

Negocjacje zakupowe

Negocjacje to nie sprzedawanie ani postępowanie ofertowe, ale uzgadnianie warunków dostawy kiedy strony są już przekonane co do potrzeby zakupu.

Negocjacje to seria posunięć i kontr-posunięć, poprzez które strony dochodzą do wyniku akceptowalnego dla wszystkich. Jednym z akceptowalnych wyników jest również rozstanie bez transakcji. Z powodu akceptowalności wyniku proces negocjacji jest bardziej współpracą niż konkurowaniem.

Na negocjacje i kształt porozumienia duży wpływ mają wzajemne odczucia i percepcje stron. Niepewność z tym związana może prowadzić do różnych wyników negocjacji. Negocjacje to trudny i emocjonalny proces na który wpływ ma wiele czynników dlatego warto do każdych negocjacji przygotowywać się analizując scenariusze postępowania tak aby osiągnąć jak najlepszy wynik przy którym obydwie strony są w stanie współpracować.

Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Nauczy się rozpoznawać przedmiot i typ negocjacji, analizy siły przetargowej dostawcy i nabywcy

Dowie się, jak postępować, aby minimalizować ryzyko dostawcy minimalizując negatywny wpływ marżyna jakość zakupu

Odkryje techniki postępowania w negocjacjach jednoparametrycznych i wieloparametrycznych

Nauczy się skutecznego przejmowania kontroli nad procesem negocjacji

Zapozna się z najważniejszymi zasadami negocjacji i strategiami negocjacji

Nauczy się postępowania w trudnych emocjonalnych sytuacjach będąc nastawionym na współpracę

Dowie się jak tworzyć dokumenty formalne do zakupu

Dowie się jak definiować parametry negocjacyjne i jak budować alternatywę



Cena:

1900 pln netto / 2 dni / os.

I. Wprowadzenie do negocjacji

Negocjacje/zakup/sprzedaż – definicje i pojęcia

Przedmioty negocjacji (cele, granice, presja, alternatywa, siła przetargowa, obszary dyskusji cenowych)

Czynniki wpływające na trudność negocjacji (niepewność, współpraca, konflikt, punkty graniczne i obszary negocjacji, model docelowy współpracy i strategia negocjacji)

Główne fazy cyklu

negocjacyjnego Dobrze otwarcie

Role w zespole – kto negocjuje?

II. Planowanie negocjacji

Analiza dostawcy

Negocjacja wieloparametryczna

Pakiety usługowe

Parametry negocjacyjne

Dźwignie negocjacji

Współpraca długoterminowa

III. Fazy cyklu negocjacyjnego

Otwarcie negocjacji

Poznanie i wyjaśnianie

Analiza zachowań negocjacyjnych

Targowanie (dobre praktyki, negocjowanie parami, przypadki szczególne, rozpoznawanie i zarządzanie konfliktem, gry emocjonalne)

IV. Budowanie siły negocjacyjnej

Siła przetargowa dostawcy

Presja czasowa klienta

Pozycja uprzywilejowana dostawcy

Siła przetargowa klienta

Alternatywne opcje

V. Cele biznesowe projektu zakupowego i wymagania formalne

Konstruowanie SIWZ

Tworzenie umów

Poszukiwanie partnerstwa i wspólnego celu z dostawcą

Sposoby nagradzania za wspólny cel i karania za jego brak

Racjonalność celu

Braki w negocjowanych dokumentach

Szacowanie pracochłonności dostawcy

Jak szacować margines negocjacji cenowej?

VI. Współpraca i rozwiązywanie trudnych problemów w negocjacjach

Zbieranie informacji

Analiza i zrozumienie informacji

Metody podważania założeń i struktury negocjacji

Sposoby zmiany parametrów cząstkowych

Współpraca budowana na rozumienie własnych oczekiwań

Wyczucie oczekiwań dostawcy – jak trafnie zgadywać?

Zarządzanie emocjami po obu stronach stołu negocjacyjnego

Parametry modelu docelowego współpracy

VII. Strategie negocjacyjne

Wybory dostępne dla Klienta i Dostawcy

Strategie Dostawcy

Percepcja Dostawcy co do strategii Klienta

Zbieranie danych i wyciąganie wniosków

Kreowanie racjonalnych opcji

Testowanie opcji

Reagowanie i sterowanie niepewnością w negocjacjach

Kluczowe założenia strategii negocjacyjnych

