polemiziramo

Osnovna pravila vedenja v poslovnem komunicianju

- Ne poslovno komuniciranje se pripravimo
- Vljudno pozdravimo
- Seznanjanje, predstavljanje
- Olikano vedenje med pogovorom, ne segamo v besedo
- Svoje misli, argumente navajamo jedrnati in razumljivo.

- Poslušamo misli, stališča, argumente drugega
- Sogovornika vikamo, ne kličemo ga po imenu
- Obrekovanje ali norčevanje iz drugih ni primerno
- Izogibamo se prepiru, preveč čustvenemu reagiranju
- Ne obljubljam tistega česar ne moremo izpolniti
- Ko je pogovor končan se vljudno poslovimo.

Pravila neverbalnega komuniciranja

- Nasmeh, veder izgled, nenagubano čelo
- Rokovanje s pokončno roko in trdnim stiskom ob pogledu v oči
- Poljubljanje je lahko del pozdrava
- Izogibanje kretnjam v področju obraza
- Ne uporabljamo kretenj, ki bi jih lahko drugi napačno razumeli
- Upoštevamo sogovornikov osebni prostor.

Vedenje v delovnem okolju

- Pozdrav, nasmeh, besede prosim, hvala, izvolite, dober odnos do dela, delovnih sredstev in odgovornost, primerno vedenje do strank.
- Profesionalnost, znanje, kulturno vedenje.
- V službo ne spadajo kletvice, neprimerne šale, bahanje....
- Vodje: pokazati razumevanje za druge, taktno komuniciranje, pohvala, miren pogovor ob napaki, samoobvladovanje....

ETIKA KOMUNICIRANJA

- Govori resnico
- Ne škoduj drugim
- Z drugimi ravnaj prijazno
- Deluj profesionalno
- Obravnavaj druge kot enakopravne.

KULTURNE RAZLIKE V MEDNARODNIH POSLOVNIH STIKIH

- Kultura je celota norm, vrednot, prepričanj, stališč, ki določa vzorce vedenja oseb, ki so člani določene kulture.
- Pravila komuniciranja z drugimi so del kulture posamezne skupine (učimo se z socializacijo).
- Pri komuniciranju s tujci smo pozorni na tri stvari:
- Verbalno in neverbalno komuniciranje
- Strpnost
- Smisel za čas.