

تكتيكات الإقناع في التفاوض

اللعب الدفاعي

تكتيكات الإقناع في التفاوض: اللعب الدفاعي

❖ يمكن لتكتيكات وأساليب الإقناع أن تدفعنا أحياناً إلى اتخاذ قرارات في التفاوض نندم عليها لاحقاً. ولحسن الحظ، توجد استراتيجيات يمكن أن تساعدنا على تجنب الوقوع ضحية لها. فقد تلعب تكتيكات الإقناع دوراً مفيداً في التفاوض، إذ تساعدنا على التعامل ليس فقط مع اعتراضات الطرف الآخر المنطقية على اتفاق يحقق منفعة متبادلة، بل أيضاً مع دفاعيته أو نقص ثقته أو حتى قلة خبرته، كما يكتب ماكس بازيрман في كتابه Negotiation Genius. ومع ذلك، يمكن لتكتيكات الإقناع التي يستخدمها الطرف المقابل أن تدفعنا بسهولة إلى التصرف بطريقة تتعارض مع مصالحنا. وفيما يلي أشكال شائعة من الإقناع في التفاوض، مع إرشادات حول كيفية التعرف عليها والحماية منها.

قاعدة المعاملة بالمثل

❖ -لأننا بشرٌ. نشعر بدافع قوي لمعاملة الآخرين بالمثل. ووفقاً لقاعدة المعاملة بالمثل، إذا أرسلت لك منظمة غير ربحية "هدية مجانية"، مثل قلم أو بعض الملصقات، فسيكون من المرجح أن تتبرع لها أكثر مما لو تلقيت رسالة فقط تطلب منك التبرع. وبالمثل، في التفاوض نشعر غالباً بواجب رد التنازلات، حتى الصغيرة منها، مثل عرض دفع ثمن وجبة.

❖ -يكتب روبرت ب. تشالدين في كتابه Influence: The Psychology of Persuasion أن دافع رد الجميل "قوي للغاية". وقد نستنتج من ذلك أن أفضل وسيلة دفاع ضد هذا الدافع هي رفض أي معروف مجاني بشكل قاطع.

تكتيكات الإقناع في التفاوض: اللعب الدفاعي

❖ - لكن تشالديني يروي في كتابه قصة فتاة تبلغ من العمر عشرين سنوات طُلب منها توزيع الزهور على الأجداد الذين حضروا يوماً مفتوحاً في مدرستها. وعندما اقتربت من أول رجل لتقدم له زهرة، قال لها بحدة: “احتفظي بها لنفسك.” وعندما حاولت مرة أخرى، سألها عما تتوقعه في المقابل. فأجابت: “لا شيء. إنها هدية.” لكنه نظر إليها بريبة وأصر على أنه يعرف “لعبتها”، ثم مضى في طريقه، كما يكتب تشالديني. وكانت الفتاة منزعجة للغاية من التجربة لدرجة أنها لم تتمكن من مواصلة مهمتها. توضح هذه القصة الحزينة أنه عندما ترفض هدية من شخص لا يريد شيئاً في المقابل، فإنك تخاطر بإهانته أو إزعاجه.

❖ فما هو الأسلوب الدفاعي الأفضل؟ إذا قدم لك شخص ما معروفاً، فاقبله بلطف، وربما تقرر أن ترد له المعروف في وقت لاحق. لكن إذا طلب منك مباشرة بعد ذلك معروفاً كبيراً في المقابل، فاعتبر هذا التصرف تكتيكاً وأسلوباً للإقناع وتذكر أنك لست ملزماً برده. فكما يكتب تشالديني، فإن قاعدة المعاملة بالمثل “تنص على أن المعروف يقابل بالمعروف، لكنها لا تتطلب أن تقابل الحيل بالمعروف.”

تكتيكات التخويف الواضحة

❖ - عندما تشتري سيارة، سيقضي البائع وقتاً طويلاً في الحديث عن موثوقية السيارة وأدائها. لكن عندما يحاول بيعك ضماناً إضافياً للسيارة نفسها، قد يصورها فجأة على أنها معرضة للأعطال، كما يشير بازيрман. لماذا؟

❖ - وجد الباحثان أموس تفيرسكي ودانيال كانيمان في أبحاثهما الرائدة حول النفور من الخسارة أن الناس يكون لديهم دافع أقوى لتجنب الخسائر مما لديهم لتحقيق المكاسب. وحتى عندما تكون الخسارة والمكسب بالقيمة نفسها، فإننا نبذل جهداً أكبر لتجنب الخسارة مقارنة بالحصول على المكسب. وفي إحدى الدراسات، وجد باحثون من جامعة سانتا كروز أن أصحاب المنازل كانوا أكثر ميلاً للاستثمار في عزل منازلهم عندما قيل لهم إنهم سيخسرون مبلغاً معيناً من المال يومياً إذا لم يفعلوا ذلك، مقارنة بإخبارهم أنهم سيكسبون المبلغ نفسه إذا قاموا بالعزل.

تكتيكات الإقناع في التفاوض: اللعب الدفاعي

- ❖ -لذلك تعلم تجار السيارات أنه من الأسهل بيع ضمان إضافي من خلال إبراز الخسارة المحتملة بدلاً من الحديث عن راحة البال التي قد يوفرها الضمان. لكن المشتريين الواعين يدركون أن هذه الضمانات الإضافية غالباً ما تكون مجرد مصدر أرباح للتاجر.
- ❖ -عندما يحاول أحد المفاوضين تخويفك باحتمال خسارة كبيرة، انتبه لذلك. وخارج طاولة التفاوض، اجمع معلومات موضوعية عن المخاطر التي يبرزها. فقد تكتشف أنه لا يوجد ما يدعو للقلق في الواقع.

تكتيكات الإقناع المرتبطة بالندرة

- ❖ -عبارتا "حتى نفاد الكمية" و "متاح لفترة محدودة فقط" من العبارات الإعلانية الشائعة. لماذا تستمر في الظهور؟ لأنها تعطي انطباعاً وغالباً وهماً.. بأن المنتج أو الخدمة نادرة. وكما يوضح تشالديني في كتابه Influence، فإن الندرة تعد من أقوى تكتيكات الإقناع. فهو يكتب: "تبدو الفرص أكثر قيمة بالنسبة لنا عندما تكون أقل توفراً." تذكر كيف سارع الناس إلى شراء ورق الحمام في بداية جائحة كوفيد-19.
- ❖ -تُعد الندرة من أقوى تكتيكات الإقناع لأنها تستغل خوفنا من فقدان حريتنا في الاختيار. فعندما نشعر بأن حريتنا محدودة، نندفع لحمايتها، حتى لو كان ذلك يعني فقط شراء آخر قطعة متبقية من الجينز بمقاسنا.
- ❖ -قد يكون من الصعب الدفاع ضد تكتيكات الندرة، التي قد تشمل مواعيد نهائية زائفة وضغط الوقت، لأن ردود فعلنا العاطفية قد تطفئ على حكمنا العقلاني. وينصح تشالديني باستخدام ارتفاع التوتر العاطفي كإشارة للتوقف والهدوء والتصرف بحذر. ثم ذكر نفسك بأن "المتعة ليست في تجربة الشيء النادر بل في امتلاكه." وقبل أن تندفع لشراء أو المزايدة على شيء نادر، اسأل نفسك ما إذا كنت ستستمتع به حقاً أم أنك تريد فقط امتلاكه.

خلاصة الأمر: تكتيكات الإقناع في التفاوض تعتمد على التأثير النفسي.. والمناورة لتحقيق المصالح وتشمل مبادئ مثل المعاملة بالمثل والندرة والتخويف.. وللتعامل معها يجب علينا الإعداد الجيد وفصل المشاعر عن الحقائق والتحلي بهدوء الأعصاب للوصول إلى أفضل اتفاق ممكن.

شكراً لكم