



III Congresso
ANDAV
Fórum & Exposição

29 a 31 de julho de 2013

Transamerica Expo Center | São Paulo/SP

Estratégias de negociação

www.congressoandav.com.br

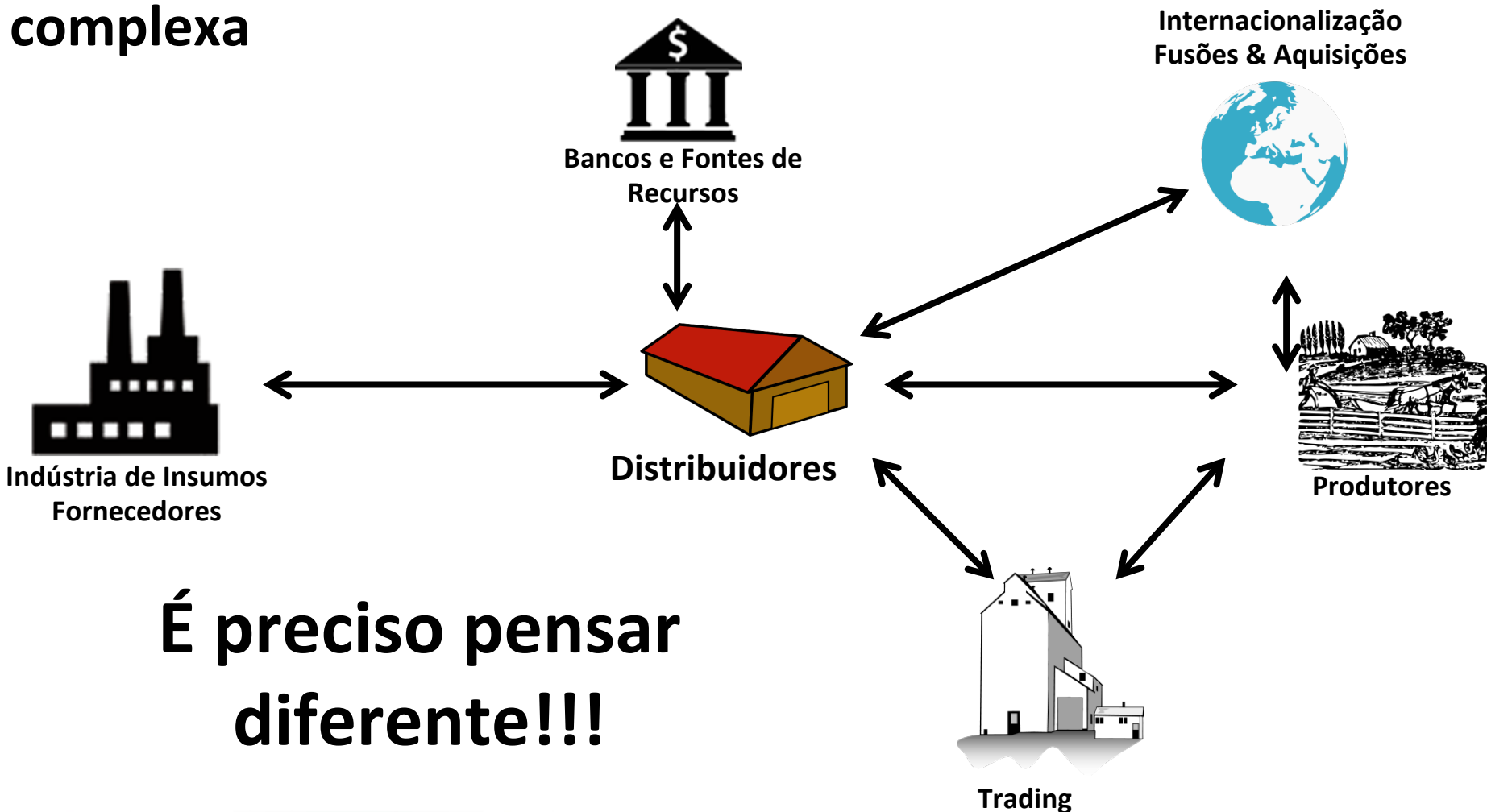
Estratégias de negociação

Conheça as melhores técnicas de negociação para comprar e vender melhor... e algo a mais

Lucas Sciencia do Prado, MSc

31 de Julho de 2013

Negociação na distribuição de insumos: uma realidade complexa



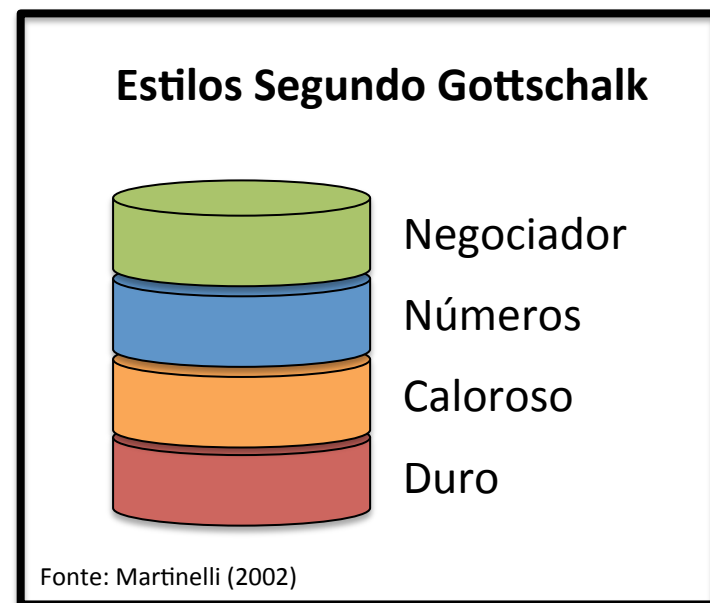
É preciso pensar diferente!!!

De que são feitas as negociações???



PESSOAS!!!

Assim, é necessário entender o perfil de cada negociador



↓
Visão de mundo!



Estilos: comportamento em negociações

Sabendo que os estilos são diferentes, qual é a postura que posso adotar em negociações?

Competição

Ganha-Perde

- Não busca relacionamentos
- Foco em resultados imediatos
- Pensamento fixo
- Comportamento duro
- Domínio da situação – impor os desejos

Colaboração

Ganha-Ganha

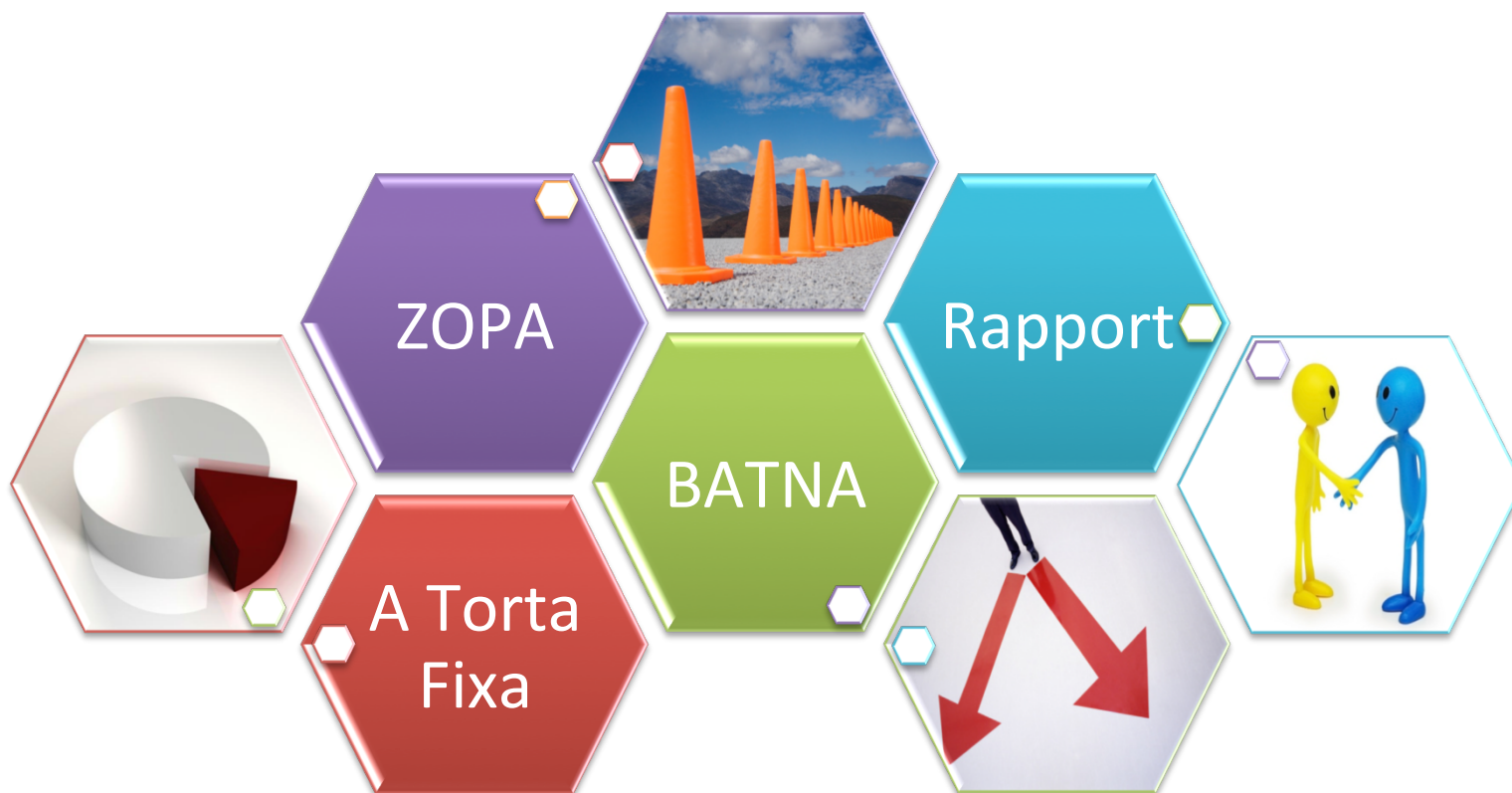
- Criação de ganhos conjuntos
- Relacionamento de longo prazo
- Pensar “com” e não “contra”
- Maximização dos ganhos de ambas as partes
- Satisfação das necessidades

Resultados Imediatos

Resultados e Relacionamento de Longo prazo



PARA MAXIMIZAR OS RESULTADOS E RELACIONAMENTOS O NEGOCIADOR DEVE CONHECER ALGUMAS TÉCNICAS





Ampliar para gerar valor!

Negociações competitivas PENSAMENTO FIXO!



Necessidades?
Prioridades?

Negociações colaborativas



Não dê apenas um pedaço,
expanda a torta!

Se o preço é o único
recurso, o seu ganho
vem da perda do
outro lado e vice-
versa.



Algumas dicas para expandir a Torta:

Construa confiança e TROQUE informações

Faça perguntas, mas lembre de saber ouvir

Troque informações valiosas para o negócio do outro lado. O que você sabe do negócio dele que ele não sabe?

Faça ofertas múltiplas: assim você vai conhecer melhor o outro lado



Best Alternative To a Negotiated Agreement - BATNA

Melhor Alternativa A Negociação de um Acordo – MAANA

O QUE FAZER NA NEGOCIAÇÃO QUANDO SE TEM UM IMPASSE?

BATNA

Resultado
desejado



- *Ter claro qual é a sua melhor alternativa é importante para saber se você vai continuar a investir na negociação ou desistir.*
- *Negociadores que não definem a sua BATNA podem aceitar acordos muito desvantajosos ou rejeitar acordos vantajosos*

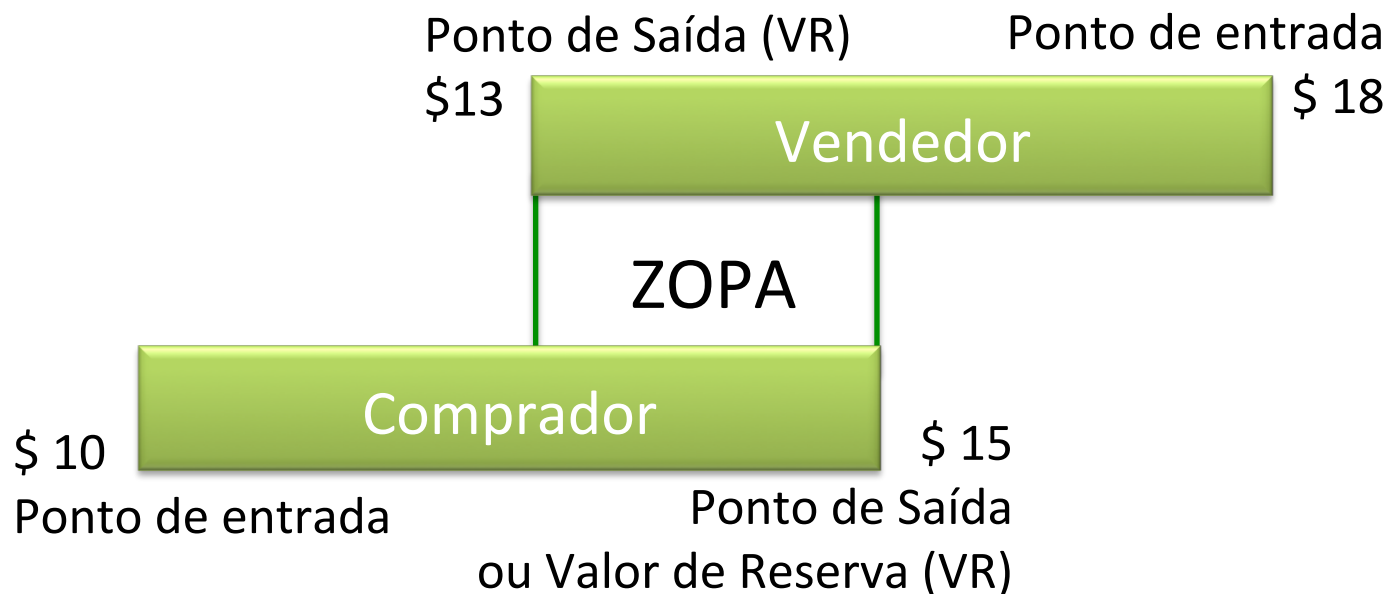


Como definir a sua BATNA?

- **Liste as suas alternativas:** quais são as alternativas que você tem em caso de um impasse?
- **Avalie as suas alternativas:** qual é o valor que cada opção tem?
- **Defina a sua melhor alternativa:** escolha a alternativa que lhe traz mais valor
- **Calcule o seu valor de reserva:** qual é o menor valor do acordo que você está disposto a aceitar (ZOPA)?
- **Saiba qual é o negócio que você está participando**
- **Pense no outro lado:** o que ele fará sem um acordo?



Zone of Possible Agreement - ZOPA **Zona de Acordo Possível**



Determina o espaço do valor de reserva do comprador e do vendedor
O bom negociador deve coletar o máximo de informações sobre o outro lado



Rapport

“O produtor (...) não deve ser abordado de forma abrupta, se você quer o dinheiro dele você deve contar as novidades gentilmente. Você deve, primeiramente falar sobre cavalos, solo, condições de mercado. Essa conversa irá mostrar que você está interessado em coisas próximas a ele, além de permitir que você estude o seu temperamento e aprenda seus gostos e descubra as suas fraquezas”



(Clarence Darrow in the American Mercury in 1925 writing about the topic of “salesmanship”)



O que é Rapport?

- Não é algo novo
- É um conceito amplo, que inclui conexão, empatia, interação, harmonia
- “Quando dois negociadores compartilham rapport eles se sentem sincronizados um com o outro e focam na interação”

Como construir Rapport?

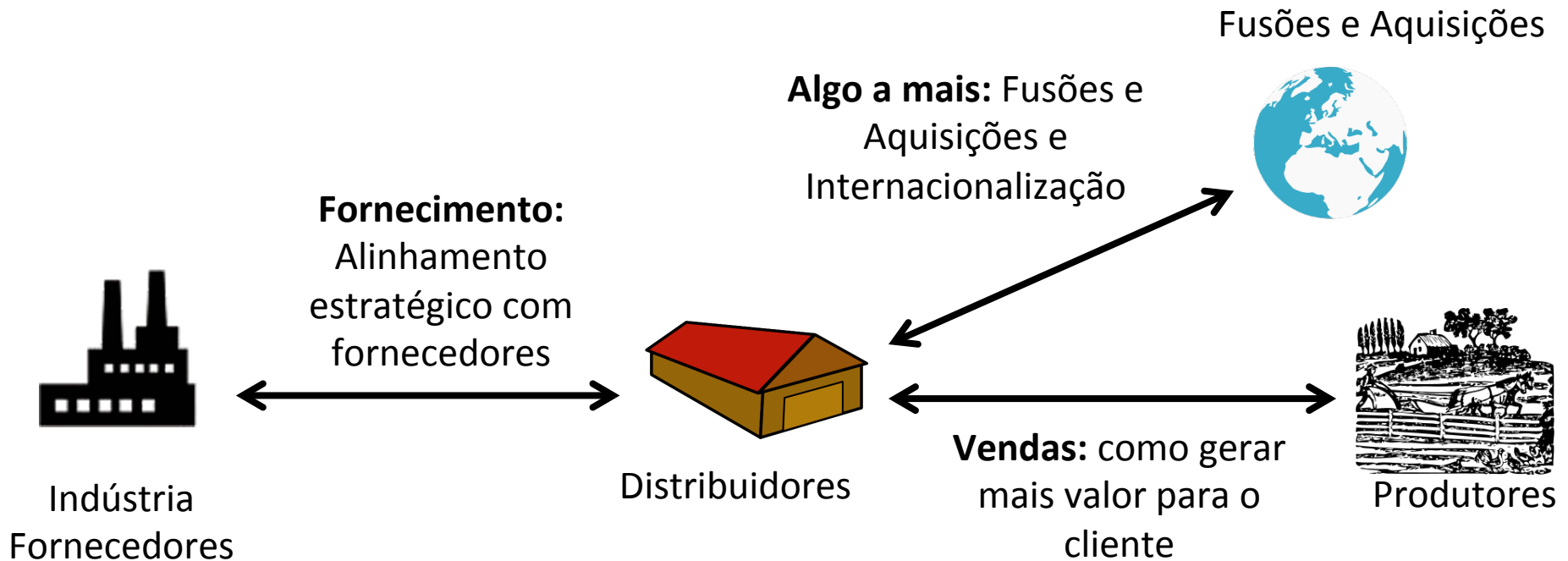
- Comunicação não verbal - Linguagem corporal
- Espelhamento
- Saiba ouvir
- Tom de voz
- Inclinação
- Trabalhar com o inconsciente
- Seja verdadeiro



Técnicas de comunicação

Fonte: Schultz, M. Doerr, J. E. Rainmaking Conversations, Wiley, 2011 e Negotiation. For better results, build rapport, PON. HLS. May, 2012)

APLICANDO AS FERRAMENTAS NA DISTRIBUIÇÃO DE INSUMOS





Negociando com o cliente





Negociação para Alinhamento Estratégico com Fornecedores

Alinhamento da Orientação para
Acesso ao Mercado

- Área de Atuação, Perfil de Clientes
- Produtos e serviços
- **Posicionamento Estratégico x Fornecedor**

Integração Interfuncional e Equipes

- Equipe do Fornecedor dedicada do Distribuidor e vice-versa
- **Acesso a gerentes e diretores**

Governança e Regras entre as Empresas

- Grau de influência do Fornec. => Distrib.
- **Regras do negócio e gestão de riscos**
- Contratos e formalizações

Gestão do Relacionamento

- **Balanco de poder**
- Gestão dos conflitos
- **Nível de cooperação**

Planejamento Conjunto e Equitativo

- **“Meu plano” x “nosso plano”**
- Responsabilidades das partes
- **Equilíbrio (“só eu faço” x “só você faz”)**

Sistema de Informações e KPIs

- **Troca de informações e uso de TI**
- **Feedback de benchmarks**
- Metas claras e monitoramento



Negociando em um contexto de Atração de Investimentos

Na Identificação do Investidor

- Rede de negócios, feiras, visitas...colete informações
- Competição é diferente de inimizade
- Concorra, mas com limites
- Mantenha proximidade com potenciais investidores
- Compare com outros negócios do setor
- Procure assessoria especializada

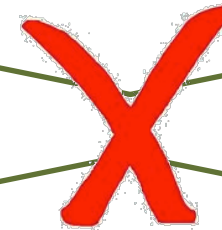
Procure Reduzir a Subjetividade da Avaliação

- Discussão e alinhamento das premissas
- Crescimento não é infinito. Considerar ciclos
- Balancear otimismo e conservadorismo
- Alinhamento com especialistas
- Comparar metodologias

Negociação para “Venda”

Na venda, o ativo está sendo transferido por completo e seu novo proprietário será responsável pelos resultados futuros

“o bastão é passado”



“o bastão é levado conjuntamente”

Na captação, o proprietário original permanece na empresa e juntamente com o investidor será responsável pelos resultados futuros

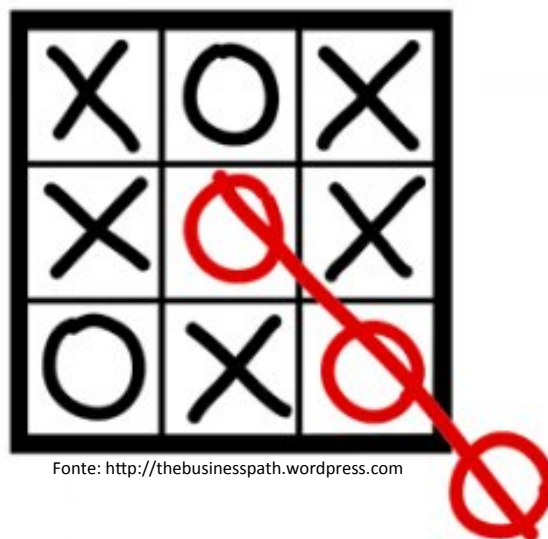
Negociação para Captação de Recursos

Pense diferente!

Quebre
paradigmas

Questione,
seja bem
informado

PENSE FORA DA CAIXA



Fonte: <http://thebusinesspath.wordpress.com>

Saia da
zona de
conforto

Gere
alternativas
Flexibilidade

Conheça
outras
realidades
Setores

Obrigado!

Lucas Sciencia do Prado, MSc
lprado@markestrat.org

Esta Palestra já está Disponível para *Download*