

آکادمی مذاکره ایران

Negotiation.blog.ir



آکادمی مذاکره ایران  
Negotiation Academy

با مدیریت : علی خویه

Negotiation.blog.ir

جهت مشاهده ی سرفصل دوره ها، کلیک کنید

# اصول و فنون مذاکرات فروش

تدوین و ارائه : دکتر هرمز مهرانی  
عضو هیأت علمی دانشگاه

## اهمیت فراگیری فن مذاکره

- همه انسانها به مهارت مذاکره نیاز مندند، از خانواده تا سطح بین الملل.
- بنابراین برای بهبود کیفیت زندگی باید آن را بهبود بخشیم.

-مذاکره برای رفع نیازها انجام می شود

- موفقیت شرکت ها به مهارتهای مذاکره آنها بستگی دارد .

- فرآیند مذاکره باید از دیدگاه دو طرف مذاکره درک شود .

•

- ارتباطات روز به روز گسترده تر می شود . زندگی یعنی ارتباط ، ابزار آن مذاکره است .

- توانمندی مذاکره کنندگان هر روز بیشتر می شود ، برای اینکه بازنده نشویم باید توانمندی خود را افزایش دهیم .

## تعریف مذاکره

- فرایندی است گفتگو محور، متمرکز بر موضوعی مشخص، برای حل اختلاف ، یا رسیدن به منافع مشترک که بین افراد و گروه ها انجام می گیرد به شرط آن که منافع و رضایت طرفین را تامین کند.
- اولین گام شناخت نیازها و خواسته ها و آخرین گام عقد قرارداد است

## تعریف مذاکره

☞ تلاش برای به دست آوردن راه حلی که مورد قبول و توافق هر دو طرف باشد.

## قدرت چانه زنی

۱- تعداد راه کارهای هر طرف

۲- کیفیت و کمیت اطلاعات هر طرف

۳- شناخت نیاز و ارضاء آن

۴- فشار وارده بر هر طرف

## دوره های مذاکره

۱- مرحله پیش مذاکره

۲- مرحله انجام مذاکره

۳- مرحله بعد از مذاکره

## • دستور جلسه

- \* به دقت موضوعاتی که باید در جلسه مطرح گردد را مشخص و زمان بندی کنید.
- \* تقدم و تاخر مسائل بسیار حائز اهمیت است.
- \* دستور جلسه را برای کلیه اعضاء ارسال کنید. قبل از نهایی کردن دستور جلسه می توانید با آنها مشورت کنید.

## • استراتژی های مذاکره

- ۱- برنده - برنده
  - ۲- برنده - بازنده
  - مجدداً خرید نخواهد کرد .
  - تبلیغ منفی می کند .
  - ارزش مادام العمر مشتری در نظر گرفته نمی شود
  - ۳- بازنده - برنده
  - فروشنده شغل خود را از دست می دهد .
  - فروشنده راه هایی جهت فسخ قرارداد پیدا می کند .
  - کیفیت محصول صدمه می بیند .
  - شرکت زیان را تحمل و در معامله دیگر آنرا جبران می کند .
  - ۴- بازنده - بازنده
- انواع روشهای مذاکره
  - ✓ مذاکره مبتنی بر موضع گیری
  - ✓ مذاکره اصولی یا مذاکره براساس شایستگی
  - مذاکره مبتنی بر موضع گیری
- در این مذاکره هرطرفی برروی مواضع خود پافشاری و تلاش می کند مذاکره را به نفع خود تمام کند (برنده - بازنده)

## • مذاکره اصولی

یا

مذاکره بر اساس شایستگی

این روش مذاکره رویکردی جهت بدست آوردن نتایج معقول با کارایی و از طریق دوستانه و

مسالمت آمیز است.

• چهار محور اصلی مذاکره اصولی

- ۱) اشخاص : اشخاص را از مساله جدا کنید.
- ۲) منافع : روی منافع متمرکز شوید نه روی مواضع.
- ۳) حق انتخابها : برای تامین منافع متقابل حق انتخابهای متنوعی بیاندیشید.
- ۴) معیارها : روی به کار گرفتن معیارهای عینی اصرار کنید.

• استراتژی های مذاکره

۱. استراتژی مذاکره سخت
  ۲. استراتژی مذاکره نرم
  ۳. استراتژی مذاکره اصولی
- شرکت کنندگان در مذاکره دوستان یکدیگرند.
  - هدف نیل به توافق است.
  - امتیاز بدهید تا تداوم روابط را تامین کنید.
  - با اشخاص و با مساله به طور ملایم برخورد کنید.
  - به دیگران اعتماد کنید.
  - موضع خود را به سهولت تغییر دهید.
  - حداقل مورد قبول خود را آشکار کنید.
  - عقب نشینی یک جانبه برای نیل به توافق .
  - دنبال این پاسخ ساده باشید: توافقی که طرف مقابل خواهد پذیرفت.
  - روی رسیدن به توافق اصرار کنید.
  - سعی کنید از کشمکش بین خواستهها پرهیز کنید.
  - به فشار تسلیم شوید.

به زبان بدن خود و مخاطب توجه داشته باشید.

✦ کف دست گشوده

• سه رکن مذاکره منطقی

رکن اول- رابطه انسانی

۱) منافع مشروع خودمان را فهرست کنیم .

۲) آنها را ارزیابی کنیم .

۳) آنها را اولویت گذاری کنیم .

۴) منافع مشروع طرف مقابل را هم فهرست کنیم .

۵) نقطه تلاقی منافع مشروع دو طرف را مشخص کنیم .

• آهنگ کلمات ، تن صدا ، علائم چهره و ...

قدرت مذاکره کنندگان است .

- سه نکته مهم :

۱- از قبل مسائل روی میز مذاکره را پیش بینی کنید .

۲- راه حل مسائل را پیدا کنید .

۳- با اتکا به راه حل طرف مقابل روی میز مذاکره نروید .

• - با یک راه حل نروید - مذاکره به بن بست کشیده

می شود .

- همه راه حل ها را یک دفعه رو نکنید .

- مذاکره خلق راه حل ها است .

- به محض تنش ، ذهن از خلاقیت باز می ماند لذا نیاز به رابطه انسانی است .

• ۱۲ رکن مهم رابطه انسانی

۱- راحت حرف بزنید ، فرض نکنید که طرف مقابل همه چیز را می داند .

۲- به حرف طرف مقابل گوش بدهید .

• اول گوش بدهید بعد حرف بزنید .

سه دلیل :

- ۱) برای کسب اطلاعات طرف مقابل .
- ۲) مجهول مذاکره را معلوم کنید .
- ۳) حرفی نزنیم که بعد بگوییم اشتباه کردیم .

• ۳- اگر نظر منفی دارید فوراً عکس العمل نشان

ندهید .

چه کنیم ؟

- از واژه چرا استفاده کنیم .
- ممکن است راست بگوید .
- برای پذیرش شرایط بگذاریم تا نکته منفی به ضرر ما نباشد .

۴- حرف منطقی او را قبول کنیم .

- ۵- اگر صداقت را در طرف مقابل ندیدید .  
- او را وادار به حرف زدن می کنیم - دچار تناقض گویی می شود اما به رخ او نکشیم .

۶- هیچ وقت نظر خود را به طرف مقابل تحمیل نکنید بلکه او را متقاعد کنید .

۷- خود را جای طرف مقابل بگذارید .

- ۸- گاهی اسم طرف مقابل را به زبان بیاورید .  
- مذاکره را عاطفی می کند .  
- تنش زدایی می کند .

۹- حمله شخصی نکنید ، زیرا :

باعث رنجش ، عصبانیت و تنفر می شود .

۱۰- اعتماد طرف مقابل را نسبت به خود سلب نکنید ، حتی اگر راست بگویید هم نمی پذیرد .

• سه کار را نکنید :

- ۱) تناقض گویی نکنید .
- ۲) وعده ای ندهید که نمی توانید انجام دهید .

۳) دروغ نگویند .

۱۱- جلسه مذاکره را با قهر ترک نکنید .

- هزینه سنگین برگشت

۱۲- طرف مقابل را دشمن شخصی تلقی نکنید .

- کلام ، برخورد و نگاه منفی می شود .

- مثبت باشید ، راه حل مسائل را پیدا کنید .

#### • رکن دوم :

۱) منافع خود را فهرست کنید .

۲) ارزیابی و اولویت گذاری منافع

- زمان تحویل

- قیمت

- تکنولوژی .....

تمام منافع را ارزیابی کنید .

بعضی منافع را صرف نظر نمی کنیم مانند : کیفیت ،

آموزش ، .....

- منافع طرف مقابل را هم فهرست کنید .

- نقطه تلاقی منافع مشروع هم وزن دو طرف را پیدا کنید .

- راه حل ها را پشت سر هم ندهید .

طرف مقابل انتخاب گر می شود .

#### • رکن سوم :

در هر مذاکره به استاندارد های شناخته شده آن مذاکره آشنا شوید ( قراردادهای نمایندگی ، خرید

تکنولوژی ، تامین

مالی ، .....

- نوع قرارداد

- طرق رفع اختلاف

- قانون کدام طرف

- تامین مالی

- کنسرسیوم ، سرمایه گذاری مشترک

هر قراردادی ساختار خاص خودش را دارد .

• اهمیت آگاه بودن مذاکره کنندگان

- بدانید که چه چیزی را می خواهید و چه چیزی را نمی خواهید .

- چه امتیازی را می توانید واگذار نمایید و در چه مواردی انعطاف ندارید .

- طرف مقابل چه نیازی دارد .

- موضوع اصلی مورد علاقه طرف مقابل چیست ( قیمت ، خدمات ، ضمانت ، تحویل به موقع )

• آگاهی های مشخص مورد نیاز مذاکره کنندگان

۱- هزینه تمام شده کالا

۲- فشار زمان و مدیریت زمان

۳- راه کارهای موجود طرفین مذاکره

۴- شناخت تصمیم گیرنده نهایی در مورد موضوع مذاکره

۵- درجه نیاز طرف مقابل

۶- شناخت افرادی که در گروه مقابل طرفدار یا مخالف ما هستند

۷- مخفی نمودن وضعیت خود

• ویژگی های یک مذاکره کننده قوی :

\* اعتماد به نفس

\* حضور ذهن ، سرعت انتقال ، باهوش و دقیق بودن

\* گوش دادن دقیق

\* قابلیت اعتماد

\* خندیدن به موقع

\* داشتن قاطعیت

\* خلاقیت

\* عزم راسخ



\* خود مدیریتی و مدیریت زمان

\* احساس مسئولیت

\* شور و اشتیاق و تأکید شدید روی موضوع

\* توانایی برقراری ارتباط با دیگران

\* شکلیا و خونسرد

\* خوش مشرب و خوش اخلاق

• بردباری در برابر رفتار طرف مقابل

• تسلط به زبان انگلیسی

• احترام به فرهنگ طرف مقابل

• دفاع از فرهنگ خود

• علم و هنر ترغیب برای مذاکره

- اصول و مبنای ترغیب مورد استفاده همه افراد است

- دلیل ترغیب ایجاد مزیت برای مشتری است

- ترغیب به دو شیوه منطقی و احساسی

• چه وقت از منطق بیشتر استفاده می شود

هنگام مذاکره با خریداران حرفه ای

هنگام مذاکره با خریداران تحصیل کرده

هنگام مذاکره در مورد محصولات پیچیده

هنگام مذاکره در مورد محصولات گران قیمت

هنگام مذاکره در مورد کالاهای جدید

• اصول ترغیب

۱- علاقه مندی به باور نمودن در مخاطبان

۲- ایده های مخالف مانع ترغیب می شود .

۳- اعتبار منبع ترغیب

۴- تأکید شدید بر روی موضوع

۵- تکرار موضوع

۶- تازگی موضوع

## ۷- تصمیم گیری و ابتکار عمل مخاطب

### • روش های ترغیب

- ۱- ترغیب از طریق نشان دادن عملی کیفیت کالا یا موضوع مذاکره
- ۲- ترغیب مثبت و ترغیب منفی
- ۳- ترغیب مستقیم و ترغیب غیر مستقیم

### • برنامه ریزی برای جلسه مذاکره

- برنامه ریزی قبلی از عملکرد ضعیف جلوگیری می کند  
با برنامه ریزی سرعت مذاکره افزایش و تنش کاهش می یابد  
از اطلاعات قبلی با در نظر گرفتن تغییرات استفاده شود

### • اهداف برنامه ریزی مذاکره

- ۱- جمع آوری اطلاعات دقیق
- ۲- طراحی استراتژی مذاکره ( قیمت ، کیفیت ، خدمات ، ... )
- ۳- جلوگیری از اشتباهات
- ۴- ایجاد اعتماد به نفس
- ۵- ایجاد وجهه حرفه ای بودن

### • اطلاعات فردی

- ۱- نام ، نام خانوادگی و طرز تلفظ آنها
- ۲- سن ، جنسیت ، تحصیلات و محل اقامت
- ۳- علائق
- ۴- نگرش ها نسبت به فروشنده ، شرکت و محصول
- ۵- سبک تصمیم گیری ( کار آفرینانه یا دیوان سالارانه )
- ۶- ویژگی های شخصی
- ۷- درجه نیاز به محصول

### • اطلاعات سازمانی

- نوع سازمان ( تولیدی ، عمده فروشی ، خرده فروشی )

سهام داران و اعضاء هیأت مدیره و ارتباط با آنها  
اندازه و تعداد شعب  
سیستم خرید مشتری  
محصولات و خدمات عرضه شده و کیفیت آنها

#### • منابع اطلاعات

۱- داخل شرکت

مکاتبات و سفارش های گذشته مشتری

جلسه مذاکرات قبلی

پایگاه داده های شرکت

اینترنت

افراد و گروه هایی که با طرف مقابل ، تعامل دارند

#### • ۲- خارج از شرکت

اینترنت ( وب سایت شرکت ، گزارش سالانه ، اطلاعات محصولات و خدمات شرکت ، آخرین خبرها در مورد شرکت ، یک خلاصه در مورد شرکت )  
منشی های شرکت  
کارکنان بخش پذیرش

#### • اهداف مرحله ارائه مطالب یا معرفی

- ۱- اثبات اینکه شرکت فروشنده معتبر است
- ۲- اثبات اینکه مشتری با مشکل مواجه است
- ۳- اثبات اینکه فروشنده راه حل مناسب تری دارد
- ۴- جلوگیری از تاخیر انداختن خرید

#### • پله های ایجاد اعتماد

رفتار شخصی  
امتحان محصول  
ارائه ضمانت  
استفاده از گواهی رضایت

حسن شهرت و نام تجاری  
ارائه کیفیت ادعایی به صورت عملی  
دعوت از خریدار برای بازدید از کارخانه تولید کننده  
سوابق تعامل قبلی

#### • استراتژی های زیر بنایی مصاحبه

- ۱- اجتناب از بحث و مجادله
- ۲- برگزاری مصاحبه به صورت دوستانه
- ۳- کنترل مصاحبه
- ۴- انتخاب زمان مناسب برای انجام مصاحبه
- ۵- گوش دادن دقیق
- ۶- صحنه آرایبی مناسب
- ۷- توسعه مطالب مصاحبه های فروش

#### • برخورد با موضوع رقابت

- ۱- از رقیب تعریف کنید و سپس به بحث خود ادامه دهید
- ۲- با موضوع رقابت برخورد جدی نمایید
- ۳- به رقبا حمله نکنید اما از آن غفلت نیز ننمایید
- ۴- مقایسه نکته به نکته با رقبا
- ۵- رضایت کتبی مشتریان قدیمی و داشتن استانداردهای کیفیتی
- ۶- آشنایی با نقاط قوت و ضعف محصول خود و رقبا

#### • پیشنادهای فروش رسمی و مکتوب

- ۱- صفحه عنوان پیشنهاد
- ۲- نامه ای که پیشنهاد با آن ارسال می شود
- ۳- جداول و نمودارها
- ۴- متن اصلی
- ۵- خلاصه
- ۶- قرارداد

## • دلایل ایراد و اعتراض مشتریان

- ۱- فقدان اطلاعات مشتری
- ۲- عدم تشخیص نیاز خود
- ۳- داشتن دیدگاه منفی
- ۴- مقاومت در برابر تغییر
- ۵- عادت

## • استراتژی های پاسخگویی به ایرادها

- ۱- بدون حالت تهاجمی به ایرادها پاسخ دهید
- ۲- هرگز طرف مقابل را به خاطر ابراز مخالفت مقصر ندانید
- ۳- ابتدا حق را به مشتری بدهید و سپس نظر خود را بیان کنید
- ۴- از بحث و مجادله بپرهیزید
- ۵- از بحث در مورد ایراد های غیر مرتبط با فروش بپرهیزید
- ۶- ایرادها را از قبل پیش بینی کنید
- ۷- ایرادها را بزرگ نکنید
- ۸- ایرادها را با دقت مشخص کنید

## • روش های پاسخگویی به ایرادها

- ۱- تکذیب مستقیم
- ۲- تکذیب غیرمستقیم
- ۳- روش تعبیر و تفسیر
- ۴- روش جبرانی
- ۵- روش سوالی

## • انواع ایرادها

- ۱- عدم نیاز
- ۲- رضایت از تأمین کنندگان اقلام موجود
- ۳- وجود محصولات قدیمی
- ۴- ایراد به محصول قدیمی
- ۵- ایراد قیمتی

۶- ایراد به شرکت

۷- ایراد به فروشنده

#### • برنامه ریزی برای جلسه مذاکره

۱- مکان مذاکره

۲- زمان مذاکره

۳- مدت زمان مذاکره

#### • انتخاب تیم مذاکره و مدیریت آن

ویژگیهای تیم :

- خلاقیت بیشتر

- کاهش خطا

- دشواری تصمیم گیری

- وقت گیر بودن

- ارائه نظرات متفاوت

#### • هماهنگی گروهی قبل از مذاکره

\* اعضای تیم مذاکره را به دقت انتخاب و تلاش کنید تخصصهای مورد نیاز در تیم دیده شود.

\* قبل از جلسه مذاکره، جلسه ای با اعضای گروه داشته باشید و نقش هر کدام را مشخص کنید.

\* برای ارائه پیشنهادهای بهتر می توانید گروه خلاقیت را تشکیل دهید.

#### • مسئولیت رهبری تیم مذاکره کننده

۱- انتخاب اعضای برای تشکیل تیمی کارآمد

۲- روشن نمودن مسئولیت هر یک از اعضای تیم

۳- توجیه اعضای تیم در مورد نقش هر یک در مذاکره

• کنترل اطلاعات

- خریداران نیز مانند فروشندگان برای مذاکره آماده می شوند و اطلاعات را جمع آوری می کنند و لذا

امنیت اطلاعات مهم است .

- اطلاعات اعضا باید به قدر نیاز آنها باشد .

- آغاز مذاکره

- - مکالمه دوستانه برای آشنایی

- - در فرهنگ ژاپنی ایجاد رابطه قبل از مذاکره مهم است

- - ایجاد محیط مناسب برای طرفین ( پذیرایی ، دما ، نور ، ... )

- - اگر خریدار برنده - بازنده فکر کند حيله ها را به کار می برد

- آمادگی قبل از مذاکره

- \* بدون آمادگی نباید در هیچ مذاکره ای وارد شوید.

- \* بررسی وضعیت معاملات قبلی مشتریان

- \* بررسی حوزه فعالیت و عملکرد آن ها

- \* شناسایی افراد کلیدی تیم مقابل

- چک لیست قبل از مذاکره

- اهداف مذاکره

- موضوعات

- نقاط قوت و ضعف

- قدرت چانه زنی طرفین

- سقف و کف امتیازات قابل مبادله

- پیشنهاد اولیه

- به خاطر داشته باشید:

در یک مذاکره همه چیز ایجاد ارتباط می کند

- ✓ شکل ظاهری و پوشش

- ✓ پاکیزگی خودروها

- ✓ تمیزی محل مذاکره

- ✓ طرز برخورد نیروهای خدماتی و ...

- ✓ تمامی آنچه که مخاطب از شما می بیند یا می شنود، در ذهن او تصویر می سازد و در تصمیم هایش

تأثیر می گذارد.

انواع زبان های ارتباطی در تعاملات و مذاکرات دو طرفه را خوب بشناسیم

- ۱- زبان کلامی (شفاهی-کتبی)

- صحبت کردن

- سخنرانی
- مذاکره
- نامه نگاری و ارتباطات نوشتاری مجازی
- ۲- زبان غیرکلامی
- الف: اندام سازمان و وسایل
- مکان جلسه

\* در اغلب موارد نتایج مذاکره تحت تاثیر فضایی که جلسه در آن برگزار می شود، قرار می گیرد.

\* ۳ نکته مهم در انتخاب مکان جلسه:

(۱) راحتی

(۲) بی طرفی

(۳) امکانات

#### • ویژگی های مکان ها برای برگزاری جلسات

در جلسات مذاکره هیچگاه بلافاصله سراغ اصل مطلب نروید.

مذاکره را با نقاط مشترک و جالب یا نکاتی که کلی بوده و چندان بحث برانگیز نمی باشند شروع کنید.

#### • موانع مذاکره

۱- پیش داوری - از خلاقیت می کاهد

۲- جستجو برای راه حل واحد

۳- فرض ثابت بودن کیک

۴- وجود تفکر (مشکل آنها مشکل خودشان است)

#### • آفرینش انتخاب های خلاق

• جدا کردن آفرینش راه حل ها از انتخاب راه حل ها با رعایت دستور العمل زیر و پیش از تشکیل جلسه

مشاوره:

۱- هدف خود را تعریف کنید.

۲- تعداد محدودی را دعوت کنید.

۳- محیط مناسب انتخاب کنید

۴- جو جلسه غیر رسمی باشد

۵- جلسه هماهنگ کننده داشته باشد



• **حین جلسه مشاوره**

- ۱- شرکت کنندگان را کنار یکدیگر و رو در روی مسیله قرار دهید
  - ۲- ضوابط اصلی جلسه را مشخص کنید.
  - ۳- فهرستی از ایده ها را خلق کنید
  - ۴- ایده ها را ثبت کنید
- ارائه پیشنهاد
  - ارائه پیشنهاد در هر مذاکره امری اساسی است.
  - پیشنهاد خود را با کمترین هیجان بیان کنید.
  - به پیشنهاد طرف مقابل گوش کنید. ممکن است منافع بیشتری داشته باشد.
  - پیشنهاد را با زبانی رسا و قاطع ارائه دهید. در انتهای پیشنهاد را جمع بندی و سپس سکوت کنید.

● **بهترین حالت فیزیکی بدن برای ارائه پیشنهاد**

✳ روی صندلی صاف بنشینید.

✳ کمی به جلو خم شوید.

✳ پیشنهادتان را بیان کنید.

**در طول یک مذاکره نگرش یک سویه به زمان داشته باشید**

- تصویرسازی در ذهن مخاطب در ارتباطات و مذاکرات، اصلی مهم و اساسی است.
- در مذاکره به گونه‌ای رفتار کنید که سه اصل در ذهن طرف مقابل شکل بگیرد.
- نخست اینکه شما را منطقی بدانند
- دوم اینکه شما را فرد منصفی قلمداد کند
- و سوم اینکه شما را قابل اتکا احساس کند
- اگر این سه باور را در مخاطب ایجاد کنید، از پشت میز مذاکره بیرون خواهید آمد.
- باید ها و نبایدهای مذاکرات
- از قبل نام مخاطب و نحوه تلفظ صحیح آن را یاد بگیرید
- زمان را مدیریت کنید.
- در جای صحیح سؤال پرسید
- در مذاکرات تلفنی فقط به صدای مخاطب گوش ندهید.
- از کلمات عامیانه استفاده نکنید.
- عدم به کار بردن کلمات و عبارات سنگین، فنی و لاتین

- کلام را به طور مکرر قطع نکنید
- امتیاز ندهید، امتیاز را معامله کنید.
- در انتهای جلسات از جملات بسته استفاده کنید.

از اینکه تا بحال مذاکره حرفه‌ای نداشته‌اید نترسید.

از آن بترسید که هیچوقت آن را آغاز نکنید.

- دادن امتیاز

۱- قبل از اینکه از کلیه درخواست های خریدار و موقعیت اولیه او آگاه شوید امتیاز ندهید

۲- هیچ امتیازی ندهید مگر اینکه در عوض امتیاز بگیرید

۳- اگر امتیاز درخواستی با اهداف شما هماهنگ نیست آنرا رد کنید

- کنترل جلسه مذاکرات

- حاشیه نرفتن

- تعیین بهترین زمان مذاکره

- طرح ریزی مسافرت

- رژیم غذایی مناسب

- تاکتیک های غیر اخلاقی مذاکره

- تعیین بهترین محل مذاکره

- محیط فیزیکی مذاکره ( دما ، نور ، دکوراسیون و محل نشستن )

- آداب مذاکره

- وقت شناسی

- کیف در دست چپ

- کارت ویزیت

- همسانی تعداد و تخصص

- در مذاکرات خارجی تنها شرکت نکنید

- ترتیب نشستن روی میز

- اجتناب از رفت و آمدهای مکرر

- تلفن همراه خاموش باشد

- آخرین تکنولوژی ارتباطی به عهده میزبان است

- ضبط مذاکرات انجام نشود

- پذیرایی در حد متعادل باشد
- سیگار نکشیدن در جلسه
- بر روی دستور جلسه توافق شود
- حفظ آراستگی ظاهری
- کنترل رفتار و آداب معاشرت
- **اگر طرف مقابل دست به نیرنگ بزند چه باید کرد**
  - دروغ ، سوء استفاده ، تاکتیک های روانی و چانه زنی خدعه آمیز:
  - سکوت و تسلیم ، با امید به اینکه طرف مقابل امتیاز بیشتری طلب نمی کند .
  - عکس العمل متقابل
  - اتخاذ روش مذاکرات اصولی و اصلاح فرایند مذاکره

### • گام های مواجه شدن با تاکتیک های خدعه آمیز

- ۱- تاکتیک خدعه آمیز را بشناسید .
  - ۲- موضوع را به صراحت بیان کنید .
  - ۳- مشروعیت تاکتیک را مورد سوال قرار دهید .
- اشخاص را از مسئله جدا کنید .
  - روی منافع تمرکز کنید نه روی مواضع
  - برای منافع طرف مقابل راه کارهای متنوعی بیاندیشید .
  - اصرار کنید که معیارهای عینی به کار رود .

### • پاره ای از تاکتیک های خدعه آمیز رایج

#### اظهارات خلاف واقع

- افراد را از مسئله جدا کنید .
- تا زمانی که مطمئن نشدید ، اعتماد نکنید .
- در مورد اظهارات طرف مقابل تحقیق کنید .

#### • اختیارات مشکوک و مبهم

- در مورد اختیارات طرف مقابل پیش از شروع هر بده بستان تحقیق کنید .

- اگر طرف مقابل اعلام کند که توافق ، پایه ای برای مذاکرات بعدی است شما هم بر روی حق متقابل خود اصرار کنید .

- اقدامات پس از مذاکره
- توافق ها در قالب اسناد حقوقی ضبط می شود تا لازم الاجرا گردند
- اصل متن در قرارداد است و در آن الویت پیوست ها باید مشخص شود
- قراردادها توسط نمایندگان مجاز امضا می شود و تاریخ اجرا نیز مشخص شود
- ویژگی های مذاکره کنندگان در مذاکرات خارجی
- داشتن اطلاعات محیطی جهان و کشور خارجی مورد نظر
- آگاهی بر استانداردهای جهانی مذاکره
- آگاهی بر سوابق مذاکره
- تسلط به زبان انگلیسی
- برنامه ریزی قبل از مذاکره
- سرعت عمل در مذاکرات
- آراستگی ظاهری
- توان کار تیمی
- قدرت رهبری برای رییس
- وقت شناسی و مدیریت زمان
- سلامت جسمی و روانی
- احساس مسولیت در مورد منافع ملی
- توانایی برقراری ارتباط عاطفی و منطقی با طرف مقابل
- شجاعت در تصمیم گیری در لحظات حساس
- ابتکار و خلاقیت
- قدرت تمرکز
- نگرش مثبت
- حافظه قوی
- درک مشکلات و محدودیت های طرف مقابل