|  |
| --- |
| **Förhandlingsstrategi** |
| Varugrupp / Sortiment / Segment | Datum |
|  |  |
| **Mål och potentiella förhandlingsområden** |
| Målsättning | Logik | Potentiella förbättringsområden |
| PrisProdukt/servicespecÖvrigt | Reducera pris 10%Reducera reserv-delspris 5%Service färdig inom 24 hReducera reklamationerReducera servicetillfällen | Marknadstestinformation’borde-kosta’-modellKundefterfrågan, marknadsdrivenTotalkostnadsanalys, feedback från kund | Ökade volymerVissa delar som är priskänsligaGemensam processförbättringGemensamma målEtablera resursnivåerHur man ska följa upp prestationenUndersök nytta av att köpa med försäkring |
| **Mest önskat resultat (MÖR)** | **Minst Acceptabla Resultat (MAR)** | **Bästa alternativ till en förhandlingslösning** |
| Reducera antalet fel till 0%Partnerskap: 10-års avtal, öppna böcker, utbyte av personalReducera pris med 15% | Reducera antalet fel till 2%Gå in i ett partnerskapsliknande förhållande (fem årskontrakt, regelbundna möten, tidig information)Reducera pris med 5% (Break-even för produktlinjen) | Gå ur affären; höga kostnader för kvaliteten gör affären ohållbar. |
| **Kommunikationsplan** |
| Aktiviteter | Ansvarig | Datum |
|  |  |  |