

Estratégias e Técnicas de Negociação para Compradores

Objetivos Gerais:

Este Curso tem como objetivo dotar os participantes das áreas de compras dos conhecimentos, técnicas e competências que lhes permitam negociar eficazmente e conseguir os melhores resultados nos processos negociais em que intervêm.

Objetivos Específicos:

No final deste Curso os participantes saberão:

- 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 compras.

Destinatários:

Este Curso destina-se a todos os profissionais que tenham ou esperem vir a ter a curto prazo responsabilidades em compras e que estejam envolvidos em processos negociais nas áreas de compras, logística, materiais, suprimentos, financeira e administrativa.

Carga Horária:

18 Horas

Conteúdos Programáticos:

Módulo I - Conceitos básicos

- Conceito de negociação;
- Tipos de negociação na venda e na compra;
- Elementos fundamentais da negociação;
- Fatores de êxito.

Módulo II - 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 demonstração.

Módulo III - 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:
 - Objetivos;
 - Técnicas de Fecho.

Módulo IV - Etapa da argumentação em pormenor

- Objetivos;
- Conceitos de argumento;
- Argumento comercial e técnico;
- Estratégia da argumentação;
- Construção do argumento.

Módulo V - Objeções

- Atitudes frente às objeções;
- Tratamento das objeções.

Módulo VI - 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.

Módulo VII - Tipos de compradores

- Negociação com interesses mútuos alcançados;
- Negociação com pessoas intransigentes;
- Estudo de caso: negociar com negociador difícil.

Módulo VIII - 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.

Módulo IX - 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.

Módulo X - 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.

Módulo XI - Perfil do comprador-negociador

- Intransigente – matador;
- Conciliador – alto desempenho;
- Caloroso – encantador;
- Espirituoso – infantil;
- Ajustado – burocrático;
- Teste: autoanálise do perfil negocial.

Módulo XII - Estilos de negociação em compras

- Intransigente – oriental: soviética/árabe/judeu/japonês/chinês;
- Compromisso – ocidental: americano/inglês/francês;
- Variações de estilos.

Módulo XIII - Comunicação verbal e não-verbal – leitura e significados

- Ambiente psicológico, postura e comunicação
- Poder manifestado a partir do arranjo físico
- Táticas para minar resistência
- Posicionamento de cadeiras e de pessoas à mesa de negociação
- Leitura corporal – linguagem inconsciente na negociação
- Expressão verbal e gestual- linguagem consciente na negociação
- Simulação de situações práticas de compras