

Vyjednávacie zručnosti pri kúpe tovaru/ 2 dni

Stručný obsah

Prvá fáza vyjednávania. Zahájenie stretnutia. Oblasti záujmu obchodného partnera. Fakty a tvrdenia. Primárny záujem, nákupné kritériá, dominantný motív kúpy a ostatné aspekty. Základné pojmy vyjednávania. Tri faktory vyjednávania. Všeobecný priebeh jednaní. Pozitívny postoj a reč tela. Zásady proaktivity a princípy naučenej pozitivity podľa prof. Martina Seligmana (permanencia, pervazivita a personalizácia). Vzorec prof. Mehrabiana (7:38:55).

Technika tzv. štyroch uší podľa von Thuna. „Vecné ucho“, „vzťahové“, „sebaprejavové“ a „výzvnové ucho“. Ako zistiť, ktoré „ucho“ je aktívne u komunikačného partnera. Ako sa prejavujeme. Výhody a nevýhody jednotlivých „uší“. Metódy reakcií. Dotazník aktivity. Aplikácia v praxi pri vyjednávaní.

Pojem „dobrej dohody“. Metóda BATNA (best alternative to a negotiated agreement). Príprava na jednanie: zoznam. Kľúčové prvky vyjednávania. Vyjednávacie taktiky: ísť vlastnou cestou, nasledovať, neustúpiť ani o krok a uhnúť inam. Ďalšie taktiky jednaní.

Konvenčné (tradičné) a nekonvenčné (netradičné) vyjednávacie zručnosti. Metóda principiálneho vyjednávania. Vyjednanie s problémovými ľuďmi (nereagujte; odzbrojte svojho oponenta; zmeňte hru; uľahčite súhlasiť; sťažte oponentovi povedať nie). Zistenie skrytých faktorov. Budovanie vzťahu s partnerom.

Základné princípy NLP. Štyri typy komunikačných štýlov podľa NLP: vizuálny, auditívny, kinestetický a digitálny. Komunikačné vzorce z NLP (neurolingvistického programovania). Správne používanie slov ale a a. Vzorec reframingu (predefinovania, preformátovania) presvedčivej komunikácie. Metóda tzv. súhlasného postoja (rapport). Vzorec tzv. uvedomenia. Vzorec tzv. rýchlej výhry. Otvorené a zatvorené otázky pri presvedčovaní. Vzorec: „Nebudem Vám vravieť...“. Vzorec: „... je to tak?“. Vzorec: „Skôr či neskôr...“.

Námietky a ich prekonávanie. 4 typy zákazníkov: „Vie toho „viac“ ako Vy. Vie toho menej ako Vy. Zameraný na ľudí. Zameraný na veci.“ Čo zákazník „kupuje a nekupuje“ okrem okamžitého prospechu? Šachovnica predaja. „Vyslovené námietky klientov“ = najťažšia časť rozhovoru. Z čoho pramenia námietky? Dôvody námietok. Ako zvládať námietky? Prekonávanie konkrétnych námietok. Praktické a aplikovateľné formulácie námietok. Vytváranie formulácií námietok.

Očakávaný výsledok:

Osvojením si praktických a moderných metód vedenia obchodného rozhovoru a vyjednávania, budú účastníci pripravení na moderné výzvy vyjednávania. Pomocou nadobudnutých konkrétnych techník vyjednávania budú efektívnejší, presvedčivejší a úspešnejší. Aplikovaním presvedčovacích vzorcov podľa NLP získajú nielen nové nástroje, ale budú aj rýchlejšie a ľahšie dosahovať svoje obchodné ciele. Precvičovaním týchto nových techník stúpne ich sebavedomie, pozitívny postoj a hlavne obchodná efektivita aj niekoľkonásobne.

Kurz je intenzívny, interaktívny, s precvičovaním modelových situácií. Pri tréningu sa využívajú tréningové postupy, ktoré sú overené skúsenosťami v krajinách Európskej únie. Každý účastník dostáva tzv. *účastnícky manuál*, teda praktický materiál, podľa ktorého prebieha výuka.