

Negocjacje z sieciami.

Rynek XXI wieku, to bogactwo ofert, ostra konkurencja oraz wygórowane potrzeby Klientów. Sprzedaż do nowoczesnych sieci handlowych wymaga dzisiaj wyjątkowych kompetencji. Dzisiejszy sprzedawca oprócz umiejętności proponowania konkretnych produktów musi być profesjonalnym doradcą. Dzisiejszy sprzedawca pomaga kupcom w identyfikacji ich potrzeb, dopasowuje do tych potrzeb własną ofertę, wspiera kupców w podjęciu decyzji kupna, rzeczowo argumentuje oraz wyjaśnia obiekcje/zastrzeżenia.

W sytuacji bogactwa podobnych biznesowo ofert na rynku, decyzje klientów uzależnione są od postawy sprzedawcy i umiejętności zbudowania relacji zaufania biznesie.



Po ukończeniu zajęć uczestnicy będą potrafili przygotować się do negocjacji z kupcami z sieci, określać obszar negocjacji i zmienne negocjacyjne. Będą również w mądry biznesowo sposób dokonywać ustępstw dających rentowność ich biznesu. Poznają również techniki negocjacyjne, techniki radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych oraz techniki/taktyki zamykania negocjacji.

Cel szkolenia

Korzyści ze szkolenia

Po tym szkoleniu uczestnicy będą panować na przebiegiem negocjacji w sposób gwarantujący ich oczekiwany przebieg oraz nie będą popełniać klasycznych błędów negocjacyjnych. Osiągną pewność siebie niezbędną dla skutecznej gry negocjacyjnej oraz będą negocjować w sposób „pilnujący” rentowości ich biznesu.

Program szkolenia

1. Pigułka teorii - sprzedaż a negocjacje

- Kiedy rozpoczyna się prawdziwa sprzedaż?
- Kiedy rozpoczynają się prawdziwe negocjacje?
- Różnice między negocjacjami a „serwisowaniem” sprzedaży
- Sytuacje nie negocjacyjne w procesie kupna-sprzedaży

2. Skuteczny negocjator - postawa/cechy

- Rola i znaczenie początkowych nastawień obu stron negocjacji
- Nastawienie stron a strategia WIN –WIN
- Dylematy negocjatora w procesie negocjacji
- Style negocjowania skutecznego negocjatora a typy osobowości klientów
- Cechy zachowania i umiejętności skutecznego negocjatora
- Świadomość wysokich kompetencji negocjatora po drugiej stronie a postawa negocjatora

3. Matematyka negocjacyjna

- BATNA , czyli „ *Best alternative to a negotiated agreement* ” - najlepsza alternatywa negocjowanej umowy
- BATNA nasza
- BATNA drugiej strony
- Nasza BATNA a n–asze opcje (*warianty*)
- Konsekwencje złej oceny BATNY naszej i klienta
- ZOPA. Możliwy Obszar Negocjacji
- DOWN LINE. Dolna Linia Negocjacji

4. Segmenty propozycji/negocjacji/ustaleń w negocjacjach handlowych

- Określanie celów, obszarów i zmiennych negocjacyjnych
- Ustalanie pozycji wyjściowych dla zmiennych negocjacyjnych, oraz widełek negocjacyjnych + nadanie im odpowiedniej wagi
- Kontrakt i ustalenia końcowe

5. Propozycje i ustępstwa

- Rola ustępstw w procesie negocjacji, czyli dlaczego czynimy ustępstwa
- Jak i kiedy ustępować?
- Jak stawiać i reagować na zastrzeżenia?
- Czym są zastrzeżenia dla każdej ze stron? Rola presji
- „Negocjacje rozpoczynają się z chwilą, gdy klient mówi - „*NIE*”
- „*Jeżeli godzisz się na niepotrzebne ustępstwa to jesteś darmowym pracownikiem twojego klienta!*”
- Wymienianie się ustępstwami w obszarze kosztów i zysków
- Zasada równowagi ustępstw

6. Przebieg negocjacji - sedno sprawy!

- Plan i scenariusz negocjacji
- Strategie negocjacyjne
- Reakcje na zachowanie i decyzje drugiej strony
- Taniec negocjacyjny. Kto prowadzi negocjacje?
- Przeciąganie liny i blefowanie a wynik negocjacji
- Pokochaj słowo „NIE” ze strony klienta, gdyż to obowiązkowe słowo w procesie negocjacji
- Prawdziwe negocjacje zaczynają się wówczas, gdy klient się z Toba nie zgadza!
- Taktyki i techniki zamykania negocjacji:
 - taktyka „*pustego portfela*”
 - taktyka „*szokującej oferty*”
 - taktyka „*przyjmij albo odrzuć*”
 - taktyka „*rosyjski front*”
 - taktyka „*udawany szok*”
 - taktyka „*czynów dokonanych*”
 - taktyka „*zdechła ryba*”
 - taktyka „*spotkajmy się w połowie drogi*”
 - taktyka „*imadła*”
 - taktyka „*optyk z Brooklynu*”
- Trudne sytuacje negocjacyjne - lista dobrych praktyk w takich sytuacjach
- Kontrola emocji w trudnych sytuacjach negocjacyjnych

7. Gry, triki i podstępny w negocjacjach

- Presja w negocjacjach. Kiedy ją stosować i jak jej unikać?
- Pułapki negocjacyjne stosowane przez klientów i sposoby radzenia sobie z nimi
- Gra i triki negocjacyjne:
 - klienta + recepty
 - twoje
- Manipulacja ze strony klienta + nasze recepty

8. Komunikaty słowne (*werbalne*) podczas negocjacji

- Co, jak, kiedy, komu mówić?
- Budowa i składnia zdań. Nawet nie wiesz ile zyskujesz lub ile tracisz!
- Stanowiska a interesy stron negocjacji
- Sposób przedstawienie swojego stanowiska
- W jaki sposób mówić o swoich oczekiwaniach?
- W jaki sposób mówić o swoich interesach?
- Znaczenie trafionych i wyważonych komunikatów w procesie negocjacji
- Najkrótsza autoprezentacja na wejściu: Co chcemy pokazać? Co chcemy ukryć? Co chcielibyśmy aby zapamiętano?
- Jak unikać nierealnych obietnic i niespełnianych założeń (np. zbyt trudnych zobowiązań)

9. Skuteczna komunikacja - aspekty psychologiczne

- „Dlaczego jakość komunikacji determinuje sukces w negocjacjach?”
- Jak ważna dla skutecznej sprzedaży i negocjacji jest wiedza o drugim człowieku? Typy osobowości i 4 style społeczne
- Słuchać czy mówić?
- „Równanie Mehrabiana” - jeden z kluczy do sukcesu w negocjacjach
- Sztuka Perswazji, czyli jak najszybciej pokonać drogę od „NIE” do „TAK”
- Reguły Wywierania Wpływu na ludzi na usługach skutecznych negocjatorów
- Narzędzia Wywierania Wpływu - narzędzia skutecznego wpływania na decyzje Klientów
- Metaprogramy, percepcje, myśli i emocje. Wiedza na ten temat, stanowi o sile negocjatora
- „Kotwiczenie” słów i myśli w głowie klienta - kolejny klucz do sukcesów negocjacji

10. Biznesowa asertywność oraz pewność siebie negocjatora

- Asertywność w negocjacjach i w biznesie - to zawsze się opłaca!
- Empatia jest ważna, ale pamiętaj dla kogo pracujesz!
- Techniki gry emocjonalnej ze stroną przeciwną
- Odporność psychiczna na gry, triki i manipulacje ze strony klienta
- Pewność siebie i kontrola sytuacji w trudnych negocjacjach

11. Narzędzia na wyposażeniu skutecznego negocjatora:

- „Desk research” - dane z firmy
- CRM i hurtownie danych
- Arkusze kalkulacyjne Excell oraz arkusze macierzyste
- Studium przypadku - „case study's”
- Opcje i warianty dla skutecznych negocjacji



Metodologia szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.



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.