



Szczegółowy opis szkolenia:

# NEGOCJACJE W BIZNESIE



Dokument przygotowany przez:  
Marcelina Szydłowska  
[marcelina.szydłowska@intellect-group.pl](mailto:marcelina.szydłowska@intellect-group.pl)  
tel.: 530 414 080

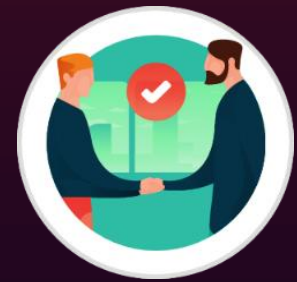
Dokument przygotowany dla:  
Klientów Intellect  
w dniu 15 maja 2023  
ważny do czasu następnej aktualizacji

# Spis treści

- 03** – Idea szkolenia
- 04** – Dla kogo to szkolenie?
- 05** – Korzyści dla firmy
- 06** – Korzyści dla pracownika
- 07** – Metodologia
- 08** – Program szkolenia
- 11** – Trenerzy
- 12** – Kontakt

# Idea szkolenia

## Czyli nasze podejście do negocjacji biznesowych



Wiemy, że cena czyni cuda. Ale przychodzi taki moment, kiedy cena nie może lub nie chcemy żeby była niższa. Co kiedy nasi handlowcy narzekają na niższe ceny konkurencji i nie dostrzegają potencjału swoich produktów? Czy to już oznacza czarne chmury dla firmy? Co w przypadku, kiedy Twój sprzedawca mogą grać tylko ceną?

**Dostrzeżemy wartość Twojego produktu i razem z Twoim zespołem spróbujemy zbudować różne alternatywy dla klientów, tak aby świadomie podejmowali oni swoje decyzje zakupowe.**

# Dla kogo to szkolenie?

Szkolenie kierujemy do szerokiej grupy osób, która na co dzień prowadzi różne "negocjacje" ze swoimi rozmówcami - mogą to być negocjacje przy sprzedaży lub zakupie, ale także ze współpracownikami, czy partnerami. Szkolenie polecamy dla:



HANDLOWCÓW



KUPCÓW



MANAGERÓW



PRACOWNIKÓW HR



PRACOWNIKÓW  
DZIAŁÓW LOGISTYKI

# Korzyści dla firmy

## **Zbudowanie modelu sprzedaży, który nie bazuje na niskiej cenie**

Pokażemy jak bronić ceny, skupiając się na wartości produktu i zaletach Waszej oferty. Cena często nie jest decydującym czynnikiem przy zakupie, choć może się tak wydawać.

## **Budowanie zadowolenia klienta przy jednoczesnym Waszym zadowoleniu z transakcji**

Sławna zasada "win-win". Czasem zapominamy, że negocjacje dzieją się nie tylko na poziomie cen i zakresu usług, ale także na poziomie psychologicznym. Pomożemy Wam sprawić aby klient "czuł" się dobrze z zakupionym u Was produktem.

## **Szansa na oszczędności**

Jeśli negocjujecie zakup i chcecie zaoszczędzić na transakcji.

## **Przygotowanie zespołu na rzetelną argumentację**

Naszym celem nie jest nauczenie Was tylko kilku sztuczek, ale pomoc w merytorycznym przygotowaniu Was do jakichkolwiek negocjacji, które prowadzicie - poprzez znalezienie właściwych argumentów i przedstawienie ich w odpowiedni sposób.

# Korzyści dla pracowników

## **Negocjacje oparte na wartości i argumentach**

Nauczysz się jak negocjować mając wartościowe argumenty, a nie tylko sztuczki. Nauczysz się dostrzegać te argumenty i właściwie je przedstawiać.

## **Swoboda w rozmowach i negocjacjach**

Nie będziesz błędzić i czuć się niepewnie, jeśli dowiesz się jak prawidłowo negocjować.

## **Poznasz typologię osobowości**

Jest to bardzo cenna umiejętność, która pozwala rozpoznać typ rozmówcy. Dlaczego jest ona przydatna? Bo łatwiej przewidzieć czego taki rozmówca oczekuje, jak się zachowa i przede wszystkim dlaczego zachowuje się w taki, a nie inny sposób. Wiedząc to wszystko, dużo łatwiej się przeprowadzić negocjacje zakończone sukcesem.

## **Zbudujesz pozytywną relację z partnerem**

Pokażemy Ci jak prowadzić negocjacje, które będą się kończyć nie tylko finansowym sukcesem, ale także sukcesem psychologicznym. Bo co z tego, że wygrasz na cenie, ale za to Twój partner będzie czuł się z tą transakcją źle i w przyszłości nie będzie chciał już współpracować?

# Metodologia



## METODOLOGIA DISC

Metoda, która określa 4 główne typy osobowości wśród ludzi, z ang. 4 style: Dominant (Dominujący), Influencing (Wpływowy), Steady (Stąły), Compliance (Sumienny). Analiza ta nie ma jednak na celu oceniania człowieka. Zgłębia samoświadomość i daje możliwość przyjrzenia się swoim dobrym i słabszym stronom.



## METODA PINEZKI

Cecha-zaleta-korzyść, poznanie jak określić produkt, aby następnie go pozytywnie opisać i pokazać, jego opłacalność.



## PPPP

Określenie **pr**agnień, **po**trzeb, **pr**zeszkód i **p**roblemów naszych klientów. Obowiązkowy klasyk dla każdej firmy.



## WYRÓŻNIKI MARKI

Opracowanie unikatowych cech, które wyróżniają Twój produkt od konkurencji, to kluczowe działanie przed podejściem do sprzedaży. Aktualny rynek pokazuje, że sposób sprzedaży dopasowany do potrzeb klienta z uwzględnieniem wszystkich atrybutów produktu/usługi jest najskuteczniejszy.



## AIDA

Skrót oznacza Attention, Interest, Desire i Action. Często stosowany w działaniach marketingowych i sprzedażowych. Ma na celu skupienie uwagi klienta, zainteresowanie go tematem pobudzając pragnienie zakupu, płynnie przechodząc w zamknięcie sprzedaży.



## CYKL KOLBA

Sposób uczenia się, który jest oparty na 4 etapach. Teoria oparta na uczeniu się poprzez doświadczenie. Ważnym elementem jest dopasowanie do osobistego stylu każdego z nas.

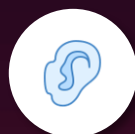
## A także:



GRY INTEGRACYJNE



STYL PARTNERSKI



EMPATYCZNE  
SŁUCHANIE



MINI WYKŁADY

# Program szkolenia (1/3)

## Moduł 1

### Przygotowanie do negocjacji biznesowych

- ✓ Określenie celu negocjacji
- ✓ Rozpoznanie negocjatora (patrz temat poniżej „Z kim będę negocjował”)
- ✓ Określenie swoich zasobów/silnych stron/argumentów
- ✓ Identyfikacja potrzeb partnera/negocjatora

Przykładowe metody:



PPPP



Wyróżniki marki/produktu

Przykładowe ćwiczenia:



Dłoni – czy wyciągniesz pomocną dłoń do klienta?

## Moduł 2

### Określenie siebie w negocjacjach

- ✓ Poznanie własnego typu osobowości (m.in. przez wypełnienie autorskiego testu)
- ✓ Rozpoznanie w jakim sposobie komunikacji dobrze się czuję (na podstawie rozpoznanego typu osobowości).
- ✓ Określenie swojej misji/wizji, swojej firmy, Klientów oraz partnerów biznesowych, znalezienie wspólnych wartości

Przykładowe metody:



Kolorystyczne typy osobowości



Cykl Kolba



Misja / wizja

Przykładowe ćwiczenia:



Cukierki



Fundamenty sprzedaży



# Program szkolenia (2/3)

## Moduł 3

### Z kim będę negocjował?

- ✓ Rozpoznanie zawodowych kompetencji negocjatora
- ✓ Wprowadzenie do typologii osobowości
- ✓ Różne typy osób/negocjatorów
- ✓ Negocjator czerwony, niebieskie, zielony, żółty
- ✓ Określanie typu rozmówcy po kilku wypowiedzianych przez niego zdaniach
- ✓ Określanie typu rozmówcy na podstawie napisanej przez niego wiadomości email
- ✓ Określanie typu rozmówcy po preferowanej przez niego formy komunikacji
- ✓ Wykorzystanie wiedzy o typie rozmówcy, aby skutecznie się z nim komunikować

Przykładowe metody:



FUKO



Styl partnerski



Kolorystyczne typy



Macierz sprzedażowa

Przykładowe ćwiczenia:



Kolorystyka w mailach

## Moduł 4

### Proces prowadzenia negocjacji

- ✓ Określenie różnych faz negocjacji i zaprojektowanie ich struktury
- ✓ Opcje negocjacyjne w metodologii FUKO
- ✓ Forma języka, za pomocą którego będziecie komunikować się podczas negocjacji – wykorzystanie komunikacji korzyści
- ✓ Jak przełamywać opór w negocjacjach
- ✓ Radzenie sobie w stresujących sytuacjach podczas negocjacji
- ✓ Właściwa argumentacja podczas negocjacji biznesowych
- ✓ Wykrywanie kłamstwa i blefu podczas negocjacji czyli zgniętego kompromisu
- ✓ Rozpoznawanie chwytów negocjacyjnych u rozmówcy

Przykładowe metody:



Metoda pinezki



Język korzyści



Samoregulacja



Empatyczne słuchanie



Metoda lejka

Przykładowe ćwiczenia:



Negocjacyjny poker



Stół negocjacyjny



Mail sprzedażowy

# Program szkolenia (3/3)

## Moduł 5

### Prowadzenie negocjacji tak, aby zbudować pozytywną relację z klientem po ich zakończeniu

- ✓ Prowadzenie negocjacji w oparciu o zasadę WIN-WIN
- ✓ Relacja oraz styl partnerski jako klucz w procesie biznesowym
- ✓ Przeanalizowanie procesu sprzedaży i odpowiednie przygotowanie oferty
- ✓ Efektywna analiza potrzeb oraz odpowiednie reagowanie na „nie”
- ✓ Asertywność oraz pozytywny feedback w stosunku do klienta

Przykładowe metody:



Styl partnerski



Empatyczne słuchanie



Pozytywny feedback



„nie”zdrowa asertywność

Przykładowe ćwiczenia:



Zgniły kompromis



Pomarańcza

# Trenerzy

Sylwetki osób, które mogą poprowadzić dla Was szkolenie ze Sprzedaży przez telefon.



**Agnieszka Bilka**

Ukończyła studia z Psychologii w Biznesie, Zarządzania Zasobami Ludzkimi oraz Coachingu. Od początku życia zawodowego ma pośredni lub bezpośredni kontakt z klientem. 10-letnie doświadczenie w sprzedaży.

W branży szkoleniowej jest od 2015 roku. Wielozadaniowa i zorganizowana. Gwarantuje, że na szkoleniach zarazi uczestników motywacją do działań.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z negocjacji, różnych form sprzedaży, czy organizacji pracy.



**Alicja Kubacka**

Uwielbia dzielić się swoją wiedzą i przekazywać ją w interesujący i prosty sposób. Sprzedażą zajmuje się już ponad 20 lat. Pracowała w wielkich korporacjach oraz z małych rodzinnych firmach. Sprzedaż bezpośrednia i telefoniczna nie ma dla niej tajemnic.

Interesuje się rozwojem człowieka, reakcjami chemicznymi, jogą, medytacją, buddyzmem, ale też motoryzacją.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z negocjacji, różnych form sprzedaży, czy typologii osobowości.

# Kontakt

Skontaktuj się ze mną, a ustalimy szczegóły naszej współpracy



**Marcelina Szydłowska**

Koordinator szkoleń



530 414 080



[marcelina.szydłowska@intellect-group.pl](mailto:marcelina.szydłowska@intellect-group.pl)



[www.intellect-group.pl](http://www.intellect-group.pl)