

Legea contrastului în Negociere!

Scris de Marian Rujoiu
Trainer Extreme Training, *Furnizor de Performanță*
<http://www.traininguri.ro>

Legile negocierii cunoscute și vehiculate în acest domeniu sunt 4: Legea Reciprocității, Legea Coerenței, Legea Contrastului și Legea Dovezii Sociale. Unii numesc aceste legi Manipulare iar alții Negociere. Mai important pentru tine ca cititor mi se pare însă să știi cum operează aceste legi, cum să le recunoști și cum să le folosești atunci când este cazul. În acest articol îți voi prezenta legea Contrastului!

Exemplu 1:

Dacă îți spun că un seminar pe Negociere în Anglia costa 1000 E, în plus te mai costă cazarea, masa și transportul încă vreo 1000 E. Acum ai ocazia însă să participi în România la un seminar de Negociere organizat de Extreme Training ce costă aproape 100E. Ti se mai pare mult 100E? Cu siguranță că nu! Am comparat oferta actuala cu o oferta aflată în contrast din punct de vedere al taxei de participare pentru a poziționa mai bine oferta.

Exemplul 2

Un alt exemplu în care operează legea Contrastului este domeniul imobiliar. Îți dau exemplul mai mult pentru a înțelege varianta extremă a legii contrastului, rămâne să stabilești tu dacă o folosești sau nu. De exemplu un agent imobiliar, îți poate prezenta 3 oferte. Să presupunem că te interesează un apartament cu trei camere. Înainte de toate, acesta face o sondare a nevoilor tale și a bugetului. A observat că dispui cam de 110 mii euro, să presupunem. Astfel el îți va prezenta un apartament într-un cartier mărginaș, într-o zonă rău famată, un apartament de 55mp, la numai 130 mii euro. Apoi îți va prezenta un apartament într-o zonă să zicem medie care costă 105 mii euro și care măsoară 70 mp. Apoi el îți va prezenta și o a treia oferta tot într-o zonă medie, un apartament tot la 70mp, care costa însă 150 mii Euro. Care ofertă îți va părea mai bună? Este de la sine înțeles că apartamentul de 105 mii euro pare cel mai avantajos. Agentul imobiliar știa și el asta, însă a dorit să-și poziționeze oferta foarte bine. În sensul că ți-a prezentat un apartament foarte prost, cel de 130 mii euro și 55 de mp, tocmai în ideea de a te face să înțelegi că apartamentul de 105 mii este cea mai bună afacere pe care o poți face. De asemenea ți-a mai prezentat și un apartament la 150 mii euro, pentru a te face să înțelegi alt lucru, anume că sunt prețurile în creștere, iar dacă nu te hotărăști rapid riști ca oferta cea mai bună, să dispară repede!

Exemplul 3

Să presupunem că ești delegat de șeful tău pentru a prezenta o soluție rapidă privind promovarea unui produs via e-mailing. Astfel îi poți prezenta șefului tău două variante: Știi, am putea angaja 2 oameni, care să strângă adrese de e-mail de la firmele din București și Ilfov, timp de 3 luni. Estimez că vom strânge aproximativ 20 000 mii adrese și persoane de contact. O a doua variantă ar fi să cumpărăm o bază de date care conține

50 000 de adrese de e-mail, împreună cu numele și telefonul lor, și un softuleț care poate expedia oferta la toți aceștia, în numai 3 zile. Această bază de date costă 5 milioane, să presupunem, pe când angajarea celor 3 oameni, timp de 3 luni, costă de peste 5 ori mai mult și estimezi aceiași eficiență. Care soluție e mai bună?

Oamenii au nevoie de comparații, au nevoie să înțeleagă unde anume se poziționează oferta lor pe piață și nu există metodă mai bună de a face pe cineva să înțeleagă că face o afacere bună decât prezentându-i o alternativă total neviabilă.

Intră acum pe <http://www.traininguri.ro> și înscrie-te la cursul de Negociere sau la cel de Manipulare Comportamentală în Vânzări. Urmărește acest site pentru că voi mai scrie articole din care vei învăța CUM să negociezi mai bine!

Scris de Marian Rujoiu
Trainer Extreme Training, *Furnizor de Performanță*
<http://www.traininguri.ro>