

محاضرة 08: تقنيات الإقناع التجاري

تعد مهارة الإقناع من المهارات المهمة في عملية التفاوض التجاري، نظرا للدور الذي تلعبه في إنجاح هذه العملية بطريقة سليمة وبرضا طرفي المفاوضات.

أولاً: تعريف الإقناع التجاري

يعرف الإقناع ضمن المفهوم التجاري وبالأخص التسويقي على أنه "عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف"، ويعتمد ذلك على:

- ✓ توفر البيانات والمعلومات عن مختلف جوانب موضوع التفاوض التجاري لدى أطراف التفاوض.
- ✓ اليقظة والإنصات الجيد للمفاوضين التجاريين أثناء المفاوضات.
- ✓ تحلي المفاوضين التجاريين بالمرونة والقدرة على تحديد البدائل.

بصفة عامة هناك مدخلين للإقناع هما¹:

1- المدخل النفسي: يستند المدخل النفسي على تأثير التفاوض على سلوك الطرف الآخر لإقناعه، كأن يؤثر على قيمه المرجعية مثل العادات والتقاليد.

2- المدخل الاجتماعي: يمكن هنا للمفاوض إقناع الطرف الآخر من خلال عملية الاتصال، وتكون تبريرات هذا الإقناع مستمدة من العرف الاجتماعي السائد بين الجماعة التي ينتمي إليها الطرف الآخر في المفاوضات.

ثانياً: أنواع الإقناع التجاري

أنواع الإقناع ضمن المفاوضات التجارية محددة كما يلي:

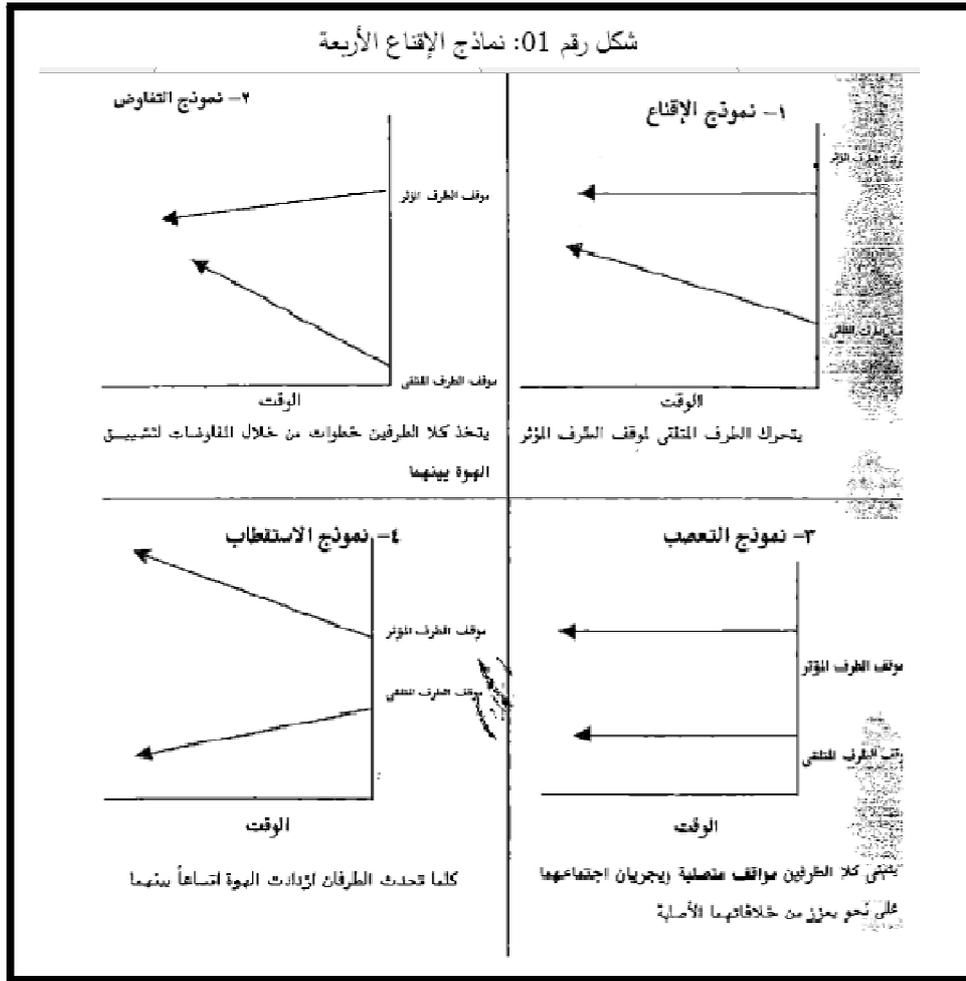
1- الإقناع بالترغيب والإقناع بالترهيب: يتم الإقناع بالترغيب تارة بتقديم الحوافز المادية والمعنوية للطرف الآخر في المفاوضات التجارية، بهدف تشجيعه على قبول الأفكار والممارسات الجديدة، أما الترهيب فيكون من خلال إكراه الطرف الآخر بمختلف الوسائل الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والفكرية التي تجعله قبل بالأفكار والآراء المعروضة عليه.

2- الإقناع المباشر والإقناع الغير المباشر: يكون الإقناع المباشر عندما يتم إقناع الطرف الآخر بشكل تلقائي دون التأثير أو الضغط عليه، بينما يكون الإقناع الغير مباشر من خلال التلميح أو الإشارة للطرف الآخر بأهمية الأفكار الجديدة والفوائد المكتسبة الناتجة عن الاقتناع بتلك الأفكار، وترك له حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بقبول تلك الأفكار أو رفضها دون تأثيرات مباشرة.

ثالثاً: نماذج الإقناع

قام أستاذ الإدارة " تشالز مارچيرسون " بتحديد أربعة نماذج للمحادثة، تحدث حينما يحاول الناس التأثير على بعضهم البعض، وقد وضعها في الشكل الآتي:

¹ - كايلى ريمة، التفاوض ودوره في تفعيل العملية البيعية، رسالة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، 2014، ص 71.



1- نموذج الإقناع: وفيه يحاول أحد الطرفين إقناع الطرف الآخر بتبني أو الموافقة على موقفه، ويظهر من الشكل نجاح الطرف المؤثر في إقناع الطرف الآخر بالانتقال إلى موقفه.

2- نموذج التفاوض: إذا لم تتمكن من إقناع الطرف الآخر بقبول موقفك قبولا كلياً يمكنك عندئذ أن تبدأ بالتفاوض معه، والمعتاد في التفاوض أن يتنازل هذا الطرف قليلاً والطرف الآخر قليلاً وهو ما يتسبب في إيجاد حل وسيط في نهاية المفاوضات (يقوم كلا الطرفين المتفاوضين بتقليص الهوة بينهما عن طريق تقديم التنازلات).

3- نموذج التعصب: يحدث هذا التعصب عقب اتخاذ كل من الطرفين مواقف ثابتة ومتشددة، ورفضه التحرك دون اعتبار لما يطلبه الطرف الآخر، وهنا لا يستحيل بلوغ نقطة متقاربة في مواقفهما التفاوضية.

4- نموذج الاستقطاب: يحدث هذا النموذج عندما تتسع الهوة كلما استمر طرفا العملية التفاوضية في الحوار، ودائماً ما يحدث الاستقطاب حينما يقوم كل طرف بمهاجمة موقف الطرف الآخر دون نزاهة، رافضاً الاستماع غلى حجة الآخر وبينما يحاول كل طرف إثبات صحة موقفه يحدث الاستقطاب.

رابعاً: شروط التفاوض التجاري الأكثر إقناعاً

هنالك سبعة خطوات في عملية التفاوض التجاري التي لا بد من اعتمادها لتحقيق أقصى قدر من الإقناع، ألا وهي²:

²- ديف لاکاني، الإقناع فن الفوز بما تريد، هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة- مصر، 2016، ص 181.

1. دع الطرف الذي تتفاوض معه يعرض عليك اقتراحه أولاً متى أمكن ذلك، فهذا يمنحك فرصة التعرف على موقفه قبل أن تكشف على موقفك، ما يسمح لك بتعديل عرضه قبل طرحه.
2. اختبر المزاعم لتعرف الجوانب القابلة للتفاوض وتلك التي لا يمكن التفاوض فيها، فإذا قال لك شخص: "إننا نفعل أمراً ما دائماً"، فتتحقق من ذلك لتعرف احتمالية تغيير هذا الأمر أم أنه غير قابل للتغيير.
3. احصل على الموافقة أولاً على الأشياء التي باستطاعتك الحصول على الموافقة عليها لتجعل الأطراف الأخرى تعتاد على الموافقة.
4. لا تستجب للاستفزاز العاطفي وترضخ للضغوطات التي يمارسها الطرف الآخر عليك.
5. تحدث بصراحة على طاولة المفاوضات، قبل التوصل إلى اتفاق نهائي، مثلاً: قولك بصراحة للطرف الآخر: "إذا عرفت أنك لا تستطيع الوفاء بشروطي لأنك ستفلس فلن يكون من المنطقي أن أجعلك تبدأ في تنفيذ المشروع".
6. اختتم المفاوضات بإعادة ذكر ما سيفعله كل طرف وتوثيق الخطوات التالية، مع التأكد من استيعاب كل شخص لنتيجة المفاوضات.
7. أخيراً، من أجل إتمام الاتفاق استمر في الإقناع، مثلاً: يمكنك تقديم هدية للطرف المتفاوض معه حفاظاً على مستوى التزامهم وترسيخاً لقراركما التفاوضي النهائي.