



TECNICA E PSICOLOGIA NEGOZIALE

Approfondimento sugli elementi psicologici e le tattiche comportamentali

La trattativa nel contesto del Processo di Acquisto moderno non può più limitarsi all'analisi rigorosa dei costi e degli indicatori. Essa si configura come una disciplina strategica complessa, che integra un sofisticato mix di tattica, psicologia e comunicazione orientato al valore. Il buyer di successo padroneggia l'arte di condurre la conversazione, non di dominarla con la sola forza. Questo richiede una preparazione che va oltre i dati, basata sulla flessibilità mentale, sulla capacità di cogliere le contraddizioni e sull'abilità di costruire alternative in tempo reale. Essere vincenti significa, innanzitutto, padroneggiare la situazione attraverso una conoscenza approfondita delle strategie negoziali e l'applicazione di principi di psicologia che permettano di comprendere i "giochi" dell'interlocutore, spiazzarlo ed indirizzarlo con metodo verso soluzioni che possono risolvere situazioni di negoziazioni compromesse o in condizioni iniziali di debolezza. Questo corso è focalizzato sull'analisi e la discussione delle tattiche avanzate attuabili nei diversi contesti negoziali, con una profonda immersione negli aspetti psicologici caratteristici della trattativa d'acquisto (come l'ancoraggio, la gestione dei bias e la comunicazione non verbale). Sebbene l'apprendimento di questi aspetti comunicazionali e psicologici sia cruciale per l'area del Procurement, la sua valenza travalica i confini della funzione. Tutti coloro i quali, all'interno di enti, reparti e dipartimenti aziendali, si trovano a interfacciarsi con fornitori esterni o a gestire stakeholder complessi, necessitano di dotarsi di un toolkit di negoziazione avanzato per ottimizzare i risultati. È questa la ragione per la quale questa proposta formativa si rivolge anche a figure professionali con ruoli di responsabilità (ad esempio in R&D, Operations o Project Management) non strettamente appartenenti all'area degli Acquisti. Allo scopo di assicurare una rapida e profonda trasferibilità operativa dei concetti proposti, il percorso prevede numerose esercitazioni e simulazioni realistiche basate su scenari tipici del sourcing.

AGENDA

MODULO I - 8 ore

1. Lo scenario negoziale

- a) Gli attori del processo negoziale
- b) Coinvolgimento e mappatura degli attori interni ed esterni
- c) Il Backward Mapping applicato al processo negoziale

2. Modelli comportamentali di negoziazione interna ed esterna

- a) Cenni sulla Teoria dei Giochi adattata a negoziazioni complesse
- b) Il modello distributivo: gestire le informazioni per il vantaggio negoziale
- c) Gestione dei punti di resistenza in scenari statici e dinamici
- d) Il modello integrativo: integrazione dei bisogni per la creazione di valore
- e) Tecniche di problem solving adattate alla negoziazione integrativa

3. Comprensione e risoluzione degli stalli conflittuali

- a) Le cause del conflitto
- b) Distorsioni cognitive introdotte dallo stato conflittuale
- c) Rimozione delle cause e risoluzione del conflitto

ESERCITAZIONE - Analisi di un business case ed impostazione dello scenario negoziale

4. Principi di comunicazione interpersonale efficace

- a) Il modello di Shannon e la circolarità comunicativa
- b) La negoziazione percettiva

OBIETTIVI

- ✓ Permettere il raggiungimento della padronanza delle tecniche comunicazionali e negoziali necessarie per la conduzione e la conclusione di una trattativa di acquisto
- ✓ Trasmettere le modalità attraverso le quali provvedere a un self-assessment della propria capacità e attitudine negoziale
- ✓ Fornire gli elementi di conoscenza indispensabili per intervenire sul proprio stile negoziale individuando le possibili aree di miglioramento
- ✓ Rendere disponibili strumenti pratici e tecniche facilmente applicabili per affrontare con successo ogni negoziazione interna e ogni trattativa con i fornitori.

DESTINATARI

- **Team Leader e Buyer Senior** (per apprendere le tecniche fondamentali per l'utilizzo degli strumenti di comunicazione e di negoziazione durante una trattativa di acquisto)
- **Responsabili in ambito Logistica e Supply Chain** (per raggiungere la confidenza con l'approccio psicologico da utilizzare nelle relazioni con i vettori di trasporto e i fornitori di servizi di logistica)
- **Responsabili di unità di business ed enti interni che abbiano la facoltà di provvedere all'acquisto di beni e servizi** (per le figure di responsabilità che sono dedicate all'acquisto diretto di beni e servizi e che pertanto hanno costanti relazioni con fornitori esterni)
- **Responsabili della Contract Administration e Gestori di contratto** (per migliorare la modalità comunicazionale della relazione con i fornitori nei contratti di pertinenza)

- c) L'ascolto attivo e l'arte di domandare
- d) Focus sui dettagli che incidono sulle dinamiche comunicative

MODULO II - 8 ore

1. Prossemica e Body language

- a) La gestione dello spazio nel contesto negoziale
- b) Interpretazione e gestione dei segnali non verbali

2. Tecniche avanzate di psicologia negoziale

- a) Comunicazione Percettiva e Teoria della persuasione
- b) L'Analisi Transazionale per la risoluzione dei conflitti negoziali
- c) Sfruttare la propria emotività per rafforzare l'efficacia comunicativa
- d) Principi di PNL: i metamodelli base per la costruzione della sintonia relazionale

ESERCITAZIONE - Analisi di business case basati sull'applicazione dei principi studiati nella giornata di formazione

3. La tecnica linguistica

- a) L'importanza delle domande
- b) L'ascolto attivo
- c) Strutture linguistiche efficaci

4. La negoziazione in uno scenario di sfiducia

- a) Modelli comunicativi in uno scenario di negoziazione conflittuale



DURATA

16 ore
2 giornate da 8 ore



EROGAZIONE

In doppia opzione: erogazione sia in presenza sia on-line, il partecipante potrà prendere parte alla lezione presso il nostro centro formazione di Milano oppure seguire la lezione on-line



EDIZIONI

- 22-23 aprile Milano
- 2-3 dicembre Milano