

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مهارت‌های ارتباطی اول و فنون مذاکره

آزیتا اسدی

مدرس مورد تایید پژوهشکده بیمه مرکزی

مشاور سیستم‌های مدیریت کیفیت (استاندارد سازی)

و مدیریت فرایندهای کسب و کار *BPMS*

نماینده شرکت مهندسی کاوش رشد عوامل بهره‌وری تهران در

غرب کشور

شماره تماس : ۰۹۱۸۷۸۴۹۵۸۵

طرح درس: مهارت‌های ارتباطی و فنون مذاکره

ویژه دوره آموزشی و توجیهی متقاضیان نمایندگی بیمه فاقد سابقه کار

هدف درس: آشنایی با مهارت‌های ارتباطی فنون مذاکره

سرفصلها:

مفاهیم تعاریف و کلیات

انواع مذاکره و مهارت‌های اصلی مذاکره کننده

فرایند مذاکره

اصول مذاکره

تکنیک های مذاکره

مطالعه و توان پاسخگویی به ایرادات و نگرانی های مشتریان

رفع ایرادهای مهم بیمه‌ای و برطرف نمودن موانع فروش

توافق و تفاهم

نقش فرهنگ در مذاکره

ملاحظات حقوقی در مذاکره

ویژه دوره آموزشی جبرانی و تکمیلی متقاضیان نمایندگی پایین تر از مدرک کارشناسی

مقدمه :

انسان به عنوان تنها موجود اجتماعی روی این کره خاکی از ابتدا به دنبال راههای برقراری ارتباط و تعامل با انسان و محیط اطرافش بوده و هست . یکی از این ابزارهای لازم برای ارتباط مذاکره یا گفتگو است . پس تعریف مذاکره به زبان ساده و روان یعنی توافقی که دو نفر یا چند نفر از آن نفع ببرند . و در واقع قواعدی هستند که طرفین مذاکره باید آن را رعایت کنند .

تکنولوژی هم در تجارت جهانی امروز به سرعت در حال پیشرفت است. با این وجود برخی چیزها همواره ثابت خواهند بود اما هنر مذاکره به اندازه داشتن مهارت در کسب و کار مهم است و هیچ وقت نیاز به آن از بین نمی رود. ولی سوال اینجاست که چرا واقعا هنر مذاکره مهم است؟ داشتن مهارت مذاکره قوی می تواند میان یک مصالحه موثر و یک ضرر عظیم تفاوت ایجاد کند. به همین دلیل داشتن مهارت مذاکره برای موفقیت در تجارت از اهمیت بالایی برخوردار است و می تواند موفقیت شما را سبب شود. اما مهارت های مهم در مذاکره چیست و چرا داشتن این مهارت ها از اهمیت بالایی برخوردار است؟

داشتن اعتماد به نفس

یکی از مهارت های بسیار مهم مذاکره این است که شما بدانید چه زمانی باید حرف بزنید.

در مذاکرات خود رفتار عادلانه ای داشته باشید.

داشتن مهارت ارتباط با افراد نیز امری بسیار مهم به شمار می رود.

سوال : چرا انسان ها با یکدیگر مذاکره می کنند!؟

در کل مذاکره یک ضرورت زندگی اجتماعی است و ما به هر حال یک مذاکره کننده هستیم . انگیزه، هدف و رسالت هر نوع مذاکره از ابتدایی ترین سطح، یعنی خانواده تا بالاترین و پیشرفته ترین حد، یعنی مذاکرات بین المللی این است که طرفین برای تامین نیازها یا منافع مشروع خود به توافق برسند.

آشنایی با تعاریف و مفاهیم مذاکره :

تعاریف متعددی در مورد مذاکره وجود دارد ولی در نهایت همه روی یک نقطه اتفاق نظر دارند و آن رسیدن به یک توافق و یک تصمیم مشترک میباشد.

کاربردی ترین و تنها ترین نتیجه یک مذاکره در درک صحیح طرفین از گفتار ؛ نوشتار و مواردی است که ممکن است حتی بیان هم نشود.

مذاکره، جریان مداوم رفت و برگشت ارتباطات موثر به منظور رسیدن به یک تصمیم مشترک است.

اصول ارتباطات موثر در مذاکره :

ارتباطات به مفهوم انتقال و تبادل اطلاعات، معانی و مفاهیم و احساسات بین افراد به صورت باواسطه یا بدون واسطه است.

ارتباطات، فرآیندی است که طی آن افراد می کوشند تا مفاهیم و مقاصد خود را از طریق پیام های عادی نمادین به یکدیگر انتقال دهند

در تمامی دوران های ذیل، نوع ایجاد ارتباط بین طرفین متفاوت بوده و ارتباطات موثر به روش های مرتبط با هر زمان بروز می نمود. در هزاره سوم نیز که دوران فراصنعتی یا عصر خرید و فروش است، دو عامل مهم باعث رسیدن به قدرت می شود: اطلاعات و ارتباطات.

فراصنعتی	صنعتی	کشاورزی	غارنشینی
خریدار - فروشنده	مدیر - کارمند کارفرما - کارگر	ارباب - رعیت	برده دار - برده
اطلاعات - ارتباطات	انگیزش	پول	زور

فرآیند ارتباطات:

فرآیند ارتباطات به طور ساده در الگویی متشکل از سه بخش اصلی ارتباطات یعنی؛ فرستنده پیام، و گیرنده پیام خلاصه میشود.



انواع پیام:

انواع پیام	فعالیت فرستنده	فعالیت گیرنده	مثال
شنیداری	سخن گفتن	گوش دادن	مکالمات
دیداری	عمل	مشاهده	خدا حافظی با دست
نوشتاری	نوشتن	خواندن	نامه
شنیداری - دیداری	سخن گفتن و عمل	گوش کردن و مشاهده	کلاس درس
دیداری - نوشتاری	عمل و نوشتن خواندن	مشاهده آگهی	مجلات
شنیداری - نوشتاری	سخن گفتن و نوشتن	گوش کردن و خواندن	جزوه استاد در کلاس

ارتباطات تصویری :

در این نوع ارتباطات، به طور معمول هیچ نوع کلام، حرف و یا حرکتی وجود ندارد.



ارتباطات غیر کلامی (زبان بدن) : *BODY LANGUAGE*

زبان بدن، مجموعه حرکات و رفتار ما هنگام ایجاد ارتباط با مخاطب است. ما می بایست به عنوان یک مدیر حرفه ای یا یک مذاکره کننده موفق از ظاهر افراد اطلاعات بسیار زیادی دریافت کنیم. و این به ما کمک می کند که مخاطب پیش از آن که خود شروع به حرف زدن نماید، مجموعه تفکرات، اندیشه ها و احساسات وی را نسبت به خودمان حدس بزنیم. گرچه این حدسیات قطعیت ندارد ولی کمک می کند تا بتوانیم مخاطب را بهتر بشناسیم.

آشنایی با زبان بدن (*Body Language*)

زبان بدن بخشی از ارتباط غیرلفظی است
زبان لفظی ۷٪،

صوت (آهنگ-ریتم-لحن) ۳۸٪

و زبان بدن ۵۵٪ از ارتباط را تشکیل میدهد

حرکات و اشارات مانند حروفی هستند که در کنار یکدیگر قرار گرفته و کلمات را میسازند .
پیوستگی حرکات و اشارات در موقعیتهای متفاوت جملاتی میسازند که پیامهای مختلفی را منتقل میکند

باتوجه به ارتباط نزدیک روان آدمی با حرکات و اشارات صادره از وی و نیمه آگاهانه بودن آن، زبان صادقانه تری است .

زبان بدن ما را به حقایق ماورای گفتگو آشنا میکند .

زبان بدن ما را در برقراری ارتباط بهتر با مخاطب و انتقال پیامهایمان یاری میدهد.

نمونه های از زبان بدن :

احساس با دست : نحوه لمس دیگران، نشان دهنده احساس شما نسبت به آنها است. زمانی که با کف دست بطور کامل، آنها را لمس کنید، نشان دهنده محبت، آشنایی و علاقه است. لمس دیگران، فقط با نوک انگشتان به معنای علاقه کمتر، یا حتی کمی رنجش است.



زمانی که فردی شما را لمس کند، اگر دست هایش گرم باشند، بدین معنی است که وی تقریباً آسوده و آسان است. دست های سرد و مرطوب نشان میدهند که فرد عصبی و هیجان زده است. البته نه الزاماً بخاطر شما، شاید تحت تاثیر شرایط و محیط قرار گرفته باشد. طبق معمول باز بودن کف دست تأثیری مثبت بر روی افراد دارد. این حرکت در زمان عقد یک قرارداد یا جبران یک موضوع، موثر است. باز بودن کف دست ها به همراه بازوهای کشیده به معنای پذیرش، صراحت و اعتماد است. این حرکت اگر با تکان شانه ها همراه باشد، میتواند به معنای تسلیم یا اقرار به ضعف باشد. انگار که بگویید، "بی اطلاع هستم."

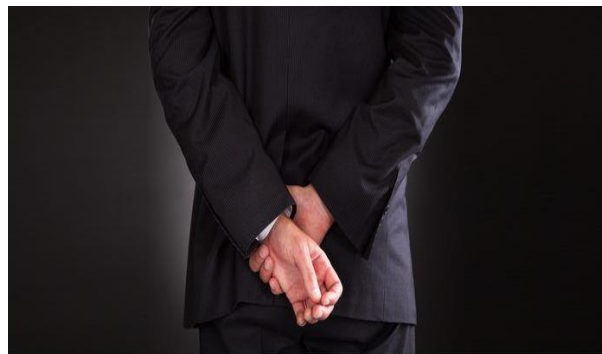


کف دست رو به پایین : این حرکت به معنای اعتماد به نفس بوده و نشان میدهد که شما کار خود را بلد هستید. اما به معنای سخت گیری و عدم انعطاف نیز هست. کف دست رو به پایین با انگشتان صاف نشان دهنده حس قدرت، حتی سلطه یا مبارزه طلبی است.



اگر فردی با این حالت با شما در حال صحبت باشد، این بدان معنی است که او تصمیم خود را عوض نخواهد کرد و احتمالاً شما باید روش خود را تغییر دهید. اگر این حرکت با ضربه رو به پایین همراه باشد، نشان دهنده مخالفت شدید است.

قرار گرفتن دست ها در پشت : زبان بدن دستها در این حالت، طبق معمول نشان دهنده میزانی از اعتماد به نفس است؛ زیرا قسمت بالا تنه در دسترس دید قرار می گیرد.



این حالت را اغلب میتوان در مردان دید. اگر چه همیشه بهتر است دست ها نشان داده شوند، اما این حالت احتمالاً استثنای بر قاعده است اگر نتوانید اعتماد به نفس تان را از طریق دست ها نشان دهید. برای تعداد زیادی از افراد، این حالت دست باعث می شود زمانی که دیگران به آن ها نگاه کنند، احساس خوبی نداشته باشند.

گره کردن مشت : گره کردن مشت طبق معمول اشاره به عزم راسخ دارد. مثلاً زمانی که فرد، خود را برای بازی فوتبال یا مشت زنی آماده می کند. این وضعیت می تواند حالتی از سرکشی را نشان دهد. گره کردن مشت به طوری که شست در آن جمع شده باشد، نشان دهنده ناراحتی است. این شخص مضطرب است و سعی دارد خودش را خشن نشان دهد.



قرار دادن دست ها بر روی قلب : زبان بدن دستها در این حالت نشان می دهد که فرد تمایل دارد باور یا پذیرفته شود. اگر چه این حالت ممکن است نشان دهنده خلوص نیت در ارتباط باشد، اما الزاماً به معنای صداقت نیست. این فقط به این معنی است که «میخواهم من را باور داشته باشی» چه حرف من راست باشد یا نباشد». بدین معنی که «آنچه که میگویم از صمیم قلب است».

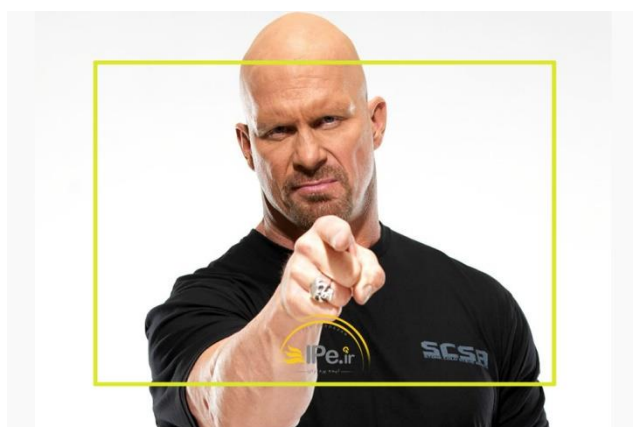


تکان دادن دست به شکل ساطور: این حرکت دست نشان دهنده تأکید و طبق معمول آمرانه و دیکتاتور منش است. این حالت نشان می دهد که فرد تصمیم خود را گرفته است و احتمالاً آن را تغییر نخواهد داد. اغلب از این حالت می توان برای طرح مطلب استفاده کرد. بعنوان مثال، از این حرکت می توان برای جداسازی یک ایده به دو مقوله جدا استفاده کرد. اگر از این ژست استفاده میکنید، سعی کنید بیش از حد خشن و پرخاشگر بنظر نرسید



اشاره کردن با انگشت : اشاره با انگشت به سمت یک شخص در زمان صحبت، ژستی آمرانه و دیکتاتور منش است. افراد زمانی اینکار را انجام می دهند که بخواهند خود را با ابهت نشان دهند؛ از جمله والدین که آن را برای کودکان خود و معلمان برای دانش آموزان شیطان بکار می برند. روشی که برای نشان دادن عصبانیت مناسب است.

اگر از این ژست برای فردی به سن و سال خود استفاده کنید، نشان دهنده تکبر و غرور است. حرکتی بحث برانگیز، تهاجمی و توهین آمیز. حالت شدیدتر آن ضربه زدن با انگشت است. در هر صورت، اشاره کردن به دیگران رفتاری بی ادبانه قلمداد می شود. بهتر است با کل دست خود به دیگران اشاره کنید.



با این حال، اشاره کردن از روی شوخی و به همراه چشمک نشان دهنده تایید یا تصدیق است. اشاره کردن با انگشت در هوا میتواند به اهمیت جملات شما بیفزاید. در این صورت، افراد، اعتماد به نفس و قدرت شما را باور خواهند کرد. دقت کنید که چطور سیاستمداران و واعظان از این حرکت در سخنرانی های خود استفاده می کنند.



اگر از این ژست برای فردی به سن و سال خود استفاده کنید، نشان دهنده تکبر و غرور است. حرکتی بحث برانگیز، تهاجمی و توهین آمیز. حالت شدیدتر آن ضربه زدن با انگشت است. در هر صورت، اشاره کردن به دیگران رفتاری بی ادبانه قلمداد می شود. بهتر است با کل دست خود به دیگران اشاره کنید. با این حال، اشاره کردن از روی شوخی و به همراه چشمک نشان دهنده تایید یا تصدیق است. اشاره کردن با انگشت در هوا میتواند به اهمیت جملات شما بیفزاید. در این صورت، افراد، اعتماد به نفس و قدرت شما را باور خواهند کرد. دقت کنید که چطور سیاستمداران و واعظان از این حرکت در سخنرانی های خود استفاده می کنند.

مالش دست ها به یکدیگر: مالش دست ها به یک دیگر در زبان بدن دستها، نشان دهنده پیش نگری یا انتظار وقوع چیزی است. همیشه به یاد داشته باشید که حرکات مالشی برای از بین بردن استرس استفاده می شوند و هیجان زدگی زیاد برای به وقوع پیوستن چیزی، نوعی استرس مثبت است. فرم دیگری از این حرکت، شکستن بند انگشتان است که نشان دهنده آمادگی فرد برای انجام کار است.



محکم گرفتن و به هم فشردن دست ها: محکم گرفتن و به هم فشردن دست ها به یک دیگر حرکتی “خود تسکین دهنده” است. فردی که اینکار را انجام می دهد، ناراحت و شاید حتی عصبی یا ترسیده باشد. او سعی می کند تا بخود خاطر جمعی دهد: “همه ی چیز خوب پیش خواهد رفت.” نوع دیگری از این حرکت، مالش میج دست است. دستان قلاب شده با انگشتان درهم آمیخته نشان دهنده اضطراب و درماندگی است.



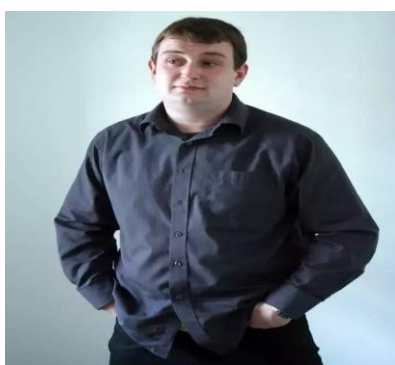
قرار دادن نوک انگشتان دو دست بر روی یکدیگر: در این حالت، شخص انگشتان دو دست را به گونه‌ای بر روی هم قرار میدهد که شکل یک مناره شود. این ژست نشان دهنده اعتماد به نفس و خود استواری است. این حرکت را می‌توانید در وکلا یا بازیکنان شطرنج ببینید زمانی که راهی برای بردن از رقیب خود پیدا کرده‌اند. با این حال، نباید بیش از این حد از این حرکت در نشان دادن زبان بدن دست‌های خود استفاده کنید، زیرا نشان دهنده تحکم است.



دست به کمر: (مسلط به اوضاع) گاهی اوقات این حرکت رفتاری غیر دوستانه تلقی میشود، اما اغلب اوقات به معنای حاضر و آمادگی فرد است. طبق معمول این حرکت در افراد پرکار، ورزشکار و افراد فعال دیده می‌شود. مطمئناً گاهی اوقات این حالت میتواند نشان دهنده قدرت و برتری باشد. بعنوان مثال، این ژست توسط مقامات نظامی و انتظامی برای نشان دادن قاطعیت و نظارت اوضاع مورد استفاده قرار می‌گیرد.



دست در جیب : قرار دادن دست در جیب نشان دهنده عدم تمایل، عدم اعتماد و بی میلی است. اگر فرد دست هایش را در جیب خود نگه دارد، ابتدا باید علاقه و اعتماد وی را بخود جلب کنید. حتی اگر شخصی سعی کند افکار واقعی اش را پنهان نماید، دست هایش حقیقت را برملا خواهند کرد.



اگر نسبت به زبان بدن دست ها حساس باشید، میتوانید دست به اقدامات مناسب زده و پاسخ های مناسبی نیز دریافت کنید. اکنون به دست های خود توجه کنید. میتوانید بطور خود آگاه حرکاتی را برای ارسال پیام های دلخواه تان تمرین کنید، به ویژه حرکاتی که به ایجاد همبستگی و افزایش تاثیر گذاری بر دیگران کمک می کنند.

استفاده از حرکات دست هنگام صحبت کردن : هنگام صحبت کردن از حرکات دست استفاده کنید. کارشناسان معتقدند سخنرانان خوب هنگام گفت وگو ها یا سخنرانی هایشان بیش از دیگران از حرکات دست استفاده میکنند. از نظر کارشناسان حرکات دست موجب اعتماد بیشتر شنوندگان به سخنران میشود.



حرکات پیچیده‌ای مانند حرکت دو دست بالای کمر با تفکر پیچیده در ارتباط است. سیاستمدارانی مانند بیل کلینتون، باراک اوباما، کالین پاول و تونی بلر سخنرانانی کاریزماتیک و مؤثر هستند که یکی از دلایلی می‌تواند استفاده آنان از حرکت کردن در اطراف اتاق در موقع سخنرانی حرکات دست در موقع سخنرانی باشد.

فقط دست‌هایتان را حرکت ندهید. سخنرانان بزرگ در اطراف حرکت می‌کنند. به اسلایدها اشاره میکنند و فاصله .

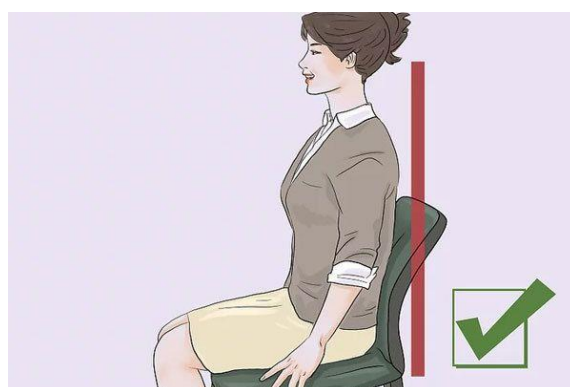
اگر هنگام صحبت کردن یا حین مکالمه با دیگران، دستان خود را در جیب‌های خود قرار دهید، ممکن است نامطمئن و بسته بنظر برسید. در مقابل، اگر دستانتان را از جیب خود بیرون بیاورید و کف دستان را به سمت بالا نگاه‌دارید، بنظر دوست‌داشتنی و باورپذیر می‌آیید. خودشان با مخاطبان را تغییر می‌دهند. به عبارت دیگر آن‌ها پرحرارت و متحرک هستند.



استفاده از اشارات و حرکات نمادین : این‌گونه حرکات نمادین معادل کلمات هستند. نمادها می‌توانند پرخاشگرانه یا پذیرنده باشند. به یاد داشته باشید که عده‌ای از نشانه‌ها در فرهنگ‌های مختلف معنایی متفاوت دارند. مشت‌های بسته و یا تنش در بدن می‌تواند نشانه‌هایی از پرخاشگری و حمله باشد، و نشان می‌دهد که فرد خود را برای مبارزه آماده می‌کند. هم‌چنین رو به طرف مقابل کردن، حالت یک فرد آماده برای مبارزه را به خود گرفتن و به سمت فرد مقابل حرکت کردن، و نشستن نزدیک او می‌تواند نشانه‌هایی از حمله باشد. در مقابل، حرکاتی مثل جمع کردن بازوها و کف دستان را به یک سمت قرار دادن، یک حرکت پذیرنده است. تکان دادن سر زمانی که شخص مقابل صحبت می‌کند نشان می‌دهد شما با او موافق و یک شنونده عالی نشان هستید.



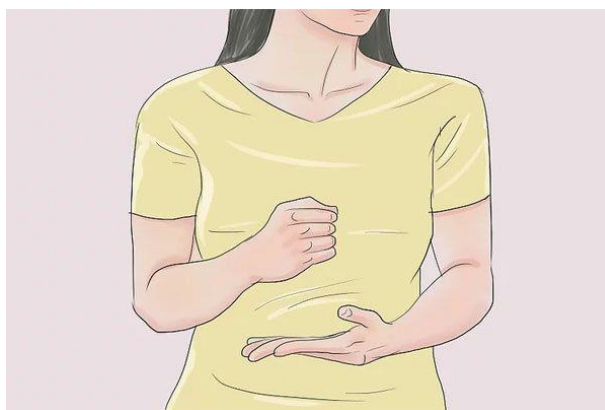
داشتن فیگور و حالت بدنی درست : به درستی بایستید و صاف بنشینید. اگر مثلاً به یک گفت‌وگو کاری رفتید و وضعیت بدنی مناسبی نداشته باشید ممکن است در ذهن گفت‌وگوکننده تأثیر نامناسب بگذارید. پوزیشن بد با اعتماد به نفس ضعیف، خستگی، و غیرتعاملی بودن در ارتباط است. اگر شما صاف ننشینید ممکن است دیگران فکر کنند که شما فرد تنبل و منفعلی هستید.



انعکاس رفتار طرف مقابل «حرکات آینه ای»: انعکاس زمانی رخ میدهد که یک فرد وضعیت طرف مقابلش را تقلید میکند. با تکرار کردن حرکات دیگران شما این احساس را به طرف مقابل می‌دهید که مورد پذیرش قرار گرفته است.



شما می توانید تن صدای شخص، زبان بدن یا موقعیت بدن طرف مقابل را انعکاس دهید. حواس تان باشد اینکار را به طور مکرر یا خیلی واضح انجام ندهید، در این مورد خیلی زیرکانه عمل کنید. انعکاس حرکات یکی از مؤثرترین روش های استفاده از زبان بدن برای ایجاد یک ارتباط خوب با دیگران است. تأکید بر نکات مهم کلام با حرکت و زبان بدن : بیش از یک ژست داشته باشید. این بشما کمک خواهد کرد که پیام خود را بهتر منتقل کنید. اگر می خواهید خاطر جمعی حاصل کنید که طرف مقابل دچار سوء تفاهم نشود و به درستی درک شوید، وقتی دارید ایده خود را با صدای بلند مطرح می کنید هم زمان حرکات خود را تکرار کنید.



اگر شنونده با یک حرکت جذب سخنران نشد، سخنران احتمالاً با یک حرکت دیگر می تواند توجه وی را جلب کند. لازم نیست که برای هر عبارتی که میگویید از یک «یا دو» حالت و فیگور بدنی خاص استفاده کنید، اما ایده خوبی است که یک جعبه ابزاری از حرکات را در ذهن داشته باشید که با کمک آنها مفاهیم مهمی را که به سادگی ممکن است اشتباه تفسیر شوند را تقویت کنید. اگر مثبت ترین حرکات خود را به شنونده نشان دهید، این پیام را به او می رسانید که قرار است به یک نتیجه مطلوب برسد. حرکات منفی را از خودتان و شنوندهتان دور کنید. به این ترتیب شما به وضوح نشان می دهید که نمی خواهید هیچ مانعی در مسیر انتقال پیامتان قرار داشته باشد. اجتناب از حرکات بدن که شمارا عصبی و غیر قابل اعتماد نشان می دهد : از حرکاتی که شمارا عصبی و غیر قابل اعتماد نشان میدهد اجتناب کنید. علائم زبان بدن تان را بازرسی کنید. مراقب چشمان سرگردان، بازی کردن با کرک لباس و مرتب فین فین کردن خود باشید. لمس چهره از نشانه های اضطراب است. وضعیت خود را اصلاح کنید. اگر شما به طور مداوم و بیش از حد صورت خود را لمس کنید، نمیتوانید با اعتماد به نفس، مهربان و پذیرا و یا آسان بنظر برسید

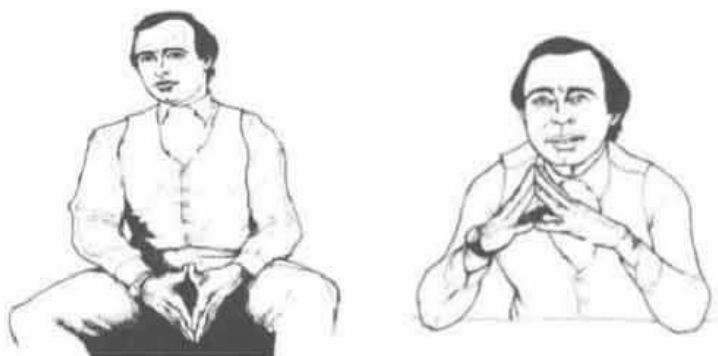


وضعیت خودتان را اصلاح کرده و تلاش کنید تیک‌های عصبی‌تان را از بین ببرید. اینکار ممکن است سخت و زمان‌بر باشد اما به سرعت می‌تواند ارتباطات غیرکلامی شما را التیام ببخشد. این مجموعه حرکات کوچک مطمئناً اثر پیام شما را کاهش می‌دهد. اما در مورد انجام این حرکات به‌طور تصادفی و در عده‌ای از شرایط خیلی نگران نباشید.

دست به سینه (مخالف): کسی که دست به سینه می‌شود وارد گارد دفاعی شده! در کودکی زمانی که از موقعیتی خوشمان نمی‌آمد، یا در شرایط نگران‌کننده‌ای قرار می‌گرفتیم، پشت پدر یا مادر خود مخفی می‌شدیم، اکنون در بزرگسالی همان حرکت را بصورت مخفیانه (با دست به سینه شدن) انجام می‌دهیم. شخص با دست به سینه شدن و همچنین با پا روی پا انداختن بین خود و شرایط مقابل رویش حفاظتی می‌سازد تا در پشت سر آن احساس امنیت و آرامش بیشتری کند



خم شدن روی میز (علاقه مندی)



ب

الف

دست جلوی دهان (زمانی که دستتان را جلوی دهانتان می‌گیرید، در واقع به کمک دهنتان می‌روید تا کنترل شما را در دست بگیرد و از بیان کردن بعضی مسائل جلوگیری کند. زمانی که می‌خواهید حرفی را مثل یک راز نگه دارید تا از دهانتان بیرون نپرد، دستتان را جلوی دهانتان می‌گیرید)

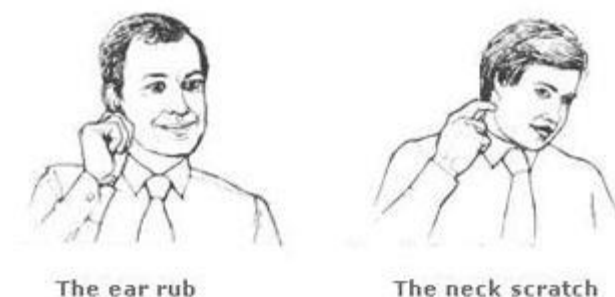


انگشت وی شقیقه (فکر کردن)



بازی کردن با خودکار (عدم تمرکز حواس)

خاراندن پشت گوش (دروغ گویی)



خاراندن پیشانی (تفکر برای دادن پاسخ)

ارتباطات تلفنی

ارتباطات تلفنی یکی از فرآیندهای ارتباطات غیر حضوری است که از نقطه نظرهای مختلف از اهمیت ویژه ای برخوردار است، همچون شمشیری دولبه، تلفن می تواند هم برای شما مفید و هم مضر باشد. چند نکته مهم در خصوص ارتباطات تلفنی از مکالمات شخصی پرهیزید.

بیشتر از سه زنگ، مخاطب را معطل ننمایید .

هنگام برداشت گوشی اول خود بعد سازمان خود را معرفی کنید.

” فکر می کنم“و، ... ” احتمالاً“، ” حدس می زنم“ هرگز به مخاطب نگویید :همیشه مطمئن صحبت کنید .

قبل از تماس با سازمان، اطلاعات مورد نیاز موضوع بحث را آماده کنید .

هدف از تماس گرفتن را بیان کنید .

از دادن اطلاعات غیر ضروری به افراد ناشناس و حتی آشنا پرهیزید .
شنود موثر داشته باشید.

بیش از حد او را **HOLD** ننمایید.

مکالمات را با نتیجه کامل خاتمه دهید.

تلفن های غیر مرتبط با واحد خود را به دیگران تفویض کنید.

هرگز بدون هماهنگی با مدیر خود، به مخاطب وعده ندهید.

پیام دستگاه منشی تلفنی خود را به مناسبت های اعیاد، عزاداری، تبریک و تسلیت تغییر دهید.

هنگام دریافت اطلاعات تلفنی، کلید واژه ها را یادداشت کنید تا فراموش نشود.

هرگز با اطمینان به تماس گیرنده گان نگویید که مدیر شما می تواند با ایشان صحبت کند.

در صورت پرسش راجع به موضوعی که اطلاع ندارید بهتر است بگویید ”اجازه بفرمایید بررسی کنم و

به شما اطلاع بدهم ، و از بکار بردن عباراتی همچون؛ ”اطلاع ، ”من در جریان نیستم “ندارم“و،... خودداری کنید.

مشخصات فرد تماس گیرنده را در جدولی که از پیش تهیه کرده اید و یا با استفاده از نرم افزارهای رایج مانند؛ **OutLook** ، ثبت نمایید

برگه ثبت مکالمات تلفنی
تاریخ تماس:
ساعت تماس:
نام و نام خانوادگی خانوادگی:
شماره تلفن:
شماره فکس:
موضوع:
نتیجه

ارتباطات رو در رو: در ارتباط رودررو نیز فاکتورهای بسیار مهمی وجود دارد که با توجه به آنها ورعایت آن می توانیم تاثیر گذاری بیشتری بر مخاطب بگذاریم. اولین گام در این نوع ارتباط، نوع دست دادن است که باید مورد توجه قرار داد. فراموش نکنیم، خوب دست دادن می تواند تاثیر ارتباطات ما را افزایش دهد.

بررسی عوامل موثر در ارتباطات:

روانشناسی به نام آلبرت مهربابیان رابطه زیر را جهت ارتباطات موثر حضوری کشف کرده است:

عامل	درصد تاثیر
وضعیت ظاهری	۵۵.٪
نوع گفتار	۳۸.٪
محتوی کلام	۷.٪

نتیجه:

بیشترین بیشترین عامل تاثیر گذاری بر مخاطب به وضعیت ظاهری هر فرد و کمترین میزان به محتوای اصلی پیام بستگی دارد.

ظاهر: ظاهر افراد تاثیر بسیار زیادی بر مخاطب دارد. ما همواره در نظر اول از روی ظاهر افراد ذهنیتی در خود ایجاد می نماییم و برداشت ذهنی ما از آنها تصویری ایجاد می کند که مبین شخصیت وی است. ظاهر نه تنها به جذابیت فرد بستگی دارد بلکه به سایر عواملی همچون نوع لباس پوشیدن، مرتب بودن وضعیت ظاهری، حتی به جزئیاتی همچون ساعت مچی، رنگ لباس و... و نیز نوع حرکات سر، دست، صورت، ابروان، و... (زبان بدن) بستگی دارد.

گفتار: نوع گفتار افراد نیز می تواند بر مخاطب تاثیر بگذارد. بارها در زندگی به این نکته برخورد کرده اید که از ظاهر افراد تصویری در ذهن شما ایجاد گردیده، به محض ایجاد ارتباط کلامی (گفتاری) و عدم تطابق نوع گفتار وی با تصویر ظاهری وی، ما به اشتباه افتاده ایم و برداشتمان در مورد وی تغییر کرده است. از دیگر فاکتورهای موثر در گفتار می توان به تن صدا، کلمات و واژه های ارائه شده، نوع جمله بندی و حتی بالا و پایین شدن صدای مخاطب ذکر نمود که همگی در نوع برداشت ما از وی تاثیر گذار خواهد بود. ما همواره از لهجه افراد می توانیم حدسیاتی در خصوص استان یا شهرستان محل زندگی آنها بزنیم.

محتوا: محتوای مطالبی که می خواهیم ارائه دهیم نیز در مخاطب می تواند تاثیر گذار باشد. همواره می بایست تلاش نمود تا مخاطب را در اولین جملات سخنانمان علاقه مند به صحبت خود کنید.

نکاتی چند در خصوص ارتباطات موثر: نوع پوشش ظاهری
نوع دست دادن ارتباط گیری اولیه موثر - حفظ فاصله جانبی حفظ تماس چشمی - شنود موثر - زبان بدن

علاوه بر نکات فوق رعایت موارد دیگری از جمله؛

استفاده از واژه های مورد علاقه مخاطب

انتقال واضح و شفاف پیام به مخاطب

اطمینان از دریافت صحیح پیام شما به مخاطب

مهارت های ارتباطات موثر:

اثر اولین برخورد *view First*:

در ارتباطات رودررو، مهمترین تاثیر روی مخاطب، اولین باری است که با مخاطب ایجاد ارتباط مینمایید. و این برخورد بیشترین تاثیر را خواهد داشت.

اگر در اولین ملاقات، نتوانید روی مخاطب تاثیر بگذارید، بسیار دشوار خواهد بود تا در ادامه ارتباطات بعدی موفق شوید.

نوع لباس پوشیدن

آراستگی ظاهر

نوع نشستن

نوع حرف زدن و..

(*Second view*) دوم: یکی دیگر از فاکتورهای مهم در ارتباطات، داشتن دید دوم است. بسیاری از مدیران از این ویژگی برای محک زدن شما استفاده می کنند. با دستورهای دور از انتظار انعطاف پذیری طرف مقابل را ارزیابی می کنند.

نشان دادن شنود موثر:

- در ارتباطات رودررو یا حضوری با حفظ تماس چشمی و تکان دادن سر به مشتری نشان دهید حرفهای او را کاملاً میشنوید.

”چشم“

”صحیح میفرمائید“

-در ارتباطات تلفنی با گفتن کلماتی همچون “بله”

و... به مشتری القاء کنید که حرفهای او را میشنوید.

- از حرکات اضافی مانند نگاه کردن به اطراف، ساعت، ورق زدن و نوشتن خودداری کنید.

- حرف مشتری را قطع نکنید و اجازه دهید تمام مطالب خود را بازگو کند سپس مطالب خود را بیان کنید.

- پرسشهایی مطرح کنید که مشتری احساس کند به مطالب او گوش داده اید.

- یادداشت بردارید اما اول از مشتری اجازه بگیرید از این کار خوشش می آید.

- به صدا و نحوه صحبت کردن خودتان توجه کنید.

دلایل عدم شنود موثر :

مشتری از ما خوشش نمی آید.

-مشتری از مطالب ما خوشش نمی آید.

-زمان کافی برای شنیدن مطالب ما ندارد.

-مشتری علاقه دارد بیشتر گوینده باشد تا شنونده .

-مطالب ارائه شده ربطی به مشتری ندارد .

-سر و صدای محیط بیش از حد است .

- بیماری روحی روانی دارد.

نتایج تحقیقات نشان می دهد

گوش کردن به شکایت مشتریان ۹۰٪ کار است و حل کردن آن ۷٪ و پیگیری برای اطلاع از راضی شدن مشتری ۳٪ دیگر است

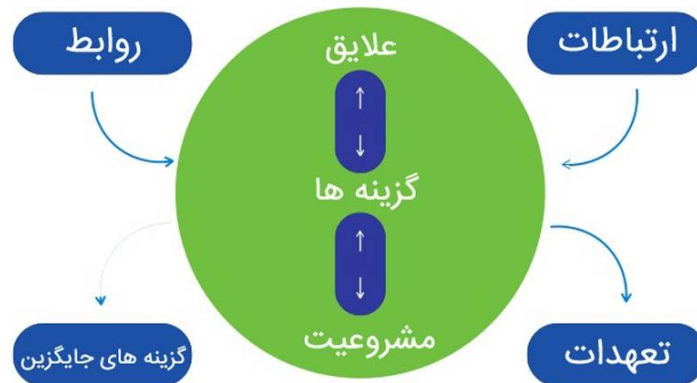
پس مذاکره چیست ؟ مذاکره می تواند ارتباطات را اثربخش و کاراتر کند و فرصتی است برای خلق رابطه برنده - برنده

مذاکره عبارت است از حرکت دو طرف به سمت منافع مشترک رسیدن به توافق برنده : میدانند به خاطر چه چیز لازم است پیکار کند، و بر سر چه چیزی توافق نماید.

بازنده :آن جا که نباید سازش میکند، و به خاطر چیزی که ارزش ندارد مبارزه میکند

عنصر مهم مذاکره:

۷ عنصر مذاکره موثر



اکثر انسان ها، استعداد مذاکره خدادادی ندارند. اما خبر خوب این است که تحقیقات نشان می دهند که افراد می توانند به شکل قابل توجهی این مهارت را با آموزش، آماده شدن و تمرین در خودشان بهبود بخشند. اعضای پروژه مذاکره “هاروارد” چارچوبی را برای کمک به افراد به منظور آماده شدن موثر برای داشتن مذاکرت بهتر تهیه نموده اند. این چارچوب ۷ مورد از اصلی ترین مهارت های لازم برای شناخت اهداف، آماده شدن برای پیشامدها و استفاده از فرصت ها در مذاکره را به شکلی موثر معرفی کرده اند. این هفت عنصر عبارتند از:

علائق و منافع: محرک های اساسی مذاکره، سود و منفعتی است که از آن مذاکره عاید افراد می شود. با وجود اینکه در مذاکرات از آنها سخنی بیان نمی شود اما آنها انگیزه ما، برای آنچه که انجام می دهیم و آنچه که می گوئیم را می سازد. به همین جهت است که مذاکره کنندگان با تجربه، مواضع هم تایان خود را بررسی می کنند تا منافع آن ها را بهتر درک کنند. مشروعیت و عدالت: اگر ما یک معامله عادلانه داشته باشیم، بسیاری از تصمیمات ما در مذاکرات اجرایی خواهد شد. تصور کنید کسی در معامله ای احساس کند که طرف مقابل قصد سواستفاده از وی را دارد، آنگاه رد شدن پیشنهاد طرف مقابل غیرقابل باور نخواهد بود. پس برای موفقیت در مذاکره، باید پیشنهاداتی را طرح کنیم که دیگران آن را منصفانه بدانند.

روابط: پس از مذاکره، ارتباط خود را با طرف مقابل خود حفظ کنید و بر این باور نباشید که دیگران او را ملاقات نخواهید کرد. کسب و کار آینده، شهرت و بسیاری از فاکتورهای کاری شما وابسته به روابطی خواهد بود که با دیگران داشته اید لذا بسیار اهمیت دارد که روابط خود را تقویت کنید.

گزینه ها: به هر انتخابی که طرفین برای دستیابی به منافع و اهداف خود در مذاکره در نظر می گیرند، گزینه گفته می شود. عموماً افراد با سرمایه گذاری روی شباهت ها و تفاوت های خود، سعی در به وجود آوردن یک معامله دو سر برد دارند که این موضوع سبب ارزش بخشیدن به مذاکره می شود و نتیجه ای جز بهبود رضایتشان نخواهد داشت.

تعهدات : تعهد در مذاکره صورت‌های گوناگون دارد. می‌تواند به صورت توافق، تقاضا، پیشنهاد و یا حتی قول یک یا چند طرف تعریف شود. تعهد می‌تواند شامل توافقی برای ملاقات در زمان و مکان خاصی یا یک پیشنهاد رسمی و قراردادی امضا شده باشد.

ارتباطات : مذاکره با هر روشی باشد، چه آنلاین چه تلفنی یا رو در رو، شما با فرد یا افراد دیگر در ارتباط خواهید بود. موفقیت در مذاکره به انتخاب ارتباطات شما بستگی دارد. یعنی چه گزینه‌هایی را مطرح کنید و چه نوع پیشنهادهایی را رد یا قبول کنید. برای موفقیت در مذاکره می‌توانید با طرح سوالات مربوط و تجزیه و تحلیل، موضوع را عمیق‌تر بررسی کنید.

5 مرحله اصلی در فرآیند مذاکره

می‌توان روند مذاکره میان گروه‌ها و سازمان‌های مختلف را در ۵ گام بررسی نمود. در سازمان‌های ساختار یافته امروزی که شرایط کاری شکل متفاوتی یافته است، داشتن مهارت مذاکره کافی می‌تواند نقش بسیار موثری را داشته باشد. موضوع اصلی که باید در روند مذاکره همواره به خاطر داشت این است که شما قرار است طی یک داد و ستد به توافقی دست پیدا کنید که برای تمامی طرفین مذاکره سودمند باشد.

فرآیند مذاکره ۵ مرحله دارد. در تمام مراحل یک مذاکره، طرفین با یک روش نظام‌مند در رابطه با نحوه تخصیص منابع کمیاب و حفظ منافع یکدیگر توافق می‌کنند. این ۵ مرحله عبارتند از:

1. آماده‌سازی و برنامه‌ریزی

قبل از شروع مذاکره، فرد باید تاریخ دقیق مذاکره را بداند تا خود را برای آن آماده کند همچنین باید از سوابق افراد مذاکره‌کننده و انتظارات و اهداف آنان از مذاکره اطلاعات کافی داشته باشد. اطلاعاتی در رابطه با اینکه چه کسی در جلسه شرکت خواهد کرد و چه درخواست‌هایی خواهد داشت نیز مواردی است که حتماً باید خود را برای آن آماده کرد.

2. تعریف قوانین

پس از اینکه برنامه‌ریزی‌های لازم قبل از مذاکره انجام شد، فرد باید قوانین و رویه‌های مذاکره با طرف مقابل را برای خود وضع کند. قوانینی من جمله اینکه مذاکره به کجا قرار است برسد، چه محدودیت‌های زمانی باید اعمال شود و چه مسائلی مذاکره را محدود خواهد کرد.

3. شفاف‌سازی و توجیه طرف مقابل

در روز مذاکره، طرفین نیازهای اصلی و اهداف خود را به طور صریح و واضح بیان می کنند و فرصتی برای اطلاع رسانی به یکدیگر ایجاد می کنند تا در مورد اهمیت اهدافشان و چگونگی رسیدن آنها صحبت کنند. در این مرحله ممکن است یکی از طرفین بخواهد اسنادی را برای توضیحات بیشتر و کمک به درک طرف مقابل ارائه دهد.

4. انجام معامله و حل مسئله

ماهیت فرآیند مذاکره تسلیم واقعی و تلاش برای ایجاد یک توافق مناسب است. در مذاکره به هر دو طرف باید امتیازاتی برسد.

5. جمع بندی و اجرای توافق

آخرین گام در فرآیند مذاکره، رسمی کردن موافقتنامه است. موافقت نامه ای که در مذاکره وضع شده و به توافق طرفین می رسد و برای توسعه و اجرا می بایست یک قرارداد رسمی داشته باشد.

فرآیند مذاکره : اکثر مدل های مذاکره بر اساس فعالیتهای قبل، حین و بعد از جلسات مذاکره، تکنیکها و روش های لازم را ارائه میدهد. لیکن، مذاکره یک تعامل پویا است که پس زمینه ارتباط (چرایی)، محتوای مذاکره (چیستی) و روش مذاکره (چگونگی) بیش از مراحل آن تعیین کننده هستند. همچنین استراتژی مذاکره به ما کمک می کند تا محتوای مذاکره و پیام های خود را متناسب با پس زمینه و اهداف انتخاب کنیم؛ سبک مذاکره در شیوه به کارگیری توانایی ها، تکنیکها و روش مناسب تعیین کننده است و یادگیری جریانی است دائمی که به ما کمک می کند تا با ارزیابی و شناخت بدست آمده از مخاطب و از شرایط مذاکره، اهداف، محتوا، و روشهای خود را بازبینی نماییم

رفتارهای اساسی که در فرآیند مذاکره باید رعایت شود :

اشخاص را از مسئله جدا کنید .

روی منافع متمرکز شوید نه مواضع .

قبل از تصمیم گیری، مجموعه های از راهکارها و گزینه ها را در نظر بگیرید .

بهترین گزینه را بر اساس اصول مورد توافق و معیارهای عینی انتخاب کنید.

مراحل قبل از مذاکره حرفه ای : لازم است قبل از مذاکره به موارد زیر توجه شود و قبل از مذاکره برنامه ریزی شود:

1. مقصد و هدف از مذاکره چیست؟ (دنبال چه هستیم)؟

2. موضوعات اصلی و دستور کار چیست ؟

3. نقاط قوت/ضعف/فرصت/تهدید کدامند؟ (امکانات و محدودیتهای کلیدی)

4. چه امتیازاتی را که میتوانیم بدهیم و یا بگیریم؟ (میزان سقف و کف آن)

5. چه مواردی قابل مذاکره و چه مواردی غیرقابل مذاکره میباشند؟ (خط قرمز)

6. استراتژی و تاکتیکهای اصلی مذاکره کدامند؟

7. مذاکره باید با چه پیشنهادی شروع شود ؟ (از کجا شروع شود) ؟

حین مذاکره : اولین و مهمترین گام حین مذاکره، در نحوه آغاز است. یک آغاز مناسب میتواند مذاکره را روان کند و یک شروع نامناسب میتواند باعث ایجاد تنش و خراب شدن کل فضای مذاکره شود. و مهمترین اصل در آغاز مذاکره نیز تکیه بر نقاط مشترک و یادآوری منافع مشترک است، نه شروع از اختلاف نظرها و مواضع متفاوت.

مرحله بعدی، شناخت و ارزیابی دیدگاهها، منافع و شرایط طرف مقابل اهمیت فراوان دارد

بنابراین بنابراین اول سعی کنیم بفهمیم، بفهمیم، بعد بفهمانیم

برای شناخت، لازم است اطلاعات مورد نیاز را کسب کنیم. مذاکره کنندگان موفق بیش از آنکه سخنوران خوبی باشند، لازم است مشاهده گر، پرسشگر و شنوندگان خوبی باشند.

بسیار رازها در حسرت پرسش هایی که سراغشان را نمی گیرند، تا ابد ناگفته باقی می ماند. همچنین کسب اطلاعات فقط از طریق کلام نیست و ارتباطات غیرکلامی (زبان بدن) تاثیر بسزایی در فضای مذاکره و نحوه برقراری ارتباط دارند.

در کل لازم است به نکات زیر در حین مذاکره توجه شود:

1- رفتاری حاکی از اعتماد به نفس و برخوردی حرفه ای از خود نشان دهید .

2- به دنبال یافتن منافع و نیازهای مشترک باشید. .

3- در صورت رد کردن پیشنهادی، دلیل خود را ارائه کنید. .

۴- مرتب نقاط توافق شده را مرور کنید تا به درک مشترکی برسید. .

۵- مطمئن شوید که طرف مقابل فعالانه و با احساس تعلق در مذاکره شرکت می کند. .

۶- از تمرکز روی افراد پرهیزید و بر مسئله متمرکز شوید.

خاتمه مذاکره : بسیاری از اوقات، رسیدن به توافق در یک جلسه مذاکره میسر نیست و معمولاً فرآیند مذاکره می تواند در یک دوره چند روزه، چندماهه و حتی چند ساله ادامه یابد. لیکن در هر جلسه لازم است تشخیص دهیم که کجا برای ختم جلسه مناسب است. معمولاً بهتر است جلسه مذاکره با تکیه بر توافق ها و نقاط مثبت مذاکره خاتمه یابد و موارد اختلاف احتمالی به جلسات بعدی موکول شود. به عبارت دیگر در خاتمه مذاکره لازم است که بدانیم در چه مورد توافق داریم و نیز توافق کنیم که در چه موردی توافق نداریم

برای دستیابی به توافق توجه به نکات زیر ضروری است:

بیشترین استفاده را از داشته های خود به عمل آورید .

به جای تمرکز بر روی سهم خود، اندازه کیک را تغییر دهید تا سهم طرفین افزایش یابد.

محکم ولی در عین حال انعطاف پذیر باشید.

طوری صحبت کنید که شما را درک کنند.

طوری گوش کنید که طرف مقابل را درک کنید.

بر منافع متمرکز شوید نه بر مواضع.

در اصول سختگیری کنید ولی در مقابل افراد ملایمت به خرج دهید.

مذاکره کننده خشن را با خوب گوش کردن و یادآوری منافع مشترک آرام کنید.

به دنبال موقعیت برنده – برنده باشید.

تعلل طرف مقابل را درک کنید و از عباراتی نظیر ”من می گویم باید“ پرهیز کنید.

بر زمینه های مشترکی که در طول بحث به آنها دست یافته اید تاکید کنید.

۱۲-مقداری ابهام میتواند بعضاً مفید باشد.



پیگیری مذاکره: فراموش نکنید

فرآیند مذاکره با توافق پایان نمیپذیرد، بلکه شروع یک رابطه همکاری است.

یک توافق موردی به تنهایی ملاک موفقیت نمی باشد. بلکه حفظ یک رابطه مستمر همکاری اهمیت دارد .

گاهی اوقات عدم معامله، بهتر از انجام یک معامله بد است .

مذاکره کنندگان موفق همیشه یاد می گیرند.

موارد توافق شده را مشخص کنید از خود بپرسید: چه کسی چه مقدار از چه چیزی را و در چه زمانی بدست می آورد؟

اگر امکان دارد در خاتمه جلسه توافقات را مکتوب کنید اگر توافقات کلامی(شفاهی) است، بعد از جلسه طی نامه ای آن را مکتوب کنید.

تدارک و برنامه ریزی: پیش از شروع مذاکره باید این نکته ها را روشن کرد :

ماهیت تعارض و اختلاف چیست؟

چه عواملی موجب بروز این اختلاف شده است؟

چه کسانی درگیرند و چه پنداشت یا برداشتی از مسئله مورد مذاکره دارند؟

مقصود شما از مذاکره چیست؟

چه هدفهایی دارید؟

برای تدوین استراتژی مورد نظر از اطلاعات جمع آوری شده استفاده کنید

همانند استاد شطرنج باید بدانید که در برابر هر حرکت طرف مقابل، چه حرکتی را باید انجام دهید

۲- تنظیم تاکتیک مذاکره پس از ارائه استراتژی:

(تدارک و برنامه ریزی) این آمادگی را دارید که برای خود و طرف مقابل ضوابطی را تعیین کنید .

آن مقررات از این قرار است :چه کسی یا کسانی مذاکره انجام خواهند داد؟

در کجا باید این مذاکره ها انجام شود؟

محدودیت زمان چقدر است؟

کدام مسئله (یا مسائل) دامنه مذاکره ها را محدود میسازند؟

اگر به بن بست رسیدید، چه باید بکنید؟ در این مرحله، طرفهای مذاکره پیشنهادهای نخستین را ارائه خواهند داد

۳- توضیح و توجیه:

پس از اعلام موضع اولیه، شما و طرف مذاکره باید تقاضای اصلی را توضیح داده، آن را توجیه کنید .

در این مرحله الزامی به برخورد و رویارویی نیست، زیرا در این مرحله طرفهای مذاکره به فرصتی دست می یابند تا با خواسته های طرف دیگر بیشتر آشنا شوند و دریابند که تقاضای آنها تا چه اندازه اهمیت دارد .

در این مرحله باید اسناد و مدارکی مبنی بر حقانیت درخواست و تقاضا ارائه کرد.

۴- بحث و ارائه راه حل:

ماهیت مذاکره بر داد و ستد قرار دارد. تردیدی نیست که طرف های درگیر باید کوتاه بیایند تا زمینه توافق فراهم شود

تنظیم توافقنامه :

تنظیم توافقنامه، آخرین مرحله ای است که در فرایند مذاکره به اجرا در میآید. در این موافقتنامه باید راهها و شیوه های اجرایی و جزئیات که مورد توافق طرفین قرار گرفته، مشخص گردد.

اصول مذاکره :

هنر و مهارت‌های شنیدن (شنود موثر) :

یکی از رموز موفقیت در مذاکره و از اصول بنیادین آن، شنیدن است. شنیدن در مذاکره آنقدر اهمیت دارد که از آن به عنوان هنر شنیدن و یا شنیدن فعال یاد میشود. اغلب میگویند که بهترین مذاکره کننده بهترین شنونده است. اساس مذاکره بر ارتباط گیری درست بین طرفین است و شنیدن و فهم دقیق مسائل باعث برقراری ارتباط درست میشود. به باور محققان هر فرد روزانه دست کم در یک مورد مرتکب اشتباه شنیداری میشود. در مذاکره چنین اشتباهاتی جایز نبوده و اغلب خسارت‌های جبران ناپذیری به بار می‌آورد!

ما در اینجا چند قاعده را ذکر میکنیم که به مذاکره کنندگان کمک می کند تا شنوندگان فعالی شوند :

همیشه به شنیدن علاقه مند باشید .

به جای حرف زدن بپرسید .

به زبان بدنی طرف مقابل توجه کنید .

ابتدا اجازه دهید طرف مقابل حرف های خود را بزند .

حرف طرف مقابل را قطع نکنید .

از بروز عوامل حواس پرت کن، جلوگیری کنید .

همه نکته ها و مسایل را یادداشت کنید .

صحبت کردن و شنیدن همزمان غیرممکن است .

عصبی نشوید .

تاثیر شرایط و عوامل موقعیتی بر مذاکره مکان : آسانتر است که در قلمرو خودتان مذاکره کنید، زیرا با محیط مذاکره آشناتر هستید و می توانید راحتی و آرامش خود را حفظ کنید. همچنین فشار و دشواری ناشی از مسافرت یا وابستگی به منابع دیگران در زمان مذاکره وجود ندارد، با توجه به اهمیت استراتژیک مکان مذاکره، بسیاری از مذاکره کنندگان با قلمرو بی طرف موافقت می کنند.

شرایط فیزیکی :فاصله فیزیکی بین بخشها و رسمیت شرایط فیزیکی میتواند روی تمایل بخش ها نسبت به یکدیگر و موضوع های مذاکره تاثیر گذارد. افرادی که رو در روی هم می نشینند، احتمال دارد که تمایل برد-باخت نسبت به موقعیت، تعارض را توسعه دهند. در مقابل، بعضی گروههای مذاکره به صورت عمدی شرکت کنندگان را دور یک میز جمع میکنند تا یک تمایل برد- برد را انتقال دهند.

ویژگیهای مخاطب :بیشتر مذاکره کنندگان مخاطبانی دارند. هر کس برای حفظ یا کسب منفعتی در مذاکره شرکت میکند. مذاکره کنندگان، زمانی که مخاطبان (کسانی که مذاکره برای منفعت آنها انجام میشود) مذاکره را نگاه میکنند یا اطلاعات جزئی در مورد فرایند دارند، در مقایسه با موقعیتهایی که مخاطب فقط نتایج نهایی را میبیند متفاوت عمل میکنند. زمانی که مخاطب نظارت مستقیم مذاکرات دارد، مذاکره کنندگان مایل هستند بیشتر رقابتی باشند و کمتر میخواهند که توافق کنند. این رفتارهای سخت گیرانه به مخاطب نشان میدهد که مذاکره کننده برای منافعش کار میکند. با تماشای مخاطبان، مذاکره کنندگان همچنین علاقه بیشتری در حفظ وجهه خود دارند.

گذر زمان :زمان بیشتری که افراد در مذاکره سرمایه گذاری میکنند، تعهد قویتر آنها برای دستیابی به یک توافق را در پی دارد. گذر زمان، انگیزه حل تعارض را افزایش میدهد و همچنین تشدید مسائل تعهد را در پی دارد. برای مثال، زمان بیشتر در مذاکره تمایل قویتر برای توافقهایی تضمین نشده را ایجاد میکند، تا مذاکره شکست نخورده باشد. ممکن است تعیین موعد مقرر در مذاکره تا اندازهای که بخشها را برای کامل کردن مذاکرات برانگیزاند، مفید باشد. به هر حال، در مواعدهای مقرر زمانی، ممکن است مذاکره ها به نتایج منجر نشود. اما در مواردی ممکن است مذاکره کنندگان به صورت سریعترا همراه با راهکارهای مناسب در موعد مقرر توافق کرده، تقاضاهایشان را تعدیل کنند.

در یک مذاکره ممکن سه حالت اتفاق بیفتد :

بدون استفاده از کلام طرفین مذاکره بتوانند نیت همدیگر را درک کنند و یا اگر از کلام استفاده می شود این کلامها تکراری نباشند .

حتی اگر شما به وضوح در حال مذاکره هستید طرف مقابل نتواند به سطح ارتباطی لازم با شما برسد و زبان مشترک ایجاد نمی شود .

بدترین حالت ممکن در یک فرایند مذاکره سوء برداشت طرفین از یکدیگر است. که ممکن است :

بدلیل یکسان نبودن زبان و فرهنگ طرفین باشد.

برداشت بد طرفین باشد.

لذا همیشه پیشنهاد می شود:

فعالانه به سخن طرف مقابل گوش کنید و آنچه را که میگوید درک کنید

همیشه بین شنیدن و گوش دادن در مذاکرات تفاوت وجود دارد لذا در مذاکره باید توجه داشت :
زمان هزینه بر است در زمان صرفه جویی کنید • .

با گوش دادن مناسب به مذاکرات از بروز موارد تکراری خوداری کنید .

نیت و احساسات طرف مقابل را از گفتن حتی کلمات خاص درک کنید و حتی اگر لازم است سخنان
آنان را قطع کنید و تایید کنید که معنی جملات وی را درست درک کرده اید

طوری سخن بگویید که دیگران شما را بفهمند.

لازم است قبل از مذاکره به نکات زیر توجه کنید :

نوع مذاکره را مشخص کنید .

روش برگزاری مذاکره را در ارتباط رو در رو مشخص کنید .

طرف مقابل را از نظر مواضع و منافع شناسایی کنید .

بهترین روش را بر اساس اطلاعات از طرف مقابل انتخاب کنید .

بهترین زمان و مکان را انتخاب کنید.

اگر طرف مقابل همانی است که می خواهید بر روی منافع تاکید کنید نه بر روی مواضع

در طی مدت مذاکره هدف را گم نکنید

با مشکلات و مسائل رودرو شوید نه با افراد .

حفظ آبرو و مسائل شخصیتی کنید .

از احساسات و واکنش های هیجانی جلوگیری کنید .

از حرکات سمبولیک کمک بگیرید .

۱۲- سعی کنید بطور مشترک راه حل را پیدا کنید

استراتژی های مذاکره :

استراتژی رقابتی (تقسیمی): عبارت است از یک سبک یا نگرش رقابتی که در مذاکره برای تقسیم یک منبع ثابت، مانند پول و امکانات، مورد استفاده قرار می گیرد. (برد و باخت و همه یا هیچ).

استراتژی همکاری (تلفیقی): یک سبک مذاکره ای که در آن طرفین برای یافتن یک راه حل برد-برد برای رفع اختلافهای خود با یکدیگر همکاری میکنند. کانون توجه این استراتژی بر توافق هایی است که مبتنی بر منافع طرفین است و رضایت هردو طرف را جلب می کند. (هردو طرف برنده)

انواع روشهای مذاکره.

مذاکره غیر حضوری کتبی؛ ۱- تلفنی

2- مذاکره حضوری

۳- مذاکره غیر حضوری

اعلام نقطه نظرات (انتظارات و اهداف) از طریق ارسال نامه؛ فاکس؛ پیش فاکتور؛ توافقنامه؛ قرارداد؛ تلفن

مهمترین ویژگیهای این نوع مذاکره عبارتند از :

تسلط کامل بر روی استفاده از عباراتی که تاثیر مثبت در ذهن مخاطب میگذارد .

استفاده از فاکتورهای مهم در مکاتبات مثل خلاصه نویسی، کامل نویسی، عدم تکرار، استفاده از کلمات با معانی کاملاً آشکار، استفاده از کلمات استاندارد شده بین المللی، استفاده از عبارات و جملات استاندارد

در نظر گرفتن منافع طرفین، شناخت کافی از روحیات و عکس العمل های احتمالی طرف مقابل و نتیجه گیری در کمترین زمان .

عدم امکان استفاده از مذاکرات حضوری یا مقرون به صرفه نبودن .

تکراری بودن سفارشات یا موضوعات مورد بحث .

کاهش هزینه ها پیچیدگی ها و مشکلات

مذاکرات غیر حضوری :

شما در ارتباطات اولیه نمیتوانید متوجه شوید طرف شما چه ملیتی دارد .

شما نمیدانید با فرد جوانی در حال مذاکره هستید یا نه ؟

از میزان تحصیلات و سابقه کاری وی خبر ندارید.

نمیدانید آیا مواردی را که از خودش به شما میگوید تا چه اندازه قابل قبول است .

از جنسیت وی در ابتدا نمی توانید آگاه شوید .

میزان تاثیر گذاری و یا قدرت فرد در ارائه پاسخ به سوالات شما مشخص نیست.

سوال : با توجه به مشکلات مذاکره غیر حضوری روش موثر و خوبی است یا خیر ؟ علیرغم مشکلات این روش به دلایل مختلف، چاره ایی نیست که در بسیاری از موارد از این روش حداقل در فازهای اولیه مذاکرات استفاده شود.

نمیتوان به دلیل هزینه بر بودن مذاکرات حضوری برای هر معامله تجاری که مشخص نیست از روش حضوری استفاده نمود .

گرفتن اطلاعات اولیه جهت تصمیم گیریهای بعدی در این روش بیشتر اثربخش است در خصوص معاملات تجاری بین المللی اساساً راه دیگری در ابتدا پیشنهاد نمیشود.

هشدار 1. : طرفین از اصول مکاتبات باید اطلاعات کاملی داشته باشند.

پاسخگویی مناسب و به موقع از فاکتورهای اصلی در این روش است حتی اگر پاسخ منفی است .

نگهداری فایل مربوط به طرف مذاکره شونده برای جلوگیری از تکرار بی اساس درخواست اهمیت زیادی دارد .

رعایت نکات مهم در نامه نگاری یا ارسال فاکس یا ایمیل مناسب یا روش انتخاب شده اهمیت دارد.

اگر اصول مربوطه را رعایت نکنید طرف مقابل خواهد فهمید که با یک تیم غیر حرفه ایی در حال مذاکره است لذا انتظار دو واکنش را داشته باشید 1- : پاسخ شما را نخواهد داد 2- در مذاکرات قطعا از ناتوانیهای شما از نظر فنی استفاده کامل را خواهد برد.

ویژگیهای مذاکرات حضوری:

امکان ارزیابی یکدیگر از نظر آرایش فیزیکی

امکان ارزیابی یکدیگر از نظر طرز بیان

امکان ارزیابی یکدیگر از نظر حرکات در حین صحبت

دستیابی به روان شناختی بیانی - حرکتی

تاثیر گذاری بیشتر در خصوص افراد مثبت یا مورد نظر

کوتاهتر کردن زمان مذاکره

امکان انتقال نقطه نظرات در کوتاه مدت

امکان اصلاح و یا تغییر مسیر مذاکره به نفع خودتان

امکان تصمیم گیری سریعتر در مسیر نتیجه گیری و یا خاتمه

ارزیابی عکس العمل های فرد یا افراد مخاطب در حین مذاکره و استفاده بهینه از زمان

استفاده از تاثیرات مکانی مذاکره در جهت تاثیر گذاری بر روی مخاطبین

امکان ارائه اطلاعات کاملتر و دقیقتر در خصوص موضوع مذاکره به مشتریان

امکان دریافت اطلاعات کامل تر از فروشندگان

شناسایی افراد تاثیر گذار در تصمیمات گروه مخاطب و ایجاد ارتباط نزدیکتر در جهت رسیدن به حصول نتایج مورد انتظار.

انواع روشهای مذاکرات حضوری و نتایج آن :

روش مذاکره مبتنی بر موضع گیری در این روش معمولاً هر یک از طرفین بر روی مواضع خود تاکید می کنند چون از دید آنها این مواضع اصلی ترین فاکتورهای موفقیت هستند. این گروه از افراد حاضر نیستند تغییر موضع بدهند و نهایتاً در حد چانه زنی های موزون یا مرسوم وارد عمل میشوند. نتیجه اینگونه مذاکرات اساساً خیلی قابل پیش بینی نیست و ممکن است به توافق یا عدم توافق منجر شود . چانه زنی مبتنی بر مواضع در تأمین معیارهای اساسی ایجاد یک موافقت معقول، حتی به صورت دوستانه، موفق نخواهد بود لذا پیشنهاد میشود : پافشاری روی مواضع به توافقهایی غیرمعقول منتهی میشود

1. هر چقدر که بر روی مواضع خود چانه میزنید و از دیدگاه خود حاضر به گذشت (معقولانه) نیستید نتایج مهم و در عین حال مخرب نصیبتان خواهد شد

۲- از نظر ذهنی خودتان نیز نسبت به موضع اتخاذ شده به حالت تعصب میرسید و اگر هم بخواهید به نفع یک مشتری ارزشمند حرکتی انجام دهید دیگر از نظر روحی مقاومت در شما ایجاد شده است.

۳- مشتریان ارزشمند با این نحوه استقامت شما در مواضع اتخاذ شده از شما دور خواهند شد .

چانه زدن یکی از ابزارهای توافق های تجاری بین طرفین می باشد ولی این نوع برخورد های سنگین و سخت باعث می شود تنها بمانید .

پافشاری روی مواضع کارایی ندارد . شما تصور می کنید که اگر بر روی مواضع خود پافشاری کنید باعث خواهد شد که حداکثر سود مورد انتظار بعد از انجام معامله یا توافق تجاری عاید شما شود در صورتیکه این نوع تاکید بر مواضع سبب:

هزینه زیادی از نظر زمانی و انرژی برای شما و طرف مقابل به همراه دارد .

افراد به مرور تبدیل به افرادی یکدنده و سختگیر در مذاکرات میشوند .

در بازارهای رقابتی این نوع موضع گیریها یعنی خودکشی .

این نوع برخوردها حتی باعث خراب شدن روابط دوستانه بین طرفین میشود .

اگر در مذاکرات بیشتر از دو نفر حضور داشته باشند اساسا این روش و استفاده از حربه چانه زنی بسیار مخرب است چون هر فرد سعی می کند از دیدگاه خودش کار را به نتیجه برساند . و کار به مراتب سخت تر می شود بنابر این پیشنهاد می شود اگر از راه چانه زنی می خواهید استفاده کنید از موضع چانه زنی ملایم استفاده کنید نه سخت یعنی:

شرکت کنندگان در مذاکره دوستان یکدیگرند نه دشمن

هدف رسیدن به توافق است نه پیروزی یک طرفه

امتیاز بدهید تا روابط را حفظ و تقویت کنید نه به عنوان پیش شرط امتیاز بخواهید

در ارتباط با افراد و موضوع مذاکره نرم و ملایم باشید نه سختگیر

به دیگران اعتماد کنید

موضع خود را به سهولت تغییر دهید نه اینکه بی دلیل پافشاری کنید

پیشنهاد جدید بدهید نه تهدید کنید

حداقل های مورد قبول خود را اعلام کنید

عقب نشینی یک جانبه را برای رسیدن به توافق بپذیرید

دنبال راهکار رسیدن طرف مقابل به توافق باشید

روی توافق اصرار کنید نه موضع خودتان

از کشمکش بین خواسته ها پرهیز کنید

در مقابل فشار طرف مقابل که برای شما ارزشمند است تسلیم شوید

همواره به خاطر داشته باشید که طرف مذاکره در درجه اول یک انسان است پس بهترین روش برای مذاکره را استفاده کنید یعنی :

استفاده از مذاکره بر مبنای اصولی برای موفقیت در این روش ذکر نکات مهم ضروری است :

اشخاص را از مسئله جدا کنید

در مذاکره متوجه باشید هر انسان دو نیاز دارد یکی نیازهای مادی و معنوی و مرتبط با روابط انسانی.

مذاکراتی نتیجه بخش است که تلاش شود ضمن رسیدن به هدفهای مذاکراتی ارزشهای انسانی نیز حفظ شود .

مسائل مادی را از ارزشهای انسانی تفکیک کنید

همواره خودتان را به جای طرف مقابل قرار داده و انتظارات را مد نظر قرار دهید

طرف مقابل را به خاطر مشکلات و مسائل خودتان سرزنش نکنید

دیدگاههای یکدیگر را مورد بحث و گفتگو قرار دهید.

در فرآیند مذاکره با جلب مشارکت آنان سهمی از موفقیت را به آنها منتسب کنید .

ابتدا سعی کنید احساس طرف مقابل را بشناسید و احساس خود را نیاز با آن هماهنگ و منطبق کنید.

آیا در فرآیند مذاکره احساس عصبانیت میکنید؟ آیا طرف مقابل چنین احساسی دارد؟ باید از خود پرسید چرا این احساس بروز کرده است و مقصر چه کسی است و سعی کنید راه حل را پیدا کنید.

فعالانه به سخن طرف مقابل گوش دهید و آنچه را گفته می شود درک کنید سعی کنید طوری موضوع مذاکره را مطرح کنید و یا هدایت کنید که بتوانید به نقطه نظرات طرف مقابل آشنا شوید و در حین مذاکره بتوانید مسیر مذاکره را به سمت منافع طرفین هدایت کنید.

هشدار 2! اگر در مذاکره سعی کنید فقط منافع خودتان را تامین کنید طبیعتاً مذاکره منتهی به عقد قرارداد نمی شود حتی اگر طرف مقابل قوی تر باشد باید حواستان جمع باشد که با توجه به نقطه نظرات طرف مقابل از خودتان حفاظت کنید.

در مذاکرات طوری سخن بگویید که طرفین حاضر در جلسه منظور شما را متوجه شوند. همواره سخن گفتن واضح و استفاده از کلمات دارای معانی معین و استاندارد تر در متقاعد کردن طرف مقابل بهتر کاربرد دارد. فراموش نکنیم مذاکره محاکمه و مجادله نیست بلکه تلاشی برای متقاعد شدن طرفین با رضایت نسبی برای تحقق یک هدف مشترک است، درک متقابل باعث موفقیت در مذاکره می شود.

در مذاکرات از روش پیشگیری استفاده کنید یعنی سعی کنید یک سری روابط شخصی و سازمانی (غیر رسمی) با طرف مقابل برقرار کنید البته این روش برای افرادی که برای شما ارزشمند هستند و می خواهید در مذاکره با آنها در مذاکره به نتیجه برسید از آن استفاده کنید. این روش مثل یک محافظ در یک قرارداد عمل می کند.

اگر در مذاکره حتی به نتیجه نرسیدید نباید با مذاکره کنندگان بد رفتار باشید چون ممکن است مجدداً ضرورت مراجعه به آنها را احساس کنید.

به طرف مقابل خود حق انتخاب بدهید پیش داوری نکنید و در جستجو برای یک راه حل مسئله نباشید. ممکن است مسئله چند راه حل داشته باشد. مشکل افراد را در رسیدن به یک راه حل مشکل خودتان بدانید و در تصمیم گیری برای آنها راهکارهای متفاوتی را پیشنهاد کنید تا کار به سرانجام برسد. بطور کلی اداره کردن یک جلسه فنون خاصی دارد و در عین حال بسیار اهمیت دارد لذا همواره پیشنهاد می شود: اول: پیش از تشکیل جلسه مشاوره کنید دوم: ضمن جلسه مشاوره بگیریید و بدهید چگونه پیش از تشکیل جلسه مشاوره کنید؟

هدف خود را تعریف کنید و فکر کنید از جلسه چه دستاوردی را می خواهید بدست آورید. تعداد محدودی از افراد را در جلسه شرکت دهید.

افرادی را انتخاب کنید که حضور آنها ضمن موثر بودن باعث مشکل نشود و از نظر سطح و اندازه یکدیگر را پوشش دهند .

محیط را تغییر دهید ؛ جلسات مهم را در محیط های متفاوت با سایر جلسات عادی برگزار کنید تا شرکت کنندگان راحت تر بتوانند اظهار نظر بدور از پیش داوری داشته باشند .

جو جلسه را غیر رسمی نگه دارید .

کسی را انتخاب کنید (قبل از جلسه) که بتواند جلسه را آرام و هماهنگ نگه دارد . چگونه ضمن جلسه مشاوره بگیرید و بدهید ؟

شرکت کنندگان را کنار یکدیگر و رو در رو مسئله قرار دهید ولی طرفین کمتر رو در رو قرار بگیرند بلکه کنار هم یا بصورت نیم دایره های قرار بگیرند

ضوابط اصلی مربوط به جلسه را مشخص کنید یعنی غیرمستقیم و دوستانه باید و نباید را مشخص کنید. با مشخص کردن مسیر مذاکرات در وقت صرفه جویی کرده و با این روش سعی کنید نتیجه بگیرید .

ایده های جدید را در طی جلسه طراحی و پیشنهاد کنید . با توجه به مسیر و جو جلسه ایده هایی را طراحی کنید که بتواند نتیجه بخش باشد .

ایده ها و راهکارهای انتخابی را مکتوب کنید که بعد از انتخاب نهایی ایده مسیر مذاکرات برای همه جذاب تر باشد .

بعد از جلسه و قبل از جدایی طرفین از یکدیگر آخرین مشاوره ها را به یکدیگر بدهید تا در فرآیند اجرا موفق تر باشد .

خود شناسی

دیگر شناسی

مهارت های برقراری ارتباط

درگیر بودن با موضوع مذاکره

توانایی مجاب کردن

تکنیکهای سوال کردن تعدادی از مهارتهای کلیدی برای موفقیت در مذاکرات

مدیریت زمان

مدیریت بر گروه خود

مهارت مذاکره کردن

تکنیکهای خاص برای رسیدن به نتیجه :

خلاقیت

قدرت تجزیه و تحلیل و حل مسئله مراحل آمادگی در مذاکرات

کسانی در مذاکرات مذاکرات موفق تر خواهند بود که فکر می کنند و از این میان کسانی موفق ترین هستند که هستند که از قبل فکر کرده فکر کرده اند .

متاسفانه متاسفانه از قبل در مذاکرات مذاکرات موضع طرف مقابل شناخته شده نیست .

اما بدتر از آن این است که گاهی موضع خودمان نیز روشن نباشد .

مذاکرات مذاکرات را حول محور اختلافات اختلافات اساسی و در جهت به کرسی نشاندن موضع خود تنظیم نکنید .

اطمینان اطمینان حاصل کنید که نقاط مشترک در ابتدای جلسه مطرح شوند .

همکاری و تشریک مساعی را ترغیب کنید .

بین نقاط مشترک و تفاوتها تفاوتها ارتباط برقرار کنید .

از برنامه خود به عنوان یک راهنما استفاده کنید نه به عنوان یک مسیر غیرقابل تغییر .

ریسک را تقسیم کنید .

بخشهای مشکل آفرین را به فرصتی دیگر موکول کنید .

به مسائل ریز و کم ارزش تاکید نکنید تا مسائل اصلی فراموش نشود .

انتخاب ها و گزینه ها را باز بگذارید بگذارید.

دلایل عمده شکست در مذاکرات :

خوب گوش نکردن و پیش داوری و پیروی از فرضیات شخصی غیرمعتبر

سوالات ناکافی، نامناسب نامناسب و یا بی موقع

عدم ارائه اطلاعات مفید و قابل استفاده استفاده از جانب طرفین

قصد نامشخص و عدم آگاهی از منافع خود

عدم توجه به تفاوت‌های تفاوت‌های فرهنگی، فرهنگی، زبانی و برداشتها و تعاریف مختلف

کمبود شناخت از منافع، دیدگاه‌ها، اهداف و علائق طرف مقابل

ایجاد فضای منفی و اجازه دادن به اینکه جوانب منفی مسائل بر مذاکره کننده اثر بگذارند

عدم نتیجه گیری و جمع بندی کافی از توافقات توافقات حاصل شده در هر مقطع

تعجیل در تصمیم گیری و بستن مذاکره در زمان نامناسب نامناسب

عدم استفاده استفاده موثر از تمامی اعضای تیم مذاکره کننده

دشمن فرض کردن طرف مذاکره (قصد از مذاکره شکست دادن طرف مقابل درک ناکافی از فرآیند

تصمیم گیری طرف مقابل

نبود استراتژی استراتژی مشخص برای نحوه امتیاز دادن و امتیاز گرفتن

کمبود برنامه ریزی در مورد گزینه های مختلف و محدود بودن حق انتخاب

عدم توجه به سایر رقباء و عوامل تاثیر گذار بیرونی بر مذاکره حال اگر طرف مقابل ... چه ؟ اول : اگر

طرف مقابل قویتر بود چه ؟ دوم: اگر طرف مقابل وارد بازی (مذاکره) نشود چه ؟ سوم: اگر طرف مقابل

مذاکره غیر اصولی کرد چه ؟ چهارم: اگر طرف مقابل دست به ترفند بزند چه؟

مهارت‌های مذاکره :

آشنایی با فرهنگها

انتخاب محل مذاکره

آراستگی ظاهر

رعایت ادب واحترام (حریم ها و حرمت ها)

آشنایی با روانشناسی

برقراری ارتباط موثر

هنر سخنوری

چهره شناسی

زبان بدن آنچه در شناخت بیشتر مخاطب و ارتباط موثرتر به ما کمک کند . ما را یگ گام به موفقیت موفقیت نزدیکتر نزدیکتر خواهد کرد .

آشنایی با فرهنگها

مفاهیم کلمات در فرهنگهای مختلف (مثل شیر=شجاع)(مثل پلنگ= درنده خو)(مثل گربه=نمک شناس)(مثل اسب =نجیب)

آداب و رسوم (تاثیر در رفتار اجتماعی : تقدیم گل و یا دادن هدیه و ...

رفتارها در محیطهای مختلف (خندیدن، غذاخوردن، استراحت کردن، و ..

علائق اجتماعی (به گروههای خاص اجتماعی یا موضوعات خاص مثل: تیم خاص ورزش، شخصیت خاص سینمایی و)

تعلقات صنفی گروهی و طبقاتی (دانشجویان، اساتید، کارگران، تولید کنندگان، توزیع کنندگان و)..

ویژگیهای بارز طرف های خارجی در مذاکره :

چینی ها : معمولا با مترجم هستند بوروکراتیک عمل می کنند و وقت زیادی می گیرند .

ژاپنی ها : تیمی و سازماندهی شده با تخصصهای مختلف اقدام میکنند. در پایان آنچه در مذاکره گذشته را با رعایت انصاف صورت جلسه نموده و رونوشت آن را برای اطلاع مدیر از روند مذاکرات ارسال مینمایند .

آلمانی ها : منطقی هستند. نمایندگان شرکتهای کوچک و خانوادگی به راحتی قابل کار هستند اما شرکتهای بزرگی مانند AEG و کروپ و زیمنس و... اهل بوروکراسی هستند .

انگلیسی ها : سیاس و اهل فریبند .

آمریکایی ها : سیستماتیک کار می کنند و لارژ هستند .

ایتالیایی ها : پیشنهادات غیر متعارف و پنهانی دارند. بایست بیشتر مراقب بود .

فرانسوی ها : نرمش ندارند و ما را جهان سومی میدانند.

فنلاندی ها : راحتند و به راحتی مذاکره و معامله می کنند .

سوئدی ها و سوئیسی ها : منظم و خوش قولند .

هلندی ها : حرفهای ترین مذاکره کنندگان هستند .

شدايط محل مذاکره :

انتخاب محل مذاکره –(در زمین خویش -در زمین حریف)

در زمین ثالث(میزبان کیست)؟

شرایط فیزیکی مکان مذاکره :

جلوه (عدم تمرکز)

نور شدید (ناآرامی)

(حرارت – کلافگی)

امکانات امکانات مورد نیاز (آرامش خاطر)

پذیرایی (نوعی لطف و احسان است)

معمولا میزبان تعیین کننده تر از مهمان است .

هدیه (نوعی لطف و احسان است)گیرنده را مرهون و از نظر روانی مجبور به جبران میکند.

گیرنده هدیه خود به خود در مرتبه‌های پایین تر از هدیه دهنده قرار می‌گیرد .

آراستگی ظاهر : جسمانی استراحت کافی استحمام و نظافت عمومی اصلاح و آراستگی مو سر و صورت
عطر(بوی خوش)

پوشش لباس، کیف و کفش رسمی همنشینی و رسمی بودن رنگها تمیز، آراسته و شیک پوشی استفاده
استفاده از لوازم جانبی مناسب رعایت کلیه موارد فوق می بایست متناسب با شرایط مذاکره مورد توجه
قرار گیرد :

رعایت ادب و احترام (حریمها و حرمتها)

حرمتها

تقدم در سلام

رعایت تقدم در کلام

تقدم در معرفی (کارت ویزیت)

رعایت تقدم در دست دادن

رعایت تقدم در ورود و خروج

رعایت تقدم در پذیرایی

حریمها خصوصی - شخصی - اجتماع - عمومی

ترتیب وقت (وقت شناسی)

ترتیب قرار دادن اشیا

ترتیب نشستن ترتیب ایستادن

ترتیب قدم زدن

عدم تجاوز به حریم دیگران لزوم آشنایی با روانشناسی

روانشناسی رنگها: مفهوم رنگها (قرمز: پر حرارت - خشمگین - متخاصم - سرشار از نشاط و عشق - آبی: سرد - آرام - خوشایند - مطمئن - مهربان زرد: هیجان انگیز - بشاش - سر حال - شنگول - الکی خوش نارنجی: هیجان انگیز - نگران - پریشان - آشفته سبز: آرام - مطبوع - خوشایند - در کنترل سیاه: غمگین - جدی - مضطرب - نومید - ناراحت - مرموز - تسخیرناپذیر سفید: مسرور - شاد - سرد - آرام - پاک - یکرنگ قهوه‌ای: پرکار - فعال - جدی - با انگیزه

روانشناسی عمومی :

انواع شخصیتها از نظر روحی :

انواع شخصیتها از نظر حسی

روانشناسی خط و شخصیت

ارتباط خط و شخصیت

ارتباط امضا و شخصیت

اقتدار گرایان (اندازه امضا)

تفویض گرایان

افراد رمانتیک (احساساتی)

افراد پر راز و رمز

روانشناسی بازرگانی

برقراری ارتباط موثر :

خوب سوال کردن خوب شنیدن

طرح سوال باز گوش سپردن

طرح سوال غیر مستقیم حواس دیگر خود را مشغول نکردن

یادداشت و خلاصه برداری گوینده را نگاه کردن

طرح استنباط و احساس در موقع مناسب ذهن را روی صحبت گوینده متمرکز کردن

صبر و سکوت کردن

سکوت

آشنایی با هنر سخنوری سخنوری چیست؟

برقراری برقراری ارتباط برای اقناع و ترغیب مخاطب یا مخاطبان

شیوا سخن گفتن اولین توانایی توانایی لازم برای مذاکره است .

خوش بیانی، خونگرمی و طرح خاص مباحث (نقل حکایت مثال یا شعر)

نظم افکار و ترتیب رشته سخن

تدبیر در مذاکره تدبیر :

پرداختن پرداختن به مذاکره بعنوان یکی از موضوعات موضوعات اصلی بطوریکه بطوریکه بخش مهمی از کار تلقی گردیده و به آن پرداخته پرداخته شود. (از قدیم گفته اند : دعوای اول به از صلح آخر

برنامه ریزی

پیش بینی

آمادگی

مطالعه و بررسی و کارشناسی

جمع آوری و ثبت اطلاعات لازم

تقسیم وظایف و مسئولیتها

شگرد : جملات، کلمات بدیهی یا بدیهیاتی بدیهیاتی که مورد غفلت قرار می گیرند .

مذاکرات غیررسمی و دوستانه

توقف و قطع مذاکره ارائه فرصت به مخاطب تا موقعیت خود را بهتر درک نماید .

ارائه به موقع راه حل‌های غیر منتظره

در اختیار گرفتن کنترل جلسه (تهیه چک لیست)

روش عمومی مقابله با آن چیست؟

انواع شگردها ترفند چیست؟

ترفند : القاء باورهای کاذب، اطلاعات غلط و قلب حقیقت

اختیارات مبهم و مشکوک (اونش بامن - بقیه‌ش با من و.....)

اطلاعات نادرست و ساختگی (اطلاعات غیر مستند - رقیب کاذب و.....)

مقاصد مشکوک (طرح سوالات جهت‌دار برای رسیدن به نتیجه خاص

انواع ترفند کدامند ؟

نیرنگ چیست؟ نیرنگ : روش‌های فریبکارانه فریبکارانه ای که با ایجاد جنگ روانی در تحمیل موضع غیرمنصفانه و نابجا بکار می رود .

نشستن نامناسب بر سر میز مذاکره (مثلا: در کنار - میز میزگرد و اطلاع از یادداشت ها و بحث های خصوصی

حملات شخصی (استهزا - توهین - بی توجهی - پاسخگویی به تلفن - عصبانی کردن - بهم ریختن کنترل روانی مخاطب - ایجاد تفرقه

آدم خوب / آدم بد (فشار - کشش) (زمینه سازی - جلب دوستی.....

روش عمومی مقابله با آن چیست ؟

نمونه هایی از نیرنگها باید ها : در مذاکره چه باید کرد ؟

تعیین کردن :

شرایط مذاکره

محل مذاکره

شرایط مکان مذاکره

هدایا

پذیرایی

زمان مذاکره

مدت ودفعات مذاکره

مشخص کردن :موضوع استراتژی هدف وبرنامه

چک لیست وپیش بینی ها

پیشنهادهات وراه حلها

اطلاعات قابل ارائه

معیارهاوموازين

تیم مذاکره توجیه

تقسیم وظایف واختیارات

مهارت وتسل

بایدها :در مذاکره چه باید کرد ؟

آداب واخلاق :

صداقت - صبر - سعه صدر - احترام وادب - آراستگی ظاهری -انصاف -معارفه

مهارت وتسلط :فن مذاکره اصولی - زبان مذاکره - زبان بدن - روانشناسی - تدابیر - شگردها
ترفندها نیرنگها - ارتباط موثروفن بیان

نبایدها :در مذاکره چه نباید کرد ؟

اقدام
چون

دروغ نگوئیم	حرمت مذاکره از دست نرود
همه راستها را نگوئیم	طرف مقابل مجهز تر نشود (اضطرار)
حتمان باید اطلاعات خود را افشا کنیم	طرف مقابل مسلط نشود
نباید به همه سوالات جواب دهیم	لزومی ندارد. (بعض اطلاعات)
به جدل و تقابل لفظی نکشیم	زمان از دست نرود
مذاکره را به تقابل شخصیتها بدل نکنیم	وجهه طرفین از دست نرود
تحمیل نظر و اعتقاد نکنیم	عکس العمل منفی ایجاد نکنیم
یکدیگر را در تنگنای بریم	احساس اجبار نکنند مجبور نشویم
پشت میز ریسک نکنیم	احتمال موفقیت بسیار کم است
با حمله شخصی دشمن نسازیم	طرف را عیب جو و سرسخت نکنیم
بدون آمادگی قبلی حاضر نشویم	بدون آمادگی مذاکره خوبی نداریم
بدون استراتژی هدف و برنامه نباشیم	به نتیجه نمی رسیم ما را به نتیجه می رسانند
خط کف را رون نکنیم	آخرین خط لونرود
عصبانی نشویم	کنترل از دست نرود. بهانه ندهیم
حرفی بدون تخصص و آگاهی نزنیم	خود را ضایع نکنیم
هرگز رابطه استاد و شاگردی ایجاد نکنیم	تظاهر به برتری احساس تحمیل می آورد
با حرف زیادی زمان را هدر ندهیم	حرف نامربوط وقت را می کشد
باز زیادی حرف زدن زمان را هدر ندهیم	توضیح زیادی وقت را می کشد
وقتی گوش نمی دهند حرف نزنیم	حرفمان هدر می رود
بی قراری از خود نشان ندهیم	احساس میکنند مضطرب هستیم

بیشتر اوقات سواستفاده می شود	باطرف مقابل رفیق نشویم
طرف مظنون و گنج می شود	بسرعت امتیاز ندهیم
نهایتا به باخت منتهی می شود	بدون تعادل امتیازات ادامه ندهیم
آنان نیز به ما نیاز دارند	اعتماد به نفس را از دست ندهیم
مترجم اعمال نظرمی کند	حتی المقدور از مترجم استفاده نکنیم.
باعث سوء تفاهم می شود	به زبان غیر مسلط صحبت نکنیم.
موجب بی اعتنائی به دیگران است	فقط به یک نفر خطاب نکنیم
موجب اوج گرفتن تقابل شخصی است	به رفتار و بیان نامناسب عکس العمل نشان ندهیم
نقطه ضعف ندهیم	شوخی نکنیم
روی طرف مقابل را باز نکنیم	پاسخ شوخی را ندهیم
بتوانند بهتر تصمیم بگیرند	هیچ سوالی را بی جواب نگذاریم
تا ایجاد سوء تفاهم نشود	تا نفهمیدیم جواب ندهیم
بی انصاف جلوه نکنیم	فقط روی منافع خود فکر نکنیم
القا نکنیم امتیاز بزرگی گرفته ایم	خوشحالی زیاد بروز ندهیم
طرف را عیبجو و مقاوم نکنیم	با لغزش طرف او را نکوبیم
ذهنیت منفی ایجاد نکنیم	کلام را با کلمات منفی شروع نکنیم
تا موضوعی را نپرویم نتیجه نمیگیریم	بدون ایجاد زمینه روانی طرح موضوع نکنیم
تقابل ایجاد نکنیم	با مسائل تنش را شروع نکنیم
از ایشان نخواهیم که خائن باشند	بخاطر دفاع از متعلقین ملامتشان نکنیم
ادب و احترام موضوعی بین المللی است.	مسائل انسانی و عاطفی را فراموش نکنیم.

وارد مسائل خانوادگی و شخصی نشویم	تجاوز به حریم اشخاص نشود
وارد مسائل سیاسی و مذهبی نشویم	تقابل ایجاد نکنیم
تلفنی مذاکره نکنیم	از بسیاری از امکانات محرومیم
از بن بست نترسیم	تسلیم ترندها نبایدد
اگر نفهمیدیم از سوال خجالت نکشیم	بدون درک کامل نمیتوان ادامه داد و تصمیم گرفت
قول بی اختیار ندهیم	بعد از چنبره آن گیر خواهیم افتاد
به قولی که دادیم، عمل کنیم	بد بینی ایجاد می کند
با امضاء قرارداد کار تمام نشده است	امضاء قرارداد، آغاز اجراء و عمل به توافق است
در مقابل مذاکره مجدد مقاومت نکنید	استمرار در روابط امری ضروری است

بجاست که هشداری نهایی بدهی . هرگز طرف مقابل را دست کم نگیرید. اقدامهای جسورانه میتوانند گهگاه مناسب باشند به شرطی که واقع بینی و انسانیت در آن منظور شده باشد. تاریخ همواره به ما می آموزد که بسی اشتباهها و خطاهای مرگبار، ریشه در آن دارند که طرف مقابل دست کم گرفته شده و از توانمندیهای واقعی او غفلت شده است .

انواع مذاکره

انواع مذاکره		
ویژگی‌ها	مذاکره توزیعی	Integrative Bargaining
منابع در دسترس	ثابت	متنوع
انگیزه اولیه	من برنده، تو بازنده	برد، برد
علاقه اولیه	متضاد	متجانس
تمرکز بر روابط	کوتاه مدت	بلند مدت

مذاکره یکی از مهم ترین کارهایی است که برای پیشرفت در کسب و کار باید مهارت کافی در آن را داشته باشید. به همین منظور باید تعیین کنید که می خواهید مذاکرات را به چه روشی پیش ببرید و در ادامه بر اساس آن برنامه ریزی کرده و جلو بروید. به طور کلی مذاکرات به دو دسته اصلی تقسیم می شوند و آن دو دسته عبارتند از:

- مذاکره توزیعی
- مذاکرات تلفیقی

میان این نوع از مذاکره تفاوت های بسیار مهمی وجود دارد که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

مذاکره توزیعی : اصطلاح توزیع به معنای اعطا یا پراکندگی ارزش است. ماهیت کسب و کارهای مختلف به شکلی است که افراد تلاش می کنند خودشان بیشترین سهم را داشته باشند و حاضرند کمترین میزان ارزش را توزیع کرده و با دیگران شریک شوند. در دنیای مذاکرات نیز شرایط به همین شکل است. دو طرف مذاکره با هدف کسب بیشترین میزان ارزش و اعطای کمترین سهم ممکن به طرف مقابل وارد مذاکره می شوند. یک فروشنده تلاش می کند محصول یا خدمت خود را با بهترین قیمت ممکن به فروش برساند و در مقابل نیز خریدار می خواهد با کمترین هزینه بهترین محصول یا خدمت را دریافت کند.

در یک مذاکره توزیعی معمولاً افراد بدون اینکه از قبل ارتباطی را با هم داشته باشند، وارد مذاکره می شوند. البته باید در نظر داشت که در این نوع از مذاکرات خبری از رابطه بلند مدت هم نخواهد بود و همه چیز در همان جلسه به اتمام می رسد. خرید و فروش ماشین یا خانه یکی از بهترین نمونه های مذاکره توزیعی است که در زندگی روزمره حداقل یکبار با آن سروکار داشته ایم. در اصل می توان گفت که این نوع مذاکرات با چانه زنی توسط دو طرف معامله همراه است.

مذاکره تلفیقی

نوع دیگری از مذاکرات که مورد استفاده قرار می گیرد، مذاکره تلفیقی یا یکپارچه است. در این نوع از مذاکره افراد نیاز دارند که مهارت های بیشتری را به کار گیرند تا بتوانند موفقیت بیشتری را تجربه کنند. در شروع معمولاً افراد همانند روش قبل با چانه زنی کار خود را آغاز می کنند اما در ادامه سطح مذاکره گسترش پیدا کرده و افراد از مهارت های دیگر خود برای پیش روی موفقیت استفاده می کنند.

کلمه یکپارچه به معنای پیوستن چند بخش مختلف به یکدیگر و ایجاد یک بخش واحد است. در مذاکره یکپارچه نیز افراد به یکدیگر می پیوندند و با همکاری به یک هدف مشترک می رسند. در این نوع از مذاکره افراد اعتماد بیشتری را به یکدیگر داشته و معمولاً به یک رابطه کاری بلند مدت منجر خواهد شد. زمانی که دو طرف از محیط دور می شوند، احساس می کنند که توانسته اند ارزشی را به دست بیاورند و از این بابت احساس خوبی دارند. در حالت ایده آل هر دو طرف به چیزی که به دنبال آن بوده اند، می رسند.

سطوح مذاکره



به طور کلی برای یک مذاکره می توان ۴ سطح مختلف را در نظر گرفت، این سطوح عبارتند از: آماده سازی، شروع، چانه زنی و اتمام آن. در ادامه هر یک از این سطوح را به شکلی مناسب برای شما توضیح خواهیم داد.

1. آماده سازی برای مذاکره

آماده سازی برای موفقیت در روند مذاکره بسیار موثر است. چرا که سبب می شود تا شما اعتماد به نفس خوبی را به دست آورده و بتوانید به شکل بهتری مذاکره را به نتیجه برسانید. سطح آماده سازی برای مذاکره شامل موارد زیر می شود:

- جمع آوری اطلاعات :طرفین مذاکره باید تا جایی که امکان دارد درباره طرف دیگر اطلاعات جمع آوری کنند تا بتوانند در مواقع مورد نیاز از آنها استفاده نمایند.
- درک افراد درگیر در مذاکره :شناخت افرادی که با آنها مذاکره انجام می دهید نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. شما باید اهداف، نقش ها و موضوعاتی که احتمالا توسط آنها مطرح می شود را درک کنید .این امر سبب می شود تا بهتر بتوانید در جریان روند مذاکره به وضعیت موجود رسیدگی کنید.
- اهداف خود را بشناسید :شناخت دقیق اهداف نقش بسیار مهمی را ایفا می کند. لازم است پیش از شروع مذاکره مشخص کنید که تا چه اندازه حاضر هستید به طرف مقابل خود امتیاز دهید و اولویت های شما دقیقا چیست.
- تعیین نوع مذاکره :شما باید تعیین کنید که می خواهید چه نوع مذاکره ای را دنبال کنید. مذاکره قرار است به حالت توزیعی باشد یا یکپارچه؟ مشخص کردن این مورد می تواند به روند مذاکره کمک بسزایی کند.
- برنامه ریزی :در آخر لازم است بدانید که می خواهید به چه هدفی برسید و سپس با توجه به آن برنامه ای که باید در طول مذاکره داشته باشید را مشخص نمایید.

2.تبادل اطلاعات

در این مرحله دو طرف رو در رو هم قرار می گیرند. هر یک از طرفین تلاش می کنند تا در اولین فرصت روی تفکر طرف مقابل تاثیر بگذارند. از نظر روانشناختی این مرحله از اهمیت بالایی برخوردار است. چرا که لحن مذاکرات در این سطح از مذاکره مشخص می شود. در ادامه طرفین باید مستندات و اطلاعاتی که می خواهند درباره آن بحث و تبادل نظر کنند را به یکدیگر ارائه می دهند.

3.چانه زنی

بعد از ارائه اطلاعات زمان آن می رسد که طرفین برای رسیدن به هدفی که در همان آغاز مذاکره به آن فکر می کردند، نزدیک شوند. در این سطح باید از تمام توانایی و مهارت های برای متقاعد کردن طرف مقابل استفاده کرد. طرفین باید به یکدیگر نشان دهند که خواسته های آنها مناسب است و در ادامه نیز طرف مقابل را ترغیب کنند که خواسته های آنها را بپذیرند. به همین منظور شما باید یک رویکرد منطقی داشته و بتوانید با دلیل و مدرک مناسب طرف مقابل را متقاعد نمایید.

4. اتمام مذاکره و نتیجه گیری

مرحله پایانی مذاکره فرصتی مناسب برای سرمایه گذاری روی تمام کارهاییست که در مراحل اولیه صورت گرفته است. تحقیقاتی که در مرحله آماده سازی انجام شده است و همچنین اطلاعاتی که در طول مذاکره به دست آمده است می توانند برای مرحله پایانی مفید واقع شوند. در این مرحله باید نتیجه مذاکره را مورد بررسی قرار دهید تا ببینید که چه دستاوردهایی را داشته اید. چرا که بررسی نتایج مذاکره به اندازه خود مذاکره مهم است.

فاکتورهای کلیدی در مذاکره

زمانی که صحبت از مذاکره و فن بیان می شود برخی از فاکتورهای اصلی به میان خواهند آمد که داشتن آنها می توانند موفقیت شما را سبب شوند. این فاکتورها عبارتند از:

طرفین مقابل چه کسانی هستند و منافع آنها چیست؟ پیشینه افراد درگیر یک مذاکره چیست و این پیشینه چگونه می تواند موقعیت آنها را در بحث پیش رو تحت تاثیر قرار دهد؟ روابط میان طرفین مذاکره با واسطه های آنها به چه شکل است؟ چگونه طرفین با یکدیگر در ارتباط هستند و این روابط چه نقشی در روند مذاکره ایفا می کند؟

چگونه نیازهای طرفین درگیر در مذاکره به منظور رسیدن به یک توافق از طریق مذاکره مورد توجه قرار می گیرد؟ موثرترین راه برای رسیدن به نتایج و نیازهای مورد نظر چیست؟ چگونه طرفین می توانند اطمینان حاصل کنند که خواسته های آنها به شکل درست و کاملی شنیده می شوند؟

آیا گزینه های جایگزینی برای رساندن طرفین به آنچه که در ابتدا به دنبال آن بوده اند، وجود دارد؟ اگر امکان رسیدن به یک توافق مستقیم وجود نداشته باشد، آیا طرفین باید به دنبال نتایج جایگزین باشند؟ چه گزینه هایی ممکن است آنها را به نتیجه مورد نظر برساند؟ آیا طرفین بخش هایی که امکان عقب نشینی در آنها به نفع طرف دیگر وجود دارد را بیان می کنند؟ آیا خواسته های طرفین مذاکره و وعده هایی که می دهند قانونی است؟ طرفین برای اثبات ادعاهای خود و نشان دادن معتبر بودن مطالباتشان چه مدارکی را ارائه می دهند؟ آنها چگونه می توانند تضمین دهند که توافق حاصل شده را دنبال می کنند؟

طرفین تا چه میزان باید به نتیجه حاصل در مذاکرات متعهد باشند؟ چه خطراتی ممکن است هر یک از دو طرف مذاکره را تهدید کند و مذاکره کنندگان برای رسیدن به نتیجه باید چه کارهایی را انجام دهند؟

تکنیک های مذاکره که هرگز شکست نمی خورند



شما در یک کنفرانس نشسته اید و به چهره طرف مقابل خود خیره شده اید. شما خواسته مشخصی دارید با این حال طرف مقابل خواسته کاملاً متفاوتی دارد. در این کنفرانس هیچ یک از طرفین قصد ندارند از مواضع خود کوتاه بیایند. نکته اصلی نیز همین است. مذاکره به هیچ عنوان به این معنا نیست که یا شما به خواسته خود برسید یا طرف مقابل. دقت داشته باشید که این یک موقعیت یا شما یا طرف مقابل نیست. طی یک مذاکره هر دو طرف باید از نتیجه رضایت داشته باشند



با بررسی مذاکرات مختلف و نتایجی که هر یک از آنها به دنبال دارند می توان اصولی را تعیین کرد که به موفقیت منجر خواهد شد. این اصول عبارتند از:

۱. شما باید بدانید که چه کاری را می خواهید انجام دهید
۲. قبل از شروع مذاکره، یک برنامه برای خود مشخص نمایید
۳. درباره همتای خود مطالعه نمایید و شناخت خوبی از او داشته باشید
۴. سعی کنید دنبال یک نتیجه برد-برد باشید
۵. از مذاکره با خودتان اجتناب کنید
۶. پشت میز مذاکره در برابر طرف غیرقابل اعتماد خود واکنش جدی نشان دهید
۷. به یاد داشته باشید که برای انجام مذاکره یا تجدید آن حتماً باید دو طرف حاضر باشند

توصیه هایی برای مذاکره بهتر



همه افراد مهارت لازم برای رسیدن به موفقیت در مذاکرات را دارا نیستند، اما مواردی وجود دارند که شما می توانید برای رسیدن به موقعیتی بهتر آنها را انجام دهید. این موارد عبارتند از:

1. موقعیت خود را به شکل درستی تحلیل کنید

به هیچ عنوان بدون اینکه بتوانید به موقعیت قبلی خود بازگردید، وارد یک مذاکره نشوید. بهتر است نشان دهید که اطلاعات کافی دارید و در زمینه مورد بحث تحقیقات لازم را داشته اید. این نشان می دهد که شما به معامله ای که قرار است شکل بگیرد متعهد هستید.

2. خودتان را به جای طرف مقابل بگذارید

اینکه بر مواضع خود پافشاری کنید اصلا ایرادی ندارد. اما همانطور که شما نباید از مرزهای خودتان عبور کنید، به خاطر داشته باشید که طرف دیگر نیز محدودیت های خود را دارد. مثلا اگر شما نمی خواهید پول بیشتری برای خرید خانه یا ماشین مورد معامله خرج کنید، شاید طرف مقابل هم محدودیتی درباره قیمت پیشنهاد شده به شما دارد. اینکه سعی کنید از دید طرف دیگر به موضوع نگاه کنید اصلا ایرادی ندارد. حتی اگر پیشنهاد او را هم نپذیرید باز هم می توانید با دید او نیز به این موضوع نگاه کنید.

3. احساسات خود را کنترل کنید

احساسات و زبان بدن شما به راحتی می تواند شما را تحت تاثیر قرار دهد. به ویژه زمانی که بر روی به نتیجه رسیدن مذاکره به شکل جدی سرمایه گذاری کرده اید. به همین دلیل بهترین کاری که می توانید انجام دهید این است که احساسات خود را به شکل کامل کنترل نمایید. بهتر است قبل از شروع مذاکره بدانید که چه زمانی دست از مذاکره بردارید. مشخصا باقی ماندن در مذاکره زمانی که قرار نیست پیش برود، امری بیهوده است.

10. مهارت مذاکره برای موفقیت



مهارت های قدرتمند مذاکره را در خودتان پرورش دهید و یک معامله گر و رهبر بهتر و قوی تر شوید. مذاکره کننده ها در حوزه کسب و کار می دانند که موثرترین معامله گران هم در ایجاد ارزش و هم در دستیابی به ارزش، مهارت دارند. ۱۰ مهارت مذاکره زیر به شما کمک می کند تا در مذاکرات کاری تان موفق شوید:

1. بهترین گزینه خود را شناسایی و تجزیه و تحلیل کنید

در هر مذاکره و معامله ای، بهترین منبع قدرت شما توانایی شما برای دور شدن از یک گزینه و انجام معامله دیگر است. پیش از نشستن پشت میز مذاکره، مذاکره کنندگان خردمند و حرفه ای وقت قابل توجهی را صرف شناسایی بهترین گزینه های جایگزین برای توافق نامه می کنند.

2. مذاکره در مورد روند

تصور نکنید که شما هر دو یک تصور نسبت به مساله دارید و در خصوص زمانی که باید ملاقات کنید، کسانی که باید حضور داشته باشد، دستور کار جلسه و غیره، نظراتتان یکی است. در عوض، با دقت در خصوص این جزئیات نیز مذاکره کنید. بحث در مورد چنین مسایلی، راه را برای گفتگوهای بسیار متمرکزتر و موفق تر هموار می کند.

3. ایجاد رابطه

تحقیقات نشان می دهد اگرچه مشارکت در بحث و گفتگوهای کوچک همیشه امکان پذیر نیست (به ویژه اگر در یک موقعیت سخت قرار داشته باشید) انجام این کار می تواند مزایای زیادی را برای شما به همراه داشته باشد. شما و همایتان ممکن است همکاری بیشتری داشته باشید حتی اگر تنها چند دقیقه برای آشنایی با یکدیگر زمان صرف کنید. اگر در حال مذاکره از طریق ایمیل هستید، حتی یک تماس تلفنی مقدماتی مختصر هم ممکن است تغییر ایجاد کند. این یکی از با ارزش ترین مهارت های مذاکره است.

4. فعالانه گوش دهید



وقتی بحث و مذاکره را شروع کردید، در برابر وسوسه فکر کردن به حرف بعدی تان در حالی که همتای شما در حال صحبت است مقاومت کنید. در عوض به استدلال های او با دقت گوش کنید. سعی کنید احساسات دشوار مانند ناامیدی را در پشت حرف های طرف مقابل تشخیص دهید. نه تنها به احتمال زیاد اطلاعات ارزشمندی به دست می آورید، بلکه طرف مقابل نیز ممکن است مهارت های گوش دادن شما را تقلید کند که این بسیار اتفاق ارزشمندی است.

5. سوالات خوبی پرسید

شما می توانید با پرسیدن سوالات زیاد اطلاعات قابل قبولی از مذاکرات کسب کنید - سوالاتی که احتمالا می توانند پاسخ های مفیدی بدست آورند. از پرسیدن سوالات "بله یا خیر" و سوالات جهت دار مانند "آیا فکر نمی کنید این موضوع یک ایده عالی است؟" جلوگیری کنید. در عوض، سوالات خنثی پرسید که پاسخ های جامعی را به شما می دهند. مانند "آیا می توانید در مورد چالش هایی که در فصل اخیر با آن روبرو هستید توضیح دهید؟"

6. به دنبال معاملات هوشمند باشید



در یک مذاکره معمولی، هر دو طرف اغلب درگیر امتیازات و مطالبات مربوط به موضوع واحد مانند قیمت هستند. اما در مذاکرات یکپارچه می توانید از تمرکز بر چندین موضوع سود کسب کنید تا هر دو طرف از آنچه می خواهند بیشتر کسب کنند. به طور خاص سعی کنید مواردی که همتای شما به آن عمیقاً اهمیت می دهد اما برای شما اهمیت کمی دارد را پیدا کنید. سپس در ازای دریافت امتیاز از طرف مقابل در موضوعی که برای شما بسیار ارزشمند است، به او امتیاز دهید.

7. به امکان سوگیری های غلط آگاه باشید

تحقیقات گسترده نشان می دهد که اولین اعداد ذکر شده در مذاکره، هرچند بدون محاسبه دقیق باشد، تاثیر قدرتمندی در مذاکرات بعدی می گذارد. برای جلوگیری از قربانی شدن توسط این موضوع می توانید برای اعلام اولین پیشنهادهایتان بسیار دقت کنید. اگر طرف مقابل ابتدا پیشنهاد می دهد، شما بهترین گزینه هایتان را در ذهن خود مرور کنید و برای تجدید نظر در صورت لزوم آماده باشید.

8. ارائه چندین پیشنهاد به صورت همزمان

به جای اینکه در یک زمان فقط یک پیشنهاد دهید، در یک زمان یک مجموعه پیشنهاد ارائه کنید. اگر طرف مقابل شما همه آنها را رد می کند، از او بخواهید به شما بگوید کدام یک را بیشتر دوست دارد و چرا؟ سپس برای بهبود پیشنهادتان به تنهایی یا با همفکری همکارانتان تلاش کنید. این استراتژی ارائه چندین پیشنهاد به طور همزمان شانس رسیدن به بن بست را کاهش می دهد و می تواند راه حل های خلاقانه تری را عرضه کند.

9. یک قرارداد مشروط را امتحان کنید



مذاکره کنندگان غالباً دچار عدم توافق می گردند زیرا در مورد چگونگی عملکرد یک سناریو خاص در طول زمان پروژه اختلاف نظر دارند. در چنین مواردی، یک قرارداد مشروط را پیشنهاد کنید. در اصل، این مشروط سازی چگونگی وقایع آینده را نشان می دهد. به عنوان مثال اگر به ادعای یک پیمانکار شک دارید که آیا می تواند پروژه نوسازی خانه شما را در مدت سه ماه به پایان برساند یا خیر، یک قرارداد مشروط پیشنهاد دهید که او را برای تاخیر جریمه کند یا برای تکمیل زود هنگام پاداش بدهد. اگر او واقعا به ادعاهای خود باور داشته باشد، نباید در پذیرش چنین شرایطی مشکلی داشته باشد.

10. برای اجرا برنامه ریزی کنید

راه دیگر برای دوام طولانی مدت قرارداد شما، قرار دادن نقاط عطف و ایجاد مهلت در قرارداد برای اطمینان از تحقق تعهدات است. همچنین ممکن است شما کتبی موافقت کنید که در فواصل منظم در طول قرارداد برای حضور در جلسه و در صورت لزوم مذاکره مجدد ملاقات کنید. علاوه بر این، اضافه کردن بند حل اختلاف که خواهان استفاده از وساطت یا داوری در صورت بروز اختلاف است می تواند اقدامی عاقلانه باشد.

منابع :

کتابهای روانشناسی و ارتباطات 1-روانشناسی بازرگانی / پی یر، فویله / دکتر محمد حسین سروری / سخن /
روبروی دانشگاه تهران 2-خط و شخصیت / گابریل بوشاتو / احمد یلدا / کتاب سرا 3-خطر در امضاء کردن /
شاهین بهتاش // ماهرنگ 4-روانشناسی رنگها / ماکس لوشر / ویدا ابی زاده / درس 5-رنگ و طبیعت(دانش رنگها
) / مهندس ناصر فرزانه // تهران 6-روانشناسی رنگ و تبلیغات / دکتر یوسفعلی عطاری - رضا فلاحتی / گلگشت -
7ارتباط شناسی/دکتر مهدی محسنیان راد// انتشارات سروش 8-مدیریت ارتباطات - ری ام . برکو ؛ اندرو دی
ولوبین ؛ دارلین ار . ولوبین - ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی - ص ۵ - دفتر پژوهشهای فرهنگی 9- (کلید
طلایی ارتباطات / کریس کول / محمد رضا آل یاسین / ناشر مترجم / جیهون 10-آئین سخنوری / محمد علی فروغی
-- / زوار / تهران - خ جمهوری اسلامی تلفن: ۳۰۳۲۱۲ 11-آئین سخنرانی / دیل کارنگی / مهرداد مهرین /
اسکندری / تهران - لاله زار تلفن: ۳۱۷۹۱۲ 12-رازو رمز چهره ها / بیژن راد مهر // نوربخش 13-فراسوی چهره ها
/ دکتر سید محمود انوشه // جیهون 14-ارتباطات غیر کلامی / دکتر علی اکبر میرحسینی / دکتر قاسم کبیری
/میرکبیر 16-چگونه افکار یکدیگر را بخوانیم/جرالد.آی.نایرنبرگ و هنری.اچ.کلرو/ضیاءالدین رضاخانی/شرکت
سهامی انتشار(ترجمه ردیف بعدی 17- HOW TO READ A PERSON LIKE A BOOK / GERALD I.
NIERENBERG – HENRY H . CALERO / POCKET BOOKS 18- THE COMMUNICATION
EXPERIENCE IN HUMAN RELATION/LYLE SUSSMAN & SAM DEEP//SOUTH –
WESTERN PUBLISHING CO.کتابهای مذاکره تجاری 1-مذاکره اصولی یا روانشناسی توافق/ راجرفیشر -
ویلیام یوری/ مهدی قراچه داغی / شباهنگ 2-اصول وفنون مذاکره/ راجرفیشر - ویلیام یوری/
مسعود حیدری/سازمان مدیریت صنعتی/تهران-خ -ولیعصر-نرسیده بعد از پارک ملت مدیریت دولتی/تهران-خ-
کریمخان-خ-نجات الهی شمالی-پ- ۲۶۸-ت- ۲۲۶۲۹۹-ف- ۳- مذاکرات تجاری بین
المللی/جیمز آر.سیلکنت - جفری ام.آرستی/علیرضا نعیمی یزدی/مرکز آموزش 4- 2223967آیین مذاکره وتنظیم
قراردادهای تجاری بین المللی/رضا پاکدامن//موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی/تهران-خ-کارگر شمالی -
پ۲۴۰- ت۹۳۹۳۲۹۵- 5- روش بحث و مذاکره/دکتر سید مهدی ثریا//رشد/تهران-خ- انفلاب روبروی دانشگاه
تهران-پ۱۰۷۶ 6- مهارتها وفنون کاربردی در مذاکره/رابرت مادوکس/دکتر مهدی ایران نژادپاریزی/سروش 7-
هاروارد چه چیزهایی را یاد نمی دهد / مارک.اچ.مک کورمک/محمود طلوع مکانیک/علمی/تهران -پامنار - حاجیها -
پ- ۲۶تلفن۳۹۴۲۸۳ 8-فنون مذاکرات تجاری/چالز ادیسون هاریس/محمد ابراهیم گوهریان/موسسه مطالعات
و پژوهشهای بازرگانی/تهران-خ-کارگر شمالی-پ۲۴۰- ت۹۳۹۳۲۹۵- (ترجمه ردیف ۱۱ می باشد 9- (فنون مذاکره
/ تیم هیندل / شفیع الهی/ سارگل / تهران - تلفن : ۸۹۵۴۰۴۱ فکس : ۸۹۵۰۴۷۵ 10-شیوه های گفتگوی موثر /
برت دکر / فهمیه نظری / انستیتو ایزایران / تهران - میرداماد -ک - شهید حصار - پ-۳۴- ت- ۲۲۵۴۰۸۰ 11-
کتاب کشورها / مرکز پژوهشهای بازرگانی 12- Business Negotiating Power/Charls Edison
Harris/Van Nostrand Reinhold کتابهای مذاکره دیپلماتیک - اختلافات خانوادگی 1-هنر و فن مذاکره /
اصغر گرشاسبی // نشر مهاجر / تهران روبروی دانشگاه ۱۴۱۰ زیرزمین پاساژ فروزنده ۲۲۸ - ۶۶۴۸۷۵۸۷ 2-
مذاکرات دیپلماتیک/محمد رضا دبیری// دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی/تهران-خ- باهنر-خ -شهید آقایی -
ص.پ۱۹۳۹۵/۱۷۹۳ 3- .حل و فصل اختلافات بین المللی / عبدالحمید فریدی عراقی / دفتر مطالعات سیاسی و بین
المللی/تهران-خ- باهنر-خ- شهید آقایی-ص.پ۱۹۳۹۵/۱۷۹۳ 4- .هنر جنگاوری / سان تزو / علی کردستی /
سازمان فرهنگی فرا 5-شناخت و درمان اختلافهای زنشویی /فیلیپ اچ . برنشتاین - ماریسی . تی . برنشتاین /
حمید رضا سهرابی /رسا/مفتح /۳۳۳

تهیه کننده : آزیتا اسدی
موفق و موید باشید