

Negocjacje biznesowe – techniki i mechanizmy wywierania wpływu, perswazji

Usługa archiwalna

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi		2019/08/22/11382/445539	
Cena netto	1 390,00 zł	Cena brutto	1 390,00 zł
Cena netto za godzinę	99,29 zł	Cena brutto za godzinę	99,29
Usługa z możliwością dofinansowania		Tak	
Liczba godzin usługi		14	
Termin rozpoczęcia usługi	2019-09-12	Termin zakończenia usługi	2019-09-13
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2019-08-22	Termin zakończenia rekrutacji	2019-09-11
Maksymalna liczba uczestników		15	
Kategoria główna KU		Usługi	

Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu		MDDP spółka akcyjna Akademia Biznesu spółka komandytowa	
Osoba do kontaktu	Kamila Neffe	Telefon	+48 22 162 79 62
E-mail	biuro@szkolenia- dofinansowane.net		

Cel usługi

Cel biznesowy

Nabycie praktycznych umiejętności prowadzenia negocjacji, ze szczególnym uwzględnieniem technik budowania kontaktu, przełamywania oporu i wywierania wpływu. Podczas szkolenia Uczestnik dowie się: • kiedy stosować typowe negocjacje, a kiedy negocjacje typu win-win? • jak skutecznie budować długofalowe relacje z klientem/dostawcą? • czy wartości firmy mają wpływ na współpracę z klientem? • jak wpływać na równowagę sił, mimo że mamy słabszą pozycję negocjacyjną? • dlaczego warto prosić o więcej, niż chce się uzyskać? • w jaki sposób żądać dużo i nie zrazić do siebie drugiej strony? • co wpływa na dobrą atmosferę w trakcie negocjacji? • jak zapewnić satysfakcjonujące rozwiązania dla obydwu stron negocjacji? • w jaki sposób szybko zredukować stres podczas negocjacji? Uczestnik po szkoleniu będzie miał świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności oraz rozwinięte kompetencje społeczne oraz te dotyczące ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

1. Przygotowanie mentalne i wewnętrzna motywacja w procesie negocjacji:

- zmiana własnego nastawienia i motywacji,
- techniki budowania pewności siebie, określenie mocnych i słabych stron osobowości istotnych w kontakcie z klientem podczas negocjacji,
- czynniki motywujące mnie do działania czy tylko kasa? Automotywacja,
- motywowanie do współpracy i większych osiągnięć, wyznaczanie celów i ich realizacja,

- jak znaleźć i rozwinąć swój największy czynnik motywacyjny przed rozpoczęciem negocjacji?

2. Komunikacja w procesie negocjacji:

- „SPIRALA AKTYWNEGO SŁUCHANIA” – od zorientowania na rozmówcę do intencji rozmówcy – ćwiczenia

w zakresie technik aktywnego słuchania: parafraza, pytania, klaryfikacja, odzwierciedlanie emocji, podsumowywanie, których celem jest nauczenie metod zachęcania do dyskusji i opiniowania negocjowanego kontraktu zamiast oceniania, interpretowania i wydawania poleceń.

- „SZTUKA ZADAWANIA PYTAŃ” – od ogółu do szczegółu. Technika lejka – zadawanie pytań, zmierzających do celu, czyli uzyskania oczekiwanej odpowiedzi. Pytanie otwarte, zamknięte, sugerujące, hipotetyczne. Ustalanie potrzeb klienta.

3. Język ciała i jego wpływ na przebieg negocjacji:

- siła komunikacji niewerbalnej. Dlaczego zwracamy szczególną uwagę na to jak się zachowujemy oraz jak odbierają nas inni?
- prezentacja i autoprezentacja podczas negocjacji. Jak stworzyć spójny wizerunek podczas negocjacji by poziom werbalny i niewerbalny był identyczny?
- techniki budowania wiarygodności przekazu: ton głosu, gesty, słowa,
- dopasowanie się do rozmówcy, czyli odzwierciedlanie swoim zachowaniem zachowania partnera w rozmowie.

4. Własny styl negocjacyjny oraz rozpoznawanie partnera biznesowego:

- strategie i taktyki negocjacyjne: negocjacje konfrontacyjne i negocjacje integrujące. Wybór strategii negocjacyjnej,
- komunikacja bez przemocy Rosenberga,
- planowanie procesu negocjacji nastawionych na długofalową współpracę z partnerem,
- przygotowanie do negocjacji – schemat postępowania,
- wyznaczanie celów negocjacji. Rozpoznawanie celów negocjacji drugiej strony,
- pojęcie BATNA – jakie są najlepsze alternatywy dla negocjowanego porozumienia?
- rola i znaczenie ustępstw.

5. Elementy procesu negocjacji:

- momenty trudne w trakcie negocjacji,
- negocjacje przez telefon,
- negocjacje ze stałymi klientami – jak wprowadzać zmiany w warunkach współpracy?
- renegecje warunków umowy – impas, agresja partnera, unikanie nacisku,
- szukanie obszarów wspólnych i możliwości porozumienia,
- troska o nieformalność kontaktu.

6. Z kim będę negocjował?

- typy osobowości, jak będę negocjował z poszczególnym typem osoby,
- tożsamość negocjatora,
- jak zadawać pytania, jakich używać argumentów i jak wywierać wpływ by partnerzy podjęli decyzje,
- testy na typ osobowości, oraz obrazowy miniwykład nt. danych typów.

7. Rola psychologii w negocjacjach:

- techniki perswazji w negocjacjach,
- obrona przed „agresją” i manipulacją w procesie negocjacji,
- perswazyjna komunikacja lingwistyczna – słowo w negocjacjach,
- ważne słowa i zwroty oraz te, których należy nie używać negocjując,
- programowanie za pomocą pozytywnych słów,
- forma i struktura języka i jej znaczenie w skutecznym oddziaływaniu na rozmówcę,
- podstawowe reguły i techniki wywierania wpływu. Prezentacja reguł i technik perswazji z zastosowaniem omówionych reguł perswazji,
- rekomendacja za pomocą języka korzyści. Sztuka argumentowania swoich racji,

- właściwa i przekonująca prezentacja swoich warunków.

8. Budowanie pozytywnej atmosfery i relacji z klientem po zakończonych negocjacjach:

- znaczenie podsumowania i zakończenia rozmów negocjacyjnych,
- rola dobrego zakończenia negocjacji niezależnie od ich wyniku,
- budowanie trwałych relacji i "mostów w przyszłość",
- metody ewaluacji negocjacji i kontrola realizacji założonych wcześniej celów.

9. Ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem konkretnych sytuacji Uczestników z zakresu negocjacji z klientem: renegocjacje, zmiana postaw, negocjacje twarde, negocjacje miękkie, rozmowa telefoniczna, zamykanie negocjacji, praca z oporem w negocjacjach, czynienie ustępstw w negocjacjach.

10. Podsumowanie warsztatów. Deklaracja wdrożeń i zastosowania poznanych technik i zachowań.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Po ukończeniu szkolenia Uczestnik będzie potrafił:

- przygotować się i prowadzić negocjacje zgodnie z zaplanowanym scenariuszem,
- dokonywać analizy zachowań własnych i klientów,
- wykorzystywać poznane techniki pokonywania oporu w kontakcie z klientem,
- budować długofalowe relacje z partnerami biznesowymi,
- motywować kontrahentów do podejmowania sprzyjających decyzji,
- wykorzystywać swoje mocne strony i formułować przekonujące argumenty,
- prowadzić negocjacje w sytuacjach konfliktowych i pod presją.

Uczestnik ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności oraz rozwinął kompetencje społeczne oraz te dotyczące ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Grupa docelowa

Osoby negocjujące z partnerami biznesowymi, handlowcy, kierownicy, osoby zarządzające oraz inne negocjujące z klientem zewnętrznym i wewnętrznym.

Opis warunków uczestnictwa

Niezbędnym warunkiem uczestnictwa w szkoleniach dofinansowanych z Podmiotowego Systemu Finansowania jest założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapis na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie warunków przedstawionych przez danego Operatora, dysponenta funduszy publicznych, do którego składają Państwo dokumenty o dofinansowanie do usługi rozwojowej.

Materiały dydaktyczne

Komplet autorskich materiałów ułatwiających pracę podczas zajęć i umożliwiających zastosowanie poznanych metod w przedsiębiorstwie po zakończeniu szkolenia.

Informacje dodatkowe

Duża ilość ćwiczeń grupowych i indywidualnych, scenki i symulacje, dyskusje, wymiana doświadczeń, feedback, mini wykład interaktywny, role playing, energizery, praca z kamerą. Zajęcia skoncentrowane

na aktywnym ćwiczeniu prezentowanych metod, wzbogacone o najlepsze praktyki trenera.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	1. Przygotowanie mentalne i wewnętrzna motywacja w procesie negocjacji 2. Komunikacja w procesie negocjacji 3. Język ciała i jego wpływ na przebieg negocjacji 4. Własny styl negocjacyjny oraz rozpoznawanie partnera biznesowego 5. Elementy procesu negocjacji	2019-09-12	09:30	16:30	7:00
2	6. Z kim będę negocjował? 7. Rola psychologii w negocjacjach 8. Budowanie pozytywnej atmosfery i relacji z klientem po zakończonych negocjacjach 9. Ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem konkretnych sytuacji Uczestników z zakresu negocjacji z klientem 10. Podsumowanie warsztatów	2019-09-13	09:30	16:30	7:00

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Marek Pietkiewicz
Obszar specjalizacji	
Doświadczenie zawodowe	
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	
Wykształcenie	

Lokalizacja usługi

Adres:

**Kazimierza Wielkiego 27A
50-077 Wrocław, woj. dolnośląskie**

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

**Hotel Europeum, Kazimierza Wielkiego
27A, 50-077 Wrocław;
<http://europeum.pl/kontakt/>**

Warunki logistyczne: