

مذاکره کردن کار آسانی نیست، مخصوصاً زمانی که قصد داریم بیشترین سهم از منابع را نصیب خودمان کنیم. مذاکره توزیعی یکی دیگر از انواع مذاکره است که در آن به یک رابطه‌ی منفعت طلبانه برای خود و طرف مقابل فکر نمی‌کنیم. این سبک مذاکره دیگر بر پایه‌ی رابطه‌ی برد-برد استوار نیست.

مذاکره توزیعی زمانی استفاده می‌شود که موضوع مذاکره بر سر یک مسئله معمولاً اقتصادی - تجاری باشد و حفظ رابطه در آن اصلاً مهم نبوده و مذاکره کنندگان به دنبال بیشترین سود برای خود هستند.

آن‌ها بخاطر رسیدن به اهداف خود، حریف را مجبور به پذیرفتن معامله‌ای می‌کنند که برایش خیلی سودمند نیست.

هدف از مذاکره توزیعی چیست؟

هدف هر مذاکره کننده توزیعی رسیدن به سود بیشتر از حریف است. این مذاکره کنندگان فقط معاملاتی را می‌پذیرند که برای خودشان مطلوب باشد. در این سبک فرد مذاکره کننده یک مبارز همه فن حریف است، او یاد می‌گیرد چگونه حریفش را بترساند، به تعویق بیندازد و اطلاعاتی که ممکن است برای او مفید باشد را پنهان کند، حتی حاضر می‌شود حریف را به سخره گرفته یا بترساند.

نکات مهم و اساسی در مذاکره توزیعی

- **تمرکز بر نتیجه‌ی دلخواه**

مذاکره کنندگان در این سبک بر روی اهداف خاصی که آن‌ها را برنده می‌کند، تمرکز کرده و تا زمانی که به شرایط دلخواه نرسند، کوتاه نمی‌آیند. بخشی از این استراتژی شامل هدف‌گیری‌هایی است که انتظار می‌رود در حین فرایند مذاکره به آنها دست می‌یابند. آن‌ها در حین مذاکره متوجه می‌شوند، شرایط حریف چیست، آستانه‌ی تحمل او چقدر است و.. براساس همین اطلاعات اهداف آن‌ها هم تغییر می‌کند. در این شیوه، مذاکره کنندگان زمانی اجازه می‌دهند بحث به مرحله بعدی راه یابد که حداقل به 75 درصد اهداف خود رسیده باشند.

• شرطی کردن مذاکره

این استراتژی شامل شرایطی است که مذاکره کنندگان نمی توانند از آن فراتر رفته و حتی چانه زنی کنند. در این روش طرفین مذاکره از قبل باید سه موضوع اساسی قیمت هدف، آستانه ی تحمل و قیمت پیشنهادی را در ذهن خود مشخص کرده اند.

وقتی طرفین در مذاکره شرکت می کنند، می دانند تا چقدر می توانند در معامله با حفظ منافع خود کنار بیایند. بنابراین برای خود یک محدوده چانه زنی یا همان آستانه ی تحمل طراحی کرده اند که دیگر حاضر به پایین آمدن از آن نخواهند بود و در غیر این صورت وارد مرحله شرطی شده و حاضر به ادامه ی معامله شاید نباشند. به طور مثال حداقل قیمتی که یک طرف حاضر است برای کالا یا خدمات پرداخت کند یا قبول کند.

• ریسک پذیری در مذاکره

مهمترین مهارت در مذاکره توزیعی ترک میز مذاکره در بحرانی ترین و سودمندترین لحظه است. وقتی بنظر می رسد مذاکره به بن بست نزدیک می شود، مذاکره کنندگان ماهر این ذهنیت را ایجاد می کنند که آنچنان هم مایل به انجام مذاکره نیستند و هر لحظه امکان دارد معامله پاشیده شود. این استراتژی نهایی وقتی مفید و سودمند خواهد بود که مذاکره کننده بداند حریفش جز قبول این معامله راه دیگری ندارد، حتی اگر معامله به سودش نباشد.

• گیج کردن

ممکن است مذاکره کنندگان توزیعی بخواهند با استفاده از کلام یا تغییر قیافه و یا رفتار متناقض به مانند یادداشت برداری و یا عدم علاقه به نتیجه ی بحث حریف مقابل را گیج و میبهوت کنند. آن ها برای پیروزی در مذاکره می توانند مشکل پیش آمده را به صورت امری ساده و بی اهمیت به تصویر بکشانند، حتی فرد مقابل را متهم به حواس پرتی می کنند تا به نتیجه ی دلخواه خود برسند.