

مذاکره و تاثیر گذاری بر تصمیم سازان

در جلسه چهارم دوره حمایت گری در عمل می بینیم مخاطب اصلی کمپین ما به عنوان عامل اصلی ایجاد تغییر مطلوب مد نظر ما، چگونه تغییر مطلوب مد نظر ما را ایجاد خواهد کرد؟ چگونه می توان او را متقاعد کرد و چه استراتژی هایی در همراهی نمودن او باید به کار بست؟ شیوه اثر گذاری و شبکه تاثیر پذیری بر مخاطب اصلی یا عامل تغییر را چگونه می توان شناسایی کرد؟ تفاوت مذاکره و حمایت گری چیست و چگونه از مذاکره در طرح های حمایت گری می توان بهره جست؟ بدین منظور این بخش به ایجاد آمادگی پیش از گفتگو و چگونگی گفتگو و نحوه انتقال پیام با مخاطب اصلی خواهد پرداخت. در بخش پیش از مذاکره از شیوه تحلیل مثلی برای شناخت بستر حقوقی و قاعده حقیقی بازی و تحلیل عوامل کلان موثر بر تغییر مطلوب کمپین می پردازد. و در ادامه شبکه اثر گذاری مخاطب اصلی و چگونگی تحلیل حوزه و عوامل اثر پذیری مخاطب اصلی مورد بحث قرار خواهد گرفت. اینکه " چگونه می توان قوای مخالف و موافق تغییر مد نظر کمپین خود را اندازه بگیریم و برای تغییر موازنه قوا به نفع تغییر مطلوب خود تلاش کنیم؟ " مورد توجه این بخش خواهد بود.