

Verhandlungsfähigkeiten

Ziele

Am Ende des Trainings hat jeder Teilnehmer:

- verinnerlicht, wo „verkaufen“ aufhört und „verhandeln“ anfängt
- das Handwerkszeug eine Verhandlung zu analysieren und eine optimale Verhandlungsposition vorzubereiten
- einen Überblick, wie Verhandlungsspielräume optimal gemanagt werden können und so das gewünschte Ziel erreicht wird
- Kenntnisse über das wissenschaftlich basierte Erfolgsmodell und wie erfolgreiche Verhandler die einzelnen Verhaltensweisen einsetzen
- Strategien, die ein fruchtbares Verhandlungsklima zu schaffen, „schmutzige Tricks“ abwenden und Stagnation oder Sackgassen vermeiden
- die Vorbereitung, Planung und Durchführung in verschiedenen simulierten Verhandlungssituationen praktisch umgesetzt
- konstruktives und objektives Feedback zur eigenen Performance in Anlehnung an das Erfolgsmodell erhalten und einen durchdachten Aktionsplan für die Umsetzung nach dem Training erstellt

Zielgruppe

Vertriebsmitarbeiter, Vertriebsleitung, Sales Manager, Technik-, Finanz- und Rechts-Spezialisten die in Planung und Abschluss von verhandelbaren Verträgen und Vereinbarungen involviert sind.

Die Forschung hat ergeben, dass bei Verhandlungen (im Gegensatz zum Vertrieb) effektive Performer auf beiden Seiten die gleichen Planungsmethoden und Fähigkeiten einsetzen, so dass dieses Programm auch für Professionelle Einkäufer geeignet ist.

- Der Unterschied zwischen Verhandlung und Vertrieb – wann sollten Sie verkaufen und wann verhandeln.
- Verhandlungsergebnisse - Win-Lose, Lose-Win, und eine pragmatische, brauchbare Definition von Win-Win.

Programm/ Inhalt

- Der Unterschied zwischen Verhandlung und Vertrieb – wann sollten Sie verkaufen und wann verhandeln.
- Verhandlungsergebnisse - Win-Lose, Lose-Win, und eine pragmatische, brauchbare Definition von Win-Win.

Vorbereitung von Verhandlungen

- Ziele setzen: eigene und die der anderen Seite.
- Planung von Rückzugsmöglichkeiten und Alternativen.
- Verhandlungsspielräume, -grenzen und Zugeständnisse.
- Leitplanken der Verhandlung.
- Kalkulation von Konzessionskosten, weich und hart.
- Abwägen der Positionen und Taktik der Gegenseite.

Planung der Verhandlung

- SWOT-Analyse und Quellen der Machtverteilung.
- Kreatives Handeln mit Hebelwirkung.
- “Kontrollierter Rückzug” als Strategie der Zugeständnisse.
- Wo ist Übereinstimmung, langfristig oder kurzfristig.

Verhandlungs-Skills

- Das wissenschaftlich erforschte Erfolgsmodell der einundzwanzig Schlüsselverhaltensweisen.
- Überzeugen, managen der Machtverteilung und feilschen.
- Wie man das Klima aufrecht erhält, Sackgassen vermeidet und zum richtigen Abschluss kommt.
- Mit “Low Reactors” und ‘Dirty Tricks’ der anderen Seite umgehen.

Trainingsdesign und Methodik

Das Trainingsdesign basiert auf dem Prinzip, dass Teilnehmer am besten durch Anwenden und Überprüfen lernen. Vorbereitung, Planungsprozesse und die Verhandlungs-Skills werden Stück für Stück vorgestellt und in drei simulierten Verhandlungen praktisch geübt, jeweils gefolgt von detailliertem Review und Feedback.

Die Verhandlungen finden in Kleingruppen statt, im Idealfall mit 2 Paaren, jeweils von einem Coach begleitet, der eine Verhaltensanalyse der eingesetzten Skills direkt durchführt. In den Review-Sessions werden die Teilnehmer ermutigt ihre eigenen Stärken und Schwächen zu analysieren und erhalten detailliertes Feedback über Ihre Positionierung zum Erfolgs-Modell.

Dieser sich wiederholende Kreislauf aus Input-Praxis-Feedback hilft den Teilnehmern ihre Verhaltensweisen Stück für Stück an das Erfolgsmodell anzugleichen und dabei das eigene Verhalten ständig zu hinterfragen, was für den Transfer in die Praxis nach dem Training erforderlich ist.

Unterlagen

Die Teilnehmer erhalten eine Dokumentation, die bei der strukturierten Vorbereitung und Planung der simulierten Verhandlungen unterstützt. Sowie einen ausführlichen Ordner mit anwenderfreundlichen Referenz-Materialien die die jeweiligen Konzepte und Hintergründe detailliert erklären.

Fallstudien, die in den simulierten Verhandlungen genutzt werden, können auf Unternehmensspezifika oder Branchen angepasst werden.

Dauer

In der Regel 4 Tage – was aber je nach individueller Kundenanforderung variieren kann.

Trainer und Gruppengröße

Das Programm wird von einem Huthwaite Consultant durchgeführt, der wenn möglich Erfahrungen in der Kundenbranche hat. Der Trainer wird von ein oder zwei Verhaltens-Analysten begleitet, so dass das Verhältnis Analyst / Coachee 1 : 4 ist. Um die individuelle Aufmerksamkeit für jeden Teilnehmer sicher zu stellen ist die Gruppengröße auf zwölf limitiert.