

# NEGOCJACJE – SZTUKA WYWIERANIA WPŁYWU

SZKOLENIE DLA SPRZEDAJĄCYCH I NIE TYLKO, JAKO DOSKONALENIE  
UMIEJĘTNOŚCI HANDLOWYCH

## Charakterystyka szkolenia:

Szkolenie to stawia przed uczestnikami warsztatów duże wymagania. Celem zajęć jest, bowiem nie tylko nabywanie, najbardziej nawet wartościowej wiedzy, lecz, prowadzona w atmosferze autentycznego zaangażowania, identyfikacja mocnych i słabych stron każdego z uczestników, służąca nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju.

Możliwość wymiany doświadczeń staje się w tych warunkach szansą, którą należy w pełni wykorzystać.

Zajęcia warsztatowe nie opierają się na założeniu, iż wszyscy uczestnicy muszą osiągnąć jednakowy poziom wiedzy i umiejętności. Istotę stanowi przekonanie, iż każdy powinien doskonalić się stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

**Przedmiotem warsztatów są umiejętności negocjacyjne niezbędne handlowcom w wielu sytuacjach zawodowych zarówno w czasie sprzedaży, obsługi klienta jak i reklamacji.**

Wynikiem prawidłowo przeprowadzonych negocjacji jest osiągnięcie porozumienia korzystnego dla wszystkich zaangażowanych w omawiany proces stron.

Poruszone zostaną także zagadnienia związane z manipulacją w procesie negocjacji (i nie tylko). Przebadane zostaną jasne i ciemne strony manipulacji. Przedstawiona jej siła oddziaływania i skutki jej użycia. Nastąpi odróżnienie wywierania wpływu od manipulacji.

**Korzyści:** Po zakończeniu szkolenia uczestnicy usystematyzują wiedzę na temat negocjacji sprzedażowych. Zdobędą narzędzia do sprawnego przeprowadzenia procesu negocjacji. Posiadą umiejętność wywierania wpływu oraz będą mogli przeciwstawić się próbom manipulacji. Korzyści ze szkolenia mają walor praktyczny i są przydatne podczas codziennej pracy. O jakości programu decyduje ilość przykładów praktycznych i opisów zaistniałych sytuacji użytych w trakcie spotkania przez prowadzącego.

**Cel szkolenia:** usystematyzowanie wiedzy o negocjacjach w sprzedaży, doskonalenie umiejętności oraz pozyskanie nowych.

# Program szkolenia:

## 1.Ćwiczenie: Test - Kwestionariusz

## 2.Określenie istoty procesu negocjacyjnego w kontekście relacji z klientami w sklepie/ punkcie obsługi / serwisie

Czym są negocjacje sprzedażowe?  
Założenia i cele a relacje z klientem  
Warunki skutecznych negocjacji

## 3.Przygotowanie do negocjacji – wiedza wstępna

## 4.Przygotowanie do negocjacji – 10 pytań

## 5.Schemat procesu prowadzenia negocjacji sprzedażowych

przygotowanie  
negocjowanie  
jak zakończyć?

## 6.Przegląd strategii i technik negocjacyjnych

Dyskusja  
Skutki pozytywne i negatywne każdej metody  
Wybór strategii – możliwości zastosowania  
Zaawansowane wykorzystanie – pomoc i podpowiedź

**Ćwiczenie** – test – jak reagujesz na krytykę?

## 7.Odpowiednie przygotowanie jako warunek sukcesu procesu negocjacyjnego

Czas – dobra organizacja  
Ludzie  
Relacje

## 8.Cechy i zaawansowane umiejętności dobrego negocjatora.

Gra – pokonywanie stresu  
Sztuka  
Siła 4 sekund i przerw

## 9.Ćwiczenia - Warsztaty – scenki z prowadzenia rozmowy negocjacyjnej.

Cel: praktyczne zastosowanie zdobytej w trakcie szkolenia wiedzy  
Korzyść: własne doświadczenie budujące samoocenę

## 10.Ćwiczenie - Test indywidualnych umiejętności negocjacyjnych

## 11.Wywieranie wpływu a manipulacja

Przedmiotem tej części zajęć jest jedna podstawowych umiejętności handlowca – umiejętność wywierania wpływu na ludzkie zachowania.

**12.Ćwiczenie – Kwestionariusz****13.Ćwiczenie - praca grupowa**

folie, pisaki, grupy 3 osobowe, omówienie przez „głos” grupy, dyskusja

Wykorzystując swe zawodowe doświadczenia odpowiedz na szereg pytań.

**14.Techniki, narzędzia, metody wywierania wpływu i manipulacji**

Stosowanie zasad / reguł:

Reguła kontrastu

Reguła konsekwencji

Zasada wzajemności

Zasada dowodu społecznego

Reguła niedostępności

Reguła sympatii

Zasada autorytetu

**15.Ćwiczenie - Test umiejętności przewidywania zachowań ludzkich w sytuacjach manipulacyjnych****16.Ćwiczenia - Warsztaty – scenki z prowadzenia rozmowy negocjacyjnej wykorzystującej elementy wywierania wpływu.****17.Odpowiedzi na pytania**

Zagadnienia negocjacji, jako przykład do omówienia aktualnych problemów podczas końcowej części szkolenia;

**21.Podsumowanie i zakończenie****Adresaci szkolenia:**

kadra menedżerska, specjaliści ds. sprzedaży, pracownicy wykonawczy poszcz. działów

**Typ szkolenia:**

Otwarte/Zamknięte

## **Stosowane metody szkoleniowe:**

Analiza przypadków, ćwiczenia zespołowe, indywidualne, dyskusje kierowane, symulacje, testy, własne metody treningowe, wykład.

Szkolenie będzie realizowane metodami warsztatowymi, angażującymi uczestników, przewidziane są m.in.:

- odgrywanie scenek
- ćwiczenia w podgrupach
- ćwiczenia zespołowe wszystkich uczestników
- praca indywidualna

## **Uzasadnienie:**

Dostarczenie wiedzy dotyczącej negocjacji sprzedażowych, osiągnięcia celów i przygotowującej praktycznie do zadań. Ćwiczenia pomagają zidentyfikować obszary wymagające doskonalenia i zbliżają do sytuacji rzeczywistych. Pomagają skonfrontować wyobrażenia z realiami. Dostarczają własnych doświadczeń.

Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.

Doskonalenie umiejętności stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

## **Spodziewane rezultaty:**

Praktyczne przygotowanie do pracy. Zdobyć narzędzi do przeprowadzenia efektywnych negocjacji sprzedażowych. Usystematyzowanie dotychczasowej i zdobycie nowej wiedzy. Wymiana doświadczeń i nawiązanie relacji w zespole. Zmniejszenie poziomu niepewności, nabranie wiary w siebie i przekonania, że wszystko „jest w rękach” szkolącego się. Oswojenie z ewentualnymi utrudnieniami, stawienie im czoła, przygotowanie się „do ataku i obrony”.

## **Udokumentowanie uczestnictwa:**

Dyplom ukończenia szkolenia

**Liczebność grupy szkoleniowej:**

Do 12 osób

**Miejsce, termin, czas trwania szkolenia:****Miejsce:**

Wyznaczone przez zlecającego

**Termin:**

Do ustalenia.

**Czas trwania szkolenia:**

Łączna liczba dni: 2

Łączna liczba godzin: 16

**Inne:****Potrzebne będą:**

wygodna, cicha, duża sala na 3-4 osoby więcej (powierzchniowo) niż będzie uczestników szkolenia

Ponadto: ekran lub biała (jasna) ściana, flip chart, napoje.

**Wykorzystywane narzędzia:**

projektor multimedialny z prezentacją PowerPoint, kamera cyfrowa, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, przywieszki, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.