شناسنامه سمینارآموزشی فنون مذاکره و مهارت های فروش

| ردیف | مشخصه | شرح |
| --- | --- | --- |
| 1 | اهداف  | 1. ایجادتسلط کارکنان در خصوص روش ها و تکنیک های مذاکره با مشتریان
2. ایجاد تسلط کارکنان در خصوص روش ها و فنون بیان و زبان بدن
3. توسعه مهارت های فروش با توجه به ویژگی های مشتریان
4. دستیابی به روش های برطرف کردن بهانه های مشتریان
5. ارتقای مهارت های فروش علی رغم حضور رقبا
6. فراگیری تکنیک های مذاکره اثربخش
7. آموختن برگزاری مذاکرات گروهی
8. ارتقای توان کارکنان برای ارائه مشاوره حرفه ای به مشتری
9. تغییر نگاه کارکنان به رفتار مشتریان و طرف های مذاکره
10. تغییر نگاه کارکنان به ظواهر و پدیده های عینی در حین مذاکره و فروش
11. ارتقای توان تمرکز بر اهداف مذاکره و حفظ منافع در کل فرآیند
 |
| 2 | سرفصل ها | 1. انواع مذاکره و مهمترین ویژگیهای آن
2. آشنایی با مراحل سیستماتیک مذاکره
3. تدبیر در مذاکره
4. ترکیب انواع تیمهای مذاکره
5. آماده سازی تیمهای مذاکره
6. انواع استراتژیهای مذاکره
7. هدف گذاری در مذاکره
8. انواع تاکتیکهای مذاکره در برخورد با طیف های مختلف
9. روش های مقابله با شگردهای مذاکره
10. روش های مقابله با ترفندهای مذاکره
11. روش های مقابله با نیرنگ های مذاکره
12. مهارت های اطلاعاتی در مذاکره
13. آشنایی با فرهنگ های مذاکره کنندگان
14. قومیت های ایرانی و رفتار آنها در مذاکرات
15. اهمیت آشنایی با محل مذاکره
16. اهمیت آشنایی با روانشناسی و گروه های شخصیتی افراد در مذاکره
17. مهارت های رفتاری در مذاکره
18. آراستگی ظاهر و تاثیر آن در مذاکره
19. حریم ها و حرمت ها در مذاکره
20. شیوه های برقراری ارتباطات موثر در مذاکره
21. هنر سخنوری در مذاکره
22. سعدی و مذاکره
23. چهره شناسی و اهمیت آن در مذاکره
24. مروری بر مهمترین زبانهای بدن در مذاکراه
25. حالتهای خاص مذاکره
26. نحوه برخورد با تهدید خروج مذاکره کننده از میز مذاکره
27. نحوه مدیریت بهانه ها مانند به رخ کشیدن عملکرد موفق رقیب
28. نحوه مدیریت درخواستهای خارج از منافع طرفین (گرایش طرف مقابل به استراتژی برد –باخت ) و...
29. مکانیزمهای ارائه پیشنهاد در مذاکره
30. جمع بندی و به پایان رساندن موثر مذاکره
31. بایدها و نبایدهای مذاکره
32. برگذاری کارگاههای فرضی مذاکره
 |
| 3 | مخاطبان | 1. مدیران بخش های بازاریابی و فروش، امور مشتریان،امور مشترکین و فروشگاهها یا مراکز عرضه کالا و خدمات
2. کارکنان حوزه های بازاریابی و فروش،شعب ،امور مشترکین،امور مشتریان،فروشگاهها ،امور قراردادها ،بخش های وصول مطالبات و تمامی بخش هایی که با مشتری یا ارباب رجوع در ارتباطند
 |
| 4 | زمان مورد نیاز | این سمینار آموزشی در دو روز از ساعت 8 الی 13 برگزار می شود.مناسب است در دو هفته و در یک روز مشخص برنامه ریزی شود. |
| 5 | فضای آموزشی و تجهیزات | ◼ ويديو پروژکتور ◼ پرده ◼ وايت برد🞏 رايانه ▄امکانات صوتي ▄ امکانات پخش فيلم🞏 امکانات فيلمبرداري 🞏 عکس برداري 🞏کاغذ نحوه چيدمان کلاس: اگر به صورت میزگرد باشد مناسب تر است.**ساير موارد: این سمینار آموزشی در سازمان متقاضی و برای مدیران و کارکنان آن سازمان برگزار می شود.مناسب است که در صورت تقاضا سمینار مدیران از سمینار کارکنان مجزا باشد.در برخی از سازمانها با هماهنگی قبلی تلاش شد تا یک مذاکره عینی بین کارکنان آن سازمان و یک مشتری به صورت از قبل برنامه ریزی شده طراحی و اجرا شود که بسیار موثر بود.** |
| 6 | مستندات آموزشی | ◼ جزوه 🞏 پرسش­نامه (Questionnaire) 🞏 CD اسلايدها 🞏 CD صوتي و تصويري 🞏 كتاب ▄ فيلم 🞏 برگه­هاي آموزشي توضيحات: اسلایدهای آموزشی در اختیار شرکت کنندگان قرار می گیرد. |
| 7 | عناصر آموزشی | ◼ سخنراني 🞏 بازي­هاي آموزشي (Games) ◼ پرسش و پاسخ▄ تمرينات سالني (Indoor Challenges) ◼ كار گروهي (Group Working) 🞏بازديد 🞏 تمرينات فضاي باز (Outdoor Challenges) 🞏 مطالعه و تحليل نمونه­هاي موفق (Best Practice)  ساير:  |
| 8 | جذابیت های سمینار | 1. **از جذابیت های این سمینار در گیر شدن شرکت کنندگان در مباحث و همچنین واکنش نشان دادن آنها به شرایط مفروض در کلاس است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است.**
2. **این سمینار بسیار جذاب ،سرزنده و با نشاط برگزار می شود، به گونه ای که در طول آن کمتر مشاهده شده است مخاطبان از فرآیند سمینار آموزشی خارج شود.**
3. **برگزاری یک نمایش مذاکره به کمک خود کارکنان سازمان و با حضور یک مشتری واقعی یا مشتری فرضی موجب می شود تا شرکت کنندگان بیش از پیش با موضوعات علمی آشنا شوند**
4. **یکی دیگر از جذابیت های این سمینار مشارکت شرکت کنندگان در معرفی تجارب خود در مذاکراه می باشد که تحلیل این تجارب و خاطره ها توسط شرکت کنندگان حضور موثر آنها را در فرآیند آموزش موجب می شود .**
 |
| 9 | ارزیابی | میزان مشارکت شرکت کنندگان و در صورت تقاضای کارفرما آزمون کتبی |