



LAU TRAINING
FORMAÇÃO E CONSULTORIA

NEGOCIAÇÃO em COMPRAS

DESCRIÇÃO:

Este Curso pretende dotar e consolidar nos participantes os conhecimentos na área de compras, técnicas e competências que lhes permitam negociar eficazmente e conseguir os melhores resultados nos processos negociais em que intervém.

OBJECTIVOS:

No final do período de formação os participantes serão capazes de:

- O que é uma negociação e como deve ser conduzida; preparar os processos negociais; identificar os tipos e perfis de compradores; gerir o tempo e o poder num processo negocial; construir o clima adequado à negociação;
- Controlar-se emocionalmente e suportar a pressão; quais os estilos de negociação existentes e qual o mais propício; entender a comunicação verbal e não verbal (corporal e gestual);
- Quais as principais estratégias e táticas que os vendedores profissionais utilizam na negociação; aplicar as técnicas de negociação, não só no plano teórico, mas sim, adaptadas a cada caso concreto de negociação de compra.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- Conceitos Básicos
Conceito de negociação | Tipos de negociação na venda e na compra | Elementos fundamentais da negociação | Factores de êxito
- Como conduzir negociações em compras
Por quê negociar? | Os tipos de negociações existentes | As estratégias e táticas – ofensiva e defensiva | Análise das forças e fraquezas | Cenários alternativos | Exercício de demonstração

- Fases da negociação em compras
Preparação e planeamento do encontro negocial: objetivos (ocultos e declarados) | Levantamento de informações | Alternativas e concessões (o que quer conseguir, como conseguir e o que está disposto a conceder) | Discussão e apresentação das posições | Posições iniciais, avanço das posições e identificação dos interesses | Proposta – saber reunir as informações e fazer a proposta | Contra proposta e criação de opções alternativas | Procura de interesses e pontos de convergência, através das opções | Superar os impasses | Fecho e o acordo
- Etapa da argumentação em pormenor
Objectivos | Conceitos de argumento | Argumento comercial e técnico | Estratégia da argumentação | Construção do argumento
- Objecções
Atitudes frente às objecções | Tratamento das objecções
- Processo de compras negociadas
Interesses – levantamento de critérios e motivações racionais e emocionais | Opções – encontro dos interesses entre as partes | Padrões – defesa dos interesses, proposições e posição | Alternativas – encontro de saídas para o fecho ou um acordo negociado
- Tipos de compradores
Negociação com interesses, mútuos alcançados | Negociação com pessoas intransigentes | Estudo de caso: negociar com negociador difícil
- Três variáveis básicas em negociação
Informação – trabalhar os dados | Estabelecer uma linha de raciocínio | Tempo – o domínio do tempo na apresentação da linha de raciocínio | Poder – elementos do poder, poder da informação, poder do domínio do tempo | Autoridade negocial | Exercício: identificar as variáveis em compras
- Postura do comprador durante a negociação
Competências de relacionamentos | Como construir o clima negocial adequado | Controle e equilíbrio emocional | Comprar sob pressão | Aplicar as melhores técnicas, estratégias e táticas

- Persuasão racional para o comprador
Domínio da informação no argumento | Linha de raciocínio | Potenciar as informações | A autoridade (poder) – levar as pessoas a crer no seu argumento | Postura, motivação, convicção e entusiasmo
- Perfil do comprador-negociador
Intransigente – matador | Conciliador - alto desempenho | Caloroso – encantador | Espirituoso – infantil | Ajustado – burocrático | Teste: auto – análise do perfil negocial

DURAÇÃO:

18 Horas