

УДК 658.8

DOI: 10.34670/AR.2021.51.77.027

Стратегия ведения переговоров в продажах сложного технического оборудования

Садыков Марат Альбертович

Индивидуальный предприниматель
420049, Российская Федерация, Казань, ул. Нурсултана Назарбаева, 10;
e-mail: mrsd12331@gmail.ru

Аннотация

Выбор правильной стратегии ведения переговоров при продажах сложного технического оборудования является одним из ключевых факторов переговорного процесса в целом. На данный момент известно 5 основных стратегий ведения переговоров в продажах сложного технического оборудования, а также иных товаров и услуг: избегание переговоров (данная стратегия характеризуется моделью «проиграл-проиграл»), приспособление (это модель «проиграл-выиграл»), конкуренция (это модель «выиграл-проиграл»), сотрудничество (данная стратегия направлена на победу обеих сторон «выиграл-выиграл»), компромисс (модель выиграл-проиграл/проиграл-выиграл). Однако сегодня та или иная стратегия в чистом виде встречается крайне редко. Как правило, несколько стратегий используются параллельно. Также на базе основных стратегий сегодня формируются и развиваются современные варианты. Проведенные исследования говорят об эффективности стратегии на базе использования интерактивной компетенции. Целью данной статьи является рассмотрение современной стратегии ведения переговоров при продажах сложного технического оборудования, базирующейся на учете интерактивной компетенции. Так как в основе данной стратегии лежат метода формирования и удержания доверительной атмосферы сотрудничества, в данной работе им уделяется большое внимание. В статье рассматриваются основные пункты и положения использования стратегии ведения переговоров при продажах сложного технического оборудования, базирующейся на учете интерактивной компетенции: вступление в контакт в ходе переговоров, создание и поддержание атмосферы сотрудничества и доверия, ответ на предложения партнера, позиционный торг, окончание переговоров.

Для цитирования в научных исследованиях

Садыков М.А. Стратегия ведения переговоров в продажах сложного технического оборудования // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 6А. С. 263-269. DOI: 10.34670/AR.2021.51.77.027

Ключевые слова

Стратегии переговоров, переговорочный процесс, атмосфера сотрудничества, интерактивная компетенция, позиционный торг.

Введение

Выбор правильной стратегии ведения переговоров при продажах сложного технического оборудования является одним из ключевых факторов переговорного процесса в целом. У. Мастенбрук выделил 4 показателя эффективности стратегии переговоров:

- достижения существенного желаемого результата;
- гибкость в ходе переговорного процесса, наличие места для маневренности;
- воздействие на баланс сил;
- создание, способствование формированию конструктивной атмосферы [Мастенбрук, 1993].

Р. Люики и А. Хиам при этом считают, что при выборе стратегии необходимо опираться на два ключевых фактора:

- Ожидаемый результат. Что можно получить или потерять в ходе переговорного процесса?
- Отношения. Как переговоры, их течение и исход могут воздействовать на отношения участников на данный момент и в перспективе? [Lewicki, Hiam, 2006].

На данный момент известно 5 основных стратегий ведения переговоров в продажах сложного технического оборудования, а также иных товаров и услуг. Рассмотрим кратко каждую из них.

1. Избегание переговоров. Данная стратегия характеризуется моделью «проиграл-проиграл». В данном случае проблема и вопросы замалчиваются, наблюдается активное избегание проведения переговоров. Часто стратегия используется, когда одна сторона полностью удовлетворена нынешней ситуацией, однако вторая сторона может захотеть ее изменить [Lewicki, Hiam, 2006].

2. Приспособление. Это модель «проиграл-выиграл». В рамках данной стратегии необходимо сосредоточиться на интересах других сторон, не заботясь о своих непосредственных интересах, чтобы сохранить отношения на перспективу. Стратегия применяется, когда: между сторонами существует высокий уровень доверия; результат в данной ситуации не так важен, как отношения; необходимо укрепить репутацию и обрести партнера для длительного сотрудничества; вы понимаете, что ошибались или совершили ошибку.

3. Конкуренция. Это модель «выиграл-проиграл». Реализуется без уступок и проигрышей, интересы отстаиваются без учета других сторон. Стратегию выбирают, когда: необходимо принять непопулярное решение, нужно отстаивать жизненно важные проблемы или защищать себя. Эта стратегия может быть успешной только в том случае, если: у вас есть вся власть, и вы знаете, что правы; это разовая сделка и у вас есть достойные альтернативы; вы цените результат больше, чем отношения; у другой стороны нет возможности ответить.

4. Сотрудничество. Данная стратегия направлена на победу обеих сторон. Характеризуется моделью «выиграл-выиграл». В рамках данной стратегии удовлетворяются интересы всех заинтересованных сторон, обе стороны получают реальные обязательства. Цель состоит в том, чтобы расширить пирог, прежде чем вы его разделите в ходе переговоров. Власть, информация и интересы разделяются, при этом отношения продолжают; у обеих сторон есть сильные альтернативы, но они выбирают работать вместе, так как это более эффективно.

5. Компромисс. Модель выиграл-проиграл/проиграл-выиграл. Главная задача – частично удовлетворить интересы всех сторон. Эта стратегия может быть полезна, когда: ставки небольшие; время имеет большое значение, поэтому вам нужно быстрое решение; одинаково сильные стороны имеют взаимоисключающие интересы и цели; цели умеренно важны, но не

стоят усилий более напористой стратегии; тогда многое было обсуждено и согласовано, и только несколько вопросов мешают вам двигаться вперед.

Однако сегодня та или иная стратегия в чистом виде встречается крайне редко. Как правило, несколько стратегий используются параллельно. Также на базе основных стратегий сегодня формируются и развиваются современные варианты. Проведенные исследования говорят об эффективности стратегии на базе использования интерактивной компетенции [Shell, 2006; Lee, 2007; Стремовская, 2012].

Целью данной статьи является рассмотрение современной стратегии ведения переговоров при продажах сложного технического оборудования, базирующейся на учете интерактивной компетенции. Так как в основе данной стратегии лежат метода формирования и удержания доверительной атмосферы сотрудничества, в данной работе им уделяется большое внимание.

Интерактивная компетенция как основной элемент стратегии

Интерактивная компетенция – это совокупность знаний, умений и навыков, которые влияют на партнерское взаимодействие в ходе переговоров. Сюда входит умение вступать к контакт, умение поддержания разговора, навык установления и поддержания правильной нужной атмосферы, мотивация собеседника к сотрудничеству, умение изменить стиль ведения переговоров при возникновении такой необходимости и т.д.

Сами переговоры в продажах сложного технического оборудования представляют собой процесс взаимодействия 2 и более деловых партнеров, которые хотят прийти к взаимоприемлемому и согласованному решению вопроса или проблемы, которые актуальны и интересны обоим. Переговорный процесс при этом включает в себя 3 стадии:

- 1) Уточнение интересов и позиций.
- 2) Обсуждение предмета переговоров, что включает в себя выработку вариантов решений.
- 3) Согласование позиций и принятие окончательного решения.

Под позициями необходимо понимать конечные цели сторон, чего они хотят добиться. Позиции базируются на интересах, которые демонстрируют потребности и желания сторон. Из этого вытекает, что приоритет в переговорах отводится не удовлетворению своей позиции, а удовлетворению взаимных интересов.

Под предметом договора необходимо понимать материальные вещи (заключение контракта, продление ранее подписанного договора) и психологические категории (достижение баланса интересов, достижение взаимопонимания и т.д.).

В данной статье мы подробно рассмотрим одну из стратегий ведения переговоров в продажах сложного технического оборудования, которая показывает высокие результаты. Данная стратегия создана на базе стратегии «выигрыш-выигрыш», ее главной отличительной особенностью является использование интерактивной компетенции. Она представляет собой практическую реализацию принципа совместного обсуждения проблемы с последующим поиском вариантов решения, при этом стороны демонстрируют себя как партнеры, а не противники. Таким образом, стратегия ориентирована на то, что бизнес – это сотрудничество, а не поле боя.

Разберем ключевые элементы стратегии ведения переговоров в продажах сложного технического оборудования с учетом интерактивной компетенции.

Вступление в контакт в ходе переговоров

На этом этапе важно познакомиться, определить тему разговора, поддержать разговора,

продемонстрировать уважение и интерес, продемонстрировать готовность к сотрудничеству. Для приветственного разговора можно выбрать такие темы как семья, работы, страна пребывания (климат, погода, актуальные новости), общие интересы при их наличии. Нужно избегать личных тем, тем религии и политики.

Чтобы поддержать разговор и расположить к себе собеседника, необходимо овладеть следующими умениями:

- Реакция на сказанное и комментирование.
- Реакция на сказанное и релевантные вопросы.
- Повторение ключевых слов/пунктов + комментирование и/или релевантные вопросы.

Чтобы побудить продолжить общение, лучше задавать специальные вопросы, отказавшись от общих фраз. Например: «Что для тебя самое главное» вместо «Это важно?».

Создание и поддержание атмосферы сотрудничества, доверия

На первый план выходит умение формировать мысли кратко и четко, избегая двусмысленности. Например, вместо «Мы заинтересованы в увеличении партии. Я думаю, что я мог бы, вероятно, увеличить количество примерно до 2000 единиц, если бы вы могли изменить цену примерно на 10 долларов и, если бы вы могли сделать условия оплаты более удобными» лучше использовать «Я куплю 2000 единиц по цене 9,85 доллара с кредитом на 90 дней».

Краткость и недвусмысленность обязательным при обсуждении и согласовании позиций, предложений, уточнении, прояснении интересов. Лучше сразу все прояснить, минимизировав догадки и неверные толкования: «Наша основная цель - узнать больше о ваших потребностях. Мы также хотели бы поговорить о возможных ценах, доставке и поддержке. Наш основной интерес здесь - создание агентства по продаже наших продуктов. Для нас жизненно важно увеличить проникновение на европейский рынок. Наше предложение - создать совместное предприятие».

Избегание категоричных жестких высказываний для поддержания атмосферы взаимопонимания и сотрудничества.

Ответы второй стороны позволяют сделать вывод о ее отношении к вопросу, об уровне доверия и согласия:

- Положительная реакция может быть выражена такими фразами как «Я понимаю, о чем Вы говорите», «Я разделяю Вашу точку зрения», «Это определенно лучшее решение».
- Сдержанная реакция выражается фразами «Я ценю это. Однако ...», «Я понимаю вашу точку зрения, но ...».

Если же необходимо выразить отрицательную реакцию, лучше вновь отказаться от категоричных высказываний. Вместо «Для нас это наименее выгодный вариант», лучше выбрать «Я бы сказал, что это наименее выгодный вариант», вместо «Это невыгодный для нас вариант» лучше использовать «Я бы оценил его как довольно непривлекательный вариант». Если вы не согласны с позицией партнера, лучше сократить до минимума отрицательный эффект. Сделать это можно посредством фраз, которые начинаются с извинения. Например: «Извините, мы не можем с этим согласиться», «Боюсь, это просто невозможно», «Извините, но у нас есть сомнения по этому поводу».

Наиболее эффективным будет такой ответ, который демонстрирует партнеру, что вы не разделяете его позицию/предложения/мнения, но понимаете его и, скорее всего, будучи на его месте, предлагали бы такие же решения. Для этого можно использовать следующие конструкции: «Я ценю вашу точку зрения. Конечно ... Тем не менее ...», «Я согласен с вами до

некоторой / определенной степени, но ...», «Это звучит как очень верная точка / разумная идея, но ...», «По большей части вы правы, но ...».

Чтобы сократить до минимума отрицательный эффект при несогласии можно предложить альтернативный вариант. Но и здесь не стоит использовать категоричные формулировки. «Может, лучшим решением было бы ...», «В качестве альтернативы, мы могли бы ...», «Мы могли бы ... или ...».

Предложение альтернативы позволяет партнеру сделать выбор, что также способствует поддержанию атмосферы сотрудничества.

Уточнение информации

Использование уточняющих вопросов позволяет избежать недопонимания. Также в форме вопросов лучше выражать свои предположения касательно сказанного партнером. Например, «Означает ли это, что вам нужен поставщик, который может выполнить поставку в короткие сроки?».

Предположения относительно сказанного партнером можно выразить и посредством повествовательных высказываний, но опять же необходимо избегать категоричности. Например, вместо «Я уверен, что совместная работа может принести пользу обеим нашим компаниям» лучше использовать «Я думаю, мы сможем вам помочь».

Позиционный торг

На стадии позиционного торга стороны выступают с новыми предложениями, совершаются уступки, принимается итоговое решение.

Предложения могут быть связаны с конкретными условиями. Для этого необходимо использовать условия первого и второго типов. Условия первого типа говорят о готовности к совершению уступок. Например, «Мы были бы готовы ... если вы нам гарантировали ...», «Мы согласимся ... при условии, что вы разрешите».

Также о готовности к согласию свидетельствуют такие слова и фразу как «возможно» вместо «никогда», «это может быть сложно» вместо «невозможно», «не так, как сейчас» вместо «нет», а также вопросы типа «Почему вы так полны решимости стоять на своем?» или «Что нужно, чтобы мы пришли к единому решению?».

Согласие может быть сделано с оглашением условий или без. Например, «Если вы увеличите это до ..., я думаю, мы заключим сделку» или «Я думаю, мы могли бы с этим согласиться».

Окончание переговоров

Перед принятием окончательного решения и завершения переговорного процесса необходимо кратко перечислить вопросы и пункты, по которым были достигнуты соглашения. Также важно дать возможность партнеру высказаться. Это можно сделать с помощью следующих формулировок: «Возможно, я мог бы резюмировать наши выводы / договоренности на данный момент. Вы согласились ...», «Как мы договорились, мы / вы позаботимся / займемся / несем ответственность ...», «Есть ли что-нибудь еще, что нам нужно обсудить в вашем пакете? Хотите еще что-нибудь добавить?».

Если по конкретному вопросу не получилось достичь согласия, необходимо продемонстрировать готовность к сотрудничеству.

Выводы

Представленная в статье стратегия ведения переговоров при продажах сложного технического оборудования и предлагаемые способы ведения коммуникаций нацелены на установление и поддержание взаимовыгодной атмосферы сотрудничества и доверия. Это способствует эффективной реализации стратегии «выигрыш-выигрыш» в ходе переговорного процесса.

Библиография

1. Мастенбрук В. Переговоры. Калуга, 1993. С.65.
2. Lewicki R.J., Hiam A. Mastering Business Negotiation: A Working Guide to Making Deals and Resolving Conflict. Published by Jossey-Bass. A Wiley Imprint. San Francisco, 2006. Электронная версия Kindle. http://www.amazon.com/Mastering-Business-NegotiationResolving-ebook/dp/B002CQTYJI/ref=sr_1_1?s=digital-text
3. Shell G.R. Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People. Penguin Books. Second Edition. 2006. С.10.
4. Lee C. The New Rules of International Negotiation: Building Relationships, Earning Trust, and Creating Influence Around the World. The Career Press, USA. 2007. Электронная версия Kindle. http://www.amazon.com/Rules-International-Negotiation-Relationships-ebook/dp/B001BNC5D0/ref=sr_1_fkmr0_1?s=digital-text
5. Стрёмовская А.Л. Возможные стратегии ведения переговорного процесса // Российский внешнеэкономический вестник. 2012. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnye-strategii-vedeniya-peregovornogo-protsessa> (дата обращения: 04.07.2021).
6. Spinova, E.A. Negotiating Practice in English. Student's Book and Teacher's Book. VAVT, Moscow, 2012. – P. 93-94.
7. Katz L. Negotiating International Business: The Negotiator's Reference Guide to 50 Countries Around the World. BookSurge Publishing. USA. 2006. 534 с. Электронная версия Kindle. http://www.amazon.com/Negotiating-International-Business-Negotiators-ebook/dp/B005OIAXBE/ref=sr_1_1?s=digital-text
8. Brown D. Negotiating secrets. – Great Britain, 2010
9. Веденская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. – 5-е изд., доп. и перераб. – Ростов-на-Дону, 2010
10. Дудник Л.В. Особенности интерактивной компетенции в ситуации «Деловые переговоры» // Вестник ГУУ. 2012. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-interaktivnoy-kompetentsii-v-situatsii-delovye-peregovory> (дата обращения: 05.07.2021)
11. Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. – СПб., 2005.

Negotiation strategy in the sale of complex technical equipment

Marat A. Sadykov

Individual entrepreneur

420049, 10, Nursultan Nazarbayev str., Kazan, Russian Federation;

e-mail: mrsd12331@gmail.ru

Abstract

Choosing the right negotiation strategy when selling complex technical equipment is one of the key factors in the negotiation process as a whole. At the moment, there are 5 main strategies for negotiating in the sale of complex technical equipment, as well as other goods and services: avoidance of negotiations (this strategy is characterized by the “lose-lose” model), adaptation (this is a “lose-win” model), competition (this is “win-lose” model), cooperation (this strategy is aimed at winning both sides “win-win”), compromise (win-lose / lose-win model). However, today this or that strategy in its pure form is extremely rare. Typically, several strategies are used in parallel. Also,

Marat A. Sadykov

based on the main strategies, modern options are being formed and developed today. The research carried out indicates the effectiveness of the strategy based on the use of interactive competence. The purpose of this article is to consider a modern negotiation strategy in the sale of complex technical equipment, based on the consideration of interactive competence. Since this strategy is based on the methods of creating and maintaining a trusting atmosphere of cooperation, much attention is paid to them in this work. The article examines the main points and provisions of the use of a negotiation strategy in the sale of complex technical equipment, based on the consideration of interactive competence: making contact during negotiations, creating and maintaining an atmosphere of cooperation and trust, responding to partner proposals, positional bargaining, ending negotiations.

For citation

Sadykov M.A. (2021) Strategiya vedeniya peregovorov v prodazhakh slozhnogo tekhnicheskogo oborudovaniya [Negotiation strategy in the sale of complex technical equipment]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (6A), pp. 263-269. DOI: 10.34670/AR.2021.51.77.027

Keywords

Negotiation strategies, negotiation process, atmosphere of cooperation, interactive competence, positional bargaining

References

1. Mastenbruk V. Peregovory. Kaluga, 1993. S.65.
2. Lewicki R.J., Hiam A. Mastering Business Negotiation: A Working Guide to Making Deals and Resolving Conflict. Published by Jossey-Bass. A Wiley Imprint. San Francisco, 2006. Jelektronnaja versija Kindle. http://www.amazon.com/Mastering-Business-NegotiationResolving-ebook/dp/B002CQTYJI/ref=sr_1_1?s=digital-text
3. Shell G.R. Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People. Penguin Books. Second Edition. 2006. S.10.
4. Lee C. The New Rules of International Negotiation: Building Relationships, Earning Trust, and Creating Influence Around the World. The Career Press, USA. 2007. Jelektronnaja versija Kindle. http://www.amazon.com/Rules-International-Negotiation-Relationships-ebook/dp/B001BNC5D0/ref=sr_1_1?fmr0_1?s=digital-text
5. Stremovskaja A.L. Vozmozhnye strategii vedeniya peregovornogo processa // Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. 2012. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnye-strategii-vedeniya-peregovornogo-protsessa> (data obrashhenija: 04.07.2021).
6. Spinova, E.A. Negotiating Practice in English. Student's Book and Teacher's Book. VAVT, Moscow, 2012. – R. 93-94.
7. Katz L. Negotiating International Business: The Negotiator's Reference Guide to 50 Countries Around the World. BookSurge Publishing. USA. 2006. 534 s. Jelektronnaja versija Kindle. http://www.amazon.com/Negotiating-International-Business-Negotiators-ebook/dp/B005OIAXBE/ref=sr_1_1?s=digital-text
8. Brown D. Negotiating secrets. – Great Britain, 2010
9. Vedenskaja L.A., Pavlova L.G. Delovaja ritorika: Uchebnoe posobie dlja vuzov. – 5-e izd., dop. i pererab. – Rostov-na-Donu, 2010
10. Dudnik L.V. Osobennosti interaktivnoj kompetencii v situacii «Delovye peregovory» // Vestnik GUU. 2012. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-interaktivnoy-kompetentsii-v-situatsii-delovye-peregovory> (data obrashhenija: 05.07.2021)
11. Elizarova G.V. Kul'tura i obuchenie inostrannym jazykam. – SPb., 2005.