



Mladen Jančić

POSTANITE BOLJI PREGOVARAČ – 44. nastavak

UTJECAJ EMOCIJA U PREGOVARANJU (II. dio)

SUPERPRODAVAČ

Dok se osjećaji obično odnose na jedan događaj ili iskustvo, raspoloženje koje ih prati nije specifično. Raspoloženja općenito nisu tako intenzivna kao osjećaji, međutim za razliku od osjećaja ona mogu trajati satima, danima ili tjednima. S druge strane, raspoloženje se može pojaviti u tren oka. Vaše raspoloženje može oblikovati emocije koje prikazujete i emocije koje prikupljate iz okoline.

S obzirom da trenutno raspoloženje može evocirati sjećanja iz prethodnih kontakata s istim pregovaračem, osjećaji koji se tada javljaju mogu biti ili irelevantni ili kontraproduktivni za trenutnu pregovaračku situaciju. Raspoloženje utječe na ponašanje i postupke pregovarača u pregovorima. Dobro raspoloženi pregovarači obično sebi zadaju više ciljeve u samom startu. Pozitivno raspoloženje također pomaže u kreiranju kvalitetnijih odnosa sa drugim stranama u pregovorima. Pregovarači u dobrom raspoloženju manje koriste "hard-ball" pregovaračke taktike (primjer - nakon što su sudionicima u jednom eksperimentu u prostoriju stavili ugodan miris/osvježivač zraka, iako su prije tome bili skloni, manje su koristili "hard-ball" taktike).

Dobro raspoloženje: pokretač ili kočnica

U isto vrijeme, dobro raspoloženje može uzrokovati davanje više ustupaka drugoj strani. Loše raspoloženje ima suprotan učinak, tj. utječe na pregovarača da ne brinu o odnosu između strana. Općenito, istraživanja pokazuju da je za učinkovito pregovaranje ipak bolje imati dobro raspoloženje jer se tako postižu i dodatni, sinergijski učinci.

Na temelju prethodno navedenog, iskusan pregovarač može «izazvati» dobro raspoloženje u cilju poboljšanja ishoda pregovora. Tipičan primjer je poziv na piće, poslovni ručak, ili šetnja kroz prostorije tvrtke da bi se počelo pregovarati u dobrom, pozitivnom raspoloženju. S druge strane, iako postoje znanstveni dokazi za korištenje ovakvog pristupa, postoji i nekoliko ograničenja. Prvo, teško je uspostaviti izravnu povezanost između kratkoročno inducirano raspoloženja i pozitivnog učinka pregovaranja.

Drugo, teško je predvidjeti zbog čega se ljudi u stvari osjećaju dobro, tj. koje stvari će ih staviti u takvo raspoloženje. Treće ograničenje je da kratkoročno inducirano «dobro» raspoloženje ne traje cijelo vrijeme trajanje pregovora.

Najbolja strategija je praćenje specifične situacije/razvoja događaja, te obraćanja pozornosti na raspoloženje druge strane te sustavno kreiranje pozitivne atmosfere (bez potrebe davanja nepotrebnih ustupaka).



Osobnost pregovarača

Za razliku od emocija ili raspoloženja, osobnost pregovarača opisuje obrasce ponašanja i kognitivne procese tijekom mnogo duljeg vremenskog razdoblja. Definirana kombinacijom nasljednih i okolišnih utjecaja, osobnost trajno karakterizira svakog pregovarača. Za razliku od emocija i raspoloženja, osobnost ne oblikuje osjećanja, nego osobnost oblikuje interpretacije osjećaja. Osobnost utječe na to kako osoba reagira na različite okolišne i društvene podražaje. Biti osjetljiv na osobnost može dati odgovore o tome kako određene osobe mogu reagirati u određenim situacijama ili kako oni mogu reagirati na različite ljude.



AngloAdria
MANAGEMENT CONSULTING

Trening programi:

- poslovno pregovaranje
- leadership
- key account management
- prodaja
- osobni razvoj
- train the trainer

Ulica grada Vukovara 284, Poslovni centar Almeria, Zagreb
Informacije: 01 551 0200 ili www.anglo-adria.com