

LA NEGOZIAZIONE RELAZIONALE

DESTINATARI

Dipendenti attività commercio turismo e servizi con mansioni legate a trattative intese nel senso più ampio del termine (es. rapporti fornitori, rapporti sindacali, rapporto capo-collaboratori, ecc.).

Le aziende devono essere aderenti al Fondo FORTE.

DURATA

16 ore

NUMERO DI PARTECIPANTI

Massimo 15 persone

SEDE DEL CORSO

Via Massena 20, 10128 – Torino

Date: 06/02/2017-07/02/2017

PER INFO ed ISCRIZIONI entro il 22/11/2016

Via Massena 20, 10128 Torino

Tel. 011/5516306

Fax 011/5516229

fondoforte@forter.it

Orario :

lun-giov 08.30 - 17.30

venerdì 08.30 - 16.30

Documentazione da presentare:

- documento d'identità del Legale Rappresentante
- Uniemens comprovante l'iscrizione al fondo For.Te

La “negoziante relazionale” è la competenza chiave richiesta in diversi contesti e momenti della vita aziendale. Capi e collaboratori, Venditori e clienti, compratori e fornitori, si ritrovano a negoziare su questioni che impattano sull'azienda, sul rendimento di una persona o sul clima all'interno di un team. Insieme di sforzi strategici necessari in ogni situazione in cui due o più parti devono operare insieme partendo da posizioni diverse, a volte conflittuali, per raggiungere un obiettivo d'interesse comune. Il “lavoro” del negoziante efficace è quello di combinare sistematicamente l'uso delle risorse personali, di abilità comunicative e delle tecniche specifiche in funzione dell'interlocutore o degli interlocutori che ha di fronte, del contesto in cui si trova e dell'obiettivo da raggiungere. Per un capo, significa saper gestire il dissenso, accettare la critica per arrivare al consenso; per un venditore riuscire a superare le obiezioni del cliente orientandolo verso l'acquisto. In ogni caso si sviluppano processi d'influenza su persone e ambienti per raggiungere un risultato atteso. Saper negoziare diventa così competenza chiave a tutti i livelli.

Struttura del corso

PROGRAMMA	
1	Skill profile: autocertificazione delle proprie competenze nella negoziazione; Comunicazione e comportamenti comunicativi, significato e valore dell'assertività
2	Le fasi rilevanti del processo negoziale: preparazione, avvio, gestione, chiusura; Approfondimento dei contenuti relativi a ogni fase;
4	Piano di miglioramento individuale: obiettivi, azioni, tempi entro i quali realizzarlo