

Mit guten Infos günstig einkaufen und Ziele erreichen – Verhandlungstechniken und -methoden für Einkäufer und Unternehmer

Zielsetzung

Wertvolle Informationen als Erster zu haben und mit diesen Vorteile gegenüber den Wettbewerbern zu erzielen, ist ein wichtiges strategisches Ziel für Einkäufer und Beschaffer. Doch gute Informationen und damit gute Preise erhalten nur diejenigen, die auch im partnerschaftlichen Umgang mit Lieferanten, Kollegen und anderen Marktteilnehmern kollegial agieren und funktionierende Informationsstrukturen und Netzwerke besitzen. Nicht allein vorliegende Angebote entscheiden, welcher Preis der Beste am Markt ist, sondern eher die Vielfalt an Informationen über den Markt und eine möglichst breite Palette an Kenntnissen über Anbieter, Strukturen und die jeweils relevanten Rahmenbedingungen. Wer dann auch das erworbene Wissen zum richtigen Zeitpunkt preisgeben kann und in Verhandlungen geschickt agiert, wird langfristig geldwerte Vorteile in Bezug auf günstige Preise, höhere Qualität und stabile Lieferantenbeziehungen erzielen.

Das Seminar soll Beschaffern und Einkäufern helfen, besser auf dem Markt zu agieren, qualitativ wertvollere Informationen zu bekommen und stabile Beziehungen aufzubauen. Schwerpunkte liegen dabei in den Bereichen Kommunikation, Verhandlungsmanagement und Strategie.

Teilnehmerkreis

Führungskräfte, Beschaffer, Einkäufer und alle, die in unternehmerischen Verhandlungen besser und erfolgreicher agieren möchten

Methode

Vorträge, Diskussionen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Statements, Erfahrungsaustausch

Das Seminar wird zahlreiche praktische Übungen enthalten, so dass schon im Verlauf des Trainings entsprechende Techniken erlernt und ausprobiert werden können.

Inhalte

1. Partnerschaften aufbauen und pflegen - aktives Networking für Einkäufer

Wie und wo lernt man die richtigen Leute kennen und bekommt wichtige Informationen?

- die Bedeutung bereits bestehender Netzwerke und Informationspools
- die Möglichkeiten des eigenen Wirkungskreises erkennen und nutzen
- ein eigenes Netzwerk aufbauen, führen und pflegen

Do's and Dont's in professionellen Netzwerken

- Netzwerke sind nicht uneingeschränkt nutzbar und belastbar
- die Ansprache zur rechten Zeit
- die Lehre vom Geben und Nehmen

Aufbau und Nutzung einer individuellen Netzwerkdatei

- effektives Kontaktmanagement als Grundlage für erfolgreiche Beziehungspflege
- Wissen ist Macht - Wissen preisgeben zeigt Größe

Angewandte Partnerorientierung

- vom „guten Draht“ und „gleicher Wellenlänge“
- den eigenen Kommunikationsstil flexibel auf den Gesprächspartner einstellen
- unterbewusstes Kommunizieren richtig einsetzen

Kommunikation des Networking im Geschäftsverkehr

- Networking am Telefon
- Networking in E-Mails, Briefen und anderen Schreiben
- Networking im Internet

Ihre eigene Networking-Strategie finden, festlegen und verfolgen

- strategische und zielführende Informationsbeschaffung
- strategische Informationsbewertung
- Networking als strategisches Marketing-Tool – die eigenen Interessen charmant und zum Nutzen anderer vertreten
- Networking als Mittel der Partnerbindung und –betreuung
- Wie funktioniert effektives Empfehlungsmanagement?

2. Verhandlungsführung für Einkäufer

Verhandlungen richtig vorbereiten

- die eigene Basis, Interessen und Ziele definieren
- eigene Spielräume erkennen und entwickeln
- Weichen stellen für gute Gespräche
- Ziele, Interessen und Standpunkte des Verhandlungspartners analysieren

Besonderheiten von Einkaufsverhandlungen

- die Wahl des Lieferanten – Ausschreibungen, Anfragen und Empfehlungen
- gute Waren und Dienstleister finden und erkennen – Beurteilungen zwischen Preis und Qualität
- Partnerschaft oder Preiskampf – Gegensätze oder eine Frage des Geschicks?
- Das Einkäufer-Verkäufer-Spiel sympathisch zugunsten des Einkäufers entscheiden

Der Gesprächspartner – von Menschen, Interessen und Motiven

- Eigenarten des Menschen
- von positiver Grundeinstellung und Sympathiefaktoren
- Ziele sind besser als Positionen, Wege sind besser als Standpunkte
- Motive als Handlungsvoraussetzungen erkennen
- Typologie von Verhandlungspartnern – Charaktere und Verhaltensmuster erkennen

Verhandlungstechniken und was wir davon nutzen können

- Das Harvard-Konzept – der Klassiker der Verhandlungstechnik
- Die SMART-Formel – harte und weiche Faktoren für Ihre Verhandlung
- Verhandlungen mit Emotionen – Konzepte und Rezepte für emotionale und unsachliche Verhandlungen

3. Verhandlungskommunikation und Verhandlungstechniken – Elemente der Steuerung und Zielführung

Grundlagen und Wirkungsweisen von Kommunikation

- Vom meinen, sagen, hören und verstehen
- wertschätzende Kommunikation in der Verhandlungskommunikation
- authentische Kommunikation im Umfeld der Beteiligten
- Die Phasen eines Gespräches / Muster der Gesprächsführung

- Eine Verhandlung als lebendiges Wesen wahrnehmen

Verhandlungsrhetorik wirkungsvoll einsetzen

- Die wichtigste Regel: Aktiv zuhören!
- Rhetorik für Ihr Angebot
- nonverbale Kommunikation – der unterschätzte Faktor
- Killerphrasen souverän knacken
- Rhetorik zwischen Fakten und Emotion – Instrumente zielgerichteter Kommunikation

Mit Fragen führen und wichtige Erkenntnisse gewinnen

- Wer fragt, der führt
- Informations- und Lenkungsfragen
- offene und geschlossene Fragen
- Fragetechniken erkennen und anwenden

4. Verhandlungsstrategien, Verhandlungstaktiken – kontrolliert handeln zwischen Frontstellung und Kompromisslinie

Grundlagen strategischen Handelns und taktischer Maßnahmen

- Was ist Strategie, was ist Taktik?
- Wie Sie Ihre eigene Verhandlungsstrategie entwickeln und verfolgen
- Verhandlungen zwischen Sachzwängen, Rahmenbedingungen und Kompromissfindung – von der Kriegskunst und der Lösungsfindung

taktische Verhandlungsführung – Taktiken für Ihre Verhandlungen

- verschiedene Taktiken für harte Verhandlungspartner
- verschiedene Taktiken für schwierige und unfaire Verhandlungspartner
- verschiedene Taktiken für Verhandlungen ungleicher Partner

Dauer: 3,0 Tage

Trainer: Falk Al-Omary