

Affinare le capacità negoziali di vendita e d'acquisto

Comprendere le scelte strategiche e tattiche di Sales e Buyer

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 990,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.800,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8.1.36

Sei un professionista nel settore vendite o acquisti? Non perdere l'opportunità di partecipare a questo corso, progettato per affinare le tue **abilità negoziali** in un contesto competitivo! Attraverso un mix di **teoria e pratica** imparerai a sviluppare proposte di valore che rispettano l'ambiente e creano benefici concreti per tutte le parti coinvolte. Il focus è sul creare relazioni proficue e stabili, utilizzando le tecnologie digitali e l'Intelligenza Artificiale, che vadano oltre la singola transazione, trasformando i clienti in partner di lungo periodo. Le simulazioni di trattative ti offriranno un ambiente sicuro per applicare le tecniche apprese, migliorando la tua **consapevolezza** del processo negoziale e identificando aree di miglioramento.

A chi è rivolto

- Venditori
- Buyer

Programma

Importanza e preparazione della negoziazione

L'Importanza della negoziazione nelle dinamiche tra buyer e vendori

- Generare un valore maggiore, creando relazioni commerciali più solide e durature
- Chiarire le proprie aspettative e limitazioni per prevenire malintesi e conflitti futuri
- Garantire che entrambe le parti siano allineate su termini, condizioni e risultati attesi

Preparazione della trattativa

- Raccogliere informazioni sulle esigenze, gli obiettivi e le aspettative di entrambe le parti
- Stabilire chiaramente quali siano gli obiettivi da raggiungere durante la trattativa
- Compilare la checklist negoziale per facilitare e organizzare le fasi negoziali

Strategie e fasi della negoziazione

La negoziazione nei settori manifatturiero-tecnologico, servizi e retail:

- Raggiungere un'intesa che possa portare a vantaggi competitivi a lungo termine
- Trovare un accordo su personalizzazioni, prezzi, qualità e condizioni contrattuali

- Concordare prezzi, margini di profitto, promozioni e strategie di marketing congiunte

Gestione delle fasi di contrattazione:

- Gestire ciascuna fase con cura e comunicare in modo chiaro e trasparente
- Adattare le tattiche alla controparte in risposta a manovre aggressive o cooperative
- Assicurarsi che siano chiari i termini dell'accordo, definendo chi fa cosa e quando

Elementi psicologici e strumenti tecnologici nella trattativa commerciale

L'empatia e l'intelligenza emotiva nella negoziazione

- Coltivare l'empatia ascoltando le preoccupazioni e le esigenze dell'altra parte
- Sviluppare l'intelligenza emotiva al fine di favorire accordi reciproci
- Mostrare un sincero interesse alle esigenze degli altri per creare legami più forti e duraturi

IA, tecnologie e strumenti digitali utili nella negoziazione:

- Piattaforme di videoconferenza: creare rapporti personali, discutendo dettagli complessi in tempo reale
- Tracciare le interazioni con i clienti, gestire opportunità e analizzare dati con IA, Software CRM e SRM.
- Strumenti di collaborazione online: facilitare la condivisione immediata di informazioni e feedback



Obiettivi del corso

- Creare una collaborazione tra acquirenti e venditori ed avere migliori risultati
- Sviluppare una proposta di valore sostenibile che risponda alle esigenze dei Buyer
- Scoprire le tecniche dei negoziatori esperti, sia per vendere che per acquistare
- Gestire adeguatamente le fasi della negoziazione in base alle tattiche della controparte
- Utilizzare i vantaggi della digitalizzazione e dell'IA per migliorare la collaborazione tra Sales e Buyer



Esercitazioni

Il corso propone una metodologia interattiva e coinvolgente con simulazioni, esercitazioni pratiche e attività basate su casi reali dei partecipanti per migliorare la collaborazione tra Vendite e Acquisti, aumentando la qualità delle negoziazioni e dei risultati.

- Role play buyer-venditori: comprendere a fondo le aspettative dei buyer durante la negoziazione
- Test di Kilmann: analizzare e ottimizzare lo stile negoziale di ogni partecipante
- Role play per migliorare le relazioni con gli acquirenti: "Rafforzare il rapporto tra venditori e buyer"
- Valutazione delle opzioni: analizzare le proposte basandosi su criteri predefiniti per prendere decisioni più efficaci



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

date 4 mar

date 7 ott

Online

date 6 mag

date 2 set

date 4 nov