

NEGOCIAÇÕES EM COMPRAS

Uma abordagem avançada

APRESENTAÇÃO

No processo negocial em qualquer organização, a diferença entre lucro e o prejuízo poderá resultar de uma negociação bem ou mal sucedida.

As compras podem ser efetuadas em três níveis: estratégico, tático e operacional. Embora os princípios da negociação sejam os mesmos, a complexidade dos assuntos tratados pode variar imensamente. O fato de uma pessoa ser um bom comprador ao nível operacional, não importa que também possa sê-lo ao nível estratégico, ou mesmo administrativo. Um dos pontos que deve ser enfatizado é que o sucesso de um comprador não depende apenas de sua competência individual, sobretudo em questões que demandam multiplicidade de competências. Assim, pode ser importante saber negociar em equipe, mas isto pode não ser suficiente, pois pode ser necessário um terceiro tipo de competência, que é a competência organizacional de negociação, inclusive com a participação de um setor de inteligência estratégica na empresa.

A QUEM SE DESTINA

A todos os colaboradores da Organização que participam, direta ou indiretamente, dos processos de compras, bem como da implementação e controle e avaliação dos bens e serviços adquiridos.

RESULTADOS PARA OS PARTICIPANTES

- Conhecimento do processo de compras, considerando-se aí os aspectos da tecnologia, do comportamento e do conhecimento do negócio envolvido, bem como dos critérios para escolha de fornecedores.
- Conhecimento e desenvolvimento das três competências fundamentais de negociação: individual, equipe e organizacional.
- Domínio das quatro formas de se efetuar uma negociação: solução de problemas, barganha agressiva, barganha suave e barganha adaptada.
- A condução da negociação aos níveis estratégico, tático e operacional.
- Conhecimento do processo de negociação e de uma metodologia de planejamento /preparação.
- Desenvolvimento de habilidades para otimizar o processo de interação com os clientes internos, com a utilização dos conceitos fundamentais de negociação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

■ CONCEITOS E ENFOQUES DE NEGOCIAÇÃO

- A função compras e a importância estratégica da área;
- Os pecados capitais do negociador. O que não fazer ao negociar;
- As formas de negociação: Solução de problemas e Barganha Agressiva, Suave e Adaptada;
- Como converter Barganha de Propostas em Solução de Problema;s
- O MIN - Modelo Integrado de Negociação: identificando e relacionando todos os aspectos relevantes para o sucesso em qualquer negociação;
- Identificando os três cenários de uma negociação;
- Entendendo a negociação pela ótica do comprador e dos clientes internos;
- Comprador ou "assinador" de pedidos? Quando o comprador já entra "vendido";
- Mapeando o processo de compras e identificando vulnerabilidades;
- A reengenharia do processo de compras;
- O que é Competência Organizacional de negociação e qual a sua importância;
- Negociar sozinho ou equipe?
- A diferença entre comprar e negociar em compras;
- O comprador/negociador. Novo perfil do profissional de compras;
- A estratégia de negócio. Qual a diferença entre estratégia de negócio e de negociação;
- Produtividade e competitividade nas compras;
- Princípios da qualidade aplicada às compras;
- A diferença entre o comprador burocrata e o identificador das necessidades e problemas de seus clientes.

■ TECNOLOGIA DE NEGOCIAÇÃO

- As sete etapas do processo de negociação;
- Definindo os objetivos desejáveis e os limites. A ZAP – Zona do Acordo Possível;
- A importância da MADI: Melhor Alternativa Disponível em Caso de Impasse;
- Como preparar e avaliar uma negociação: Entendendo as 9 dimensões da Matriz de Preparação;
- Estratégias e táticas ativas e defensivas de informação, tempo e poder;
- As táticas éticas e as não éticas;
- Como montar estratégias e táticas. Os quatro passos;
- Negociação e processo decisório. Definindo alternativas e critérios de decisão;
- Impasses. Como superar dificuldades, antagonismos e conflitos e encontrar soluções de nível superior;
- Concessões: como conceder sem comprometer o essencial;
- Como obter concessões identificando as verdadeiras e as falsas objeções;
- O fechamento do acordo. Como garantir a implementação;
- Os casos de renegociação.

■ AS HABILIDADES DE RELACIONAMENTO

- Estilos de negociação: autoavaliação (análise das forças e fraquezas);
- Otimização do próprio estilo;
- A postura do negociador:
 - A importância do relacionamento e da sinergia;
 - Aspectos não verbais;
- Como negociar considerando o estilo do outro negociador (customização);
- Comportamento das pessoas e dos negociadores conforme objetivo do negócio;
- Flexibilidade, o grande diferencial na administração dos conflitos e na inovação;
- O que fazer para gerar confiança e manter um clima positivo/cooperativo;
- Éticas nas compras;

■ ASPECTOS RELATIVOS AO CONHECIMENTO DO NEGÓCIO

- O que está sendo negociado: o conhecimento do negócio por todos os aspectos envolvidos, como técnicos, econômicos, financeiros e jurídicos;
- Os objetivos, as alternativas e os critérios de decisão;
- A margem de negociação;
- Características, soluções e benefícios.

■ COMPETÊNCIA ORGANIZACIONAL DE NEGOCIAÇÃO

- As equipes de negociação. Como estruturar uma equipe de negociação;
- O conflito na organização;
- Identificando as competências organizacionais necessárias para o sucesso.

■ A REALIDADE INTERNA DOS NEGOCIADORES

- A importância dos estados mentais e emocionais para o desfecho de uma negociação;
- A capacidade de superar adversidades e aproveitar oportunidades;
- A inteligência/competência para tratar com as emoções;
- A força da automotivação e da paixão por vencer;
- As crenças de poder e a consecução de objetivos.

■ INTEGRAÇÃO: TECNOLOGIA DE NEGOCIAÇÃO, HABILIDADES DE RELACIONAMENTO, CONHECIMENTO DO NEGÓCIO

- Desenvolvendo o papel e as habilidades do negociador;
- Plano de Ação.

METODOLOGIA

- A metodologia é essencialmente dinâmica e participativa, orientada para as necessidades dos participantes, com balanceamento entre teoria/prática de aproximadamente 30/70;
- A metodologia tem por base a aprendizagem vivencial. Assim sendo, ao final de cada exercício, são procuradas aplicações práticas das principais conclusões efetuadas, de acordo com o dia a dia dos participantes;

IDEMP – Instituto de Desenvolvimento Empresarial

- A parte prática é constituída de exercícios estruturados, jogos, dramatizações, casos, simulações, filmes, discussões em grupo e preleções dialogadas;
- É efetuado um pré-diagnóstico, para ajustamento dos programa às necessidades dos participantes.

CARGA HORÁRIA

O treinamento terá a duração de 16 horas/atividade, em dois dias.

PROFESSOR – JOSE AUGUSTO WANDERLEY

Consultor em Excelência de Desempenho, Negociação, Coaching e Liderança. Mestrado em Engenharia Industrial, PUC-RJ. Extensão em Organizational Behavior and Development, Pace University, EUA. Master Practitioner em Programação Neurolinguística, SBPL-SP. Formação e Certificação Internacional em Coaching Integrado, Integrated Coaching Institute. Já conduziu mais de 1.000 Seminários para empresas e instituições como: Aracruz, Banco Itaú, Bayer, Coca Cola, Embratel, Fundação Getúlio Vargas (Escola Interamericana de Administração Pública e Escola de Pós-Graduação em Economia), Faculdade Cândido IDEMP – Instituto de Desenvolvimento Empresarial Negociação no Ambiente de Trabalho 3 Mendes (CPGE - Centro de Pós-Graduação e Extensão), Henkel, Módulo, Nestlé, Petrobras, Shell, Tess, Usiminas, Universidades Algar e Ambev e White Martins. É autor do livro: “Negociação Total - Encontrando Soluções, Vencendo Resistências, Obtendo Resultados” - (Editora Gente, 20a edição), considerado pela Revista Exame um dos 11 livros indicados para quem quiser negociar melhor. Tem artigos publicados no jornal O Globo, Jornal do Brasil, Estado de São Paulo e revistas Tendências do Trabalho, Informativo ADN/COAD, T&D - Treinamento & Desenvolvimento e Profissional & Negócios. Professor do IDEMP – Instituto de Desenvolvimento Empresarial.