

# PROGRAM SZKOLENIA

## Negocjacje z elementami komunikacji (8 dni)

### 1. Komunikacja w negocjacjach

- proces komunikacji i rola komunikacji we współpracy z klientami, - przypomnienie
- komunikacja a relacje z Klientami
- Możliwe bariery i zakłócenia komunikacyjne
- model czterech uszu i czterech ust- model komunikacji wg von Thuna
- model von Thuna, jako wsparcie skutecznej komunikacji i zapobieganie konfliktom
- jak skutecznie odczytywać komunikaty Klienta i jak spójnie komunikować

### 2. Klient, a styl sprzedaży

- typologia klientów – jak ich rozpoznać i dopasować komunikację
- jak słuchać, by usłyszeć to, co niedopowiedziane
- co to jest sprzedaż w dobrym stylu – jaki styl przyjąć
- systemy reprezentacji – co musimy o nich wiedzieć, by sprzedawać skuteczniej
- modele sprzedaży, a jakość relacji z klientem

### 3. Jak przedstawić ofertę

- co kupuje Klient vs co sprzedaje handlowiec
- jakie cztery pytania klient zadaje sobie ZAWSZE
- jak przyciągnąć uwagę Klienta
- odnajdowanie, czy kreowanie potrzeb – podobieństwa i różnice w podejściu
- cechy oferty „nie do odrzucenia” - jak przyciągnąć i utrzymać uwagę Klienta – czyli jak się ma plan Arystotelesa do współczesnej AIDY
- czy i jak sprzedawać cenę

### 4. Zasady skutecznego wywierania wpływu w sprzedaży

- wywieranie wpływu, a dobry kontakt z Klientem
- wywieranie wpływu kontra manipulatorstwo.
- wpływanie w mowie, a wpływanie słowem pisany, dźwiękiem i obrazem
- reguły skutecznej sprzedaży i wywierania wpływu – klasyfikacja wg. Cialdiniego – jasne i ciemne strony – jak stosować dobre, a jak bronić się przed złymi.
- metaprogramy – jako filtry determinujące odbiór treści sprzedażowych
- jak wykorzystać metaprogramy do skuteczniejszej komunikacji z pojedynczym klientem
- jak wykorzystać metaprogramy, by trafić do szerokiego grona odbiorców – na przykład w przekazie reklamowym
- presupozycje i implikacje – czyli jak się ma hipnoza do sprzedaży (model Milтона)
- jak stosować powyższe zasady by zwiększyć swoją skuteczność w relacjach biznesowych i sprzedażowych
- motywacja, a skuteczność sprzedaży – jak się zmotywować?

## 5. Czym są negocjacje – rodzaje negocjacji

- o definicja negocjacji
- o cechy dobrego negocjatora
- o style negocjacji
- o metaprogramy – jak mogą stanowić o sile i przewagach negocjacyjnych
- o etapy procesu negocjacyjnego
- o skąd wiemy, że negocjacje zakończyły się sukcesem
- o zespół negocjacyjny – jak go wybrać
- o rodzaje i fazy negocjacji

## 6. Przygotowanie do negocjacji

- o jak się przygotować do rozmowy
- o przygotowanie się do negocjacji , w tym: BATNA
- o ustalanie celów negocjacyjnych – jakie i ile
- o opracowanie opcji i strategii

## 7. Rozmowa handlowa, negocjacje - teoria i praktyka

- o otwarcie, faza główna i finalizowanie - strategie i techniki
- o domykanie rozmowy a domykanie sprzedaży – jak to zrobić z klasą
- o otwarcie negocjacji – praktyka
- o faza główna – praktyka:
- o finalizowanie negocjacji – praktyka
- o wnioski, refleksje na podstawie wykonanych ćwiczeń
- o gry negocjacyjne - wykorzystanie wiedzy teoretycznej w praktyce

## 8. Rozwiązanie trudności negocjacyjnych i magia języka sugestii

- o przykłady sytuacji trudnych, konfliktowych
- o czym są i skąd się biorą obiekcje
- o sposoby na przezwyciężenie impasu w negocjacjach
- o jak i co mówić, żeby kierować siebie i rozmówcę z problemu na rozwiązanie
- o implikacje – jak utrzymując dobrą relację z rozmówcą jednocześnie przekierować jego uwagę od problemu do rozwiązania
- o implikacje – jako konstrukcje lingwistyczne w rozwiązywaniu konfliktów i radzeniu sobie z obiekcjami
- o zmiana perspektywy- jako narzędzie do lepszego zrozumienia Klienta i jednocześnie do bycia skuteczniejszym negocjatorem

## 9. Radzenie sobie ze stresem i wzmocnienie pewności siebie

- o wybrane sposoby na radzenie sobie ze stresem w negocjacjach
- o wybrane sposoby na zwiększenie pewności siebie w pracy

## 10. Kreatywność w negocjacjach

- o czym jest kreatywność i jak może się przydać w negocjacjach
- o czy negocjator może improwizować

## 11. Podsumowanie szkolenia - analiza zdobytych umiejętności, stworzenie i przedstawienie indywidualnych planów ich wdrożenia.