

# Program lekce



## Jaká jsou pravidla dobré prezentace a komunikace?

Zamyslete se, jaká jsou podle vás pravidla pro úspěšnou komunikaci a prezentaci. Jak bych měl/a prezentovat? Čemu bych se měl/a naopak vyhnout?

[illegible]



## Prezentace vlastního podnikatelského plánu

Nyní budete prezentovat svůj podnikatelský plán, který jste si vypracovávali v průběhu celého kurzu. Připravte si krátkou prezentaci (maximálně na 5 minut). Pro prezentaci můžete využít například flip.

### V prezentaci by se měly objevit tyto informace:

- Úvod: uveďte váš podnikatelský plán (stručné představení podniku – co a kde budete dělat)
- Představte nabízené produkty/služby (jak se liší od stávající nabídky, jakou mají hodnotu pro cílové zákazníky)
- Informace o ceně produktů/služeb (jak budete stanovovat cenu)
- Stručné informace o trhu, na který hodláte vstoupit (jak je velký, jaká je konkurence...)
- SWOT analýza
- Informace o vašich zákaznících (kdo je můj cílový zákazník, jak je budu oslovovat)
- Finanční plán (kdy a jaký očekáváte zisk, jak budete financovat rozjezd vašeho podniku)

**Prezentace vlastního  
podnikatelského plánu  
v 1 minutě**

Představte si, že náhodou jedete ve výtahu s bohatým investorem, kterého se snažíte oslovit již několik měsíců, ale on pořád nemá čas. Nyní máte jedinečnou příležitost, říci mu o svém podnikatelském plánu, protože z výtahu vám tak snadno neuteče.

**Připravte si prezentaci vašeho plánu, která bude trvat pouze 1 minutu. Při přípravě prezentace zodpovězte na otázky:**

- Co je moje myšlenka
- Jak jsem s touto myšlenkou daleko
- Jaké trhy existují pro uplatnění mé myšlenky
- Jaké výhody na těchto trzích mám
- Jaké výhody mám oproti konkurenci
- Jak hodlám získat peníze
- Kolik budu potřebovat celkem
- Kdo je součástí mého týmu
- Jaký je potenciální zisk pro investora

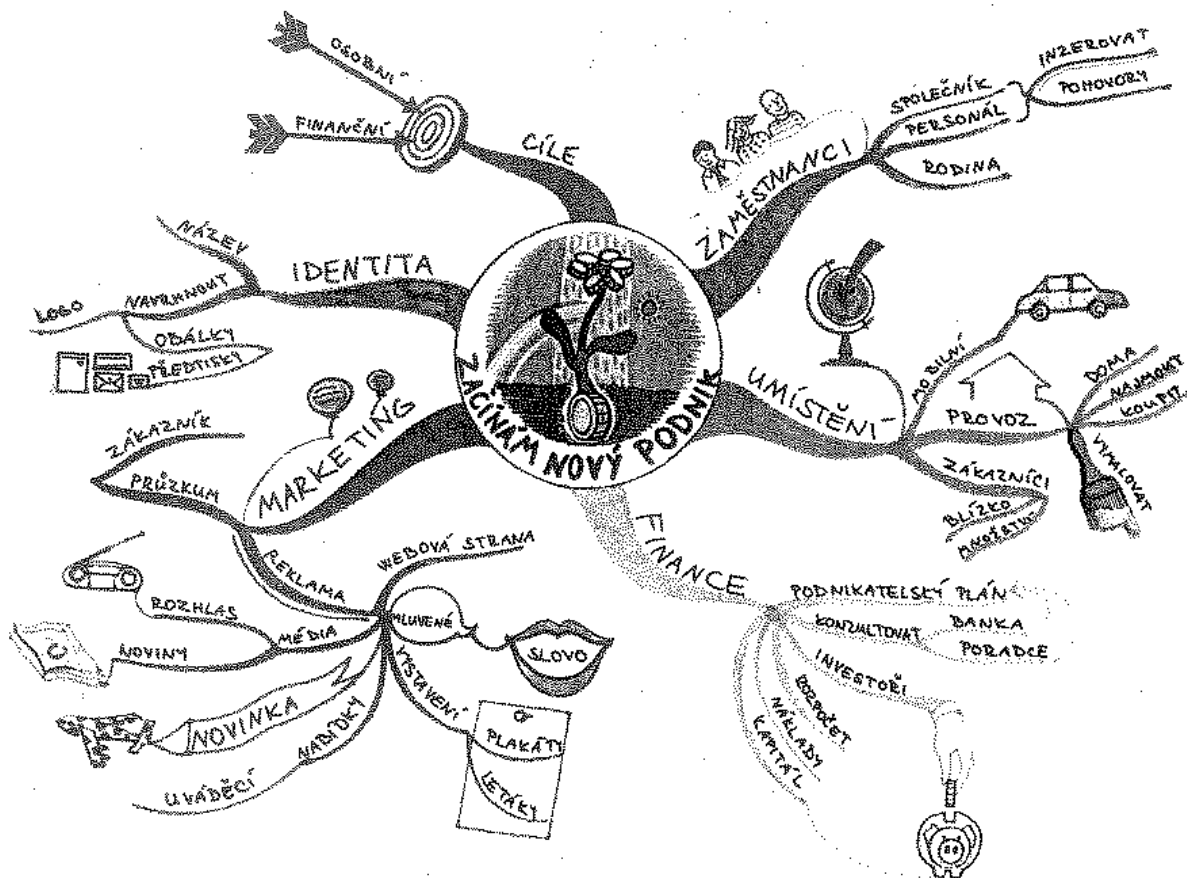
## Mentální mapování

Mentální mapa je organizačním nástrojem našeho mozku. Je to způsob, jak dostat informace **do** našeho mozku i **ven**. Je tvůrčím způsobem dělání poznámek, které mapují naše úvahy.

Mentální mapa se dá přirovnat k plánu města. Střed představuje centrum města – naši nejdůležitější představu. Hlavní třídy vedoucí do centra představují naše hlavní myšlenky, vedlejší ulice jsou méně důležité myšlenky. Různé obrázky či symboly značí důležitá místa, která nás mohou zajímat, zachycují v naší mentální mapě obzvláště důležité představy.

**Mentální mapy** vám pomohou naučit se, uspořádat a uskladnit tolik informací, kolik chcete a přirozeným způsobem je utřídit tak, abyste ke kterékoliv z nich měli okamžitý přístup.

**Co potřebujete?** Bílý nelinkovaný papír, barevná pera a tužky, mozek, představivost



## Akční plán

Cílem individuálního akčního plánu je stanovit, jak přesně budete postupovat při dosahování vašeho osobního cíle (např. úspěšně začít podnikat). Akční plán by měl také pracovat s vaší osobní motivací, posílit vaši aktivitu a iniciativu při dosahování cíle.

Plán vám pomůže ujasnit si, co všechno je třeba pro dosažení cíle udělat a v jakém časovém rozmezí si jednotlivé úkoly a akce naplánovat.

Nezapomeňte na to, že by váš akční plán měl být chytrý – SMART!



5

## Postup při stanovování individuálního akčního plánu

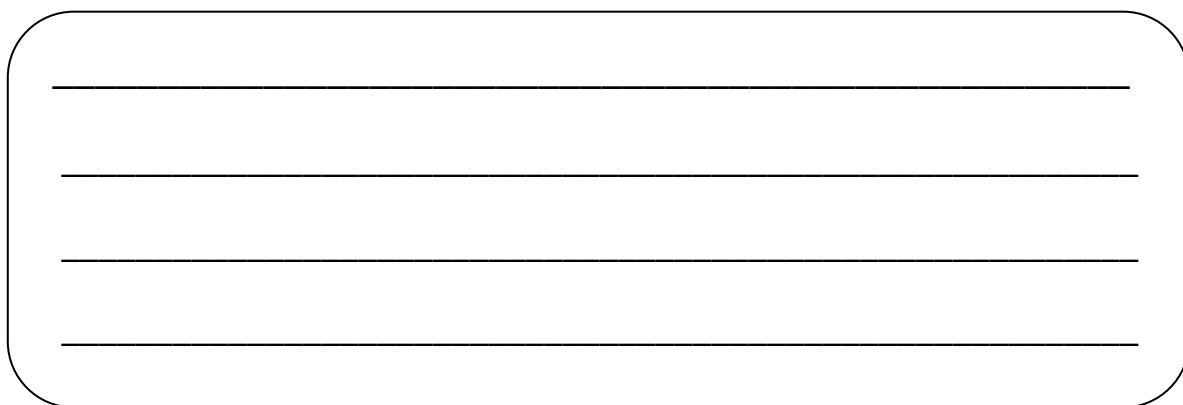
1. Nejprve si stanovte váš cíl, může to být malý i velký cíl a měl by se týkat vašeho podnikání.
2. Naplánujte si časový rámec – do kdy chcete dosáhnout tohoto cíle.
3. Zamyslete si nad svojí motivací cíle dosáhnout – proč jste si vybrali právě tento cíl?
4. Identifikujte, co všechno je třeba k dosažení cíle udělat, jaké aktivity je třeba podniknout (např. naučit se, připravit, najít informace, ...).
5. Rozdělte stanovené aktivity do jednotlivých kroků – které aktivitě se budete věnovat jako první, které jako druhé...
6. Ke každé aktivitě/úkolů napište, do kdy ji chcete splnit (konkrétní datum).
7. Zamyslete se, jaké své schopnosti a dovednosti využijete při dosahování cíle.
8. Zamyslete se, v čem se musíte zlepšit, abyste dosáhli cíle.

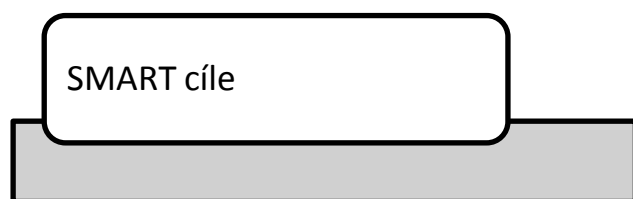
Můj individuální  
akční plán



6

**Nyní budete krátce prezentovat své akční plány před skupinou. Prostor pro vaše poznámky:**





Podívejte se znovu na SMART cíle pro kurz, které jste si stanovili na předešlých lekcích. Odpovězte na otázky:

- **Podařilo se mi naplnit můj cíl? Jak poznám, že jsem svého cíle dosáhl/a?**
- **Co mi při dosažení cíle pomohlo (vlastnosti, schopnosti, dovednosti, ...)?**
- **Co mi naopak v dosažení cíle bránilo?**
- **Změnil se nějak můj cíl v průběhu kurzu? Pokud ano, proč?**

A large, vertically oriented rounded rectangle with a black border. Inside, there are seven horizontal lines spaced evenly apart, intended for a student to write their answers to the questions above.

7

**Jak jsem na tom po ukončení kurzu? Jak jsem se posunul/a?**

## Výsledky testu

### 1) Jaký je rozdíl mezi s. r. o. a živnostníkem – kdo ručí za závazky z podnikání celým svým majetkem?

Fyzická osoba podnikající – živnostník

- jedná svým jménem, na vlastní zodpovědnost
- ručí za závazky z podnikání celým svým majetkem
- jednoduchý způsob založení, jednoduchá administrativa
- jednoduchý způsob zrušení / přerušení

Právnícká osoba – s.r.o.

- jedná svým jménem (jméno vybírají vlastníci = společníci)
- při založení s.r.o. musí vlastníci vložit do s.r.o. min. 200 000 Kč
- ručí za závazky z podnikání celým svým majetkem
- vlastníci ručí za závazky s.r.o. do výše svého vkladu
- náročnější administrativa a zrušení s.r.o.

### 2) K čemu slouží živnostenský rejstřík?

Podnikající osoby jsou vedeny v tzv. rejstříku nebo seznamu (např. obchodní rejstřík, živnostenský rejstřík, seznam Advokátní komory, seznam Komory daňových poradců atd.).

### 3) Jaké znáte druhy živností?

1. živnosti ohlašovací = živnosti řemeslné, vázané a volné
2. živnosti koncesované

### 4) V jakém dokumentu najdete informace o živnostenském podnikání (například o tom, jaké jsou podmínky pro provozování živnosti)? V tomto dokumentu najdete také seznamy živností a specifické podmínky, které musíte splnit, když si vyberete tuto živnost.

Živnostenský zákon (Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání)

### 5) Na jaké úřady se registrujete pomocí Jednotného registračního formuláře a co hlásíte/k čemu se registrujete na těchto úřadech?

- Živnostenský úřad – ohlášení živnosti (případně žádost o koncesi)
- Finanční úřad – přihláška k daňové registraci (daň z příjmů, jiné daně)
- Správa sociálního zabezpečení – oznámení o zahájení samostatné výdělečné činnosti, přihláška k důchodovému pojištění, dobrovolně přihláška k nemocenskému pojištění
- Zdravotní pojišťovna – v případě trvalého pobytu – veřejné zdravotní pojištění, oznámení o zahájení samostatné výdělečné činnosti



## 6) Jaké odvody platí podnikatelé státu v průběhu podnikání – pravidelné zálohy každý měsíc? A co musí udělat podnikatelé jednou za rok?

1. Sociální zabezpečení / sociální pojištění (povinně důchodové pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti, dobrovolně nemocenské pojištění), zálohy se platí do 20. dne měsíce následujícího

2. Zdravotní pojištění (pouze v případě, když mají přístup k veřejnému zdravotnímu pojištění, pokud ne, musí si zaplatit komerční pojištění jednorázově na celou dobu povoleného pobytu v ČR) – zálohy se platí do 8. dne měsíce následujícího

Jednou za rok musí odevzdat roční vyúčtování (vyplněný formulář Přehled o příjmech a výdajích) na OSSZ a zdravotní pojišťovnu (jenom když platí zálohy, tj. když mají veřejné zdravotní poj.) .

## 7) Jak zjistíme daňový základ = z čeho budeme počítat daň z příjmů? Kdy a kam musíme odevzdat daňové přiznání?

Daňový základ – rozdíl mezi příjmy a výdaji, které podnikatelé dosáhli za kalendářní rok. Sazba daně je 15%.

Daňové přiznání odevzdáváme na finanční úřad do 1. 4. následujícího kalendářního roku.

## 8) K čemu slouží popis a průzkum trhu? Co by mělo být součástí popisu a průzkumu trhu?

Důležitým zdrojem informací o klientech a stavu na trhu, na který chci vstoupit, mi zajistí tzv. průzkum trhu. Jedná se zjišťování informací zejména o těchto oblastech:

- ➔ konkurence
- ➔ partneři/dodavatelé
- ➔ klienti

Cílem průzkumu trhu je zjistit, co nejvíce možných informací. Po průzkumu trhu bych měl znát svého zákazníka, např. jak je starý, jaký má zhruba příjem, jaké má zájmy, jaké hodnoty vyznává, co ho motivuje k nákupu atd. Stejně tak je důležité znát své potenciální partnery a dodavatele.

## 9) Co uvádíme v rozpočtu pro podnikání?

Obsahuje veškeré náklady/výdaje, které mi v podnikání vzniknou, nebo očekávám, že vzniknou.

Při sestavování rozpočtu je důležité nevynechat žádný náklad/výdaj, který v budoucnu budeme mít.

## 10) Co je to cash-flow? Proč je dobré mít o cash-flow přehled?

Jedná se o tok peněz ve firmě, tzn. na bankovním účtu a v pokladně. Vypovídá o tom, kolik peněz jsme v podnikání opravdu vyprodukovali a na co jsme peníze použili.

Abychom věděli, kolik peněz máme v daný moment k dispozici. To je důležité zejména v okamžiku, když připravujeme novou zakázku. Musíme vědět, zda máme na nákup a platby našim dodavatelům. Přehled cash-flow mi dá odpovědi na otázky typu:

- budu mít na zaplacení nájemného?
- budu mít na zaplacení mezd zaměstnancům?

## 11) Co je to rozpočet přežití? Proč je důležitý?

Rozpočet pro přežití je také velmi důležitý. Spočítáme si, kolik peněz musíme minimálně vydělat každý měsíc, abychom nezkrachovali. Při sestavování rozpočtu přežití bychom se měli zamyslet nad těmito otázkami:

- Kolik potřebuji na běžný provoz domácnosti?
- Jak dlouho bude trvat období, kdy budu mít nízké zisky?
- Jaké množství peněz bych si měl nechat stranou pro případ, že očekávané zisky nebudou tak vysoké?

I tyto náklady/výdaje je třeba brát v úvahu a počítat s nimi, když si připravuji rozpočet pro podnikání. Nesmím zapomenout zejména na placení nájmu, potravin atd.

10

## 12) V jakém případě (jaké situaci) budete vystavovat fakturu a kdy budete vystavovat příjmový pokladní doklad?

Faktura – je to doklad, který říká, že bylo od dodavatele nakoupeno zboží, výrobek nebo služba za určitou cenu. Odběratel je povinen tuto cenu do určitého data zaplatit. Tento doklad bychom měli vystavit vždy, když hodnota zboží/výrobku/služby bude vyšší než 10 000 Kč.

Příjmový pokladní doklad – je to doklad, na kterém je uvedeno, že odběratel zaplatil cenu za zboží/výrobek nebo službu v hotovosti a den, kdy se tak stalo.

## 13) Proč musí podnikatelé vést účetní evidence?

Sledujeme své podnikatelské příjmy, výdaje, majetek a další. Víme, jaké máme příjmy z podnikání, případně výdaje v podnikání, na základě toho vypočítáváme daň, je to také kontrola našeho podnikání, informace pro úřady.

## 14) Jaký je základní rozdíl mezi daňovou evidencí a evidencí ve způsobu výdaje procentem z příjmů – co evidují v těchto dvou případech?

V případě evidence „výdaje uplatňované procentem z příjmů“ sledujeme jenom příjmy, hmotný majetek a závazky, nesledujeme výdaje. Výdaje se stanoví procentem z příjmů.

U daňové evidence sledujeme příjmy i výdaje, závazky, majetek.

## 15) Co je to příjem, co je to výdaj? Co to jsou „výdaje na dosažení, udržení a zajištění příjmů“?

Příjem

- příjem je, když nám přijdou peníze na bankovní účet, nebo obdržíme peníze v hotovosti
- příjem tedy nastává právě v okamžiku, kdy jsme peníze obdrželi

Výdaj

- výdaj je, když nám odejdou peníze z bankovního účtu, nebo vydáme peníze v hotovosti (například za něco zaplatíme)
- výdaj tedy nastává v okamžiku, kdy jsme se zbavili peněz

Výdaje sloužící k dosažení, zajištění a udržení příjmů:

- Tyto výdaje po zaplacení můžeme odečíst od svých podnikatelských příjmů. Z tohoto rozdílu budeme vycházet při výpočtu svých daňových povinností a plateb odvodů na všeobecné (veřejné) zdravotní pojištění a sociální zabezpečení (sociální pojištění).
- Jsou to nejčastěji nákupy zboží a služeb, které vynakládáme za účelem, abychom vydělali peníze v našem podnikání.

11

## 16) Proč je nutné znát rizika v našem podnikání?

Každý začínající podnikatel by měl umět definovat rizika v jeho podnikání, aby byl schopen těmto rizikům předcházet nebo je minimalizovat.

**ZAPAMATUJTE SI!**

## Zásady dobré komunikace

**Na co myslet při přípravě obchodního jednání/prezentace:**

- **Pro koho?**

Kdo jsou mí posluchači (věk, profese, kolik toho vědí o tématu)? Zjistěte, do jaké míry partner při jednání zná váš podnik a problematiku, o které budete jednat. Na úvod můžete zařadit několik jednoduchých otázek, abyste zjistili co už o vás a vašem podnikání ví.

- **Co?**

Co je účelem mé prezentace, čeho chci dosáhnout?

Jaké mohu čekat dotazy?

- **Jak?**

Kolik mám času?

Jak to udělat zajímavé?

Jaké prezentační pomůcky použiji (prezentace, flip, tištěné materiály...)?

- **Kde?**

Kde budu prezentovat? (uspořádání místnosti, technické vybavení...)

- Logický, strukturovaný projev
- Uspořádejte své myšlenky, než začnete prezentovat
- Nesnažte se sdělit najednou všechny informace, vyberte jen ty podstatné
- Uzpůsobte délku prezentace konkrétní situaci
- Vnímejte své posluchače- udržujte oční kontakt
- Mluvený projev a body language musí být v souladu
- Prezentujte zpaměti
- Na otázky odpovídejte přímo a jasně
- Měňte polohu a tempo hlasu
- Mluvte nahlas, přizpůsobte hlas k zdůraznění hlavních bodu, podstaty
- Vyzkoušejte si svou prezentaci doma nanečisto (před zrcadlem, na kameru...)

## První dojem

Téměř vše se rozhodne v prvních 5 minutách!

- Postavte se vzpřímeně a sebevědomě.
- Začněte pauzou a úsměvem.
- Pozdravte a úvodní větu odprezentujte v klidném tónu a nazpaměť.
- Poděkujte za možnost setkání, předejte partnerovi vizitku. Pokud obdržíte jeho vizitku, pečlivě si ji prohlédněte, jde o výraz úcty, nepiště na ni, nekrčte ji.
- Začněte v uctivé vzdálenosti. Nehrňte se příliš energicky k obchodnímu partnerovi. Nenapřahujte ruku k pozdravu jako první. Počkejte, až vás domácí uvítá, nabídne místo k sezení, případně vyzve k tomu, abyste si odložili (nikdy to nedělejte sami).
- Sedněte si tak, aby vás měl obchodní partner „po ruce“. Pokud partner nabídne místo u jednacího stolu, v devíti z desíti případů vám nabídne místo naproti sobě. Tohle místo není nejvýhodnější, pokud chcete, aby s vámi klient spolupracoval. Pokuste se sednout si tak, aby mezi vámi a klientem byl pravý úhel.
- Pohodlně se usadte a teprve potom začněte hovořit. Dříve než spustíte, rozložte a uspořádejte si na jednacím stole materiály, poznámkový blok, propisku a všechny další pomůcky, které budete v průběhu obchodního jednání potřebovat. Jeho pracovní se stává i vaší pracovní.

13

## Úloha komunikačních kanálů

- V každodenních situacích  
Slova 30%  
Hlas 30%  
Řeč těla 40%
- V případě přesvědčování  
Slova 7%  
Hlas 38%  
Řeč těla 55%

## 5 zásad aktivního naslouchání

- Nechte protistranu hovořit, povzbuzujte
- Udržujte oční kontakt
- Dávejte pozor na neverbální komunikaci
- Poskytujte zpětnou vazbu
- Ujistěte se, že chápete, co protistrana říká

**Vzdálenosti mezi partnery při komunikaci**

Tři zóny komunikační vzdálenosti:

- **Intimní prostor** (15 až 45 centimetrů) je nejdůležitější ze všech osobních zón. Člověk jej chrání jako své osobní vlastnictví. Mohou do něj vstoupit pouze nejbližší osoby, tedy milenci, rodiče, manželé, děti, blízcí přátelé a příbuzní.
- **Osobní prostor** (46 až 120 centimetrů): takovou vzdálenost mezi sebou lidé udržují na večírcích, při podnikových oslavách, společenských událostech a přátelských setkáních.
- **Společenský prostor** (1,2 až 3,6 metru): takovou vzdálenost udržujeme mezi sebou a cizími lidmi.

**Jak zatraktivnit podnikatelský plán**

Jestliže představujete svůj podnikatelský plán potenciálnímu investorovi či poskytovateli půjčky, zamyslete se, které informace jsou nejdůležitější.

14

**Při tvorbě podnikatelského plánu pro investory:**

- Používejte krátké a jednoduché věty
- Z úvodní části plánu by mělo být jasné, jaké jsou výhody vašeho podniku a v čem je podnik jedinečný
- Dejte si pozor na nereálné nebo všeobecné popisy typu (unikátní příležitost, produkt se prodává sám, zaručená návratnost).
- Nepište podmiňovací způsoby (typu: mohlo by být zajímavé).
- Grafická úprava: dobře působí barvy a grafy.
- Investor by po přečtení vašeho plánu měl mít jasno, kolik peněz potřebujete a jaký bude jeho zisk.
- Nechte svůj plán přečíst někoho známého, kdo nemá informace o vašem oboru podnikání. Pokud pro něj bude plán srozumitelný, můžete jej bez obav předložit investorům.
- Pokud se jedná o váš první kontakt s investorem, předložte plán bez detailního popisu procesů. V první fázi jednání většinou není čas na přílišné podrobnosti. Na diskrétnost či morálku se v tomto případě nelze spoléhat, proto předložte zkrácenou verzi vašeho podnikatelského plánu.
- Před představením detailního plánu byste s investorem měli uzavřít smlouvu o mlčenlivosti. V případě půjčky od banky je situace jednodušší, banky jsou vázány bankovním tajemstvím.

### Hodnocení mé prezentace

Než budete prezentovat svůj plán nebo nabízet své služby zákazníkům, vyzkoušejte si vaši prezentaci nejprve doma nanečisto. Můžete požádat vaši rodinu či známé, aby si prezentaci poslechli a dali vám zpětnou vazbu. Požádejte posluchače, aby se během prezentace zaměřili na následující:

- **Jak bych ohodnotil/a celkový dojem z prezentace?** Na stupnici 1–6: 1 nejhorší, 6 nejlepší
- **Struktura prezentace**
  - Měla prezentace jasný úvod a závěr?
  - Byla prezentace logicky seřazena?
  - Dodržel prezentující časový limit?
- **Styl prezentace**
  - Bylo prezentujícímu dobře rozumět?
  - Mluvil/a jasně?
  - Byl projev přesvědčivý?
  - Udržel moji pozornost?
  - Udržoval/a oční kontakt s posluchači?
  - Jak na mě působil body language? Byl v souladu s mluveným projevem?
  - Dostal jsem dostatek informací o podnikatelském plánu/podniku?
- **Prezentace plánu/podniku a produktů/služeb**
  - Vysvětlil/a čím se podnik zabývá, kde bude atd.?
  - Mám nyní dobrý přehled o nabízených produktech/službách?
  - Víím jak se produkty/služby liší od stávajících produktů? Jakou přináší hodnotu cílovým zákazníkům?
  - Mám přehled o zkušenostech, dovednostech prezentujícího?
- **Prezentace o trhu**
  - Víím, kdo jsou stávající a potenciální zákazníci?
  - Víím, kdo jsou stávající a potenciální konkurenti?
  - Víím, jak hodlá na trh vstoupit?

15

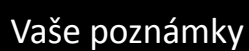
**Více informací získáte například zde:**

**Mentální mapování** – Tony Buzan, Praha, 2007

**Pravidla společenského chování:** <http://www.ipodnikatel.cz/Komunikacni-dovednosti/etiketa-je-zakladni-kamen-uspesne-komunikace.html>

**Neverbální komunikace** – Oldrich Tegze, Computer press, 2003

**Řeč těla** – Allan Pease, Portál, 2001



16