

TrainGoUp!

Ведение переговоров по условиям. Торг

Амбициозные планы по развитию компании требуют реализации новых целей, достижение которых ранее казалось невыполнимым!

Сотрудника, ведущего переговоры по условиям с партнерами компании, можно сравнить с лоцманом, прокладывающего путь кораблю между рифов.

Выдержка в стрессовой ситуации, умение узнать необходимую информацию, убедительность, вдумчивость – вот те некоторые качества, которыми обладает опытный сотрудник.



Цель	развитие умения достигать поставленных целей на переговорах, навыков позитивного влияния на клиента с целью достижения выгодных для компании условий
Целевая группа	сотрудники, ведущие переговоры по сотрудничеству, по закупкам с партнерами
Методика	Мини-лекции, дискуссии, мозговые штурмы, деловые и ролевые игры, видеоанализ, позволяющие отработать необходимые навыки оценки компетенций. Тренинг проводится в режиме интенсивного интерактивного взаимодействия ведущего и участников. Для эффективного усвоения материала участники получают подробный раздаточный материал и личные рекомендации тренера. Возможно использование видеоматериала (фильмы).
Ожидаемые результаты:	<ul style="list-style-type: none">❑ приобретут большую уверенность при проведении сложных переговоров❑ научатся представлять выгоды долгосрочного сотрудничества со своей компанией❑ научатся договариваться с выгодой для своей компании о финансовых условиях работы❑ смогут решать конфликтные ситуации (при нарушении условий поставки)
Польза для участников	
Польза для компании:	<ul style="list-style-type: none">❑ сможет быстрее достигать выгодных условий сотрудничества❑ сформирует стандарт ведения переговоров по условиям
Содержание	Факторы, влияющие на прибыль компании и личный вклад сотрудника в прибыль компании <ul style="list-style-type: none">❑ Стратегии переговоров: win-win, win-loose❑ Структура успешных переговоров❑ Поиск новых партнеров, назначение встреч

TrainGoUp!

Планирование работы

- Анализ положения клиента на рынке
- Определение сильных и слабых сторон клиента
- Оценка внутренней структуры организации (органограмма)
- Определение целей переговоров на основе сделанной оценки
- Тактики «входа и развития отношений» в организации и включения предложения в ранг партнеров

Основы межличностного коммерческого общения:

- Психологические особенности восприятия информации человеком
- Внутренние установки переговорщика, содействующие успеху в переговорах

Подготовка к переговорам

- Торг по условиям в сложных переговорах – «Матрица переговоров»
- Определение цели переговоров
- Выяснение позиции партнера и особенностей его предложения
- Какую позицию выбрать по отношению к противоположной стороне
- Особенности позиции представителя фирмы и представителя партнера

Этапы проведения переговоров

- Ключевые установки переговорщика для достижения необходимых условий в переговорах
- Ключевые детали для создания позитивного первого впечатления
- Воронка вопросов – управление беседой
- Выявление позиции и интересов. Различие между позицией и интересами
- Аргументация своего предложения
- Заключение сделки: отслеживание сигналов покупки, преодоление нерешительности, как и когда использовать сильное давление на партнера

Сложные ситуации при переговорах

- Как отказать в неадекватных требованиях
- Применение методов ведения переговоров в конкретных ситуациях
- Техника управления возражениями
- Методы рассмотрения возражений
- Цена как возражение: ключевой момент в переговорах
- Тактика работы с давлением: по цене, по условиям
- Как торговаться, обсуждая условия

Подведение к решению

- Стратегии давления
- Стратегии последовательности
- Стратегии эмоций
- Стратегии напряжения