



Centrum Innowacji
Prolearning MICHAŁ
KOŁODZIEJCZYK



Skuteczne negocjacje w praktyce

Numer usługi 2016/12/27/11943/29652

📍 Wrocław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 0 h

📅 31.12.2016 do 31.12.2026

1 968,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

0,00 PLN brutto/h

0,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Zdrowie i medycyna / Psychologia i rozwój osobisty
Minimalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	30-12-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest: pogłębienie wiedzy negocjacyjnej, zwiększenie skuteczności negocjacyjnych poprzez szerszy dobór narzędzi oraz świadomości własnego potencjału komunikacyjnego, przećwiczenie umiejętności praktycznych z zakresu negocjacji, stworzenie własnego stylu komunikacyjnego i wizerunku profesjonalisty, pogłębienie umiejętności rozmawiania z klientami o różnych typach osobowości, autodiagnoza własnych silnych stron i ograniczeń w negocjacjach,

Kwalifikacje

Program

I. KOMUNIKACJA

SKUTECZNA KOMUNIKACJA W NEGOCJACJACH I BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM

- Znaczenie pierwszego wrażenia
- Rola indywidualnego podejścia do klienta
- Strategie otwarcia rozmowy i przełamywanie lodów
- Nawiązywanie kontaktu i podtrzymywanie relacji

- Określenie i zrozumienie potrzeb klienta

TYPY KLIENTA – SPOSÓB SKUTECZNEJ KOMUNIKACJI W NEGOCJACJACH

- Rozpoznanie charakterystyki klienta
- Dopasowanie stylu do typu klienta
- Wpływ poprzez wartości klienta

JAK ZACHOWAĆ POSTAWĘ ASERTYWNĄ W KONTAKCIE Z KLIENTEM?

- Asertywne odmawianie i proszenie
- Kiedy można, a kiedy nawet trzeba powiedzieć „nie”?
- Kulturalne upominanie klienta
- Przekazywanie klientowi złych wiadomości

JAK SOBIE RADZIĆ Z TRUDNYMI KLIENTAMI?

- Przyczyny niezadowolenia klientów
- Reagowanie na emocje w procesie sprzedaży i negocjacji
- Procedura radzenia sobie z obiekcjami i sprzeciwem
- Radzenie sobie z manipulacją i krytyką

KOMUNIKACJA WERBALNA I NIEWERBALNA W PROCESIE NEGOCJACYJNYM – UMIEJĘTNOŚCI WSPOMAGAJĄCE NEGOCJOWANIE

- Język korzyści i język zmysłów – dobór słów i ich ważność
- Zadawanie pytań – strategia perswazji
- Prowadzenie rozmowy – elastyczność
- Sztuka słuchania
- Operowanie przestrzenią i gestami
- Interpretacja mowy ciała
- Gesty wzmacniające i sugerujące

DRESS CODE - ELEGANCJA W UBIORZE – WYWIERANIE WPŁYWU POPRZEC WIZERUNEK

- Ubiór w biznesie – sztuka autoprezentacji
- Prawidłowy dobór stroju i dodatków,
- Fryzura, makijaż, biżuteria
- Podstawowe uchybienia w wyglądzie kobiety,
- Podstawowe uchybienia w wyglądzie mężczyzny.
- Typy strojów i zasady ich doboru, wskazania elegancji
- Dobór typu stroju w biznesie: business dress, business casual, casual; dodatki
- Idealny ubiór do biura, na spotkania i negocjacje
- Wskazówki dotyczące doboru stroju na różne typy negocjacji
- Strój nieformalny czy ubranie wyjściowe?
- Elementy stroju budujące określony wizerunek w oczach Klienta

STANDARDY SPOTKANIA Z KLIENTEM, PREZENTACJA USŁUG

- Cele i przebieg rozmowy z klientem
- Język korzyści w trakcie rozmowy
- Specyfika i wyjątkowość usługi - o czym mówić klientowi?
- Psychologia sprzedaży - indywidualny dobór usług
- Właściwa postawa wobec konkurencji
- Systematyczne zdobywanie klientów jako podstawa ciągłości sprzedaży
- Operowanie przestrzenią i gestami; interpretacja mowy ciała
- Moje silne i słabe strony w rozmowach z klientami

II. NEGOCJACJE

WPROWADZENIE DO NEGOCJACJI KIEDY NEGOCJOWAĆ, A KIEDY NIE?

- Czym jest negocjowanie?
- Elementy wchodzące w sferę negocjacji
- Atmosfera sprzyjająca negocjowaniu
- Porównanie stylów technik wywierania wpływu i negocjacji (kooperacyjny, rywalizacyjny,
- Rzeczowy)

- Test stylu negocjacyjnego
- Zasady wywierania wpływu w oparciu o współpracę
- Skuteczność i strategię wpływu na innych
- Gdzie siedzimy, czyli pozycja przy stole a techniki wywierania wpływu
- Trudne sytuacje negocjacyjne

TYPY NEGOCJACJI

- Negocjacje w sprzedaży
- Negocjacje cenowe – strategię obrony ceny
- Negocjacje zakupowe (z dostawcami)
- Negocjacje z partnerami i wewnętrznymi
- Specyfika negocjacji w zamówieniach publicznych

STRATEGIA NEGOCJACJI

- Tworzenie strategii negocjacyjnych
- Techniki negocjacji dostosowane do sytuacji
- Stworzenie „neutralnych” parametrów dających przewagę w negocjacjach

ZASADY NEGOCJACJI TWARDYCH I MIĘKKICH

- Podział negocjacji na twarde i miękkie
- Zarządzanie ustępstwami
- Praktyczne zastosowanie twardej techniki negocjacyjnych

NEGOCJACJE OPARTE NA ZASADACH

- Sens negocjacji o interesy
- Oddziel ludzi od problemu: bariery komunikacyjne – rozpoznawanie i unikanie; analiza transakcyjna a komunikacja w negocjacjach
- Odkrywanie stanowiska drugiej strony; staraj się, aby wynik rozmów oparty był o obiektywne
- Kryteria; znajdź kilka rozwiązań pogodzenia stanowisk
- Kiedy stosować negocjacje oparte o interesy?

NEGOCJACJE EKSPERYCKIE

- Sztuka negocjacji eksperckich
- Negocjuj nie negocjując
- Stworzenie „neutralnych” parametrów dających przewagę w negocjacjach

ROLE UCZESTNIKÓW ZESPOŁU NEGOCJACYJNEGO

- Przełożony (Zleceniodawca)
- Kierownik zespołu
- Rzecznik zespołu
- „Twardy Facet” („Tough Guy”)
- „Sympatyczny Facet” („Nice Guy”)
- Analityk zachowań
- Analityk informacji
- Doradca specjalistyczny

PLANOWANIE I PROWADZENIE ROZMÓW - ETAPY NEGOCJACJI

- Planowanie
- Role uczestników procesu negocjacji
- Analiza stron negocjacji i poznanie drugiej strony
- Jakie są nasze aspiracje i oferty wyjściowe?
- Jakie rezultaty zamierzamy osiągnąć?
- Opracowanie i analiza możliwych scenariuszy
- Wybór właściwej strategii negocjacyjnej
- Przygotowanie planu działania i argumentowania
- Psychologia tworzenia pierwszego wrażenia i zarządzanie nim
- Rozpoczęcie negocjacji
- Prezentacja ofert
- Określenie właściwego klimatu negocjacji – wzbudzenie sympatii i zaufania

- Faza środkowa negocjacji
- Zakończenie negocjacji
- Warsztaty negocjacyjne

WYWIERANIE WPŁYWU W NEGOCJACJACH

- Podstawowe prawa wywierania wpływu
- Techniki wywierania wpływu na poziomie faktów
- Techniki wywierania wpływu czasem
- Techniki wywierania wpływu faktami
- Techniki wywierania wpływu na poziomie relacjami i emocji
- Warsztat – dobór najskuteczniejszych technik wywierania wpływu

ANTYMANIPULACJE - TAKTYKI NEGOCJACYJNE 49 TAKTYK STRATEGII NEGOCJACJI

- STRATEGIA PIERWSZA: PODSTAWOWA DECYZJA
- STRATEGIA DRUGA: PRZEŁAMANIE IMPASU
- Sposoby działania w sytuacji, w której proces negocjacji zatrzymał się lub bardzo osłabł.
- STRATEGIA TRZECIA: MANIPULACJA CZASEM
- Manipulacja sytuacją czasową może stworzyć korzystne warunki lub zwiększyć napięcie i presję na drugą stronę.
- STRATEGIA CZWARTA: PROWOKACJE
- Działanie niespójne i zagadkowe dla zmieszania i osłabienia drugiej strony.
- STRATEGIA PIĄTA: PEŁNA KONTROLA
- Osiągnij kontrolę nad tym, co i jak jest negocjowane, dyktuj tematy i procedury.
- STRATEGIA SZOSTA: BEZPOŚREDNI ATAK
- Jest to ostra, dynamiczna akcja podporządkowani
- a sobie, przestraszenia i wytrącenia z równowagi drugiej strony.
- STRATEGIA SIODMA: BUDOWANIE NAPIĘCIA
- Zwiększenie nacisku, wprowadzenie niepokoju
- okresowe zmniejszanie dla zmiękczenia drugiej strony.
- STRATEGIA OSMA: ZMIENIĆ SŁABOŚĆ W SIŁĘ
- Drogą uczciwości lub oszustwa użyj realnej lub wymyślonej słabości dla uzyskania ugody.
- STRATEGIA DZIEWIĄTA: UŻYJ AUTORYTETU
- STRATEGIA DZIESIĄTA: SZUKAMY KOOPERACJI
- Ćwiczenie wybranych taktyk w praktyce

JAK SIĘ BRONIĆ PRZED OSKARŻENIAMI?

- Podstawowe techniki antymanipulacji
- Techniki skutecznej obrony przed atakami i oskarżeniami

JA NEGOCJATOR

- Indywidualny potencjał negocjacyjny poszczególnych uczestników
- Zespół to siła, czyli synergia zespołów negocjacyjnych
- Warsztaty

OSOBOWOŚĆ W NEGOCJACJACH

- Rozpoznawanie typów osobowościowych uczestników procesu negocjacyjnego
- Świadomość własnego typu osobowości i budowanie na nim przewagi w negocjacjach
- Wywieranie wpływu i dobór reakcji czterostrefowy model zachowań
- Samopozostawanie i ocena innych w zależności od typu osobowości
- SWOT, czyli silne i słabe strony poszczególnych modeli zachowań

Możliwość przeprowadzenia analizy osobowości uczestników w oparciu o test osobowości TTI Ltd. INSIGHTS Analysen by SCHEELEN
Institut für Managementberatung und Bildungsmarketing

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 968,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	0,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

Klientów indywidualnych prosimy o kontakt z Centrum Innowacji ProLearning, w celu uzyskania bieżącego harmonogramu szkolenia. Istnieje możliwość dostosowania się pod preferencje terminowe Klienta.

Adres

Wagonowa 2C/2
Wrocław
woj. dolnośląskie

Kontakt

 Magdalena Płachytko



E-mail marketing@prolearning.pl

Telefon +48 508 913 532