



## NEGOCIACIÓN II

### *Nuevos Paradigmas de influencia y persuasión*

La forma en que nos comunicamos, nuestra capacidad para comprender a otros y darnos a entender con claridad, determinan en gran medida, el éxito en nuestras relaciones significativas y el cumplimiento de nuestras metas y objetivos.

Crear una buena relación interpersonal, donde la confianza y la credibilidad sean un denominador común, es básico para persuadir e influir en otros con integridad.

### ¿QUÉ LE PROPONEMOS EN ESTE TALLER?

El objetivo general del taller es profundizar en los nuevos desarrollos de la metodología, especialmente en el terreno de comunicación y relación y sus repercusiones sobre los demás elementos del sistema.

Los participantes tendrán la oportunidad de conocer y practicar con los aportes que las nuevas ciencias de la conducta han hecho al campo de las negociaciones, la resolución conjunta de problemas, el liderazgo y la capacidad de persuasión.

El taller brinda herramientas y modelos que permitan identificar las maestrías de los grandes negociadores y las claves para manejar la negociación del cambio. Las habilidades de un negociador, el desarrollo de la capacidad de observación para identificar los signos y variables que deben ser atendidos. Cómo explorar y conocer las bases de nuestras diferencias. Practicar técnicas para “ponernos en el lugar del otro”. Cómo hacer buenas preguntas, conocer los diferentes estilos de percibir la realidad de las personas y cómo manejarnos frente a esas diferencias. Cuáles son las claves para generar un clima de credibilidad y confianza serán, entre otros, los temas abordados en el taller.

Entre otros temas el taller se enfoca en:

- **El arte de preguntar.** Qué, cómo y cuándo preguntar para entender realmente a los demás. La construcción de modelos mentales y como acceder a ellos. El poder de la pregunta.
- **Meta posición.** Entender la negociación desde una perspectiva diferente. Trabajaremos con técnicas que le permitirán preparar y conducir una negociación con una mejor aproximación a la percepción del otro.
- **Cómo y cuándo es útil segmentar a las personas.** ¿Qué diferentes cosas motivan a los demás? ¿Qué observar en ellos? ¿Cómo entender los diferentes estilos o “programas”? Identificar las diferencias humanas es una tarea crucial a la hora de persuadir. Compartiremos algunos modelos y recomendaciones prácticas.

CMI International Group

Head Office: One Mifflin Place, 119 Mount Auburn Street, Suite 400, Cambridge, MA. 02138 USA. - Tel.: (617) 576-5814

[www.cmiigroup.com](http://www.cmiigroup.com)



## METODOLOGÍA

Al igual que el taller de Negociación I, la metodología del taller es altamente participativa, alternando algunas presentaciones con ejercicios prácticos y dinámicas, así como revisiones y búsqueda de puntos de aplicación a situaciones de la vida real. Se utilizará la filmación y se harán revisiones de los casos filmados.

## DESARROLLO TEMATICO

### DÍA 1

- Introducción y objetivos.
- Revisión y análisis del modelo (HNP).
- Caso: "El Bono de equipo".
- Lectura y preparación.
- Negociación del caso (con filmación).
- Continuación: "El Bono de equipo".
  - Revisión.
- Presentación herramienta de preparación.
- Lectura del caso y preparación en grupos.
- Caso: "Taller Su Mecánica"
- Negociación 1 a 1.
- Revisión:
  - Percepciones subjetivas.
  - la escalera de inferencias.
  - El metamodelo lingüístico:
    - Mapa y territorio.
    - El poder de la pregunta.

### DÍA 2

- Caso: "Venta su hacienda".
- Negociación.
- Revisión.
- Maestrías de un buen negociador.
- Caso: "Coaliciones".
- Revisión.
- Rol del observador:
  - Signos de conducta
  - Congruencia e Incongruencia
- Los metaprogramas:
  - Cómo y cuándo es útil segmentar a las personas.
- Rapport:
  - El lenguaje secreto de una buena relación.



- Videos. Revisión.
- Inversión de roles.
  - Para ponerse en el lugar del otro.
- Un modelo congruente.

### **Cierre del taller**

Nota: Este programa puede ser objeto de modificaciones en función de una mejor adecuación a las necesidades del grupo.

### **DIRIGIDO A:**

Todas aquellas personas que hayan realizado el Taller de Negociación I.

### **DURACIÓN**

2 jornadas (16 horas de taller).

### **FORMATO**

#### **Talleres abiertos:**

Talleres abiertos al público en general, inscripciones individuales o en pequeños grupos de una misma compañía u organización. Excelente oportunidad para compartir el programa de capacitación con participantes de las más diversas áreas de actividad y aprovechar el intercambio que este tipo de taller permite.

#### **Talleres in company:**

Esta modalidad está dirigida a grupos de personas que pertenecen a la misma compañía u organización o bien forman parte de sus relaciones significativas habituales (clientes, proveedores, sindicatos, etc). A través de la misma se potencia el conocimiento de la metodología en forma global permitiendo una visión corporativa acerca de esta temática.