

ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.

Un percorso di formazione
dedicato al **professionista**
della **progettazione**



ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.

K KNOWLEDGE

E EMPOWERS

Y YOU



VINCERE LA SFIDA COMMERCIALE SENZA ABBASSARE I PREZZI

*I segreti delle tecniche negoziali a disposizione del progettista
per ottenere consenso e migliorare i risultati*

Claudio Achilli

Business Coach - Business School Sole24Ore



Claudio Achilli, toscano di Sansepolcro, si specializza in psicologia del lavoro a Milano dopo la laurea in Legge conseguita a Firenze con Roberto Zaccaria illustre costituzionalista.

Matura una consolidata esperienza ultradecennale nelle Risorse Umane in contesti nazionali e multinazionali (Saint-Gobain, Banco Ambrosiano Veneto, Panasonic Italia). Dal '95 è Consulente aziendale/ Formatore/ Business coach per significative realtà industriali e di servizi:

Philips, BTicino, Gruppo Bipielle, Carige, Unicredit, Ipsoa, Comune di Firenze, Confartigianato di Firenze-Arezzo-Pistoia-Pisa-Lucca, Massa Carrara, Nuncas, Il Sole 24 Ore, IntesaSanPaolo,, Istituto Ganassini, Federlegno, Citigroup, Zimmer, ENI Corporate University, Piccolo Teatro di Milano/ Università Bocconi, IUAV Venezia, Cosmofarma

Collabora con Sole24 Ore BUSINESS SCHOLL, - GRAM (Gruppo di Ricerca applicata al Management) di Torino - SCOA Business School di Milano



Programma

- ✓ **Ottenere il consenso attraverso il convincimento**
- ✓ **Kit degli strumenti di influenza a disposizione dei progettisti**
- ✓ **Dinamiche del processo negoziale**
- ✓ **Approccio individuale al negoziato**
- ✓ **Negoziazione distributiva, negoziazione integrativa: Alternative**
- ✓ **Metodo negoziale per migliorare i risultati**
- ✓ **Micro – tecniche” negoziali legate alla comunicazione**
- ✓ **Parlare, comunicare, convincere**
- ✓ **Assertività al servizio dei risultati**
- ✓ **Intelligenza emotiva per relazioni a valore aggiunto**



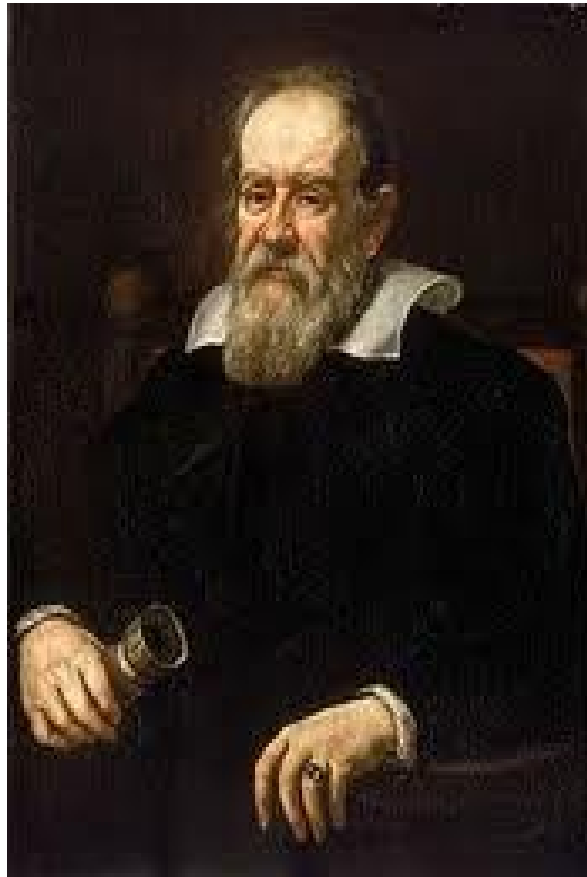
**“Spesso grandi imprese nascono
da piccole opportunità”**

Demostene



**“Non puoi insegnare qualcosa ad un uomo,
puoi solo aiutarlo a scoprirla dentro di sé»**

Galileo Galilei





**NON POSSIAMO PRETENDERE CHE LE
COSE CAMBINO
SE CONTINUAMO A FARE LE STESSA COSE.**

A. Einstein



|| La mente
è come
un paracadute.
Funziona
solo
se si
apre. ||

(Albert Einstein, Aforisticamente)

Convincere, Coinvolgere, Comunicare 3 C



CON - VINCERE

Capire gl'interlocutori:

come ruoli: obiettivi, responsabilità e limiti

come persone: motivazioni, timori, stili, convinzioni

Motivare sui loro interessi

Determinati sugli obiettivi, flessibili sui modi

Apprezzare e gestire le obiezioni

Domande e sintesi

Valorizzare i punti d'accordo, minimizzare i punti di disaccordo

Accumulare punti d'accordo prima di affrontare i nodi difficili

Attivare stati mentali positivi



STATI MENTALI

- +Appartenenza**
- +Solidarietà**
- +Fiducia**
- +Aspettativa**
- +Curiosità**
- +Identificazione**

- Estraneità**
- Sfiducia**
- Paura**
- Frustrazione**
- Delusione**
- Insicurezza**
- Dubbio**



attrezzi



KIT STRUMENTI

Autostima

Consapevolezza di sè

Motivazione

Competenze tecnico-specialistiche

Capacità relazionali

Strumenti di marketing



“Promuovere se stessi comporta la precisa e peraltro stimolante consapevolezza che in ogni istante della giornata noi **“vendiamo” agli altri il nostro punto di vista, **cercando di convincerli a fare o a dare qualcosa**”**

M. L. Lombardi



5 V

- ☐ VITALITA'
- ☐ VERBALITA'
- ☐ VESTIBILITA'
- ☐ VIVIBILITA'
- ☐ VISIBILITA'



KIT STRUMENTI

Self Marketing

Capacità di ascolto attivo

Fare domande giuste

Saper argomentare efficacemente

Esprimere convinzione

Essere Assertivi

Essere Empatici



**Anche nelle
professioni più tecniche,
il successo è dovuto a**



**Competenze
tecniche 15%**

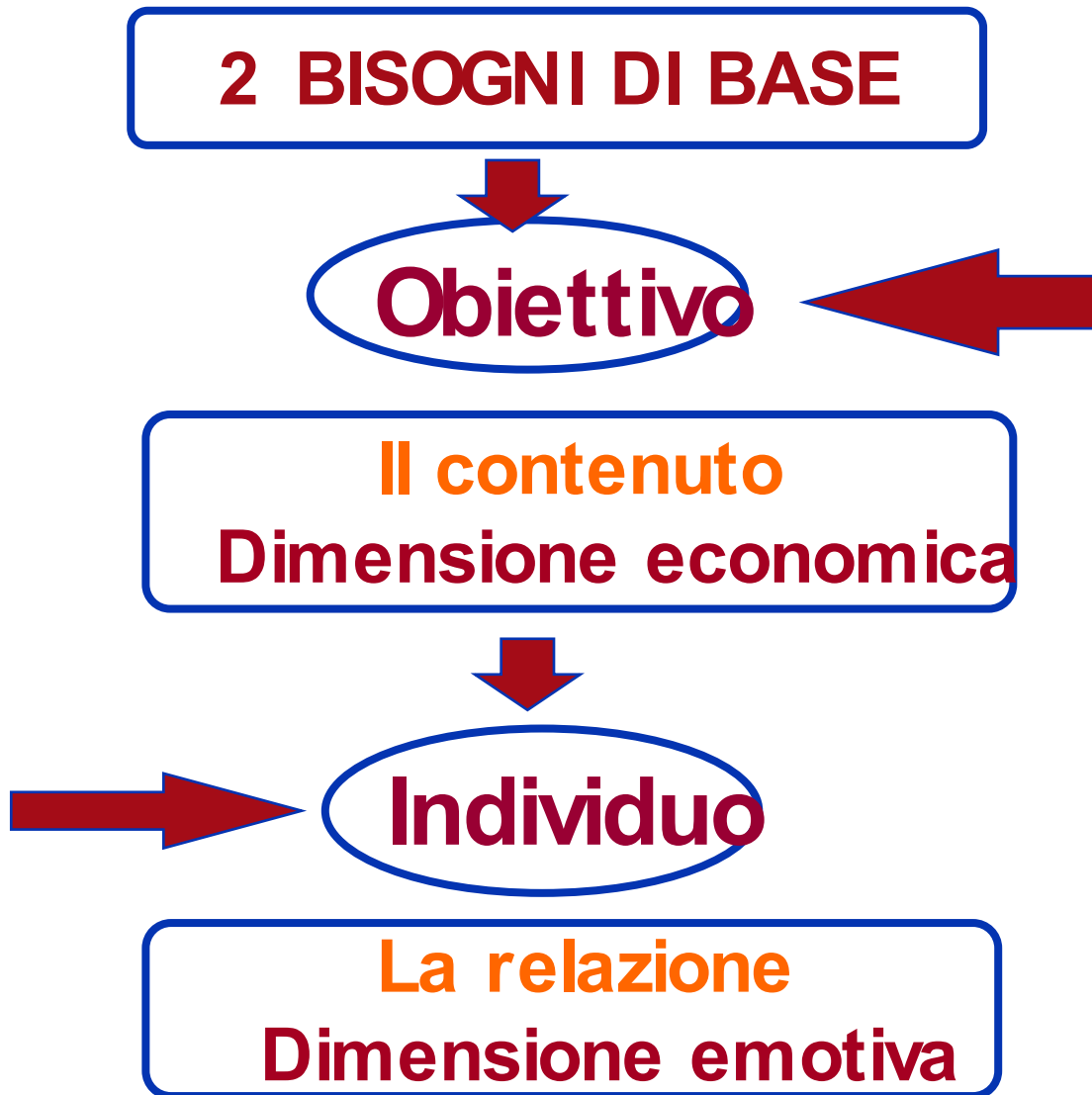
**Competenze
personali 85%**



Orientamento



COSA E' IN GIOCO IN UNA NEGOZIAZIONE ?





Emozioni

PENSIERI

AZIONI

RISULTATI

Performance 

IL CLIENTE E' UNA RISORSA

**IL CLIENTE E' PORTATORE SANO DI
BUSINESS !**

**Il rapporto con il cliente è di
partnership**

quindi

consulenza...consigli...assistenza, supporto



BBC

Bisogni
Benefici
Caratteristiche



Il cliente non compra prodotti o servizi.

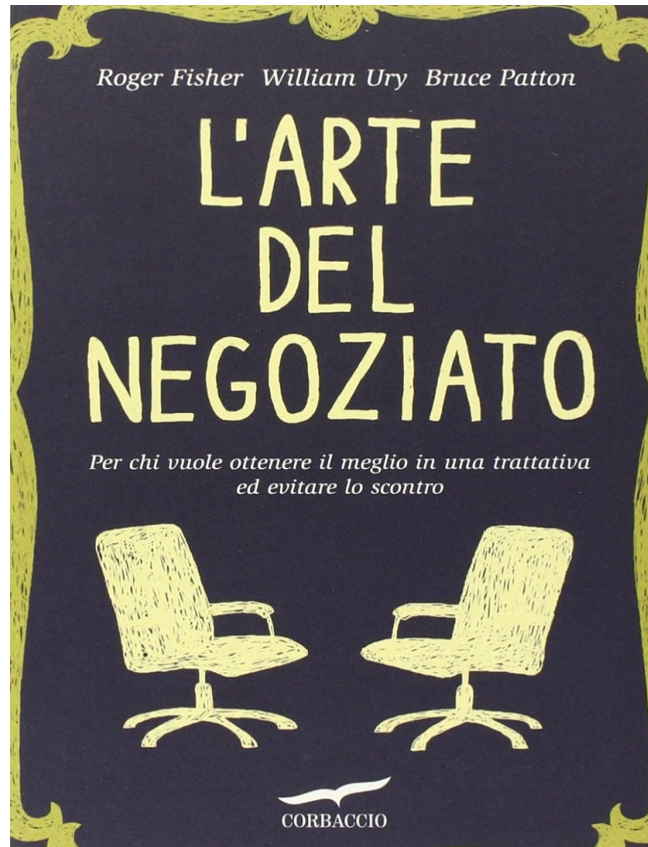
Compra i benefici che sarà in grado di trarne

Un bravo venditore non vende prodotti.

**Un bravo venditore «vende»
benefici.**

Come definire la negoziazione ?

Cosa facilita, cosa ostacola ?



Il concetto di Negoziazione

La negoziazione è un processo di **creazione di valore** e di scambio con cui due o più parti su **posizioni contrapposte**

e a tutela di interessi diversi raggiungono **un'intesa applicabile con mutua soddisfazione**

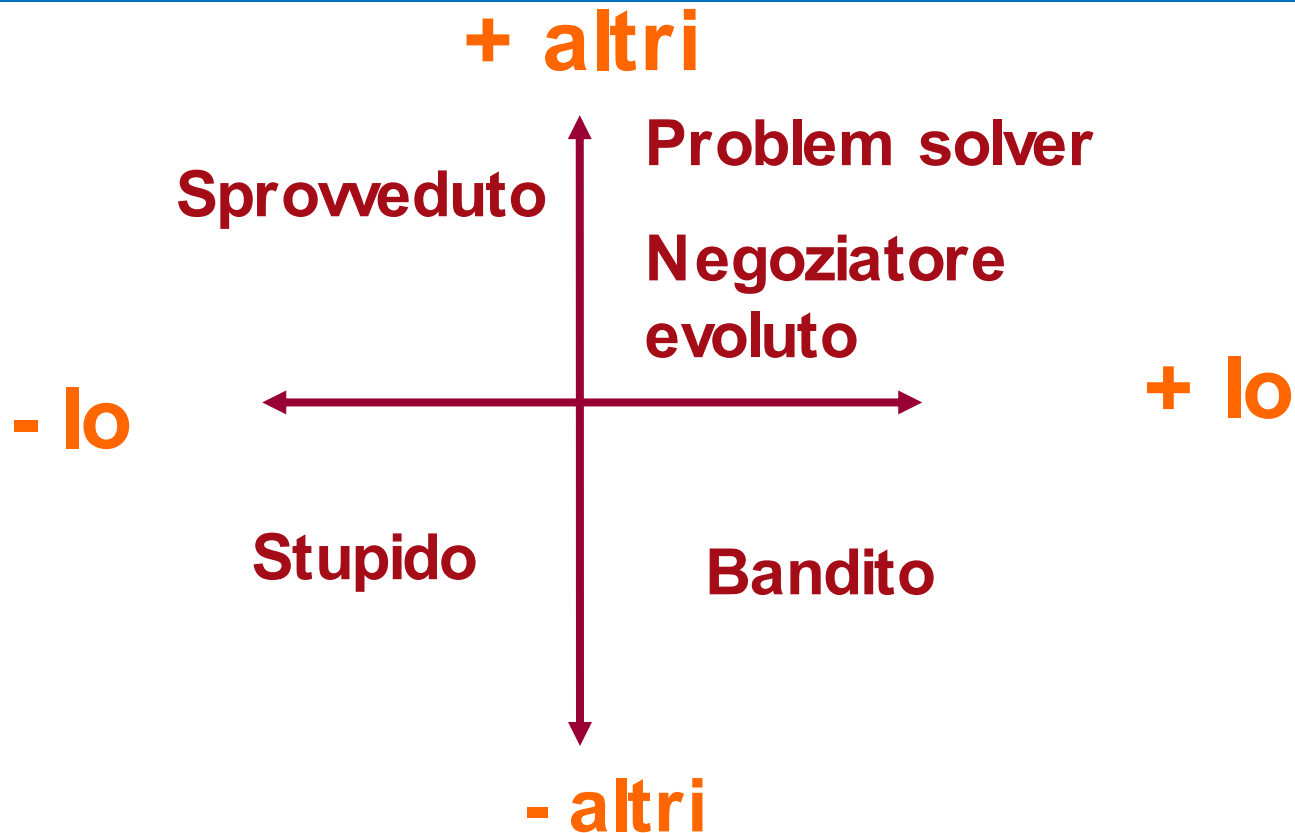
La scelta di negoziare è frutto di una mera **valutazione di costi e benefici**, spesso **inconsapevole**.





Negoziatore evoluto 3.0

Cartina di tornasole – La matrice dei vantaggi e dei costi (secondo C.M. Cipolla)



Negoziazione distributiva

Negoziazione integrativa

Approccio distributivo in cui le parti cercano di spuntare vantaggi unilaterali, tendendo in sostanza ad accaparrarsi una fetta più grande possibile della “torta” in gioco (a scapito naturalmente delle controparti)

Approccio integrativo in cui le parti ricercano accordi che massimizzino il ritorno per entrambe, lavorando in partnership per aumentare il più possibile le dimensioni della “torta”.



Processo negoziale in 4 FASI

Fase 1

3 P Prevedere, Pianificare, Programmare

Fase 2

Raccolta dati/ info

Focus su profilo dell'interlocutore

Analisi situazione/ scenari/ contesto

Fase 3

Definizione obiettivi/ risultati

Messa a fuoco strategie negoziali

Focus su alternative/ opzioni

Fase 4

Trattativa negoziale

Gestione domande/ obiezioni

Approcci comportamentali/ stili di comunicazione

Accordo/ Azioni

Verifica/ monitoraggio



Negoziazione integrativa

secondo Fischer & Ury

- ❑ Scindere le persone dal problema
- ❑ Concentrarsi sugli interessi reciproci e non sulle posizioni dichiarate
- ❑ Coinvolgere nel problem solving:
generare una gamma di possibilità prima di decidere cosa fare
- ❑ Non si vince e non si perde:
si cerca una situazione ragionevole, soddisfacente per entrambe le parti



GIVER (chi dà)

TAKER (chi prende)

- + Empatico
- + Orientato agli altri
- + Disponibile a concedere
- + Proiettato alla relazione
- + Pacato
- + Fiducioso negli altri

- Indifferente
- Orientato verso sè
- Pronto a prendere
- Ogni affare si chiude lì
- Aggressivo
- Poca fiducia negli altri



Le 5 regole d'oro della negoziazione

1. FAI UN PASSO VERSO.....
2. NON RIGETTARE:
RISTRUTTURA
3. NON REAGIRE
4. CREA UN PONTE D'ORO
5. RENDI DIFFICILE IL NO

**Evitando vittorie e sconfitte,
ma cercando solo mutue soddisfazioni**



1. Fai un passo verso di loro

- ☐ Partire dai punti più facili:
 - Accumulare dei sì
 - Guardare alle divergenze con ottimismo
 - Proiettare calma e apertura (CNV)
- ☐ Parafrasare e chiedere conferma
- ☐ Comprendere e dare riconoscimento :
 - Ai punti di vista degli altri
 - Alle emozioni degli altri (smorzando)
 - Alla competenza degli altri
- ☐ Riconoscere gli interessi altrui come parte del problema
- ☐ Esprimere il proprio punto di vista senza provocare
- ☐ Non inquinare il pozzo dove si dovrà bere



2. Non rigettare... ristrutturare

- ☐ Creare una cornice di problem solving
- ☐ Domande aperte:
 - Qual è la ragione per cui....?
 - Cosa succederebbe se.....?
 - Cosa vi fa ritenere.....?
- ☐ Chiedere consigli:
 - Provate a mettervi nella mia posizione....
- ☐ Ristrutturare:
 - IO/ TU > NOI
 - Mali passati > Rimedi futuri
 - Attacco personale > Attacco al problema



3. Non reagire

- ☐ Conoscere i propri “bottoni rossi”
Rabbia/ Paura/ Insofferenza/ Fretta
- ☐ Guardare (ogni tanto) dal balcone
- ☐ Focus costante sull'obiettivo
- ☐ Prendere tempo :
Pause
Fare sintesi
Non rispondere in fretta
Non decidere in fretta



4. Crea un ponte d'oro...

- ☐ Passare dal “Push” al “Pull”:
Spingere, no.
Coinvolgere sì.
- ☐ Costruire su idee, concetti e parole degli altri.
- ☐ Chiedere critiche costruttive:
Cosa non vuoi > cosa vuoi
- ☐ Capire la gamma degli interessi e delle motivazioni sottostanti:
Scambi basso costo alto beneficio
Formule ipotetiche “se....allora”
- ☐ Chiedere impegno solo alla fine
- ☐ Evitare di stimolare il “gioco in difesa”
- ☐ Salvare sempre la faccia degli interlocutori



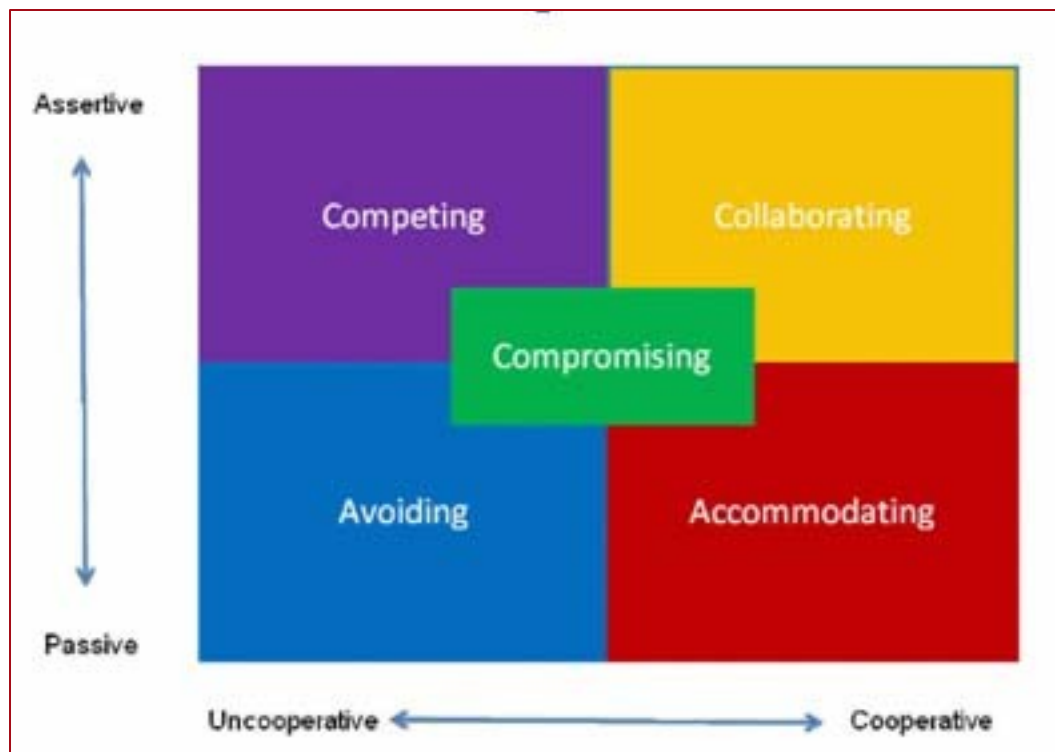
5. Rendi difficile il no....

- ❑ **Esplicita:**
 - le conseguenze del non accordo**
 - senza minacciare
 - in forma oggettiva
 - il tuo personale rincriscimento, nel caso.....**
- ❑ **Allarga, se possibile, il campo: qualcuno trarrà vantaggio dal protrarsi del negoziato ? le parti sono consapevoli? ci sono potenziali alleati per convincere le parti ?**

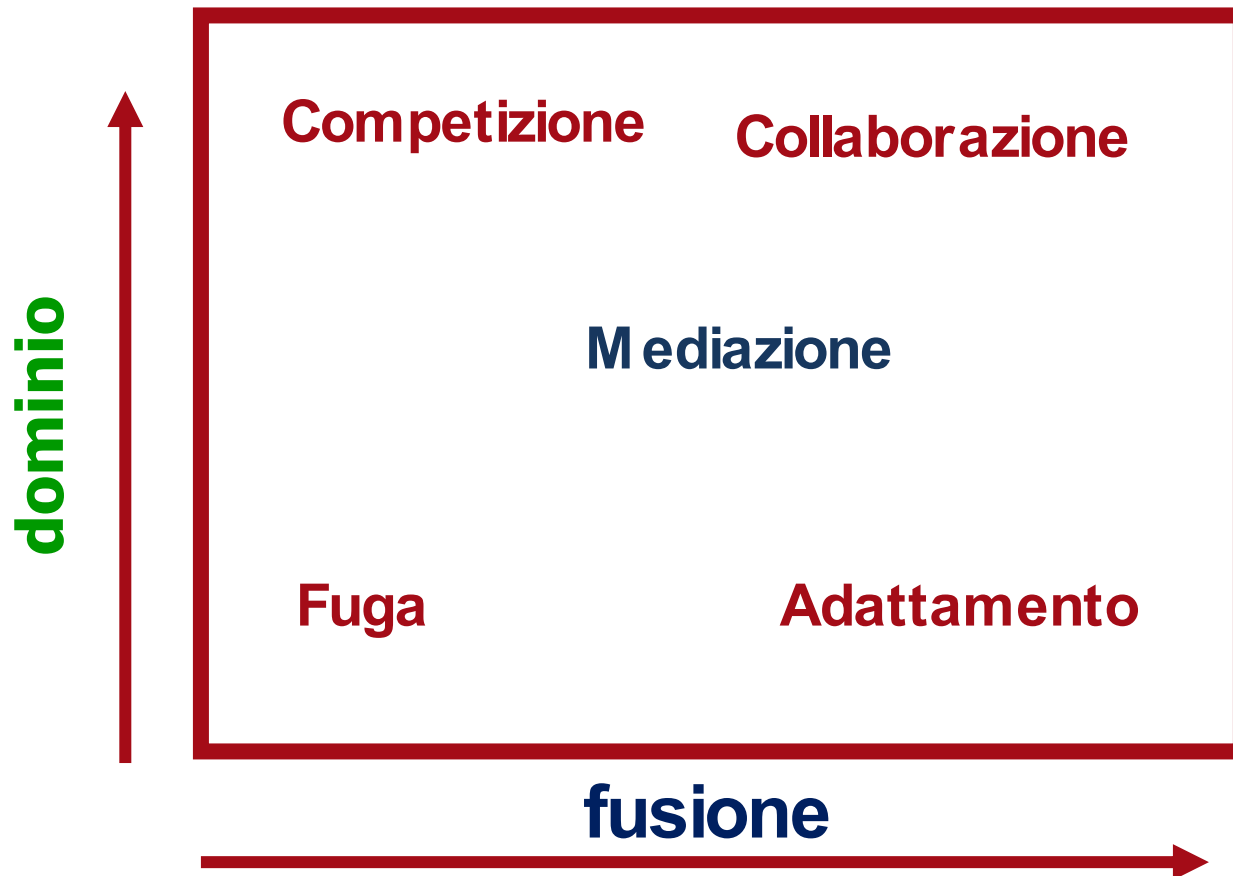


Analisi del proprio stile negoziale

Approccio individuale al negoziato



Stili personali nelle situazioni negoziali (secondo T. Kilman)



Negoziazione & Comunicazione

Micro tecniche negoziali legate
alla comunicazione





**Chi non comunica
non esiste**



**Comunicazione efficace
il vero vantaggio
competitivo
nelle relazioni
interpersonali**





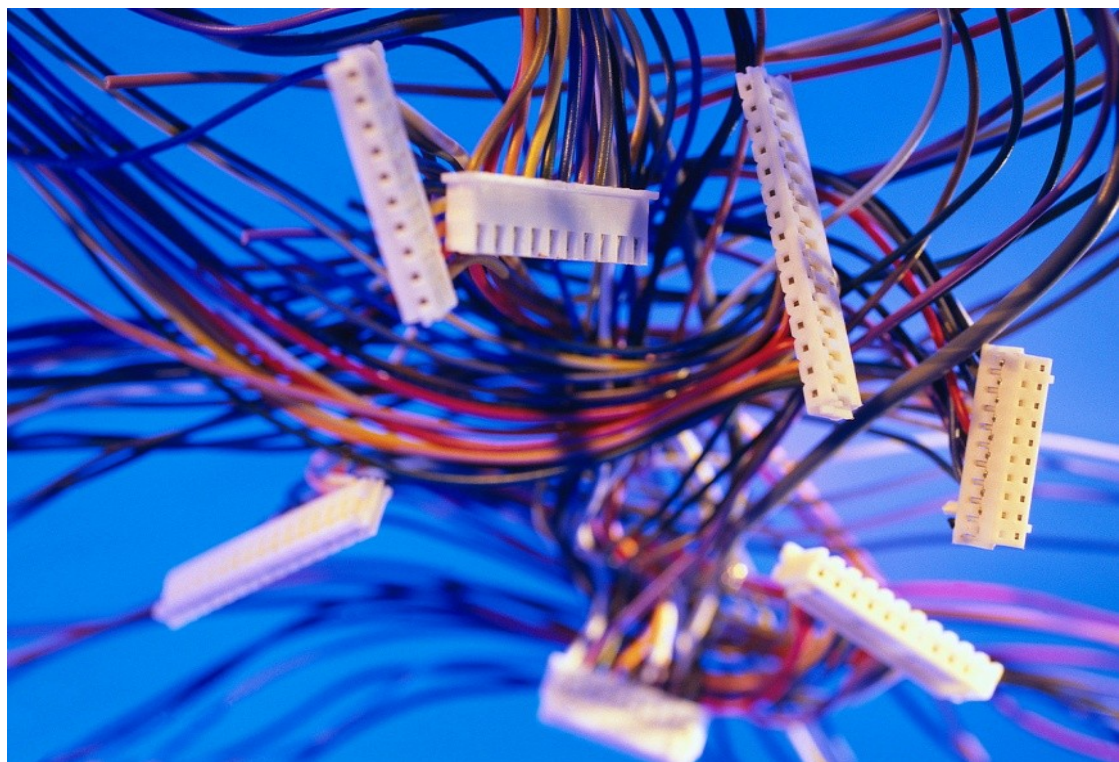
Capacità di comunicare/ di esprimersi

Comunicazione personale

non è solo saper parlare, ma ogni modo e mezzo per esprimere la propria personalità.

Comunicare è parlare, spiegare, domandare, ascoltare, commentare, guardare, osservare, tacere, dare forma di messaggio a idee, sentimenti e vissuti personali, muovere le mani, il viso, il corpo, vestirsi, farsi vedere in certi posti, con certe persone, leggere certi libri..





**Logiche e dinamiche
relazionali**

Corto-circuiti emotivi



La comunicazione efficace :

dipende

per il **55%** dal “body language”

per il **38%** dalla voce

per il **7%** dalla parola



Canali comunicativi

Verbale

Chiarezza
Concisione
Completezza

Paraverbale

Volume
Ritmo
Tono
Velocità
Pause

Corporeo

Gestualità
Postura
Mimica facciale
Sguardo
Look





**Non si comunica solo
con le parole**

**posture atteggiamenti
microsegnali**

Processo di dispersione comunicativa

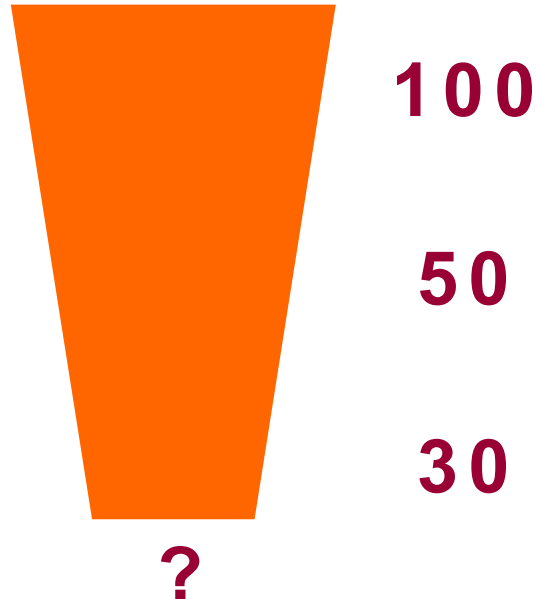
Ciò che si vuole comunicare

Ciò che si comunica

Ciò che l'altro percepisce

Ciò che comprende

Ciò che ricorda



Regola delle 7 S

(secondo Roberto Rasia)

Semplicità

Sintesi

Sorriso

Sincerità

Silenzio

Sensibilità

Seduzione

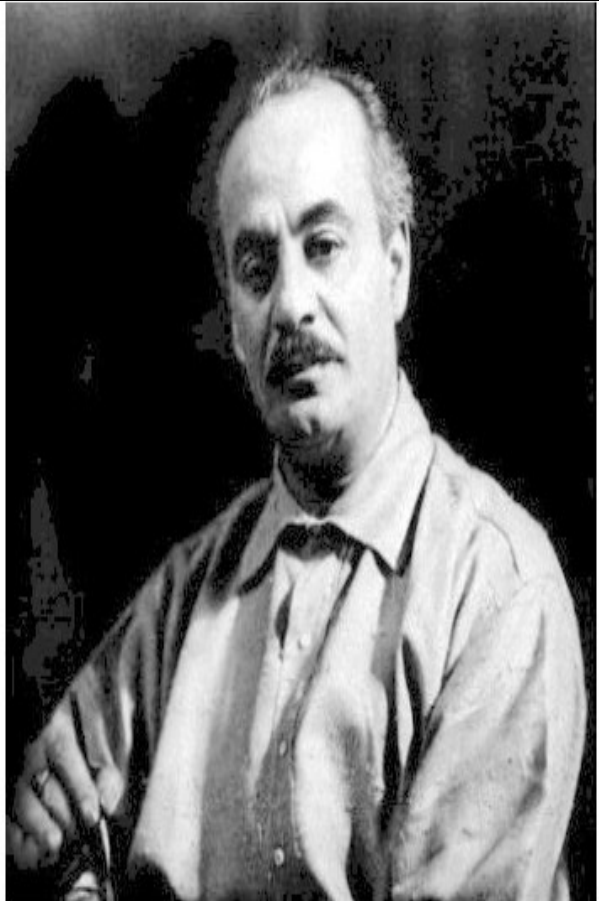


INTELLIGENZA EMOTIVA

(GOLEMAN, MC CLELLAND, GARDNER, ACHNBACH, SALOVEY)



«Ragione e passione sono timone e vela della nostra anima navigante»



Kahil Gibran
(poeta libanese)



Il mondo delle relazioni

Le emozioni guidano le nostre azioni

**La passione è il motore
dell'innovazione, è l'elemento
vincente.**

Sharing a passion !



COMUNICARE CON IL CUORE

- Si vince insieme, quindi orientamento al dialogo
- Credere in quello che si dice o si fa
- Arrivare al cuore degli altri, dando spazio alle emozioni
- Interessarsi sinceramente agli altri
- Imparare ad ascoltare per immedesimarsi negli altri
- Fare molte domande
- Mettersi in discussione per cambiare e crescere
- Considerare le emozioni una risorsa, una conquista personale
- Sostenere le proprie idee senza esagerazioni, arroganza, saccentza.



EM – SIM – ANTI - A ... PATIA

SIM PATIA

Essere in sintonia con l'altro

ANTIPATIA

Essere in dissonanza con l'altro

APATIA

Disinteressarsi dell'altro

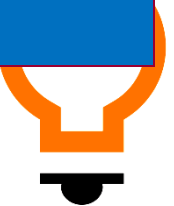
EM PATIA

“Sentire” l'altro



Empatia

- Consapevolezza dei sentimenti, delle esigenze e degli interessi altrui
- Comprensione degli altri
 - Sensibilità per gli altri
- Capacità di utilizzare le correnti emotive
 - Mettersi sullo stesso piano



Assertività al servizio dei risultati



Stile assertivo

- ☐ Si assume le responsabilità
- ☐ Rispetta i diritti altrui e afferma i propri
- ☐ E' teso e proteso sui risultati
- ☐ Esprime idee, dissenso e sa ascoltare
- ☐ Ragione sulla base dei fatti e cerca soluzioni originali





Stile aggressivo

- ❑ Impone e pretende senza diritto
 - ❑ Scarica le responsabilità
- ❑ Non dà spiegazioni razionali, né sa ascoltare
 - ❑ Tende a generalizzare e affronta i problemi colpevolizzando sempre gli altri
- ❑ Egoriferito in modo autoritario



STILE PASSIVO

- ☐ Rinuncia alle responsabilità
 - ☐ Subisce le decisioni altrui
- ☐ Evita il conflitto e non afferma i diritti
 - ☐ Non manifesta dissenso
- ☐ Non fa proposte né chiede o offre ascolto
- ☐ Non affronta i problemi, rimanda le soluzioni e “ fa la vittima ”





Vantaggi dell' essere assertivi

- ❑ Aumenta la propria autostima, il proprio autocontrollo
 - ❑ Aumenta la sicurezza
- ❑ Si creano rapporti personali più collaborativi
- ❑ Si dà un contributo alla soluzione dei problemi
- ❑ Si creano le basi per risultati performanti





“Che ogni cosa sia fatta con decoro e con ordine”

S. Paolo, Lettera ai Corinzi



**San Giuliano
Museo civico di
Sansepocro
(Ar)**

Testi di Claudio Achilli
www.claudioachilli.com
claudioachilli@hotmail.com



ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.

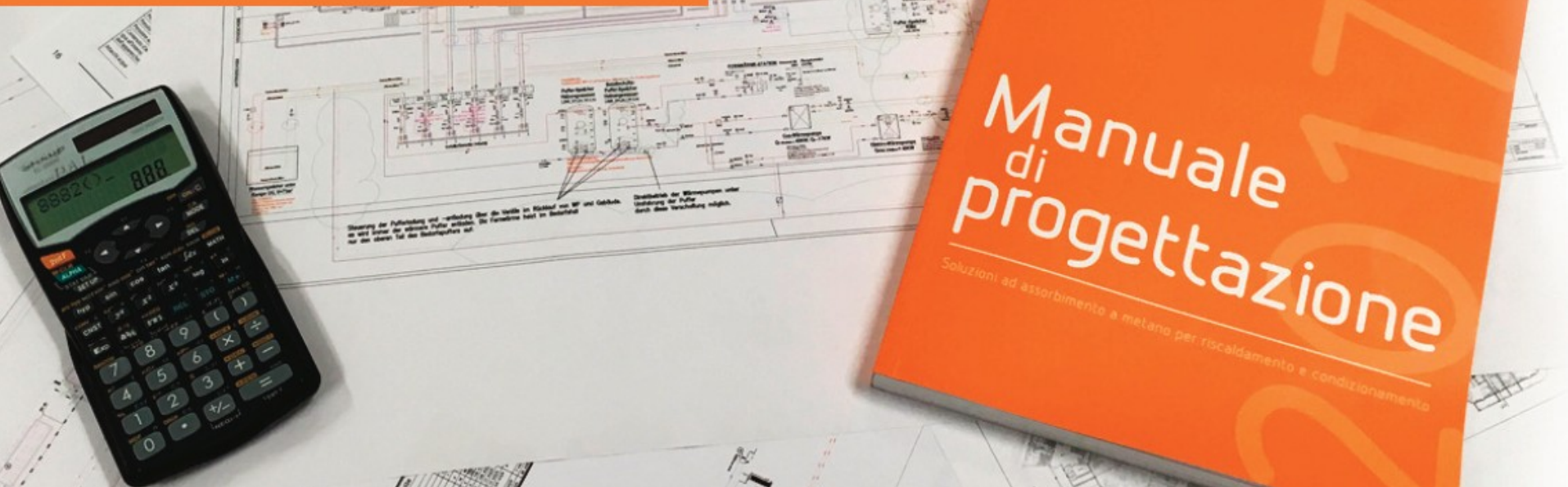
**GRAZIE
DELL'ATTENZIONE**



**PROGETTISTA,
ABBIAMO
PENSATO
A TE.**



coscienza ecologica



Iscriviti subito all'area riservata:
www.robur.it/area_riservata

ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.

7 luglio 2017
14.30 – 17.30

TRA DIGITAL E SOCIAL, STRUMENTI UTILI AL PROFESSIONISTA

Marketing Digitale: strumenti per il professionista.

Relazioni, coinvolgimento e interazione: il tesoro della rete e dei social media. Facebook e LinkedIn, focus sulla piattaforma business per eccellenza

Mattia Soragni

Digital Marketing Strategist - Target Hunter e Coordinatore Talent Garden
Innovation School del percorso Grow Hacking

INSERIRE VIDEO
TEASER SORAGNI

ROBURFRIDAY

Un'occasione per crescere, insieme.



Un percorso di formazione
dedicato al **professionista**
della **progettazione**