FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

TECNICHE DI NEGOZIAZIONE

L'ARTE DELLA SPADA

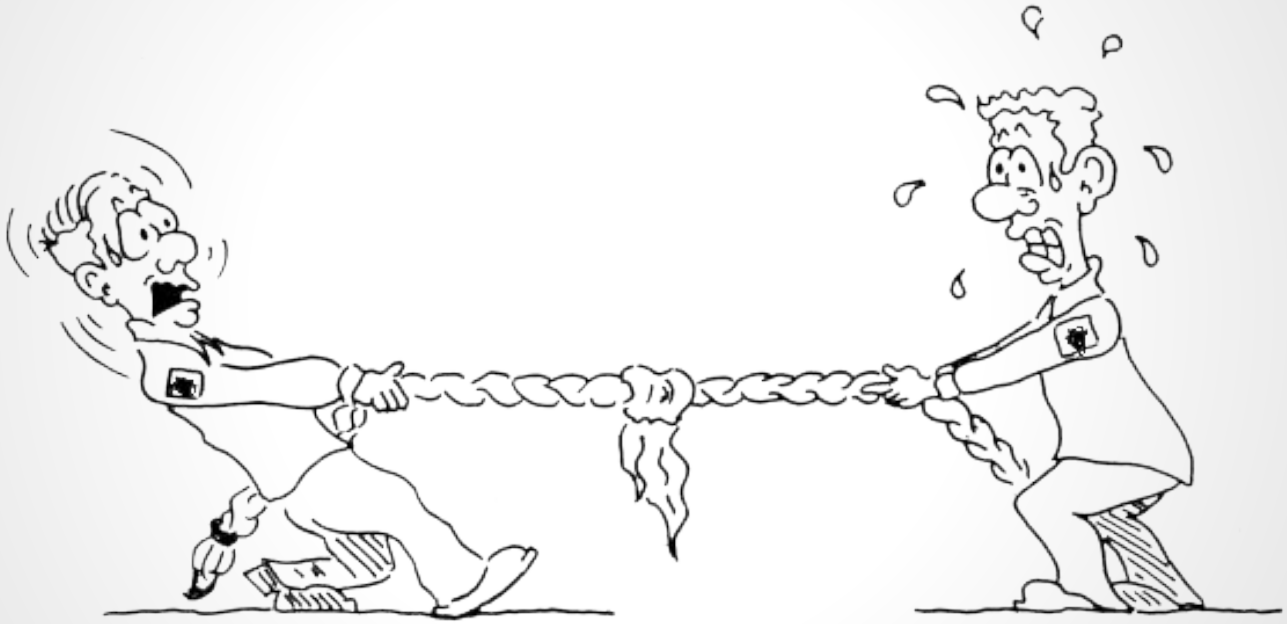
A cura di
Farhad Alessandro
Mohammadi

Negoziazione
L'arte della spada

La spada, se non
colpisce allora il pericolo e'
scampato. Le parole sono armi
sospese in attesa del momento
giusto

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Negoziazione...



FAR AHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Cosa sappiamo sulla negoziazione?

La negoziazione e' sempre necessaria?

Fareste uno sconto se non è richiesto?

Come agireste in una posizione di forza?

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Cosa sappiamo sulla negoziazione?

La vostra posizione è reale o percepita?

La negoziazione è vincere o perdere?

Quando bisogna negoziare e quando no?

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Ma chi ha detto che bisogna negoziare?

Una negoziazione non è per forza parte della vendita, non negoziate se non siete costretti

Un Anonimo

La spada davvero buona è quella che rimane nel suo fodero.

Sanjuro

Most of the time, the best decision we have made concerning deals is to say “no”

E. Siminoff

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

negoziazione

Cosa impareremo oggi?

- Terminologia
- Modello comunicativo
- Pianificazione del processo negoziale
- Do e don't
- Negoziatori pericolosi
- Tipologie di negoziazioni
- Esame di coscienza
- La storia infinita
- Case history
- Conclusioni

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Terminologia:

BATNA

WAV

ZOPA

FRAMING

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

BATNA

Non è il fratello di BATMAN ma… Best Alternative To a Negotiated Agreement

- Conoscere le alternative e/o crearsi delle alternative
- Dividere l'arancia non è l'unica soluzione. Si può anche sbucciarla, spremerla, o addirittura piantarla e far crescere un intero albero di arance
- Valutare le opzioni in caso di mancato accordo
- Individuare il Batna della controparte e minarne
- le fondamenta

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

wav

Walk Away Value, ovvero non chiudere
in perdita

- Quale è il valore minimo sotto il quale non scendere?
- Come stabilirlo?
- E' sempre conveniente concludere l'accordo?
- Dove si trova il Wav

ZOPA

(non è il sito famoso) ma… Zone Of Possible Agreement, ampliare il margine di trattativa

- E' sempre necessario immaginare ed individuare
- La zona dove l'accordo conviene a entrambe le parti
- E' necessario ampliare la percezione del valore aggiunto fornito per ampliare la zopa

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

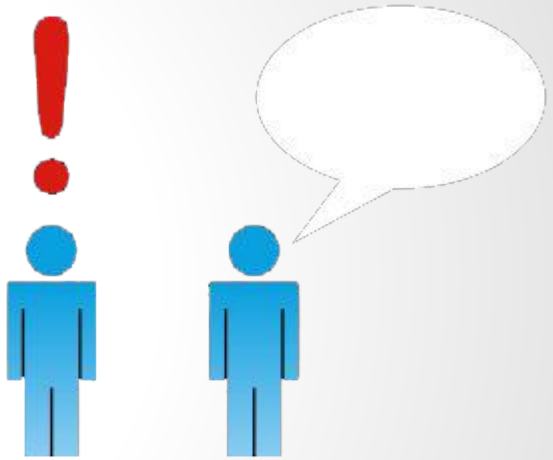
Framing
non sottovalutiamo la confezione

E' necessario adattare linguaggio e modelli comunicativi.
Il framing è il confezionamento di un elemento in
modo da incoraggiare alcune interpretazioni
e evitarne altre

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

MODELLO COMUNICATIVO

- Misurazione
- Adattamento
- Analisi emissioni libere
- Testing
- Interazione

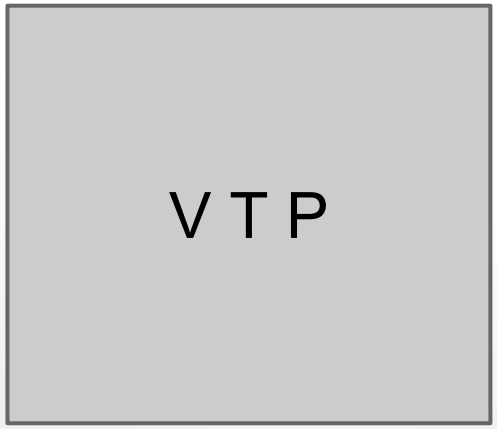


FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

misurazione

Spesso viene definito Warm Up ma a me piace utilizzare metafore rifacendomi alla fisica

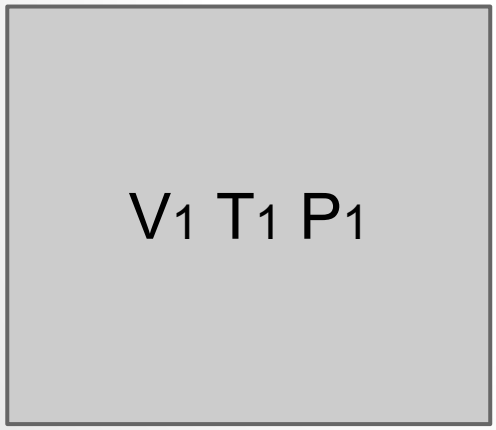
Se identifichiamo la controparte come una scatola nera nella quale non possiamo vedere allora possiamo identificarla cosi:

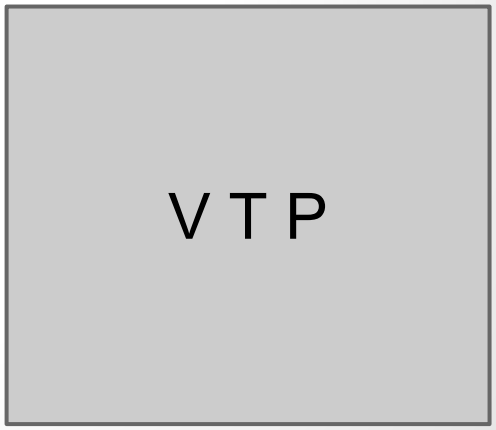


FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

ADATTAMENTO

Sicuramente rispetto al nostro interlocutore possediamo un modo diverso di comunicare: occupiamo lo spazio in modo diverso, abbiamo una intensità diversa e ci definiscono variabili differenti

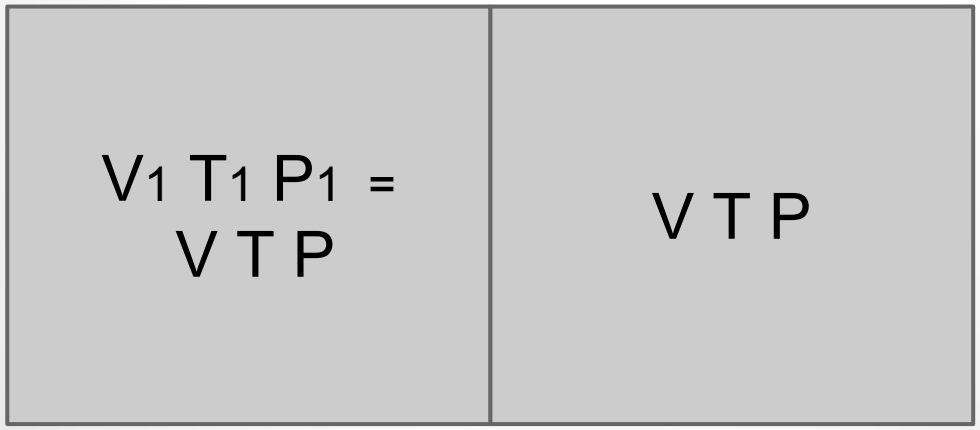




FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Adattamento

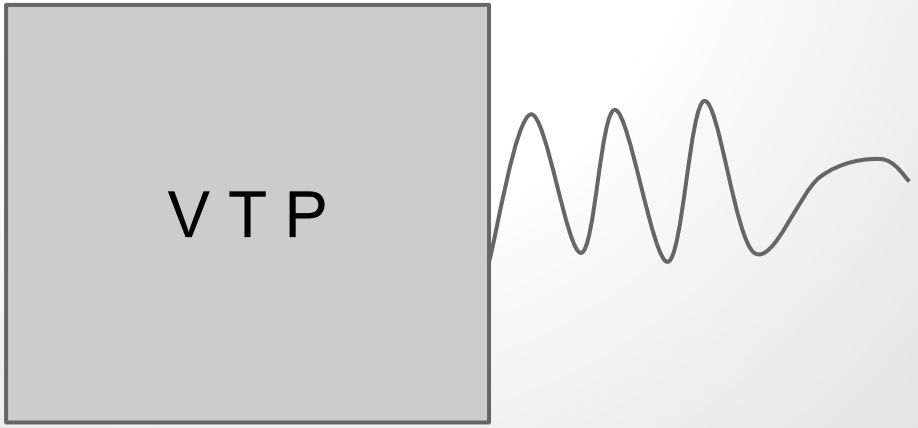
Come possiamo risolvere queste diversità? Adattandoci al nostro interlocutore. Se adattiamo il nostro modello comunicativo potremo avvicinarci senza provocare scosse o disagio.



FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Controllo delle emissioni libere di segnale

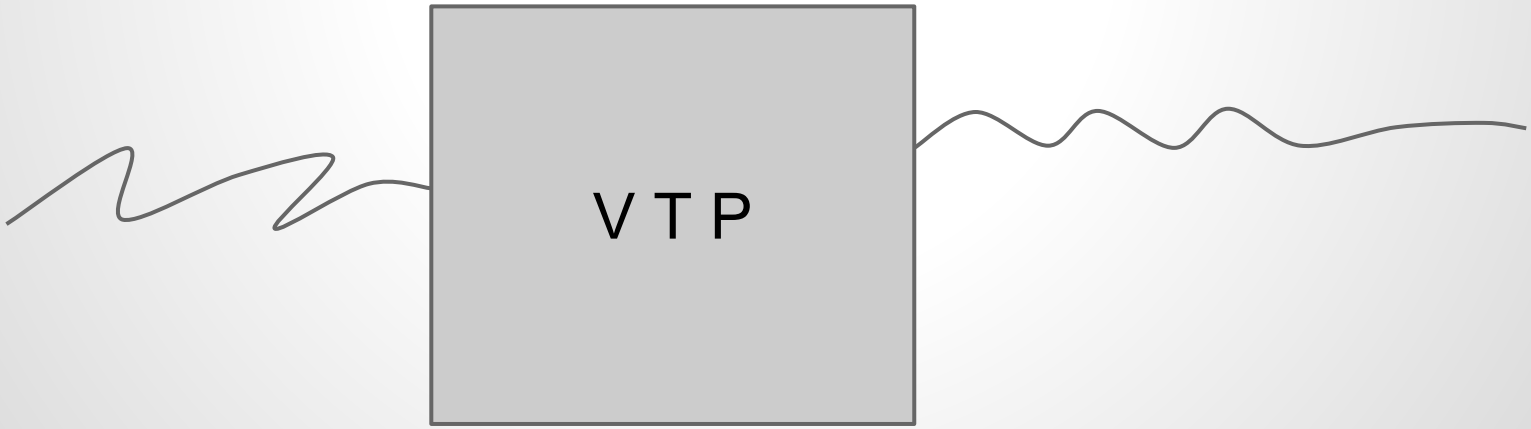
Se inizialmente manteniamo la conversazione leggera e basata su argomenti non intimi e non direttamente inerenti alla trattativa allora avremo modo di sapere di più su questa scatola nera che è il nostro interlocutore. Sapremo che segnale emette in modo libero e non influenzato.



FAR AHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Testing
ma che segnali emetterà se stimolato?

Una volta che conosciamo qualcosa di più possiamo iniziare, per tentativi, a toccare i diversi tasti e misurare le reazioni

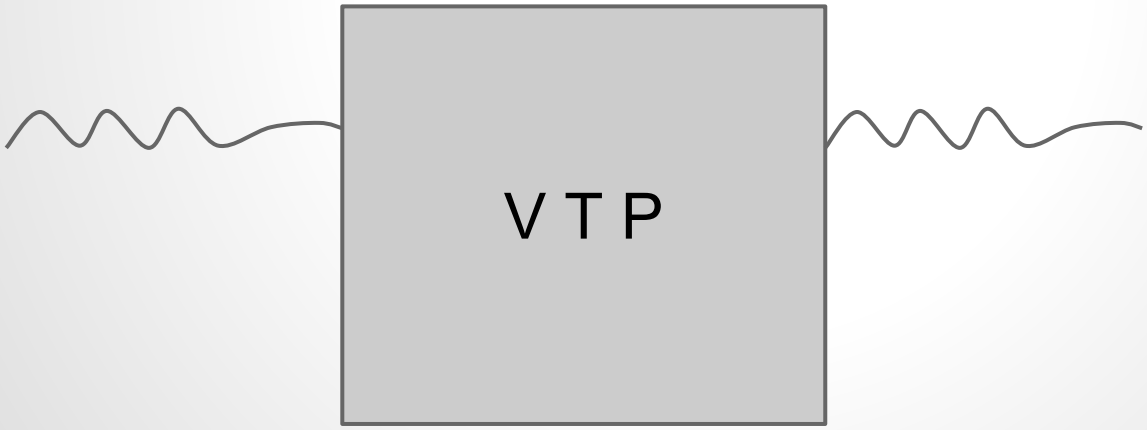


FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Interazione

Misurate ed individuate le reazioni possiamo approfondire

Agire quando si è sicuri e sempre misurando cio che accade.



FAR AHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Pianificazione processo negoziale

Come ci prepariamo ad una negoziazione?

- Raccolta informazioni
- Valutazione punti di forza reali e percepiti
- Definizione obiettivi
- Analisi necessità
- Risoluzione obiezioni
- Definizione “no fly zone”
- Preparare delle concessioni (da fare e ottenere)

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

RACCOLTA INFORMAZIONI

- Raccolta informazioni di contatto
- Raccolta informazioni commerciali
- verifica case history
- Studio dell'approccio in base a ruolo-settore

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Definizione obiettivi

- Obiettivi minimi
- Obiettivi massimi
- Tempi di chiusura dell'accordo

FAR AHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Analisi delle necessita

- Definire a monte le domande di carattere generale (azienda, attività, andamento del settore, storia dell'azienda)
- Prevedere le domande specifiche sull'area di interesse
- Elaborare le domande perche' risultino chiare e precise
- Utilizzare domande aperte e domande chiuse in base al momento ed all'obiettivo
- Fare una sintesi delle esigenze, verificandone la priorità
- verificare non la controparte la corretta comprensione dei suoi bisogni

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

RISOLUZIONE OBIEZIONI

NON SPAVENTIAMOCI DELLE OBIEZIONI, AIUTIAMO LA CONTROPARTE A REAGIRE

OBIEZIONI REALI

- Per avere elementi per decidere
- Per informazioni più precise
- Per analizzare i vantaggi
- Per essere rassicurata, avere conferme

Definita, precisa; la controparte è attenta ed interessata

OBIEZIONI PRETESTO

- Per manifestare indifferenza o opposizione
- Per resistenza a novità o cambiamenti
- Per darsi importanza

Vaga e imprecisa; la controparte è distratta

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Non spaventiamoci delle obiezioni

SUPERAMENTO DELLE OBIEZIONI

- Atteggiamento rilassato e comprensivo
- Tranquillità e ascolto
- Prevenire le obiezioni durante la presentazione
- Non abbattere le obiezioni, ma aiutare la controparte ad analizzare i vantaggi

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

NON SPAVENTIAMOCI DELLE OBIEZIONI

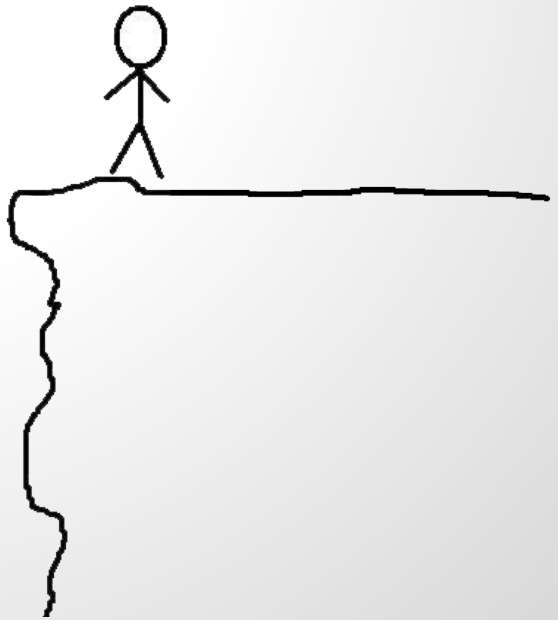
SUPERAMENTO DELLE OBIEZIONI

- Tenere in considerazione le domande della controparte, non evadere, né minimizzare nel rispondere
- Alcune obiezioni si possono IGNORARE
- Risposte Brevi ma complete
- Conferma risoluzione obiezione
- Conoscere le possibili obiezioni

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Definizione "no fly zone"

- Definire prima dell'incontro il limite superato il quale l' accordo non va siglato
- Indicare alla controparte in modo chiaro quando ci si sta avvicinando a questo limite



FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Preparare delle concessioni - il gioco degli ostaggi

- E' fondamentale preparare concessioni
- Le concessioni vanno fatte in cambio di concessioni
- Preparare concessioni finte
- Pesare e ponderare il peso di ciascuna concessione

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: Esplorazione e domande

Utilizziamo le domande. Le domande sono necessarie per racimolare informazioni e scoprire l'avversario.

FAR AHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: Negoziazione e finte

Le finte sono il fondamento per spostare la negoziazione su concessioni non importanti.

FAR AHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: come si duella?

- Discutere ogni punto dell'accordo, anche quelli di minori interesse, per non scoprire le proprie debolezze
- Negoziare prima i punti poco importanti per le parti così da ammorbidire la trattativa e rilassare gli interlocutori
- Negoziare con forza su punti importanti per la controparte facendo pesare le concessioni fatte per ottenere vantaggi su punti di nostro interesse

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: Tecnica e osservazione

- Ragioniamo come l'avversario, è necessario prevedere le sue mosse
- Apertura classica, tranquilla e senza rischi
- A letto con il nemico. Non sottovalutiamo l'importanza di una buona atmosfera
- Facciamo le dovute analisi, non sempre il batna dell'avversario è forte come si crede

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: DIMMI CHE BATNA HAI E TI DIRO CHI SEI

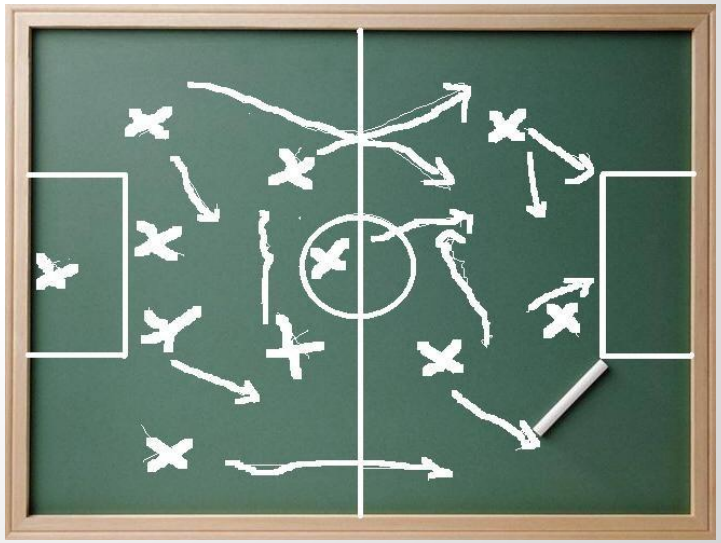
Analizzare la controparte:

- Non sempre un partner importante è in posizione negoziale forte
- Non sottovalutare la psicologia
- Saper leggere fra le righe
- Imparare a riconoscere i reali obbiettivi
- Sapere se si sta parlando con il decisore finale

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: Tattiche e scappatoie

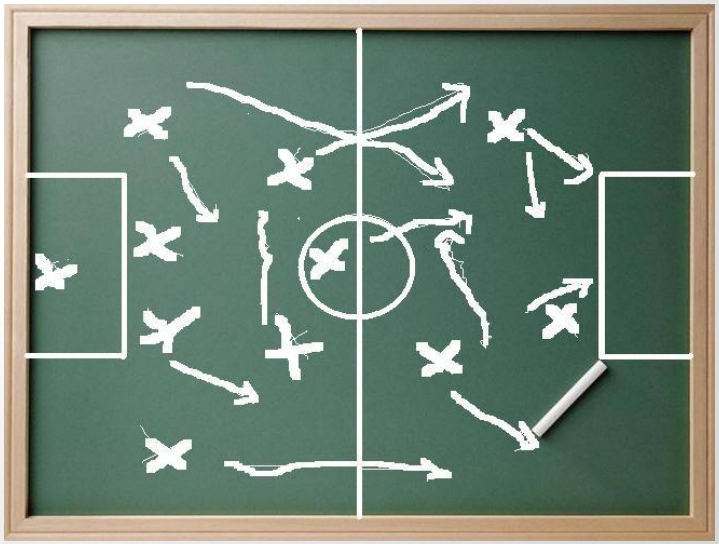
- Documentare l'accordo, permette di non perdere il terreno guadagnato
- Tenersi delle soluzioni alternative da proporre
- Cedere terreno solo in cambio di terreno
- Negoziare su opzioni poco importanti per spostare l'attenzione



FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DO: TATTICHE E SCAPPATOIE

- Non andare subito al punto, girarci intorno
- Ripetere i punti importanti per fissarli
- Capire le preferenze della controparte
- Spezzettare le richieste lungo tutta la trattativa alternandole a concessioni
- Ascoltare e domandare



FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DON'T: cosa non fare!

Non rivelare wav e non rivelare il margine (Zopa) a meno che la trattativa non si sia protratta per secoli e sia necessario concluderla

Richieste irragionevoli: relativa risposta

- Ignorare la richiesta
- Buttarla sul ridere
- Indicare alla controparte che la richiesta è al di fuori di certi limiti e cercare di capire quale è il senso reale della richiesta

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DON'T: #2 COME SI DUELLA?

- In ogni caso il BATNA non va sbandierato: ne se debole, ne se forte
  - Se debole per non dare la partita in mano alla controparte
  - Se forte per evitare di indisporre la controparte

- Chiudere in prima battuta non sempre è vantaggioso
- Lasciamo il tempo per metabolizzare

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

DON'T: NON MOSTRARE LE EMOZIONI

- Non emozionatevi in chiusura
- Non mostrate emozione nell'ottenimento di concessioni importanti
- Non reagite agli scatti dell'avversario (La tigre e il dragone)

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

Negoziatori pericolosi

- I non negoziatori "ciò che è tuo è mio e ciò che è mio è mio". Siete di fronte a questo tipo di negoziatore? Se potete abbandonate il tavolo

- Bugiardi "Rimangio ciò che ho promesso", ovvero il bugiardo: strutturate un accordo con cura dei dettagli e documentate la discussione di ogni punto

- Sabotatori “Ogni modifica è una scusa per generare guerra"

TIPOLOGIE DI NEGOZIAZIONE

Più attori al tavolo :

Divide et Impera

- Creare delle coalizioni
- Parlare con tutti
- Fare in modo che parlino solo con voi

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

TIPOLOGIE DI NEGOZIAZIONE

Negoziazione in più tempi:

- Alla fine di ogni incontro riassumete i punti fissi
- Fissate sempre l'incontro successivo
- Mantenete calda la trattativa

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

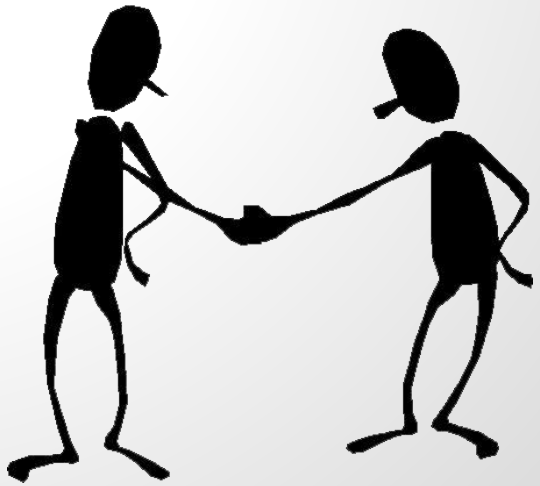
Esame di coscienza

- Non sempre abbiamo ragione. Facciamo valutare
- La nostra offerta da un esterno non coinvolto
- Giochiamo Win - Win un accordo perdura se i vantaggi sono reciproci

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

La storia infinita

La chiusura di un accordo è solo l'apertura di un rapporto. Mantenete patti e posizioni. Se fate concessioni sottolineate che si tratta di tolleranze. Ricordate sempre: Ciò che non pesa non esiste



FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

conclusione

- Il BATNA reale dell'avversario non sempre è quel che ci aspettiamo
- Non sempre è indispensabile tornare a casa con un accordo, è importante ricordare che questo ci deve portare più vantaggi che svantaggi
- Non sempre i competitor, anche più forti di noi, hanno le carte giuste da giocare

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT

grazie

FarAhead Consulting

Via Po,52 Torino

011 196 664 59

www.farahead.eu

alessandro@farahead.eu

http://www.linkedin.com/in/farhadalessandromohammadi

http://www.linkedin.com/groups/Eventi-marketing-Torino-4951177

http://www.slideshare.net/farhadalessandromoha

@gofarahead

FARAHEAD
BUSINESS CONSULTANT