



Välkommen!

Kontaktuppgifter:

Qimtek - Hans Wigart

support@qimtek.se

0651 -30 08 00

Sourca - Christian Werngren

Föreläsare, inköpare, konsult

christian@sourca.se

Silf - Oscar Axelsson

Affärsutvecklare

070-562 47 46

oscar.axelsson@silf.se

The background image shows a dense crowd of people at what appears to be a festival or concert. Many hands are raised in the air, and the scene is filled with a thick mist of colorful powder in shades of yellow, orange, pink, and blue. The overall atmosphere is vibrant and energetic.

Förhandlingsteknik

Bli en mästare på förhandling!

När förhandlar vi?

En process som syftar till att nå en överenskommelse

Butiken



Familjen



I trafiken



Lagsporter



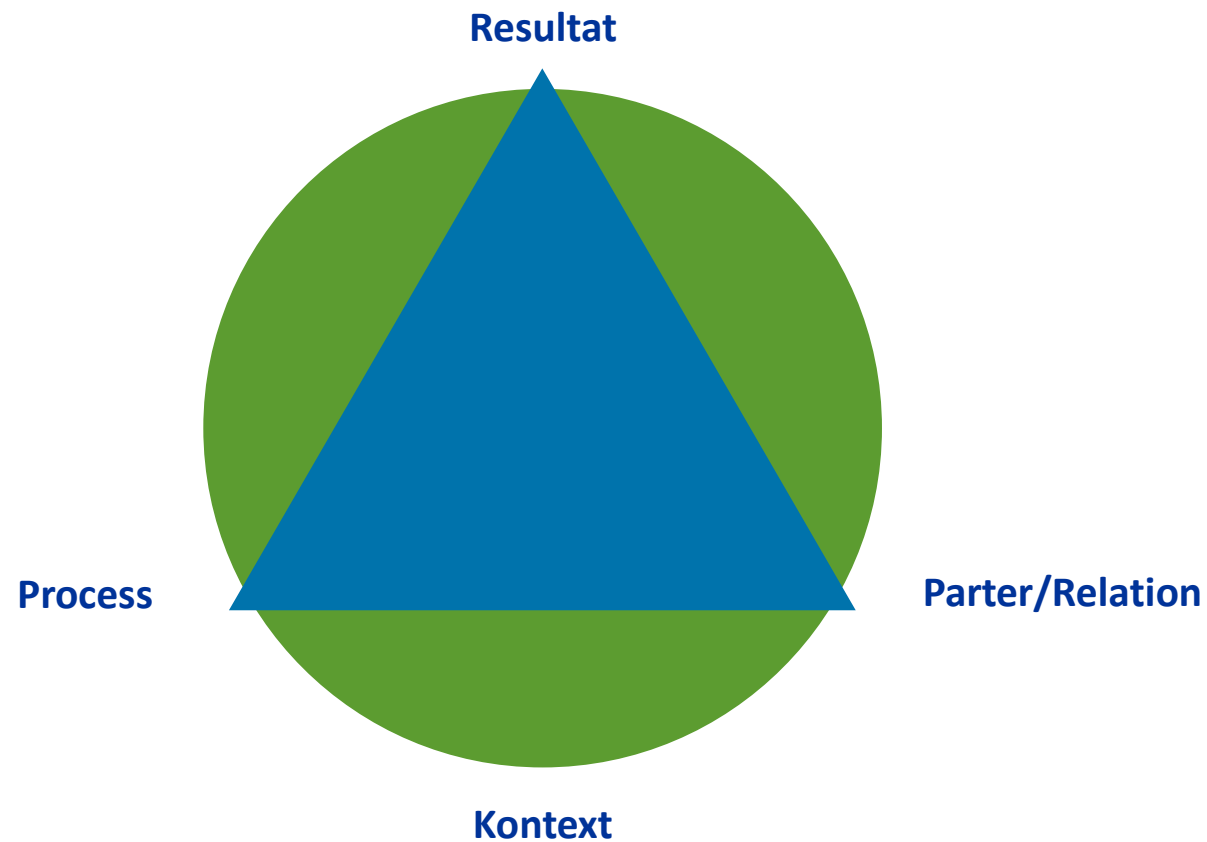
Hur blir vi framgångsrika förhandlare?



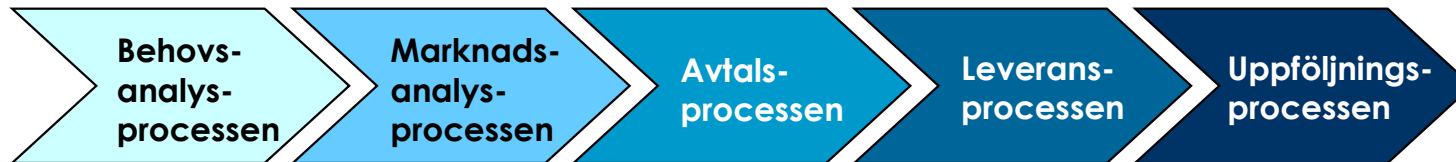
Vi vässar våra kunskaper om:

- Förberedelse
- Personlighetsprofiler
- Kommunikation
- Strategier
- Taktiker
- Styrka
- Eftergifter och byten

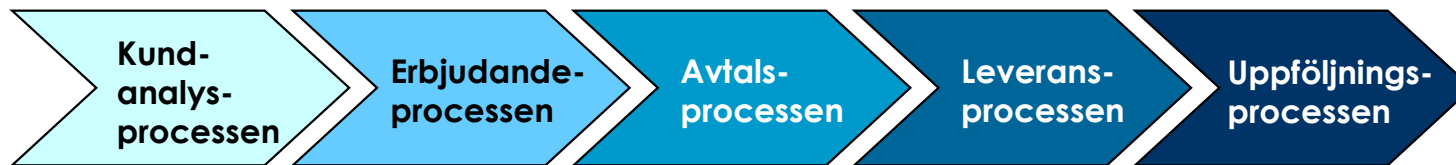
Fyra viktiga dimensioner i förhandlingar



Inköpsprocessen



Försäljningsprocessen



Förhandlingsprocessen



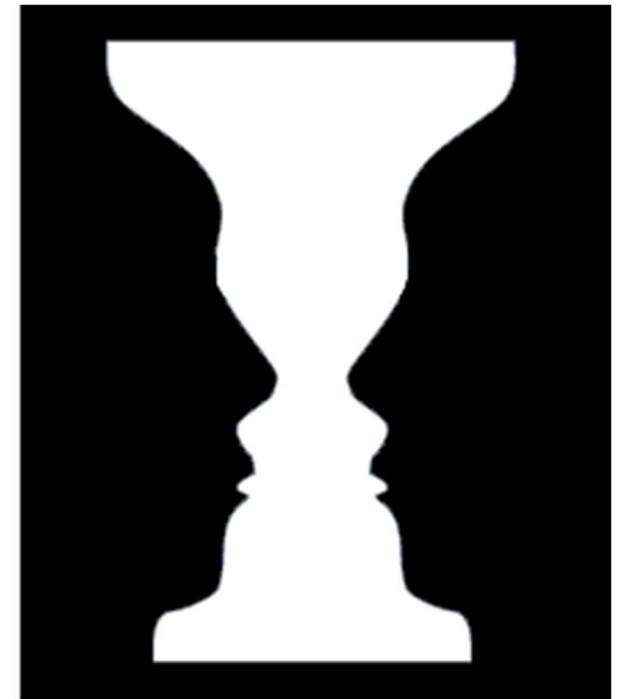


Olika etiska skolor

- Pokerskolan – Vilseledande metoder ok
- Pragmatikerskolan – Vilseledande metoder bör undvikas
- Idealistskolan – Vilseledande metoder är fel

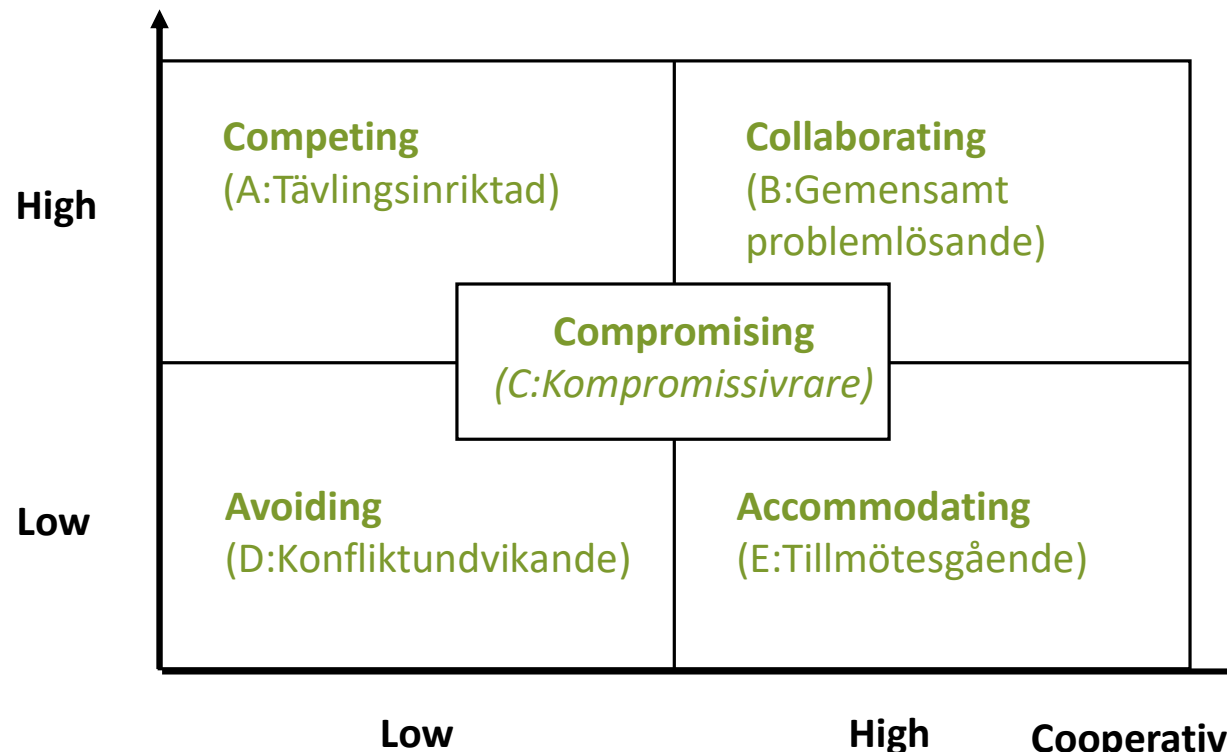


Alla ser världen olika



"Dual forces" – Personlig förhandlingsprofil

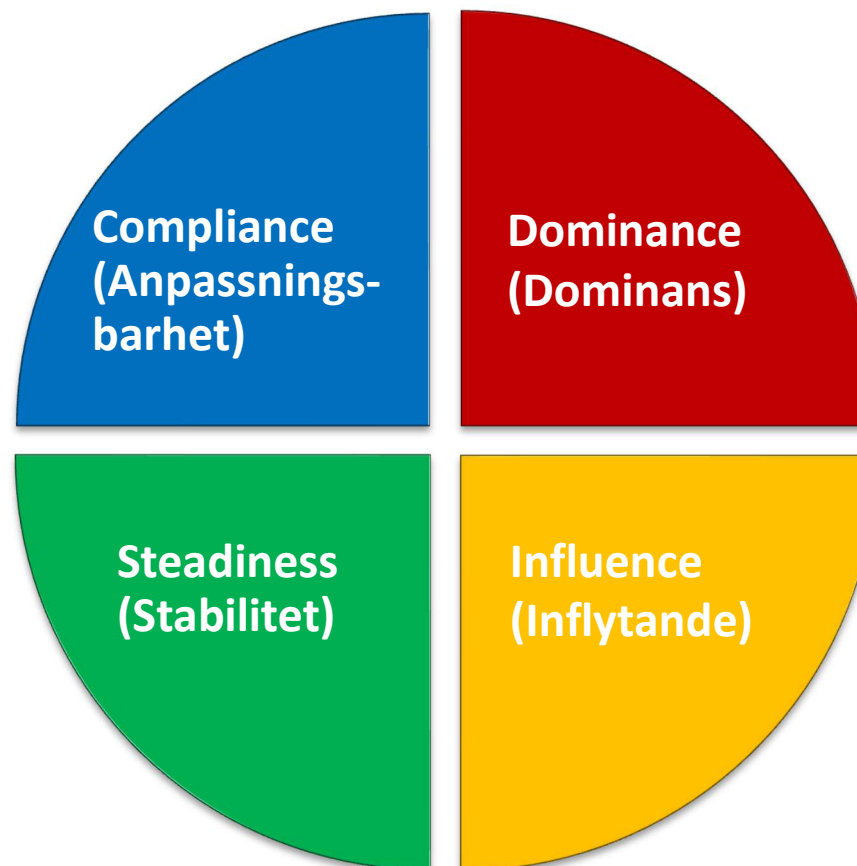
Assertiveness (att tillgodose egna intressen, "att ta")



Cooperativeness
(att tillgodose andras intressen, "att ge")

Personlighetsprofil DISC

- Noggranna
- Detaljorienterade
- Försiktiga
- Analytiska
- Kvalitetsinriktade
- Logiska
- Metodiska
- Ordentliga

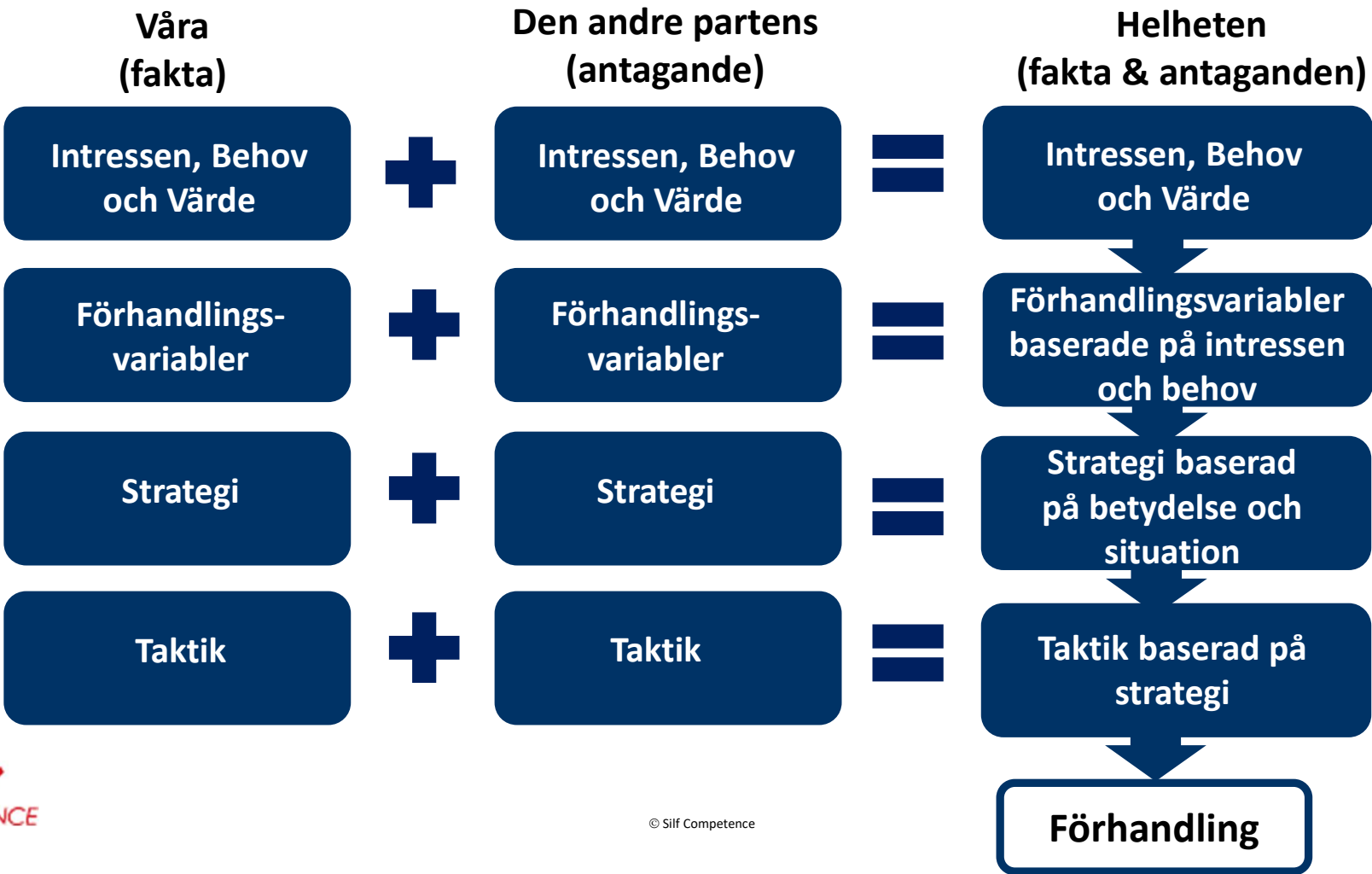


- Resultatinriktade
- Viljestarka
- Tävlingsinriktade
- Tidsmedvetna
- Bestämda
- Självständiga
- Ambitiösa
- Beslutsamma

- Vänliga
- Tålmodiga
- Omtänksamma
- God lyssnare
- Hänsynsfulla
- Ödmjuka
- Lagspelare
- Förstående

- Utåtriktade
- Entusiastiska
- Övertygande
- Inspirerande
- Optimistiska
- Kreativa
- Spontana
- Relationsinriktade

Viktiga steg i förberedelsen



Intressen/Behov

Anta att du skall ha 10% löneförhöjning!

Löneförhöjningen är en position.

För att ta reda på dina intressen:
Fråga dig varför du vill ha högre lön?

Exempel på intressen för positionen 10% löneförhöjning

- Ersätta gamla matlådan med finlunch
- Börja pensionsspara
- Köpa gymkort, börja träna
- Arbeta färre timmar
- Öka materiell levnadsstandard
- Lyxig semesterresa
- Status

Exempel på förhandlingsvariabler baserat på intressen

Ersätta gamla matlådan med finlunch

- Subventionerad lunch
- Lunchrestaurang på kontoret

Börja pensionsspara

- Bruttoavdrag på lönen
- Försäkringsrådgivare

Köpa gymkort, börja träna

- Friskvårdsbidrag
- Ledig tid för träning

Arbeta färre timmar

- Minskad arbetstid under lågsäsong, ökad arbetstid vid högsäsong
- Gå ned i tid med bibehållen produktivitet och lön

Förhandlingsvariabler

Förhandlingsvariabler är de saker vi behöver komma överens om för att nå i mål med förhandlingen.

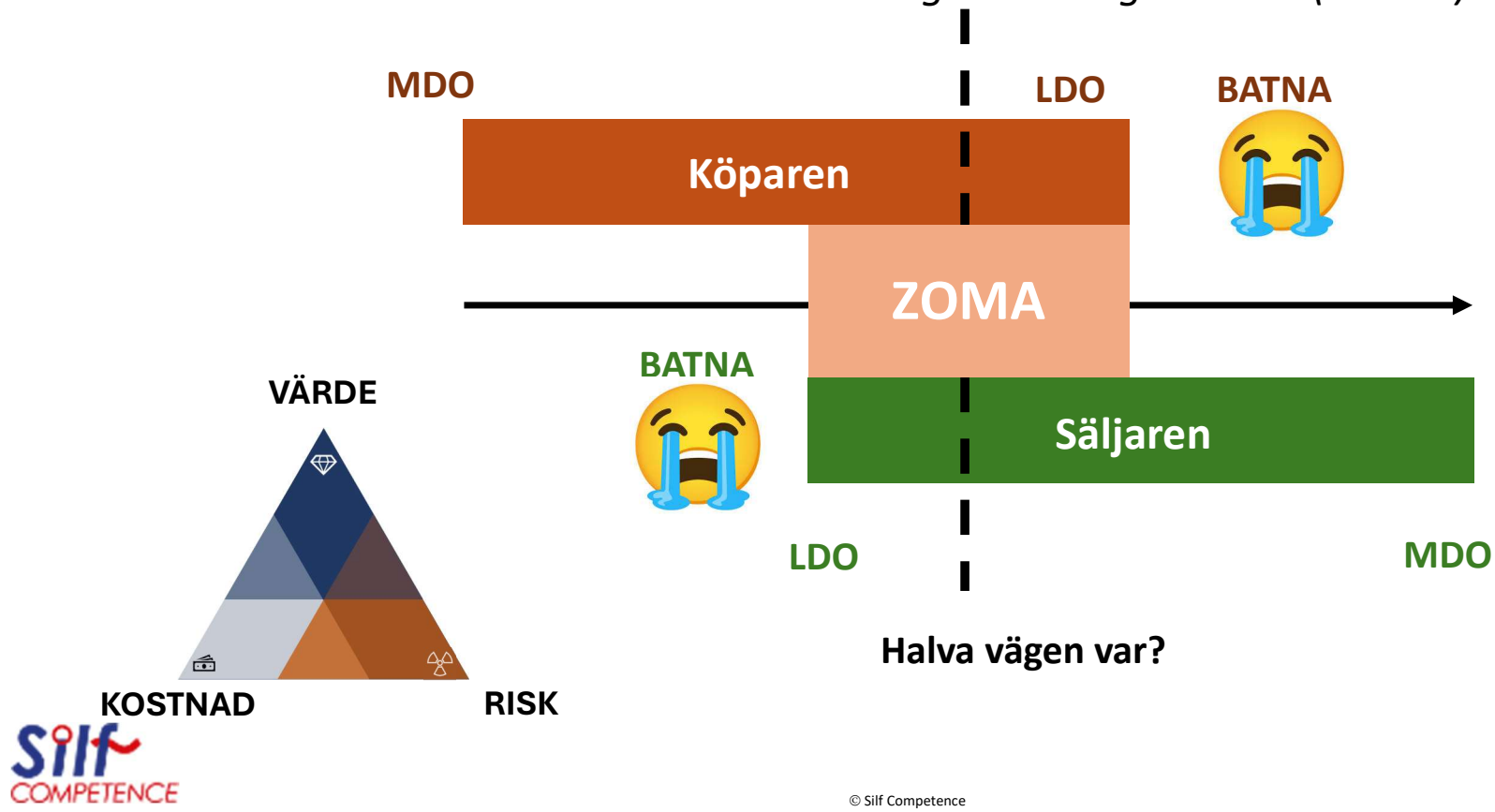
Förhandlingsvariabler hittar du bl.a. i kravspecifikation, avtalsförslag och gamla avtal. Risken med att börja där är att vi fastnar i positioner så:

- 1. Brainstorma intressen!**
- 2. Sätt förhandlingsvariabler på dessa intressen!**
- 3. Ordna förhandlingsvariabler efter värde**

Gissa den andra partens intressen och förhandlingsvariabler (dessa gissningar stämmer vi av genom frågor i inledningen av förhandlingen).

Grunden i all förhandling – SÄTT MÅL!

*Most Desired Outcome (MDO), Least Desired Outcome (LDO),
Best Alternative to a Negotiated Agreement (BATNA)*



Skapa en plan för eftergifter

Köpare

Idealmål

Reträttmål

Pris

Betalningsvillkor

Tillgänglighet

Leveranstid dagar

50	60	70	80	90	100
180	120	90	60	30	15
100%	99.99%	99.98%	99.97%	99.96%	99.95%
1	5	10	15	20	30

Säljare

Idealmål

Reträttmål

Pris

Betalningsvillkor

Tillgänglighet

Leveranstid dagar

100	90	80	70	60	50
15	30	60	90	120	180
99.95%	99.96%	99.97%	99.98%	99.99%	100%
30	20	15	10	5	1

Förhandlingsstrategi



Samarbetsinriktad

- Integrativ, dvs vi tror på att skapa mer värde tillsammans
- Ömsesidigt utbyte av information
- Bägge parter intressen fokuseras
- Gemensam problemanalys
- Utvärdering av konsekvenser för parterna av olika lösningar
- Mycket tid och resurser investeras



Konkurrensinriktad

- Distributiv, dvs vi tror på ett konstant värde vi fördelar
- Parterna håller inne med information
- Enbart fokusering på egna intressen
- Gemensam problemanalys saknas
- Lite tid och resurser investeras

Typer av frågor

Använd frågor för att testa dina antaganden om den andra partens intressen, mål och strategier.



Öppna frågor

Skall inte kunna besvaras med ja eller nej utan ge ett berättande svar

Slutna frågor

Bekräftelsefrågor

Reflekterande frågor

Skall jag tolka det som ett ja eller ...

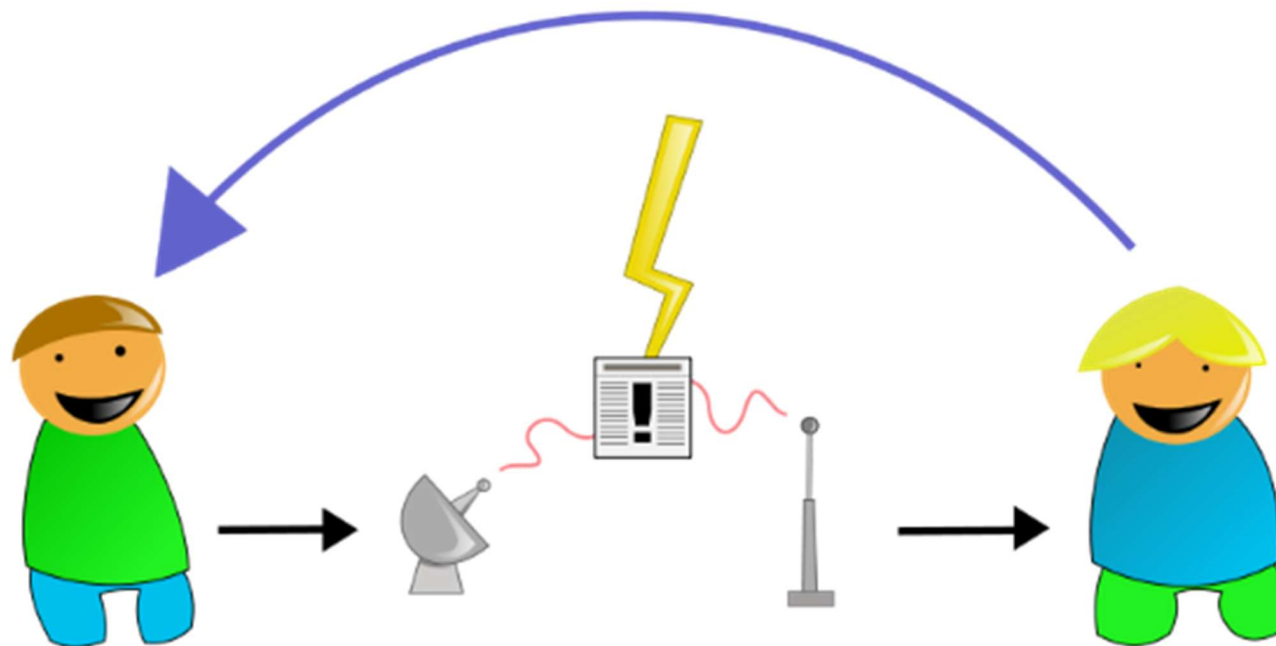
Taktiker (skadar ofta relationen)

- **Tystnad** – *"Priset är lite högt... *tystnad*"*
- **Tålmod** – *"Vi behöver inte gå i mål idag ..."*
- **Ej mandat** – *"Jag har mandat upp till den här nivån ..."*
- **Budgetmetoden** – *"Min budget är inte högre än ..."*
- **Översittarstil** – *"Alla förstår väl att ..."*
- **Kraften i det skrivna ordet** – *"Det står skrivet här i avtalsförslaget..."*
- **Förekomma** – *"Kom inte hit med någon prishöjning bara..."*
- **Skambud högt/lågt** – *"10 000kr får ni" (fast det borde vara 50 000kr)*
- **Skivning/salami** – *"Kan vi stänga den här frågan?"*
- **Knapring** – *"VD: jag vill ha 3% sänkning innan jag signerar detta idag"*
- **Fait accompli** – *"Ni har redan använd våra produkter i två månader till det här priset ..."*
- **Den gode och den onde** – *"Aldrig att vi går med på det ... vi kanske kan sy ihop någonting?"*

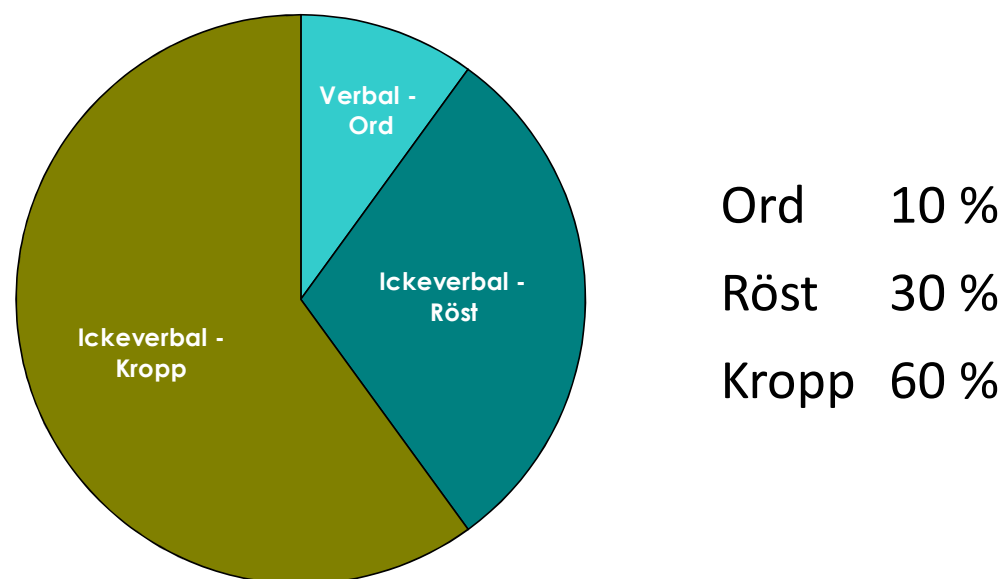
Samarbetsinriktad förhandling enligt Getting to Yes – William Ury, Roger Fischer

1. “Separate the people from the problem.”
2. “Focus on interests, not positions.”
3. “Invent options for mutual gain.”
4. “Insist on using objective criteria.”
5. “Know your BATNA (Best Alternative To Negotiated Agreement)”

Teoretisk modell för kommunikation



Kommunikationsmedlens betydelse sedda ur mottagarens perspektiv



En stor del av den ickeverbala kommunikationen tolkas omedvetet

NLP (Neuro Linguistisk Programmering)

Neuro

står för våra sinnen och hur vi använder dem när vi tolkar information

Linguistisk

står för språket, hur vi uttrycker oss och vad det ger för effekter

Programmering

visar på att vi alla har olika mönster för allt vi gör och dessa mönster kan förändras

NLP är en träningsmodell för att utveckla vår kommunikationsförmåga inom språkmönster och kroppsspråk för såväl verbal som icke verbal kommunikation.

Med NLP kan man förändra sina egna invanda mönster och reaktioner och på så vis öppna upp för bättre relationer.



NLP historik

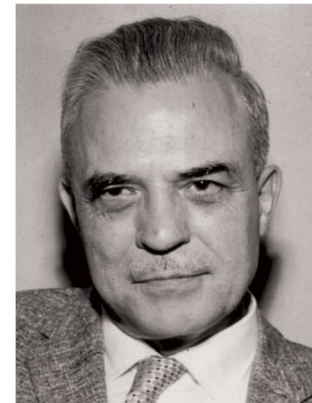
Studerade bl.a. nedanstående tre personer



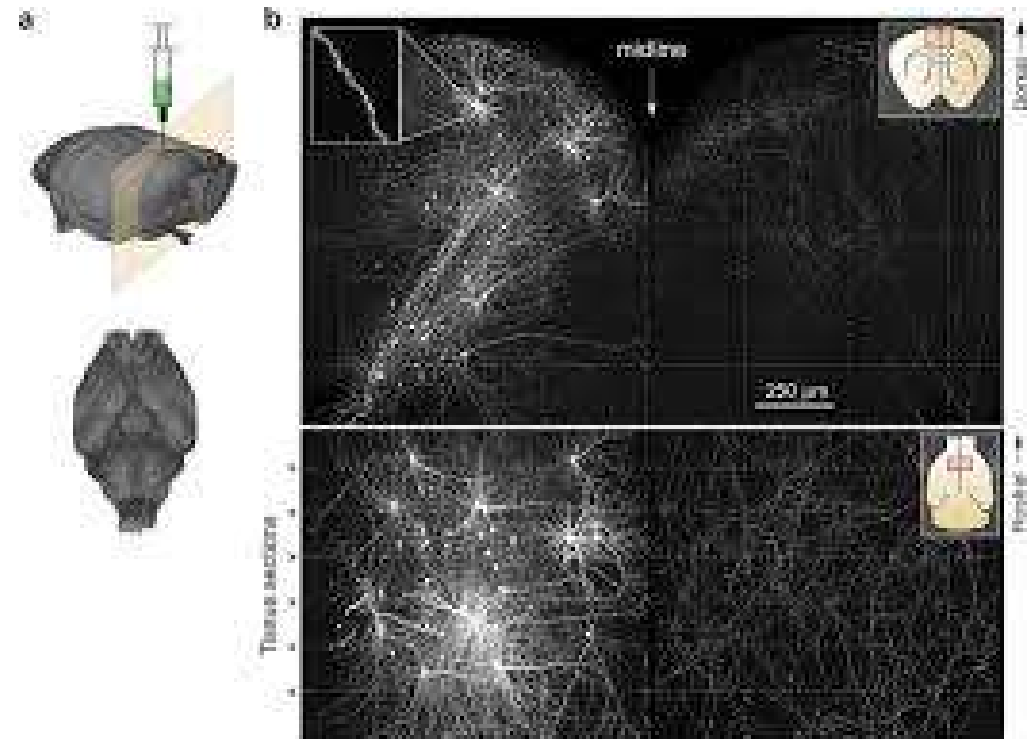
Virginia Satir
ledande
familjeterapeut



Fritz Perls
grundade
gestaltterapi



Milton Erickson
arbetade med hypnos
och familjeterapi



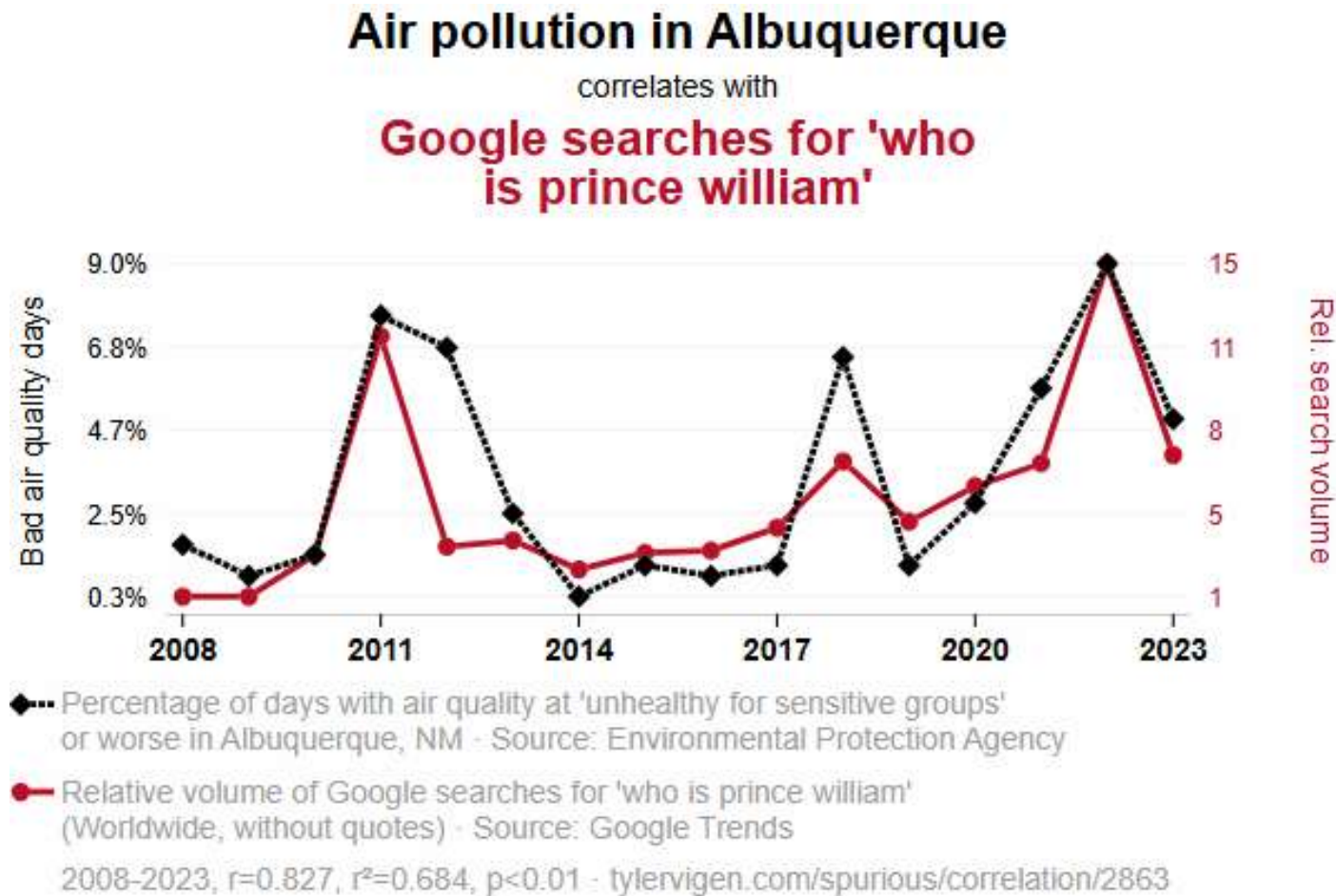
Några saker att tänka på

- Rösten
- Gester
- Kroppsställningar
- Humör
- Ansiktsuttryck
- Blick
- Revir
- Beröring
- Reflexrörelser
- Klädsel
- Språkbruk
- Reflekterande samtal
- Invändningar
- Ögonrörelser

Skapa en positiv atmosfär

- Inledning/”small talk”
- Intresse för person och företag
- Referera till tidigare kontakter
- Använd NLP-teknikerna
- Skapa rapport
- Välj rätt språk
- Ögonkontakt
- Tillräcklig tid

Vår hjärna utgår ifrån correlation (och causalitet)



Öppning och eftergifter

Förslag och eftergifter syftar till att få parterna att röra sig mot varandra.

Centrala frågeställningar:

- Hur ska jag öppna, om jag har bestämt mig för att göra det? Ska vi använda oss av Supplier conditioning?
- Hur ska vi reagera på deras öppningsbud? Avbrott?
- Inom vilka områden bör eftergifter tas och ges?
- Taktik och semantik kring eftergifter

Vetenskap kring öppningar

(Förankringseffekt vs Informationseffekt)

	Bägge parter vet lika mycket	Den andra partnern vet mer	Vi vet mer
Mycket information	Öppna	Öppna inte	Öppna
Lite information	Öppna inte	Öppna inte	Öppna inte

Eftergifter

- Förslag och eftergifter syftar till att få parterna att närma sig varandra
- Leta efter signaler från den andra parten!
- Villkora dina eftergifter: om du..., så kan jag...
- Tänk på värdet på det du ger bort för dig!
- Tänk på värdet på det du ger bort för den andra parten!

Avslutstekniker

- Ta för givet
- Tidsgräns
- Antingen ... eller
- Avbrott (time out)
- Eftergifter
- Halva vägen var
- Slutbud
- Sammanfattning