



# **«СЕКРЕТЫ УСПЕШНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ»**

ВЕБИНАР

# ОБО МНЕ

Бизнес-тренер, психолог

**15**

**200+**

**500+**

**7000+**

**10000+**

лет в сфере обучения  
и развития персонала

написано скриптов  
продаж

результативных  
тренингов

обученных менеджеров  
и руководителей

проанализировано  
звонков



---

# ПРАВИЛА ВЕБИНАРА

---



ЧАТ ПО ДЕЛУ



ВЗАИМНОЕ  
УВАЖЕНИЕ



КОНСТРУКТИВНЫЕ  
ВОПРОСЫ

# СОДЕРЖАНИЕ ВЕБИНАРА

- Что такое переговоры и какие бывают мотивы у переговорщиков
- Как работать с разными типами переговорщиков
- Ключевые этапы переговоров, что учесть на каждом шаге
- Правила торга



**В ЧЕМ РАЗНИЦА МЕЖДУ ПРОДАЖАМИ И ПЕРЕГОВОРАМИ**

**ПРОДАЖИ**- процесс действия  
приводящий к завершению сделки

**ЦЕЛЬ** получение выгоды

**В продажах не всегда:**

Желание купить у клиента может быть  
обоюдным

Редко можно изменять или диктовать  
условия клиенту

**На переговорах нельзя определить выиграл ты или проиграл (мотив оппонента)**

**НО точно можно:**

Понять на каком месте переговорного процесса ты находишься

Какой сделать шаг

**ПЕРЕГОВОРЫ**- процесс коммуникации, взаимодействие нескольких сторон для достижения результата.

**ЦЕЛЬ** заключить то соглашение, которое приведет к выгоде

# **МОТИВЫ ПЕРЕГОВОРЩИКОВ**

Фред Чарльз Икле доктор социологии и политолог

## ПЕРЕГОВОРЫ В ЦЕЛЯХ ПРОДЛЕНИЯ РАНЕЕ ДОСТИГНУТЫХ СОГЛАШЕНИЙ

Переговоры часто ведутся в сфере торговли для продления срока действия договора и для внесения некоторых уточнений и изменений в новый договор с учетом складывающейся ситуации на рынке



## ПЕРЕГОВОРЫ С ЦЕЛЬЮ НОРМАЛИЗАЦИИ ОТНОШЕНИЙ

Они предполагают переход от конфликтных ситуаций к иным типам отношений между сторонами (нейтральным или сотрудничества)



## **ПЕРЕГОВОРЫ С ЦЕЛЬЮ ДОСТИЖЕНИЯ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СОГЛАШЕНИЙ.**

Смысл таких переговоров состоит в том, что одна из сторон, занимая наступательную позицию, требует изменений в соглашениях в свою пользу за счет других сторон.

Такие переговоры имеют место быть, когда идет торг о цене или других материальных ресурсах.

Повышение или снижение платы (работать уже не по старым, а новым условиям).



# ПЕРЕГОВОРЫ В ЦЕЛЯХ ДОСТИЖЕНИЯ НОВОГО СОГЛАШЕНИЯ

Они направлены на установление новых отношений и обязательств между участвующими в них сторонами. Это могут быть, например, переговоры с новым партнером



# ПЕРЕГОВОРЫ В ЦЕЛЯХ СБИТЬ С ТОЛКУ ОППОНЕНТА

Это – имитация переговорного процесса. Очень часто оппоненты входят в переговорный процесс и умышленно его затягивают, понимая, что время – их союзник. Здесь на каждое свое предложение вы будете слышать «может быть», «нам надо посоветоваться».

*(Клиент приглашает конкурентов и даже может заключает с ним временный договор, хотя на самом деле истинная цель другая, чтобы вы в цене не повышали, так как клиент может сказать а они там дают на 10 % дешевле)*



## ПРОВОКАЦИЯ

Переговоры с целью показать не переговороспособность другой стороны.

Очень важно на ранней стадии ведения переговоров распознать основной мотив оппонента и, уже отталкиваясь от этого, принимать решение о дальнейших действиях.

*(Вызывается кто-то для того чтобы разоблачить либо в несостоятельности кого-то, человека, компанию)*

*Новое соглашение*

ВИДЕОФРАГМЕНТ



# **ТИПЫ ПЕРЕГОВОРЩИКОВ**

DISC



## **ДЕМО ТЕСТ**

<https://psyttests.org/funtest/disc.html>

# D Доминирующий

<u>Главные цели</u>	<u>Основные страхи</u>	<u>Антипатии</u>	<u>Под давлением</u>	<u>В качестве покупателя реагирует на</u>	<u>Стиль принятия решений</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Хотел бы видеть результаты</li><li>▪ Хотел бы давать решающие указания</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Потерять контроль над окружающими</li><li>▪ Быть использованным другими людьми</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Если другие принимают за него решения</li><li>▪ Недостаток результатов</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Господствующий</li><li>▪ Нетерпеливый</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Альтернативы и варианты выбора</li><li>▪ Работоспособность и ориентированность на результат</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Быстрый</li><li>▪ Импульсивный</li></ul>

заранее готовиться, чтобы выдержать напор и энергию собеседника;

презентацию делать профессионально, последовательно и логично, с отчетливым отражением преимуществ;

быть энергичным, не медлить и не отвлекаться от сути дела;

предлагать варианты на выбор, чтобы клиент не чувствовал себя ведомым;

соглашаться, даже если клиент неправ, и отложить переубеждение в некоторых вопросах на будущее;

избегать критики и сомнений относительно клиента, его слов и действий;

# I Влияющий

<u>Главные цели</u>	<u>Основные страхи</u>	<u>Антипатии</u>	<u>Под давлением</u>	<u>В качестве покупателя реагирует на</u>	<u>Стиль принятия решений</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Контакт с другими людьми</li><li>▪ Ищет признания</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Отвержения, быть не любимым</li><li>▪ Потеря признания</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Необходимость заниматься сложными подробностями</li><li>▪ Работать одному</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Эмоциональный</li><li>▪ Неорганизованный</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Выводы и отзывы экспертов</li><li>▪ Возможность поберечь свои собственные силы</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Эмоциональный</li><li>▪ Руководствуясь внутренним голосом</li></ul>

спокойно относиться к голословным и громким заявлениям, поскольку часто они произносятся под влиянием настроения;

если удастся присоединиться к клиенту эмоционально, то вероятность сделки высока, поэтому важно быть энергичным, открытым, закрывать глаза на рассеянность и отсутствие дисциплины в словах и действиях собеседника; делать комплименты, выражать восторг;

проявлять уверенность и твердость характера;

давать высказаться и активно, внимательно слушать;

зафиксировать результаты переговоров письменно, поскольку клиент не все может запомнить и правильно понять;

давать разные оригинальные идеи, чтобы произвести впечатление и вдохновить на сделку, вызвать эмоциональный отклик;

в случае разногласий не использовать логические доводы, лучше предложить узнать мнение специалистов по данному вопросу;

# С Добросовестный

<u>Главные цели</u>	<u>Основные страхи</u>	<u>Антипатии</u>	<u>Под давлением</u>	<u>В качестве покупателя реагирует на</u>	<u>Стиль принятия решений</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Точность, соблюдение порядка</li><li>▪ Логическая последовательность в действиях</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Неоправданная личная критика</li><li>▪ Слишком низкие стандарты качества</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Беспорядок и хаос</li><li>▪ Неточные пояснения, лесть, попытки заговорить зубы и заболтать</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Сдержанный</li><li>▪ Упрямый</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Доказательство качества и точности</li><li>▪ Разумные логические действия</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Аналитический и сравнительный</li><li>▪ Консервативный</li></ul>

не пытаться впечатлить клиента эмоциональной и выразительной презентацией, делать упор на информативность – статьи, исследования, научные работы и пр.;

быть компетентным, тщательно готовить доказательную базу;

основательно аргументировать свою позицию;

говорить медленно;

не торопить собеседника, дать время для размышлений;

объяснять на простом и понятном языке;

# S Стабильный

<u>Главные цели</u>	<u>Основные страхи</u>	<u>Антипатии</u>	<u>Под давлением</u>	<u>В качестве покупателя реагирует на</u>	<u>Стиль принятия решений</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Надежность, стабильность</li><li>▪ Бесконфликтное окружение</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Слишком быстрые, незапланированные решения</li><li>▪ Потеря надежности и стабильности</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Враждебность, конфликт</li><li>▪ Непредусмотренная ситуация</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Уравновешенный</li><li>▪ Нерешительный</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Заверения в наличии сервиса и надежности</li><li>▪ Личное внимание и откровенность</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Обдуманный</li><li>▪ Осторожный</li></ul>

быть приветливым;

говорить неторопливо, выразительно;

проявлять участие, профессионализм, показывать опыт;

поддерживать разговор, если он перешел на личные темы, но периодически напоминать о сути переговоров, поскольку клиент может забыть о ней;

в качестве доводов рассказать о других ваших партнерах, которые рекомендуют продукт; желательно, чтобы это были известные клиенту компании и люди;

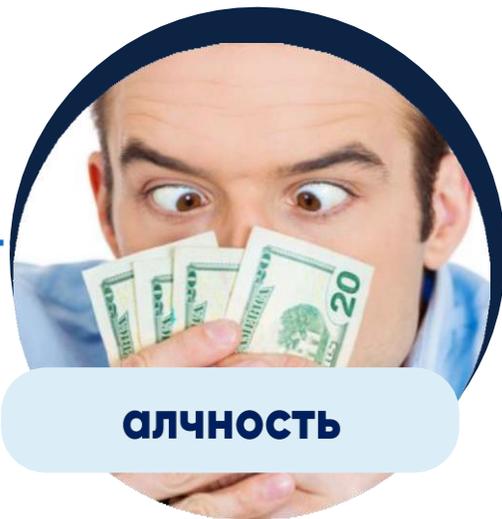
дать время на принятие решения;

# **РАБОТА С МАНИПУЛЯТОРАМИ**

# СТРУНЫ МАНИПУЛЯТОРА



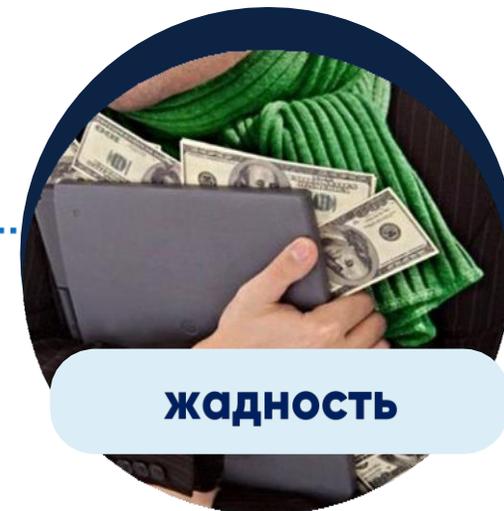
**самолюбие**



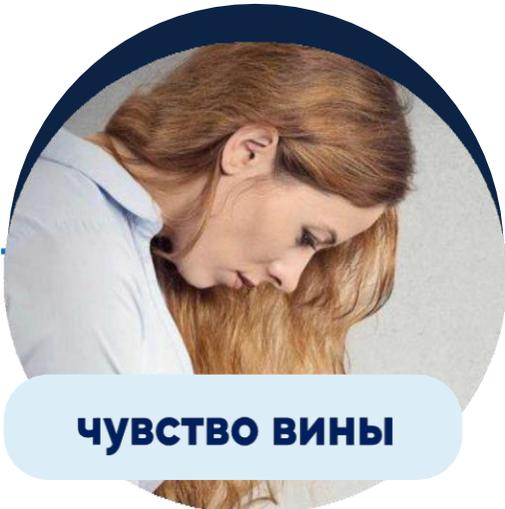
**алчность**



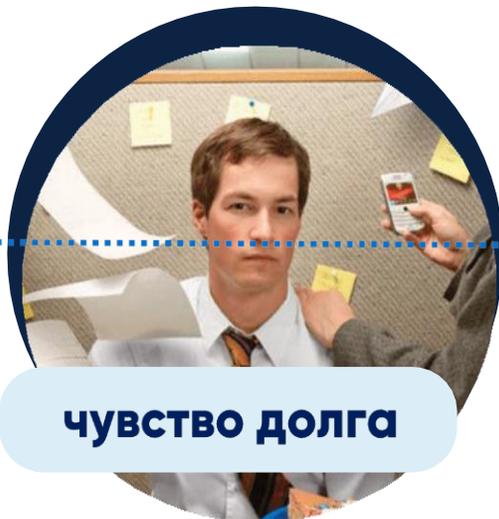
**страх**



**жадность**



**чувство вины**



**чувство долга**



**секс**



**любопытство**

# ЗНАТЬ СВОИ СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Принять, что вы такой не один

1. Выявить свои «кнопки», на которые могут нажимать манипуляторы *(используйте взгляд со стороны ваших коллег, руководителя; учитесь на ошибках, прослушивайте запись своих звонков/встреч).*
2. Прикрывайте свои слабые места *(сдавайте тесты на знание продукта, проходите тренинги, участвуйте в конкурсах и конференциях, повышайте профессиональный уровень с помощью книг/статей).*
3. Ищите «плюшки», которые вам помогут *(доска личных достижений, успехи в других сферах, аффирмации для повышения самооценки).*

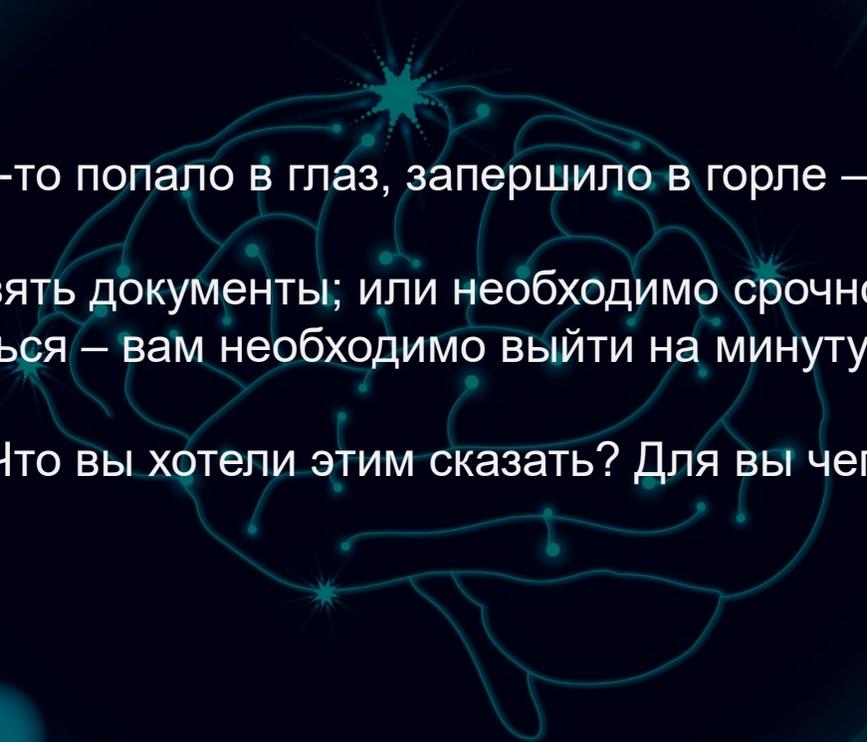


## КАК ОТРАБАТЫВАТЬ МАНИПУЛЯЦИЮ

**Переключить внимание** (что-то попало в глаз, запершило в горле – нужно попить воды, и т. д.);

**Взять паузу** (встать, чтобы взять документы; или необходимо срочно ответить на сообщение в мессенджере; просто извиниться – вам необходимо выйти на минуту);

**Задавайте прямой вопрос** (Что вы хотели этим сказать? Для вы чего вы так говорите?).



**ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ НАШЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ НА ПЕРЕГОВОРАХ**

**Ваша уверенность  
в своей правоте**

**Эмоциональное состояние  
на переговорах**

**Корректность  
донесение мыслей**



# **КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ В ПЕРЕГОВОРАХ**

что учесть на разных этапах

1. ПОДГОТОВКА

2. УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА (разговор не о чем)

3. СОГЛАСОВЫВАНИЕ (повестки, целей, плана)

4. ПРОЯСНЕНИЕ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ (ситуация оппонента)

5. ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕШЕНИЯ И ЗАКРЫТИЕ (в случае понимания выгоды оппонента)

6. ПОИСК СОГЛАШЕНИЯ И ТОРГ (финальное согласие, промежуточное - сомнение, тайм-аут, несогласие)

7. ПРОВЕРКА ПОНИМАНИЯ (нужно точно понять, что вы друг друга верно поняли)

8. ПОДВИДЕНИЕ ИТОГОВ

9. СОГЛАСОВЫВАНИЕ ДАЛЬНЕЙШИХ ШАГОВ (действие, кто, что делает?)

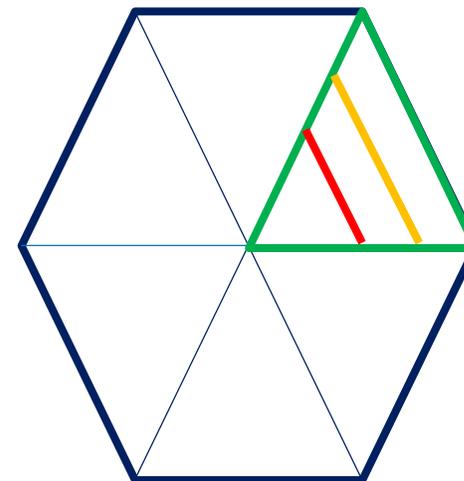
10. БЛАГОДАРНОСТЬ

**ПОДГОТОВКА**

# ПОДГОТОВКА

Таблица прогноза  
ЧТО МЕНЯ УСТРОИТ?  
ЧТО Я ИМЕЮ?

Ответ на вопрос: ЧТО Я СДЕЛАЮ  
если скажут «да», и что  
я сделаю если скажут «нет»



Условие	Нижняя граница	Желаемая позиция	Заявленная позиция
Цена			
Объем			
Доставка			
Отсрочка			
Хранение			
Сервис			

# ПОДГОТОВКА

## КОРИДОР ЦЕЛЕЙ (max min)

На переговорах спросить и прояснить цели оппонента



# ПОДГОТОВКА

Ценности нашего  
предложения для клиента

- Что является головной болью клиента?
- Как клиент решает эту проблему в данный момент?
- Насколько он доволен данным решением?
- Разрешима ли эта боль альтернативным решением?
- Хочет ли клиент решить эту проблему другим способом?

# ПОДГОТОВКА

ОПРЕДЕЛИТЬ ГЛАВНОГО  
В СВОЕЙ ГРУППЕ

(если вы идете на встречу  
не один)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОППОНЕНТЕ

(кто главный?)



# ПОДГОТОВКА

Вопросы, которые вам надо решить  
за время переговоров с оппонентом



# ПОДГОТОВКА

Чтобы противостоять оппоненту,  
важно владеть информацией

1. Ситуация на рынке
2. Знать пути снижения себестоимости
3. Знать свой продукт его преимущества
4. Знать все о своем оппоненте

**НАЧАЛО**

# МОЛЧИ И СЛУШАЙ

после установления контакта,  
используй фразу:

**«Имя клиента, Как бы вы хотели чтобы мы сегодня построили нашу встречу, вы сначала расскажите. Или у меня есть план... я озвучу...»**

чтобы оппонент , говорил, а вы слышали,  
помогайте ему словами, типа:

**«ну и», «и что», «и как», «продолжайте», «это интересно»**

**ЗАДАВАЙ ВОПРОСЫ**

**ЕСЛИ ВЫ ЗАДАЕТЕ ВОПРОСЫ, ЗНАЧИТ  
ВЫ УПРАВЛЯЕТЕ ПЕРЕГОВОРАМИ**

# ЗАДАВАЙ ВОПРОСЫ

СПРОСИ УСЛОВИЯ

**«Я с радостью готов обсуждать ваши условия, как только пойму ваш запрос. Подскажите...»**

ВЫДАТЬ УСЛОВИЯ

**«Да, конечно сейчас все расскажу. Давайте вместе сначала обсудим.....»**

П  
Р  
Я  
М  
Ы  
Е

**НАИБОЛЬШОЙ РИСК ЗАКРЫТЬ СОБЕСЕДНИКА**

*пример:*

- скажите, какую роль вы играете в принятии решения?
- какую роль играет срок поставки в принятии решения?

**НАИБОЛЬШИЙ РИСК НЕ ЗАКРЫТЬ СОБЕСЕДНИКА**

*пример:*

- вы наделены полномочиями принимать это решение?
- срок поставки – это самое важное?

К  
О  
С  
В  
Е  
Н  
Н  
Ы  
Е

**НАИБОЛЬШИЙ РИСК ЗАКРЫТЬ СОБЕСЕДНИКА**

*пример:*

- как обычно у вас происходит принятие данного решения?
- что важно было бы для вас при принятии данного решения?

**НАИБОЛЬШОЙ РИСК НЕ ЗАКРЫТЬ СОБЕСЕДНИКА**

*пример:*

- есть ли стандартная процедура принятия решения?
- есть ли какие-то моменты, которые являются важными для вас при принятии данного решения?

---

## ЕСЛИ КЛИЕНТ НЕ ДАЕТ ЗАДАТЬ ВОПРОСЫ, НАПРИМЕР ГОВОРIT «ДАВАЙ ПРЕЗЕНТУЙ», ИСПОЛЬЗУЙ СЛЕДУЮЩИЙ ХОД.

### 1. КРАТКО, НО ПОЛНОСТЬЮ ОТВЕТИТЬ

(Вопросы которые вам задают клиенты на переговорах, написать, а дальше вы пишете ответы, а тренер корректирует по красоте)

2. МОСТИК, ПЕРЕХВАТ: «КСТАТИ, ГОВОРЯ О ВАС», «ВОЗВРАЩАЯСЬ К ТЕМЕ...», «К СЛОВУ», «А ЕСЛИ...»

3. ВАШ ВОПРОС: открытый или альтернативный

**ОШИБКА** уходить в тайгу, начать презентовать без умолку

# 3 КОМПОНЕНТА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ

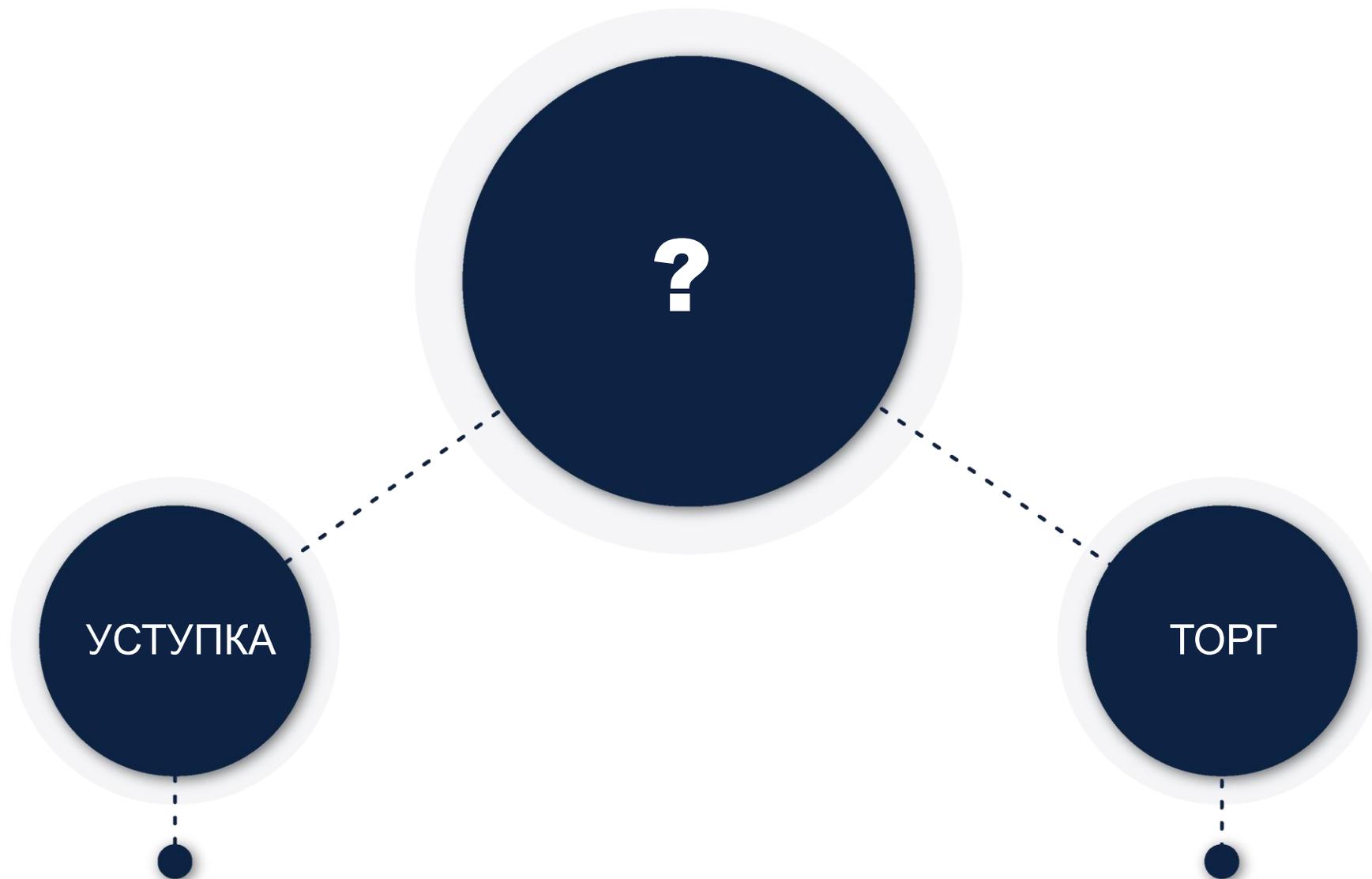


УМЕНИЕ СЛУШАТЬ ОППОНЕНТА



ВНИМАНИЕ К ОППОНЕНТУ И ЕГО ЦЕННОСТЯМ

**ТОРГИ**



УСТУПКА

ТОРГ

**ПРИНЯТЬ ПЕРВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**НАЧИНАТЬ ПЕРЕГОВОРЫ СРАЗУ С ТОРГА**

**ФОРМУЛА ТОРГА  
«Если вы... то мы ...»**

# ПРАВИЛА ТОРГА

1  
2  
3

Уступать нужно, прежде всего то что вам недорого, а для клиента ценно и наоборот

Старайтесь не менять цену, меняйте условия

Подводите итог по каждому пункту, предлагайте письменно закрепить

**ЗАВЕРШЕНИЕ**

# ПОДВИДЕНИЕ ИТОГОВ

- Фиксируйте обязательства, о которых договорились стороны сроки их исполнения
- Ответственные за исполнение обязательств (кто, что делает),
- Даты, время и формы следующего контакта

## ОБЩИЕ ВЫВООДЫ

---

Прежде всего, важно тщательно готовиться к переговорам, даже если у вас уже большой опыт в продажах.

Помните, не важно в какой вы позиции, вы всегда можете завершить переговоры сотрудничеством, с сохранением отношений

Анализируйте каждые переговоры, фиксируйте ваши слабые стороны, работайте над ними через тренировку

1. «Я слышу вас насквозь» Марк Глоустон
2. «Договориться можно обо всем» Гэвин Кеннеди
3. «Сначала скажи нет» Джим Кемп
4. «Игры в которые играют люди» Эрик Берн
5. «Антикарнеги» Эверет Шостром
6. «Кремлевская школа переговоров» Игорь Рызов
7. «Принципы» Рэй Далио

КНИЖКИ

КИНО

1. «Форс мажоры» сериал
2. «Карточный домик» сериал
3. «Миллиарды» сериал
4. «Мартовские иды» фильм
5. «Эрин Брокович» фильм
6. «Банкир» фильм
7. «Опасная игра Слоун» фильм

# БОЛЬШИХ ПРОДАЖ

## • КОНТАКТЫ



E-mail:  
[lukyanovamarya@mail.ru](mailto:lukyanovamarya@mail.ru)



Телефон:  
**+7 926 662 78 65**



Instagram:  
[lukyanova\\_ma](https://www.instagram.com/lukyanova_ma)

