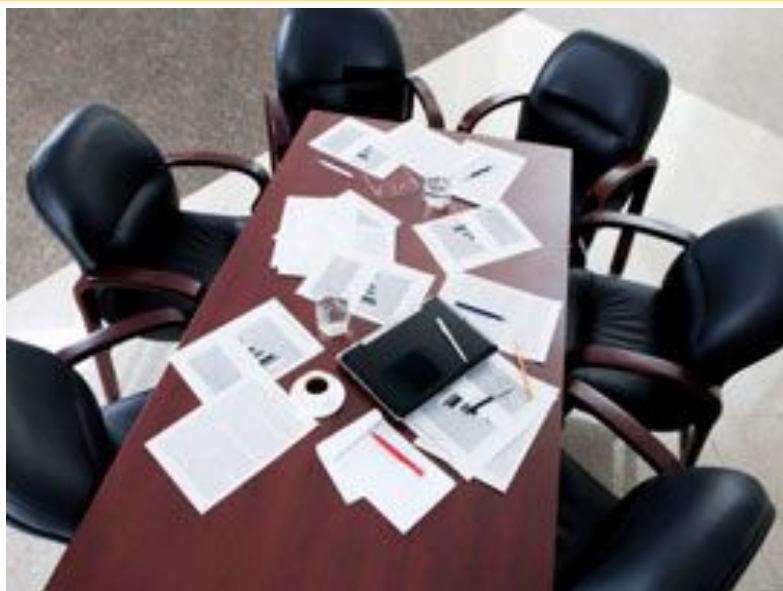


Правила спілкування фахівця при проведенні зустрічей, переговорів, прийомів



Підготовка до переговорів зазвичай ділиться на три етапи: на першому етапі слід зібрати всю необхідну інформацію, розібратися які стоять перед учасниками завдання, визначити шляхи вирішення.

План проведення зустрічі повинен бути досить гнучким, але передбачає отримання відповіді на всі Ваші питання. Відомо, що непередбачена ситуація може призвести до зриву переговорів.



План переговорів повинен містити:

- Місце, дату і час зустрічі;
- Склад учасників;
- Питання для обговорення;
- Альтернативи на випадок контрпропозицій;
- Відповідального за підготовку довідкових матеріалів (зразки товарів, каталогів, реклами);
- Відповідального за зустріч та проводи представників;
- Відповідального за організацію частування в ході переговорів;



Переговори слід проводити в окремому приміщенні. Учасники переговорів від приймаючої сторони повинні зайняти місце в кімнаті переговорів до приходу туди представників іншої сторони.



Приймаючий повинен представити своїх колег по прізвищам і обійманим посадам, включаючи і запрошених на переговори представників інших організацій. Потім представляє своїх колег керівник іншого сторони.



Є тактика ведення переговорів перевірена часом:

- Дохідливо поясніть свою пропозицію;
- Не обіцяйте нічого неможливого;
- Вчіться відхиляти нездійсненні вимоги;
- Записуйте все, з чим ви погоджуєтесь і що ви обіцяєте;
- Не вірте причині відмови, якщо вона переконливо не обгрунтована;
- Не йдіть на пряму конфронтацію;
- Важкі питання обговорюйте вкінці.

Період переговорів можна розділити на три окремі стадії:

- аналіз (збір інформації, осмислення її, прогнозування ситуації);
- планування (складання плану дій, послідовності висловлення пропозицій, аргументів, контрдоводів);
- дискусія.



Національні особливості ведення переговорів

Труднощі на переговорах часто обумовлюються відмінностями національних культур. Прийнято розрізняти культури, в яких вимовлені слова сприймаються практично без урахування можливого прихованого сенсу. Це так звані культури з низьким рівнем контексту. До них відносяться американська і німецька. В інших культурах, зокрема перській, французькій, японській, значення контексту дуже велике. Часом прихований у словах сенс здатний змінювати сказане на прямо протилежне.



Підготовка нової угоди може займати скільки завгодно часу, але саме рішення має прийматися швидко і негайно реалізовуватися. До речі один з постулатів японського бізнесу говорить: реагувати миттєво, діяти блискавично.



Успіх переговорів не в останню чергу залежить від принципових відносин співрозмовників до переговорів взагалі і від їх поведінки в конкретній ситуації.

