

MAPA CONCEPTUAL

UNIDAD III

EL PENSAMIENTO DE LIDERAZGO

DIRECCION Y LIDERAZGO

ING. ANGELA ZA VALETA VILLATORO

PRESENTA EL ALUMNO:

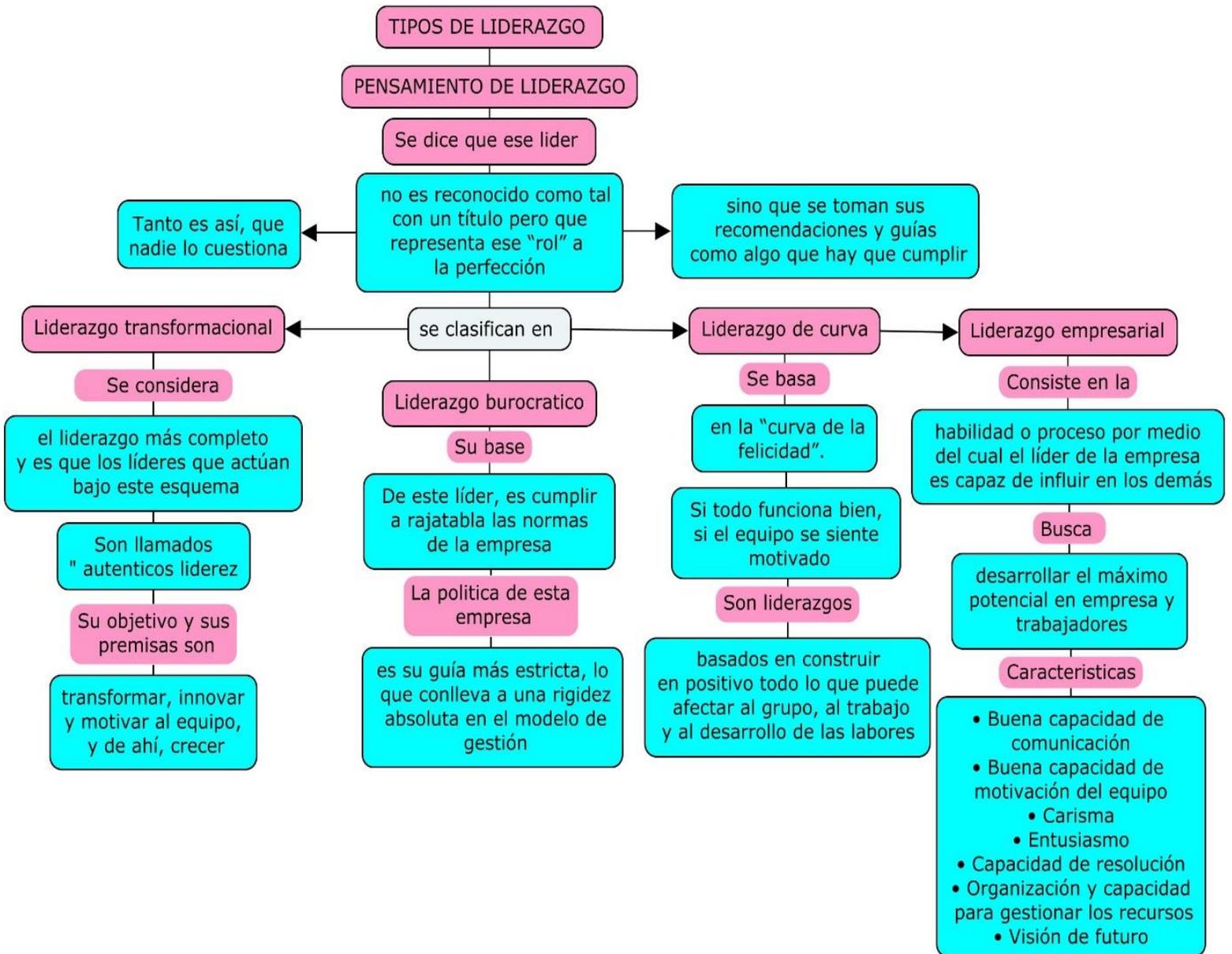
ZABDI JAIR JIMENEZ PEREZ

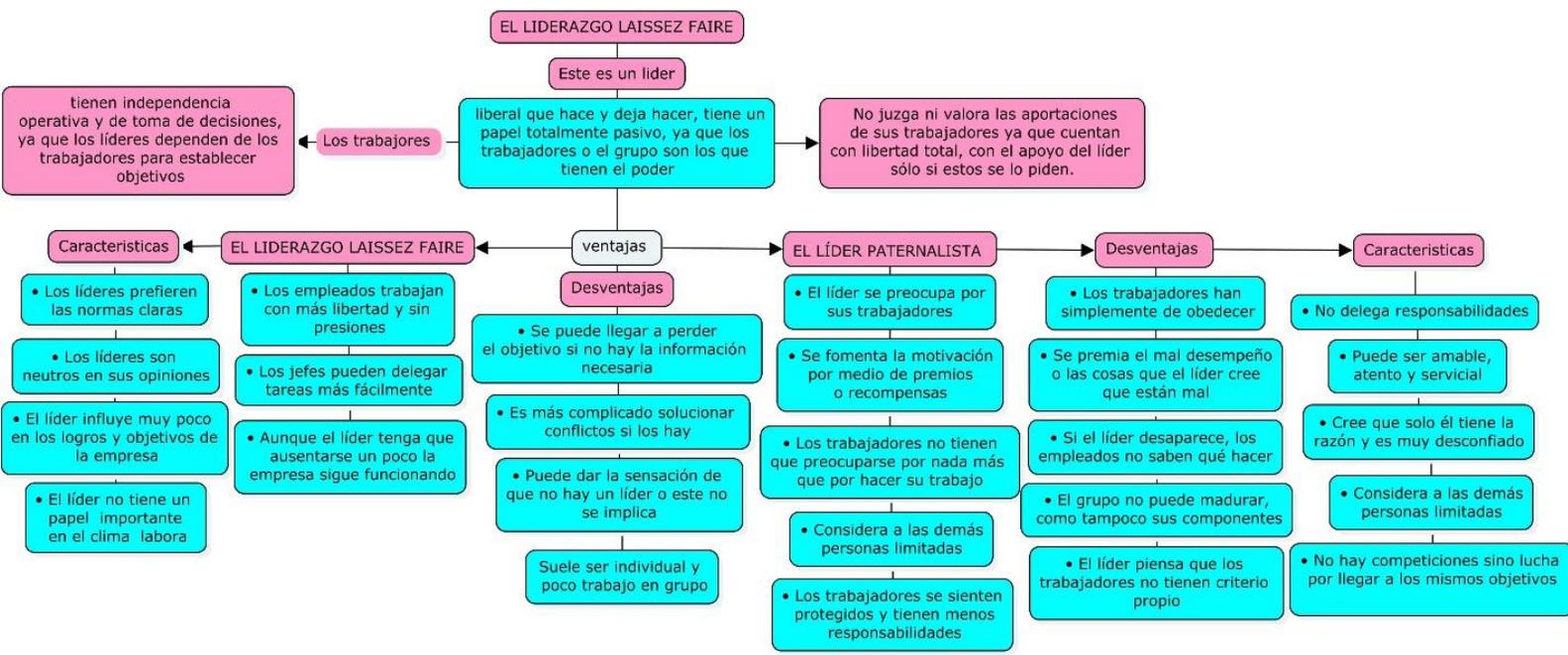
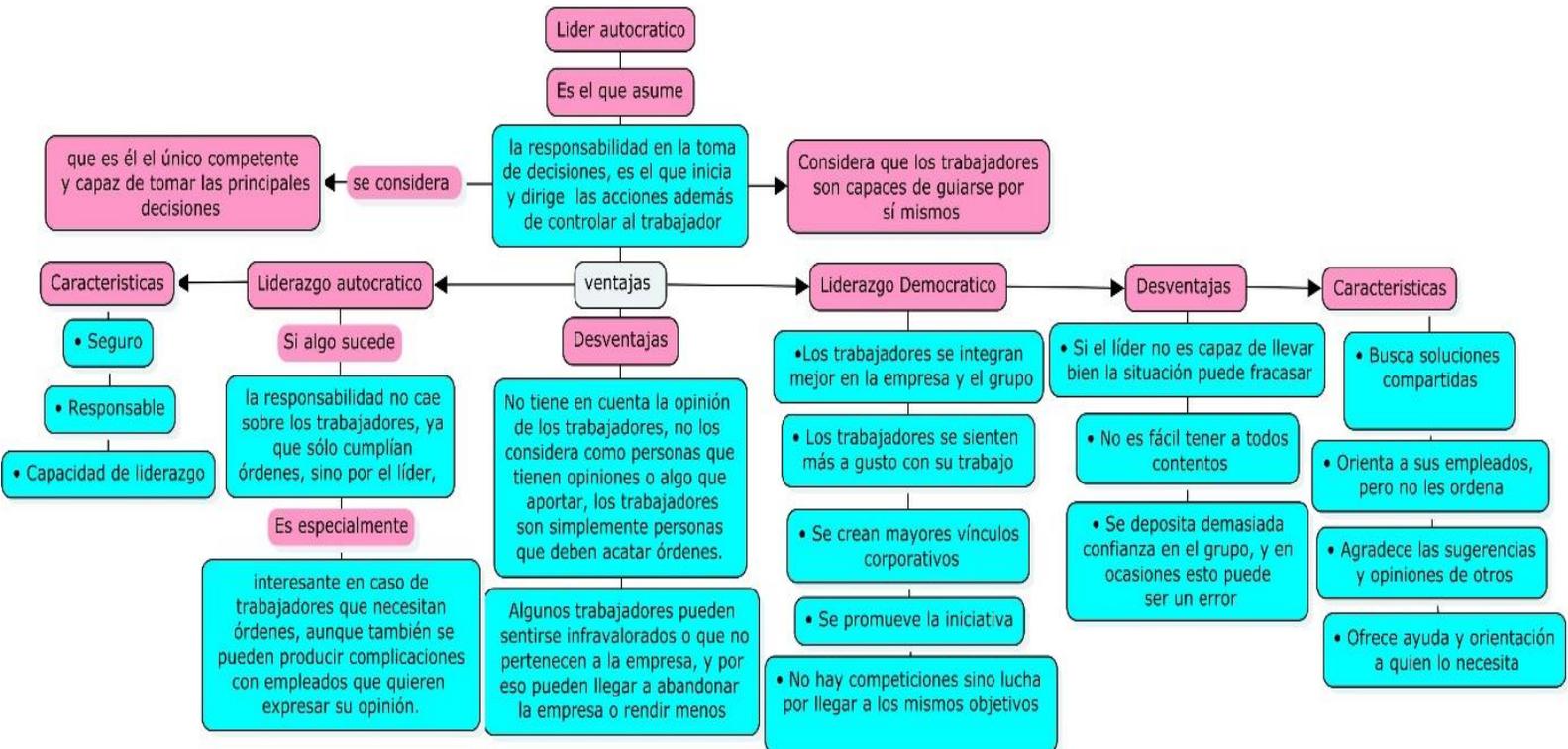
GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

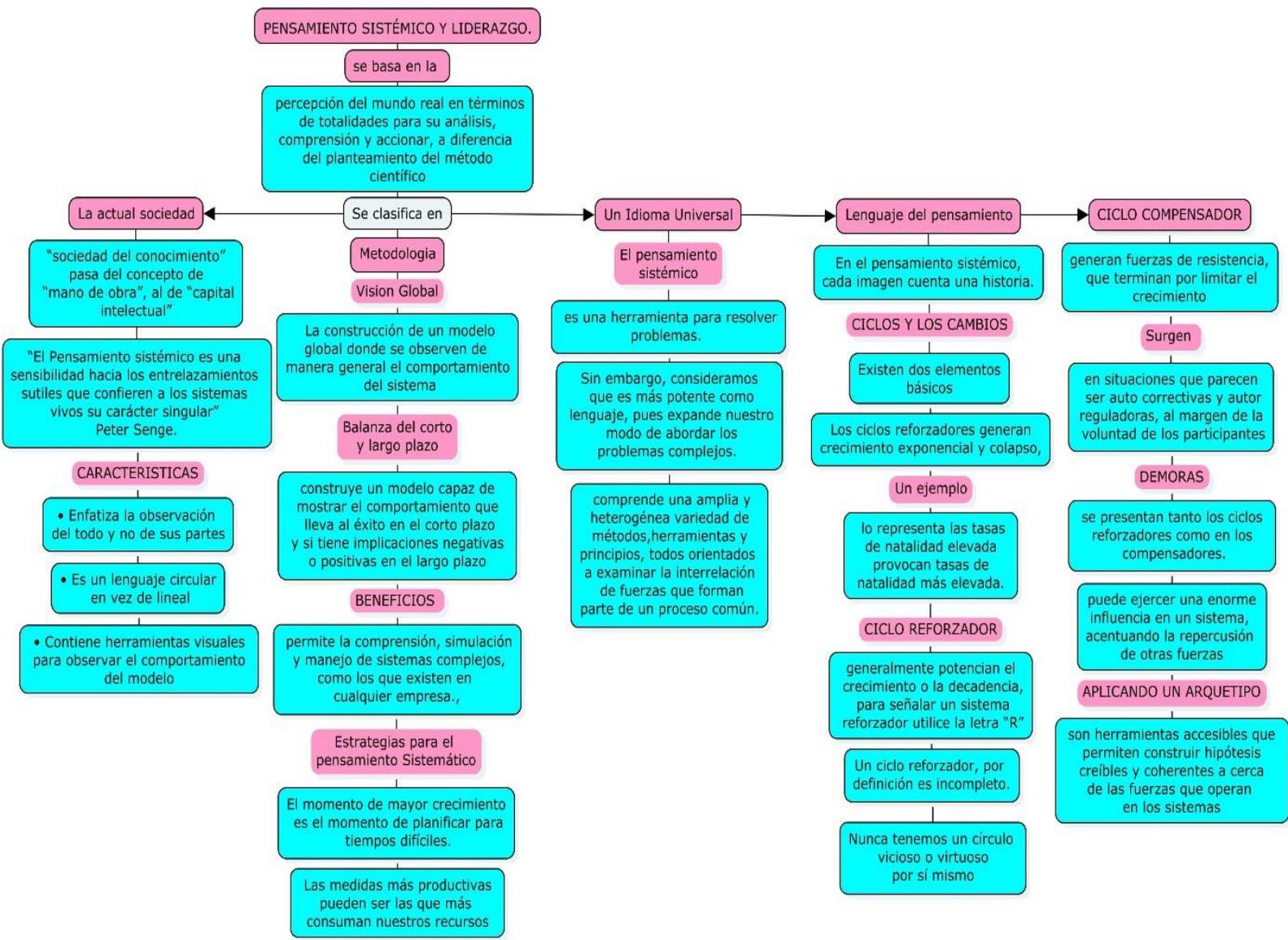
7mo. Cuatrimestre “B” Enfermería Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

05 de DICIEMBRE del 2020.







TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

es un proceso

muy parecido a vender, aunque con algunas diferencia, vender es persuadir, convencer al posible cliente para que piense y actúe como el vendedor

Se clasifica en

LA PREPARACION

es muy importante tratar de descubrir los objetivos del contrario

LA DISCUSION

En esta fase que normalmente se llama de conversación, intercambio o presentación, tratando de quitar agresividad al vocablo discusión

LAS SEÑALES

La señal es un medio que utilizan los negociadores para indicar su disposición a negociar sobre algo, es un mensaje que ha de ser interpretado por el que lo recibe

LAS PROPUESTAS

son aquello sobre lo que se negocia, no se negocian las discusiones, aunque las propuestas puedan ser objeto de discusión

EL INTERCAMBIO

es la más intensa de todo el proceso de negociación y exige una gran atención por ambas partes, ya que en ella se trata de obtener algo a cambio de renunciar a otra cosa

CIERRE Y EL ACUERDO

la finalidad del cierre es llegar a un acuerdo

CIERRE POR CONSECION

Es la forma más frecuente en las negociaciones; equivale a terminar la fase de intercambio ofreciendo una concesión para conseguir un acuerdo

CIERRE CON RESUEN

Después del cierre con concesión, es el tipo de cierre de negociación más utilizado.

NEGOCIACION DEL PRECIO

Valle-Inclán:
«... es de necios confundir valor y precio...».

El precio tiene una referencia: es más alto o más bajo que otro

Estrategias para las objeciones al precio

Al hablar de precio no se debe decir precio barato ni precio caro, en su lugar se debe decir precio bajo o, mejor aún, precio adecuado y precio elevado

Cómo presentar el precio

- Presentar uno o varios beneficios del producto.
- Dar el precio sin vacilación.
- Presentar la utilidad que esos beneficios tienen para el cliente

Cómo vender un producto de precio elevado

Presentando ventajas y beneficios del producto, buscando la utilidad para el cliente, hasta que este vea que lo que paga es menor de lo que recibe,

Estratagemas de los compradores

- Ablandar al vendedor con negociaciones duras.

Empezar con puntos de los que es posible alcanzar rápidamente un acuerdo. De esta forma se animará y estará dispuesto a hacer concesiones