

Negocjacje – najważniejsze zasady

Celem negocjacji w biznesie jest osiągnięcie jak najlepszego wyniku. Można to osiągnąć na dwa sposoby: stosując negocjacje pozycyjne lub oparte na współpracy. Te ostatnie często nazywane są negocjacjami według Harwardzkiego Modelu Współpracy.

Negocjacje pozycyjne (o sumie zerowej) stosowane są zarówno w biznesie jak i w życiu prywatnym. Ich zasadą jest osiągnięcie zwycięstwa jednej strony bez oglądania się na drugą stronę negocjującą. Tego typu negocjacje stosuje się gdy nie ma potrzeby budowania dobrych relacji między negocjującymi, bo transakcja jest jednokrotna np. sprzedaż auta na giełdzie samochodowej. Uczestnicy tych negocjacji traktują się jak rywale, nie interesuje ich jak druga strona będzie się czuła po zakończeniu po zakończeniu negocjacji. Komunikacja opiera się nie ujawnianiu swoich prawdziwych emocji, uczuć czy interesów i jest zamknięta na drugą stronę. Obydwie strony mogą bez oporu stosować manipulacje, uważając że cel uświęca środki.

Drugim rodzajem negocjacji są negocjacje oparte na współpracy, kiedy to obie strony poszukują takich rozwiązań, które w jak największym stopniu będzie korzystne dla każdej z nich. W negocjacjach tego typu bardzo ważne jest dostrzeganie nie tylko swoich ewentualnych korzyści ale także zwracanie uwagi na drugą stronę, by i ona osiągnęła zadowolenie z przeprowadzonej transakcji. W negocjacjach nastawionych na współpracę bardzo ważne jest zrozumienie interesów i postaw strony partnera czyli jakie są przyczyny takiego postępowania i dlaczego one są tak ważne. Traktuje się drugą stronę bardziej jako partnera niż rywala dbając jednocześnie o dobre relacje podczas negocjacji. Komunikacja jest otwarta, oparta na ujawnianiu swoich intencji i interesów. Tego typu negocjacje stosuje się np. tam gdzie zależy nam na wieloletniej dobrej współpracy.

Cztery podstawowe zasady negocjacji opartych harwardzkim modelem negocjacyjnym można przedstawić następująco:

1. **ODDZIEL LUDZI OD PROBLEMU** W negocjacjach biorą udział żywi, konkretni ludzie, ze swoimi emocjami, charakterem, doświadczeniem, marzeniami, zestawem wartości. To one często powodują, że do kogoś czujemy sympatię lub niechęć. Musimy zdawać sobie sprawę że to nasze nastawienie może wpływać na przebieg negocjacji. Ale musimy nauczyć się negocjować bez względu na to jakie uczucia czy emocje budzi druga strona negocjacji. **ISTOTNY JEST PROBLEM NEGOCJACYJNY**. I tylko on się liczy.
2. **SKONCENTRUJ SIĘ NA INTERESACH A NIE NA STANOWISKACH**. Należy zrozumieć czym różni się stanowisko od interesu. Stanowiskiem jest np. cena, okres gwarancyjny a interesem to powód dlaczego są one tak ważne dla negocjującego. Istotą tego typu negocjacji jest dotarcie do prawdziwych interesów strony przeciwnej oraz ujawnienie najistotniejszych naszych interesów. Pozwala to na zrozumienie postępowania każdej ze stron negocjacji.
3. **STARAJ SIĘ WYPRACOWAĆ ROZWIĄZANIA KORZYSTNE DLA OBU STRON**. Jeśli uznamy, że celem negocjacji jest realizacja interesów na drodze porozumienia, a nie zwycięstwo nad partnerem traktowanym jako przeciwnik, naturalne stają się starania, aby obie strony wyniosły z negocjacji korzyść. Należy także uwzględnić czynnik psychologiczny rzutujący na przyjęcie rezultatu negocjacji. Jeśli negocjacje zakończą się wynikiem świadczącym wyraźnie o twojej wygranej, to oddaj coś drugiej stronie, aby i oni widzieli jakąś korzyść dla siebie.
4. **KORZYSTAJ Z OBIEKTYWNYCH KRYTERIÓW**. Propozycje - zarówno swoje jak i drugiej strony - powinniśmy odnosić do kryteriów niezależnych od obu stron i uzasadnionych. Oznacza to, że nie należy stosować kryteriów subiektywnych, wyrażających nasze własne osądy i mniemania. Negocjowane kwestie powinny być prezentowane przy użyciu obiektywnych kryteriów, najlepiej opartych na standardach ilościowych. Gdy brak jest takich wymiernych odniesień, jak np. wskaźniki liczbowe, należy wspólnie uzgodnić, co będzie akceptowaną przez obie strony miarą porównań.

Przygotowanie do negocjacji

1. Ustal cele negocjacyjne dla siebie
2. Ustal ich kryteria:
 - a. Ważność – łatwy, trudny, najistotniejszy, małoistotny
 - b. Możliwość powstania konfliktów, drażliwość celu negocjacyjnego
 - c. Stopień skomplikowania
 - d. Minima i maksima do
3. Postaraj się przewidzieć punkt 1 i 2 dla drugiej strony negocjacji
4. Zbierz jak najwięcej informacji o drugiej stronie
 - a. O osobach negocjujących
 - b. Danych historycznych firmy
 - c. Twoich poprzednikach w obszarze negocjacji
 - d. Twoich obecnych prawdopodobnych konkurentach w obszarze negocjacji
5. Opracuj swoją BATNĘ i postaraj się przewidzieć BATNĘ drugiej strony
6. Opracuj listę swoich argumentów i uszereguj wg ich ważności i postaraj się przewidzieć taką listę drugiej strony
7. Przygotuj obiektywne dane do oceny argumentów – dane rynkowe, analizy etc.
8. Przydziel odpowiednie role uczestnikom swojego zespołu negocjacyjnego i omów ich zakres postępowania.
9. Wypracuj razem z zespołem listę kontrargumentów na możliwe zarzuty drugiej strony.
10. Idąc na negocjacje myśl pozytywnie

Zasady targowania

1. Zawsze na pierwszą propozycję powiedz NIE, aby potem klient docenił wagę ustępstwa.
2. Mów klientowi dużo komplementów, doceniaj jego kunszt handlowy, podkreślaj, że jest wymagającym partnerem.
3. Ustępuj z wysiłkiem, zmniejszając za każdym razem skalę ustępstw; klient powinien czuć, że zbliża się do granicy.
4. Zawsze żądaj czegoś w zamian za swoje, nawet niewielkie ustępstwo.
5. Nigdy nie ustępuj pierwszy w sprawach zasadniczych, lecz czynь małe gesty, podkreślając ich znaczenie.
6. Przypominaj o swoich ustępstwach klientowi.
7. Nie akcentuj swojej gotowości do bycia „elastycznym”, bo druga strona odbierze to jako zapowiedź znacznych ustępstw.
8. Nie demonstruj zadowolenia z ustępstw klienta, chyba że jest nim bezwarunkowa akceptacja twojej oferty.
9. Nie musisz na każde ustępstwo klienta odpowiadać swoim.
10. Zaczynaj z możliwie wysokiego pułapu, abyś miał z czego ustępować.

Na koniec negocjacji docień klienta, podkreśl że dokonał świetnej decyzji