

FAi ONLINE

NEGOCIAÇÃO

José Ricardo Noronha

Administração Estratégica

SUMÁRIO

CONHEÇA SUA DISCIPLINA	4
<i>Entenda como funciona a disciplina do curso.</i>	
COM QUEM APRENDEREI?	5
<i>Conheça o professor que ministra a disciplina.</i>	
PRINCIPAIS PONTOS	6
<i>Entenda os principais pontos que podem ser percorridos ao longo da disciplina.</i>	
AULA 1, PARTE 1	7
<i>Introdução; O novo cenário de negócios; Novos comportamentos; Perguntas chave.</i>	
AULA 1, PARTE 2	13
<i>A economia da experiência; Os 4 segredos da Disney; Ciclo de vendas.</i>	
AULA 2, PARTE 1	17
<i>Negociação ganha-ganha; Agenda da aula; Os 3 modelos de negociação.</i>	
AULA 2, PARTE 2	20
<i>Os 4 pilares; O 3º lado de toda negociação; Como tratar o cliente.</i>	
AULA 2, PARTE 3	23
<i>Os 7 elementos de uma boa negociação; As habilidades essenciais; Plano de ação; Erros mais comuns.</i>	

CURADORIA

28

Links dos materiais básicos e complementares da disciplina.

ESTUDO DE CASO

30

Estudo de caso proposto pelo professor.

CONHEÇA SUA DISCIPLINA



O objetivo do curso é conceder aos alunos a experiência de Negociação empresarial com sua complexidade em um ambiente de laboratório, estimular os participantes à tomada e negociação estratégicas. O resultado é a experiência vivencial, que decorre da tomada de decisão, resultado mais importante do que a desempenho em si.

COM QUEM APRENDEREI?



JOSÉ RICARDO NORONHA

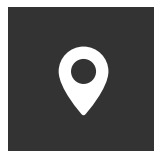
VENDEDOR, PALESTRANTE, PROFESSOR DE MBA, ESCRITOR,
CONSULTOR E ADVOGADO

Bacharel em Direito pela PUC/SP com MBA Executivo Internacional pela FIA/USP com módulos internacionais na EM Lyon Business School na França, na Universidade de Cambridge na Inglaterra, na Vanderbilt University (Nashville/TN), no Illinois Institute of Technology (Chicago/IL) e na Columbia University (NY/NY) nos Estados Unidos. Especialização (MBA) em Marketing, Empreendedorismo, Empreendedorismo Social e Vendas pela Vanderbilt University (Owen Graduate School of Management – Nashville/TN).



[JOSÉ RICARDO NORONHA](#)

PRINCIPAIS PONTOS



CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

Assuntos totalmente conectados com a essência da disciplina que requerem a compreensão e atenção do aluno.



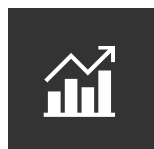
CITAÇÃO IMPORTANTE

Destaques acerca dos pontos altos da aula. Atuam como marcos de destaque sobre pontos importantes que, juntos, irão compor um importante mapa da disciplina.



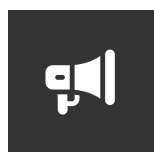
REAL BUSINESS CASE

Case ou situação prática que irá exemplificar a aplicação de conceitos importantes da disciplina em vivência real. Situações problema, reações e impactos, e consequências e soluções.



GRÁFICOS

Gráficos mais relevantes da disciplina com um breve resumo do que foi tratado e que precisa ser destacado.



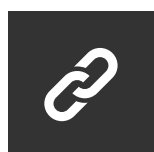
CONSULTORIA & MENTORIA

Importantes dicas sobre estratégias, aplicações práticas de conceitos apresentados e insights sobre profissões e mercado de trabalho.



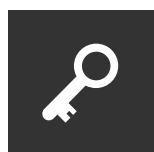
VÍDEOS

Exibição de vídeos apresentados durante a aula.



ACESSO RÁPIDO

Links importantes que são apresentados na aula por meio de QR Codes, com uma breve descrição do que contém. Assim, o aluno terá o acesso direto aos sites recomendados.



GUIA DE PALAVRAS

Palavras-chave apresentadas ao longo da aula acompanhadas de sua tradução, significado ou origem.



SUGESTÃO DE LEITURA

Indicações de obras, autores, artigos e sites que irão contribuir para o processo de aprendizagem.

AULA 1, PARTE 1

JOSÉ RICARDO NORONHA



00:35 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

INTRODUÇÃO

Neste primeiro momento da aula, o professor faz uma apresentação geral sobre o tema da disciplina, com algumas reflexões, dicas de livros e sobre a sua história profissional mostrando os tipos de negociações que já passou em sua vida.



03:41 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: DWECK, Carol S. Mindset: A nova psicologia do sucesso. Objetiva, 2017.



08:52 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Quais momentos do seu dia, em que você está negociando?”

- José Ricardo Noronha



13:12 | GUIA DE PALAVRAS

RAZOABILIDADE SATISFATÓRIA

É quando uma boa negociação tem que estar razoavelmente boa para um lado e razoavelmente boa para o outro lado.



17:09 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Somente os profissionais incrivelmente bem preparados, terão cada vez mais espaço.”

- José Ricardo Noronha



20:53 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Cuidado com sua própria zona de conforto, que por vez, a sua própria zona de conforto te trai.”

- José Ricardo Noronha



30:47 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Trate o outro do jeito que o outro quer ser tratado.”

- José Ricardo Noronha



37:23 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“O que realmente modificou a minha vida foi a educação.”

- José Ricardo Noronha



38:22 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Negociação é a mais hard de todas as softskills.”

- José Ricardo Noronha



41:55 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: URY, William. Como chegar ao sim: Como negociar acordos sem fazer concessões. Editora Sextante, 2018.



44:13 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: URY, William. Como chegar ao sim com você mesmo. Editora Sextante, 2015.



45:59 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

O NOVO CENÁRIO DE NEGÓCIOS

Para lhe mostrar o quanto importante dominar melhor as técnicas de negociação, o professor destaca que estamos diante de um novo cenário de negócios, um cenário de alta competitividade e complexidade.

E ele explica que o cliente nunca esteve tão bem servido quanto está agora. E do ponto de vista de negociação, ele não está vendo diferença entre a sua empresa e as empresas de seus concorrentes diretos. Por conta disso, estamos vivendo um fenômeno chamado de **comoditização da qualidade**, ou seja, qualidade não é diferencial competitivo.

E como os clientes não têm visto diferença entre as ofertas de produtos, serviços e soluções que são apresentadas, eles compram de quem oferece o menor preço.

E por conta deste novo cenário de elevadíssima competitividade de comoditização da qualidade, é fundamental se transformar num melhor negociador, buscando compreender as necessidades da outra parte, com o intuito de formatar algo que seja aderente a ele.

Hoje, o cliente é totalmente preparado, exigente, digital e repleto de opções, o que faz com que a gente tenha uma nova era, a era da experiência e obsessão no cliente.

Diante disso, surge a necessidade de um profissional mais completo, que sabe unir as hardskills com as softskills. E a experiência passa necessariamente pelo maior e mais amplo domínio das habilidades de negociação.

Ou seja, você está diante de uma oportunidade singular, de atualizar o repertório dos seus liderados para que eles consigam se destacar ainda mais.



47:23 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Um dos mais importantes princípios é você ter respeito pelo seus excelentes concorrentes.”

- José Ricardo Noronha



49:36 | SUGESTÃO DE LEITURA

Artigo: [Selling Solutions Isn't Enough](#)



51:20 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Busque compreender as necessidades e os desafios da outra parte.”

- José Ricardo Noronha



53:12 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Se você não conectar a negociação bem feita com o conceito de oferecer uma experiência positiva ao seu cliente, você está fora do jogo.”

- José Ricardo Noronha



56:18 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: [REICHHELD, Fred; MARKEY, Rob. A pergunta definitiva 2.0: Como as empresas que implementam o Net promoter score prosperam em um mundo voltado aos clientes. Alta Books, 2018.](#)



59:24 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

NOVOS COMPORTAMENTOS

Diante dessas rápidas mudanças, foram necessários novos comportamentos:

- Vendas de soluções completas - experiências.
- Conhecimento absoluto sobre os desafios e necessidades do cliente - público alvo e profundo envolvimento com o cliente.
- Discurso de venda relevante e aderente às necessidades e desafios do cliente (Proposta de valor da empresa - USP).
- Ideias estratégicas para o negócio do cliente (B2B) e preço + experiência positiva (B2C).



01:02:33 | GUIA DE PALAVRAS

USP

É um acrônimo de Unique Selling Proposition, ou seja, qual é a proposta de valor que torna o seu negócio diferente da sua concorrência.



01:03:23 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: RACKHAM, Neil. Spin Selling: Alcançando Excelência em Vendas. M.Books, 2008.



01:05:47 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

PERGUNTAS-CHAVE

O professor apresenta 3 perguntas chave para você responder e negociar consigo mesmo:

1. O que você é apaixonado por fazer?
2. O que você é bom para fazer?
3. O que o mercado pagaria para você fazer?

Entenda o que você pode (e também o que você não pode) ser o melhor do mundo.



01:12:35 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: COLLINS, Jim. Empresas Feitas Para Vencer. Porque Algumas Empresas Alcançam a Excelência e Outras Não. Alta Books, 2018.



01:16:20 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: CLIFTON, Don; RATH, Tom. Descubra seus pontos fortes 2.0: Strengthfinder 2.0. Editora Sextante, 2019.

AULA 1, PARTE 2

JOSÉ RICARDO NORONHA

00:00 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

A ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA

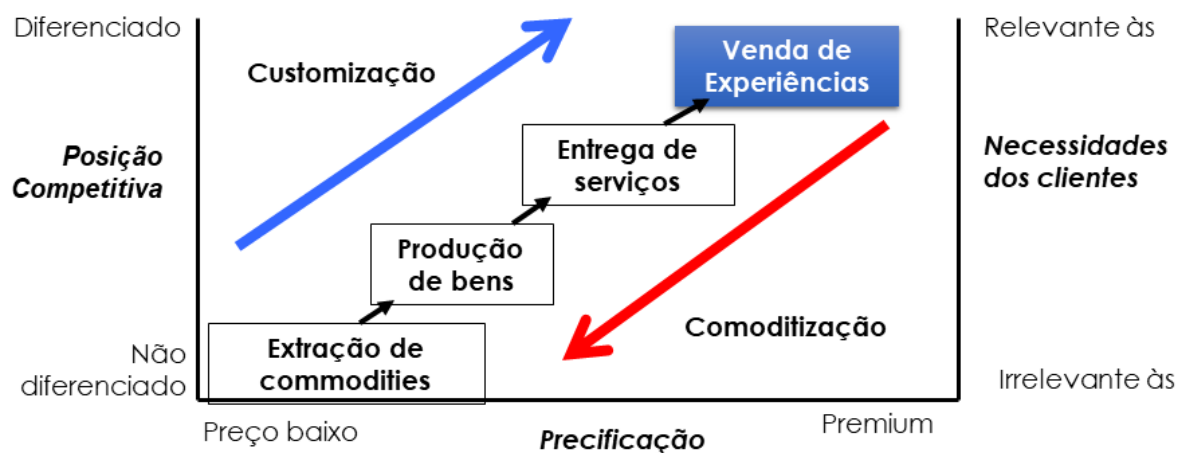
Para explicar a Economia da Experiência, o professor cita o livro "The Experience Economy", que explica que hoje o posicionamento competitivo só é aperfeiçoado quando oferecemos melhores experiências para os nossos clientes.

No gráfico apresentado pelo professor, tem-se o posicionamento competitivo das empresas, as necessidades dos clientes e o modelo de precificação.

Este gráfico se resume em: se você vender uma experiência positiva, que seja altamente relevante para a necessidade do cliente, isso aumenta a sua diferenciação competitiva e lhe permite cobrar um preço premium. Isso quer dizer que, as grandes negociações têm que ter um nível elevado de customização.

Ou seja, se você customiza sua negociação, para aqueles benefícios que são importantes para o cliente, você está melhor preparado para gerar valor para todas as partes que estão envolvidas dentro daquela negociação.

A ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA



Fonte: B Josep Pine és James Gilmore: The Experience Economy Figure 1-5. p. 22.

O professor destaca que você precisa vender valor, e o cliente que está negociando com você, precisa ver valor na negociação. Se o cliente não enxerga o valor na negociação, o único elemento para discutir dentro dessa negociação vai ser o aspecto preço.

A EXPERIÊNCIA NA PRÁTICA



01:05 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: GLADWELL, Malcolm. Fora de série - Outliers: Descubra por que algumas pessoas têm sucesso e outras não. Editora Sextante, 2008.



05:52 | CITAÇÃO IMPORTANTE

"Aposte e foque nas melhores experiências que você pode fornecer ao seu cliente."

- José Ricardo Noronha



13:25 | CITAÇÃO IMPORTANTE

"Negociação é parte constituinte da construção de empresas longevas."

- José Ricardo Noronha



16:38 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Não estude negociação, apenas. Estude negociação e experiência.”

- José Ricardo Noronha



18:20 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

OS 4 SEGREDOS DA DISNEY

O professor apresenta os quatro segredos da Disney, que é uma empresa perfeita no seu modelo de oferta de experiência:

1. A Disney não tem clientes, ela tem convidados (VIP).
2. A Disney não tem funcionários, ela tem membros do elenco.
3. Na Disney, a negociação tem que ser um show.
4. Na Disney existe uma linha amarela no chão, que serve para dividir o bastidor do palco. A hora que os membros do elenco cruzam esta linha, eles têm que mostrar entusiasmo e animação para os seus convidados.



25:48 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Comece a enxergar nas suas negociações, não mais como clientes, mas como convidados.”

- José Ricardo Noronha



26:45 | GUIA DE PALAVRAS

VIP

Very Individual Person, ou seja, trate os seus convidados na sua individualidade.



32:03 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

O CICLO DE VENDAS E SUAS FASES

O professor apresenta uma visão ampla do que é o ciclo de vendas e suas fases:

1. **Planejamento e preparação** - gestão do tempo e das escolhas, definição do PCI (cliente ideal), priorização e segmentação de clientes
2. **Prospecção e abordagem** - formas de prospecção, redes sociais, comunicação empática, linguagem corporal, WhatsApp e marketing de conteúdo.
3. **Levantamento de necessidades** - escuta ativa, adequação ao estilo do cliente, domínio das perguntas abertas e oferta de Insights.
4. **Apresentação e negociação** - controle de objeções, persuasão e influência, venda dos benefícios.
5. **Fechamento** - Up selling e Cross selling.
6. **Pós venda** - encantamento.

E no meio de todas essas fases estão as atitudes, valores e aprendizagem contínua.



36:23 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: DIXON, Matthew; ADAMSON, Brent. A venda desafiadora. Portfolio-Penguin, 2013.



41:24 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Sim! Existe negociação ganha-ganha.”

- José Ricardo Noronha

AULA 2, PARTE 1

JOSÉ RICARDO NORONHA



00:35 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

NEGOCIAÇÃO GANHA-GANHA

Nesta aula, o professor faz um mergulho profundo em torno do modelo de negociação ganha-ganha que ele aprendeu em Harvard.

Ele fala de um primeiro momento do curso, sobre um exercício de queda de braços, com uma provocação prática, que remete a questionamentos de como nos comportamos nas nossas negociações.

O exercício mostra o quanto cometemos alguns equívocos nos nossos processos cotidianos de negociação, sem muitas vezes percebermos que estamos cometendo esses erros.

Um desses erros é que ainda enxergamos a negociação como uma queda de braços.

O professor ressalta que, a negociação deve ser um processo onde as duas partes buscam construir uma negociação razoavelmente satisfatória para os dois lados, o que requer uma série de compromissos e elementos que não utilizamos.



17:29 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Negociação não é uma queda de braços.”

- José Ricardo Noronha



20:55 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

AGENDA DA AULA

Após a introdução, o professor apresenta os assuntos que serão tratados nesta segunda aula:

- Os 3 modelos de negociação.
- A negociação baseada em princípios e seus 4 pilares.
- Os 7 elementos de uma boa negociação.
- Os erros mais comuns.

Ele apresenta também os principais nomes com quem ele aprendeu negociação: William Ury, Frank V. Cespedes e Daniel Shapiro.



27:13 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livros:

- CESPEDES, Frank V. *Aligning Strategy and Sales: The Choices, Systems, and Behaviors That Drive Effective Selling*. Harvard Business School Press, 2014.
- FISHER, Roger; SHAPIRO, Daniel. *Além da razão: a força da emoção na solução de conflitos*. Alta Life, 2019.



38:19 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Domina a arte da negociação quem faz as melhores perguntas.”

- José Ricardo Noronha



39:26 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“A negociação ganha-ganha, é aquela que é razoavelmente satisfatória para as duas ou mais partes.”

- José Ricardo Noronha



39:54 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“A nossa negociação privilegia a construção de longo prazo.”

- José Ricardo Noronha



42:36 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Toda e qualquer concessão tem que ser acompanhada de uma contrapartida.”

- José Ricardo Noronha



43:45 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

OS 3 MODELOS DE NEGOCIAÇÃO

O professor apresenta os 3 modelos de negociação:

Afável	Duro	Ganha-ganha
Os participantes são amigos	Os participantes são adversários	Os participantes são solucionadores de problemas
O objetivo maior é o acordo	O objetivo maior é a vitória	O objetivo é um acordo amigável e obtido de forma justa
Concessões são feitas para manter o relacionamento	Demanda-se concessões como uma condição para manter o relacionamento	Concessões são acompanhadas de contrapartida
Leve com as pessoas e com os problemas	Duro com as pessoas e com os problemas	Leve com as pessoas e duro com os problemas



52:08 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Negociação tem muito mais a ver com preparação do que com experiência.”

- José Ricardo Noronha

AULA 2, PARTE 2

JOSÉ RICARDO NORONHA



03:42 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

OS 4 PILARES

O professor apresenta os 4 pilares do modelo de negociação de Harvard:

1. Seja duro com o problema e leve com as pessoas (Always be soft on people and hard on problems).
2. Concentre-se nos interesses e não nas posições.
3. Crie opções que gerem benefícios mútuos.
4. Insista em critérios objetivos.



05:36 | CITAÇÃO IMPORTANTE

"A maioria das negociações de maior complexidade são dentro de casa."

- José Ricardo Noronha



10:42 | ACESSO RÁPIDO

COMECE PELO PORQUÊ

O professor indica a palestra de Simon Sinek, que possui um modelo simples, mas potente de liderança inspiradora, partindo de um círculo dourado e da pergunta "Porquê?"

Você pode assistir o vídeo pelo QR Code ou clicando [aqui](#).





22:50 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“A pergunta mais poderosa dos grandes negociadores é o porquê.”

- José Ricardo Noronha



25:02 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Sempre busque antes da negociação se questionar.”

- José Ricardo Noronha



32:45 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

O 3º LADO DE TODA NEGOCIAÇÃO

Em todas as negociações a gente tem o lado 1, o lado 2 e o lado 3. Para exemplificar, o professor conta a história dos 3 Filhos e 17 Camelos.

Resumidamente:

Um homem, que tinha 17 camelos e 3 filhos, morreu. Quando o testamento foi aberto, dizia que: metade dos camelos ficaria para o filho mais velho, um terço para o segundo e um nono para o terceiro. Mas como eram 17 camelos, como dar metade ao mais velho? E eles ficaram travados nessa negociação.

Então, uma terceira pessoa muito sábia disse a eles: eu vou dar para vocês um camelo a mais. Então ficaram 18 camelos. Nove foram dados ao primeiro filho. O segundo filho ficou com seis camelos. E ao terceiro filho foram dados dois camelos, a nona parte. Sobrou um camelo: o que foi emprestado.

Esta é uma fábula, que mostra o quanto essa falta de divisão do terceiro lado, nos impede de construir a tal negociação.



34:09 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Quando a gente fala em negociação ganha-ganha, eu preciso o tempo todo olhar as negociações com olhar neutro.”

- José Ricardo Noronha



43:48 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

COMO TRATAR O CLIENTE

Para explicar como o cliente deve ser tratado, o professor se baseia, de forma simplificada, na metodologia DISC.

Na figura é possível visualizar quatro grandes perfis de cliente (Racionais, Rápidas, Emotivas e Lentas).

Pessoa mais racional e rápida: **Empreendedor** - Quer respostas. Priorizam os resultados. Seja breve e sucinto e não foque nos sentimentos. Não enrole.

Pessoa mais racional e mais lenta no processo de tomada de decisão e negociação: **Analítico** - Quer informações e detalhes. Foco em processos. Não se aproxime muito.

Pessoa mais lenta no processo de tomada de decisão e negociação e mais emotiva: **Integrador** - Quer aceitação e quer estar bem com todos. Seja paciente e apoiador. Não pressione.

Pessoa mais emotiva e mais rápida: **Expressivo** - Quer relacionamento e reconhecimento. Seja sociável e amigável. Não perturbe com detalhes.



44:46 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Trate o cliente da forma que ele gosta de ser tratado.”

- José Ricardo Noronha

AULA 2, PARTE 3

JOSÉ RICARDO NORONHA

00:00 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

OS 7 ELEMENTOS DE UMA BOA NEGOCIAÇÃO

O professor apresenta os 7 elementos de uma boa negociação, que se trata de um aprofundamento de tudo o que foi abordado em relação aos quatro pilares do modelo de negociação.

Esses elementos são:

1. INTERESSES

- Busque entender os interesses da outra parte.
- Coloque-se no lugar da outra parte.
- Foque nos interesses em comum.
- Entenda os interesses escondidos por trás das posições.

2. ALTERNATIVAS

- O que fazer se o acordo não fechar.
- Imagine o limite da outra parte.
- Identifique as melhores e piores alternativas da outra parte.
- Não negocie sem ter seus limites estabelecidos e seu ponto de saída.
- Poder de negociação = limite de negociação.

3. OPÇÕES

- Crie opções que gerem benefícios mútuos.
- Peça ajuda para gerar ideias.
- Não julgue as ideias.

4. CRITÉRIOS OBJETIVOS

As duas ou mais partes precisam concordar sobre os critérios a serem utilizados.

Busque entender a lógica por trás da sugestão da outra parte.

- Insista em resultados baseados em critérios objetivos.

5. COMUNICAÇÃO

- Ouça muito.
- Fale pouco.
- Domine a arte das perguntas e cuide da sua linguagem corporal.

6. RELACIONAMENTO

- Confiança é o elemento mais importante em qualquer relacionamento.
- Enxergue a outra parte como parceira e não como adversária.
- Foque no relacionamento de longo prazo e na geração de valor real.

7. COMPROMISSO

- Os bons acordos são claros, bem desenhados e duradouros.
- Sumarize, confirme tudo e faça follow-up com o cliente e com o seu time.
- Revise o acordo com cuidado e busque sempre minimizar seus riscos.
- Fechamento: tudo o que foi acertado deve estar incluído no acordo.
- Formalize o acordo e celebre.



11:50 | GUIA DE PALAVRAS

BATNA

Acrônimo de **Best Alternative To a Negotiated Agreement**, que na língua portuguesa significa, melhor alternativa para um acordo negociado. Ou seja, seu principal objetivo é traçar uma alternativa para que as partes cheguem em um acordo de ganha-ganha.



21:47 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Tenha muito cuidado com os precedentes que você cria nas suas negociações.”

- José Ricardo Noronha



28:48 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Quanto mais planos alternativos você leva para a mesa de negociação, melhor preparado você está.”

- José Ricardo Noronha



32:08 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: URY, William. O poder do não positivo. Elsevier, 2007.



37:24 | SUGESTÃO DE LEITURA

Livro: COVEY, Stephen M. R. A velocidade da confiança: o elemento que faz toda a diferença. Alta Books, 2017.



41:52 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

AS HABILIDADES ESSENCIAIS

O professor explica que o negociador tem uma série de traços de uma série de profissões. Então ele menciona algumas habilidades essenciais para esses negociadores:

Pessoas

- Filósofo - Tenha uma perspectiva.
- Psicólogo - Coloque-se no lugar do outro.

Problema

- Detetive - Descubra os interesses.
- Inventor - Invente opções.
- Juiz - Avalie o que está sendo proposto.

Decisão

- Estrategista - Pense antecipadamente.
- Diplomata - Construa uma ponte.

43:57 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

PLANO DE AÇÃO

O professor apresenta algumas dicas de plano de ação para você se transformar em um bom negociador:

- Ganha o "jogo" quem se prepara melhor.
- Ensaios são fundamentais.
- 80% do sucesso na sua negociação estão nos 20% iniciais dela, que é onde você se prepara.
- A falha na preparação é a preparação para a falha.

47:01 | CHECKPOINT DE APRENDIZAGEM

ERROS MAIS COMUNS

E para fechar esta disciplina de negociação, o professor menciona os erros mais comuns dos grandes negociadores:

- Falta de preparação.
- Adotar uma postura de adversário.
- Começar a negociação com uma oferta próxima do limite mínimo aceitável ou sem a BATNA .
- Não saber articular a proposição de valor única da Empresa.
- Aceitar a primeira oferta.
- Fazer concessões unilaterais ou fazer concessões cedo demais.
- Não entender as margens de trabalho e o ponto de saída.
- Falar demais e não fazer bom uso do silêncio.
- Perguntar pouco ou ouvir sem empatia.
- Ter um ponto de vista forte e "imutável".
- Tom de voz e linguagem corporal inadequados.

- Não saber como diminuir a temperatura das discussões.
- Não ensaiar.



59:18 | CITAÇÃO IMPORTANTE

“Tenha fãs, porque quem tem cliente é o seu concorrente.”

- José Ricardo Noronha

CURADORIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Como chegar ao sim | William Ury.

O Poder do Não Positivo | William Ury.

Negocie para vencer | William Ury.

Como chegar ao sim com você mesmo | William Ury.

A velocidade da confiança | Stephen M. R. Covey.

Vendas. Como eu faço? | José R. Noronha.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Administração Estratégica | Hitt & Hoskisson – Ed. Cenage.

Empresas Feitas para Vencer | Jim Collins – Ed. Alta Books.

Vendas. Como eu faço? | José Ricardo Noronha – Ed. Évora.

Descubra seus pontos fortes 2.0: Strengthsfinder 2.0 | Don Clifton e Tom Rath – Ed. Sextante.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

Empresas feitas para vencer | Jim Collins.

Vender é da natureza humana | Daniel Pink.

A venda desafiadora | Adansom e Dixon.

The Challenger Customer | Adansom e Dixon.

Faça como Steve Jobs | Carmine Gallo.

Comece pelo Porquê | Simon Sinek.

SPIN Selling | Neil Rackham.

O Jeito Disney de encantar os clientes | Disney Institute.

A Estratégia do Oceano Azul | Kim e Maubgorne.

Como vender Valor no Mercado Jurídico | Bruno Strunz.

Vendas. Como eu faço? | José Ricardo Noronha.

Como chegar ao sim | William Ury.

O Poder do Não Positivo | William Ury.

Negocie para vencer | William Ury.

Como chegar ao sim com você mesmo | William Ury.

A velocidade da confiança | Stephen M. R. Covey.

EBOOKS RECOMENDADOS

[As lições de negociação](#)

[Os 7 elementos da negociação ganha-ganha](#)

ESTUDO DE CASO

Caro aluno(a) FIA Online,

Como pôde ver nas aulas, uma das competências dos grandes negociadores é a preparação. Os grandes negociadores entendem que as tarefas e atividades que efetivamente antecedem a negociação são de fato cruciais para o seu sucesso.

Desta forma, o professor José Ricardo Noronha propõe um estudo de caso que vai exigir de Cláudio, dono da Construtora ACME, uma tomada de decisão importante durante uma assinatura de contrato com um possível cliente, o Grupo J&G. Este caso retrata muito bem o quanto a preparação pode fazer diferença no sucesso das negociações.

Diante disso, a proposta para este estudo de caso é que você faça uma breve redação que contemple a sua visão do que Cláudio pode e deve fazer para construir uma negociação razoavelmente satisfatória a todos.



CASO

O maior segredo dos grandes negociadores

Fi ONLINE