MÜZAKERE BECERİLERİ VE PAZARLIK TEKNİKLERİ EĞİTİMİ

Eğitmen: **Prof. Dr. Murat ERDAL**

Eğitimin Amacı: Şirket iş çevresi stratejik ve taktik düzeyde çok sayıda müzakerenin gerçekleştiği bir alan. İyi sonuçlandırılan pazarlıklar, işletmeyi rekabette bir adım öteye taşımada anahtar rol üstlenmektedir. Ticari pazarlıklarda öncelikle işletme gereksinimleri ile pazarlığa söz konusu olan ürün/hizmetin özellikleri ve satıcı-alıcı beklentileri arasında bir paralellik kurulması gerekmektedir.

Ticari pazarlıklar;
· pazarlık öncesi dönem,
· pazarlık oturumu ve
· pazarlık sonrası dönem olarak üç döneme ayrılmaktadır.

Pazarlığın iyi yönetilmesi, her üç aşamada hangi adımların atılması ve nelerin yapılması/nelerin yapılmaması konusunda profesyonel hamlelere bağlıdır.

Eğitimin İçeriği:

Müzakere ve Pazarlık Yönetimi
Müzakere Yöneticiliği
- Bilgi yöneticiliği (istihbarat), iletişim ve ikna becerileri

Müzakere Süreci ve Strateji Oluşturma
Ticari Pazarlık Tanımı
İşletme İçi Yürütülen Pazarlık
Ulusal Pazarda Yürütülen Ülke İçi Pazarlık
Uluslararası Pazarlık ve Kültür
İş Yapma Biçimleri, İş Alışkanlıkları, Kültürel Farklılıklar

Pazarlık Öncesi Hazırlıklar ve Pazarlık Planlaması

1. Pazarlık konuları, yani neyin müzakere edileceğini anlamak.

2. Pazarlık konularının bir araya getirilmesi ve pazarlık karmasının tanımlanması

3. Pazarlık sürecinde ilgi alanlarının tanımlanması
• Öncelikli ilgi alanlarınız nelerdir?
• Diğer tarafın öncelikli ilgi alanları nelerdir?

4. Sınırların belirlenmesi:
• Pazarlıkta yer alan her konuda ileriye dönük oyun planımız nedir?
• Her pazarlık konusu için asgari olarak kabul edilebilir çözüm veya paket olarak sorunlar nedir?
• Bu müzakere başarısız olursa, en iyi alternatifimiz nedir? (BATNA)

5. Hedeflerin, önerilerin ve taraflar arasında görüş ayrılıklarının belirlenmesi

• Pazarlık konularında tercih ettiğimiz çözüm (-ler) ne olacak?
• Her konu için açılış talebimiz ne olacak?
• Pazarlık masasında ele aldığımız maddeleri taraflar arasında nerede / nasıl değiş tokuş etmeye hazırız? Ödünler neler?

6. Destek Gruplar:

Pazarlık masasında taraflar müzakere ile ilgili gelişmelerden kime karşı sorumludur? Taraflar kime rapor verir? Taraflar müzakere sonucunu açıklamak veya savunmak zorunda mı?

7. Karşı müzakereciler:

Müzakerede diğer taraf (veya taraflar) kimdir?
• Onlar hakkında hangi bilgilere sahibiz?
• Müzakere gündemlerinde ne var?
• Müzakere ile ilgili hangi önceliklere sahipler?
• İlgi alanları nelerdir?
• Onlarla geçmiş ilişkim ne idi? Ne tür bir gelecek ilişkim var?
• Pazarlık stilleri ve itibarları ve nedir? Bunu nasıl dikkate almalıyım?

8. Bir strateji belirleme:

• Hangi genel müzakere ve stratejiyi seçmek istiyorum?
• Müzakere sonucu ne kadar önemli ve diğer tarafla ilişkisi nasıl?
• Müzakerede diğer tarafın hangi stratejiyi seçeceğini bekliyorum?

9. Pazarlık süreci; sunum ve savunma planlanması:

Pazarlık Masası

• Pazarlık konuları hakkında tartışabilmek için ne tür araştırmalar yapmalıyım?
• İkna edici bilgi ve belgelere sahip miyim?
• Tercihlerimi açıkça ifade edecek grafikler, çizelgeler ve şekillerim var mı? (veya hazırlayabilir miyim ?)
• Bilgileri hangi sıra ve sırayla sunmalıyım?
• Karşı tarafın hangi argümanlarını öngörebilirim ve bunu nasıl yapacağım?
• Onların tekliflerine nasıl karşı koymalıyım?
• Tekliflerimi sunmak veya diğer tarafın argümanlarına karşı savunmak için hangi taktikleri kullanacağım?
• Bizi anlaşmaya götürmek için hangi taktikleri kullanacağım?
• Müzakerede farklı kişiler hangi rolleri oynayacak?

Pazarlık Taktik ve Stratejileri

- Kazan – Kazan Taktikleri
- Kazan – Kaybet Taktikleri

Pazarlık Sonrası Durum Değerlendirme

10. Protokol

• Nerede müzakere edeceğiz?
• Ne zaman müzakere edeceğiz?
• Gerçek müzakere toplantısında kimler olacak?

• Bir ajandamız var mı?
• Müzakere başarısız olursa ne yapacağız?
• Anlaşmayı kim yazacak ve onaylayacak?

Pazarlık ve Etik

Eğitim Süresi: Eğitim süresi 1 gündür.