

Arta negocierii

Cercetările psihologice fundamentate științific în domeniul negocierii comerciale sunt relativ puține și, ca urmare, au fost dezvoltate puține aplicații testate cu succes care să ofere sprijinul necesar în contextul afacerilor. Sugestiile pe care le oferă experții în domeniu nu sunt universal valabile, deoarece există o mare variabilitate a factorilor implicați în situațiile de negociere (experiența persoanelor care intră în proces, caracteristici de personalitate, valoarea contractelor, poziția de pe care se face negocierea, ramura industrială etc.). Vom oferi, însă, o scurtă introducere în arta negocierii, sperând că vă va ajuta să o abordați cu încredere.

În negociere, sunt implicați doi sau mai mulți participanți independenți, fiecare având scopuri individuale care pot fi parțial incompatibile; cererea se confruntă cu oferta pentru a ajunge la o înțelegere reciproc avantajoasă, pe baza interesului comun al părților implicate. Accentul cade, așadar, pe schimb, negocierea fiind percepută pozitiv de ambele părți când are loc cooperarea voluntară și explorarea oportunităților de afaceri.

Atenția la detalii poate să fie un element cheie în succesul unei negocieri. De exemplu, alegerea locației unde va avea loc negocierea este deosebit de importantă, existând avantaje și dezavantaje „pe teren propriu”, „în deplasare” sau într-un loc neutru.

Negocierea la sediul firmei proprii presupune o serie de cheltuieli de protocol - masă, cazare, eventual plimbări/drumeții (deși presupun cheltuieli, oferă posibilitatea influențării partenerului). În schimb, permite organizarea amănunțită a spațiului negocierii, de la așezarea scaunelor la calitatea hârtiei de scris. Atenție, dacă se urmărește menținerea sau construirea unei

relații de afaceri, NU plasați partenerii de negociere cu ochii la soare, în curent, pe scaune inconfortabile sau foarte aproape de surse puternice de căldură. În calitate de gazdă, echipa de negociere poate fi mai numeroasă, deciziile pot fi luate mai repede, siguranța este mai mare.

Negocierea la sediul firmei partenere permite formarea unei păreri obiective asupra posibilităților acesteia (nu numai legate de negocierea care va urma), iar în momentele delicate, discuția poate fi întreruptă sub pretextul consultării unor experți care nu sunt prezenți.

Negocierea pe teren neutru (expoziții, târguri) combină avantajele și dezavantajele celorlalte două forme.

Arta negocierii se dobândește cel mai bine prin experiență, cu toate că există câteva concepte de bază care pot ajuta la încheierea unei afaceri bune. Majoritatea experților consideră că esențial este să vă străduiți să arătați celeilalte părți că este în interesul ei să accepte propunerile dvs. Nu contează neapărat ca aceasta să fie și realitatea, important este să creați această impresie.

Câteva tehnici ar fi utile în acest sens.

Cereți mai mult decât vă așteptați să primiți, dar nu exagerați. Dacă cererea este prea mare, s-ar putea să ieșiți din negociere înainte de a începe. Pe de altă parte, cererile prea scăzute ar putea să creeze impresia de slăbiciune sau incompetență.

Căutați informații despre partenerul de negociere, indiferent dacă este vorba despre un reprezentant (avocat) sau client în sine. Care este trecutul celeilalte părți? Ce a obținut până acum? Care este reputația acestuia în domeniul de activitate?

Căutați informații despre persoanele care lucrează pentru partenerii de negociere. Asociații sau secretarele acestora pot fi de mare ajutor. Trucuri simple precum reținerea prenumelor pentru a comunica cu ei la un nivel mai personal (cordial, dar nu intrusiv) pot să aducă beneficii neașteptate. Secretara se află, adesea, în poziția de a sorta telefoanele și de a pune mesajul vostru deasupra, sau de a aminti că apelul vostru este important.

Este important să cunoașteți importanța relativă a elementelor contractului. Nu uitați că este mai important la care cerințe renunțați decât numărul acestora.

Anticipați reacțiile persoanei cu care negociați. De-a lungul anilor, persoanele cu care vă întâlniți în negocieri cu organizațiile mari vor rămâne în general aceleași, ceea ce vă permite să anticipați reacțiile acestora. Utilizați precedentele pozitive de câte ori este posibil. Dacă nu există un precedent, încercați să



obțineți o ofertă de la partenerul de negociere. „Fă-mi o ofertă pe care nu o pot refuza!” este o frază cu care se poate începe o negociere. Dacă oferta este una echilibrată, poate fi un punct de la care să se pornească.

2% din ceva e ceva, iar 90% din nimic e nimic. Procentajul nu este atât de important ca totalul din care se obține acel procentaj. Mare parte a industriilor sunt afaceri ale procentajelor.

Negociați contracte întregi, nu părți ale acestora. Adesea, negocierea unor părți atrage pericolul de a pierde viziunea de ansamblu, de aceea încercați să evitați înainte de negociere discuțiile despre clauzele contractelor.

Onestitatea este o abordare bună. În general, după o perioadă oarecare de timp, cei care activează într-o industrie știu în cine se poate avea încredere și în cine nu. Reputația este de cel mai mare ajutor când produsul este complex, când riscurile sunt mari, iar agentul de aprovizionare este slab pregătit din punct de vedere profesional.

Indivizii care participă la procesul negocierii joacă diferite roluri. Pentru a ști care rol vi se potrivește cel mai bine, ele trebuie bine înțelese.

Proprietarul este principalul beneficiar al rezultatului negocierii; Analistul formulează scopurile proprietarului și analizează alter-

nativele;

Designer-ul planifică procesul de negociere;

Facilitatorul ușurează procesul negocierii (este adesea numit mediator);

Tehnologul oferă infrastructura pentru comunicare;

Negociatorul conduce negocierea, în numele proprietarului.

Partenerii de negociere pot fi, de asemenea, integrați unor categorii.

Tipul impulsiv pare nerăbdător, agitat, întrerupe discuția, iritabil, amenințând că revine asupra deciziilor luate sau chiar făcând acest lucru. Prin urmare, trebuie acționat rapid, insistându-se asupra aspectelor esențiale, evitându-se detaliile și practic forțându-se finalizarea.

Tipul vorbăreț este vesel și expansiv, găsind adesea alt subiect de discutat în afara obiectului negocierii. Ar fi bine să i se ofere timp pentru conversație, dar în același timp să fie menținut aproape de subiect.

Tipul primitor va asculta ce aveți de spus, dar există șanse mari să nu fie interesat să încheie afacerea sau să nu aibă această autoritate. Abordarea cea mai potrivită presupune verificarea competenței acestuia în încheierea contractului.

Tipul cumpătat este calm și studiază în profunzime toate

Oferă-ți o clipă de relaxare
scapă de stocuri

BUSINESS CONTACT MANAGEMENT

achiziționează
cherestea de rășinoase
(brad, molid)
și cherestea de fag aburi

by Lucrețiu CERVEN



Business



elementele la care are acces. Prin urmare, trebuie să i se ofere toate detaliile cu privire la produsul negociat, pentru a fi convins.

Tipul tăcut nu oferă niciun indiciu asupra gândurilor sale. El trebuie determinat să vorbească prin întrebări bine gândite și este obligatoriu să i se prezinte fapte și avantaje.

Precizări suplimentare trebuie făcute în legătură cu personalitatea partenerului de negociere. Este important să apreciați momentul critic în care comportamentul de „salvare

a propriei imagini” intervine în proces. Toți oamenii au mândrie, iar când sunt umiliți pot să acționeze chiar și împotriva propriului interes. Dorința de a deveni „câștigătorul” devine mai importantă decât ceea ce se negociază. O persoană cu stima de sine ridicată, dar care este prinsă la colț într-o negociere, va reacționa negativ și este foarte puțin probabil să cedeze. Repetăm ideea că nu există o rețetă universal valabilă a succesului în negociere. Situații diferite cer abordări diferite, succesul depinzând adesea de capacitățile negociatorului și nu neapărat de oferta sau cererea obiectivă, de aceea putem să concluzionăm fără a exagera că negocierea este o artă. Instabilitatea legislativă din România sau dispersia factorilor de decizie din organizațiile mari duc adesea procesul negocierii până la limitele legalității. Deși ca desfășurare seamănă cu un război, negocierea rămâne un proces de armonizare a intereselor, în vederea găsirii unei soluții convenabile pentru ambele părți.

Marius DRUGAȘ

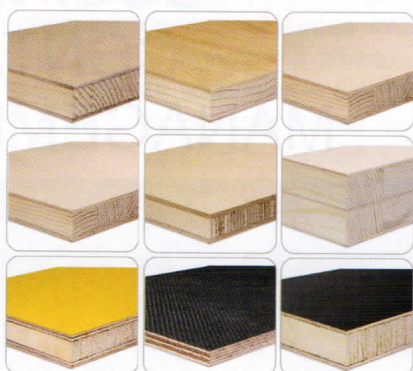
Asistent Universitar Doctorand

Universitatea din Oradea

Facultatea de Științe Socio-Umane - Catedra de Psihologie

Colaborator Revista AfaceriLemn.ro

Panouri din lemn, stratificat - panel - cu miez din rășinoase acoperit cu furnire de derulare, MDF, PAL și furnire estetice



- Panel tehnic 3 straturi: panel cu fețe din furnir de derulare, panel cu miez din placaj pentru amenajări interioare, bază pentru alte materiale de acoperire
- Panel tehnic 5 straturi: panel cu fețe din furnir fromager, cu fețe din MDF, material ideal pentru tocuri de uși
- Panel estetic 5 straturi: cu miez din plop sau rășinoase, cu fețe din furnire estetice de arin, arțar, aniegre, fag, mesteacăn, plop, stejar, tei, pentru mobilă de calitate



finnforest
Baco Production

Str. Crinului, nr. 15; 605200 Comănești, Bacău - România
Tel: +40 234 374 052; Fax: +40 234 374 622
www.finnforest-baco.ro; E-mail: romania@finnforest.com