

Lech Baczyński

SEKRETY SKUTECZNYCH NEGOCJACJI



**Jak wykorzystać negocjacje
aby uzyskać
to, czego się chce
i uniknąć manipulacji**

Niniejszy **darmowy** ebook zawiera fragment
pełnej wersji pod tytułem:
Sekrety skutecznych negocjacji
Aby przeczytać informacje o pełnej wersji, [kliknij tutaj](#)

Darmowa publikacja dostarczona przez
[Wydawnictwo Złote Myśli sp z.o.o](#)

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by [ZloteMysli.pl](#)

Data: 13.05.2008

Tytuł: Sekrety skutecznych negocjacji

Autor: Lech Baczyński

Wydanie III

Projekt okładki: Joanna Kopik

Korekta: Sylwia Fortuna

Skład: Anna Grabka

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: [www. ZloteMysli.pl](http://www.ZloteMysli.pl)

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

[Kup książkę](#)

Dedykuję Matce

[Kup książkę](#)

SPIS TREŚCI

<u>Wstęp</u>	5
<u>Czym są negocjacje?</u>	6
<u>Odwagi - możesz!</u>	9
<u>Kiedy negocjować, a kiedy nie?</u>	11
<u>Synergia czy gra o sumie zerowej?</u>	13
<u>Przygotowanie do negocjacji</u>	15
<u>BATNA – co to takiego?</u>	20
<u>Podstawowe błędy początkujących negocjatorów</u>	22
<u>Styl negocjacyjny</u>	24
<u>Dobre zakończenie negocjacji</u>	30
<u>Konkretne kwoty w negocjacjach - targi</u>	31
<u>Wywieranie wpływu na ludzi i zastosowania w negocjacjach</u> .	36
<u>Erystyka w negocjowaniu</u>	43
<u>Taktyki i sztuczki negocjatorskie</u>	45
<u>Negocjacje w innych krajach</u>	54
<u>Zakończenie</u>	56

Wstęp

Co da Ci ta książka?

Dowiesz się z niej, na czym polegają negocjacje, kiedy warto negocjować a kiedy nie, jak przygotowywać się do negocjacji.

Poznasz podstawowe błędy początkujących negocjatorów, różne style negocjacyjne, sposoby targowania.

Dowiesz się, jakie jest dobre zakończenie negocjacji, jak wywierać wpływ na ludzi i jak zastosować wywieranie wpływu w negocjacjach, oraz poznasz taktyki i sztuczki negocjatorskie.

Znaczenie słowa BATNA będzie dla ciebie oczywiste, dowiesz się też co daje dobra BATNA.

Przyjrzyj się także zwyczajom negocjacyjnym w różnych krajach.

A przede wszystkim, dowiesz się, że TY możesz negocjować, jeśli chcesz, i że celem negocjacji jest stworzenie sytuacji: wygrana-wygrana (ang. win-win), czyli obustronnej korzyści. Napisałem tę książkę nie po to, żeby uczyć czytelników jak wygrywać z innymi, tymi, którzy jej nie czytali, ale po to, żeby uczyć jak dochodzić do rozwiązania, które jest dla obu stron satysfakcjonujące. Bo jaki jest społeczny zysk z tego, że jedna strona zyska tyle ile druga straci? Lepiej jest przecież, jeżeli zyskają obie strony.

Czym są negocjacje?

Negocjacje to proces, w którym co najmniej dwie strony, poprzez komunikację, starają się uzyskać dla siebie korzyści, przy odmiennych stanowiskach i interesach. Negocjacje powinny prowadzić do znalezienia wspólnego stanowiska, leżącego w przestrzeni akceptowalnych rozwiązań każdej ze stron. Posłużmy się tu najprostszym przykładem: dwie osoby negocjują cenę starej lampy na targu staroci. Sprzedawca proponuje cenę 100 zł, a chciałby sprzedać lampę nie taniej niż za 75 złotych. Ceny powyżej 75 złotych to przestrzeń akceptowalnych rozwiązań sprzedawcy. Z kolei kupujący może wydać maksymalnie 90 złotych – może zaakceptować każdą cenę poniżej 90 zł. Proces negocjacji powinien się zakończyć ustaleniem ceny pomiędzy 75 a 90 zł, i w dużej mierze od zdolności negocjacyjnych obu stron zależy, która z możliwych wartości z przedziału 75-90 zostanie wybrana. Ten bardzo prosty przykład prezentuje kilka cech procesu negocjacji:

- I. Częściowy konflikt interesów. Zarówno sprzedający jak i kupujący dążą do transakcji sprzedaży/kupna lampy – to ich wspólny interes. Jeden z nich chce ceny jak najwyższej, drugi jak najniższej – to konflikt interesów.
- II. Istnienie wspólnej części przestrzeni akceptowalnych rozwiązań dla każdej ze stron. Bez tego negocjacje byłyby bezsensowne, bo zapewne zakończyłyby się fiaskiem. Zdarza się jednak, że negocjacje mają sens, choć nie istnieje wspólna przestrzeń rozwiązań – na przykład, gdy kilka stron prowadzi rozmowy, w wyniku których ustalają rozwiązanie korzystne dla niektórych, a niekorzystne, nieakceptowalne dla innych. Wyobraźmy

sobie „negocjacje” pięciu osób, które chciałyby zająć miejsca w trzyosobowej łódce.

III. Proces negocjacji opiera się na komunikacji.

IV. Zakończeniem procesu negocjacji są uzgodnienia lub fiasko.

Podany powyżej przykład jest bardzo prosty i jednowymiarowy – w prawdziwych negocjacjach spotyka się zazwyczaj wielowymiarowe przestrzenie rozwiązań, wiele sprzecznych i wspólnych interesów, oraz wiele różnych kwestii technicznych – np. czy negocjować na terytorium „swoim” czy „obcym”.

Zależnie od podejścia, definicje negocjacji są różne:

„Negocjacje są obustronnym procesem komunikowania się stron odbywającym się w sytuacji, gdy oczekują one, że porozumienie może zapewnić większe korzyści niż działanie bez porozumienia”

P. J. Dąbrowski

„Proces, za pomocą którego poszukujemy warunków uzyskania tego, czego chcemy od kogoś, kto chce czegoś od nas” Gawin Kennedy

„Przemyślana interakcja dwóch lub więcej skomplikowanych jednostek społecznych, za pomocą której próbują one definiować lub redefiniować warunki wzajemnej zależności” Walton i McKersie

„Negocjacje są podstawowym sposobem uzyskania od innych tego, czego chcemy. Jest to zwrotny proces komunikowania się w celu osiągnięcia porozumienia w sytuacji, gdy ty i druga strona związani jesteście pewnymi interesami, z których jedne są wspólne a inne przeciwstawne” Fisher i in.

„Sekuencja wzajemnych posunięć, poprzez które strony dążą do osiągnięcia możliwie korzystnego rozwiązania częściowego konfliktu interesów” Zbigniew Nęcki

Negocjacje można rozumieć jako:

- ➔ zespół przepisów taktycznych
- ➔ sztukę rozwiązywania dylematów
- ➔ proces o pewnej strukturze przebiegający w czasie
- ➔ zespół typów działań

Odwagi - możesz!

Wiele osób boi się negocjować – i w ten sposób traci szanse na lepszą umowę, lepszą cenę, lepsze warunki.

Pamiętaj, że:

- a) masz prawo mieć własne zdanie na temat warunków transakcji,
- b) masz prawo do próby zmiany warunków na lepsze.

Jedyne, co będzie Ci potrzebne, to odpowiednia postawa, nastawienie psychiczne. Warto wyrobić w sobie:

- a) poczucie bezpieczeństwa – które przydaje się także w innych dziedzinach życia,
- b) pewność siebie i wynikający z niej spokój,
- c) asertywność, umiejętność wyrażania własnych pragnień ale jednocześnie umiejętność przyjmowania odmowy i dawania innym prawa do odmowy.

Niektórzy mają negocjowanie "we krwi" - po prostu wyrobili w sobie taki nawyk. Umiejętność negocjacji nie jest rzeczą wrodzoną - jest to tylko kwestia nastawienia i nawyku - każdy może się tego nauczyć. Poniżej opisuje „z życia wziętą” sytuację, która mi się przydarzyła. Ważne terminy i kluczowe słowa, o których będzie mowa w dalszej części książki, zostały wytłuszczone.

Sprzedawałem kiedyś przedmiot, którego detaliczna cena nominalna to 366 zł. Klient złożył zamówienie przez Internet, odpisałem mu żeby wpłacił pieniądze na konto i potem nie miałem od niego żad-

nych informacji. Po kilku dniach czekania postanowiłem do niego zadzwonić. Tutaj mógł wyczuć, że to mnie zależy na transakcji – bardziej niż jemu, ale w sytuacji, w jakiej byłem, nie mogłem czekać. Powiedział, że pamięta, że wpłaci niedługo. Spytał jak idzie sprzedaż, czym od razu zbudował **dobrą atmosferę** mających nastąpić negocjacji, (o których wtedy jeszcze nie wiedziałem). Potem spytał, jaki rabat mógłby uzyskać. Zupełnie nie wiedziałem, co mu odpowiedzieć, nie byłem przygotowany na tego typu pytania. Tu mój błąd – przed każdymi negocjacjami należy się **przygotować**. Nawet tymi, których się nie spodziewamy. A klient wykorzystał sytuację i moje **zaskoczenie**. Poza tym moja **BATNA** była słaba, a jego silna – o czym mógł zresztą nawet nie wiedzieć. Zaproponował rabat 15%. Zupełnie nie odpowiadała mi ta oferta, próbowałem zaproponować mu dodatkową książkę jako bonus. Powiedział **wprost**, że woli rabat gotówkowy. Próbowałem jeszcze zaproponować mu rabat około 5%. Na moją niekorzyść działała **presja czasu** – koszty rozmowy zamiejscowej rosły w każdej sekundzie – z punktu widzenia ekonomicznego nie jest to dużo, ale z punktu widzenia psychologicznego motywowało mnie do jak najszybszego zakończenia. Ostatecznie stanęło na 340 zł zamiast 366 zł. Zgodziłem się na tą cenę. Z powodu zaskoczenia sytuacją zapomniałem wspomnieć o kosztach przesyłki – co w sumie dało około 10% rabatu. Na koniec klient powiedział jeszcze „no to przyklepane” – co stanowiło „**formalne**” **potwierdzenie** uzgodnionych warunków. W sytuacji rozmowy telefonicznej nie mógł uzyskać lepszego potwierdzenia. Negocjacje zakończyły się **sytuacją wygrana-wygrana** – ja sprzedałem produkt z zyskiem, klient uzyskał rabat.