BE SMARTER

BE ADVANCED

KATALOG 2025

PROČ KATALOG?

*Již **20** let tvrdíme, že nejsme „katalogová firma“, že nemáme naše produkty seřazené v regálech či šuplících. Říkáme, že vše děláme na míru potřebám klienta a že katalog tudíž nemá smysl. Nicméně pro mnohé naše klienty katalog smysl má, a proto je tady. Je tu pro orientaci a inspiraci. Je tu jako začátek jednání o konkrétním, a vašim praktickým potřebám odpovídajícím, programu.*
V novém Katalogu 2025 najdete i novinky. Tou nejvýraznější je zařazení programů, které podporují znalost a využití umělé inteligence.
Na spolupráci s Vámi se těší

ALEŠ KABÁTEK A MAREK TŮMA
spoluzakladatelé Smarteru

CO JE SMARTER?

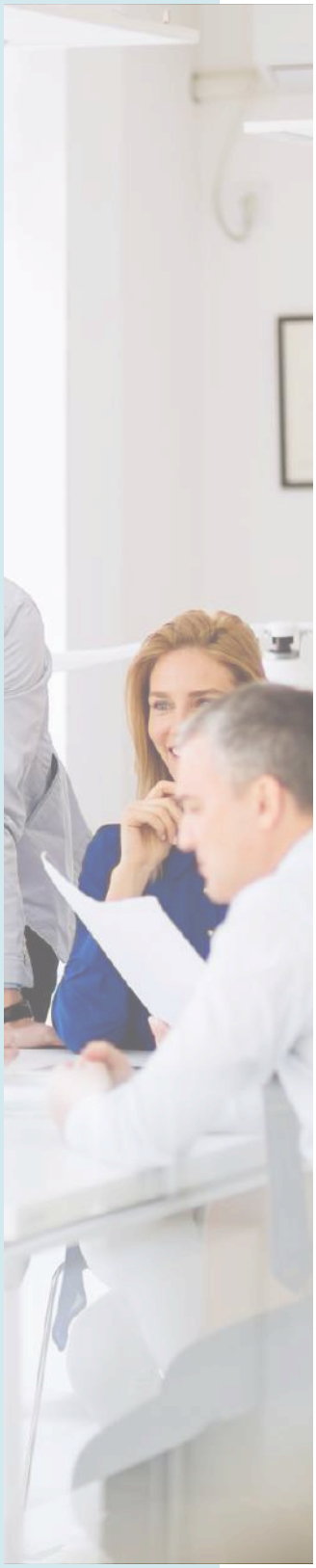
- SMARTER Training & Consulting, s.r.o. je poradenská a vzdělávací společnost.
- Má více než 200 stálých klientů převážně v zemích Visegrádské čtyřky.
- Opírá se o profesionální tým tří desítek lektorů, koučů, poradců a auditorů.
- Od roku 2003 utváří a nepřetržitě obohacuje vlastní know how.
- V rámci mezinárodní spolupráce zastupuje Business Today Simulations Int.
- Má akreditaci MŠMT pro programy komunikace a managementu.
- Je členem národních a mezinárodních odborných organizací a institucí.

PROČ JSME UŽITEČNÍ A „CHYTŘEJŠÍ?"

- Pomáháme vytvořit a v praxi uplatnit firemní vize a kulturu.
- Nastavujeme a optimalizujeme firemní „pravidla hry”, aby lidé věděli „co” a „jak” firma sleduje a chtěli se podílet na jejích hodnotách a cílech.
- Společně s klienty posilujeme kompetence (znalosti a dovednosti) lidí a tím zvyšujeme výkonnost firem, ale i spokojenost, motivovanost, loajalitu a stabilitu zaměstnanců.
- Podporujeme využití moderních trendů, které zvyšují potenciál, vč. umělé inteligence
- Podílíme se na programech Corporate Social Responsibility a sponzorujeme charitativní instituce a projekty, které pomáhají potřebným na celém světě.

V ČEM SE LIŠÍME?

- Neslibujeme nesmysly a na nic si nehrajeme.
- Jsme čitelní, složité věci řešíme jednoduše a prakticky.
- Přesvědčujeme měřitelnými výsledky.
- Analyzujeme potřeby a navrhujeme řešení, za která neseme odpovědnost.
- Dáváme „úkoly“ do praxe, zpětnou vazbu, sledujeme a měříme změny.
- Naše metoda: minimum nezbytné teorie a maximum přenosu do praxe.
- Jsme uživatelsky vstřícní: názornost a gamifikace (videotrénink, simulace, hry...).



JAKÝ MÁME ZÁBĚR?

JEDNORÁZOVÉ VZDĚLÁVACÍ A ROZVOJOVÉ PROGRAMY (ONLINE, OFFLINE A PREZENČNĚ):

- Školení komunikace a prezentace.
- Manažerské tréninky a workshopy.
- Obchodní kurzy, On-the-Job Training.
- Teambuilding („indoor“ i „outdoor“).
- Business simulace (pro vaše ekonomické odvětví).
- Individuální koučování, osobní rozvoj, psychosociální intervence.

PROJEKTY DLOUHODOBÉHO ROZVOJE:

- Talent programy, assessment a development centra.
- Systémy hodnocení (online 360°) a odměňování.
- Firemní průzkumy, mystery shopping / calling / working.
- Psychodiagnostika, osobní / krizové poradenství.
- E-learningové programy a online testy.
- Video manuály, tréninková animovaná videa, edukativní kinoautomat.
- Změny firemní strategie a kultury, transformace, statuty.

CO NAJDETE V KATALOGU?

Vzdělávací a rozvojové programy, které jsou utříděny do tematických okruhů.
Proklikem se dostanete do okruhu, který vás zajímá a kde naleznete konkrétní programy, kurzy a workshopy.

PŘEHLED - CO VÁS ZAJÍMÁ?

klikněte na vybranou oblast

Aktuální programy 2025

1. Umělá inteligence.
2. Mindset change. Diverzita a inkluze. Udržitelnost.

Rozvoj osobnosti a sebepoznání

3. Rozvoj osobnosti, mindfulness, zdravý životní styl, well-being.
4. Sebepoznání, stereotypy myšlení, osobnostní typologie, enneagram, emoční inteligence.
5. Time and stress management, zvládání obav a strachu, work-life balance.
6. Inovace , kreativita, růstové a fixní nastavení, kritické myšlení, myšlenkové mapy.

Komunikace, prezentace a lektorské dovednosti

7. Komunikační dovednosti, osobní, písemná a telefonická komunikace.
8. Online komunikace, sociální sítě a média.
9. Obtížná komunikace, asertivita, zvládání konfliktu.
10. Prezentační dovednosti, příprava a vedení prezentace, rétorika.
11. Lektorské, trenérské, mentorské, koučovací dovednosti, vedení online školení.

Management a leadership

12. Leadership, pozice a role manažera, posilování manažerské autority.
13. Vedení lidí, situační leadership, styly vedení, delegování, rozhodování.
14. Týmová spolupráce, dosahování týmové synergie, team building (in/outdoor).
15. Remote management, multikulturní (online) leadership, vedení virtuálních týmů.
16. Řízení změn (Driving Change) a řešení problémů (Problem Solving).

Obchodní dovednosti a vyjednávání

17. Obchodní dovednosti (základní a pokročilé), obchodní prezentace.
18. Key account management, Territory Management, Cross Selling.
19. Obchodní vyjednávání, poziční vyjednávání, Brain friendly selling.
20. Online obchodní jednání, telemarketing.

HR know-how a firemní kultura

21. Firemní kultura, profesionální image a etiketa.
22. Lidské zdroje, recruitment, onboarding, rozvoj a vzdělávání, outplacement, odměňování.
23. Talent Management, AC / DC.
24. Motivace a stimulace, zpětná vazba a roční hodnocení (vč. 360).
25. Generační a gender charakteristiky, využití specifického potenciálu.

Business simulace, strategie, procesy a projekty

26. Business simulace a hry / tréninky (MBT, BBTD, StartUp, ...).
27. Strategické řízení, vize, mise hlavní úkoly.
28. Finanční řízení pro nefinanční manažery a specialisty.
29. Agilní a klasické (waterfall) vedení projektů, agile kultura.

Aktuální programy 2025

1. AI - umělá inteligence

1.1. AI BEZ TAJEMSTVÍ, ZAČNĚTE S AI SNADNO A SROZUMITELNĚ

Cíle:
Vysvětlit, co AI je, jak nám pomáhá v současnosti a co znamená pro budoucnost. Formou názorných ukázek a cvičení přiblížit, jak AI funguje. Charakterizovat "jazykové modely", které lze využívat a jejich uživatelské odlišnosti. Pomoci správně napsat "prompt" a začít v praxi AI využívat.

Obsah:
- AI - co to je a kde se to vzalo? Definice a ukázky AI. Historie a vývoj AI. Základní kategorie AI
- Koncepty AI. Strojové a hluboké učení a symbolická AI. Co jsou datové sady a modely?
- Krátké vysvětlení konvolučních a rekurentních sítí.
- Jak využívat AI v praxi. Jak definovat požadavky? Chat GPT4, Claude2, Bard – jaké jsou rozdíly
- Aplikace umělé inteligence. Příklady: počítačové vidění, zpracování přirozeného jazyka, doručovací systémy aj.
- Etika v AI Důležité otázky: předsudky, dopady na společnost.
- Trendy a budoucnost AI

1.2. AI EFEKTIVNÍ POMOCNÍK

Cíle:
Vyměnit si názory na AI, možnosti i meze jejího uplatnění v různých segmentech a oblastech činnosti. Inspirovat k praktickému využívání AI a vyzkoušet si, jak nám mohou aplikace s AI pomoci v naší práci. Na vybraném úkolu blízkém praxi každého účastníka se přesvědčit o přednostech AI. Cvičně připravit prezentaci s podporou AI. Naučit se správně zadávat úkol pro AI a dodat jí informace, které rozhodnou o tom, jak efektivně AI pomůže.

Obsah:
- Jaké jsou naše dosavadní zkušenosti s AI, hlasování, diskuse.
- Možnosti a meze AI - výstup z brainstormingu
- Které aplikace s AI, jsou dostupné a prakticky dobře využitelné? Výměna zkušeností.
- V jakých pracovních i soukromých situacích mohu AI využít
- Případové studie:

1. Připravte prezentaci pro Klienta/Manažera
2. Vytvořte podklady do porady
3. Analyzujte data (obchodní, výrobní, marketingová)
4. Vytvořte projektový plán
5. Vytvořte informační video
6. Analyzujte svoji pracovní efektivitu

- Implementační plán
- Zpětná vazba, diskuse účastníků a lektora.
- Závěrečné shrnutí principů práce s podporou AI.

2. Mindset change. Diverzita a inkluze. Udržitelnost

2.1. DIVERZITA A INKLUZE – SOUČÁST FIREMNÍ KULTURY A FAKTOR ÚSPĚCHU A RŮSTU (INTRO WORKSHOP)

Cíle:
Podpořit vnímání a rozvoj hodnot diverzity, rovnosti a inkluze. Pochopit, jak využít rozmanitost ke zvýšení kreativity, výkonnosti a synergie pracovních týmů. Posílit vnímání společnosti zaměstnanci (i veřejností) jako společnosti, která buduje firemní kulturu otevřenou všem.

Obsah:
- Co je to "DEI" – sladění pojmů. Proč má smysl se DEI zabývat?
- Definice a typy diverzity - kde se s diverzitou můžeme setkat?
- Jaké jsou výhody a přínosy řízení diverzity?
- Dynamika ve skupině a mimo ni, výkonnost, pohoda
- (Ne)vědomé předsudky a mikroagrese
- Inkluze – jak vytvářet inkluzivní pracovní prostředí. Možné překážky? Individuální/týmové přístupy.
- Pozitivní komunikace a psychologické bezpečí
- Co je to sebeuvědomění? Proč je sebeuvědomění důležité?

2.2. JAK VYUŽÍT SKRYTÝ POTENCIÁL DIVERZITY?

Cíle:
Vybavit "opinion makery" a HR ve firmách znalostmi, které jim umožní vysvětlovat a obhajovat principy diverzity a inkluze a vést pracovní týmy k toleranci a respektu vůči „jinakosti". Identifikovat strukturu diverzity, její různé typy a s tím související odlišné způsoby myšlení a chování. Odpovědět na otázku, jak využívat rozdílných individuálních a skupinových předpokladů k posílení synergie, inovativnosti a výkonnosti. Metodicky pomoci s inkluzí ve firmách.

Obsah:
- Co je co, když mluvíme o diverzitě, inkluzi, rovnosti?
- Proč často schází tolerance a respekt vůči lidem s odlišnými předpoklady, způsoby myšlení a chování?
- Rozdíly mezi sociodemografickými skupinami (faktor pohlaví, životní etapy, generace)
- Podstata odlišností mezi kulturně geografickými a etnickými skupinami (rasové, religiózní a sociokulturní rozdíly)
- Vztahy mezi sexuálně dominantními a minoritními skupinami (LGBT skupiny a jejich subkultury)
- Diverzity plynoucí z odlišných fyzických a duševních předpokladů, vlastností, rysů chování (psychosociální typy) a schopností.
- Jak využít pozitivních prvků "rozdílnosti", které jsou využitelné při formování týmů, při delegování, v rámci realizace specifických úkolů v projektech, v inovacích, ale i při utváření týmového „milieu" a při vedení lidí.

2.3. MINDSET CHANGE - GROWTH, CRITICAL, CREATIVE, AND AGILE MINDSET. OBJEVTE SVŮJ POTENCIÁL OSOBNÍHO RŮSTU A VÝKONNOSTI

Cíle:
Posílit schopnosti účastníků zvyšovat svůj výkon tím, že se naučí přijímat změny jako nevyhnutelnou cestu k seberealizaci a úspěchu. Trénink pomůže k nastavení mozku na dosahování ambiciózních cílů, ukáže, jak změnit fixní „(fixed)" myšlení za „růstové" („growth mindset") a jak při koncipování plánů a úkolů využít kritické myšlení a kreativitu a při jejich realizaci agilních principů a postupů.

Obsah:
- Ovládají nás automatické negativní a stereotypní myšlenky?
- Identifikujeme své stereotypy, zaběhlé způsoby myšlení a chování?
- Co by udělali Vaši nepřátelé, aby Vás porazili?
- Naše myšlení – výchozí prostor pro uvědomění si nezbytnosti změny.
- "Fixní a růstové myšlení" - jak změnit slabá místa v silná.
- Jak nastavit "kritické myšlení", aby nebrzdilo naší imaginaci a kreativitu?
- Cesty (metody a techniky) k inovativnímu myšlení a rozvoji schopností osobnosti
- Agilní „mindset" – co to znamená a jak jej dosáhnout?
- Osobní rozvoj (vzdělávání) jako životní priorita a stimulátor změny

2.4. UDRŽITELNOST V KAŽDODENNÍM ŽIVOTĚ

Cíle:
Vyjasnit, co v současnosti představuje pojem "udržitelnost". Odpovědět na otázku, jak se udržitelnost dotýká mě samotného a jak já sám mohu udržitelnost ovlivnit. Hledat možnosti a způsoby, jak se chovat a jak rozhodovat v zájmu reprodukce, která nebude na úkor „druhých" a „budoucích". Formou herního experimentu "Udržitelný ostrov" vyzkoušet, jak prakticky zajistit udržitelnost ve všech oblastech (ekologickém, ekonomickém, technologickém, kulturním, ale i sociálně politickém smyslu).

Obsah:
- Co představuje udržitelnost v současné globální společnosti?
- Proč se dnes diskutuje o udržitelnosti v mnoha oborech a odvětvích?
- Jak se mě osobně udržitelnost dotýká? Jak mohu k udržitelnosti přispět já sám?
- Udržitelnost v praxi: seznámení s případovou studií udržitelnosti.
- Herní experiment: „Udržitelný ostrov".
- Vytvořte plán i koncepci „udržitelného ostrova".
- Reagujte na výzvy a neočekávané okolnosti.
- Prezentujte řešení situací.
- Reflexe: Co jsem se naučil, co můžu využít ve svém každodenním životě.
- Implementační plán – osobní vize udržitelnosti.

Rozvoj osobnosti a sebepoznání

3. Rozvoj osobnosti, mindfulness, zdravý životní styl, well-being

3.1. WELL-BEING, PSYCHICKÁ POHODA A POZITIVNÍ MYŠLENÍ V OBTÍŽNÉ DOBĚ

Cíle:
Posílení kvality života novým nastavením životního stylu. To je zvlášť důležité nyní, v období, které je mimořádně náročné v důsledku závažných změn a nových situací, které lidé různým způsobem překonávají a zvládají.

Obsah:

- Uzpůsobit osobnostní nastavení: vyměnit fixní myšlení za růstové myšlení („growth mindset“).
- Posílit pozitivní a kritické myšlení, dosáhnout větší seberealizace cestou inovativního přístupu.
- Přijmout zásady mentální hygieny, umět odbourávat destruktivní a posilovat pozitivní myšlení.
- Cítit se psychicky dobře (well being) a dokázat překonat i obtížné situace.
- Nalézat radost v každodenních činnostech, zlepšit svůj spánek a odpočinek.
- Umět vytvářet a obohacovat vztahy k druhým v zájmu týmové synergie a nalezení role v týmu.
- Zvládat obtížné situace ve svém vědomí a ve vztazích k druhým lidem („coping“).
- Vnímat a hodnotit čas a kvalitu prožívaného a sdíleného, odolávat stereotypu a závislostem.
- Definovat pro sebe zdravý životní styl, osvojit si jeho zásady a dodržovat je.

3.2. MINDFULNESS – CESTA K VYROVNANOSTI, DOSAŽENÍ KLIDU A SPOKOJENOSTI SE SEBOU SAMÝM

Cíle:
Poskytnout účastníkům cestu k potřebnému nadhledu, klidu a schopnosti prožívat „sám sebe“. Osvojení technik mindfulness pomůže k psychické rovnováze, stabilitě, k získání mentální energie nezbytné ke zvládání emočně náročných situací, ale i ke zlepšení rozhodování a k získání osobní spokojenosti.

Obsah:

- Kdy najdeme bezpečí a oporu sami v sobě?
- Jak se obrátit se ke svému vnitřnímu klidu, k pevné osobnosti uvnitř nás?
- Jak získat větší nadhled a odstup od svých pocitů, emocí?
- Jak se otevřít tomu co se děje uvnitř i venku? Co je „všímavé“ procházení těla?
- Jak začleňovat mindfulness do běžného dne a upevňovat užitečné návyky?
- Nácvik techniky meditace.
- Mindfulness a naše prožívání v zátěžových situacích.

3.3. ZDRAVÝ ŽIVOTNÍ STYL NENÍ JEN O STRAVĚ A POHYBU

Cíle:
Nastavit si optimální akční plán pro posílení schopností regenerovat síly a díky tomu zvládat náročné pracovní úkoly a rozvíjet vztahy k osobám v sociálním okolí. Zajistit si rovnováhu pracovních a ostatních životních aktivit, dát do souladu své ambice a schopnosti.

Obsah:

- Co vše je ve hře? Správná výživa, odpočinek, rozložení zátěže, kvalitní spánek, rodinné zázemí…
- Pravidelnost pozitivních aktivit jako balzám pro naše tělo i duši?
- WLB - Work/life balance - jak zajistit rovnováhu práce a soukromého života?
- AAB - Ambition/ability balance - jak nechtít o moc víc, než to, co na co máme?
- Zdravé a současně dobré jídlo neexistuje? Jak nám stres ovlivňuje stravovací návyky?
- Budování dobrých vztahů na základě vstřícnosti a tolerance je rychle návratná investice.
- Antidepresiva nebo pohyb? Jak se přimět k pravidelným relaxačním cvičením?

3.4. JAK NEPROPADNOUT ZÁVISLOSTI A NERISKOVAT DUŠEVNÍ CHOROBU?

Cíle:
Naučit se ve svém životě rozpoznávat situace a události, které mohou vyvolat rozvoj úzkostných a depresivních stavů a nadužívání návykových látek. Získat a prakticky využít doporučení, jak řešit tyto situace u sebe i u druhých v pracovním či soukromém „okolí“.

Obsah:

- Jak vznikají úzkostné a depresivní stavy, co je podmiňuje?
- 7 doporučení, jak zabránit nástupu úzkosti nebo zmírnit její průběh.
- Co nám signalizuje panická ataka? Jak jí předejít nebo jí ubrat na síle?
- Proč se lidé uchylují k nadužívání alkoholu a návykových látek?
- Kdy vyhledat psychologa nebo adiktologa?
- Co nám nejvíce pomůže zvládat úzkost, panické stavy a depresi?
- Jak a kdy využít dechová cvičení, progresivní svalovou relaxaci nebo autogenní trénink?

3.5. JAK UDRŽET PSYCHICKOU ROVNOVÁHU V DOBĚ KRIZE?

Cíle:
Posílit schopnost udržet stres na uzdě i v obtížné době. Poskytnout praktické znalosti a dovednosti těm, na které současná doba silně doléhá a hledají cesty a způsoby, jak omezit její negativní důsledky na osobní život a práci.

Obsah:
- Proč máme obavy a čeho se vlastně bojíme? Co je to stres, kdy nám pomáhá a kdy škodí?
- Jak pracovat se svými emocemi a jak racionálně omezit jejich negativní dopad? Techniky zvládání emocí.
- Jak se nenechat zahltit sdílenými negativními zprávami? Techniky selekce a redukce sdílených informací.
- Jak nám pomohou dobré vztahy? Jak komunikovat, jak se „vypovídat“ a nepřilévat olej do ohně?
- Jak nastavit své chování v zátěžové situaci? Jak překonat krizi a najít světlo na konci tunelu?
- Co nám „střednědobě“ pomůže? Mentální hygiena.
- Jak nám prospívá solidarita a pomoc druhým?
- Co nám pomůže „okamžitě?“ Kompenzační techniky – tipy na rychlé uvolnění a odbourání stresu.

3.6. PODPORA V OBTÍŽNÝCH SITUACÍCH - INDIVIDUÁLNÍ, PŘÍPADNĚ SKUPINOVÁ INTERVENCE

Cíle:
Individuální podpora při překonávání mimořádně obtížných životních situací. Poskytnout „první pomoc,“ a psychosociální stabilizaci jedince, nalézt cesty k pochopení hlubších příčin a k řešení dané situace. V jakých situacích podpora pomáhá? Viz níže “Obsah.”

Obsah:
- Pocit existenčních a jiných obav a ohrožení, strach z aktuální situace, z válečného konfliktu.
- První pomoc při mimořádně náročných životních situacích, např. ztráta zaměstnání, nemoc, rozchod, rozvod, úmrtí.
- Deprese, úzkosti, změny nálad, sociální fóbie, nespavost, stres.
- Obavy o zdraví, nespokojenost se sebou samým, pocit marnosti a vyhoření, ztráta motivace apod.
- Dlouhodobá tenze ve vztahu s kolegou/kolegyní, konflikt s kolegy, napětí v týmu, absence komunikace a kooperace.
- Vážné nedorozumění s nadřízeným, šikana, obtěžování (mobbing/bossing/harassment) a diskriminace ze strany kolegů, nadřízených.

3.7. OBJEVTE SVŮJ POTENCIÁL A VYTVOŘTE OSOBNÍ VIZI, KTERÁ VÁM SEDNE

Cíle:
Pomocí metod sebereflexe odhalit skryté možnosti osobního rozvoje. Hlouběji porozumět vlastním silným stránkám, slabostem, hodnotám a cílům. Poskytnout metody osobního rozvoje a diskutovat, jak je lze aplikovat v praxi pro dosažení profesních a osobních plánů a vizí. Naučit se nastavit realistické cíle pomocí techniky "visual board".

Obsah:
- Moje osobnostní předpoklady, interpretace výsledků osobnostních testů
- Kde mám největší možnosti zvyšovat svůj potenciál a vyniknout?
- Vytváření obrazu své optimální budoucnosti - kreativní tvorba vize osobnosti
- Nastavení osobních cílů a ověření jejich reálnosti, dosažitelnosti.

4. Sebepoznání, stereotypy myšlení,osobnostní typologie, enneagram, emoční inteligence

4.1. SEBEPOZNÁNÍ JAKO ZÁKLADNÍ STAVEBNÍ PRVEK PRO ROZVOJ OSOBNOSTI - JAK POSÍLIT MOTIVACI K VÝKONU?

Cíle:
Poznat sám sebe, svou osobnost v kontextu profesního rozvoje, ověřit si své kariérní kotvy a nastavit si akční plán pro dosažení vyšších výkonů i pracovní pohody. Pochopit příčiny ztráty pracovní motivace, pracovního vyhoření a poskytnout návody, jak preventivními kroky čelit nepříznivým důsledkům.

Obsah:
- Co ukázal profesní dotazník? Kde vnímáte rizika či slabiny?
- Jsou v rovnováze mé ambice a schopnosti?
- Jak posílit rysy osobnosti, které potřebuji, ale nejsou u mě silně zastoupeny?
- Které soft skills nezvládám optimálně a kde už jen „doleštím diamant"?
- Které kariérní kotvy jsou u mě nejvíce zastoupeny?
- Co mi bere chuť a odvahu? Mám kariérní cíle, ale bojím se za nimi jít?
- Jak se dokážu „vyhecovat" sám a jakou podporu by mi měl dát nadřízený společnost?
- Tvorba akčního plánu individuálního rozvoje

4.2. OSOBNOSTNÍ TYPOLOGIE PRO KAŽDODENNÍ PRAXI

Cíle:
Poznat sebe sama v rámci osobnostní typologie SPTI (Smarter Personality Type Indicator) a zjistit, jak využít předpokladů a omezení svého osobnostního profilu v interakci s ostatními. Umět v praxi rozpoznat jednotlivé osobnostní typy a naučit se přizpůsobit svůj komunikační styl podle osobnostního stylu partnera. Osvojení komunikace a kooperace s druhými, které povedou k dosažení společného cíle.

Obsah:
- K čemu jsou osobnostní typologie dobré? Přehled a srovnání. Máte vlastní zkušenost?
- Jak a v čem nám mohou osobnostní typologie pomoci v naší praxi?
- Kdo jste vy? Osobnostní typologie a sebepoznání.
- Kdo jsou ostatní? Jak poznat lidi různých typů a jak s nimi jednat? Vyhodnoťte jejich typ a připravte se na ně.
- Jak jednotlivé typy přesvědčit, získat pro spolupráci, jak jim zadat úkol či prezentovat návrh či obchodní nabídku? Co na koho platí a na co slyší?
- Jak přizpůsobením se osobnostnímu profilu partnera předcházet nedorozuměním? Proč jednotlivé typy odmítají, nesouhlasí, jsou agresivní apod.? Jak na ně reagovat?

4.3. TAJEMSTVÍ ENNEAGRAMU A EMOČNÍ INTELIGENCE, OBJEVTE SVŮJ OSOBNÍ RŮSTOVÝ POTENCIÁL

Cíle:
Poznat, pochopit a prakticky využít Enneagramový systém. Nahlédnout do devíti velmi odlišných způsobů, jak se lidé chovají, myslí a cítí, při využití tisíce let staré osobnostní typologie. Umění budovat přínosné mezilidské vztahy a pomoci těm, pro které je komunikace s lidmi důležitou součástí jejich práce. Umožnit hlubší porozumění svým vlastním motivacím a usnadnit cestu k osobnímu rozvoji a harmonickým mezilidským vztahům.

Obsah:
- Proč to mám s lidmi těžké? (Proč mi vedoucí nerozumí? Proč mají mí podřízení jiný názor? Co si o sobě ten člověk vůbec myslí? Jak si to můžeš dovolit? Proč se ten člověk chová tak divně?)
- Co je to enneagram? Historie enneagramu.
- Vztah enneagramu a emoční inteligence.
- Struktura emoční inteligence - „čtyři oblasti mentálních schopností".
- Triády enneagramu (Instinktivní triáda, Pocitová triáda, Myslící triáda).
- Osobnostní typologie – typ 1–9 (Perfekcionista, Dárce – záchranář, Herec, Romantik, Pozorovatel, Skeptik, Požitkář, Bojovník – ochránce, Smiřovatel).

4.4. PRÁCE S ŽIVOTNÍ ENERGIÍ

Cíle:
Poskytnout znalosti a dovednosti, jak se bránit vyčerpanosti, stresové zátěži a ztrátě energie. Jak správně čelit změnám a udržet si psychickou kondici a nadhled? Jak ve správný čas „dobít baterky", najít svou energii a chuť do práce.

Obsah:
- Proč mozek miluje jistotu a konzistentnost a nenávidí změnu?
- Máme tři mozky? Jak funguje náš plazí, savčí a lidský mozek a jak to souvisí.
- Reakce mozku na změnu – těžká cesta od emocí k racionalitě.
- Změna bolí, když mozek nemá na výběr a nejedná se fér…
- Jaké bývají stresující myšlenky? (Katastrofické scénáře, černobílé vidění, měl bych, musím, závislost na názoru druhých…).

4.5. CESTA K ODVAZE - ODHOĎME OBAVY, KTERÉ NÁS LIMITUJÍ!

Cíle:
Vymanit se z obav a nejistot, které omezují využití našeho inovativního potenciálu. Nebát se, že se zmýlíme nebo uděláme chybu a že ztratíme prestiž, pokud sledujeme správný cíl. Vnímat rizika experimentu, ale nenechat se jimi odradit od zkoušení nových věcí, postupů.

Obsah:

- Proč se bojíme? Co je to strach a jak se jej zbavit?
- Oprávněné a neoprávněné obavy.
- Jak se zbavit zbytečných obav? Jak analyzovat oprávněné obavy?
- Proč a jak vytvořit plán opatření ke snížení rizika neúspěchu?
- Odvaha a odpovědnost, dvě věci, které lze skloubit!
- Jak experimentovat odvážně a současně odpovědně?

4.6. ROZUMÍME SVÝM STREOTYPŮM, NÁVYKŮM A PŘEDSUDKŮM? KLÍČ K LEPŠÍMU POROZUMĚNÍ A VZTAHŮM

Cíle:

Pochopit a vědomě řídit vlastní návyky a stereotypy v myšlení a jednání. Poznat, jak stereotypy a návyky vznikají a jak ovlivňují naše jednání, jak to může omezovat spolupráci s druhými lidmi a výkonnost celého týmu. Naučit se, jak identifikovat a měnit své návykové chování, rozpoznat a překonat stereotypy, které brání v účinné komunikaci a spolupráci. Umět rozpoznat předsudky a racionálně se s nimi vypořádat.

Obsah:

- Co jsou stereotypy a návyky, které nutně potřebujeme k životu a které nám pomáhají?
- Které návyky a stereotypy nám škodí a omezují spolupráci s druhými?
- Jak vznikají (pozitivní i negativní) návyky a stereotypy?
- Jak měnit své návyky a stereotypy, které škodí nám a našim vztahům?
- Co jsou předsudky? Převažují emoce nad racionalitou?
- Jak se vypořádat s emotivními předsudky, které omezují naší kooperaci?

4.7. STRATEGIE OSOBNÍHO RŮSTU, FIXNÍ A RŮSTOVÉ MYŠLENÍ

Cíle:

Odpovědět na otázku, jak způsob myšlení ovlivňuje schopnost využívat osobní potenciál a rozvíjet schopnosti. Ověřit, který typ myšlení (fixní, růstové) je pro nás dominantní a zda je stimulem nebo naopak brzdou rozvoje. Změnit osobní nastavení: oslabit „fix" a posílit „growth". Odpovědět si na otázku, proč si občas/ často myslíme, že se nemůžeme změnit/zlepšit a proč se bojíme dělat chyby? Jaká je pravda o podstatě úspěchu a jak ho dosáhnout? Uvědomit si,, jaký způsob myšlení či nastavení naší mysli se skrývá za našimi životními úspěchy, ale i neúspěchy. Poskytnout praktické návody, jak můžeme "přenastavit" vzorce myšlení a změnit tak náš přístup k úkolům, výzvám a jejich realizaci.

Obsah:

- Co je "fixní" a co "růstové" nastavení mysli? Co je pro vás dominantní?
- Sebereflexe našeho uvažování o životních plánech a úkolech, které jsou před námi (test).
- Jak se zbavit obavy ze selhání, neúspěchu? Jak se nebát chyb a chápat je konstruktivně?
- Jak aktivně hledat příležitosti, jak vyjít z komfortní zóny a rozvíjet vlastní potenciál.
- Desatero cest k růstovému nastavení naší osobnosti.

5. Time and stress management, zvládání obav a strachu, work-life balance

5.1. WORK/LIFE BALANCE JE DOSAŽITELNÝ CÍL? ROVNOVÁHA MEZI PRACOVNÍM A SOUKROMÝM ŽIVOTEM

Cíle:
Získat pocit smysluplnosti pracovního nasazení, harmonizovat aspekty pracovního a osobního života, stanovovat si vlastní priority a cíle na základě svých klíčových hodnot. Zajistit rovnováhu a symbiózu pracovních úkolů a relaxačních aktivit.

Obsah:
- Jaké role „musíme“ bezchybně zvládnout?
- Proč může být work/life balance nový stresor naší doby?
- Kdy vyčerpáme náš energetický kotel?
- Jak budeme optimálně dobíjet energii, prožívat, štěstí a spokojenost?
- Klíčové principy sebemotivace a zvládání změn.
- Jak předejdeme syndromu vyhoření a udržíme si dlouhodobý výkon a osobní spokojenost?

5.2. TIME MANAGEMENT & SELF MANAGEMENT - JAK BÝT PRODUKTIVNĚJŠÍ, SPOKOJENĚJŠÍ A SOUČASNĚ I UŠETŘIT ČAS?

Cíle:
Umožnit účastníkům podat vyšší pracovní výkon a získat současně více spokojenosti s výsledky své práce. Osvojit si zásady organizace práce, plánování, stanovení realistických cílů a způsobu, jak motivovat sebe i druhé a jak efektivně komunikovat a kooperovat s druhými.

Obsah:
- Naši zloději času? Jak zabráníme vyrušování a rozptylování?
- Jak naše osobnost někdy ovlivňuje naši schopnost hospodařit s časem?
- Zabráníme prokrastinaci? Proč obtížně získáváme nové potřebné návyky?
- Co ne/dělat ráno, co během dne a co večer?
- Klasika: „Eisenhowerovo okno“. Princip důležitosti a naléhavosti, určování osobních priorit.
- Kdy a jak budeme plánovat plánování? Zkrátíme a zefektivníme porady?
- Jak získáme čas v osobní, telefonické a e-mailové komunikaci?
- Jak se nezahltit „sdílením“ na sociálních sítích?

5.3. LIFE/SELF MANAGEMENT

Cíle:
Umět definovat své osobní a pracovní aktivity nezbytné ke spokojenému životu. Osvojit si nástroje které zvýší produktivitu a efektivitu našeho myšlení a jednání. Účastníci si vytvoří osobní vizi pomocí vision boardu. Osvojí si nástroje pro budování sebeúcty a vlastní odolnosti nezbytné k překonání obtížných a stresových situací.

Obsah:
- Jak se k sobě mají sebevědomí a sebeúcta - co o sobě vím, čeho si cením?
- Osobní SWOT a Vision board.
- Sféry vlivu - ovlivni, co můžeš ovlivnit a nech plavat, co nemůžeš ovlivnit.
- Jsem reaktivní nebo proaktivní?
- Emoční teploměr - jak poznat stoupající teplotu a nepřehřát se (vlastní práce se stresem).
- Co dělá můj život šťastný - koncept vděčnosti a laskavosti (audit nejen kariérních kotev a zdrojů).

5.4. TIME MANAGEMENT- JAK STÍHAT A NEHROUTIT SE?

Cíle:
Osvojit si základní pravidla a principy řízení svého času, naučit se stanovovat priority a plánovat v různých časových horizontech. Odstranění zlozvyků a bariér, které nám brání ve snižování vlastního časového zatížení. Odstranit tendence k prokrastinaci, naučit se věci efektivně řadit a neodkládat? Vytvořit si akční plán, jak se chovat realisticky, nenalhávat sobě a druhým, že to zvládnu.

Obsah:
- Analýza časových ztrát a překážek efektivního využívání času.
- Mapování vlastního pracovního stylu, hledání příčin prokrastinace.
- Efektivní organizace práce, zásady správného hospodaření s časem.
- Stanovování priorit – naléhavost vs. důležitost.
- Obvyklé chyby v organizaci vlastního času a jejich prevence.
- Jak nebýt ve vleku událostí, ale aktivně je ovlivňovat.
- Jak regenerovat síly a vyhnout se vyhoření.

5.5. STRESS COPING – JAK VŠE ZVLÁDNOUT A NEZBLÁZNIT SE? STRES NEJEN JAKO ZÁTĚŽ, ALE I JAKO STIMULÁTOR?

Cíle:

Smyslem programu je docílit psychickou pohodu a v důsledku toho zlepšit komunikaci a kooperaci s druhými, zvýšit pracovní výkonnost a spokojenost. To vše díky porozumění fyziologické podstatě stresové reakce a osvojení si hlavních zásad prevence distresu. Účastníci si vytvoří strategií pro jeho zvládání a pro využití eustresu k posílení psychické jistoty a výkonu.

Obsah:

- Stres – strašák doby. Všechno je v hlavě – fyziologie stresu.
- Jak poznat a pochopit své emoce a jejich vliv na výkon.
- Jak sestoupit z „myšlenkového kolotoče“?
- Jak změnit automatickou reakci na stresový spouštěč.
- Varovné signály přetížení a vyhoření.
- Optimální strategie pro zvládání stresu, aktivizační využití eustresu.
- Umění relaxovat, techniky meditace a autogenní trénink.

5.6 TIME A STRESS MANAGEMENT, PROKRASTINACE

Cíle:

Naučit se, jak efektivně plánovat svůj čas, účinně stanovovat své osobní a pracovní cíle. Přehledně se orientovat v prioritách, pochopit, co je stres, jak vzniká, co ho způsobuje, naučit se rozeznávat různé projevy stresu a zvládat akutní stresové reakce. Seznámit se s různými druhy relaxačních technik.

Obsah:

- Jak mít čas pod kontrolou? Jak si stanovit priority?
- Stress management. Nástroje pro lepší zvládání pracovní zátěže
- Jak nám Eisenhowerova matice pomůže najít čas?
- 30 způsobů, jak ušetřit čas.
- Delegování – hlavní způsob efektivního využívání času.
- Jak se ubránit „prokrastinaci“? Jak léčit nemoc „odkládání”?
- Biologické rytmy a jejich respektování při plánování svého času.
- Digitalizace a sdílení – pomocník nebo další žrout času?

5.7. PŘEKONÁVÁNÍ STRACHU A VLASTNÍCH LIMITŮ

Cíle:
Ověřit si nakolik nás limituje strach. Naučit se vyhodnocovat reálné důsledky toho, čeho se obáváme. Umět přijmout racionální a adekvátní opatření, naučit se technikám zvládání obav a strachů. Nastavit v sobě „aktivní postoj" ke strachu. Nepodléhat panice a řešit kritickou, stresující či jinou situaci, které se bojíme.

Obsah:
- Co je to strach a jakou roli hraje v našem životě / práci?
- Jak osobně vnímáme strach? Jako něco negativního, nepříjemného a možná i zbytečného?
- Strach má i pozitivní stránku. Strach nás může správně varovat nebo i pozitivně motivovat a posunout blíže k naším cílům.
- Jak poznat, čeho se skutečně obáváme, bojíme? Sebereflexe pomocí testu.
- Cesta od emoce k racionálnímu jednání, které odstraní příčinu obav, strachu.
- Strach jako příležitost k pozitivní změně a k překonávání svých limitů.

6. Inovace, kreativita, růstové a fixní nastavení, kritické myšlení, myšlenkové mapy

6.1. KREATIVITOU PROTI VŠEDNOSTI A STRESU. JAK PROPOJIT PŘEDPOKLADY KREATIVCŮ A ANALYTIKŮ

Cíle:

Ověřit techniky pro zvýšení inovativnosti organickým propojením kreativity a kritického myšlení. Zjistit, jak inovativnost ve vašem týmu funguje a odpovědět si na otázku, co je potřeba „přenastavit“, aby došlo k jejímu posílení.

Obsah:

- Jak může „nebrzděná“ kreativita posunout řešení pracovních problémů.
- Jak posilovat motivaci k tvůrčímu myšlení i možnosti, jak odblokovat přirozenou kreativitu, nestydět se vyslovit i nápady, které v prvním momentu mohou vypadat „bláznivě“.
- Jak se stát odvážnějším při navrhování a prosazování kreativních nápadů?
- Techniky a postupy, které ověřují míru uskutečnitelnosti vygenerovaných řešení, analyzují rizika a pomáhají k tvorbě plánu protiopatření.
- Jak dovést nápad do funkční obhajitelné podoby, aby mohl být prezentován vedení firmy.

6.2. INOVACE = KREATIVITA + KRITICKÉ MYŠLENÍ

Cíle:

Když lidem „teče do bot“ potřebují rychle najít suchou cestu z louže. Modul odpovídá na otázku, zda kreativita a kritické myšlení jsou touto cestou, jak se na ní vydat a jak po ní jít. Názorně a prakticky učí spojovat kreativitu s kritickým myšlením, což znamená bezpečnou cestu k nezbytným inovacím, které reagují na současnost plnou krizových momentů.

Obsah:

- Co je kreativita a jak se stát kreativním? Je kreativita daná geneticky nebo se jí můžeme naučit?
- Techniky rozvoje kreativního myšlení (praktická cvičení).
- Proč spojovat kreativitu s kritickým myšlením?
- Manuál kritického myšlení (skupinová praktika).
- Simulace: „Inovujte dopravní prostředek“.

6.3. INOVACE – SPRÁVNÁ REAKCE NA DOBU!

Cíle:

Upevnit vědomí potřebnosti a nezbytnosti inovací pro dlouhodobou úspěšnost firmy. Porozumět různým úhlům pohledu na inovace. Předat know how, jak vytvářet a podporovat kreativní prostředí, jako „podhoubí“ pro inovace. Podpořit rozvoj tvořivého potenciálu u sebe samého a u členů svého svého týmu.

Obsah:

- Když neděláš změny, tak zemřeš. Když uděláš moc změn, tak zemřeš taky…
- Inovativnost jako produkt pozitivní i negativní motivace.
- V čem může být diverzifikovaný tým výhodnější než homogenní tým?
- Faktory úspěchu „prodání“ inovace: spokojenost se současným stavem a míra obav (ohrožení) z dopadu inovace.
- Zabijáci kreativity? Jak stimulovat k přijetí a prosazování inovací?
- Studie uskutečnitelnosti. Vyplatí se inovovat?
- Techniky generování kreativních řešení (brainstorming, moderační karty, myšlenkové mapy, Ishikawa diagram…).
- Inovace jako projektový úkol? Analýza rizik kreativních nápadů a plán protiopatření.

6.4. KRITICKÉ MYŠLENÍ - KOMPETENCE ÚSPĚŠNÝCH?

Cíle:

Zvýšit schopnost nepodléhat stereotypům a obecně tradovaným „pravdám“. Kriticky analyzovat informace a činit vlastní, nezávislá a fakticky podložená individuální a skupinová rozhodnutí, ale současně připustit jiné závěry, které stavějí na odlišných datech. Prakticky procvičit metody kritického myšlení při navrhování a schvalování inovativních návrhů.

Obsah:

- Proč se nám nedaří vždy uplatnit kritický pohled na dostupné informace? Jak v našem mozku soupeří emocionální a racionální myšlení, kdo častěji vyhrává?
- Jak je obtížné zapojit do analýzy informací a rozhodování naplno neokortex?
- Nežádoucí stereotypy našeho vnímání – kognitivní zkreslení.
- Proč někdy „uvízneme“ ve zdánlivé jistotě? Jak překonat „zablokované“ myšlení?
- Jak poznat a analyzovat problémy, správně je interpretovat, rozpoznat předpoklady, rizika, pravděpodobnosti, hodnoty a navrhnout správné závěry?
- Jak zvyšovat kvalitu našeho rozhodování?

6.5. JAK VYTVÁŘET PLÁNY A KONCEPCE POMOCÍ MYŠLENKOVÝCH MAP?

Cíle:

Pomoci k plnému využití potenciálu členů pracovních týmů a k posílení týmové synergie. Názorně ukázat a prakticky naučit, jak využívat „myšlenkové mapy“ a další metody k podpoře kreativního myšlení jednotlivců a k týmovému sdílení názorů, nápadů a návrhů, jejichž využití může významně zvýšit produktivitu a efektivitu práce a výkonnost celé firmy.

Obsah:

- Co je to nápad/myšlenka. Jak funguje kreativita. Hodnota nápadu v businessu. Nelineární myšlení.
- Specifika běžných porad. Proč nejsou úspěšné a proč nemotivují k přemýšlení?
- Co jsou myšlenkové mapy? Jak fungují? Jaký z nich máme v práci užitek?
- Generování nápadů, hledání řešení, posílení paměti, vizualizace, motivace týmů, týmová synergie atd.
- Zásady a způsoby tvorby (tužka/papír, flip, SW).
- Metoda orientace v myšlenkách. Symbol klobouku jako přístupu. Výhody rolového přístupu.
- Jak s tím pracovat a využívat tento přístup na poradách?
- Jak to dostat do firmy. Závěrečná diskuze a konzultace.

6.6. MYŠLENKOVÉ MAPY – HODNĚ STARÝ „ŠLÁGR“, KTERÝ SE NEOHRÁL

Cíle:

Umět správně využít metodu „mind mapping” při koncipování aktivit, plánování projektů i složitějších úkolů. Naučit se definovat cíl, seřadit činnosti do logických algoritmů, promyslet jednotlivé faktory (čas, peníze, lidi…). Osvojit si metodu myšlenkové mapy nejen jako nástroj individuálního, ale zejména týmového koncipování a konstruování projektů.

Obsah:

- Co je a k čemu slouží metoda „myšlenkové mapy“ a jak ji využít při řešení koncepčních otázek a záměrů.
- Jak myšlenková mapa pomáhá ke kreativitě, systematičnosti, názornosti a zapamatovatelnosti koncepčních projektů?
- Myšlenková mapa jako nástroj posilování synergie týmu a zvyšování zájmu (motivace) a angažovanosti členů týmu.
- Jak postupovat při tvorbě myšlenkové mapy?
- SW podpora vytváření myšlenkových map.

6.7 KREATIVNÍ A KRITICKÉ MYŠLENÍ – PŘEDPOKLAD INOVACE A AKCELERACE

Cíle:
Naučit se metodám a technikám, které podporují kreativní a kritické myšlení. Chápat důležitost spojení kreativity a kritičnosti (zdravé skepse) pro úspěšný inovační proces / projekt.

Obsah:
- Co je kritické a co kreativní myšlení?
- Proč, kdy a jak myslet divergentně a konvergentně?
- Zárukou bezpečné inovace je propojení kreativního a kritického stylu myšlení.
- Deset hlavních zásad kritického myšlení.
- Jak myslet kreativně? Techniky kreativity.

Komunikace, prezentace a lektorské dovednosti

7. Komunikační dovednosti, osobní, písemná a telefonické komunikace

7.1. EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE - JAK DOSAHOVAT SOUHLASU DRUHÝCH?

Cíle:
Osvojit si používání zásad efektivní komunikace v praxi, lépe kontrolovat svůj komunikační projev. Osvojit si aktivní řízení rozhovoru s komunikačním partnerem - zvládnout výstup na „komunikační pyramidu". Naučit se rozeznávat jednotlivé osobnostní typy a volit vůči nim vhodný způsob komunikace. Posílit sebejistotu v komunikaci s lidmi. Osvojit si aktivní řízení rozhovoru s komunikačním partnerem.

Obsah:
- Co je cílem efektivní komunikace – jak získat souhlas druhých pro svůj cíl?
- Co je komunikační pyramida a jak se dostat na vrchol - k souhlasu?
- Základní prostředky neverbální komunikace („řeč těla").
- Jak se ptát? Typy otázek a situační kontext jejich využití.
- Umění aktivně naslouchat.
- Jak při komunikaci zohlednit typ osobnosti komunikačního partnera?
- Zvládání námitek a jiných odmítavých reakcí.

7.2. JAK ÚSPĚŠNĚ PŘESVĚDČIT DRUHÉ?

Cíle:

Naučit se jednat s lidmi efektivně, dosahovat jejich „souhlasu“ a získávat pozitivní odpovědi, používat strukturu přesvědčovacího dialogu a využívat jej v praxi, pracovat s argumenty – racionálními i emocionálními, využívat asertivitu a její techniky při přesvědčování, aktivně reagovat na nepříjemné otázky a námitky.

Obsah:

- Jak získat souhlas druhých? Osvědčené postupy, možnosti a meze jejich využití.
- Jaká je struktura přesvědčovacího dialogu?
- Existují podmínky, které posilují účinnost přesvědčování?
- Znám a řídím se zásadami účinného přesvědčování?
- S jakými argumenty se v komunikaci setkávám a které využívám?
- Reaguji efektivně a asertivně na argumenty protistrany?

7.3. JAK BÝT ÚSPĚŠNÝ V JEDNÁNÍ S ČLOVĚKEM, KTERÝ MI „NESEDÍ”?

Cíle:

Umět se při jednání „nastavit“ s ohledem na „nastavení“ těch, se kterými jednáme. Naučit se jednat i s těmi, kteří nejsou naše „krevní skupina“, ale přesto je potřebujeme: jsou mezi našimi kolegy, šéfy, dodavateli, klienty….

Obsah:

- Proč ten člověk o tom přemýšlí jinak než já? Jak je možné, že se nedokáže rozhodnout?
- Zdá se, že on nechápe, co říkám já jemu, a já nerozumím tomu, co mi říká on.
- Jak rychle pochopím jeho způsob myšlení a rozhodování? Signály, které mě povedou na cestě k vzájemnému pochopení a souhlasu.
- Jak odhalím jeho „krevní skupinu“, aniž by to bylo „krvavé“?
- Jak se podle toho „nastavím“ s cílem si porozumět a získat jeho souhlas?
- Jak s ním budu jednat o úkolu, projektu? Jak budu delegovat?
- Jak mu dám zpětnou vazbu, aby z toho nebyl konflikt?
- Jak jej přiměju k rozhodnutí, které potřebuji? Jak zkrátím jednání a dosáhnu shody / přijetí.

7.4. INTERNÍ A EXTERNÍ KOMUNIKACE

Cíle:
Pochopit, zda a jak se liší potřeby a očekávání interních a externích zákazníků. Umět najít podstatu hovoru a zjistit, co náš „zákazník" skutečně potřebuje (požadavek – potřeba – motiv). Naučit se, jak jednat s ostatními, najít pro ně pochopení, prosadit své zájmy a potřeby a umět odmítnout jejich případné neoprávněné požadavky.

Obsah:
- Kdo je náš interní a externí zákazník? Jak se liší a jaká mají očekávání?
- Jaká je moje role, postavení a autorita vůči nim.
- „Inventura" nastavených komunikačních procesů – realita vs. „ideální" stav.
- Jak se ptát – práce s otevřenými otázkami (zjišťování očekávání, předcházení nedorozuměním).
- Podnět vs. reakce - stereotypní mechanismy naší komunikace.
- Od návrhu řešení požadavku k ověření souhlasu s řešením.
- Jak umět říci NE a přitom si zachovat dobré vztahy.
- Jak být dobrým „zákazníkem" pro ostatní.

7.5 EFEKTIVNÍ ASISTENTKA A JEJÍ KOMUNIKACE S TÝMEM

Cíle:
Zvyšovat profesionalitu práce asistentky. Pomáhat asistentkám jednat taktně, ale zároveň asertivně. Na základě lepší komunikace a organizace práce zvýšit jejich výkon a podporu nadřízenému či oddělení. Zdokonalit vystupování a prezentabilitu asistentky.

Obsah:
- Osobnost asistentky.
- Jak správně a účelně komunikovat?
- Jak být oporou šéfa a týmu a koordinovat jejich aktivity?
- Osobní jednání a zvládání obtížných situací.
- Telefonická a písemná komunikace.
- Prezentabilita asistentky.
- Jak řídit sebe a své šéfy?

8. Online komunikace, sociální sítě a média

8.1. MULTIKANÁLOVÁ KOMUNIKACE

Cíle:
Osvojit si dovednosti, které souvisí s aktivním využíváním nových komunikačních technologií, ať už externích (Google profil, Teams, Zoom, WhatsApp, Facebook, LinkedIn atd.), tak i interních (vnitrofiremních) a jejich propojení se stávajícím typem komunikace (osobní, telefon, e-mail). Posílit schopnost aktivně využívat a propojovat tyto technologie a přizpůsobovat se měnícímu se prostředí a očekáváním komunikačních partnerů (příp. zákazníků).

Obsah:
- Změna komunikačního chování a očekávání – od osobní komunikace face-to-face k hybridní komunikaci.
- Proměna komunikace – osobní, telefonická, e-mailová, sociální sítě a technologie.
- Přes které platformy můžeme s druhými komunikovat?
- Google profily, WhatsApp, Viber, Facebook, Instagram, LinkedIn, Teams, Zoom, Skype, vnitrofiremní nástroje komunikace.
- Možnosti, výhody a vhodné využití jednotlivých platforem a jejich kombinace s tradiční komunikací.
- Profesionální správa osobních profilů - Google, LinkedIn atd.

8.2. ONLINE KOMUNIKACE A KOOPERACE

Cíle:
Naučit se připravit, organizovat a vést online schůzku nebo jednání prostřednictvím online platforem MS TEAMS, ZOOM, Webex atd. s maximální možnou efektivitou. Pochopit rozdíly mezi online a face-to-face komunikací, umět vytvořit kvalitní strukturu a obsah online jednání (porady, meetingu, prezentace), osvojit si nástroje, které současná technologie nabízí tak, aby byly funkční pro potřeby skupiny a prezentovaného tématu.

Obsah:
- Ze zasedačky do online prostředí.
- Hlavní výhody a nevýhody online komunikace.
- Jak vytvořit a pozvat na online session.
- Příprava na online session (podklady, naladění, technická příprava).
- Online etiketa (netiketa).
- Technické možnosti a nástroje pro online schůzku.
- Obtížné situace a jak je zvládnout.

8.3. SOCIÁLNÍ MÉDIA - KDY PRO NÁS BUDOU UŽITEČNOU INTERAKTIVNÍ PLATFORMOU?

Cíle:

Ukázat účastníkům nejen užitečné možnosti nových typů médií, ale i zvýšit jejich schopnost efektivnější komunikace na sociálních sítích, kriticky analyzovat dostupné informace a odhalovat hoaxy. Velká část tréninku bude věnována i zásadám bezpečnosti při využívání sociálních sítí.

Obsah:

- Kam sociální sítě míří? Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin…
- Jaké jsou další sociální sítě, zásadní rozdíly mezi nimi?
- Co na sociálních sítích dělat a nedělat? Jak se nezahltit sdílením všeho?
- Jak komunikovat, řešit stížnosti, krizové situace, trolly?
- Právní aspekty používání sociálních sítí?
- Čeho se vyvarovat a proč můžete kdykoliv přijít o účet?
- Kde získávat texty, fotky a videa?
- Nástroje pro správu a monitorování sociálních sítí.

8.4. DIGITÁLNÍ NETWORKING - MOŽNOSTI A MEZE EFEKTIVNÍHO VYUŽITÍ

Cíle:

Získání a praktické procvičení metod, jak systematicky řídit a rozšiřovat své klientské portfolio prostřednictvím efektivního vytěžování veškerých příležitostí, a to včetně využívání konkrétních internetových aplikací. Naučit se vnímat networking a digitální aplikace jako přirozené a užitečné nástroje, porozumět základním principům a zákonitostem úspěšného networkingu.

Obsah:

- Základní specifika moderního digitálního networkingu.
- Jaké jsou mé osobní předpoklady a limity pro efektivní networking.
- Jaké mám vhodné příležitosti pro networking.
- Jak využívat konkrétní nástroje pro (digitální) networking.
- Jak si připravit účinnou taktiku pro oslovení nového klienta nebo prohloubení vztahu se stávajícím klientem prostřednictvím nástrojů (digitálního) networkingu.
- Jak oslovit a zaujmout nového klienta hned při prvním kontaktu - digitální AIDA.
- Jak si vytvořit prostor pro další jednání.

8.5. KRIZOVÁ KOMUNIKACE V MÉDIÍCH

Cíle:
Odpovědět na otázku, jaká je pro vás správná komunikační strategie v krizové situaci, o kterou se zajímají média. Naučit se správně reagovat na otázky médií, vědět, jak mohou vaše slova účinně uklidnit situaci. Formou simulace obtížných situací, které jsou mediálně sledovány, se naučit nalézat „bezpečná“ řešení. Získat jistotu při komunikaci s médii, nebát se zneužití svých slov.

Obsah:

- Jak se připravit na profesionální vystupování v médiích, jak se nenechat zaskočit.
- Jak správně formulovat odpovědi na otázky novinářů.
- Zacílení a struktura tiskové zprávy, jak psát sdělení stručně, jasně a uživatelsky vstřícně.
- Jak získat jistotu při tiskových konferencích a vystoupení v médiích.

9. Obtížná komunikace, asertivita zvládání konfliktu

9.1. ASERTIVNÍ SEBEPREZENTACE A „PRODEJ” SEBE SAMA

Cíle:
Naučit účastníky prakticky využít asertivní komunikaci v reálných situacích, kdy je nutné prosadit či obhájit svůj názor a zároveň udržet profesní vztah. Osvojení technik sebeprosazení a sebeprezentace na základě tréninku zvládání (individuálně vydefinovaných) obtížných situací z práce a osobního života.

Obsah:

- Sebepoznání (našich komunikačních zlozvyků i silných stránek).
- Techniky, jak odmítnout požadavek druhých či vyslovit nepopulární názor.
- Techniky pro odhalení manipulace a pro obranu proti manipulativnímu jednání.
- Zásady pro poskytnutí kritiky (negativní zpětné vazby) tak, abychom zachovali vztah.
- Návody pro reakce na invektivy, oprávněnou a neoprávněnou kritiku.
- Techniky pro snadnější získání souhlasu a přesvědčení druhých.
- Techniky sebeprezentace s ohledem na potřeby a inklinace druhé strany.

9.2. MODERACE KONFLIKTNÍCH SITUACÍ. OD SOUPEŘENÍ KE SPOLUPRÁCI?

Cíle:

Osvojit si a využít postupy pro předcházení konfliktu. Naučit se konflikt překonávat, moderovat jednání jednotlivců a skupin, které se ocitnou v konfliktní situaci. Umět rozpoznat manipulaci a nekalé praktiky v komunikaci.

Obsah:

- Co je to konflikt?
- Typy konfliktů, konflikt jako katarze psychosociálního prostoru. Fáze konfliktu a nejčastější příčiny jeho eskalace.
- Možnost ovlivnění vývoje konfliktu, strategie a techniky jeho překonání.
- Asertivita jako prevence konfliktních situací a cesta k jejich zvládání.
- Mediátor a jeho role v konfliktu.
- Postup oddělení emocí od řešení konfliktu.
- Hledání východisek a nalezení shody.

9.3. ASERTIVNÍ JEDNÁNÍ S OBTÍŽNÝMI JEDINCI

Cíle:

Prohloubit znalostí asertivních technik. Získat schopnost obstát v obtížných situacích, např. když druhá strana užívá manipulativní techniky, včetně vyhrožování a emočního vydírání. Zvládat krizové situace, při nichž hrozí ztráty jak v sociální (vztahové), tak v materiální podobě.

Obsah:

- Jak jednat s manipulativním, iracionálním, destruktivním nebo nekompetentním partnerem.
- Jak rychle rozpoznat využívání manipulativních technik ze strany druhých?
- Hlavní zásady jednání v krizových situacích.
- Nekonfliktní, ale účinná obrana proti manipulativním postupům.
- Asertivita jako účinný nástroj?
- Jak jednat s partnerem, který má zdánlivě všechny trumfy na své straně, s autoritativním nadřízeným apod.?

9.4. ASERTIVNÍ KOMUNIKACE – JAK SE PROSADIT A NENECHAT SE MANIPULOVAT?

Cíle:

Využívat asertivitu v reálných situacích, umět prosazovat své názory a návrhy a zároveň respektovat práva druhých na vlastní názor/návrh. Osvojit si techniky asertivní komunikace a na příkladech z vlastní praxe si odzkoušet asertivní reakce. Získat zkušenost ze zvládání cvičných negativních reakcí komunikačních partnerů. Umět hledat cestu ke konsensu, který bude výhodný pro obě jednající strany.

Obsah:

- Asertivita jako bezpečný způsob, jak odmítnout požadavek druhých či vyslovit nepopulární názor.
- Techniky pro snadnější získání souhlasu a přesvědčení druhých.
- Jak odhalit manipulaci a bránit se manipulativnímu jednání.
- Zásady pro poskytnutí kritiky (negativní zpětné vazby) tak, abychom zachovali vztah.
- „Manuál" reakce na invektivy, oprávněnou a neoprávněnou kritiku.
- Postupy usnadňující získání souhlasu a přesvědčení druhých.
- Sebepoznání (našich komunikačních zlozvyků i silných stránek).

9.5. OBTÍŽNÉ KOMUNIKAČNÍ SITUACE

Cíle:

Umět si poradit při složitých pracovních i osobních jednáních nebo při jednáních s obtížnými komunikačními partnery. Osvojit si účinné nástroje prevence a řešení patových či konfliktních situací. Zvládat krizové situace s rozmyslem a cílem se s partnerem dohodnout.

Obsah:

- Příčiny vzniku obtížných / konfliktních situací.
- Jak účinně předcházet problémům v komunikaci?
- Jak zvládat emoce a reagovat na emoce druhé strany? Proč často přiléváme olej do ohně?
- Praktická asertivita - jak správně reagovat v obtížné situaci (námitka, agrese, urážka, kritika….).
- Jak získat souhlas/jak docílit přesvědčivosti?
- Jak vyjádřit nesouhlas s názorem druhých lidí?

9.6. POZOR MANIPULACE!

Cíle:

Umět rozpoznat manipulativní chování v komunikaci a poskytnout základní „výbavu“ k účinné obraně. Naučit se nejen reagovat na manipulaci a účinně se jí bránit, ale také porozumět, co se skrývá za manipulativními sklony manipulátorů. Vyzkoušet si asertivní reakce, např. když na nás někdo útočí, tlačí nás do kouta, vyvolává pocity viny či strachu.

Obsah:

- Co je manipulace?
- Jak rozpoznat manipulaci? Jak vypadají sugestivní a manipulativní vyjádření, co v sobě skrývají, na co útočí a jak ovlivňují naše reakce?
- Jde skutečně o manipulaci? Manipulace vědomá vs. nevědomá.
- Sebepoznání aneb proč jsou některé manipulace vůči nám účinné a jiné nás nechávají „v klidu“?
- Jak se manipulaci bránit?
- Je manipulace i Vaším prostředkem? Motivujete nebo manipulujete?

9.7. JAK PROJÍT KONFLIKTEM A UCHOVAT SI DOBRÉ VZTAHY

Cíle:

Pochopit základní zákonitosti vzniku obtížných komunikačních situaci, zejména při vedení lidí, posílit schopnosti rozeznávání manipulace a nekalých praktik v komunikaci. Optimálně využít nástroje, metody a tipy pro předcházení konfliktu a natrénovat postupy k eliminování emocí a řešení konfliktu jak v roli účastníka konfliktu, tak i v roli manažera - mediátora.

Obsah:

- Co je to konflikt? Typy konfliktů, konflikt jako katarze psychosociálního prostoru.
- Fáze konfliktu a nejčastější příčiny jeho eskalace.
- Možnost ovlivnění vývoje konfliktu, strategie a techniky jeho překonání.
- Asertivita jako prevence konfliktních situací a cesta k jejich zvládání.
- Mediátor a jeho role v konfliktu .
- Zásady oddělení emocí od řešení konfliktu.

9.8. EFEKTIVNÍ ÚČETNÍ / DAŇOVÝ PORADCE - ASERTIVNÍ KOMUNIKACE S KLIENTY

Cíle:

Zvýšit profesionalitu práce účetních a daňových poradců. Posílit jejich sebevědomí a schopnost sebeprosazení (sebeprezentace). Naučit asertivnímu a „uživatelsky vstřícnému" způsobu komunikace. Lépe zvládat obtížné a konfliktní situace.

Obsah:

- Vaše pozice a role ve firmě / ve vztahu ke klientům.
- Jaká je Vaše autorita a jak ji posílit? Brainstorming.
- Asertivita nejen jako nástroj zvládání obtížných komunikačních situací (rolová hra).
- Jaký je Váš osobnostní typ a co z toho plyne pro jednání s druhými lidmi, klienty?
- Komunikujte s klienty efektivně, konstruktivně a pozitivně (komunikační pyramida).
- Jak vysvětlovat finanční otázky lidem, kteří nejsou z oboru?
- Jak zvládnout nesouhlas, překonat neporozumění klienta?
- Emoce - nezbytný průvodce mezilidské komunikace – jak s nimi pracovat?

9.9. ÚČINNÁ ARGUMENTACE. JAK PŘEJÍT OD PŘESVĚDČOVÁNÍ K VYJEDNÁVÁNÍ?

Cíle:

Formou praktických cvičení nalézt účinné nástroje pro rychlé dosahování dohody při plnění pracovních úkolů. Naučit se zvládat obtížné komunikační situace, nesouhlas, námitky, invektivy, v komunikaci druhé „netlačit", ale „táhnout". (Don't push, pull!). Osvojit si zásady „mírového vyjednávání", které je nutné při nalezení dohod napříč společností.

Obsah:

- Jaký je rozdíl mezi jednáním a vyjednáváním?
- Co získáme, když nepodceníme přípravu na jednání? Které argumenty zaberou a které jsou zbytečné?
- Komunikační pyramida jako cesta k souhlasu – jak na ní úspěšně vystoupit?
- Proč je mezi námi více vypravěčů a méně posluchačů? Co mohu získat nasloucháním?
- Může být nesouhlas, námitka nebo invektiva cestou k dohodě?
- Jak „odčerpáme" emoce z jednání a racionálně dosáhneme shody, řešení?
- Informace jako základ pro argumentaci a přesvědčování.
- Vyjednávání a přesvědčování - strategie a techniky vyjednávání.
- Obranné techniky a patové situace.
- Nácvik modelových vyjednávacích situací .

9.10. VYJEDNÁVÁNÍ - CESTA K OBOUSTRANNĚ ÚSPĚŠNÉ SPOLUPRÁCI

Cíle:
Posílit kompetence v oblasti vyjednávání. Naučit se analyzovat potřeby a zájmy protistrany, formulovat vlastní zájmy a alternativní možnosti výsledků vyjednávání. Umět pracovat s užitky, osvojit si různé techniky dosahování stanovených cílů a úspěšně uzavírat jednání/vyjednávání.

Obsah:
- Příprava na jednání, nastavení cíle jednání.
- Jak hledat užitky jednání a pracovat s nimi?
- Jak analyzovat zájem protistrany – o co komu jde?
- Analýza limitních pozic.
- Formulace BATNA – Best Alternative To Negotiated Agreement.
- Jak zvolit tu správnou taktiku? Co vše při zvažování hraje roli?
- Základní techniky vyjednávání.
- Vyjednávání o podmínkách spolupráce, jak přeformátovat očekávání protistrany.
- Techniky uzavření dohody.

10. Prezentační dovednosti, příprava a vedení prezentace, rétorika

10.1. VAŠE ÚSPĚŠNÁ PREZENTACE

Cíle:
Osvojit si postup a základní pravidla přípravy prezentace. Naučit se stavět prezentaci metodou myšlenkové mapy, dobře jí zacílit a vytvořit na základě „kritéria cíle" nosnou strukturu prezentace. Vědět, jak připravit materiály a snímky, které účastníky prezentace i samotného prezentujícího dobře „povedou". Vědět, jak zapojit účastníky, jak je vtáhnout do hry a jak případně zvládnout nepříjemné situace, námitky, invektivy. Získat znalosti, jak si ověřit úspěšnost prezentace.

Obsah:
- Osobnost prezentujícího - image, tréma, nervozita a jak to zvládnout?
- Jak připravit logický a zapamatovatelný obsah prezentace?
- Jak získat autoritu a důvěryhodnost? Jak vstoupit na scénu a využít „řeč těla"?
- Možnosti, jak být v interakci s účastníky, co vše zapojuje a aktivizuje?
- Jak prezentovat online? Na co si dát pozor?
- Jak řešit obtížné situace a účastníky?
- Jak mít z prezentace dobrý pocit a ověřit spokojenost/souhlas účastníků?

10.2. PŘÍPRAVA DOBŘE ZAPAMATOVATELNÉ PREZENTACE

Cíle:

Naučit se připravit prezentaci po technické, obsahové a formální stránce tak, aby zaujala a aby účastníci přijali prezentované myšlenky, názory, návrhy. Umět využít audiovizuální prostředky prezentace, připravit názorné snímky, materiály, modely, vzorky apod. Osvojit si správné reakce na obtížné účastníky a situace.

Obsah:

- Jak udělat dobrý první dojem?
- Postoj a pohyb, gestikulace, mimika, práce s hlasem.
- Jak připravit stručný, věcný a dobře zapamatovatelný obsah prezentace? Stručná, věcná a srozumitelná vyjádření. Ověřování porozumění a souhlasu.
- AV podpora - zásady tvorby a prezentace snímků, práce s flipchartem, Smart Boardem apod.
- Jak se připravit na obtížné situace: selhání techniky, otázky a námitky účastníků…

10.3. JAK PREZENTOVAT SVÝM ŠÉFŮM? ZÁSADY PRAGMATICKÉ PREZENTACE

Cíle:

Naučit se pomocí prezentace získávat souhlas nadřízených. Pochopit, jak vnímají prezentaci vrcholní manažeři, jak pragmaticky posuzují, co je a co není pro ně významné a co chtějí či nechtějí poslouchat. Umět „transformovat" odbornou prezentaci pro odborníky-specialisty, do podoby přijatelné pro manažery-rozhodovatele. Vědět a prakticky využít know how, které vede k prezentacím stručným a jasným, ukazujícím užitky a benefity. Umět při krátké prezentaci říci vše podstatné, ověřovat porozumění a získat na závěr finální souhlas.

Obsah:

- Co zajímá nadřízené? Pragmatický způsob vnímání prezentace.
- Co je podstatné a co ukázat v první řadě? Proč a jak zdůraznit „užitky" návrhu?
- Jak být názorný a složité věci interpretovat jednoduše? Jak nezatěžovat odborným slangem a věcmi, kterým rozumí jen specialisté?
- Jak poznat, co je pro „šéfy" priorita a co by měl prezentovaný návrh / projekt přinést?
- Jak se nenechat manipulovat a jak eliminovat reakci „nechte nám to tady a jděte".
- Víte s čím odcházíte? Jak ověřit přijetí / odmítnutí návrhu, projektu.

10.4. STORYTELLING A JEHO VYUŽITÍ PŘI PREZENTACI

Cíle:
Využít metodu „Storytelling" při přípravě a vedení prezentací. Objevovat a podporovat vypravěčské schopnosti a pomocí správně volených a podaných příběhů zaujmout a přesvědčit auditorium. Pomoci účastníkům plně vnímat obsah prezentace a dobře si jej zapamatovat.

Obsah:

- Co to je Storytelling? Klíčové pojmy (příběh, vyprávění, vypravěč, Storytelling) a jak vystavět příběh?
- Aplikace Storytellingu do prezentace – logika generalizuje, ale příběhy konkretizují - jak zapojit oba směry (racionalitu, logiku na jedné straně, emoce a příběh na straně druhé).
- Jak uvažovat o prezentaci se zapojením příběhu při přípravě?
- Interakce a zapamatovatelnost pomocí Storytellingu Jak na to? Jak poznat který příběh bude fungovat?
- Desatero- Jak použít Storytelling při prezentování.

10.5. RÉTORIKA PRO FACILITÁTORY A MODERÁTORY

Cíle:
Osvojit si základní schopnosti pro cílevědomou moderaci a facilitaci porad a workshopů. Umět moderovat a facilitovat diskusi tak, aby šla přímo k cíli, dosáhla řešení problémů a „nemeandrovala". Naučit se správně reagovat na „obtížné" účastníky. Vyzkoušet si roli facilitátora při řešení praktických úloh ve skupině a poskytnout zpětnou vazbu pro vytvoření akčního plánu rozvoje facilitačních a rétorických schopností.

Obsah:

- Role moderátora a facilitátora? Co je mu povoleno a co zakázáno?
- Jak mluvit, tak, aby si to ostatní zapamatovali?
- Neverbální prvky rétoriky: hlasitost, tempo, výška tónu, intonace, řečnické pauzy…
- Verbální prvky rétoriky: jak se vyjadřovat jednoduše, srozumitelně a akceptovatelně pro druhé?
- Jak řídit diskusi facilitačními nástroji? (Otázky, naslouchání, rekapitulace, zápis…).
- Dokážeme uřídit diskusi? – cvičení a zpětná vazba + vytvoření akčních plánů.

10.6. RÉTORIKA PRO KAŽDÝ DEN

Cíle:

Kurz rétoriky je připraven nikoliv pro profesionální vystupování na uměleckých scénách a v médiích, ale je určen pro běžnou praxi lidí, kteří často nebo občas veřejně vystupují. Cílem je proto kultivovat ústní projev, získat sebejistotu v obtížných řečnických situacích, precizně, jednoduše a srozumitelně formulovat a prezentovat myšlenky a názory.

Obsah:

- Proč je užitečné zvládnout základy rétoriky i pro běžnou praxi?
- Musíme být v řeči dokonalí nebo nás mohou „zdobit“ i drobné prohřešky?
- Příprava vystoupení aneb „tomu co říkám, rozumím“. Jak řeč zacílit a strukturovat?
- Jak uplatnit zásady věcnosti, stručnosti a srozumitelnosti?
- Jak efektivně využít neverbální komunikaci? Jak propojit mimiku, gesta a náš hlasový projev?
- Jak pracovat s hlasem? „Způsob řeči je obrazem ducha“.
- Buďte sebejistí při vystupování na veřejnosti!

11. Lektorské, trenérské, mentorské, koučovací dovednosti, vedení online školení

11.1. JAK ZAČÍT ŠKOLIT ONLINE?

Cíle:

Pochopit rozdíly mezi online a face-to-face komunikací, resp. školením v prezenčním (classroom) a online formátu. Vytvořit kvalitní strukturu a obsah online školení. Osvojit si nástroje, které současná technologie nabízí tak, aby byly funkční pro potřeby skupiny a předávaného tématu.

Obsah:

- Jaké jsou rozdíly mezi online a face-to-face komunikací, resp. školením?
- Jak vytvořit kvalitní strukturu a obsah online školení (porady, meetingu, prezentace).
- Jaké nástroje online školení současná technologie nabízí tak, aby byly funkční pro potřeby skupiny a předávaného tématu.
- Možnosti a meze různých platforem a aplikací.
- Vedení online školení: jak zahájit session, situování účastníků, pravidla online interakce.
- Úvod – dohoda na pravidlech interakce, neverbální komunikace.
- Důraz na interakci a dynamiku aneb jde to i jinak než otázkou „Jste tam ještě?“
- Obtížné situace při online školení a jejich řešení.

11.2. TRÉNINK TRENÉRŮ (ROVNĚŽ JAKO CERTIFIKOVANÝ PROGRAM)

Cíle:

Získat profesionální návyky, postupy a metody pro přípravu tréninků / kurzů /workshopů apod. Naučit se efektivně, zajímavě, interaktivně a zapamatovatelně vést vzdělávací a jiné aktivity. Umět vtáhnout účastníky akcí „do hry", využívat interakci. Osvojit si, jak obratně zvládat i obtížné a neočekávané situace. Naučit se pracovat s novými didaktickými metodami a novinkami v oblasti audiovizuální podpory (techniky).

Obsah:

- Osobnost lektora. Sebereflexe a reflexe potřeb účastníků. Jak posilovat charisma a autoritu lektora? Zvládání trémy.
- Forma vedení kurzu. Jak způsobem, formou podání učinit obsah zapamatovatelným – mimika, gesta, postoj, práce s hlasem.
- Jak připravit obsah kurzu. Definování cíle, zpracování koncepce a scénáře, metody strukturování kurzu do logických celků.
- Proč a jak udělat kurz interaktivním (Je pozornost auditoria „trvale udržitelná"? Způsoby zapojování účastníků).
- Jak využít didaktické prostředky Rolová hra, brainstorming, skupinové diskuse, případové studie. Motivace účastníků kurzu.
- Překonávání obtížných situací. Jak reagovat na vyrušování, nepozornost, nepříjemné otázky a námitky účastníků.
- Audiovizuální podpora. Jak využít moderní AV techniku k posílení pozornosti a zapamatování dané látky.

11.3. JAK SE STÁT KOUČEM? CERTIFIKOVANÝ KOUČ

Cíle:

Získání a rozvinutí potřebných dovedností pro koučování kolegů/podřízených. Osvojení koučovacích technik a nástrojů, které lze využít nejen v práci, při vedení kolegů, ale také pro privátní život a rozvoj sebe sama.

Obsah:

- Osobnost kouče, objevování vlastních hodnot, tvorba osobní vize a mise.
- Vytvoření důvěry a blízkosti s klientem, koučovací pozice a přítomnost kouče, etika koučování a budování vztahů, nalézání a podpora vlastní jedinečnosti.
- Komunikace kouče - aktivní naslouchání, užívání silných otázek, přímá komunikace, metody práce s přesvědčeními a námitkami, způsoby práce s hlasem.
- Rozvoj sebeuvědomění koučované osoby, navrhování akcí.
- Koučovací techniky, metoda GROW, pyramida logických úrovní, techniky založené na imaginaci, techniky pro podporu tvořivosti a nalézání řešení, procesy propojující mysl a intuici.
- Dodržování etického kodexu a standardů, definice kontraktu pro koučink.

11.4. ONLINE LEKTOR: JAK PŘIPRAVIT A VÉST KURZY / WORKSHOPY V ONLINE PROSTŘEDÍ

Cíle:

Rozšíření a posílení schopností interních lektorů a všech, pro něž jsou školení a instruktáže součástí jejich profesní role a kteří vědí, že online forma nezmizí společně s covidovou pandemií. Připravenost ke konverzi prezenčních školících programů do online formátu a případně i zpět z online prostředí do školících sálů.

Obsah:

- Seznámení s možnostmi online vzdělávání, dostupnými nástroji a jejich vhodnosti dle cílové skupiny či tématu.
- Jaké platformy se hodí do vašich podmínek?
- Jak se technicky vybavit na online kurzy a workshopy?
- Jaké jsou nároky na osobnost lektora a jeho lektorský styl v online prostředí?
- Jak designovat kurz tak, aby byl plnohodnotnou alternativou tradiční prezenční formy.
- Jak v online prostředí dosáhnout vyššího stupně interakce s účastníky?

Management a leadership

12. Leadership, pozice a role manažera, posilování manažerské autority

12.1. OSOBNOST LEADERA- NEOMYLNÝ VŮDCE NEBO MAJÁK K SAMOSTATNOSTI?

Cíle:

Zvýšit schopnosti vést podřízené způsobem, který zaručí nejen splnění pracovních úkolů, ale i mobilizaci potenciálu, energie podřízených k výkonu a změně, dosažení synergických efektů pro inovativnost a trvalý rozvoj schopností organizace.

Obsah:

- Jaká je role leadera v dynamickém kontextu strategie společnosti?
- Dokážeme zdravě propojit „manažerské“ a „lidské“ a budeme pro podřízené srozumitelnými a inspirujícími nadřízenými?
- Jak využijeme koncept situačních stylů vedení pro individuální přístup k odlišným lidem, socioprofesním skupinám a situacím?
- Delegování správných úkolů správným lidem správnou formou a přiměřenou mírou pravomocí a odpovědnosti?
- Jak zajistit rovnováhu mezi samostatností a odpovědností - využití zkušeností z agilního leadershipu.
- Jak poskytovat a přijímat zpětnou vazbu v době plné tenzí?
- Proč a jak komunikovat s podřízenými kritické situace a jak je zapojit do jejich překonávání / řešení.

12.2. MANAŽERSKÝ ROZUM A EMOCE: ENNEAGRAM, MINDFULNESS

Cíle:

Prostřednictvím sebepoznání na základě Enneagramu a využití metod Mindfulness pochopit, jak nás ovlivňuje rozum a emoce, jak můžeme dosáhnout většího a hlubšího vhledu do sebe samých, ale i do osobností našich kolegů, podřízených. Manažerská meditace může přispět k lepšímu utřídění myšlenek, k sebejistotě a rozvážnému přístupu k druhým při respektování jejich hodnot a cílů.

Obsah:

- Jak poznat a pochopit své emoce, které ovlivňují naše jednání?
- Vnímání sebe a odlišných typů a stylů jednání druhých lidí.
- Jak využít poznatky „enneagramu“ v každodenním chování leadera?
- Může „mindfulness“ pomoci ke stabilitě, osobnostní rovnováze a soustředěnosti manažera?
- Jak dospět k „mindfulness“ – techniky.

12.3. JAK PŘIPRAVIT A VÉST PORADU / WORKSHOP?

Cíle:

Poskytnout znalosti a dovednosti, které umožní zefektivnit přípravu a vedení porad. Naučit se správně rozhodovat o nezbytnosti svolání porady. Připravovat a vést porady pragmaticky a s využitím potenciálu (názorů a návrhů) účastníků. Osvojit si nástroje, které umožní správně stanovit účel porady a její specifické cíle, chápat zodpovědnost vedoucího porady, strukturovat poradu tak, aby nedocházelo ke ztrátě času a probírané otázky byly srozumitelné a zapamatovatelné.

Obsah:

- Jak dosáhnout aktivní účasti všech členů týmu už při přípravě porady?
- Jak definovat cíle a úkoly porady?
- Kdy svolat poradu? Jak nastavit systém porad?
- Jak připravit poradu, aby byla efektivní, logicky strukturovaná a rozsahem přiměřená?
- Jak vést poradu k jasným cílům?
- Jak zapojit účastníky porady do řešení probíraných otázek a problémů?
- A co po skončení porady? Jak zajistit plnění úkolů z porady?

12.4. MANAŽER A EMOČNÍ (SOCIÁLNÍ) INTELIGENCE – STAČÍ TECHNICKÉ DOVEDNOSTI?

Cíle:

Naučit se chápat emoční inteligenci jako faktor ovlivňující mezilidské vztahy a celou výkonnost firmy. Jak vnímáme své emoce a emoce druhých? Lze se empatii naučit? Jsou naše emoce a rozum v rovnováze? Jak mít své vlastní emoce pod kontrolou? Jak reagovat na emoce druhých? Nácvik sociálně inteligentního chování. Asertivita a hledání konsensu.

Obsah:

- Co znamená být „emočně inteligentní“.
- Emoční inteligence - porozumění sobě samému.
- Cesty ke změně svých špatných návyků chování.
- Jak vytvořit „sebekoncepci“?
- Jak nás vidí druzí lidé a jak na základě toho vidíme sami sebe.
- Emoční inteligence jako nástroj sebepoznání, budování pevné osobnosti a zlepšení vztahů k druhým.

12.5. BRAIN BASED LEADERSHIP - OSOBNOSTNÍ TYPOLOGIE PRO MANAŽERY

Cíle:

Pochopit, jak funguje myšlení a jednání lidí a příčiny odlišností mezi osobnostmi v týmu. Naučit se jednat s lidmi tak, aby to vyhovovalo žádoucím prvkům v jejich chování a naopak, aby to potlačovalo prvky, které jejich myšlení a činnost zatěžují a omezují jejich přínos týmu.

Obsah:

- Jak funguje náš mozek? Jak se utváří naše myšlenky a pocity?
- Proč jsou lidé různí a jak se jejich odlišnosti projevují?
- Jak rozpoznat různé typy lidí?
- Jak má manažer / leader komunikovat a kooperovat s lidmi různých osobnostních typů?
- Jak to udělat, abychom oslovili různé typy lidí v rámci skupiny?
- Jak vybudovat (vytvořit a rozvíjet) úspěšný tým složený z různých osobností?
- Jaké lidi potřebuji mít v týmu? Týmové role.

12.6. POZITIVNÍ LEADERSHIP NENÍ JEN O POZITIVNÍM MYŠLENÍ

Cíle:

Najít cesty a metody, jak svými názory a postoji inspirovat vlastní tým, dosáhnout cílů a zachovat harmonii mezi výkonem, úspěchem a psychickou pohodou.

Obsah:

- Kdo je leader a proč?
- Inspiruji nebo odrazuji?
- Proč klasické „americké“ pozitivní myšlení nemusí vždy fungovat?
- Smarter koncept „Zdravou skepsí k pozitivnímu myšlení“.
- Jak doplňujeme náš „energetický kotel“?
- Dokážeme se zbavit stresu a negativismu a odemknout potenciál u sebe i u kolegů?

13. Vedení lidí, situační leadership, styly vedení, delegování, rozhodování

13.1. AGILNÍ LEADERSHIP JAKO LEADERSHIP BUDOUCNOSTI?

Cíle:

Pomocí simulačních her a cvičení zprostředkovat manažerům možnosti a výhody agilního typu řízení, zejména při kvalitním využívání agilních hodnot.

Obsah:

- Je agilní přístup vhodný jen pro IT firmy?
- Hlavní překážkou pro agilní leadership je management…
- „Command and control" versus „samoorganizované týmy"?
- Organizace jako systém složený z lidí, koncept leader-leader.
- Bezpečná agilní transformace?
- Jak využít k posunu vpřed jasné a sdílené vize, hodnoty a principy?

13.2. SITUAČNÍ VEDENÍ - SPRÁVNÝ STYL PRO SPRÁVNOU CHVÍLI A SPRÁVNÉHO ČLOVĚKA

Cíle:

Naučit se využívat různé styly vedení v závislosti na správném vyhodnocení situace. Formou hry cvičně zvládat rozmanité úkoly při využití adekvátních stylů vedení. Umět správně zvolený styl vedení modifikovat s ohledem na osobnost (úvod do osobnostní typologie pro manažery).

Obsah:

- Náš styl vedení – jak odhadnout svůj styl a co ukáže test?
- Jak řídit podle situace a jak podle typu osobnosti?
- Kdy manažer oprávněně využije militantní styl vedení?
- Kdy bude mentoring názorný a poučný?
- Partnerský přístup díky koučování?
- Delegující styl – sen každého manažera.
- Jak styl vedení modifikovat podle typu osobnosti, kterou / které vedeme?

CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?

ZPĚT NA PŘEHLED

13.3. VEDENÍ LIDÍ - JAK SE STÁT MODERNÍM LEADEREM

Cíle:

Ztotožnit se s rolí manažera a naučit se aplikovat manažerské dovednosti při vedení lidí a řízení procesů. Osvojit si zásadu, že vést druhé znamená především umět využívat jejich potenciál. Umět rozpoznat předpoklady jednotlivců a ty efektivně využívat. Identifikovat vlastní styl vedení. Naučit se používat různé techniky vedení podle aktuální potřeby a s ohledem na stanovené cíle a zralost týmu.

Obsah:

- Osobnost manažera, schopnost dosahovat výsledků pomocí druhých.
- Řízení a role manažera (plánování, organizování, vedení, kontrola).
- Co očekávají nadřízení a podřízení?
- Řízení a typologie osobnosti.
- Jak získat správnou autoritu?
- Manažer jako tvůrce týmu.
- Jak k sobě vybrat správné lidi?
- Nástroje (techniky) vedení lidí (delegování, zpětná vazba, podpora, motivace…).

13.4. DESATERO EFEKTIVNÍHO DELEGOVÁNÍ A KONTROLY PLNĚNÍ ÚKOLŮ

Cíle:

Umět správně a v dostatečné míře delegovat, vědět komu a proč daný úkol delegovat, propojit delegování s pomocí a stimulací. Procvičit postup delegování, který dává delegujícímu i delegovanému jistotu, že zadání bude správně a včas splněno.

Obsah:

- Proč manažeři málo delegují?
- Deset kroků správného delegování.
- Komu, co a jak delegovat?
- Kdy delegování stimuluje k výkonu a kdy je příčinou ztráty motivace a frustrace?
- Jak zabránit tzv. „redelegování“?
- Jak mít delegované úkoly stále pod kontrolou?

13.5. BALANČNÍ LEADERSHIP ANEB JAK VYBALANCOVAT SVOBODU A ODPOVĚDNOST

Cíle:

Naučit se vyvažovat potřebu řádu a disciplíny s potřebou samostatnosti a svobodného rozhodování. Respektovat individuální potřebu pracovat v daném systému a s pevně nastavenými algoritmy a potřebu pracovat samostatně a svobodně se rozhodovat o tom, jak dojít k zadanému cíli.

Obsah:
- Co je „4D Systems"?
- Jak odměřit správné množství individuální samostatnosti vs. organizačního řádu a systémovosti?
- Nakolik ponechat svobodu rozhodování a nakolik vyžadovat disciplínu?
- Jak vyvážit podporu kreativity a inovativnosti oproti odpovědnosti a prevenci rizika?
- Jak umožnit lidem vlastní seberealizaci, ale zachovat a podporovat zároveň týmovou loajalitu?

13.6. JAK POROZUMĚT ODLIŠNÝM TYPŮM LIDÍ A POUŽÍT SPRÁVNÉ ZPŮSOBY VEDENÍ - OSOBNOSTNÍ TYPOLOGIE PRO MANAŽERY

Cíle:

Poznat, jak se „rodí" a projevuje osobnostní typ? Co ovlivňuje genetika a co prostředí? Jakou stránku osobnosti musí rozvíjet manažer? Jak rozpoznat lidi různých typů a jak s nimi jednat? Jaký je Váš osobnostní typ a co z toho plyne pro jednání s podřízenými a nadřízenými?

Obsah:
- Možnosti a meze využívání osobnostních typologií v manažerské praxi.
- Jak přijímají a poskytují informace různé typy lidí?
- Jak se odlišné typy rozhodují, proč se někdo rozhoduje příliš pomalu a někdo naopak příliš rychle?
- U koho (u jakého typu) lze očekávat racionalitu a kde nutně narazíme na velké emoce?
- Kdo jste vy a jak se vám bude jednat s lidmi shodného / odlišného typu?
- Co dělat pro to, abyste se dokázal(a) shodnout s každým?

13.7. MANAŽER V ROLI LEKTORA (MENTORA) A KOUČE

Cíle:

Osvojit si techniky a nástroje pro zvýšení podporujícího a stimulujícího přístupu k podřízeným a k jejich rozvoji formou mentoringu a koučování. Zvládnout praktické postupy (metody) lektorské (mentorské) a koučovací práce.

Obsah:
- Kdy je oprávněné využít mentoring, aby se podřízený necítil jako školák?
- Jak zvýšíme názornost a přitažlivost našeho mentorování?
- Nastavíme optimálně možnosti, jak si vše vyzkoušet?
- Dokážeme podat zpětnou vazbu bez manipulace a používání: „Ano, ale…"?
- Koučování jako vedení otázkami? Kdy a pro koho? Jaké otázky využijeme a jaké ne.
- Jak v praxi kombinovat koučink a mentoring.

13.8. MANAŽERSKÉ KOUČOVÁNÍ - VYUŽÍVÁNÍ KOUČOVACÍHO STYLU VEDENÍ

Cíle:

Naučit se postupům a technikám koučování, které jsou vhodné pro manažerskou praxi a které odpovídají tzv. koučovacímu stylu vedení lidí. Osvojit si zásady koučování jako běžný způsob komunikace manažera s podřízenými.

Obsah:

- Co je koučování?
- Proč a jak jej využít při vedení lidí?
- Koučování krok za krokem, metody koučování, GROW.
- Jak na koučování připravit koučovaného, jak získat jeho/její souhlas?
- Specifika manažerského koučování. Metody a zásady vedení koučovacího rozhovoru.
- Jak z koučování udělat trvalý styl práce manažera?

13.9. MASTERCLASS ROZHODOVÁNÍ

Cíle:

Osvojit si metody a techniky rychlého a správného rozhodování a to i v kritických situacích. Posílit rozhodovací kompetence. Naučit se zvládat stres a nejisotu spojenou s rozhodováním. Získat vhled (sebereflexi) do toho, jak vaše myšlení a emoce ovlivňují vaše rozhodování a jak jim porozumět a ovládat je. Upevnit pragmatický styl rozhodování.

Obsah:

- Rozhodování krok za krokem, etapy rozhodovacího procesu
- Jak identifikovat a překonat překážky, jak se pomocí SWOT analýzy rozhodnout a podle “Mind Mapping” koncipovat kroky pro rozhodnutí
- Jak při rozhodování využívat své instinkty a intuici a jak se vyhnout typickým rozhodovacím chybám a pastem? Nástroje a dovednosti, které potřebujete k tomu, abyste se mohli rozhodovat rychleji a s větší jistotou.

14. Týmová spolupráce, dosahování týmové synergie, teambuilding (in/outdoor)

14.1. SYNERGIE TÝMU - HYBRIDNÍ (OUTDOOR / INDOOR) TEAMBUILDINGOVÁ HRA „AMAZONKA"

Cíle:

Poskytnout diagnózu vašeho týmu z hlediska dosahování synergického efektu. Ověřit, jak váš tým funguje v zátěžové situaci, jak komunikuje a kooperuje při řešení úkolů, problémů a situací v rámci indoorových a outdoorových aktivit. Získat důkaz, jak tým využívá individuální předpoklady členů. Poskytuje prostor pro seberealizaci a posilování výkonnosti týmu jako celku? Nastavení nových „pravidel hry" týmu.

Obsah:

- Uvedení do situace a zadání individuálního úkolu.
- Řešení daného úkolu týmově.
- Vyhodnocení individuálních a týmových výsledků řešení zadaného úkolu.
- Odvození závěrů pro zvýšení synergie týmu.
- Manuál synergické týmové komunikace a kooperace, využívání individuálních předpokladů členů týmu.

14.2. UPEVŇOVÁNÍ DŮVĚRY A SPOLUPRÁCE V TÝMU

Cíle:

Lépe poznat předpoklady členů svého týmu v simulované kritické situaci a nezvyklém prostředí. Simulační trénink předkládá k řešení řadu složitých problémů, které nejsou zvládnutelné bez efektivní týmové komunikace a kooperace. Hra přispěje k budování důvěry v tým a jednotlivce a v pozitivní a přátelské naladění pro další týmovou práci.

Obsah:

- Uvedení do simulace – jsme v kritické situaci, jak se zachovat?
- Dokážeme dohodnou strategii záchranné mise?
- Vyjednáme výhodné podmínky s lidmi, které potřebujeme?
- Dokážeme si vzájemně pomoci a poradit?
- Využijeme předpoklady (znalosti a zkušenosti) kolegů?
- Neztratíme tah na branku i v obtížném finále?
- Jak jsme si vedli – týmové zamyšlení?

14.3. ÚSPĚŠNÁ TÝMOVÁ KOOPERACE - SPRÁVNÁ REAKCE NA DOBU!

Cíle:

Posílení komunikačních a kooperačních schopností s cílem zvýšení výkonnosti nejen jednotlivců, ale celého týmu. V týmové práci dosahovat synergických efektů zejména v kreativitě a inovativnosti. Využít potenciál odlišných lidí v týmu, vytvořit předpoklady divergentního myšlení.

Obsah:

- Jakou má tým „vztahovou“ kulturu?
- Chováme se skutečně v duchu hodnot které deklarujeme?
- Jak se v týmu vzájemně stimulovat, zvyšovat motivaci k výkonu a inovativnosti?
- Je synergie týmu jenom teorie? Může to fungovat v praxi?
- Jak rozpoznat individuální předpoklady a jak je v týmu využít?
- Jak řídit (facilitovat) meetingy, porady a workshopy?
- Kdy se všichni zapojí? Jak podpořit kreativitu a inovativnost?

14.4. VYUŽITÍ ROZMANITOSTI MYŠLENÍ A JEDNÁNÍ ČLENŮ TÝMU - POTENCIÁL DIVERZITY

Cíle:

Zvýšit míru týmové synergie tím, že účastníci zážitkovou formou překonají stereotypy dané rozdílným pohlavím, příslušností k jiné generaci, typem osobnosti, profesním zaměřením, sociálním nebo kulturním backgroundem. Pochopit a naučit se využívat odlišné předpoklady kolegů.

Obsah:

- Když to vidí každý jinak…
- Kořeny a zdroje genderové nerovnováhy, ageismu, sexismu, xenofobie…
- Principy pozitivní komunikace a kooperace v heterogenním prostředí.
- Pozitivní komunikační a kooperační prvky posilující synergii heterogenního týmu.
- Co je a jak se v praxi projevuje a využívá konvergentní a divergentní myšlení?
- Konvergentní a divergentní myšlení z hlediska typů osobnosti.
- Simulace: „Boj týmu o záchranu“ (demonstrace využití odlišností členů týmu).

14.5. TRIBAL LEADERSHIP JAKO CESTA KE ZVÝŠENÍ VÝKONU, ZLEPŠENÍ LOAJALITY A SPOKOJENOSTI TÝMU

Cíle:
Umožnit manažerům osvojit si metody, jak využít přirozených skupin - lidských kmenů k vybudování prosperující organizace.

Obsah:

- Kolik kmenů má naše společnost?
- Budu dobrý kmenový vůdce? Čím si získat respekt, co za mnou stojí?
- Kmenová kultura, kmenový jazyk, chování a vztahy.
- Ve které fázi organizačního výkonu se nacházíme?
- Jaké jsou naše pákové body k upgradu kmene?
- 5 strategií kmenového vůdce.

14.6. JAK DOSÁHNOUT SYNERGIE A VYUŽÍT POTENCIÁL VŠECH ČLENŮ TÝMU?

Cíle:
Využít potenciál odlišných předpokladů lidí v týmu (diverzita). Posílit komunikační a kooperační dovednosti v týmu s cílem plného zapojení jednotlivců. Zvýšení výkonnosti na základě schopnosti dosahovat synergického efektu týmu, posilovat kreativitu a inovativnost.

Obsah:

- Můžeme zaměstnance motivovat? „Stimulace“ a „Motivace“.
- Nástroje nefinanční motivace (Proč chválíme tak málo?).
- Je synergie týmu jenom teorie? Může to fungovat v praxi?
- Jak rozpoznat individuální předpoklady a jak je v týmu využít?
- Jak řídit (facilitovat) meetingy, porady a workshopy?
- Kdy se všichni zapojí? Jak podpořit kreativitu a inovativnost?

15. Remote management, multikulturní (online) leadership, vedení virtuálních týmů

15.1. REMOTE MANAGEMENT A HOME OFFICE

Cíle:

Zdokonalit vedení lidí v podmínkách „remote managementu" a „home office". Naučit se metody, které práci v „home office" dělají efektivní a přínosnou pro pracovníka i pro firmu. Jak uzpůsobit styly vedení podmínkám online komunikace a kooperace?

Obsah:

- Jak skloubit samostatnost a svobodu s odpovědností a disciplínou?
- Které faktory ovlivňují reaktivitu lidí při vedení na dálku a to na obou stranách?
- Jak se liší „remote" a „close" leadership a na co má v obou módech vedení leader zaměřovat svoji pozornost a aktivitu?
- Jak udržet, posílit a měřit efektivitu, výkonnost a synergii týmu v podmínkách home office?
- Kdy je „online" vedení lidí úspěšné?
- Remote empowerment, jak v současnosti posilovat jednotlivce a tým?
- Styly vedení a jejich uplatnění v „online" praxi.

15.2. HYBRIDNÍ LEADERSHIP: JAK VÉST TÝM NA DÁLKU I ZBLÍZKA?

Cíle:

Sdílet a vzájemně si předat zkušenosti z budování a vedení týmu, v němž mohou v různých fázích a v rámci různých úkolů a projektů fungovat jeho jednotliví členové v celé škále „vzdálenosti", od plné home office po každodenní fyzické setkávání. Získat techniky vedení týmu „na dálku i zblízka". Umět vyvážit odpovědnost a disciplínu a posílit týmovou synergii i v hybridních podmínkách.

Obsah:

- Jak skloubit 4 základní dimenze, které jsou klíčové pro dobré fungování „hybridního" týmu?
- Technická řešení: jaké audiovizuální a telekomunikační prostředky nám pomohou a jak je využívat?
- Čemu dát přednost v rámci online aplikací: Zoom, Teams, Webex ...?
- Psychologická náročnost „remote leadershipu" a jak se s ní vyrovnat?
- Problém osobní disciplíny a time managementu v podmínkách práce hybridní skupiny.
- Lze možnost a někdy nutnost hybridního leadershipu chápat jako příležitost?
- Jak využít hybridní formát práce k vyšší inovativnosti a výkonnosti?

16. Řízení změn (Driving change) a řešení problémů (Problem Solving)

16.1. DRIVING CHANGE - JAK ŘÍDIT A KOMUNIKOVAT ZMĚNU

Cíle:

Pochopit, jak změnu vnímáme, jak o ní přemýšlíme, co cítíme a jak reagujeme. Naučit se vést tým v jednotlivých etapách procesu změny, umět komunikovat změnu podřízeným, připravit plán změny, identifikovat možná rizika a mít „záložní řešení".

Obsah:

- Co je změna a jak ji vnímáme? Jak na nás změny působí?
- Jak provést změnu a neztratit „půdu pod nohama"?
- Manažer v roli agenta změny. Proč je změna často přijímána negativně nebo váhavě?
- Proces změny podle modelu PADIM. Jak proces změny zahájit a pak udržovat?
- Jak identifikovat rizika, která se mohou objevit, jak rizika řídit či eliminovat?
- Typy negativního nebo odmítavého postoje a co s nimi dělat?
- Kontrola a vyhodnocení realizované změny.

16.2. JAK ŘEŠIT PROBLÉMY KOMPLEXNĚ A MOTIVAČNĚ

Cíle:

Zvýšit schopnost řešit problémy nejen při každodenním plnění úkolů, ale i v ad hoc projektových týmech. Naučit se metodám řešení problémů. Osvojit si facilitační metody, které jsou nezbytné pro rozvinutí kreativního potenciálu analýzy a řešení problémů.

Obsah:

- Jak rozpoznat, že jde o „skutečný problém"?
- Hasíme jen požáry, nebo řešíme problémy systémově?
- Jak definovat cíl řešení a provést kvalitní sběr nápadů?
- Pět technik analýzy a pět metod řešení problémů.
- Dokážeme odbrzdit kreativitu i u hodně konzervativních jedinců?
- Jak myslet nejen kriticky, ale i dynamicky?
- Jak zvýšit motivaci k vyřešení problémů?
- Role a úloha facilitátora při řešení týmových problémů.

16.3. ŘÍZENÍ ZMĚN - JAK PŘIPRAVIT, VÉST A PODPOROVAT TÝMY, KTERÉ PROCHÁZEJÍ ZMĚNAMI, ABY JE PŘIJALY A ÚSPĚŠNĚ REALIZOVALY?

Cíle:

Zvládat změnové procesy v duchu agilních hodnot tak, aby podřízení změny nevnímali jen jako soubor „tvrdých“ metodik, jako jsou plány a rozpočty. Naučit se využívat „měkké“ techniky, které se zaměřují na přijetí změny a zmírnění rezistence zaměstnanců. Chápat změnu jako projekt, který využívá postupů, metod projektového řízení.

Obsah:

- Co, proč, jak a kdy chceme měnit? Na koho a na co změna dopadne?
- V jakém se pohybujeme prostředí, co nám umožňuje a co naopak už ne?
- Komunikační plán jako oboustranná platforma?
- Proč se vyplatí RACI matrix?
- Změna realizovaná jako promyšlený projekt, etapy a metody projektu změny.
- Zakotvení změn ve firemní kultuře? Kdy nebude původní kultura vytlačovat změny?

16.4. ŘÍZENÍ ZMĚN - JAK ŘÍDIT ZMĚNY POZITIVNĚ A KONSTRUKTIVNĚ?

Cíle:

Osvojit si principy a zásady přípravy změn a jejich řízení. Umět identifikovat dopad změny na lidi, kteří je budou realizovat. Naučit se analyzovat situaci pro uskutečnění změny: faktor spokojenosti se současnou situací a faktor obav z důsledků změny. Chápat logiku fází změny a vědět, jak získat podporu pro změnu a „agenty” změny.

Obsah:

- Je každá změna změnou k horšímu?
- Jak rozvíjet inovativnost podřízených?
- Vedení k inovativnosti – jak bojovat se stereotypem a zlozvyky lidí?
- Řízení změny - kdy je čas na změnu?
- Fáze změny a jak je mít pod kontrolou?
- Jak si zajistit podporu změny? Jak mít vždy alternativu?

Obchodní dovednosti a vyjednávání

17. Obchodní dovednosti (základní a pokročilé), obchodní prezentace

17.1. ÚSPĚŠNÁ AKVIZICE

Cíle:
Pomoci všem, kteří navazují nové obchodní kontakty nebo reaktivují již vychladlé. Předat nejen dovednosti, ale také pomoci definovat si vlastní mentální pozici. Poskytnout v praxi osvědčený návod, jak se vyrovnat s ostychem či odmítnutím.

Obsah:
- Mentální příprava pro Akvizice.
- Kdy kontaktovat klienta a kdy ne.
- Jaké formy akvizice v současnosti můžeme využít.
- Call script pro „Cold call".
- Jak si „Cold Call" předehřát – využití sociálních sítí, referencí, doporučení.
- Co musí obsahovat žádost o navázání profesního kontaktu. Akviziční e-mail.
- Dohodnutí obchodní schůzky. Jak zabránit zrušení schůzky s klientem.
- Jak se vypořádat s odmítnutím – kompenzační a relaxační techniky.

17.2. ZÁKLADNÍ OBCHODNÍ DOVEDNOSTI

Cíle:
Vytvořit pevný základ pro úspěšné dosažení cílů obchodního jednání. Všichni obchodníci touží po pokročilých dovednostech, avšak nejčastější chyby při vedení jednání se dělají v nejzákladnějších věcech. Pokud obchodní schůzka nemá být jen milé povídání jehož výsledek je hodnocen především pocitem obchodníka, je nezbytné mít pod kůži zažité - vytrénované „obchodnické řemeslo" - schopnost schůzku pevně, avšak laskavě řídit.

Obsah:
- Příprava před schůzkou, co s sebou, jaké informace ověřit.
- S kým jednání vedu a jaká je jeho role.
- Jaké fáze by jednání mělo mít a jak je měřit.
- Získání vstřícnosti klienta - budování vztahu - zjišťování informací - analýza potřeb.
- Jak oddělit požadavek od potřeby. Skryté nákupní motivy klienta.
- Parafráze klientových potřeb, potvrzení pochopení.
- Definice užitku. Budování hodnoty spolupráce – Produktu.
- Dohoda na dalších krocích.

17.3. POKROČILÉ OBCHODNÍ DOVEDNOSTI

Cíle:

Ověřit si míru osvojení obchodního řemesla a najít případné chyby, které omezují úspěšnost. Otevřít prostor pro tvorbu prodejní taktiky, přizpůsobení se osobnosti klienta a využití klientova způsobu přemýšlení pro učenější prodej. Řešení obtížných obchodních situací (námitek).

Obsah:

- Proč každý nakupujeme odlišně.
- Jak se liší rozhodovací proces klientů.
- Osobnostní typologie – odlišnosti vedení jednání. Po čem jednotlivé typy touží a co skutečně kupují.
- Nejčastější užitky spolupráce dle typů lidí, klientů.
- Kdo namítá a proč. Jaké druhy námitek rozeznáváme.
- Jak námitky řešit (překonávat).
- Využití námitky pro uzavření dohody.
- 10 nejčastějších technik uzavírání obchodu.

17.4. OBCHODNÍ PREZENTACE

Cíle:

Naučit se připravovat a realizovat obchodní prezentaci (pro jednotlivce i pro skupinu) jako cestu k souhlasu s nabídkou a k uzavření obchodu. Umět využít metodu „malých ano" k získání finálního „ano". Nezaměřovat se na „sebeprezentaci", ale citlivě vnímat nákupní signály a včas na ně správně reagovat. Dokázat prezentovat „hodnotu" pro klienta a nikoliv všeobecnou hodnotu produktu.

Obsah:

- Co musí obsahovat úspěšná obchodní nabídka. Jak nabídku strukturovat.
- Co rozhodně do obchodního návrhu neuvádět.
- Transformace obchodní nabídky do prezentace.
- Grafická pravidla pro nabídku/prezentaci.
- Jak nabídku prezentovat, jak vyzvat klienta k rozhodnutí.
- Způsoby prezentace užitku spolupráce / produktu / služby.
- Techniky postupného získávání souhlasu.
- Specifika prezentace při výběrovém řízení.
- Jak získat od klienta zpětnou vazbu.

18. Key Account Management, Territory Management, Cross Selling

18.1. KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Cíle:

Vyvodit pro sebe praktické závěry z Paretova pravidla, které říká, že 20% klientů přináší 80% obratu. Využít metody (postupy), které vedou k plnému uspokojení a k plnému obchodnímu využití oněch významných 20% klientů. Naučit se poskytovat mimořádnou klientskou péči, která však nespočívá v přístupu „splním, co klient chce“, ale „trvale rozpoznávám a naplňuji jeho reálné i „skryté” potřeby. Vědět, jak posilovat a „řídit” partnerství s klíčovými klienty ve všech rozhodujících oblastech a na všech strukturálních úrovních.

Obsah:

- Kdo je klíčový zákazník.
- Scoring klienta – definice dlouhodobého potenciálu.
- Jak měřit pevnost obchodního vztahu. Kde vazby posilovat a jakým stylem.
- Která data o spolupráci měřit.
- Pravidla reálného forecastingu.
- Obchodní příležitost vs. potenciál.
- Co musí obsahovat plán spolupráce. Vytvořte klientovy CDP (Customer Development Plan).
- Jak získat klienta pro vaše CDP.

18.2. ŘÍZENÍ KLIENTSKÉHO PORTFOLIA / TERRITORY MANAGEMENT

Cíle:

Umět dlouhodobě/plánovitě vytěžovat potenciál svěřené oblasti, teritoria, regionu, segmentu, prodejního kanálu. Nezačínat stále znova, ale správně identifikovat své klienty. Vyhnout se chybné orientaci na ty, kteří jsou snadno „dostupní”. Získat „know how” analýzy oblasti a kategorizace klientů. Posílit řízení a plánování prodeje a tím efektivně využívat potenciál svěřených klientů.

Obsah:

- Co je teritorium, čím je definováno.
- Jak stanovit potenciál teritoria.
- Měření pravděpodobnosti.
- Jak kategorizovat svěřené klienty.
- Co ovlivňuje nákupní výkon klienta. Řízení nákupního výkonu klienta.
- Kterému klientu věnovat pozornost a v jaké míře.
- Náklady na prodej vs. výnosnost teritoria.
- Řízení a plánování prodejních aktivit.

18.3. CROSS SELLING

Cíle:

Ubránit se tendenci zaměřovat se jen na jeden „hlavní" nebo „speciální" produkt. Naučit se vnímat celou škálu produktů, které mohou znamenat další (byť jen doplňkové) obchodní příležitosti. Využívat kompletní obchodní potenciál klienta, řídit spolupráci s ostatními kolegy, kteří se na vytěžování potenciálu podílí.

Obsah:

- Cross sell vs. Deep sell.
- Principy Cross Sellingu.
- Jak odhalit obchodní příležitost pro jiný produkt.
- Mapování celkového potenciálu klienta.
- Identifikace klíčových rozhodovatelů – ovlivňovatelů.
- Kdy přizvat k jednání kolegu specialistu.
- Specifika jednání více stran současně.
- Jak zvyšovat svůj vliv u klienta napříč produktovými specializacemi.
- Koordinace obchodních aktivit u klienta.

19. Obchodní vyjednávání, poziční vyjednávání, Brain friendly selling

19.1. VYJEDNÁVÁNÍ MEZI (OBCHODNÍMI) PARTNERY

Cíle:

Správně nastavenou vyjednávací strategií a taktikou spojit na první pohled neslučitelné, odlišné. Naučit se hledat cesty shody, motivovat stranu ke vstřícnosti. Chápat vyjednávání jako postup při kterém maximalizujeme výhody pro obě strany. Oboustranně „vyměňujeme" to, co je pro nás významné za to, co jsme schopni snáze postoupit, či odstoupit.

Obsah:

- Jak získat souhlas s vyjednáváním.
- Analýza zájmu protistrany.
- Analýza limitní pozice.
- Techniky hledání substitutů.
- Tvorba vyjednávací taktiky.
- Smlouvání.
- Techniky uzavírání dohody.

19.2. POZIČNÍ VYJEDNÁVÁNÍ

Cíle:

Připravit na situace, kdy je obchodní vyjednávání mimořádně náročné, emočně obtížné a nepřehledné, klient jedná manipulativně, agresivně nebo pasivně. A to vše dokonce i v momentech, ve kterých objektivně existuje průnik zájmů a potřeb obou stran.

Obsah:

- Nejčastější příčiny, proč protistrana nespolupracuje.
- Agrese, pasivita jako forma manipulace.
- Jak rozpoznat manipulaci a bránit se jí.
- 3 nejčastější typy manipulací.
- Jak se bránit komunikačnímu útoku.
- Využití agresivity protistrany pro uzavření dohody.
- Stabilizace a moderace konfliktu.
- Jak zneškodnit klientovu „amébu“.
- Techniky uzavírání dohody.
- Jak si dohodu „pojistit“.

19.3. OBCHODUJTE BRAIN FRIENDLY

Cíle:

Poskytnout praktické dovednosti, které významně ovlivňují, jak je obchodník vnímán klientem. S využitím nejnovějších poznatků o mozku napomoci tomu, aby jednání s klienty vedlo nejen k úspěšnému uzavření obchodu, ale také, aby bylo příjemné a přirozené, „brain friendly“ a aby přinášelo „chuť” a „touhu” klienta dlouhodobě spolupracovat.

Obsah:

- Mozek a jeho vliv posuzování.
- První dojem a co má na něj skutečně vliv.
- Jaká jsou nejčastější rozhodovací schémata.
- Jak odhalit způsob klientova přemýšlení.
- Proč sladit svůj prodejní přístup a aktuální rozhodovací fází klienta.
- Odblokujte klientovy obavy.
- Jak příjemně „vytáhnout“ klienta z jeho stereotypů.

20. Online obchodní jednání, telemarketing

20.1. PRODEJ PO TELEFONU – ÚSPĚŠNÝ AGENT CALL CENTRA

Cíle:

Poskytnout návod, jak v krátkém čase a bez možnosti vnímat některé neverbální projevy klienta úspěšně získat klienta a uzavřít obchod. Naučit správně reagovat na nezájem, nedůvěru a námitky klienta. Vyzkoušet si flexibilní práci s „call scriptem". Poradit, jak využít základy psychologie vzdáleného jednání s klientem.

Obsah:

- Specifika prodeje po telefonu. Co musí mít obchodník v „online" prostředí pod kontrolou.
- Příprava na telefonní hovor.
- Call script – omezení nebo pomoc? Jak si vytvořit funkční call script.
- Získání a udržování zájmu klienta.
- Prezentace produktu: stručnost, věcnost, názornost a orientace na „užitek" pro klienta.
- Řešení námitek.
- Jak klientovi usnadnit nákup.
- Dohoda na dalších krocích.

20.2. VEDENÍ OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ ONLINE

Cíle:

Naučit se vést obchodní jednání „online" tak, aby se stalo plnohodnotnou alternativou osobního setkání. Umět respektovat specifika online komunikace a využívat celý potenciál online platforem. Získat know how, jehož pomocí lze vést online jednání stejně profesionálně a úspěšně jako osobní obchodní rozhovor. Umět při online setkání s klientem využít dostupné audiovizuální prostředky a metody.

Obsah:

- Multikanálová komunikace – nový standard obchodního vztahu.
- Jaké platformy můžeme využívat.
- Jak získat klientův souhlas s online schůzkou.
- Jak si připravit prostředí (plocha, kamera...).
- Kdo jednání vede – moderuje.
- Získejte souhlas s moderací jednání.
- Jak online prezentovat produkt. Využití prezentace, videa, zvukového záznamu.
- K čemu se dá využívat chat i whiteboard.
- Společný zápis s klientem.

HR know-how a firemní kultura

21. Firemní kultura, profesionální image a etiketa

21.1. FIREMNÍ KULTURA - NÁSTROJ SILNÉHO BRANDU A ZVYŠOVÁNÍ VÝKONNOSTI A HODNOTY SPOLEČNOSTI

Cíle:
Přenést do roviny konkrétní a každodenní praxe firemní hodnoty. Prostřednictvím změny manažerských stylů vedení stimulovat chování zaměstnanců v intencích hodnot. Posílit hodnoty firmy, jako klíčového nástroje nejen pro firmu samotnou, ale i pro její zaměstnance, zákazníky a všechny komunity, jejichž je firma součástí.

Obsah:
- Jak firemní kultura koreluje s hospodářskými výsledky?
- Firemní hodnoty jako maják ke správným rozhodnutím?
- Hodnoty jako součást poslání, vize a mise společnosti.
- Jak „prodáme“ náš hodnotový systém zaměstnancům?
- Komunikace hodnotové změny v 10 doporučeních.
- Řízení a vedení lidí v duchu firemních hodnot?
- Jak budeme delegovat, hodnotit a odměňovat abychom naplnili poslání hodnot?

21.2 . ETIKETA - SOUČÁST FIREMNÍ KULTURY NADNÁRODNÍ KORPORACE

Cíle:
Zvládat základy společenského chování, zvýšit svou profesionální image a zvládání specifik v business etiketě jak v českém, tak i mezinárodním prostředí.

Obsah:
- Etiketa jako součást firemních hodnot a kultury.
- Je etiketa jen soubor příkazů nebo doporučení?
- Co je zákon společenské významnosti?
- Proč je každá jednotlivá situace při setkání a jednání unikátní?
- V Čechách to známe nebo nás některá doporučení překvapí?
- Které národní zvyklosti bychom měli znát předem při jednání s cizinci?
- Jak nám při jednání pomůže IQ a jak EQ?
- Drilem k úspěchu – nácvik řešení vybraných situací při pracovních jednáních v mezinárodním prostředí.

21.3. OBCHODNÍ A MANAŽERSKÁ IMAGE A ETIKETA

Cíle:

Získat vědomosti a dovednosti, které povedou k jistotě a k dodržování společenských norem při pracovních obědech, obchodních jednáních, slavnostních i každodenních příležitostech. Naučit se respektovat pravidla v oblékání, oslovování, stolování apod. Působit profesionálně a důvěryhodně, být si jisti sami s sebou při společenských situacích.

Obsah:

- Rozdělení společenských situací, ve kterých musíme přesně vědět, jak se chovat.
- Co je a co není dovoleno ve společenské komunikaci a kooperaci (včetně "body language").
- Příprava na jednání. Image muže a ženy, "dress code". Co si vzít na sebe a jak upravit svůj vzhled.
- První kontakt (etiketa, korespondence, telefonická komunikace).
- Osobní setkání (pozdrav, oslovování, podání ruky, předání, vizitky, představování).
- Pracovní stolování (chování v restauraci a u stolu).
- Společenské akce (pozvánky, druhy akcí). Na návštěvě (role hosta, role hostitele, small talk).

CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?

ZPĚT NA PŘEHLED

22. Lidské zdroje, recruitment, onboarding, hodnocení, rozvoj a vzdělávání, outplacement, odměňování a benefity

22.1. STRATEGIE ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ (ZÁKLADY FIREMNÍ PERSONALISTIKY)

Cíle:

Vytvořit dlouhodobý plán řízení a rozvoje lidských zdrojů směřující k plnému využití lidského kapitálu ve firmě. Plán připravit tak, aby byl pochopen a přijat všemi HR specialisty a manažery napříč celou firmou. Společně popsat cíle v deseti základních oblastech rozvoje a využití lidských zdrojů. Propojit tyto oblasti tak, aby splňovaly základní cíl: zvyšování výkonnosti firmy a spokojenosti pracovníků.

Obsah:

- Proč mít HR strategii a kulturu? Jak HR strategie zapadá do firemní strategie a kultury?
- Kde a jak hledat lidi, které potřebujeme? Recruitment strategy.
- Jak zjistit, co v nich je a vybrat správné? Klasický či behaviorální pohovor nebo assessment center?
- Na prvním dojmu záleží: „onboarding". Jak jej připravit? Offboarding / Outplacement - jak se rozejít a zůstat přáteli?
- Training & Development - jak zajistit využití a rozvoj potenciálu lidí?
- Talent Management - kde jsou skryté předpoklady lidí a jak je nastartovat?
- Appraisal - jak koncipovat pravidelná hodnocení jako užitečnou zpětnou vazbu a inspiraci rozvoje lidí? Jak nastavit a využívat Key Performance Indicators?
- Jak ke spokojenosti přispívají mzdy a benefity? Remuneration & Benefits.

22.2. PŘIJÍMACÍ ROZHOVORY - JAK POZNAT, ŽE NÁM UCHAZEČ V NĚČEM POMŮŽE A ZAPADNE DO TÝMU?

Cíle:

Naučit se správně připravit a vést přijímací interview nejen při výběru nových uchazečů o zaměstnání, ale i při interních výběrových řízeních (assessmentech na vyšší pozice). Osvojit si metody sestavování kritérií pro účinný výběr metody (testy, případové studie, rolové hry, simulace, individuální a skupinové úkoly...). Vnímat personální rozhovory i jako posilování dobrého jména společnosti a personální marketing.

Obsah:

- Koho vybíráme? Víme co hledáme? Jak nastavit kritéria výběru?
- Psychologie v kostce? Jak nám pomůže znalost osobnostní typologie Smarter.
- Jak vytvořit optimální atmosféru pro pohovor?
- Kdy nám poslouží reference a motivační dopisy?
- Behaviorální a situační pohovory.
- Pro jaké metody identifikující požadované kompetence se rozhodnout?
- Jak a kdy spolupracovat s odborníky (psychology, sociology, odbornými experty)?

22.3. JAK SE DĚLÁ „ONBOARDING"?

Cíle:
Seznámit se s důvody a přínosy realizace onboardingových programů ve firmách. Pochopit souvislost mezi rizikem fluktuace ve zkušební době a kvalitně připraveným onboardingem. Jaké formy oboardingovýh aktivit se osvědčují? Naučit se zpracovávat a realizovat „onboardingový plán".

Obsah:

- Co je to onboarding a jak se liší od klasické pracovní adaptace?
- Onboardingové aktivity první den po nástupu.
- Jak zajistit, aby se nový člověk cítil „bezpečně"?
- Proč lidé často odcházejí ve zkušební době? Jak tomu můžeme zabránit kvalitním onboardingovým programem?
- Ověřování adaptačního procesu, spokojenosti nového člověka.
- Jak získávat zpětnou vazbu od kolegů zapojených do onboardingu?
- Co dělat na konci „onboardingového plánu"?
- Vedení rozhovorů s nováčkem v době onboardingu.

22.4. FIREMNÍ HODNOTY A KULTURA - JAKO NÁSTROJ ZVYŠOVÁNÍ VÝKONNOSTI

Cíle:
Přenést do roviny konkrétní a každodenní praxe firemní hodnoty. Prostřednictvím změny manažerských stylů vedení stimulovat chování zaměstnanců v intencích hodnot. Posílit hodnoty firmy, jako klíčového nástroje nejen pro firmu samotnou, ale i pro její zaměstnance, zákazníky a všechny komunity, jejichž je firma součástí.

Obsah:

- Jak firemní kultura koreluje s hospodářskými výsledky?
- Firemní hodnoty jako maják ke správným rozhodnutím?
- Hodnoty jako součást poslání, vize a mise společnosti.
- Jak „prodáme“ náš hodnotový systém zaměstnancům?
- Komunikace hodnotové změny v 10 doporučeních.
- Řízení a vedení lidí v duchu firemních hodnot?
- Jak budeme delegovat, hodnotit a odměňovat abychom naplnili poslání hodnot?

22.5. PERSONÁLNÍ ROZHOVORY SE ZAMĚSTNANCI, JAK JE PŘIPRAVIT A VÉST?

Cíle:

Poznat své silné a slabé stránky v oblasti zpětné vazby a hodnocení zaměstnanců. Posílit své dovednosti v oblasti sdělování hodnotících názorů a postojů (pochvaly, kritiky). Naučit se využívat zpětnou vazbu pro pozitivní motivaci členů týmu. Osvojit si zásady vedení různých typů personálních rozhovorů.

Obsah:

- Zásady poskytování zpětné vazby (hodnocení) v rámci personálních rozhovorů.
- Přijímací rozhovory, příprava, vedení, sdělování výsledků.
- Rozhovory v rámci onboardingu (ověřování průběhu adaptace).
- Hodnotící a „vytýkací“ rozhovory.
- Rozhovory při ukončení pracovního poměru, „outplacement”.

22.6. JAK ÚČINNĚ VYUŽÍVAT NÁSTROJE PERSONÁLNÍHO ROZVOJE A VZDĚLÁVÁNÍ?

Cíle:

Nalézt účinnou kombinaci nástrojů personálního rozvoje, které jsou v současné době k dispozici v rámci systému péče o zaměstnance ve firmě a funkčně je propojit s možnostmi vedení lidí na cestě k cílům společnosti.

Obsah:

- Jaké zaměstnance potřebujeme v rámci současné strategie společnosti?
- Co jsou nástroje personálního rozvoje? K čemu jsou určeny a kdy je využít?
- Strategie vzdělávání a rozvoje ve společnosti?
- Jak koncipovat plán vzdělávání? Co je to, „učící se firma”? Knowledge Management.
- Jak propojit každodenní vedení lidí s personálním rozvojem?
- Hodnotící proces jako klíčový nástroj personálního rozvoje.
- Od měření kompetencí ke koncepčnímu rozvoji schopností.

22.7. JAK PŘIPRAVIT PRAVIDELNÉ HODNOCENÍ A VYBRAT SPRÁVNÝ FORMÁT? TVORBA KOMPETENČNÍHO MODELU.

Cíle:

Nastavit pravidelná hodnocení tak, aby vyhovovala charakteru vaší firmy. Zvolit správný formát: klasický dotazník a hodnocení „one to one" nebo moderní online hodnocení 360 st., které poskytne plastičtější obraz zpětné vazby od nadřízených, kolegů, podřízených a případně i klientů a výsledky lze díky podpoře spočítat a vyjádřit graficky.

Obsah:

- Proč hodnotit pravidelně? Komplementarita každodenního a pravidelného ročního hodnocení.
- Jak se rozhodnout pro formát hodnocení, aby odpovídal podmínkám a charakteru práce ve vaší firmě?
- Kompetenční model je základem pro výběr kritérií hodnocení.
- Jak operacionalizovat kompetenční model pro potřeby hodnocení?
- Jak kompetenční model zpracovat, pokud jej nemáte.
- Jak (ve spolupráci s odborníky) připravit hodnotící dotazníky (pro klasické nebo online 360 st. hodnocení)?
- Jak se zpracovávají a interpretují výsledky hodnocení?
- Jak pro pravidelná hodnocení získat manažery a ostatní pracovníky.

22.8. JAK NASTAVIT SYSTÉM ODMĚŇOVÁNÍ A BENEFITŮ?

Cíle:

Ověřit, jak je ve firmě nastaven systém odměňování a benefitů. Jak jsou popsány pracovní pozice, náplně, jaká je struktura pozic. Jak se firma vymezuje vůči trhu a jak se definuje mzdová politika. Jak jsou nastaveny principy odměňování, jaká je vazba na výkon, kompetence, senioritu. Jak funguje systém benefitů? Jak jsou principy odměňování a benefitů komunikovány zaměstnancům.

Obsah:

- Interní a externí rovnováha v oblasti mezd a benefitů.
- Jak udělat revizi popisu pracovních pozic – jak dobře jsou písemně popsány pracovní pozice, jejich náplň, odpovědnosti atd.
- Jak vytvořit matici pozic – „job grading" (oceňování pozic) – jakou má pozice přidanou hodnotu pro firmu jako celek.
- Jak se dělá analýza systému – analýza vnitřních směrnic týkajících se způsobu odměňování.
- Co vyplývá ze srovnání stavu a tendencí v oblasti odměňování a benefitů?
- Jaká opatření (změny) na základě revize udělat?
- Jak vyhodnotit dopad změn v systému na výkonnost firmy a spokojenost zaměstnanců?

22.9. OUTPLACEMENT - DŮLEŽITÁ SOUČÁST PERSONÁLNÍHO MARKETINGU

Cíle:

Naučit se konstruovat program outplacementu a využívat jej při odchodu pracovníků z důvodů na straně zaměstnavatele. Seznámit se s možnostmi pomoci pracovníkům, kteří odcházejí mimo firmu. Osvojit si zásady komunikace s účastníky programu outplacementu.

Obsah:

- Co je to outplacement? Komu slouží a jaké jsou jeho dopady na pracovníky a firmu jako celek?
- Outplacement a jeho podíl na personálním marketingu a budování "goodwill" firmy.
- Metody podpory pracovníka při odchodu z firmy - příprava na budoucí přijímací pohovory a assessment centra.
- Pomoc při hledání nových pracovních příležitostí.
- Komunikace na závěr pracovního poměru, příslib referencí apod.

23. Talent Management, AC / DC

23.1. TALENT MANAGEMENT - JAK VYUŽÍT POTENCIÁL, KTERÝ SE SKRÝVÁ V NEVYUŽITÝCH PŘEDPOKLADECH LIDÍ?

Cíle:

Získat přehled o tom, co je a co vše obsahuje efektivní systém talent managementu. Chápat talent management nikoliv jako jednorázový rozvojový program, ale jako systém aktivit, které jsou trvale integrovány do života firmy. Prolínají veškeré firemní činnosti, funkce a jsou jedním z hlavních faktorů úspěšnosti a profitability firmy.

Obsah:

- Postupy a nástroje (metody) rozpoznávání talentů.
- Ověřování a „měření" talentových předpokladů (AC apod.).
- Jak zpracovat plán aktivit v rámci rozvoje talentů.
- Designování sw podpory programu rozvoje a využívání talentů.
- Posilování motivace talentů k využívání potenciálu a ke stabilitě (retence).
- Využívání talentových programů k řešení problému „nástupnictví".

23.2. JAK PŘIPRAVIT DOKONALÉ ASSESSMENT / DEVELOPMENT CENTRUM A JAK JE VÉST

Cíle:

Na faktech přesvědčit účastníky o výhodách AC/DC ve srovnání s jinými způsoby výběru a zjišťování potřeb rozvoje lidí. Naučit se správně definovat kompetence, které bude AC/DC ověřovat. Představit a odzkoušet základní metody využitelné v AC/DC (testy, rolové hry, případové studie...). Společně „postavit" prototyp AC/DC včetně přípravy aktivit, záznamových hodnotících listů apod. Praktické vedení „postaveného" AC/DC (role moderátora, hodnotitelů, pozorovatelů).

Obsah:

- Proč jsou AC výrazně efektivnějším způsobem výběru a plánování rozvoje lidí?
- Pro koho AC/DC připravujeme? Jaké metody AC/DC jsou vhodné pro různé socioprofesní skupiny?
- Definování kritérií s ohledem na požadované kompetence.
- Stavba aktivit (případových studií, rolových her, týmových cvičení apod.).
- Zpracování záznamních listů hodnocení a škál hodnocení.
- Personální zajištění AC/DC. Zásady vedení AC/DC, zadávání aktivit.
- Vyhodnocování výsledků účastníků, zpětná vazba, stanovení pořadí.

24. Motivace a stimulace, zpětná vazba a roční hodnocení (vč. 360)

24.1. HODNOCENÍ JAKO PÁKA K VÝKONU

Cíle:

Osvojit si principy vedení pravidelných hodnocení pracovníků tak, aby se pro vedoucí a podřízené stalo strategickou součástí jejich rozvoje, aby umožnilo zlepšit týmovou kooperaci, zapojení, kreativitu a inovativnost.

Obsah:

- Čím by mělo a nemělo být hodnocení zaměstnanců? Proč je to nástroj řízení?
- Co zaměstnanci od pohovoru očekávají? Co je potěší, co je znejistí a co demotivuje?
- Jaký styl komunikace zvolíme? Kdy budeme mentorovat a kdy koučovat?
- Jak účinně a uvěřitelně pochválit? Jak využít partnerský, koučovací přístup?
- Jak v dobré víře můžeme místo stimulace spíše demotivovat?
- Jak řešit pasivitu, přehnané sebehodnocení, námitky, výmluvy nebo protiútok a invektivy?
- Závěr pohovoru – v čem musí mít po pohovoru zaměstnanec jasno?

24.2. MOTIVACE A STIMULACE

Cíle:

Pochopit význam motivace pro výkonnost, ale také seberealizaci a spokojenost pracovníků. Bezpečně vědět, co různé typy lidí stimuluje a co naopak frustruje. Umět správně nasadit „motivátory", stimulovat k vyššímu výkonu. Naučit se motivační manažerské komunikaci.

Obsah:

- Motivace a stimulace: co je co a proč je důležité se v tom vyznat?
- Jak souvisí motivace s pracovní výkonností, kreativitou a spokojeností s prací?
- Faktory motivace, co lidi motivuje?
- Co ukázal Hawthornský experiment? Efekt zájmu o lidi.
- Faktory frustrace, co lidi frustruje a jak tomu zabránit?
- Jak chválit a podporovat, ale i jak stimulujícím způsobem předat kritickou zpětnou vazbu?
- Test: jak stimulujete k výkonu?

24.3. KVALITNÍ ZPĚTNÁ VAZBA JAKO CESTA K SEBEREFLEXI?

Cíle:

Osvojit si zásady poskytování konstruktivní a motivující zpětné vazby. Posílit schopností nadřízených zvládat emoce při podávání zpětné vazby, snížit míru využívání mentoringu a posílit koučovací způsob zpětné vazby. Nastavení partnerského přístupu a tím úrovně sebereflexe zaměstnance.

Obsah:

- Příprava na zpětnou vazbu?
- Proč nejvíce uplatňujeme monolog při podávání zpětné vazby?
- Jaké nepříjemné pocity můžeme při podávání zpětné vazby vyvolávat?
- Kdy spíše využijme mentoring a kdy budeme vést otázkami?
- Jsme dostatečně názorní? Sdělujeme klíčové věci nebo zahlcujeme informacemi?
- Zvládneme obtížné situace, námitky a invektivy?
- Jak budeme reagovat na nedomyšlené nápady?
- Bude naše dohoda jen SMART nebo SMARTER?

24.4. JAK SI ZAJISTIT KONTROLU KAŽDODENNÍ ZPĚTNOU VAZBOU A PRAVIDELNÝM HODNOCENÍM PODŘÍZENÝCH?

Cíle:

Naučit se správně poskytovat (ale i přijímat) každodenní zpětnou vazbu a umět propojit každodenní zpětnou vazbou s pravidelným hodnocením. Osvojit si zásady a postupy přípravy vedení pravidelných (ročních) hodnocení.

Obsah:

- Jak rozvíjet potenciál členů týmu pomocí každodenní zpětné vazby?
- Jak pomohou pravidelná (roční) hodnocení?
- Jakou metodu hodnocení vybrat? Online nebo offline verze? Klasické nebo 360 stupňové hodnocení?
- Proč je základem úspěchu porovnání, pohled z více stran?
- Proč je nejužitečnější informací zjištění, že se hodnotitel a hodnocený dívají na věci odlišně?
- Desatero zpětné vazby a desatero pravidelného hodnocení: manuály vypracované na základě cvičných simulací.

24.5. JAK PŘIPRAVIT PRAVIDELNÉ HODNOCENÍ A VYBRAT SPRÁVNÝ FORMÁT? TVORBA KOMPETENČNÍHO MODELU.

Cíle:

Nastavit pravidelná hodnocení tak, aby vyhovovala charakteru vaší firmy. Zvolit správný formát: klasický dotazník a hodnocení „one to one" nebo moderní online hodnocení 360 st., které poskytne plastičtější obraz zpětné vazby od nadřízených, kolegů, podřízených a případně i klientů a výsledky lze díky podpoře spočítat a vyjádřit graficky.

Obsah:

- Proč hodnotit pravidelně? Komplementarita každodenního a pravidelného ročního hodnocení.
- Jak se rozhodnout pro formát hodnocení, aby odpovídal podmínkám a charakteru práce ve vaší firmě.
- Kompetenční model je základem pro výběr kritérií hodnocení.
- Jak operacionalizovat kompetenční model pro potřeby hodnocení?
- Jak kompetenční model zpracovat, pokud jej nemáte?
- Jak (ve spolupráci s odborníky) připravit hodnotící dotazníky (pro klasické nebo online 360 st. hodnocení)?
- Jak se zpracovávají a interpretují výsledky hodnocení?
- Jak pro pravidelná hodnocení získat manažery a ostatní pracovníky?

CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?

ZPĚT NA PŘEHLED

25. Generační a gender charakteristiky, využití specifického potenciálu

25.1. MEZIGENERAČNÍ DIALOG: MOST K POROZUMĚNÍ A SPOLUPRÁCI

Cíle:
Využít znalosti o generačních specifikách k posílení mezigenerační komunikace a synergie. Integrovat generace a odlišné generační přístupy pro hledání inovací a zvyšování týmového výkonu.

Obsah:

- Proč pociťujeme generační problém? Soužití více specifických generací v současnosti.
- Co stojí za nedorozuměními mezi zástupci různých generací?
- Kde se berou odlišné hodnoty a životní styly generací? Jak se "rodí" nové generace?
- Charakteristiky současných generací (X, Y a Z). Jak se rozdíly v praxi projevují?
- Jak posílit toleranci, respekt a kooperaci mezi generacemi v pracovním prostředí?
- Deset praktických rad, jak ve firmách optimalizovat mezigenerační komunikaci a kooperaci.
- Tvorba HR strategie pro lepší porozumění a spolupráci napříč generacemi

25.2. GENERACE MILENIÁLŮ A JAK S NIMI SPOLUPRACOVAT

Cíle:
Pochopit rozdíly mezi generacemi, historické, sociální aj. důvody jejich rozdílnosti. Naučit se vhodně reagovat na rozdíly různých generací se kterými se potkáme nejen na pracovišti. Lépe poznat, pochopit a využít potenciál generačních, skupin a jednotlivců.

Obsah:

- Proč jsme různí?
- Proč se vyplatí přistupovat k lidem s ohledem na jejich generační, ale i genderové, sociokulturní aj. charakteristiky?
- Jaké jsou současné generace?
- Jak využít potenciál odlišných generací? Je možná generační synergie?
- Generace a ostatní faktory diferenciace pracovníků.

25.3. VÝZNAM DIVERZITY V KORPORÁTNÍM PROSTŘEDÍ, BUDOVÁNÍ INKLUZIVNÍ KULTURY PRO DOSAŽENÍ CÍLŮ

Cíle:

Pochopit různé aspekty diverzity, včetně různorodosti pohlaví, věku, etnicity, náboženského přesvědčení, sexuální orientace a fyzické schopnosti. Naučit se správně reagovat na odlišnosti v globálních společnostech. Umět vytvářet a podporovat inkluzivní firemní kulturu a využívat ji k rozvoji.

Obsah:

- Může "rozličnost" přispívat k inovaci, kreativitě a vyšší výkonnosti v práci?
- Jak vytvářet a udržovat inkluzivní pracovní prostředí?
- Proč a jak respektovat a oceňovat jedinečné přispění každého zaměstnance?
- Jak zajistit efektivní komunikaci a spolupráci v kulturně a sociodemograficky různorodém týmu?
- Jak řešit případné problémy, konflikty, které plynou z odlišných "znaků" lidí v globální firmě?

25.4. GENERATION & GENDER LEADERSHIP: JAK CHÁPAT A VYUŽÍVAT ODLIŠNÉ GENERAČNÍ A GENDEROVÉ PŘEDPOKLADY?

Cíle:

Vnímat reálné specifické předpoklady generačních a genderových skupin a využívat je v zájmu synergie týmu. Zabránit diskriminaci generací a diskriminaci z hlediska pohlaví.

Obsah:

- Jak se liší jednotlivé generace? Jsou rozdíly podle pohlaví významné?
- Čím jsou dány generační rozdíly? Jak se vyvinuly rozdíly mezi pohlavími?
- Jak využít specifický generační a „gender" potenciál?
- Co je a co není diskriminace a jak využít specifické generační a genderové předpoklady?
- Generační a genderová synergie a jak ji docílit?

Business simulace a hry, strategie, procesy a projekty

26. Business simulace a hry / tréninky (MBT, RBBT, CBT, StartUp, ...)

26.1. BUSINESS SIMULACE: MANAGING BUSINESS TODAY

Cíle:
Posílit chápání vaší firmy jako jednoho harmonického obchodně-výrobního celku. Účastníci si díky pochopení celistvého obrázku businessových souvislostí odnáší schopnost odhalit důsledky různých rozhodnutí u odlišných oddělení obchodně výrobní firmy. Cílem je, aby veškeré důsledky účastníci uměli přesně „změřit" pomocí běžně užívaných KPI, jakož i KPI specifických pro vaši firmu. Ve svém důsledku je cílem posílit u vašich zaměstnanců „podnikatelskou prozíravost", a tím i výkonnosti vaší společnosti.

Obsah:

- Účastníci jsou rozděleni podle určitých charakteristik do 3-6 skupin po 2-4 účastnících. Každý tým převezme roli top-managementu výrobně-obchodní firmy a dostává za úkol řídit podnik v průběhu několika cyklů představujících v realitě 1 – 2 roky. V každém týmu jsou definované pozice (CEO, CFO, CSO, COO), které si v týmu rozdělí a následně mohou rotovat po členech v týmu.

- Simulované firmy si navzájem přímo konkurují a jejich cílem je postupně získat lepší pozici na trhu, zvýšit zisk, zlepšit finanční kondici a hodnotu firmy.

- Každý tým postupuje podle shodného procesu a postupně dostává šanci firmu změnit, ať už na základě intuice nebo na základě přesného plánu postaveného na analýze trhu a konkurence. V průběhu je možné investovat do efektivity výroby, kontinuálně zvyšovat kvalitu produkce, vyvíjet nové produkty, expandovat na nové trhy, investovat do marketingu, najímat nové zaměstnance atd.

- Po každém cyklu jsou výsledky průběžně vyhodnoceny a na závěr simulace je na základě předem definovaných KPI indikátorů určen vítěz.

26.2. BUSINESS SIMULACE: RETAIL BANKING BUSINESS TODAY

Cíle:

pochopení širších bankovních souvislostí a klíčových témat, která ovlivňují výkonnost retailové banky jako celku. Cílem je pochopit dynamiku bankovního prostředí a produktů a nutnosti neustále harmonizovat postup jednotlivých oddělení pro naplnění finální strategie retailové banky.

Obsah:

- Účastníci jsou rozděleni podle určitých charakteristik do dvou skupin, které v simulaci reprezentují dvě konkurující si banky.
- Každý tým má za úkol v průběhu několika cyklů dosáhnout co možná nejlepších výsledků, které jsou měřeny standardními bankovními KPI.
- V každém týmu jsou definované následující pozice: generální ředitel, obchodní ředitel, finanční ředitel, provozní ředitel, ředitel řízení rizik, ředitel IT a distribuce a ředitelé poboček.
- Obě simulované banky jsou na počátku ve shodné kondici. Oba bankovní týmy se po seznámení s fungováním trhu snaží vytvořit úspěšnou strategii, která má hlavní dva cíle: navýšit počet klientů a navýšit zisk. K tomuto cíli je však vede komplexní cesta, na které týmy: analyzují charakter klientských segmentů, analyzují kmenové portfolio poboček, nastavují sazby a poplatky u běžných, spořících a termínovaných účtů, nastavují sazby a poplatky u hypoték a spotřebních úvěrů, investují do marketingu a rozvíjí IT a bankovní aplikace.
- Řada rozhodnutí čeká na účastníky i při volbě jak bude využíván čas jednotlivých zaměstnanců. Účastníci mohou například přesunout více času na „upsell/cross-sell“, edukaci klientů pro zvýšení využití online bankovních kanálů atd. Virtuální trh řídí sofistikovaný bankovní model, který zohledňuje veškerá rozhodnutí bank a generuje reakci trhu. Po každém cyklu jsou výsledky vyhodnoceny na základě předem definovaných KPI indikátorů.

CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?

ZPĚT NA PŘEHLED

26.3. BUSINESS SIMULACE: CONSTRUCTION BUSINESS TODAY

Cíle:

Posílit chápání vaší firmy jako jednoho harmonického celku. Účastníci si díky pochopení celistvého obrázku businessových souvislostí odnáší schopnost odhalit důsledky různých rozhodnutí u odlišných oddělení stavební firmy. Cílem je, aby veškeré důsledky účastníci uměli přesně „změřit" pomocí běžně užívaných KPI jakož i KPI specifických pro vaši firmu. Ve svém důsledku je cílem posílit u vašich zaměstnanců „podnikatelskou prozíravost", a tím i výkonnosti vaší společnosti.

Obsah:

- Účastníci jsou rozděleni podle určitých charakteristik několika skupin po 2-4 účastnících. Každý tým převezme roli top-managementu stavební firmy a dostává za úkol řídit firmu v průběhu několika cyklů představujících v realitě 3-4 roky. Simulované firmy si navzájem přímo konkurují a jejich cílem je postupně získat více lukrativních zakázek, navýšit obraty a zisky firmy. Ať už se firmy zaměří více na soukromé nebo na veřejné zakázky, tak výsledek je po každém cyklu podroben analýze a srovnání s ostatními firmami.

- Každý tým postupuje podle shodného procesu a postupně dostává šanci firmu změnit, ať už na základě intuice nebo na základě přesného plánu postaveného na analýze trhu a konkurence. V průběhu je možné racionalizovat náklady na stavební výrobu, ale i změnit strukturu celofiremních nákladů. Týmy mohou nakupovat stroje nebo si je jen najímat. Mohou investovat do marketingu a průzkumu trhu, mohou zvyšovat produktivitu, nabírat nové zaměstnance, brát si úvěry u banky a celou řadu dalších aktivit.

- Po každém cyklu jsou výsledky průběžně vyhodnoceny a na závěr simulace je na základě předem definovaných KPI indikátorů určeny úspěšnější a méně úspěšné strategie.

CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?

ZPĚT NA PŘEHLED

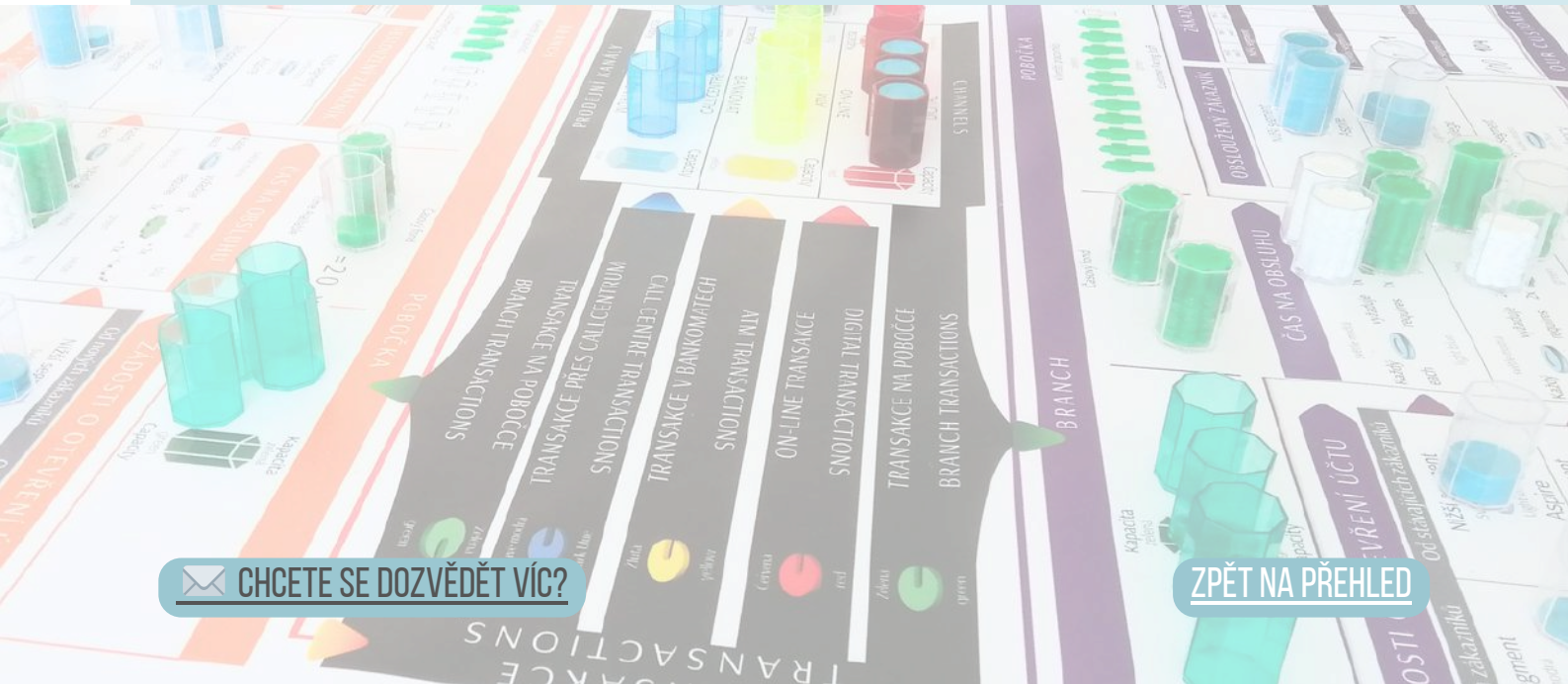
26.4. BUSINESS SIMULACE: RUNNING A SUCCESSFUL BUSINESS TODAY

Cíle:

Pochopit složitou a komplexní činnost spojenou s vedením menší firmy nebo vedením samostatného projektu. Převzít zápal a motivaci malého podnikatele a uplatnit je u svého projektu. Poznat realitu podnikání ve hravé a poutavé formě, nicméně zároveň v podobě, která obsahuje všechny podstatné aspekty úspěšně vedeného projektu. Zlepšit porozumění všech klíčových KPI ekonomických a obchodních indikátorů a tím výrazně snížit pravděpodobnost krachu celého projektu.

Obsah:

- Účastníci jsou rozděleni podle určitých charakteristik do několika skupin.
- Každý tým převezme malou firmu/ projekt a má za úkol v průběhu několika cyklů dosáhnout co možná nejlepších výsledků. V každém týmu jsou definované specifické pozice, které si v týmu rozdělí. Simulované firmy si navzájem přímo konkurují a jejich cílem je postupně získat lepší pozici na trhu, zvýšit zisk, zlepšit finanční kondici a hodnotu firmy či projektu.
- Každý tým postupuje podle shodného procesu a postupně dostává šanci firmu a její tým změnit, ať už na základě intuice nebo na základě přesného plánu postaveného na analýze trhu a konkurence.
- Každý tým řídí své vlastní podnikání a postupuje podle jednoduchého obchodního procesu, který zahrnuje řízení lidských zdrojů, získávání nových obchodů, nákupu materiálu, výrobu zboží nebo poskytování služeb, správu pohledávek a úhradu výdajů.
- Týmy následně sestavují a analyzují finanční výkazy svých provozoven, ale i celé firmy. Po každém cyklu jsou výsledky průběžně vyhodnoceny a na závěr simulace je na základě předem definovaných KPI indikátorů vyhodnocena celková úspěšnost projektového týmu.



CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?
ZPĚT NA PŘEHLED

27. Strategické řízení, vize, mise, hlavní úkoly

27.1. JAK MÍT VIZI A MISI, JAK ZPRACOVAT STRATEGICKÝ PLÁN FIRMY A STANOVIT KLÍČOVÉ ÚKOLY?

Cíle:

Umět provést analýzu vnějšího i vnitřního prostředí firmy, ověřit reálné předpoklady a příležitosti. Najít ideu, která bude nosná pro činnost firmy v příštích deseti letech. Osvojit si postupy formulování firemní vize a mise, které nebudou líbivými frázemi, ale budou vyjadřovat hodnoty a zájmy vlastníků i pracovníků. Správně nastavit hlavní úkoly firmy a zasadit je do reálného času.

Obsah:

- Vision Board - vytvořte si vizi vlastní firmy. Kam se chcete dostat za deset let?
- Co je to mise a jak ji formulovat? Je to v souladu s firemními hodnotami?
- Jak analyzovat vnější a vnitřní podmínky a předpoklady firmy? Stačí nám SWOT analýza?
- Multifaktorové analýzy k ověření strategických záměrů firmy.
- Zpracování strategického plánu a stanovení hlavních úkolů.
- Jak firemní strategii (transformaci) komunikovat pracovnímu týmu?

27.2. VIZE JAK Z KRIZE. JAK VČAS ROZPOZNAT, PŘEKONAT A VYUŽÍT KRIZI?

Cíle:

Připravit se na řešení krizových situací vyplývajících z globální ekonomiky. Umět reagovat na proměnu podmínek. Včas rozpoznávat krizové signály, sestavovat krizový plán a následně jej také prakticky a efektivně realizovat. Program posílí schopnosti rychlé adaptace na nové podmínky. Nastartuje změny v chování, ve vývoji produktů či služeb. Naučí, jak zachytit aktuální potřeby trhu a nově nastavit přístup ke klientům.

Obsah:

- Jak se vaše firma vypořádává s krizí, jaké typy krize přichází ve vaší firmě v úvahu.
- Najděte problémová místa v organizaci, kooperaci, logistice, výrobě i ve finančním řízení firmy.
- Charakter současné krize a proč na ni ti, kdo chtějí přežít, musí umět reagovat.
- Jaké jsou a jak se projevují etapy krize – od prvních vlaštovek až k bankrotu.
- Jak sestavit krizový plán. Procesem krizového managementu „od papíru k realizaci“.
- Krizová komunikace uvnitř firmy i navenek.
- Přijímání prozíravých rozhodnutí v nejisté a nepredikovatelné době.

28. Finanční řízení pro nefinanční manažery a specialisty

28.1. EKONOMICKÉ MYŠLENÍ MISTRA

Cíle:

Změnit typický pohled mistrů ve výrobě na ekonomiku firmy a posílit zodpovědnost za klíčové ekonomické ukazatele. Na praktických příkladech odhalit 3 klíčové pilíře ekonomického myšlení, rozhodování a plánování. Správné pochopení ekonomických souvislostí řízení výroby, výrobních nákladů a jejich vlivu na celofiremní ukazatele profitability, cash flow a potřeby kapitálu.

Obsah:

- „Finanční valčík" – jednoduchost business ekonomiky.
- Rozvaha: Co máme a kde jsme na to vzali?
- Pohled na ekonomické pohyby „přes ziskovost".
- Pohled na ekonomické pohyby „přes cash flow".
- Co ovlivňuje uklízečka a co mistr výroby?
- Proč jsou jiné parametry sledovány u top manažerů a jiné ve výrobě?

28.2. FINANCE PRO NEFINANČNÍ MANAŽERY

Cíle:

Poskytnout „firemní finanční gramotnost" všem nefinančním pracovníkům a zejména manažerům.

Obsah:

- Jak a proč citlivě vnímat hospodářský výsledek své firmy?
- Co jsou základní finanční ukazatele a výkazy?
- Co najdu v rozvaze a co ve výsledovce?
- Jak se „dělá" zisk a jak snadno „spadneme" do ztráty?
- Co vše rozhoduje o hospodářském výsledku?
- Jak může nefinanční manažer včas rozpoznat ekonomické tendence firmy a učinit potřebné kroky?

29. Projektové řízení - agilní a klasické (waterfall) vedení projektů, agile kultura

29.1. KLASICKÉ PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ – KDY JEJ UPLATNIT, PROČ A JAK? (METODA WATERFALL)

Cíle:

Pochopit rozdíl klasického a moderního pojetí projektového managementu. Vědět, za jakých podmínek využít klasický postup (přesně definovaný cíl a známé, vyzkoušené cesty k jeho dosažení). Umět projekt koncipovat, provést studii uskutečnitelnosti, naplánovat čas a zdroje, realizovat jej dle plánu a vyhodnotit jeho výsledky.

Obsah:

- Kdy dát přednost klasickému (waterfall) řízení projektů?
- Etapy řízení projektu, plánování, realizace, síťová analýza, vyhodnocení.
- Analýza rizik a plán protiopatření.
- Zdroje realizace projektu a jejich zajištění: čas, finance, lidé, materiál, technologie.
- Jak sledovat úspěšnost projektu?
- Longitudinální studie: simulovaný projekt stavby telekomunikační věže.

29.2. AGILE NANEČISTO: AGILNÍ ŘÍZENÍ PROJEKTŮ – KDY, PROČ A JAK MU DÁME PŘEDNOST?

Cíle:

Seznámit s agilními hodnotami a přenést je do způsobu myšlení a práce, což představuje: možnost rychlé změny, flexibilitu a aktivní hledání nových příležitostí, dynamickou produkci maximálně využívající inovativní potenciál každého člověka, synergii týmu na základě otevřené, svobodné, ale i odpovědné týmové komunikace a kooperace, jistotu uplatnění svých předpokladů v současné nejisté době.

Obsah:

- Co je agilní řízení (projektů)? Porovnání „waterfall“ a „agile“ způsobu řízení projektu.
- Jaké jsou role členů agilního týmu? Product Owner a Scrum Master.
- Jakou funkci má „daily stand-up“?
- Co je to „Sprint“? „Sprint review“ a „Sprint retrospective meeting“.
- Agilní projekt: stavba auta + finální zpětná vazba.

29.3. KDO DNES NENÍ AGILNÍ, JAKO BY ANI NEBYL

Cíle:

Odpovědět na otázku, proč a jak projít agilní změnou? Co znamená být agilní a proč je to dnes „in“? Jak udělat „agilní“ restart? Seznámit se s agilními hodnotami. Zbavit se obav a posílit svou nezávislost a svobodné rozhodování. Naučit se respektovat druhé, poznat a využívat to, co umí lépe než my. Přijmout individuální agilní mindset a zkusit si pracovat jako agilní tým.

Obsah:

- Nejdříve se agilně rozhodneme změnit styl své práce a svého myšlení.
- Projdeme osvobozující sebereflexí, najdeme své silné stránky a cesty jejich využití.
- Chopíme se inovativních příležitostí, které současnost nabízí.
- Začneme se samostatně rozhodovat bez vnější autority.
- Budeme pracovat v synergicky fungujícím týmu, naplněném respektem vůči druhým.
- Přijmeme agilní hodnoty jako individuální nastavení a jako pravidla týmové hry, kterou budeme hrát.
- Uplatníme koučování jako způsob komunikace a kooperace v týmu.
- A nakonec na vlastní kůži zažijeme výhody a užitky, která nám osvojení agilních hodnot a stylu práce přinese.

29.4. PROCESS/PROJECT MANAGEMENT

Cíle:

Porozumět rozlišení, ale i vzájemné vazbě procesního a projektového řízení. Naučit se kombinovat metody procesního a projektového řízení. Rozvrhnout projekt do postupných kroků, naučit se určovat kritickou cestu. Umět najít a analyzovat projektová rizika. Umět implementovat do projektů nezbytné změny. Naučit se sestavit projektový tým a koordinovat jeho práci.

Obsah:

- Jak spolu logicky souvisí procesy a projekty, co je proces a co projekt.
- Zásady řízení procesů. Postupy procesního řízení.
- Sestavení projektového týmu a pravidla práce jednotlivců na projektu.
- Postup řízení projektů - od koncepce a studie uskutečnitelnosti k plánování, realizaci a vyhodnocení.
- Řízení změny a řízení rizik.

smarter
training & consulting

Sledujte nás

www.smarter.cz

Smarter Training & Consulting

Kontaktujte nás

+420 725 867 229

smarter@smarter.cz

Vilová 8, 100 00 Praha 10

CHCETE SE DOZVĚDĚT VÍC?

ZPĚT NA PŘEHLED

Děkujeme vám za čas, který jste našemu katalogu věnovali a těšíme se na spolupráci s vámi!

BE
SMARTER
BE
ADVANCED

smarter
training & consulting

ZPĚT NA PŘEHLED

CHCI SE DOZVĚDĚT VÍC