

Zaawansowane negocjacje zakupowe z trudnym partnerem

Doradztwo strategiczne i szkolenia warsztatowe dla Top Managementu

Programy budowy wzrostu wartości firmy

Wykaz tematów w formule otwartej:

Zarządzanie strategiczne

- Metodyka budowy strategii firmy
- Zarządzanie wartością firmy - VBM
- Wdrożenie strategii i KPI - BSC
- Kaskadowanie celów i KPI Action Plan
- Strategiczne zarządzanie sprzedażą i marketingiem
- Strategiczne zarządzanie zakupami
- Strategiczne zarządzanie HR
- Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw
- Zarządzanie portfelem projektów strategicznych

Zarządzanie finansami

- Finanse dla zarządzających niefinansistów cz. 1. i cz. 2.
- Rachunkowość zarządcza i controlling
- Analiza i diagnoza finansowa
- Zarządzanie cash flow i kapitałem obrotowym
- Finansowa ocena projektów biznesowych
- Wycena Przedsiębiorstw
- Corporate Finance for Executives

Zarządzanie efektywnością

- Przywództwo w otoczeniu VUCA
- Executive Power Skills
- Zarządzanie przez cele (MBO)
- Zarządzanie cenami – Pricing
- Lean Management
- Negocjacje w biznesie
- **Negocjacje zakupowe**

- Adaptacyjne zarządzanie projektem
- Odpowiedzialność prawna Zarządów
- Ekspresowa sztuka zarządzania – szefem być

W formule zamkniętej oferujemy ponad 100 programów szkoleniowych

Sprawdź terminy na

www.figpolska.pl

tel: + 48 22 823 42 83

Odwiądź nas na LinkedIn i Facebook:
Francuski Instytut Gospodarki Polska



Warsztat szkoleniowy z aspektami psychologicznymi

Kluczowe korzyści

- ▶ Zdobycie praktycznej wiedzy o skutecznych technikach negocjacyjnych i przećwiczenie ich w praktyce.
- ▶ Poznanie skutecznych metod negocjowania z trudnymi dostawcami.
- ▶ Nabycie umiejętności rozpoznawania, czy jest się obiektem manipulacji oraz przeciwstawiania się próbom manipulacji za pomocą skutecznych technik antymanipulacyjnych.
- ▶ Rozwinięcie mocnych strony i zneutralizowanie słabych strony uczestników – negocjatorów zakupowych.

Dlaczego warto wybrać nasze szkolenie warsztatowe

- ▶ Program warsztatu FIG Polska, w odróżnieniu od wielu dostępnych na rynku, jest ukierunkowany na negocjacje z trudnymi dostawcami, którzy często dysponują ogromną siłą nacisku.
- ▶ Natychmiastowe wykorzystanie zdobytych umiejętności w praktyce biznesowej pozwoli na oszczędności finansowe liczone w dziesiątkach tysięcy złotych.
- ▶ Bogate doświadczenia biznesowe uznanego eksperta FIG Polska podarte wieloletnią praktyką wdrożeniową.
- ▶ Wymiana doświadczeń w kameralnej grupie kadry zarządzającej – decydentów.

Kto powinien wziąć udział w szkoleniu warsztatowym?

Właściciele przedsiębiorstw, zarządy, członkowie rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający oraz dyrektorzy poszczególnych pionów np. zakupów, produkcji, finansów, zaopatrzenia, logistyki oraz kadra menedżerska chcąca doskonalić know-how w zakresie skutecznych negocjacji zakupowych.

Ponad
31.000

Uczestników szkoleń
i warsztatów

2.500

Klientów, w tym 300 z listy
Top 500 "Rzeczpospolitej"

200

Projektów doradczych

96%

Uczestników poleca
nasze usługi

80%

Uczestników szkoleń
to prezesi, właściciele firm
i dyrektorzy

Ponad
25 lat
doświadczeń



Program*:

Pierwszy dzień - Przygotowanie do negocjacji

1. Dokładna analiza struktury wartości.
 - 1.1. Struktura kosztowa – za co płacisz? (tworzymy model CBD, should cost model, narzędzia analizy marżowości biznesu naszego partnera – ile naprawdę zarabia na nas dostawca i dlaczego w ogóle chcemy to wiedzieć?).
 - 1.2. Analiza całkowitego kosztu posiadania – ile Ciebie kosztuje współpraca z dostawcą? (model TCO).
 - 1.3. Analiza całkowitego kosztu współpracy z perspektywy dostawcy (TCO dostawcy, zyski dostawcy).
 - 1.4. Narzędzia analizy modelu biznesowego dostawcy – jak zrozumieć plan rozwoju biznesu dostawcy? Na czym zależy monopolistom?
 - 1.5. Wartość extrasów (nie dostaniesz niższej ceny, ale możesz dostać więcej „gratisów”) Identyfikacja wartościowych poza-cenowych dodatków model wartości tych dodatków dla mnie oraz dla partnera (szukanie asymetrii – coś co ma dużą wartość dla mnie może mieć brak wartości dla partnera).
2. Architektura negocjacji – albo jesteś architektem negocjacji, albo jesteś przedmiotem w czyjejś architekturze – trzecia opcja nie istnieje.
 - 2.1. Rodzaje ról w negocjacjach (przeciwnik, sojusznik, blokujący, statysta, decydent, influencer). Dlaczego przez lata wmawiają nam, że decydent jest najważniejszy podczas gdy praktyka wyraźnie wskazuje, że to inna osoba odgrywa w negocjacjach kluczową rolę?
 - 2.2. Architektura komunikacji – negocjacje z dominującym rynkowo dostawcą a do tego przejawiającym brutalną postawę to trudny proces, zbudujemy model komunikacji i wywierania wpływu, wykorzystamy każdego z uczestników (zgodnie z ich rolą).
 - 2.3. Zasady komunikacji w zależności od tego co chcesz przekazać i jakiej reakcji oczekujesz od partnera. Omówimy komunikat na skali trudności od 1 do 5 (1. przekazujesz informację, 2. oczekujesz zrozumienia, 3. oczekujesz akcji/zobowiązania, 4. chcesz przesunąć punkt odniesienia adwersarza, 5. oczekujesz trwałej zmiany postawy). W zależności od pozycjonowania na skali trudności, budujemy innego rodzaju komunikat – słowo to narzędzie pracy negocjatora.
 - 2.4. Kanały komunikacji – w XXI wieku mamy do dyspozycji dużo więcej kanałów którymi możemy komunikować się i wywierać wpływ: – email, – telefon, – video komunikatory. W jaki sposób korzystać z tych dostępnych narzędzi w negocjacjach.
3. Zasoby procesu negocjacyjnego oraz pokusa zwrotu z tej inwestycji – negocjacyjne ROI. Negocjacje kosztują, ale elementy kosztowe nie są równe a do tego różnią się od elementów struktury kosztowej dóbr/ usług, które negocjujemy.
 - 3.1. Pieniądze.
 - 3.2. Czas – presja czasu w negocjacjach.
 - 3.3. Emocje – sympatia, charyzma, autorytet, reputacja, PR – najsilniejsza waluta w procesie negocjacyjnym.
 - 3.4. Jak zwiększać koszty negocjacji drugiej strony?
 - 3.5. Pan Racjonalny vs Pan Emocjonalny – czyli nawet jeśli wydaje nam się, że jesteśmy racjonalni, to emocje zniekształcają nasz punkt widzenia (psychologia dla negocjatorów na podstawie badań noblistów: D. Kahneman i R. Thaler).
4. Podsumowanie przygotowań do negocjacji.
 - 4.1. Lista najważniejszych pytań, na które musisz zwrócić uwagę.
 - 4.2. Poszukiwania czarnego łabędzia.

Zaawansowane negocjacje zakupowe z trudnym partnerem *Szkolenia *fakultatywne* dla osób realizujących Executive Program.

Drugi dzień - Przy stole negocjacyjnym

1. Rozpoznanie i postawa w negocjacjach.
 - 1.1. Wiarygodność, techniki budowania własnej wiarygodności w oczach adwersarza.
 - 1.2. Efekt HALO w negocjacjach – rozpoczęcie negocjacji.
 - 1.3. Słynna szafa gdańska.
 - 1.4. Rozpoznanie postawy adwersarza. walka, współpraca, emocjonalność, ego, transakcyjność.
 - 1.5. W jaki sposób dobrać klucz rozmowy w zależności od postawy adwersarza.
 - 1.6. Fikcyjne przekonanie o ustaleniu listy kwestii.
2. Techniki negocjacji z pozycji słabej.
 - 2.1. Techniki przejmowania kontroli nad rozmową.
 - 2.2. Wzorce perswazyjne.
 - 2.3. Przesłuchanie adwersarza – techniki prowadzenia swobodnej rozmowy – pierwsza zasada przesłuchania. przesłuchiwany nie może się zorientować, że jest przesłuchiwany.
 - 2.4. Modulacja głosu: jak mówić.
 - 2.5. Mowa ciała – wyjaśnienie jak czytać zachowanie naszego rozmówcy.
3. Taktyki negocjacyjne z pozycji słabej.
 - 3.1. Błef, kłamstwa, manipulacja etc. – zapomnij o tych głupotach – czyli krótko o największych błędach w negocjacjach z monopolistą.
 - 3.2. Zniekształcenie percepcji w negocjacjach.
 - 3.3. Wykorzystaj uprzedzenia poznawcze w negocjacjach.
 - 3.4. Złudzenie kontroli – jesteś architektem, nie przedmiotem czyjejś architektury.
 - 3.5. Kadrowanie i lustro – techniki wpływania na nastrój i emocje rozmówcy.
 - 3.6. Irracjonalna eskalacja zaangażowania.
 - 3.7. Kotwiczenie i dopasowanie.
 - 3.8. Odmaluj ból adwersarza – techniki. kadrowanie, przekadrowanie, lustro, FUDGE, prawo małych liczb, heurystyka dostępności.
4. Szczególne uwagi dotyczące komunikacji pod koniec negocjacji – czyli techniki zamykania negocjacji.
 - 4.1. Kłątwa zwycięzcy, czyli o przeciąganiu pod kilem.
 - 4.2. Reguła wzajemności, czyli coś za coś.
5. Podsumowanie - one pager, jednostronicowa ściągawka.

**Zapytaj
o szkolenie
zamknięte!**

Francuski Instytut Gospodarki Polska Sp. z o.o.
ul. Filtrowa 75/5, 02-032 Warszawa
tel. +48 22 823 42 83, +48 668 258 817
e-mail: biuro@figpolska.pl

Szkolenia realizujemy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.



Wszystkie szkolenia są organizowane w Warszawie w 4-gwiazdkowych hotelach.

Formularze rejestracji i informacje o terminach, prowadzących oraz miejscu szkolenia dostępne są na stronie:

www.figpolska.pl