

**ТЕМА:
ИНФОРМАЦИОННАЯ
ПОДГОТОВКА**

ВЫПОЛНИЛА: ВОЛКОВА ДИАНА АЛЕКСЕЕВНА

РОСТОВ-НА-ДОНУ – 2019



Информационная подготовка предполагает получение знаний обо всем том, что касается будущих переговоров. В этом плане важное значение имеют три задачи: изучение предмета переговоров, сбор информации о партнере (партнерах) по переговорам, а также о внешней среде, в которой будут проходить переговоры.



Источники информации

- ✓ Легальные источники информации (это все опубликованные материалы по данному вопросу);
- ✓ Полулегальные источники (носителями такой информации могут быть работники близких структур);
- ✓ Конфиденциальные источники (это носители информации, обладающие ею по долгу службы);
- ✓ Нелегальный путь добывания информации (это тайное похищение документов из мест их хранения).



Ряд универсальных правил по сбору необходимой информации о партнере:

К их числу относятся такие, как:

- ✓ умение грамотно задавать вопросы,
- ✓ умение внимательно слушать ответы и наблюдать за особенностями невербального поведения партнера.

В случаях, когда информация труднодоступна и явно недостаточна, может быть применен метод псевдопереговоров.



Подготовка к переговорам:

Какую информацию собрать о другой стороне:

- ✓ Подумайте, что другая сторона может вам дать и чего может лишиться;
- ✓ Какие у них сильные и слабые стороны;
- ✓ Как они могут воспользоваться ситуацией;
- ✓ Чего они опасаются;
- ✓ Какие у них ограничения;
- ✓ Какие у них могут быть скрытые планы;
- ✓ Какая у них стратегия и как ваша сделка ей соответствует;
- ✓ Какие у них корпоративные интересы;
- ✓ Какие у них личные интересы;
- ✓ Кто с их стороны влияет на принятие решения;
- ✓ Кто и почему с их стороны может содействовать заключению сделки;
- ✓ Кто и почему с их стороны может сорвать сделку;
- ✓ Какие условия они могут выдвигать на переговорах;
- ✓ О каких условиях им обязательно нужно договориться;
- ✓ Какое поведение могут демонстрировать их переговорщики на переговорах.



Подготовка к переговорам:

Какую информацию собрать о себе/своей компании

- ✓ Что оппонент может дополнительно получить от вас, чего у него сейчас нет;
- ✓ Что вы можете забрать из того, что уже есть у оппонента;
- ✓ Какие у вас есть возможности для получения лучших условий в сделке;
- ✓ Какие у вас есть ограничения, как ими может воспользоваться другая сторона;
- ✓ Как отказ от сделки с другой стороной повлияет на реализацию ваших планов, какие у вас альтернативы;
- ✓ Кто и почему с вашей стороны может содействовать заключению сделки, кто может сорвать сделку.

Собрав и систематизировав всю необходимую информацию, вы сможете избежать многих неприятных сюрпризов во время проведения переговоров.



Информация о клиенте:

- ✓ Цели компании;
- ✓ Тенденция бизнеса партнера;
- ✓ Конкуренты нашего клиента;
- ✓ Жизненный цикл компании.

Помимо информации о компании, необходимо подготовить и собрать данные о человеке, с которым будут проходить переговоры. Речь идет не только о ФИО сотрудника и его должности.



Информация о сотруднике компании участвующем в переговорах:

- ✓ Ступени карьеры;
- ✓ Вектор движения;
- ✓ Цели сотрудника;
- ✓ Ограничения;
- ✓ Полномочия;
- ✓ Характер.



Внешняя среда предпринимательских структур:

Внешняя среда фирмы может быть определена как множество сил и субъектов (назовем их факторами воздействия внешней среды), которые оказывают непосредственное или опосредованное влияние на функционирование фирмы и действуют за ее пределами.

Отметим, что в самом общем виде все разнообразные факторы внешней среды можно разделить на две основные группы - прямые и косвенные:

- ✓ Факторы, оказывающие немедленное и непосредственное влияние на фирму, относятся к среде прямого воздействия;
- ✓ все другие, оказывающие опосредованное влияние на фирму — к среде косвенного воздействия.



Основные характеристики факторов внешней среды:

Независимо от того, к какому уровню внешней среды - прямого или косвенного воздействия - относится тот или иной фактор внешней среды, можно выделить четыре основные сущностные их характеристики:

- ✓ Взаимосвязанность факторов внешней среды - это взаимо-влияние различных факторов в процессе функционирования фирмы;
- ✓ Под сложностью внешней среды понимается число факторов, которые могут оказать существенное влияние на хозяйственную деятельность фирмы и на которые фирма обязана реагировать;
- ✓ Подвижность внешней среды - это скорость, с которой происходят изменения в окружении фирмы;
- ✓ Неопределенность внешней среды определяется количеством информации, которой располагает фирма по поводу конкретного фактора, а также уверенностью в достоверности этой информации.



Основные факторы внешней среды, их влияние на условия и результаты предпринимательской деятельности:

К основным факторам среды прямого воздействия относятся:

- ✓ поставщики;
- ✓ потребители;
- ✓ конкуренты;
- ✓ контактные аудитории.



Поставщики:

Поставщиками для фирмы являются организации или другие фирмы, обеспечивающие ее различными ресурсами.

В зависимости от вида ресурса можно выделить поставщиков:

- сырья и материалов, оборудования, энергии;
- капитала;
- трудовых ресурсов.

Потребители:

Потребители формируют рынок сбыта. Существует широко распространенная точка зрения, что подлинная цель предпринимательства - создавать потребителей. Под этим понимается следующее: само выживание и оправдание существования фирмы зависит от ее способности находить потребителей своих продукции и услуг и удовлетворять их запросы.



Конкуренты:

Конкуренты — один из наиболее динамичных внешних факторов, влияние которого невозможно оспаривать. В условиях рынка руководители фирм осознают, что если не удовлетворять нужды потребителей столь же эффективно, как это делают конкуренты, то результаты их деятельности могут быть весьма плачевны. Во многих случаях не потребители, а именно конкуренты определяют, какого рода продукцию можно продать и какую цену за нее запросить.

Контактные аудитории:


Контактные аудитории — это внешние силы, которые оказывают непосредственное воздействие на принятие решений фирмы из-за различного рода интересов к ее деятельности.



Защитите свои тылы!

При вступлении в переговоры вы чаще всего считаете, что партнер будет располагать той информацией о вас и вашем бизнесе, которую вы будете ему поставлять. Однако далеко не всегда ваш уверенный тон и вид могут скрыть ваши слабые места. Возможно, у вас сейчас долги, вы не обладаете опытом проведения крупных сделок, не сильны в расчетах и не очень компетентны в некоторых вопросах.

По всем этим вопросам необходимо предпринять защитные меры:

- ✓ что можно — скройте; вы не обязаны давать порочащую вас информацию;
 - ✓ заготовьте необходимое объяснение тому, что скрыть нельзя;
 - ✓ переговорите с теми, кто может дать о вас информацию, до того как это сделает ваш оппонент;
 - ✓ наймите консультанта по вопросам, в которых вы недостаточно компетентны сами;
 - ✓ приучайте себя делать паузы, дайте себе время подумать, прежде чем вы начнете говорить.
- 

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

