

Sztuka nowoczesnych negocjacji handlowych

„Dobić targu”, to tylko jedno z całej gamy stwierdzeń próbujące opisać istotę negocjacji. Tak naprawdę nasza codzienność to ogromny stół negocjacyjny, przy którym każdy z nas wielokrotnie w ciągu dnia zasiada, negocjując prawie wszystko. Począwszy od spraw prywatnych po sprawy służbowe. Ustalenia podjęte w czasie negocjacji umożliwiają nam wyznaczanie celów i determinują możliwości ich realizacji.

Bardzo wielu ludzi na świecie, uczy się w negocjacjach handlowych stosowania strategii win/win. Chodzi o to, aby tak prowadzić negocjacje, żeby „wilk był syty i owca cała”. Tyle tylko, że gdyby takie strategie zawsze działały, to firmy na tym świecie by nie bankrutowały i wszystkie dobrze funkcjonowały.

Wynik - bardzo często wychodzimy z negocjacji z poczuciem przegranej. Oczywiście nie będziemy burzyć kilkudziesięcioletniego dorobku Harvardu ale zastanówmy się - co byłoby, gdyby przyjęc takie założenie: strategia win/win ma działać zawsze i wszędzie ale wyłącznie na poziomie emocji osoby, z którą negocjujesz.

Negocjacje handlowe mają dwa aspekty: merytoryczny i psychologiczny. Sukces na poziomie merytorycznym definiowany jest poprzez poszczególne parametry negocjacyjne - osiągnięcie celu, stosowanie się do zaplanowanych ustępstw. Sukces na poziomie psychologicznym oznacza, obie strony są zadowolone z wyniku i udało nam się zbudować platformę pod dalszą współpracę.

Mam jednak pytanie: „czy zdarzyło Ci się obniżyć cenę zanim kontrahent Cię o to poprosił?” Czy dałeś się złapać na tzw. „nagrodę w raju”, kiedy Klient mówi „Proszę mi teraz obniżyć cenę, a następne zamówienie będzie dużo większe”, niestety kolejnego zamówienia już nie było.

Dla uzyskania niskich cen czy innych korzyści kupujący stosują często nieświadomie, zróżnicowane techniki zakupowe. Zawsze jednak jest to pewna gra - raz się w nią wygrywa a raz przegrywa. Powstaje pytanie, co jest zatem decydujące? Wydaje się, że w zasadzie trzy elementy są kluczowe: wypracowany zwyczaj negocjowania, gruntowne przygotowanie do procesu negocjacji oraz umiejętność zastosowania odpowiednich technik negocjacyjnych w konkretnych sytuacjach.

Te warsztaty negocjacyjne zostały zaprojektowane właśnie w tych trzech celach. Zapraszamy wszystkich, który chciałby podnieść swoje kompetencje w zakresie negocjowania.

Celem głównym szkolenia jest przygotowanie uczestników do prowadzenia negocjacji handlowych, w taki sposób, aby zrealizować założone cele, a jednocześnie budować długotrwałe relacje z Klientami.

W trakcie szkolenia uczestnicy pogłębią swoją wiedzę na temat:


- co buduje naszą siłę w negocjacjach,
- dobierania właściwej strategii negocjacyjnej do specyfiki prowadzonych rozmów,
- procesu negocjacyjnego i związanych z tym uwarunkowań biznesowych,
- ustalania obszaru negocjacji i obszaru porozumienia,
- poznanie 49 strategii anty manipulacyjnych opartych na najczęściej spotykanych taktykach negocjacyjnych,
- efektywnej techniki przygotowania się do negocjacji,
- ustalania BATNA własnej i partnera w negocjacjach,
- najbardziej typowych zagrywek stosowanych przez Klientów,

- jak wykorzystać asertywność w panowaniu nad rozmową negocjacyjną.

Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili:

- zaplanować realne cele negocjacyjne i konsekwentnie zmierzać do ich realizacji,
- dobrać odpowiednią strategię negocjowania do specyfiki prowadzonych rozmów,
- przygotować się do procesu negocjacji na poziomie określenia brzegowych warunków (precyzyjnie określać obszar porozumienia),
- stosować w praktyce podstawowe strategie negocjacyjne - od otwarcia po zakończenie rozmów,
- rozpoznawać najczęściej stosowane gry manipulacyjne w negocjacjach,
- modelować proces negocjacji w pożądanym przez siebie kierunku i rozwiązywać sytuacje patowe.

Grupa docelowa	Szkolenie dedykowane jest dla pracowników działów handlowych, sprzedawców i doradców handlowych bezpośrednio odpowiedzialnych za sprzedaż produktów i usług. Zarówno dla osób rozpoczynających pracę, jak i z kilkuletnim doświadczeniem oraz dla osób zainteresowanych tematyką negocjacji.
Program szkolenia	Szczegółowy zakres szkolenia zostanie dopasowany do specyfiki firmy, branży oraz potrzeb Klienta.
Metody pracy	Szkolenie ma charakter warsztatowy. Ponad 80% czasu przeznaczone jest na ćwiczenia angażujące wszystkich uczestników w celu wypracowania i przećwiczenia konkretnych umiejętności. W trakcie szkolenia odwołujemy się do zasad efektywnego uczenia się dorosłych. Wykorzystane zostaną następujące techniki: burza mózgów, ćwiczenia indywidualne i grupowe, testy, gry symulacyjne, analizy case study, psychodrama.
Charakter szkolenia	Otwarte lub wewnętrzne realizowane w grupie od 4-16 osób lub według indywidualnych ustaleń.
Czas trwania	Od 2 do 6 dni. Każdy z modułów szkoleniowych trwa 90 minut. Szkolenie odbywa się w godzinach 9-17 lub w uzgodnionych indywidualnie z Klientem.
Materiały szkoleniowe	Materiały szkoleniowe są uzupełnieniem do materiału omawianego w trakcie szkolenia. Uczestnicy otrzymują je w formie drukowanej.
Miejsce realizacji szkolenia	W siedzibie Klienta lub w miejscu przez niego wskazanym.
Raport poszkoleniowy	Po realizacji szkolenia przygotowujemy jest raport zawierający podsumowanie szkolenia, najważniejsze wnioski, rekomendacje dotyczące działań na przyszłość.



Wsparcie szkoleniowe	W ciągu jednego miesiąca po szkoleniu służymy wsparciem. Zapraszamy do kontaktu, zadawania pytania odnośnie zagadnień realizowanych na szkoleniu.
----------------------	---

Wyślij zapytanie, a przedstawimy Ci szkolenie dostosowane do specyfiki i potrzeb Twojej firmy!

Zapraszamy do kontaktu, tel. 22/ 839 55 99 wew. 225

MCS sp. z o.o. sp. k., ul. Czerna 14, 00-732 Warszawa

mcs@mcs.edu.pl, www.mcs.edu.pl

