

۵-مهارت های اصول مذاکرات

مذاکره به معنای گفتگویی است که دو طرف آن به دنبال منافع خودشان هستند.

این منفعت فقط مادی نیست بلکه برای ایجاد و حفظ ارتباطات یا منفعت معنوی نیز می تواند باشد. مثلا یک طرف مذاکره ممکن است منفعتی عمومی و غیر شخصی را در یک مذاکره دنبال کند.

سه نتیجه محتمل یک مذاکره:

۱-برنده_ برنده

۲-برنده_ بازنده

البته هر مذاکره کننده ای برای برنده شدن مذاکره می کند، ولی با تکمیل شدن اطلاعاتش یا اتفاقاتی که پس از مذاکره می افتد، ممکن است احساس بازنده را پیدا کند.

بنابراین برای برنده بودن باید:

۱-با اطلاعات کافی وارد مذاکره شد.

۲-بدترین سناریوها را نیز در نظر گرفت

۳-حداقل منافعی که به کمتر از آن قائل نیستیم را از قبل مشخص کنیم.

یک مذاکره کننده خوب دارای هوش هیجانی بالائیست.

هوش هیجانی ۴ المان اصلی دارد:

۱-شناخت خود: یک مذاکره کننده خوب، هیجانات خودش را به درستی تشخیص می‌دهد و رفتار هیجانی از خود بروز نمی‌دهد.

۲-مدیریت بر خود: مذاکره کننده خوب، بر هیجانات منفی خود کنترل دارد و در حد امکان امیدوار و انگیزه مند است. ناامیدی، یاس، افسردگی، عصبانیت در یک مذاکره مانند سم عمل می‌کند.

۳-شناخت دیگران: شناخت هیجانات طرف مذاکره از روی زبان بدنش بسیار کمک می‌کند که تاثیر کلام خود را بر روی تصمیم طرف مقابل ارزیابی کنیم. اینکار سبب می‌شود که مسیر مذاکره را به سمتی ببریم که ضمن تامین نظر طرف مقابل، به تصمیمی برسیم که منافع ما را هم تامین کند. این همان احساس برد برد در مذاکره است که منجر به شکل گیری یک رابطه بلند مدت می‌شود. مثلاً کسی که تاثیر کلمات را بر روی احساس طرف مقابل بوسیله زبان بدن او تشخیص میدهد، قطعاً از کلماتی استفاده می‌کند که احساس

محبت و احترام را در او برانگیزد و به این شکل سبب می شود او با انعطاف بیشتری در طول مذاکره رفتار کند.

۴- مدیریت هیجانات طرف مقابل: با تهییج طرف مذاکره او را به انجام اقدام مدنظر خودمان ترغیب میکنیم. آنچیزی که منجر به تصمیم گیری می شود صرف متقادع شدن از نظر منطقی نیست. این شاید کمتر از ۵۰ درصد کار باشد، قسمت اعظم کار تحریک هیجانات او می باشد.

خیلی از مواقع ما از نظر منطقی قانع شده ایم ولی احتیاج به یک جمله برای تهییج و برنگیخته شدن داریم تا تصمیم و اقدام لازم را انجام دهیم. اینجاست که اگر یک مذاکره کننده خوب از کمبود زمان برای تصمیم گیری، از بین رفتن موقعیت خاص حال حاضر، از افزایش قیمت ها در آینده و ... اگر صحبت کند، تصمیم عملگرایانه طرف مقابل انجام می گیرد.
یک مذاکره کننده خوب می داند که اگر قسمتی از قیمت را با اصرار طرف مقابل کاهش دهد، یا یک خدمت یا کالائی را اضافه بر موضوع مورد مذاکره به طرف مقابل بدهد، طعم تصمیم گرفته شده را در دهان طرف مقابل شیرین می کند.

۵- مدیریت رابطه: خیلی از مواقع مذاکره با رضایت طرفین به اتمام می‌رسد ولی پس از گذشت زمانی از اتخاذ آن تصمیم احساس شکست در طرف مقابل شکل می‌گیرد. اینجاست که اگر ما منافعی که طرف مقابل از نتیجه مذاکره برده را به روشنی و به طور کامل بیان کنیم قطعاً او هم رضایت به منافعی خواهد داد که به ما داده است.

گاهی ما فقط به یک برد کوتاه مدت فکر می‌کنیم ولی باید در نظر داشت که حفظ رابطه و بهره مندی از ارتباط بلندمدت خود از منافع یک مذاکره است. مثلاً می‌تواند به قرارداد‌های آتی با سودآوری بیشتر منجر شود.

یک مذاکره کننده خوب در طول مذاکره ضمن پرداختن به حواشی، غرق آنها نمی‌شود و مسیر اصلی مذاکره را فراموش نمی‌کند.

مثلاً مذاکره در جهت عقد قرار داد معامله یک ملک را در نظر بگیرد. یک مذاکره کننده حرفه‌ای ضمن توجه به موارد حاشیه‌ای از جمله سردی هوا یا ترافیکی که منجر به دیرآمدن طرف مقابل شده و گفتگو حول آنها، از این موارد برای گرم شدن فضای مذاکره و شناختن

بهتر روحیات طرف مذاکره و خلقيات، استفاده می کند و به اين صورت مسیر اصلی مذاکره را بهتر مدیريت می کند.

مذاکره کننده حرفه ای ضمن شناخت ارزش ها، باورها، گرایش های طرف مقابل و احترام به آنها و پذيرش او زمينه ای را برای پذيرش شخصيت خودش در طول مذاکره فراهم می کند. به عبارتی با پذيرش طرف مقابل زمينه پذيرش خودش را فراهم می کند، که اين منجر به شکل گيري يك مذاکره توامان با احترام و يك گفتگوي نتيجه محور می شود تا يك بحث جدلی بی فایده. همیشه در فضای آرام و مثبت است که نتایج ارزشمند که منافع دو طرف مذاکره را تامین میکند، حاصل می شود.

البته باید در نظر داشت که اگر حداقل های مدنظر ما در طول مذاکره تامین نشد یا خط قرمزهای ما مورد احترام قرار نگرفت، باید میز مذاکره را ترک کرد یا اصطلاحا زیر میز مذاکره زد. زیرا مذاکره در جهت تامین منافع ماست در قبال منافع و امتيازاتی که میدهیم. چقدر خوب است که اين مذاکره برد برد باشد که رابطه بلند را نیز مدنظر قرار دهد.

قطعاً تقویت ابعاد کاریزما در شخصیت در روند مذاکره تاثیرگذار است. که در فصل جداگانه ای به آن پرداخته می شود.

فروش خود یک فرآیند مذاکره است که به دلیل اهمیت آن، به طور جداگانه و ویژه مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

