

# NEGOCJACJE ZAKUPOWE

## SZTUKA WYWIERANIA

### WPŁYWU

SZKOLENIE DLA KUPCÓW I NIE TYLKO, JAKO DOSKONALENIE  
UMIEJĘTNOŚCI MENEDŻERSKICH

### **Charakterystyka szkolenia:**

Szkolenie to stawia przed uczestnikami warsztatów szczególnie wysokie 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 autentycznej 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.

**Idea nieustannego „stawania się kimś więcej niż się jest”, będąca podstawą autentycznego procesu rozwoju, stanowi motyw przewodni szkolenia.**

Przedmiotem warsztatów są umiejętności negocjacyjne niezbędne menedżerom w wielu sytuacjach zawodowych zarówno w działaniach wewnątrz firmy, jak i w kontaktach zewnętrznych. 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. Zdobędą narzędzia do sprawnego przeprowadzenia procesu negocjacji. Posiadać umiejętność wywierania wpływu oraz będą mogli przeciwstawić się próbom manipulacji. Korzyści ze szkolenia mają walor praktyczny i są przydatne podczas codziennej pracy negocjatora. O

jakości programu decyduje ilość przykładów praktycznych i opisów zaistniałych sytuacji użytych w trakcie spotkania przez prowadzącego.

**Cel szkolenia:** usystematyzowanie wiedzy, doskonalenie umiejętności oraz pozyskanie nowych.

## **Program szkolenia:**

### **1.Ćwiczenie: Test - Kwestionariusz**

### **2.Określenie istoty procesu negocjacyjnego**

Definicja

Założenia i cele

Warunki skutecznych negocjacji

### **3.Przygotowanie do negocjacji – ustalenia wstępne**

### **4.Przygotowanie do negocjacji – 10 pytań**

### **5.Schemat procesu prowadzenia negocjacji**

Okres poprzedzający

Faza środkowa negocjacji

Zakończenie negocjacji

### **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 – z dostawcami

### **8.Cechy i zaawansowane umiejętności dobrego negocjatora.**

Gra – pokonywanie stresu

Sztuka

Siła 4 sekund i przerw

### **9.Ćwiczenia - Warsztaty – scenki x 4 z prowadzenia zakupowej 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 menedżera – 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.Umiejętność wywierania wpływu jest warunkiem skutecznego przywództwa.**

### **15.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

### **16.„Siła rażenia”**

Autorytet a posłuszeństwo

Sztuka autoprezentacji

Rola samooceny

### **17.Konsekwencje**

### **18.Ćwiczenie - Test umiejętności przewidywania zachowań ludzkich w sytuacjach manipulacyjnych**

### **19.Ćwiczenia - Warsztaty – scenki x 4 z prowadzenia zakupowej rozmowy negocjacyjnej wykorzystującej elementy wywierania wpływu.**

### **20.Odpowiedzi na pytania**

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

## **21.Podsumowanie i zakończenie**

### **Adresaci szkolenia:**

Brand managerowie - kupcy, pracownicy dz. handlowego

### **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, 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. Zdobyte narzędzi do przeprowadzenia efektywnych negocjacji. 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. Zlecenie szkolenia z wyprzedzeniem 30 dniowym

**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.