

1	STRUKTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wprowadzanie etapów rozmowy i ustalanie reguł współpracy (np. „<b>może przedstawmy się.. będzie nam łatwiej mówić sobie po imieniu.. może zaczniemy od tego, że.. od czego chcielibyście państwo zacząć? Mamy..</b>”)</li> <li>Parafrazowanie i podsumowywanie wątków poruszanych przez inne osoby („<b>czyli rozumiem, że dla Państwa ważne jest..</b>”)</li> <li>Zadawanie pytań doprecyzowujących, kierujących wątkami rozmowy i angażujących inne osoby do dyskusji („<b>jak widzisz..?</b>”, „<b>a co Pani o tym myśli?</b>”)</li> <li>Dynamika kierunku rozmowy („<b>Pan musi mnie przekonać..</b>”, „<b>Teraz chodzi o to, żebyśmy porozmawiali o tym, ile możecie Państwo zejść z ceny</b>”)</li> <li>Kontrolowanie czasu i przenoszenie rozmowy do kolejnych etapów („<b>Ile czasu zostało?</b>”, „<b>musimy przejść do następnego etapu tj. ustalenia warunków cenowych</b>”)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Pasywność</b> (czekanie - w trakcie, gdy inni decydują o kierunku i strukturze rozmowy)</li> <li><b>Bierne reagowanie</b> - odpowiadanie na zadawane pytania, po których pozostawiana jest <b>cisza</b></li> <li><b>Brak współuczestnictwa</b> w kierowaniu wątkami rozmowy (kto, o czym, jak, kiedy) – <b>bierne czekanie, milczenie.</b></li> </ul>
2	USTĘPSTWA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Postępowanie się <b>BATNĄ</b> - gotowością do odstąpienia od stołu negocyjnego („<b>Może musicie Państwo spróbować u konkurencji. Przy takiej propozycji możemy zakończyć rozmowy już teraz..</b>”)</li> <li>Praca z regułą wzajemności (ustępstwo-za-ustępstwo, liczba-za-liczbę) „<b>mogę się zgodzić na 5% rabatu pod warunkiem, że termin płatności będzie skrócony do 7 dni</b>”.</li> <li>Zakotwiczenie wartości (<b>pierwsza liczba, pierwszy zakres</b> propozycji) „<b>skoro przywołał Pan temat ceny to w podstawowej wersji mówimy o 100 zł za użytkownika</b>”</li> <li>Zakotwiczenie zakresu/obszaru rekompensaty („<b>w związku z naszym 5% upustem wartym 3 tys złotych moglibyście Państwo dodać nas do swojego programu lojalnościowego bez opłat. Dla Państwa to tak praktycznie bezkosztowe a dla nas wartość podobna do rabatu. Co Państwo myślicie?</b>”)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Brak BATNY (uległość)</b> – „<b>Zrobię wszystko, żebyście państwo rozpoczęli z nami współpracę.</b>”</li> <li>Generowanie ustępstw przy jednoczesnym rezygnowaniu z proponowanych przed drugą stroną ustępstw/rekompensat (<b>poświęcanie się</b>)</li> <li>W sytuacji, gdy rozmówca wskazuje, jakich ustępstw oczekuje od Ciebie - <b>brak reakcji lub potwierdzenie i zgadzanie się na nie (brak granic, własnych oczekiwań, oddawanie ustępstw za darmo)</b></li> <li><b>Bierne czekanie</b> na zakotwiczenie liczb (kwot, cen, dat, terminów, wartości) przez rozmówcę.</li> <li><b>Oddawanie inicjatywy</b> – w obszarze wartości rekompensaty („<b>Co Państwo proponują w związku z naszym 5% rabatem?</b>”)</li> </ul>
3	POMYSŁY	<ul style="list-style-type: none"> <li>Składanie wielu propozycji rozwiązań. Nie obrażanie się, gdy <i>mój</i> pomysł nie zostanie uwzględniony przez grupę lub gdy wyłoni się <i>nowy</i> lider.</li> <li><b>Budowanie rozwiązań z uwzględnieniem pomysłów wielu osób.</b></li> <li><b>Koncentrowanie uwagi w przyszłości.</b> Mówienie o celach, oczekiwaniach i potrzebach (<i>co chcemy osiągnąć, jak to zrobić, możliwości, opcje</i>)</li> <li><b>Wprowadzanie</b> do rozmowy <b>kryteriów oceny</b> proponowanych rozwiązań (np. opłacalność, szybkość wdrożenia, tempo zwrotu z inwestycji)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>W uparty sposób wracanie wyłącznie do swoich pomysłów i propozycji („<b>nie, zobaczcie, nie rozumiesz, tak - ale</b>”)</li> <li>Koncentrowanie się na <b>podkreślaniu autorstwa</b> („<b>to przecież mój pomysł, sam mówiłem o tym na początku</b>”)</li> <li>Koncentrowanie się na <b>PRZESZŁOŚCI</b> – problemach, ich przyczynach i rozliczeniach („<b>.. nie działa.. dlaczego? Dlatego że.. czemu? Z czego wynika? Kto jest winny?</b>”)</li> <li>Ocena pomysłów w sposób ogólny („<b>dobre, lepsze, najlepsze, fajne..</b>”)</li> </ul>
4	ARGUMENTY	<ul style="list-style-type: none"> <li>Postępowanie się <b>liczbami</b> (kwotami, datami, procentami, wartościami wskaźników), <b>faktami</b> (nazwy własne, nazwy produktów..)</li> <li>Odniesienia <b>do autorytetów ważnych dla rozmówcy</b> (praktyka instytucji <i>podobnych, dużych, z sukcesem, w podobnym kontekście</i>)</li> <li>Odnoszenie się do <b>potrzeb, planów i oczekiwań rozmówcy</b> "<b>ponieważ dla pana ważne jest X dlatego proponowałbym</b>"</li> <li>Wprowadzanie do dyskursu wyrażań, które pobudzają <b>sieć semantyczną</b> w obszarach <b>pozytywnie kojarzących nas i naszą</b> argumentację (rozmowa o <b>korzyściach, zyskach, przychodach, rozwoju – ważnych dla rozmówcy</b>)</li> <li>Wprowadzanie do rozmowy kryteriów, w których rozwiązanie ma przewagę nad konkurencją.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niekonkretne i ogólne („<b>może, chyba, kiedyś, dużo, jakiś, gdzieś, jakby, ..</b>”) - brak kryteriów, liczb, dat, faktów, nazw własnych.</li> <li>Wyrażenia-niepewności („<b>chyba, wydaje mi się, ewentualnie</b>”)</li> <li>Wprowadzanie do dyskursu wyrażań, które pobudzają <b>sieć semantyczną</b> w obszarach <b>negatywnie kojarzących nas i naszą</b> argumentację (rozmowa o <b>awariach, psuciu się, pęknięciach, uszkodzeniach, karach</b>)</li> <li>Krytyka pomysłów innych („<b>Pomysł jest bez sensu, to jest niedorzeczne</b>”)</li> </ul>
5	KOALICJE	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Parafrazowanie potrzeb, celów i oczekiwań rozmówców.</b> Nazywanie tego, co dla rozmówcy jawi się, jako ważne, konieczne, skuteczne.. („<b>Czyli rozumiem, że dla Państwa najważniejsze są: ...</b>”)</li> <li>Podkreślanie <b>wspólnych celów, planów i korzyści omawianych rozwiązań.</b></li> <li>Wskazywanie na potencjalne i <b>ważne dla stron</b> konsekwencje nieuzyskania porozumienia (negatywne skutki)</li> <li>Wskazywanie na <b>możliwości</b> i <b>obszary</b>, które <b>wzmocnią</b> rozwiązanie proponowane przez drugą stronę negocjacji.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Egoistyczne koncentrowanie się praktycznie wyłącznie na obszarach, korzyściach i wartościach ważnych <b>dla mnie</b></li> <li>Krytyka i obrażanie rozmówców („<b>chyba nie jest tak, że nie widziecie tego..?</b>”, „<b>każdy inteligentny człowiek dostrzeże wartość w..</b>”)</li> <li>Manipulacja i obmawianie konkurencji („<b>Ten dostawca kradnie, oszukuje..</b>”) Kłótnia, zaprzeczenia, oskarżenia („<b>tak nie jest, to nieprawda, kłamiesz</b>”)</li> </ul>