

# Profesjonalne prowadzenie skutecznych prezentacji

## Profesjonalne negocjacje warunków projektu

17-18 lutego 2012, Warszawa  
ul. Jarosława Dąbrowskiego 65



### Program szkolenia

#### Dzień pierwszy - Profesjonalne prowadzenie skutecznych prezentacji

godz. 9-18

#### Cele szkolenia:

- dostarczenie uczestnikom **praktycznych narzędzi prezentacji**, które pozwolą na odpowiednie zaplanowanie i przeprowadzenie odbiorców przez tok myślenia prezentera.
- dostarczenie narzędzi **planowania przebiegu prezentacji**, tak by miała szansę osiągnąć **założone cele**, przy uwzględnieniu specyfiki audytorium
- dostarczenie prostych **technik obrony swojego punktu widzenia**

Lp	Temat
1.	<b>Przygotowanie do pokazu</b> <ul style="list-style-type: none"><li>☑ Porządkowanie informacji do przekazania – ustalanie <b>struktury</b> prezentacji</li><li>☑ Pomoce prezentacyjne i <b>rekwizyty</b> – ich rola i zasady efektywnego używania</li><li>☑ <b>Zarządzanie przestrzenią</b> – czyli optymalne ustawienie sali w zależności od jej wielkości, oświetlenia, ilości uczestników pokazu itp.</li><li>☑ Sesja „advokata diabła” – czyli <b>auto-test</b> przed przeprowadzeniem prezentacji na realnym spotkaniu</li></ul>
2.	<b>Otwarcie prezentacji</b> <ul style="list-style-type: none"><li>☑ <i>Otwarcie zaczyna się już podczas witania uczestników w drzwiach</i> – czyli metodyka <b>dbania o wynik</b> pokazu <b>od pierwszych sekund</b> kontaktu z pierwszymi uczestnikami</li><li>☑ Techniki <b>otwarcia</b> prezentacji – czyli spraw by uczestnicy poczuli się dobrze i bezpiecznie</li><li>☑ Informacje, jakie powinieneś przekazać uczestnikom na początku prezentacji</li><li>☑ Zasady <b>zawierania</b> z uczestnikami „<b>kontraktu</b>” dotyczącego przebiegu prezentacji, zasad ich aktywności podczas pokazu itp.</li></ul>
3.	<b>Właściwa prezentacja</b> <ul style="list-style-type: none"><li>☑ Elementy <b>budujące autorytet</b> i zaufanie słuchaczy do prezentera – kontakt wzrokowy, postawa ciała, gestykulacja, świadome używanie głosu, płynność wypowiedzi itp.</li><li>☑ Jak – krok po kroku – <b>przekazać wszystkie</b> niezbędne <b>informacje</b> i jednocześnie utrzymać mimowolną uwagę słuchaczy</li><li>☑ Używanie <b>rekwizytów</b> w sposób wzmacniający siłę oddziaływania pokazu</li><li>☑ <i>Zawsze będą uważać tym bardziej, im bardziej będą aktywni</i> – czyli metodyka angażowania uczestników w przebieg prezentacji</li><li>☑ <i>Gorące punkty</i> – czyli metodyka <b>wyróżniania</b> tych <b>informacji</b>, na których zrozumieniu, zapamiętaniu i zaakceptowaniu najbardziej ci zależy.</li><li>☑ <b>Łoża szyderców</b> – czyli jak radzić sobie z uczestnikami sprawiającymi kłopoty (zadającymi trudne pytania, wyrażającymi zastrzeżenia, łamiącymi „kontrakt” dotyczący ich dozwolonej aktywności podczas prezentacji itp.)</li></ul>
4.	<b>Zamykanie prezentacji</b> <ul style="list-style-type: none"><li>☑ Zamykanie pokazu, podziękowanie, pożegnanie uczestników</li></ul>

## Dzień drugi - Profesjonalne negocjacje warunków projektu

godz. 9-18

### Cele szkolenia:

Chcemy zaprezentować **metodykę prowadzenia rozmów negocjacyjnych** w taki sposób, aby ich przebieg był wynikiem rzetelnej analizy sytuacji oraz **świadomie dobieranych metod negocjacyjnych**. Dopiero wtedy można o sobie powiedzieć – „negocjuje jak profesjonalista”

Lp	Temat
1.	<b>Projektowanie optymalnego przebiegu negocjacji</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input checked="" type="checkbox"/> <b>Wyznaczanie priorytetów negocjacyjnych własnych i Partnera</b><ul style="list-style-type: none"><li>↓ Jak praktycznie nadawać kategorie własnym priorytetom negocjacyjnym</li><li>↓ Określanie priorytetów negocjacyjnych Partnera – źródła wiedzy, sposoby sprawdzania trafności</li></ul></li><li><input checked="" type="checkbox"/> <b>Określanie kluczowych elementów przebiegu negocjacji:</b><ul style="list-style-type: none"><li>↓ pozycja negocjacyjna – siła oferty w porównaniu z konkurencją</li><li>↓ cel negocjacji,</li><li>↓ granice ustępstw</li><li>↓ możliwości kompromisu</li><li>↓ strefa patowa - obszary największej rozbieżności interesów</li></ul></li><li><input checked="" type="checkbox"/> <b>Analiza historii kontaktów z partnerem</b> - określenie elementów sytuacji, które mogą mieć wpływ na przebieg aktualnie prowadzonych rozmów („wpadki”, niedotrzymane zobowiązania, oraz typu negocjatora, jakim jest partner)</li></ul>
2.	<b>Praktyka stosowania strategii, taktyk i technik negocjacyjnych</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input checked="" type="checkbox"/> <b>Przygotowanie swojej strategii podejścia do negocjacji</b> (Strategia negocjacji obierana jest w zależności od siły negocjacyjnej jaką mają obie strony negocjacji)<ul style="list-style-type: none"><li>↓ Wokół interesów</li><li>↓ Rywalizacyjna</li><li>↓ Kooperacyjna</li></ul></li><li><input checked="" type="checkbox"/> <b>Taktyki negocjacyjne</b> (Taktyki negocjacyjne stosowane są w zależności od dokładności informacji, jakie mamy na temat porównania własnej oferty z ofertą, jaka jest do uzyskania na rynku, celów i priorytetów negocjacyjnych partnera, charakteru i ulubionego stylu negocjowania partnera)<ul style="list-style-type: none"><li>↓ moją drogą</li><li>↓ twoim śladem</li><li>↓ wspólna drogą</li><li>↓ nigdzie</li></ul></li><li><input checked="" type="checkbox"/> <b>Techniki negocjacyjne</b><ul style="list-style-type: none"><li>↓ Techniki na otwarcie negocjacji – <i>narzędzia wspomagające realizację strategii i taktyki przyjętych na konkretne negocjacje</i></li><li>↓ Techniki ustępowania i żądania ustępstw – <i>narzędzia osiągnięcia precyzyjnie określonych granic kompromisu dla każdego z priorytetów negocjacyjnych</i></li></ul></li><li><input checked="" type="checkbox"/> Techniki finalizowania negocjacji – <i>narzędzia potwierdzania ustaleń dających szansę satysfakcji obu stron</i></li></ul>

W trakcie szkolenia: dwie przerwy kawowe oraz obiadowa

### Trener:



**Ryszard Lichuta** – psycholog, trener i konsultant. Praktyk z kilkunastoletnim doświadczeniem w zarządzaniu i prowadzeniu szkoleń. Przygotowuje i prowadzi autorskie szkolenia. Specjalizuje się w programach związanych z aktywnym wykorzystaniem psychologii w biznesie. W jego szkoleniach dotyczących m.in. prezentacji, sprzedaży, negocjacji, obsługi klienta, organizacji i zarządzania zmianami wzięli udział pracownicy takich firm jak: Fiat Auto Poland, Teksid Poland, Magneti Marelli, Infor Training, Multimedia Polska, Agroma Konin, Gazeta Prawna, Kolastyna, ZTiSZE, Danfoss, Stollwerck, Orbis, Eaton Truck Components, Mitsubishi (MMC Car), Renault, Bank Śląski, Bank Zachodni, Indykpol, Berlitz GlobalNet, Kreisel, BASF, House of Prince, Pollena Ostrzeszów, Browary Warka, Okocim, Małopolski Browar Strzelec, Ruch, Galeria Centrum (dawne Domy Towarowe Centrum), EMPiK, Celmar, Philips, TDK i wiele innych.