

Course Outline



หลักสูตร

กลยุทธ์และกระบวนการเจรจาต่อรองที่สร้างผลลัพธ์

(NEGOTIATIONS STRATEGIES AND PROCESSES FOR IMPACTFUL OUTCOMES)

อำนวยการสอนโดย วิทยากรประจำบริษัท

Course outline

หลักสูตร : กลยุทธ์และกระบวนการเจรจาต่อรองที่สร้างผลลัพธ์ (NEGOTIATIONS STRATEGIES AND PROCESSES FOR IMPACTFUL OUTCOMES)

(หลักสูตร 2 วัน)

โดย

อาจารย์ ไกรกิติ ทิพนกน

ผู้เชี่ยวชาญ การบริหารกลยุทธ์การขายและเจรจาธุรกิจ

หลักการ/แนวคิด

ไม่มีคำถามว่าทักษะการเจรจาต่อรองเป็นส่วนสำคัญในการทำธุรกิจ ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และมีการแข่งขันสูงขึ้นทุกวันนี้ความสามารถในการเจรจาต่อรองได้อย่างมีประสิทธิภาพมีมูลค่าสูงกว่าที่เคยเป็นมา ในความเป็นจริงตามการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ทำให้ธุรกิจสูญเสียโอกาสทางธุรกิจมาเป็นอันดับต้นๆเนื่องจากทักษะการเจรจาต่อรองที่ไม่ดี การศึกษาดังกล่าวยังพบว่าธุรกิจสามารถเพิ่มผลกำไรโดยรวมได้มากถึง 7% ต่อปีหากพวกเขามีทักษะในการเจรจาที่ดีขึ้น เห็นได้ชัดว่าทักษะการเจรจา มีความสำคัญในธุรกิจ

ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทจึงได้สร้างหลักสูตรนี้ขึ้น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วิธีการเป็นผู้เจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพจนสามารถยกระดับการทำงานให้สูงขึ้นตามเป้า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพจนสามารถยกระดับการทำงานให้สูงขึ้นตามเป้าที่องค์กรกำหนด
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเจรจาอย่างสร้างสรรค์กับลูกค้าและคู่ค้า มีวิธีดำเนินการเจรจาที่สร้างผลลัพธ์ 'win-win' สำหรับทุกฝ่าย

เนื้อหาการเรียนรู้

วันแรก

ส่วนที่ 1). อำนาจและแหล่งที่มาของอำนาจในการเจรจาต่อรอง

1. บทบาทในการเจรจาต่อรอง
2. วิธีการสร้างอำนาจการเจรจาต่อรองและแหล่งที่มาของอำนาจการเจรจาต่อรอง

ส่วนที่ 2). จิตวิทยาการเจรจาเพื่อการต่อรองที่ดีขึ้น

1. ค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนของคุณในฐานะผู้เจรจา
2. หลักจิตวิทยาการเจรจาต่อรอง – การรู้จักคู่ต่อสู้ของคุณ
 - หลักการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของคุณ
 - เราจะอ่านความคิดคู่เจรจาอย่างแม่นยำผ่านการทำความเข้าใจภาษากาย
 - วิธีการใช้ภาษากายของตนเองเพื่อเจรจาอย่างมีประสิทธิภาพมาก
 - Feel Good Factor การสร้างบรรยากาศที่เอื้อแก่การเจรจา

ส่วนที่ 3). การพัฒนาแนวทางกลยุทธ์เพื่อการเจรจาต่อรอง

3. ค้นหา BATNA (ทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับข้อตกลงการเจรจาต่อรอง) และ ZOPA (ข้อตกลงที่เป็นไปได้)
4. สถานการณ์ของการเจรจาต่อรอง: win-win, win-win, loss-win, loss-win
5. การออกแบบแผนการเจรจา 3 ขั้นตอนของการเจรจาจริง:
 - ระยะเริ่มต้น
 - ขั้นตอนการสำรวจ
 - และการปิดดีล
6. การออกแบบตัวชี้วัดประเมินผลการเจรจาเพื่อปรับปรุงความสามารถในการเจรจาต่อรอง
7. การประเมินผลภายหลังการเจรจาและการพัฒนา

วันที่สอง

ส่วนที่ 4). แนวทางกลยุทธ์เพื่อการเจรจาต่อรองสำหรับนักขาย - แนวทางปฏิบัติ

8. มารยาทการขายและบุคลิกภาพการแต่งกายที่เหมาะสมกับวาระโอกาส
9. การเจรจากับ ลูกค้า (Customer)

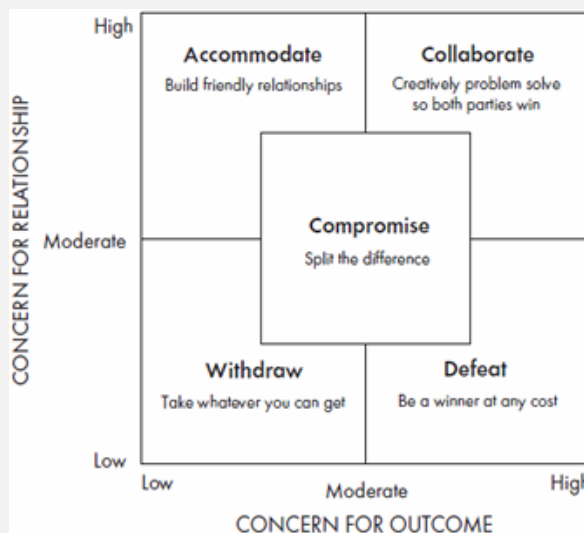
1. เทคนิคการตั้งคำถามและการฟัง
 2. รูปแบบการยื่นข้อเสนอ ที่ เรียบง่าย ชัดเจน และมีตรรกะ
 3. วางตัวเองเหนือคู่แข่งด้วยข้อเสนอของคุณ
 4. วิธีเปิดประเด็นเพื่อนำสู่การเสนอขาย
 5. ทักษะการนำเสนอเชิงรุก
 6. การนำเสนอแบบแพคเกจ และวิธีการยื่นข้อเสนอทางเลือกให้ผู้ค้าพิจารณาพร้อมกันหลายรายการ
 7. การร่างสัญญาการขายของคุณ
10. การเจรจากับ คู่ค้า (Supplier)
1. เปรียบเทียบอย่างไรกับ กับซัพพลายเออร์รายใหญ่?
 2. กำหนดวัตถุประสงค์เมื่อต้องเจรจากับซัพพลายเออร์
 3. ทำความเข้าใจกับซัพพลายเออร์ของคุณ
 4. การพัฒนากลยุทธ์การเจรจาต่อรอง
 5. การสร้างทีมเจรจาต่อรอง
 6. วิธีดำเนินการเจรจาต่อรอง
 7. หลักการเจรจาต่อรองราคากับกับซัพพลายเออร์
 8. การร่างสัญญาการซื้อขายของคุณ

ส่วนที่ 5). แนวทางการเจรจาต่อรองสำหรับนักขาย - แนวทางปฏิบัติเมื่อเจรจาทะลุกรังกับคู่เจรจาที่เป็นคนต่างชาติ

11. การเจรจาต่อรองกับเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน
12. การเจรจาต่อรองแบบตัวต่อตัว - การจัดการกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง
 - แนวตะวันตก: อังกฤษและอเมริกัน
 - แนวเอเชีย : อาหรับ,อินเดีย,ญี่ปุ่นและจีน
13. คำแนะนำสำหรับผู้เจรจาต่อรองกับคู่เจรจาที่ต่างวัฒนธรรม
14. จริยธรรมของนักเจรจาต่อรองธุรกิจ

Theory & Business Framework

(ทฤษฎีหลัก และ เฟรมเวิร์คบางส่วนที่นำมาใช้ประกอบการบรรยาย)



กิจกรรมและWorkshop

กิจกรรมที่1 ชื่อกิจกรรม Red Behavior

1. Workshop Concept : ค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนของคุณในฐานะผู้เจรจา
2. หลักจิตวิทยาการเจรจาต่อรอง –การรู้จักคู่ต่อสู้ของคุณ

กิจกรรมที่2 ชื่อกิจกรรม Negotiation & Relationship

1. Workshop Concept : ฝึกการเจรจาต่อรองสำหรับนักขายกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท
 1. ลูกค้าเป้าหมาย
 2. คู่ค้ารายสำคัญ
 3. การเจรจาต่อรองกับคู่เจรจาที่ต่างวัฒนธรรม

กลุ่มเป้าหมายของการอบรม

1. ผู้จัดการระดับต้น และ ระดับกลาง
2. หัวหน้างาน
3. พนักงานขายและผู้เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรอง

ระยะเวลาดำเนินการฝึกอบรมตามหลักสูตร

สำหรับหลักสูตรนี้ เป็นหลักสูตร 2 วัน(09.00 น. - 16.00 น.) โดยการอบรมจะประกอบด้วยการบรรยายทฤษฎีและหลักการกิจกรรมปฏิบัติการกลุ่มและการฝึกประยุกต์ความรู้จากการฝึกอบรมความท้าทายหรือวาระที่เกี่ยวข้องกับการวัดและประเมินผลการดำเนินงาน (ตามความเหมาะสม)

แนวทางการสอนและรูปแบบการเรียนรู้

ทฤษฎี 40% : ปฏิบัติ 60%

- ★ บรรยาย : ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เข้าอบรม
- ★ กิจกรรมกลุ่มระดมความคิด : ผู้เข้าอบรมได้เข้าไป “มีส่วนร่วม”
- ★ ตัวอย่าง/กรณีศึกษาประกอบ : เพื่อเห็น “ภาพที่ชัดเจน” ยิ่งขึ้น
- ★ การเสวนาตีความ : ฝึกวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อการประยุกต์ใช้

- ⊕ การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่และการฝึกประสบการณ์ (Adult Learning & Experiential Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที
- ⊕ เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้มุมมองหลักคิดผ่านกิจกรรมกลุ่ม และเดี่ยว การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop), กรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง (Case Study and Simulation) และการนำเสนอ (Present) ทำให้การเรียนรู้ เกิดเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง

