

Pet velikih pregovaračkih pogreški

TREĆA POGREŠKA – UTJECAJ PRISTRANOSTI



Mr. sc. Mladen
Jančić, CMC

Koliko sretni mislite da ćete biti ako vaša omiljena politička stranka pobijedi na sljedećim izborima? Kako ćete se osjećati ako vaš klub postane nacionalni prvak? A sada zamislite kakve osjećaje će kod vas potaknuti suprotni ishodi.

Ako ste poput većine ljudi (i ako vam je stalo do sporta ili politike, ili oboje), izvjesno je da ste počinili pogrešku: vjerojatno ste precijenili osjećaj sreće koji pobjeda može donijeti i osjećaj tuge koji gubitak može uzrokovati.

Generalno govoreći, ljudi koji vole „trčati pred rudo“ preuveličavaju stvarni učinak koji pozitivni/negativni ishodi određenih događaja mogu imati na njih.

Kada se takvi događaji, s očekivanim pozitivnim ili negativnim ishodima, dogode, oni imaju manji dugoročni utjecaj na sreću i tugu kod ljudi koji ih očekuju, a takav fenomen profesori Daniel Gilbert (*Harvard University*) i Timothy Wilson (*University of Virginia*) nazivaju *impact bias* (utjecaj pristranosti).

U pregovorima, utjecaj pristranosti može nas dovesti do greške pri odabiru onoga što će nam eventualno donijeti zadovoljstvo, ili suprotno - biti manje

bolna opcija, fenomen koji profesor Gilbert naziva *miswanting*. Iako *miswanting* ima i prednosti i mane, vjerojatno ćete ipak imati koristi od razmišljanja o tome što vas može usrećiti.

nje boljeg posla. Razumijevanje toga što će vas usrećiti može vam pomoći u odabiru boljeg izbora u pregovorima. Strah od neželjenih posljedica zasigurno zauzima visoku pozornost svakog pregova-

jateljstva i drugi oblici povezivanja to mogu učiniti.

Za pregovarače koji se muče prilikom donošenja odluka, svijest o utjecaju pristranosti može donijeti utjehu, što nadalje može pridonijeti lakšem razmatranju



Ljudi koji vole „trčati pred rudo“ preuveličavaju stvarni učinak koji pozitivni/negativni ishodi određenih događaja mogu imati na njih.

Problem je u pretjerivanju s intenzitetom reakcije

Ljudi precjenjuju intenzitet i trajanje njihove emocionalne reakcije na široku lepezu događaja. Ispravno procjenjuju da će nakon određenih događaja biti sretni ili uznemireni nakon loše vijesti, međutim greška je u procjenjivanju jačine i intenziteta takvog raspoloženja. Ova greška u procjeni za posljedicu ima i konkretan pregovarački učinak – zbog iste greške većina je ljudi sklona preuveličavati rizike.

Očekivanje oduševljenja i strah od katastrofe mogu biti snažni motivatori za pozitivne promjene, bez obzira značilo to možda novi ugovor, zalaganje za dodatnu sigurnosti ili pronalaze-

rača. S druge strane, ovakav pristup treba balansirati i drugim pitanjima – koje pozitivne učinke određeni izbor može donijeti, tj. što bi Vas u tom izboru učinilo sretnim i zadovoljnim. Primjerice, istraživanja pokazuju da novac ne korelira s trajnom srećom, ali pri-

mogućih rizika i prevladavanju nerealnih očekivanja.



AngloAdria
MANAGEMENT CONSULTING

Instrumenti za analizu poslovanja poduzeća, 9-10.04.2013.

Situacijsko vodstvo, 11-12.04.2013.

Uvod u osobni razvoj, 24.04.2013.

20 najčešćih prodajnih prigovora i kako njima upravljati,
25.04.2013

Edukacijski kampus, Ilica 242, Zagreb.

Informacije: 01 463 7437 ili www.anglo-adria.com