

UTJECAJ TRENUTNIH EMOCIJA U PREGOVARANJU

Mladen Jančić



Oni koji gledaju televizijsku seriju «Seks i grad» možda će se prisjetiti situacije iz jedne od epizoda kada se Samantha, koja s teškoćom hoda, žali na bol u stopalu svojoj prijateljici Carrie, koja joj na to savjetuje da onda i ne moraju ići u kupnju. Na to joj Samanta odgovara: «Ne brini, nije mi slomljen duh, nego samo nožni prst!».



Što znanost zna o utjecaju emocija?

Istraživanje poduzeto od strane Jennifer Lerner (J. S. Lerner, D. A. Small, G. Loewenstein, «Heart strings and purse strings: carryover effects of emotion on economic decisions», Psychological Science, 15: 337-41, 2004.) koje je za hipotezu imalo pretpostavku da će motivacija na različite načine utjecati na prodavače i kupce, pokazalo je interesantne rezultate. Da budemo precizniji, pretpostavka je bila da će kupci koji su tužni biti voljni platiti višu cijenu nego oni ravnodušni i obrnuto – da će prodavači koji su tužni lakše prihvatiti nižu cijenu za isti proizvod nego ravnodušni prodavači.

U navedenom eksperimentu, da bi se i jedne i druge pokušalo do-

vesti u takvo emocionalno stanje (tuga), istraživači su im pokazali dva filmska inserta. Za one koji su bili predviđeni da budu tužni, prikazan je odlomak iz filma «Šampion», tj. smrt dječakovog mentora. Odmah nakon prikazivanja, zatraženo je napisu kako bi se oni osjećali u sličnoj situaciji.

Za one kojima je namijenjen osjećaj ravnodušnosti, prikazan je odlomak iz filma o specifičnoj ribi, nakon čega su morali pisati o svojim svakodnevnim aktivnostima. Nakon tog, prvog dijela eksperimenta, objema skupinama je rečeno da će se pristupiti drugom eksperimentu, koje nema veze sa prethodnim.

Polovina je dobila zadatak da napiše po kojoj cijeni bi prodali set flomastera, a druga polovina je dobila zadatak da odredi po kojoj cijeni bi kupila isti set flomastera.

Bez obzira na emocionalno stanje, za bitne odluke je preporučeno da prođe neko vrijeme, kada s određene distance možete razmotriti situaciji i donijeti kvalitetniju odluku – naravno ako ste u mogućnosti kreirati takvu odgodu.

Prijenos osjećaja u ekonomsko odlučivanje

Rezultati istraživanja bili su u skladu s početnim pretpostavkama. Oni koji su bili pod utjecajem tuge su bili voljni kupiti set flomastera po otprilike 30% većoj cijeni od onih koji su bili ravnodušni, a tužni prodavači su bili voljni prodati isti set za otprilike 33% nižu cijenu nego ravnodušni.

Ono što je također interesantno u spomenutom istraživanju je činjenica da se prijenos osjećaja u ekonomsko odlučivanje dogodio nesvjesno – promatrani nisu bili svjesni da su osjećaji toliko bitno promijenili način njihovog odlučivanja.

Kako rezultati ovog istraživanja mogu pomoći u svakodnevnom životu? Ako trebate voditi financijske pregovore, a upravo ste prošli ili prolazite kroz iskustvo koje dovodi do takve vrste osjećaja (tuga), pokušajte tražiti odgodu. Čak i kraća odgoda bi u ekonomskom smislu mogla dati bolji učinak, jer će se vremenom negativna osjećanja neutralizirati.

Bez obzira na emocionalno stanje, za bitne odluke je preporučeno da prođe neko vrijeme, kada s određene distance možete razmotriti situaciji i donijeti kvalitetniju odluku – naravno ako ste u mogućnosti kreirati takvu odgodu. Navedeno važi i za poslovne sastanke, kupnju stana ili kuće, ili ad hoc kupnju preko interneta.

Karta trenutnog raspoloženja

Na kraju, ne bi bilo poželjno iskoristiti takvo emocionalno stanje (igrati na kartu trenutnog raspoloženja) kod bitnih kupaca/klijenata, jer osim etičkih načela u igri je i rizik koji je u takvim slučajevima prevelik. Što više, ako im sami, po mogućnosti predložite odgodu pregovora u slučaju da se nalaze u takvom emocionalnom stanju, izvjesno je da će odnos između strana dodatno ojačati.



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