

Warsztaty Negocjacyjne

„Różnica, która stanowi o różnicy”
, czyli tajemnice najlepszych negocjatorów!



Cel szkolenia

Celem warsztatów jest przygotowanie uczestników do wygrywania w negocjacji handlowych, poprzez przećwiczenie realnych sytuacji negocjacyjnych używając do tego celu opisu trudnych sytuacji biznesowych autorstwa uczestników szkolenia.

Korzyści z warsztatów. Dzięki temu szkoleniu uczestnicy popełniać będą mniej błędów w procesie negocjacji oraz skutecznie stosować sprawdzone praktyki negocjacyjne, co w prostej linii przyczyni się do wygrywania na coraz trudniejszym rynku. **Przećwiczymy wszystkie trudne sytuacje biznesowe autorstwa uczestników, wypracujemy Listę Dobrych Praktyk w negocjacjach z trudnym klientem oraz dostarczymy uczestnikom gotowych rozwiązań w konkretnych ich sytuacjach negocjacyjnych.**

Korzyści ze szkolenia

Program szkolenia

Warsztaty te zrealizowane będą na bazie rzeczywistych trudnych sytuacji negocjacyjnych (case study). Tylko taki format warsztatów negocjacyjnych gwarantuje stworzenie oraz sprawdzenie podczas szkolenia narzędzi, które dają realną szansę na ich skutecznie zastosowanie w praktyce.

A. Warsztaty te realizowane będą z użyciem NAJTRUDNIEJSZYCH casów, pochodzących z obszaru pracy uczestników szkolenia (negocjatorów)

B. Każdy uczestnik szkolenia/warsztatów przygotuje po minimum 2 bardzo trudne casy.

1. Format casu - format trudnej sytuacji sprzedażowej/negocjacyjnej:
 - a. Opis - minimum ½ strony formatu A-4
 - b. Cel negocjacji
 - c. Stopień znajomości klienta i osób po stronie klienta:
 - nowy klient/nowe osoby
 - znany klient/nieznane osoby
 - znany klient/znane osoby
 - d. Poziom relacji z klientem:
 - relacje (złe/poprawne/dobre)
 - e. Okoliczności utrudniających przebieg procesu negocjacji:
 - Im więcej okoliczności, tym bardziej wartościowa będzie dana sytuacja

- e. Okoliczności utrudniających przebieg procesu negocjacji:
- Im więcej okoliczności, tym bardziej wartościowa będzie dana sytuacja
 - Po stronie Klienta mogą pojawić się:
 - atak na Negocjatora
 - manipulacja ze strony Klienta
 - mówienie nieprawdy
 - uciekanie od sedna sprawy
 - presja czasu
 - interpretacja faktów korzystna tylko dla Klienta
 - niedotrzymywanie obietnic przez Klienta
 - różnorakie triki (*na litość, szantaż: „albo ... albo ...”, mamienie dużymi transakcjami w przyszłości, „szef mnie zabije”,*)
 - nieczysta gra (*gra obietnicami, gra, że Klient ma nieograniczone możliwości,*)
 - inne czynniki/uwarunkowania utrudniające negocjowanie:

C. Grając rolą trudnego klienta, uczestnik będzie przyjmował postawę klienta, opisaną w własnym case study

D. Grając rolę negocjatora, Uczestnik wystąpi w jednej z opisanych w case studiu przez jego kolegę/koleżankę z zespołu

E. Dobór case study i odgrywanych ról - losowy

F. W czasie udzielania feedbacku będziemy sięgać po przerobiony wcześniej materiał merytoryczny



Warsztaty będą interaktywne, czyli w równym stopniu będą angażowały wszystkich uczestników. Warsztaty te będą realizowane wyłącznie formule ćwiczenia tzw. „Akwarium” podczas których będziemy pracować na rozwiązywaniu najtrudniejszych przypadków biznesowych (*negocjacyjnych*) autorstwa uczestników warsztatów - **CASE STUDY’S**. Wspomniane case study’s dostarczą uczestnikom kompletną listę Dobrych Praktyk do zastosowania w biznesie oraz rozwiążą konkretne trudne sytuacje negocjacyjne w ich życiu zawodowym!



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.