

PREGOVARANJE S VRLO BITNIM KUPCEM – 3. DIO

U ovom nastavku kolumnе navodimo posljednje tri strategije u pregovaranju s vrlo bitnim kupcima.



6 Sačuvajte najteže stvari za kraj pregovora

Kad imate puno različitih stvari o kojima trebate pregovarati, ne počinjite s najtežima, iako se u stvari čini logičnim da bih se tih stvari trebalo rješiti odmah na početku (zašto trošiti vrijeme na trivijalne stvari ako se ne možete dogovoriti oko najbitnijih?). Za ovo postoje dva razloga. Prvo, rješavanje relativno lako pitanja na početku stvara momentum, tj. unaprjeđuje dinamiku u pregovorima. Time također djelujete preventivno prema pregovaračima „natjecateljima“ koji na taj način bivaju obeshrabreni odmah započeti sa svojim agresivnim zahtjevima. Drugo, tako je moguće kreirati i dodatnu vrijednost, tj. otkriti do tada nepoznate varijable u pregovaranju.

7 Unaprijed odredite moguće ustupke i polako popuštajte

Strane u pregovore ulaze da bi nešto i dale, ne samo dobile. S tim u vezi, potrebno je znati što je to što vas ne košta puno, a možete koristiti kao ustupak u pregovaranju. Naravno da bi svako davanje ustupaka trebalo biti uvjetovano dobivanjem

određenog ustupka druge strane (vjerojatno najvažnija riječ u pregovaranju je jednostavno i kratko ako).

Brojne studije pokazuju da je u pregovaranju puno bolje imati visoka očekivanja nego preniska. Ako pregovarač krene sa nisko spuštenom ljestvicom, u stvari je napravio prvi ustupak drugoj strani prije nego se i počelo pregovarati. Druga strana u tom slučaju dobiva ekstra bonus, uz ono što se ionako očekuje.

Ključ je uvijek nešto pokušati dobiti u zamjenu za ustupke koje nudite drugoj strani. Naravno da različiti ustupci imaju različitu vrijednost za kupca i prodavača, tako da bi trebali početi od stvari koje u većini slučajeva imaju malu vrijednost kao što su:

- Kontrola procesa – gdje/kod koga se pregovara
- Vrijeme isporuke
- Korisnička podrška (vrijeme)
- Dinamika fakturiranja
- Garancija kvalitete
- Izvješćivanje

Postoji stara izreka: „Tko prvi popusti, gubi.“ U poslovnom pregovaranju ovo je samo djelomič-

no i istina. Naročito u odnosu veliki/mali, prodavač ponekad mora ponuditi mali ustupak da bi stvorio prostor za nastavak pregovora. Naravno da takav ustupak ne bi trebao biti isprovociran arrogancošću ili preambicioznim zahtjevima druge strane. Međutim kao gesta dobre volje, da bi se kreirao momentum za nastavak pregovora, takav mali ustupak sigurno nije naodmet.

8 Ne podliježite emocionalnim ucjenama

Kupci dosta često koriste ljutnju kao alat u pregovorima. Ljutnja može biti istinska ali i izmišljena. To na kraju i nije toliko važno – ono što je bitno je kako prodavač na takvo ponašanje, tj. igranje na kartu emo-

cija (strah, krivnja) reagira.

Ono što prodavač u takvim situacijama između ostalih taktika može uraditi je i sljedeće:

- Asertivni pacifizam. Koristite neutralni ton i zahvalite klijentu na njegovim zahtjevima jer tako više učite o potrebama klijenata te ste u mogućnosti unaprijediti svoju uslugu. Takvim pristupom agresivni kupac ostaje razoružan, njegovi udarci nisu primljeni tj. nisu uzrokovali nikakvu obrambenu reakciju. Na takav način kupac u stvari ostaje zbumjen – što naravno kreira momentum na strani prodavača.

- Zatražite vrijeme za razmišljanje/odluku. Pod pritiskom, dosta često neki prodavači zaborave da ih ništa ne sprječava da zatraže i jednostavnu pauzu koja im može pomoći u nastavku pregovora. Za vrijeme pauze, moguće je i trezveno analizirati razvoj situacije te se odlučiti za najprikladnije rješenje.

Bit pregovaranja sa zahtjevnim kupcima je pokušati izbjegići njihove napade i uvjeriti ih da je učinkovitije zajednički se i konstrukтивno osvrnuti na stvari koje su u središtu pregovaračkog procesa. I najagresivniji kupac će prestati razmiljati o zadavanju udaraca ako ne postoji onaj koji iste i prima.



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



mr. sc. Mladen
Jančić, CMC