

Управление процессом ведения переговоров

ФИО преподавателя: Олейник Александр Николаевич

Цель освоения дисциплины:

1. раскрыть суть профессионального подхода к продажам на рынке B2B;
2. получить системное понимание установления контроля над взаимоотношениями с заказчиком;
3. классификация потенциальных заказчиков по различным критериям, имеющим непосредственное отношение к подготовке и принятию покупательских решений;
4. показать значение двух составляющих в ходе ведения переговоров с заказчиком; выработка навыков делового общения;
5. основные требования к профессиональному общению на разных стадиях – от знакомства с представителем заказчика до завершающей стадии покупки;
6. основные правила установления контроля над развитием отношений с заказчиком;
7. типология различных проблем и препятствий в ходе ведения переговоров. Способы их преодоления;
8. экономические и неэкономические факторы повышения эффективности ведения переговоров.

Краткое содержание дисциплины: В основу предлагаемого курса положен 15-летний опыт работы автора консультантом и тренером по продажам в ведущих западных фирмах на рынке B2B. Курс является неотъемлемой частью освоения слушателями как проблематики управления продажами в целом, так приобретения навыков ведения коммерческих переговоров, в частности. Содержание курса предполагает подробный последовательный анализ процесса ведения коммерческих переговоров с позиций продавца, преследующего цель продать свой товар/услугу организации-клиенту. В курс включены такие разделы, как классификация потенциальных покупателей, навыки делового общения, технология делового знакомства, контроль над ходом переговоров, хронология профессиональных переговоров, преодоление проблем, формы представления и требования к коммерческим предложениям, правила использования телефона и т.п.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы или 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме письменного экзаменационного теста.