



U SUSRET KONFERENCIJI SUPERPRODAVAČ 2017.



5 NAČINA KAKO DA IZGUBITE U PREGOVORU

1 Negativna retorika i opogrešan „okidač“

U 25 godina poslovnog pregovaranja samostalno sam odrađila preko 10.000 pregovora, slušala sam i gledala na stotine hrvatskih i stranih vlasnika, direktora i prodajnih predstavnika. Čitala sam tisuće njihovih poruka, mailova i gledala isto toliko prodajnih prezentacija. Oko 90% njih je koristilo puno iritirajućih fraza. Ponekad sam imala osjećaj da razgovaram s robotima, koji sve rade po špranci, a ne sa stvarnim ljudima.

Većinom su govorili iste stvari: „*Pa Vi mene uopće ne sluštate!*” „*Uložili smo 150.000 eura u nove strojeve i zato vam ne možemo odobriti nikakve rabate.*” „*Mi smo garancija vašeg rasta i profitabilnosti.*” „*Moramo podići cijene jer ulažemo u reklamu na TV...*” Ništa od toga ne zanima današnjeg kupca jer u tim izjavama dominira zamjenica u prvom licu jednini – JA, a ne stoji glavni okidač za kupnju – korist za **Kupca**.

Hrvati su šampioni negativne retorike i prepoznaju se po destruktivnim izjavama, negativnom raspoloženju, negativnim stavovima i ponašanju, pritiscima i gladijatorskim ucjenama: „*To neće ići!*”, „*To je nemoguće!*”, „*Nema sanse!*”, „*Pa vidite i sami u kakvoj državi poslujemo!*”, „*U krizi je nemoguće rast!*”, „*Ili ćete mi dati 3% rabata, ili letite van s police!*”...

2 Emocionalni okidači

Pa čak i kad naleti na takvog „agresora“, profesionalac mora biti obučen da upravlja svojim emocijama i da ne dozvoli da ga takve izjave psihološki destabiliziraju. Ta

to je upravo i bio cilj „agresora“!

„*Konkurenca je jeftinija!*”, „*Taj proizvod mi ne treba!*”, „*Uh, preskupol!*”, „*A da mi to odgodimo za neka bolja vremena?*”, „*Dajte vi meni prvo tih 3% rabata, a onda možemo dalje razgovarati o assortimanu!*”... No, samo 10% prodavača će znati točno odgovoriti na ovakve izjave. Najčešće se uhvate u mrežu i počinju se ili opravdavati ili napadati kupca, zaboravljajući da je cilj u pregovoru pridobiti drugu osobu, a ne ju pobijediti!

3 Mudro je reći NE!

Naravno da je potrebno reći drugoj strani NE u pregovoru, izboriti se za sebe, te odbiti neprihvatljiv prijedlog. Pa pregovor se i sastoji od niza odbijenica i onaj tko ima problema s odbijanjem ili ne zna kojim retoričkim fraza ma to profesionalno izreći – gubi poslove i novac!

Nažalost, u našim se školama i na fakultetima ne uči kako asertivno odbiti drugu osobu, a da je ne povrijedi! Posljedica tog je da se kritika prihvata na osobnoj razini i da je rezultat takve kritike frustracija, agresija ili povlačenje.

4 Rapor i EGO-nomija

Distancirana emocionalna povezanost (*rapor*) ili odnos koji se zasniva na međusobnom sviđanju i povjerenju je više nego potreban u uspješnom pregovaranju! Međusobne barijere jednostavno će time nestati, što će omogućiti bolju komunikaciju i bolje poslovne rezultate.

No, to pretpostavlja da je osoba empatična, emocionalno inteligentna i samopouzdana.

Za pregovaračkim stolom u Hrvatskoj sjedi previše „mekih“ osoba s uzdrmanim samopouzdanjem. Tri do četiri puta više kod žena nego kod muškaraca.

Njih ćete prepoznati po ovakvim rečenicama:

„*Samo sam htjela provjeriti ...*“

„*Samo se pitam ako bi se odlučili između ...*“

„*Muslim da je moja ponuda korektna.*“

„*Vjerujem da ćete ostvariti smanjenje troškova...*“

„*A nasuprot njima su oni s velikim egom.*“

Psiholozi David Marcum i Steven Smith kažu da veliki ego u projektu uzrokuje poslovne gubitke od 6-15% godišnjih prihoda!

Veliki ego i pozicijska nepotpustljivost se često znade isprijeti uspjehu hrvatskih pregovarača (i *managera*), pogotovo onih koji u tome ne vide nikakav problem i koji pregovarački stol vide kao bojište samo s jednim ciljem – pobijediti „neprijatelja“!

5 Ključ uspjeha u pregovoru

Priprema, priprema, priprema! Ona je glavni faktor uspjeha u pregovoru. Izgovori pregovarača u Hrvatskoj su da nemaju vremena za pripremu (tj. za uspjeh) i da već imaju dovoljno iskustva u pregovaranju. To i jest najčešći razlog što mi prodajni predstavnici pokušavaju prodati proizvod, a ne ono što ću ja s njime postići! Recite mi zašto kupujem, a ne što kupujem!

Davora Biondić Vince

Vrhunski pregovarač je konkurentska prednost tvrtke

Među zanimanja budućnosti spada i vrhunski prodavač. Njega nikada neće moći zamijeniti robot. Obučeni i istrenirani timovi profesionalnih pregovarača su konkurentska prednost kompanije. Oni smanjuju troškove, stvaraju prilike i zarađuju novac. Oni znaju da ne mogu mijenjati drugu osobu, već samo samoga sebe! Oni pregovaraju sa stilom, uživaju u stvaranju dodane vrijednosti i daju ovoj plemenitoj vještini svoj osobni šarm i „touch“!

Vrijeme je da se vratimo osnovnim postulatima uspjeha u pregovaranju: učinkovitoj asertivnoj komunikaciji, samokontroli, poštivanju drugih i dobroj pripremi. Dokle god vlada tiranija neznanja i kultura sukoba u pregovoru, iscrpljivat ćemo sebe i druge s pokazivanjem mišića i škrugtanjem zuba, a glavni argument će nam biti: „*Ljudi smo, dogоворит ćemo se!*“