



pastila cu vicleșuguri[®] #617

11 decembrie 2017

Rezultatul final al adevăratei învățări
este schimbarea. (Leo Buscaglia)

FOX
training

te învață
să negociezi



București, 2017

Servus,

România este ruptă în două, au observat-o mai mulți. Cele două tabere nu se pot înțelege pentru că fiecare este convinsă că apără niște principii și acestea nu sunt negociabile. Un terț mai puțin subiectiv decât părțile implicate, ca mine, observă însă că diferențele nu sunt atât de mari cât suntem împinși să credem că sunt. Sunt mai mici decât imediat după revoluție, când de fapt au apărut aceste tabere. Cu un mic efort, am putea avea o oarecare înțelegere. Nu liniște, doar zgomot mai puțin. Pentru asta, nu ar strica un mediator sau un arbitru, dar nu-l avem. Președintele, fiind mereu ales cu suportul uneia dintre jumătățile de Românie, va fi mereu partizanul acelei părți. Cu mintea cea de pe urmă ne dăm acum seama din ce în ce mai mulți că soluția noastră tocmai a murit.

Mereu un prieten,

Valentin Ioan Postolache

Negocierea vânzării

Vânzarea presupune schimbare și, de aceea, cel mai mare dușman al vânzării este statu-quo-ul, starea de fapt pe care vânzătorul o găsește la posibilul lui cumpărător. Acum poți vedea mai clar similitudinile dintre negociere și vânzare: și cel care inițiază o negociere se lovește de statu-quo și se străduiește să-și convingă oponentul că există o stare mai bună decât cea prezentă. Oamenii preferă, în general, să nu facă schimbări, deci vânzătorii/negociatorii trebuie să se lupte cu firea umană. Cu firea umană te lupți cel mai bine folosind tot firea umană. De exemplu, lenea se combate bine cu lăcomia, lipsa de curaj cu frica, etc.

Vicleșuguri: Pentru ca prospectul/oponentul tău să fie de acord cu schimbarea pe care i-o propui, trebuie să aibă un motiv suficient de puternic care să acopere costurile schimbării, care nu sunt puține. De exemplu, un vânzător care încearcă să mă convingă să-mi schimb mașina cu una nouă vândută de el nu-mi propune un singur cost (prețul mașinii). Sunt multe alte lucruri pe care cumpărătorul le ia în seamă, de la confortul schimbării la micșorarea riscurilor implicate de schimbare. Toate aceste costuri trebuie acoperite de beneficiile stării mele de după achiziție. De fapt, decizia de schimbare nu apare în momentul în care îmi dau seama că beneficiile întrec costurile, ci atunci când apreciez că beneficiile sunt mult mai mari decât costurile. **Schimbarea în sine e un cost.**

Om bogat, om sărac

Cea mai mare comoară este să știi să fii fericit cu puțin, pentru că puținul nu-ți va lipsi niciodată. (Seneca)

Diagnostic pentru Daniel Oltean

VIP: După fiecare negociere, trăim o stare de disconfort pentru că nu știm cât de bun a fost rezultatul. Este ceea ce a simțit și Daniel după ce și-a luat rindeaua (cea dinainte era mai ieftină). Împotriva acestei stări neplăcute, oamenii au dezvoltat un remediu: se autoiluzionează că au procedat bine (a doua a fost mai scumpă, dar îmi place mai mult). În funcție de fire și de context, cele două trăiri ajung într-un oarecare echilibru cu care putem merge mai departe (în cazul lui Daniel, o urmă de regret a rămas, pentru că și-a amintit evenimentul după cinci ani). Când cumperi obiecte de colecție, și nu numai, decizia nu poate fi doar rațională. Primul vânzător a fost probabil un „catâr”, dacă îți aduci aminte de la [curs](#) de clasificarea făcută de Kennedy. El a deschis cu cel mai bun preț pe care îl spera („wish”-ul, cum îi spunea Donaldson) și a făcut dintr-un pas concesiă până la poziția lui de ruptură. Dincolo de asta, se ieșea din ZOPA. Eu cred că acea primă negociere nu se putea încheia cu un acord pentru că nu exista de fapt ZOPA, adică cel mai mare preț pe care era dispus să-l dea Daniel a fost mai mic decât cel mai mic preț acceptabil pentru vânzător.



București, 2017

cunoaștere pentru acțiune



Un citat relevant (Jeswald W. Salacuse – *Real Leaders Negotiate! – Gaining, Using, and Keeping the Power to Lead Through Negotiation*, Palgrave-McMillan, 2017)

Conform convingerii convenționale, adevărații lideri nu negociază ... Pentru mulți conducători, negocierea este un instrument de folosit în afara organizației, pentru a rezolva problemele cu clienții, furnizorii și creditorii. În interiorul organizației, se aplică strict „ca mine sau vrea!” Relatăriile despre abilitățile de conducători ale lui Jack Welch la General Electric, Steve Jobs la Apple, ... sau Bill Gates la Microsoft se focalizează rareori pe calitățile lor de negociatori. Asta pentru că cei mai mulți oameni cred că leadership-ul și negocierea sunt două abilități diferite, ce nu au prea mult de-a face una cu alta. Pentru ei, liderii puternici comandă iar liderii slabi negociază ... Convingerea aceasta convențională este complet greșită. Așa cum această carte va arăta, liderii adevărați negociază. De fapt, ei trebuie să negocieze dacă vor să-și atingă scopurile legate de leadership.

Viclesuguri: De peste 10 ani, încerc să conving românii că liderii trebuie să negocieze. Am proiectat un curs în acest sens (*MbN-Management by Negotiation*®), dar nu am avut succes cu el în fața „convingerii convenționale”. Căutând sprijin pentru ideea mea, mi-am procurat cu greu o carte din 1986 (Lax&Sebenius – *The Manager as Negotiator*) care nu se îndepărtează însă prea mult de convențiile epocii și nu m-a satisfăcut. Iată că acum un mare guru american în domeniul negocierii o spune cu tărie: **negociatorii trebuie să negocieze dacă vor să-și atingă scopurile legate de leadership**, luând în calcul și un scop mai puțin scos în evidență: păstrarea puterii, a scaunului, cum vrei să-i spui.



București, 2017



Spoiler Allert: The Founder (2016)*****

Revin la acest film în lumina citatului de mai sus (*Real Leaders Negotiate!*). Fără a minimiza alte calități ale „fondatorului” Ray Croc, abilitățile lui de negociere au fost definitorii în obținerea extraordinarului succes numit McDonald's. Frații McDonald, de la care Croc preia întreaga afacere nu sunt la fel de abili. Deși, la început, Croc acceptă fără să negocieze toate condițiile contractuale impuse de Mac și Dick McDonald, el găsește căi pentru a renegocia, câpătând treptat controlul. Mai întâi, el valorifică lipsa de precizie a contractului, atunci când cumpără terenurile de sub restaurante fără aprobarea fraților, justificându-se cu „autoritatea voastră se oprește la podea”. Mai târziu, devenit potent financiar, el își permite să înființeze o altă companie (McDonald's Corporation) care atingea dreptul de proprietate intelectuală a fraților, profitând de faptul că aceștia nu-și permiteau să susțină un proces cu el. În final, atunci când le cumpără tot conceptul, Croc promite celor doi frați o redevență de 1% din profit, dar bazat numai pe o strângere de mână, pretinzând că nu poate altfel din cauza creditorilor, promisiune niciodată onorată.

Viclesug: Am remarcat mai sus numai negocieri aflate la limita sau dincolo de limitele impuse de morală, nu pentru că sunt un susținător ala acestora, ci pentru a provoca o discuție cu tine, după ce vezi filmul.



București, 2017

Pastila săptămânală o găsești pe www.foxx.ro

Foxx Training®
te învață să negociezi

Str. Aurerei, nr. 19,
CP 120207, Buzău, România
Tel/Fax: 0238 721 487
Mobil: 0726 077 487

Abonare / dezabonare
la
contact@foxx.ro

Acest material este un supliment de curs.
Foxx Training își rezervă toate drepturile asupra lui.

„Foxx Training te învață să negociezi”®,
„pastila cu viclesuguri”®,
„Negociază-i tu pe ei !”® și
„MbN - Management by Negotiation”®

sunt mărci înregistrate în proprietatea Foxx Training.

Fotografiile sunt făcute la cursurile Foxx Training.
Cei fotografiați nu au obligații față de mine
pentru publicitatea pe care le-o fac ©

„pastila cu viclesuguri”®
costă 1 leu per apariție și cititor.

Te rog să plătești contravaloarea „tratamentului”
unui copil, infirm, sau bătrân aflat în nevoie.

cunoaștere pentru acțiune