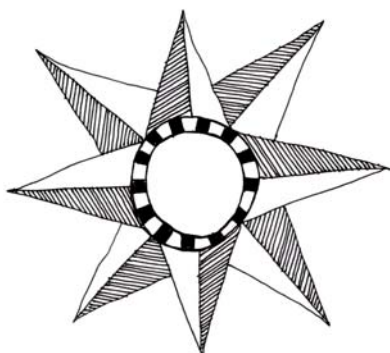


Negoziare nel contesto globale



In un contesto in cui il dominio economico degli Stati Uniti, Europa e Giappone, la cosiddetta triade economica, sta perdendo terreno rispetto alla forza delle economie in via di sviluppo, la competizione si è spostata sul terreno globale.

Le organizzazioni che conducono progetti a livello internazionale (cercando partner, formando joint ventures, concludendo fusioni ed acquisizioni, gestendo fornitori ed entrando in mercati nuovi) incontrano quotidianamente sfide interculturali nelle loro attività che sono oggi pervase di incertezza e maggiore grado di difficoltà.

Diversità di linguaggio, pensiero e condotta che portano ad una radicale differenziazione nelle dinamiche negoziali.

Per avere successo in ambito internazionale diventa perciò fondamentale acquisire tecniche e strumenti specifici per eccellere nell'arte della negoziazione a livello globale, con interlocutori provenienti da ambiti e culture differenti.

Destinatari

Il corso è rivolto a Imprenditori, Professionisti, Direttori Generali, Direttori Commerciali, Direttori Acquisti, Export e Area Manager, Buyer Senior che sono direttamente coinvolti nella negoziazione con clienti, partner e fornitori a livello globale.

Metodologia Didattica

Il Training si basa su role play relativi a diversi ambiti culturali, e a simulazioni di negoziazioni reali in contesti internazionali di crescente difficoltà. Si propongono le più frequenti cause di insuccesso di trattative in ambito interculturale: divergenze, escalation delle emozioni, diversità di punti di vista, incomprensioni, ipotesi errate, mancanza di creazione di valore, mancanza di creazione di un rapporto fra le parti.

Durata: 2 giorni

Obiettivi

- Dalla ricerca di Geert Hofstede al progetto GLOBE (Global Leadership and Organizational Behaviour Effectiveness)
- Il Cultural Orientation Model
- I cluster culturali: aggregazioni di paesi simili per dimensioni culturali
- La Cultural Intelligence.

Programma

- Le dimensioni culturali
- Principi di negoziazione e comunicazione
 - Il modello delle 4P: preparazione, processo, potere, persone
 - La preparazione alla negoziazione
 - Il processo negoziale
 - La comunicazione durante la negoziazione
- La comunicazione e negoziazione interculturale:
 - come prepararsi a una negoziazione internazionale.
 - la definizione degli obiettivi e la conduzione di una negoziazione internazionale
 - l'interazione con differenti stili negoziali e autorità decisionali
 - diverse forme di concettualizzazione e organizzazione logica e

cognitiva nel mondo.

- come gestire la comunicazione a basso e alto contesto. L'importanza del silenzio.
- adattarsi ad un diverso concetto di tempo: il tempo policronico e il tempo monocronico
- come gestire differenti propensioni al rischio.
- il ruolo psicologico dell'ancora (la prima offerta sul tavolo)
- la gestione delle concessioni nelle diverse culture.
- l'importanza del rapporto fra le parti nel processo di creazione del valore.
- la gestione del processo decisionale dell'azienda.
- Presentazione di un modello di negoziazione interculturale.
- Focus su alcune aree geografiche (US, Cina, India, Brasile, Mondo Arabo).