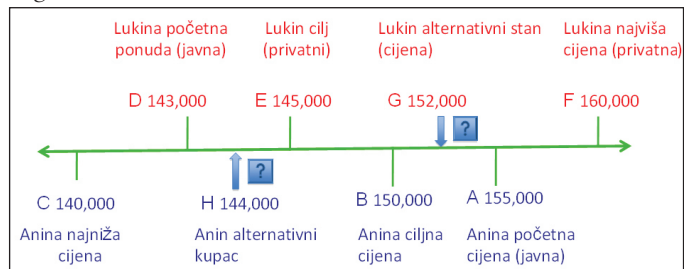




mr. sc. Mladen Jančić, CMC

RAZOTKRIVANJE "TOČKI OTPORA" PRI CJENKANJU

Kako bismo jasnije predočili ovu problematiku, pogledajmo sljedeći graf:



Pretpostavimo da je riječ o kupoprodaji stana te da su cifre izražene u eurima. Ana pokušava prodati svoj stan, te daje oglas u novine kojim traži 155,000 (A), vjerujući pritom da će za stan, nakon pregovora, dobiti 150,000 (B). Ana je istovremeno svjesna da će, ukoliko kriza potraje a ona ne bude imala dovoljno kvalitetnih ponuda, možda morati prihvatiti i tako nisku ponudu kao što je 140,000 (C). Za Anu je upravo točka C njezina točka otpora.

S druge strane, imamo Luku koji želi kupiti stan. Nakon što je vidio Anin oglas i pogledao stan, Luka je ponudio 143,000 (D), ne bi li eventualno zaključio dogovor s Anom (nakon pregovora tj. cjenkanja) na 145,000 (E) - što je njegov osobni cilj. Luka može dobiti kredit od banke u visini 160,000 (F), pa je to za njega maksimalna svota koju bi, ukoliko sve prilikom cjenkanja krene naopako, mogao izdvojiti za stan. Za Luku je upravo ta točka (F) njegova točka otpora. U teoriji cjenkanja, raspon između Anine najniže cijene (C) i Lukine najviše cijene (F) zove se raspon cjenkanja (*bargaining range*), a točke C i F, kako smo prethodno rekli, jesu točke otpora (*resistance points*).

KAKO RAZOTKRITI TOČKE OTPORA?

Pogledajmo sada što svaka od strana eventualno može uraditi ne bi li natjerala drugu stranu da razotkrije svoje točke otpora (ili im se barem približi).

Ana, kao prodavač, može uvesti u igru stvarnog ili izmišljenog alternativnog kupca (D), čime će pokušati dobiti bolju/veću ponu-

du od Luke. Također, Ana može naglasiti da *rok* za kupnju završava npr. za deset dana (nakon čega će stan, navodno, iznajmiti), čime će, naravno, dodatno pokušati povećati pritisak na Luku. Ana može i naglasiti da se cijena pod točkom A odnosi samo za brzu *gotovinsku* transakciju, dok bi za ostale opcije cijena bila viša („gurajući“ time Luku prema njegovoj točki otpora (F)).

S druge strane, Luka, kao kupac, u poziciji je da ucjenjuje Anu metodom „uzmi ili ostavi“, kao i da je uvjetuje *rokom* do kojeg je voljan dati ponudenu sumu. Luka također može pokušati *navesti sve nedostatke* Aninog stana (unutarnje ali i lokacijske), dodatno time „gurajući“ Anu prema njezinoj točki otpora (C) te, što je možda i najinteresantnije, pokušavajući promijeniti Anina *wjerenja* o vrijednosti samog stana. Luka može probati igrati i na kartu alternativnog (stvarnog ili izmišljenog) stana.

Pretpostavimo sada da je Luka stvarno vidio stan u istoj zgradi gdje se nalazi i Anin, te da je riječ o stanu iste kvadrature i identičnog stanja, a prodaje se za 152,000 (G). Pretpostavimo i da Ana ne zna za koliko se točno novaca prodaje takav stan u njezinoj zgradi. Bi li imalo smisla, s Lukinog gledišta, ponovo kontaktirati Anu i reći joj da se u njezinoj zgradi skoro identičan stan prodaje za 152,000, umjesto za 155,000 (koliko Ana traži sa svojom)? Većina bi ljudi na ovo pitanje odgovorila – naravno da ima! No, upravo tu bi napravili veliku grešku. Naime, time bi Anu samo stavili u poziciju da smanji svoju početnu cijenu sa 155,000 na 151,000 ili možda 150,000, čime bi postigla povoljniju cijenu od cijene alternativnog stana kojeg Luka razmatra, ali bi još uvijek bila vrlo blizu svoje ciljane cijene (B). Dakle, tim bi činom Luka Ani zapravo učinio uslugu. Umjesto navođenja stvarne cijene alternativnog stana, s Lukinog bi gledišta bilo puno pametnije reći da se stan u susjedstvu prodaje za *značajno manje novaca*, bez navođenja konkretne cifre. Time bi se Luka zapravo stavio u puno bolju poziciju, budući da bi natjerao Anu da razmisli o prihvaćanju puno niže ponude kojom bi se sigurno približila svojoj točki otpora (C). Upravo tu grešku pravi većina ljudi pri kupnji kako stanova tako i automobila, kad s informacijom o jednoj ponudi odlaze drugome prodavaču i informiraju ga za koliko točno novaca mogu kupiti stan ili auto kod alternativnog ponuđača.

U sljedećoj kolumni razmotrit ćemo osnovne „Hardball“ taktike u cjenkanju.

ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA OTKRIVANJE TOČKI OTPORA

- Ukoliko druga strana procijeni da ćete imati visoke troškove u slučaju kašnjenja ili odustanka, njezina će točka otpora biti veća;
- Što su troškovi druge strane veći, njezina će točka otpora biti manja;
- Ukoliko predmet pregovaranja nije toliko bitan za drugu stranu, njezina će točka otpora biti niža;
- Čim više druga strana vjeruje da vi dajete važnost predmetu pregovaranja, njezina će točka otpora biti viša.



- Poslovna edukacija
- Executive coaching
- Trening
- Konzalting

www.anglo-adria.com