



Centrum Innowacji
Prolearning MICHAŁ
KOŁODZIEJCZYK



Skuteczne strategie negocjacji z elementami NLP

Numer usługi 2016/12/29/11943/30172

📍 Wrocław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 0 h

📅 31.12.2016 do 31.12.2026

1 353,00 PLN brutto

1 100,00 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,

zapoznanie się z zasadami negocjacji międzynarodowych,

zapoznanie się z zasadami przebiegu negocjacji,

zapoznanie się z zasadami zawierania umów,

stworzenie własnego stylu komunikacyjnego i wizerunku profesjonalisty,

pogłębienie umiejętności negocjacji 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 NIWERBALNA 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 przestrzeniami i gestami
- Interpretacja mowy ciała
- Gesty wzmacniające i sugerujące

DRESS CODE - ELEGANCJA W UBIORZE – WYWIERANIE WPŁYWU W NEGOCJACJACH POPRZEZ WIZERUNEK

- Ubiór w biznesie – sztuka autoprezentacji w negocjacjach
- 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

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 wewnętrzne

SPECYFIKA NEGOCJACJI W BIZNESIE MIĘDZYNARODOWYM

- Negocjacje jako element kontaktów handlowych
- Różnice międzykulturowe i sposoby porównywania kultur
- Wpływ zwyczajów i obyczajów kulturowych na przebieg negocjacji
- Indywidualne podejście do negocjatorów zagranicznych
- Elementy międzynarodowej etykiety

KULTUROWE RÓŻNICE W STYLACH NEGOCJOWANIA

- Negocjacje z partnerami z Unii Europejskiej
- Amerykański styl negocjowania
- Sztuka negocjacji z krajami dalekiego wschodu
- Negocjacje przedstawicielami krajów islamskich
- Negocjacje z sąsiadami zza wschodniej granicy

SPOSOBY PROWADZENIA NEGOCJACJI Z PERSPEKTYWY MIĘDZYKULTUROWEJ

- Style negocjacji a narodowość
- Kulturowy podział emocjonalny
- Kultury protransakcyjne i propartnerskie

NLP W NEGOCJACJACH

- Kotwice
- Asocjacja dysocjacja,
- Elastyczność zachowań,
- Rapport
- Obramowanie,
- Poziomy logiczne,
- Metamodelo,
- Metaprogramy,
- Systemy reprezentacji,
- Submodalności

STRATEGIA NEGOCJACJI

- Tworzenie strategii negocjacyjnych
- Techniki negocjacji dostosowane do sytuacji
- Stworzenie „neutralnych” parametrów dających przewagę w negocjacjach
- Specyfika negocjacji w obszarze B2B

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
- Odkrywaj 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 EKSPERCKIE

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

ROLE UCZESTNIKÓW ZESPOŁU NEGOCJACYJNEGO

- 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 manipulacji na poziomie faktów
- Techniki manipulacji czasem
- Techniki manipulacji faktami
- Techniki manipulacji relacjami i emocjami
- Warsztat – dobór najskuteczniejszych manipulacji

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 SZÓSTA: 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 ÓSMA: ZMIEN 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 PROCESIE NEGOCJACJI

- Rozpoznawanie typów osobowościowych uczestników procesu negocjacyjnego
- Świadomość własnego typu osobowości i budowanie na nim przewagi w negocjacjach
- Wywieranie wpływu na rozmówców o różnych stylach społecznych - dobór reakcji - czterostrefowy model zachowań
- Samopozostreganie negocjatora 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	1 353,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 100,00 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 Płachytka

E-mail marketing@prolearning.pl

Telefon +48 508 913 532