



НАВЫКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Цель: развить навыки убеждения и влияния в ходе переговорного процесса, научить оценивать потребности партнеров по переговорам.

Целевая аудитория:

Руководители и специалисты, ведущие переговоры с коллегами и клиентами.

Формат:

Длительность программы 8 часов (1 день). Размер группы от 8 до 15 человек.

Алгоритмы, методы и технологии:

Этапы переговорного процесса, четырехцветная типология, элементы технологии SPIN, картография переговоров, SMART, стратегия WIN – WIN. В основу тренинга легли исследования гарвардского университета (Фишер и Юри) и Вильяма Мастенбрука.

В процессе обучения используются групповые и индивидуальные форматы работы. Задача тренера – вовлечь каждого участника в дискуссии, рефлексии, анализ выполненных упражнений и кейсов (в т.ч. видеоанализ). Все участники получают обратную связь от тренера, имеют возможность в процессе тренинга или по его завершению получить ответы на свои вопросы.

Развиваемые навыки и используемые методы	Результаты
<p>1. Основы ведения переговоров:</p> <ul style="list-style-type: none">• От простых переговоров – к сложным• Этапы переговорного процесса, индикаторы границ каждого этапа• Особенности взаимодействия с разными типами партнеров по переговорам• Стили переговорщиков и способы подстройки к ним <p>Методология: этапы переговорного процесса, четырехцветная типология</p> <p>Упражнения и кейсы: «Штурм Санта-Марии», «Продажа дома», «Магазин антиквариата», «Новый начальник»</p>	<p>Участники:</p> <p>Знают этапы переговорного процесса, цели и задачи каждого этапа, критерии прохождения</p> <p>Знают основные типы партнеров по переговорам, владеют способами взаимодействия с ними</p> <p>Знают основные стили ведения переговоров, умеют выбирать и грамотно использовать тот или иной стиль в зависимости от ситуации переговоров</p>
<p>2. Фазы переговоров, стратегия и тактика:</p> <ul style="list-style-type: none">• Подготовка к переговорам: формулирование целей встречи, схемы и границ торга, позиций• Создание конструктивной рабочей атмосферы в ходе переговоров• Прояснение декларируемой позиции партнера по переговорам и его реальной ситуации• Презентация своей позиции в ходе переговоров• Принципы обсуждения условий• Основные понятия ценового торга: первичная цена, шаг уступки, оптимальная цена, предел уступок• Эффективные стратегии ценового торга в зависимости от индивидуального стиля партнера• Типичные ошибки в ходе переговоров по цене• Работа с возражениями и отговорками• Общие стратегии работы с партнёрами по переговорам, не выполняющими обязательств• Методы убеждения партнера в выгоде выполнения условий• Подведение партнера по переговорам к необходимости дать обязательства• Переход от общих обязательств - к конкретным договоренностям	<p>Участники:</p> <p>Умеют ставить структурированные цели на переговоры, определяют диапазон торга, учитывают внешние и внутренние факторы</p> <p>Определяют эффективную стратегию и тактику ведения переговоров</p> <p>Могут противостоять возражениям партнера по переговорам</p> <p>Умеют работать со скептически и негативно настроенными партнерами по переговорам</p> <p>Знают как избежать типичных ошибок переговорщиков</p> <p>Умеют достигать соглашений в соответствии с целями</p> <p>Умеют распознавать манипуляции и эффективно противостоять им</p>



- Переговоры в случае неполного выполнения обязательств со стороны переговорщика
- Жесткие переговоры. Манипуляции и способы противостояния им

Методология: элементы технологии SPIN, картография переговоров, SMART, стратегия WIN – WIN

Упражнения и кейсы: «3-х минутное выступление», «Красное и черное», «Продажа рефрижератора»

Программа проведена для Компаний:

