

Pet velikih pregovaračkih pogreški

ČETVRTA POGREŠKA – PRECJENJIVANJE STVARNE VRIJEDNOSTI

POSTANITE BOLJI PREGOVARAČ - 20. DIO



Zamislite da se selite iz jednog grada u drugi i prodajete svoj stan ili kuću. Kako biste utvrdili pravu vrijednost nekretnine? Sada zamislite da ste u suprotnoj poziciji, da kupujete isti stan ili kuću, na istom tržištu. Kako biste odredili vrijednost nekretnine koju kupujete? Mislite li da biste došli do iste procjene bez obzira jeste li kupac ili prodavač?

Prema temeljnim ekonomskim načelima, trebali bismo odrediti istu vrijednost bez obzira jesmo li u ulozi prodavača ili kupca. Međutim, samo mali dio ljudi slijedi to pravilo. Psihološka istraživanja pokazuju da prodavači vrednuju svoje nekretnine više nego slične nekretnine drugih. U prodajnom pregovaranju,

to predstavlja problem.

Jesu li vaše nekretnine stvarno od neprocjenjive vrijednosti? Neke stvari su ljudima stvarno neprocjenjive - ne bi ih dijelili s drugima bez obzira na ponuđeni iznos novca. Druge su virtualno neprocjenjive, ili „*pseudosacred*“, kako tvrdi profesor Max Bazerman s *Harvard Business School*. Možemo tvrditi da su te stvari nešto o čemu se ne može pregovarati, međutim većina ljudi bi ipak razmotrila trgovinu pod određenim uvjetima. Zaručnički prsten vaše majke može biti nešto što ne biste prodali ni za što na svijetu, međutim o prodaji sata svog ujaka, ako ste u novčanim neprilikama, možda ipak razmislite?

Što se događa kada se odlučite da ste spremni za trgovinu s takvim stvarima? Izvjesno je da ćete biti skloni da se oduprete koliko-toliko „razumnim“ ponudama, možda ćete čak biti bijesni ili ljuti na nekoga tko spomene bilo kakav iznos – što izvjesno ne doprinosi bilo kakvom dogovoru.

Moć sentimentalne vrijednosti

Razmislite o tome što se događa kada dugogodišnji dom obitelji ide na tržište. Lijepa sjećanja dovest će članove obitelji u poziciju da postave iracionalno visoku traženu cijenu. Nakon početnog naleta interesa, kuća se vjerojatno nalazi na tržištu već mjeseci, čak i godinama. Cjenovni rezovi ne uspijevaju privući mnogo

interesa, a nekad „dragi dom“ postaje izvor stresa i tjeskobe. Slična situacija se događa kod prodaje obiteljskih tvrtki. I ne samo obiteljskih.

Zanimljivo je također da ljudi imaju tendenciju precijeniti obične stvari koje nemaju sentimentalnu vrijednost. Suprotno racionalnoj ekonomskoj teoriji, čini se da ljudi nešto vrednuju više ako im to i pripada. Zašto? Vlasništvo, kao koncept, je popraćeno prijetnjom gubitka u odnosu na *status quo*. Ovaj „gubitak“ može nas dovesti do precjenjivanja svoje imovine i situacije da za nju tražimo više nego što realno vrijedi.

Da bi se izbjegla ova greška „gubitka“ i stvorila realnija slika o vrijednosti toga što se posjeduje, svaki prodavač bi trebao iskreno odgovoriti na sljedeća pitanja:

1. „Da li bih to poželio, a da nije već moje“? Kada se stavi u cipele potencijalnog kup-

ca, predmet možda neće izgledati tako privlačno.

2. „Koliko to stvarno vrijedi“? Unaprijedite svoju procjenu vrijednosti na način da konzultirate eksperta, financijskog savjetnika i sl.

3. „Što će se dogoditi ako se ne prodaju“? Zamislite što će se dogoditi ako niste u mogućnosti zaključiti prodaju nakon mjesec ili godinu dana. Ako to ne uzrokuje nikakav problem, ništa vas ne sprječava u postavljanju visoke cijene. Ali ako bi time prouzročili financijske ili druge poteškoće, razmislite o cijeni koju tražite.

4. „Koju dodatnu vrijednost mogu ponuditi“? Kao što smo i prethodno govorili, cijena nije jedini čimbenik vrijednosti. Ako ste, na primjer, u mogućnosti ponuditi opciju dostave, plaćanja na rate ili slične pogodnosti možda možete i opravdati iznadprosječnu cijenu.

Ljudi imaju tendenciju precijeniti obične stvari koje nemaju sentimentalnu vrijednost.

mr. sc. Mladen Jancić, CMC



Učinkovito poslovno pregovaranje, 16-17.05.2013.
Uvjerljiv javni nastup, 30.05.2013.

Edukacijski kampus, Ilica 242, Zagreb.
Informacije: 01 463 7437 ili www.anglo-adria.com