

Negotiation.blog.ir

چگونه به روش اثر بخش مذاکره کنیم؟



نویسنده : دیوید اولیور
مترجم : صفیه فارغی

چگونه به روش اثر بخش مذاکره کنیم؟

درباره مترجم:



سرکار خانم مهندس صفیه فارغی ، مدیر واحد فروش گروه تولیدی بهپرور دارای مدرک کارشناسی کامپیوتر (سخت افزار) میباشند. ایشان همچنین فارغ التحصیل دوره های مقدماتی و پیشرفته MBA از سازمان مدیریت صنعتی بوده و بنا به ضرورت کاری و نیز علاقه شخصی دوره های متعدد مدیریتی را با موفقیت پشت سر نهاده اند. کتاب حاضرکه برای تمامی کسانی که در تجارت روزمره نیازمند هنر مذاکره میباشند و نیز برای علاقه مندان علم مدیریت میتواند سرشار از نکات بدیع و جالب توجه باشد ، توسط ایشان به فارسی ترجمه و بصورت هفتگی در اختیار علاقه مندان قرار خواهد گرفت.

مقدمه مترجم:

خواننده گرامی

سلام

از ابتدای صبح که چشم به روشنایی روز می گشاییم تا پایان شب در حال برقراری ارتباط با دیگران برای رفع نیازهایمان و پیشبرد اهدافمان هستیم، به نوعی مذاکرات کوتاه و بلند بسیاری با اعضا خانواده، همکاران، شرکا، رئیس یا مشتریانمان داریم. آیا تا کنون فکر کرده اید که چند درصد از مذاکراتمان اثربخش بوده اند؟ یا با دانستن روشهای موثر کردن آنها تا چه حد می توانیم در رسیدن به نتایج دلخواهمان موفق باشیم؟

در دنیای تجارت نیز روابط افراد حرف اول را در نیل به اهداف می زند و بازرگانان موفق اکثرا افرادی با روابط خوب و تاثیرگذارند که روابط تاثیر گذارشان موجب داشتن دوستان و همراهان بسیار شده است.

مطالبی که تحت عنوان "چگونه به روش اثربخش مذاکره کنیم (how to negotiate effectively)" به صورت هفتگی ارائه می شود، ترجمه کتاب آقای دیوید اولیور، نویسنده، معلم و سخنران انگلیسی است که ۷ کتاب به دنیای کسب و کار هدیه کرده است.

وی سخنران شناخته شده ای با سبک تاثیرگذار خاص خود بر روح و روان افراد در زمینه بازاریابی براساس بصیرت و بینش درونی می باشد، کاریزما و روش تاثیرگذار وی باعث شده تا ۹۸٪ شنوندگانش به سخنانش امتیاز عالی بدهند.

تلاش وی در این جهت است که انسانها حرفه خود را بشناسند و سرنوشت و هدف خود را در کار بیابند.

با امید به این که با ارسال نظرات و پیشنهادات ارزشمند خود مرا در ارائه هر چه بهتر آن یاری دهید.

صفیه فارغی

درباره نویسنده:

دیوید اولیور ، نویسنده ۷ کتاب در زمینه مدیریت کسب کار و همکار گروه بیلی گراهام میباشد. دیوید دارای مدرک کارشناسی ارشد بازاریابی و از نویسندگان راهنمای بازاریابی و کسب و کار در بریتانیا است. همچنین در سابقه کاری وی آموزش مدیران در شرکتهایی مانند میکروسافت، کامپک و میتسوبیشی را میتوان دید . دیوید متاهل و دارای ۴ فرزند و ۴ نوه میباشد . آرزوی وی پایان سرگردانی و سردرگمی انسانها در زندگی و دستیابی بشر به اهداف متعالی در زندگی و کار است. با شنیدن سخنان و افکار وی حس دلگرمی و امید به زندگی به شما باز میگردد و ایمان پیدا میکنید هر کجا که مشغول به کار هستید میتوانید به خواسته هایتان دست پیدا کنید.

کتاب پیش رو از آثار دیوید اولیور با عنوان " چگونه به روش اثر بخش مذاکره کنیم " قبل به ۱۹ زبان دنیا ترجمه شده است.

مقدمه نویسنده

شما عزیزانی که این کتاب را می خوانید احتمالاً در بازار تجارت هستید و مانند اکثر مالکان، مدیران و شرکا همواره به روشهای گوناگون در حال خرید و فروش می باشید.

این کتاب برای کمک به شما برای دست یافتن به بهترین معامله، برای یک بار یا مدت طولانی است، همچنین این کتاب برای فروشندگان و خریداران حرفه ای نوشته شده است. در این کتاب نکات ویژه ای برای انجام بهتر مذاکره ارائه شده اند که در خرید و فروش کاربرد دارند. اصول گفته شده در این کتاب را به کار بگیرید تا حداقل افزایش ۱۰٪ سود را در مذاکرات ببینید.

من اغراق نمی کنم، لطفاً باور کنید، فقط یک ایده خوب توانست کاهش هزینه ۱۰،۰۰۰ پوندی در خرید یک قایق خانوادگی برای من به ارمغان آورد.

در واقع در ۲۰ سال آموزش این کتاب، هیچ کس را نمی شناسم که در به کارگیری این مطالب پولی از دست داده باشد و در مقابل از ۱۰۰ ها نفر شنیده ام که بکارگیری آنها برایشان بارها و بارها منجر به نتایج بهتر در معاملات گردیده است.

تعداد کمی از مردم در تجارت مذاکره موثر انجام می دهند و پاداش قابل توجهی از این کاردریافت می کنند. اصول آموزش داده شده در این کتاب را رعایت کنید تا به عملکرد بالاتر از متوسط برسید. ۱۰٪ افزایش عملکرد در دستان شماست، پس به آن اهمیت بدهید.

امروزه روند عملیات تجاری مدرن برپایه مشارکت مشتری و تامین کننده استوار است، برای لذت بردن از یک ارتباط ماندگار لازمست فروشنده و خریدار در معامله در حال انجام نه تنها در مورد قیمت بلکه در مورد همه قواعد، شرایط و سایر اجزاء مرتبط با معامله به توافق دوطرفه برسند. برای اینکار آنها مذاکره می کنند، مهارت مذاکره کنندگان تعیین می کند که آیا ارتباط موفقیت آمیز است یا خیر، مهارت بیشتر شما برابر با امتیاز بیشتر خواهد بود.

دیوید اولیور

چگونه به روش اثربخش مذاکره کنیم

مذاکره چیست :

در مورد مذاکره تعابیر غیر صحیح بسیاری وجود دارد. آژانسهای املاک دوست دارند خود را مذاکره کننده بنامند، در صورتیکه در صورتیکه در فروش خانه هنوز هم اغلب کاری به جز تخفیف دادن در قیمت املاک انجام نمی شود. تعداد بسیاری از فروشندگان خود را مذاکره کننده می نامند، در صورتیکه مذاکره کننده واقعی نیستند. خوب نتیجه چیست؟ آیا مذاکره یک حراج هلندی است که از قیمت بالا شروع و سپس کاهش می یابد؟ آیا مذاکره تعریف دیگری از فروشندگی است؟ اینها تعابیر اشتباه رایج از مذاکره هستند. در واقع، مذاکره هیچ کدام از اینها نیست. در دایرة المعارف های ساده کلمه مذاکره را "بحث و چانه زنی به منظور رسیدن به توافق" معنی کرده اند.

مذاکره یک معامله است که دو طرف آن حق مخالفت یا موافقت با نتیجه نهایی را دارند و طرفین باید آزادانه به رضایت برسند.

مذاکره یک فرایند داد و ستد است تا شرایط واقعی معامله مورد توافق قرار گیرد. مذاکره، عمل چانه زنی تا رسیدن به هدف یا توافق مورد قبول دو طرف می باشد که به صورت واقعی یا ادراکی بین آنها اتفاق می افتد.

چرا مذاکره می کنیم؟ در بیان ساده، اگر مذاکره نکنیم، به بهترین معامله موجود دست نخواهیم یافت. به شما قول میدهم که: "اگر شما مذاکره نمی کنید، در حال از دست دادن پول هستید"

واقعیت این است که بسیاری از مردم در تجارت مذاکره نمی کنند، بلکه آنها بهترین قراردادی را که می توانند می بندند و این هر بار برایشان هزینه دربردارد.

مدیر ارشد یکی از شرکتهای نرم افزاری برجسته دنیا با من تماس گرفت و گفت: "پس از خواندن مطالب شما متوجه شدم که تیم فروش ما به هیچ وجه مذاکره نمی کنند، آنها فقط معامله می کنند و ما هر ماه مقادیر زیادی پول از دست می دهیم چون کسی به ما راه بهتری نیاموخته است، آیا شما می توانید به ما کمک کنید؟"

در اقتصاد بازار آزاد دو محورا اصلی که معاملات روی آنها شکل می گیرند عبارتند از: قیمت و ارزش. عمده مردم اشتباها در تجارت فقط روی قیمت تمرکز می کنند. اگر صرفا روی قیمت تمرکز کنید، هیچ وقت بهترین معاملات به سراغ شما نمی آیند.

مذاکره شباهت هایی به بازی شطرنج دارد. در شطرنج شما آماده از دست دادن مهره های خاصی به نفع بردن بازی هستید، در این بازی شما مهره های بازیکن مقابل را می شناسید ولی نمی توانید درون ذهن او را ببینید. در مذاکره لزوما شناخت مهره ها مطرح نیست ولی لازم است تا مهره های خود را نشان داده، حرکت دهید و راهی برای آشکار ساختن ذهن همتای خود بیابید.

❖ چه چیزی مذاکره نیست؟

مذاکره فروختن نیست. این یک فرضیه اشتباه است، همانند آنچه که در آن شرکت نرم افزاری که به آن اشاره کردیم در حال انجام است. مذاکره زمانی آغاز می شود که فروش به طور مناسب صورت گرفته باشد.

یک مثال ساده روشی است که فروشنده و خریدار با هم ارتباط برقرار می کنند. در فاز فروختن یک نفر در حال متقاعد کردن و یک نفر در حال متقاعد شدن است. در مذاکره درست، روش هر دو یکسان است، هر دو می خواهند به توافق برسند. سوال این نیست که آیا بخرم یا نخرم؟ سوال این می شود که با چه قواعدی می توانم بخرم یا بفروشم؟

در مذاکره فرض بر این است که یک طرف اشتیاق خرید و یک طرف توانایی تامین دارد و تمام تاکید بر الزام سودهی بر اساس قواعد و توافق های مشخص می باشد.

بسیاری اوقات فروشندگان نمی توانند تغییر نقش خود از فروشنده به مذاکره کننده را تشخیص بدهند و این برایشان زیان بخش است. من از تعدادی از فروشندگان در مورد تجربه مذاکراتشان سوال کردم. اکثر آنان تقلا کردند که یک مورد پیدا کنند و بیشترشان گفتند که آن را حسی انجام می دهند و وقتی که در مورد جزییات پرسیدم، واقعیت این بود که آنها انتقال از فروش به مذاکره را تشخیص نداده

بودند، در نتیجه در هیچ یک از موارد آنها نقش اثربخش نداشته اند.

مذاکره تسلیم شدن یا قبول شکست نیست زیرا امتیاز دادن دلالت بر تایید تمام قواعد طرف مقابل دارد. اگر ما نتیجه مذاکره را تسلیم شدن بدانیم، فکر ما محدود و برخورد ما ضعیف می شود و معامله تاثیر گذار نخواهد بود. این بدین معنی نیست که ما در مذاکره حرکتی نکنیم، اینکار را خواهیم کرد ولی حرکت درجاده یک طرفه به سمت تسلیم شدن نباشد.

مذاکره اصرار برای به دست آوردن خواسته ها نیست، اگر ما انعطاف نداشته باشیم با مقاومت طرف مقابل مواجه می شویم. زور گفتن و خشن به نظر آمدن نشان دهنده مذاکره خوب نیست و بی قراری و ناامنی درونی ما را انعکاس می دهد و همچنین باعث بن بست زودرسی میشود که قطعاً مورد سوء استفاده طرف مقابل قرار خواهد گرفت.

مذاکره صرفاً مربوط به توافق در قواعد خرید و فروش نیست، می تواند در تمام موارد مثل اختلاف نظر در مورد مالکیت یا تاخیر یا عدم پرداخت تعهدات هم باشد.

❖ برد- برد

دوروش برای بررسی فرایند مذاکره وجود دارد. روش تهاجمی متعادل: مقدماتاً مراقب یک سود زیاد برای خودمان باشیم.

روش برد- برد: به دنبال بهترین بهره باشیم. با درک اینکه اگر طرف مقابل به درستی منفعت ببرد اغلب به همان اندازه یا بیشتر ما نیز بهره خواهیم برد؛ برای تاثیرگذارتر بودن، هر دو طرف باید احساس کنند که در مذاکره برنده شده اند.

من شخصا این مورد را تجربه کرده ام: چندی پیش یکی از مشتریانم از من خواست که برای او یک شرکت راه اندازی کنم؛ اما به من حقوقی پیشنهاد نکرد و از من خواست که طرحی برایش پیشنهاد کنم، ضمناً از من خواست که بهترین امکان برای بازگشت سرمایه اش را به عنوان سرمایه گذار در نظر بگیرم. روش درخواست او نه تنها موضوعات خاصی را به افکار من اجبار کرد، بلکه احساس مسئولیت سنگینی بردوش من نهاد. مشتری من به طرح پیشنهادی که تهیه کرده بودم

نگاهی انداخت و یک یا دو جایی که می توانست انگیزه ام را افزایش دهد را پیدا کرد ، بعدا متوجه شدم که او درست می گفت.

مذاکره خوب به معنی رسیدن به هر چیزی با روش انتخابی خودمان نیست، به معنی متعادل کردن یکدیگر است. شما در مقابل تمام آنچه که همتای شما می خواهد تسلیم نمی شوید، شما هم خواسته هایی دارید که باید آنها را تامین کنید. معادله برد-برد نیازمند حرکت دو طرفه است که تاثیر مثبتی روی ارتباط تجاری می گذارد و همین نه تنها ما را قادر به خرید یا فروش بیشتر می کند بلکه مهم تر آنکه منافعی را که همه به دنبال آن هستیم نیزافزایش می دهد.

در مذاکره موثر نباید فقط صرفا نگران اهداف خود باشیم ، بلکه باید به آنچه که طرف مقابل انتظار دارد یا هدف گذاری کرده است نیز توجه واقعی داشته و به خوبی آن را درک کنیم. هرچه که بیشتر به طرف مقابل برای رسیدن به آنچه که می خواهد کمک کنیم احتمالا همان قدر بیشتر به آنچه که از معامله انتظار داریم خواهیم رسید. بعضی از اساتید تاکید دارند که باید روی موقعیت خودتان متمرکز شوید، منطق پشت سر این ادعا این است که طرف مقابل (تنها) کسی است که می داند بهترین نتیجه برای او چیست، این توانایی احتمالا در مورد مذاکره کننده های ماهر صحیح می باشد ، ولی در مورد مذاکره کننده های بی تجربه توجه واقعی دوطرفه غالبا ضروری می باشد.

توجه بیشتر به انتظارات طرف مقابل باعث می شود که او کمتر از حقه استفاده کند، اطلاعات بیشتری را با رضایت ارائه کند و در نتیجه با احتمال بیشتری به راه حل مطلوب دست می یابد. اگر شما به ارتباط برد- برد بیشتر از برد- باخت فکر کنید در دراز مدت با استرس کمتر و موثرتر و بهتر عمل خواهید کرد.

یک نرم افزار نويس کوچک که به مدت دو تا سه سال با مشتری کار می کرد به طور برجسته ای با یک مثال این موضوع را روشن کرد، مشتری وی از هر فرصتی برای کاهش قیمت و گرفتن تخفیف بیشتر استفاده میکرد برنامه نويس از این موضوع خسته شد و روزی احساساتش پاسخش را تحت تاثیر

قرار داد، او برخواسته خودش پافشاری کرد و نتیجه آن قطع ارتباط بود. درحالیکه اگر هر دو طرف می توانستند براساس آنچه که برای طرف دیگر مهم است فکر کنند، می توانست گفتگوی صادقانه ای انجام شده و راه حل دوستانه و سودمندی به آسانی پیدا می شد.