



اصول و فنون مذاکرات فروش

تدوین و ارائه : مهرتاش طالبی

مشاور ارشد

توسعه کسب و کار

و شتابدهنده

اهمیت فراگیری فن مذاکره

- همه انسانها به مهارت مذاکره نیاز مندند، از خانواده تا سطح بین الملل.
- بنابراین برای بهبود کیفیت زندگی باید آن را بهبود بخشیم.

-مذاکره برای رفع نیازها انجام می شود

- موفقیت شرکت ها به مهارتهای مذاکره آنها بستگی دارد .

- فرآیند مذاکره باید از دیدگاه دو طرف مذاکره درک شود .

•

- ارتباطات روز به روز گسترده تر می شود . زندگی یعنی ارتباط ، ابزار آن مذاکره است .

- توانمندی مذاکره کنندگان هر روز بیشتر می شود ، برای اینکه بازنده نشویم باید توانمندی خود را افزایش دهیم .

تعریف مذاکره

- فرایندی است گفتگو محور، متمرکز بر موضوعی مشخص، برای حل اختلاف ، یا رسیدن به منافع مشترک که بین افراد و گروه ها انجام می گیرد به شرط آن که منافع و رضایت طرفین را تامین کند.
- اولین گام شناخت نیازها و خواسته ها و آخرین گام عقد قرارداد است

تعریف مذاکره

☞ تلاش برای به دست آوردن راه حلی که مورد قبول و توافق هر دو طرف باشد.

قدرت چانه زنی

۱- تعداد راه کارهای هر طرف

۲- کیفیت و کمیت اطلاعات هر طرف

۳- شناخت نیاز و ارضاء آن

۴- فشار وارده بر هر طرف

دوره های مذاکره

۱- مرحله پیش مذاکره

۲- مرحله انجام مذاکره

۳- مرحله بعد از مذاکره

• دستور جلسه

- * به دقت موضوعاتی که باید در جلسه مطرح گردد را مشخص و زمان بندی کنید.
- * تقدم و تأخر مسائل بسیار حائز اهمیت است.
- * دستور جلسه را برای کلیه اعضا ارسال کنید. قبل از نهایی کردن دستور جلسه می توانید با آنها مشورت کنید.

• استراتژی های مذاکره

- ۱- برنده - برنده
 - ۲- برنده - بازنده
 - مجدداً خرید نخواهد کرد .
 - تبلیغ منفی می کند .
 - ارزش مادام العمر مشتری در نظر گرفته نمی شود
 - ۳- بازنده - برنده
 - فروشنده شغل خود را از دست می دهد .
 - فروشنده راه هایی جهت فسخ قرارداد پیدا می کند .
 - کیفیت محصول صدمه می بیند .
 - شرکت زیان را تحمل و در معامله دیگر آنرا جبران می کند .
 - ۴- بازنده - بازنده
- انواع روشهای مذاکره
 - ✓ مذاکره مبتنی بر موضع گیری
 - ✓ مذاکره اصولی یا مذاکره براساس شایستگی
 - مذاکره مبتنی بر موضع گیری
- در این مذاکره هرطرفی بر روی مواضع خود پافشاری و تلاش می کند مذاکره را به نفع خود تمام کند (برنده - بازنده)

• مذاکره اصولی

یا

مذاکره بر اساس شایستگی

این روش مذاکره رویکردی جهت بدست آوردن نتایج معقول با کارایی و از طریق دوستانه و

مسالمت آمیز است.

• چهار محور اصلی مذاکره اصولی

- ۱) اشخاص : اشخاص را از مساله جدا کنید.
- ۲) منافع : روی منافع متمرکز شوید نه روی مواضع.
- ۳) حق انتخابها : برای تامین منافع متقابل حق انتخابهای متنوعی بیاندیشید.
- ۴) معیارها : روی به کار گرفتن معیارهای عینی اصرار کنید.

• استراتژی های مذاکره

۱. استراتژی مذاکره سخت
 ۲. استراتژی مذاکره نرم
 ۳. استراتژی مذاکره اصولی
- شرکت کنندگان در مذاکره دوستان یکدیگرند.
 - هدف نیل به توافق است.
 - امتیاز بدهید تا تداوم روابط را تامین کنید.
 - با اشخاص و با مساله به طور ملایم برخورد کنید.
 - به دیگران اعتماد کنید.
 - موضع خود را به سهولت تغییر دهید.
 - حداقل مورد قبول خود را آشکار کنید.
 - عقب نشینی یک جانبه برای نیل به توافق .
 - دنبال این پاسخ ساده باشید: توافقی که طرف مقابل خواهد پذیرفت.
 - روی رسیدن به توافق اصرار کنید.
 - سعی کنید از کشمکش بین خواستهها پرهیز کنید.
 - به فشار تسلیم شوید.

به زبان بدن خود و مخاطب توجه داشته باشید.

✦ کف دست گشوده

• سه رکن مذاکره منطقی

رکن اول- رابطه انسانی

۱) منافع مشروع خودمان را فهرست کنیم .

۲) آنها را ارزیابی کنیم .

۳) آنها را اولویت گذاری کنیم .

۴) منافع مشروع طرف مقابل را هم فهرست کنیم .

۵) نقطه تلاقی منافع مشروع دو طرف را مشخص کنیم .

• آهنگ کلمات ، تن صدا ، علائم چهره و ...

قدرت مذاکره کنندگان است .

- سه نکته مهم :

۱- از قبل مسائل روی میز مذاکره را پیش بینی کنید .

۲- راه حل مسائل را پیدا کنید .

۳- با اتکا به راه حل طرف مقابل روی میز مذاکره نروید .

• - با یک راه حل نروید - مذاکره به بن بست کشیده

می شود .

- همه راه حل ها را یک دفعه رو نکنید .

- مذاکره خلق راه حل ها است .

- به محض تنش ، ذهن از خلاقیت باز می ماند لذا نیاز به رابطه انسانی است .

• ۱۲ رکن مهم رابطه انسانی

۱- راحت حرف بزنید ، فرض نکنید که طرف مقابل همه چیز را می داند .

۲- به حرف طرف مقابل گوش بدهید .

• اول گوش بدهید بعد حرف بزنید .

سه دلیل :

- ۱) برای کسب اطلاعات طرف مقابل .
- ۲) مجهول مذاکره را معلوم کنید .
- ۳) حرفی نزنیم که بعد بگوییم اشتباه کردیم .

• ۳- اگر نظر منفی دارید فوراً عکس العمل نشان

ندهید .

چه کنیم ؟

- از واژه چرا استفاده کنیم .
- ممکن است راست بگوید .
- برای پذیرش شرایط بگذاریم تا نکته منفی به ضرر ما نباشد .

۴- حرف منطقی او را قبول کنیم .

- ۵- اگر صداقت را در طرف مقابل ندیدید .
- او را وادار به حرف زدن می کنیم - دچار تناقض گویی می شود اما به رخ او نکشیم .

۶- هیچ وقت نظر خود را به طرف مقابل تحمیل نکنید بلکه او را متقاعد کنید .

۷- خود را جای طرف مقابل بگذارید .

- ۸- گاهی اسم طرف مقابل را به زبان بیاورید .
- مذاکره را عاطفی می کند .
- تنش زدایی می کند .

۹- حمله شخصی نکنید ، زیرا :

باعث رنجش ، عصبانیت و تنفر می شود .

۱۰- اعتماد طرف مقابل را نسبت به خود سلب نکنید ، حتی اگر راست بگویید هم نمی پذیرد .

• سه کار را نکنید :

- ۱) تناقض گویی نکنید .
- ۲) وعده ای ندهید که نمی توانید انجام دهید .

۳) دروغ نگویند .

۱۱- جلسه مذاکره را با قهر ترک نکنید .

- هزینه سنگین برگشت

۱۲- طرف مقابل را دشمن شخصی تلقی نکنید .

- کلام ، برخورد و نگاه منفی می شود .

- مثبت باشید ، راه حل مسائل را پیدا کنید .

• رکن دوم :

۱) منافع خود را فهرست کنید .

۲) ارزیابی و اولویت گذاری منافع

- زمان تحویل

- قیمت

- تکنولوژی

تمام منافع را ارزیابی کنید .

بعضی منافع را صرف نظر نمی کنیم مانند : کیفیت ،

آموزش ،

- منافع طرف مقابل را هم فهرست کنید .

- نقطه تلاقی منافع مشروع هم وزن دو طرف را پیدا کنید .

- راه حل ها را پشت سر هم ندهید .

طرف مقابل انتخاب گر می شود .

• رکن سوم :

در هر مذاکره به استانداردهای شناخته شده آن مذاکره آشنا شوید (قراردادهای نمایندگی ، خرید

تکنولوژی ، تامین

مالی ،

- نوع قرارداد

- طرق رفع اختلاف

- قانون کدام طرف

- تامین مالی

- کنسرسیوم ، سرمایه گذاری مشترک

هر قراردادی ساختار خاص خودش را دارد .

• اهمیت آگاه بودن مذاکره کنندگان

- بدانید که چه چیزی را می خواهید و چه چیزی را نمی خواهید .

- چه امتیازی را می توانید واگذار نمایید و در چه مواردی انعطاف ندارید .

- طرف مقابل چه نیازی دارد .

- موضوع اصلی مورد علاقه طرف مقابل چیست (قیمت ، خدمات ، ضمانت ، تحویل به موقع)

• آگاهی های مشخص مورد نیاز مذاکره کنندگان

۱- هزینه تمام شده کالا

۲- فشار زمان و مدیریت زمان

۳- راه کارهای موجود طرفین مذاکره

۴- شناخت تصمیم گیرنده نهایی در مورد موضوع مذاکره

۵- درجه نیاز طرف مقابل

۶- شناخت افرادی که در گروه مقابل طرفدار یا مخالف ما هستند

۷- مخفی نمودن وضعیت خود

• ویژگی های یک مذاکره کننده قوی :

* اعتماد به نفس

* حضور ذهن ، سرعت انتقال ، باهوش و دقیق بودن

* گوش دادن دقیق

* قابلیت اعتماد

* خندیدن به موقع

* داشتن قاطعیت

* خلاقیت

* عزم راسخ

* خود مدیریتی و مدیریت زمان

* احساس مسئولیت

* شور و اشتیاق و تأکید شدید روی موضوع

* توانایی برقراری ارتباط با دیگران

* شکلیا و خونسرد

* خوش مشرب و خوش اخلاق

• بردباری در برابر رفتار طرف مقابل

• تسلط به زبان انگلیسی

• احترام به فرهنگ طرف مقابل

• دفاع از فرهنگ خود

• علم و هنر ترغیب برای مذاکره

- اصول و مبنای ترغیب مورد استفاده همه افراد است

- دلیل ترغیب ایجاد مزیت برای مشتری است

- ترغیب به دو شیوه منطقی و احساسی

• چه وقت از منطق بیشتر استفاده می شود

• هنگام مذاکره با خریداران حرفه ای

• هنگام مذاکره با خریداران تحصیل کرده

• هنگام مذاکره در مورد محصولات پیچیده

• هنگام مذاکره در مورد محصولات گران قیمت

• هنگام مذاکره در مورد کالاهای جدید

• اصول ترغیب

۱- علاقه مندی به باور نمودن در مخاطبان

۲- ایده های مخالف مانع ترغیب می شود .

۳- اعتبار منبع ترغیب

۴- تأکید شدید بر روی موضوع

۵- تکرار موضوع

۶- تازگی موضوع

۷- تصمیم گیری و ابتکار عمل مخاطب

• روش های ترغیب

- ۱- ترغیب از طریق نشان دادن عملی کیفیت کالا یا موضوع مذاکره
- ۲- ترغیب مثبت و ترغیب منفی
- ۳- ترغیب مستقیم و ترغیب غیر مستقیم

• برنامه ریزی برای جلسه مذاکره

برنامه ریزی قبلی از عملکرد ضعیف جلوگیری می کند
با برنامه ریزی سرعت مذاکره افزایش و تنش کاهش می یابد
از اطلاعات قبلی با در نظر گرفتن تغییرات استفاده شود

• اهداف برنامه ریزی مذاکره

- ۱- جمع آوری اطلاعات دقیق
- ۲- طراحی استراتژی مذاکره (قیمت ، کیفیت ، خدمات ، ...)
- ۳- جلوگیری از اشتباهات
- ۴- ایجاد اعتماد به نفس
- ۵- ایجاد وجهه حرفه ای بودن

• اطلاعات فردی

- ۱- نام ، نام خانوادگی و طرز تلفظ آنها
- ۲- سن ، جنسیت ، تحصیلات و محل اقامت
- ۳- علائق
- ۴- نگرش ها نسبت به فروشنده ، شرکت و محصول
- ۵- سبک تصمیم گیری (کار آفرینانه یا دیوان سالارانه)
- ۶- ویژگی های شخصی
- ۷- درجه نیاز به محصول

• اطلاعات سازمانی

نوع سازمان (تولیدی ، عمده فروشی ، خرده فروشی)

سهام داران و اعضاء هیأت مدیره و ارتباط با آنها
اندازه و تعداد شعب
سیستم خرید مشتری
محصولات و خدمات عرضه شده و کیفیت آنها

• منابع اطلاعات

۱- داخل شرکت

مکاتبات و سفارش های گذشته مشتری

جلسه مذاکرات قبلی

پایگاه داده های شرکت

اینترنت

افراد و گروه هایی که با طرف مقابل ، تعامل دارند

• ۲- خارج از شرکت

اینترنت (وب سایت شرکت ، گزارش سالیانه ، اطلاعات محصولات و خدمات شرکت ، آخرین خبرها در مورد شرکت ، یک خلاصه در مورد شرکت)
منشی های شرکت
کارکنان بخش پذیرش

• اهداف مرحله ارائه مطالب یا معرفی

- ۱- اثبات اینکه شرکت فروشنده معتبر است
- ۲- اثبات اینکه مشتری با مشکل مواجه است
- ۳- اثبات اینکه فروشنده راه حل مناسب تری دارد
- ۴- جلوگیری از تاخیر انداختن خرید

• پله های ایجاد اعتماد

رفتار شخصی
امتحان محصول
ارائه ضمانت
استفاده از گواهی رضایت

حسن شهرت و نام تجاری
ارائه کیفیت ادعایی به صورت عملی
دعوت از خریدار برای بازدید از کارخانه تولید کننده
سوابق تعامل قبلی

• استراتژی های زیر بنایی مصاحبه

- ۱- اجتناب از بحث و مجادله
- ۲- برگزاری مصاحبه به صورت دوستانه
- ۳- کنترل مصاحبه
- ۴- انتخاب زمان مناسب برای انجام مصاحبه
- ۵- گوش دادن دقیق
- ۶- صحنه آرایبی مناسب
- ۷- توسعه مطالب مصاحبه های فروش

• برخورد با موضوع رقابت

- ۱- از رقیب تعریف کنید و سپس به بحث خود ادامه دهید
- ۲- با موضوع رقابت برخورد جدی نمایید
- ۳- به رقبا حمله نکنید اما از آن غفلت نیز ننمایید
- ۴- مقایسه نکته به نکته با رقبا
- ۵- رضایت کتبی مشتریان قدیمی و داشتن استانداردهای کیفیتی
- ۶- آشنایی با نقاط قوت و ضعف محصول خود و رقبا

• پیشنادهای فروش رسمی و مکتوب

- ۱- صفحه عنوان پیشنهاد
- ۲- نامه ای که پیشنهاد با آن ارسال می شود
- ۳- جداول و نمودارها
- ۴- متن اصلی
- ۵- خلاصه
- ۶- قرارداد

• دلایل ایراد و اعتراض مشتریان

- ۱- فقدان اطلاعات مشتری
- ۲- عدم تشخیص نیاز خود
- ۳- داشتن دیدگاه منفی
- ۴- مقاومت در برابر تغییر
- ۵- عادت

• استراتژی های پاسخگویی به ایرادها

- ۱- بدون حالت تهاجمی به ایرادها پاسخ دهید
- ۲- هرگز طرف مقابل را به خاطر ابراز مخالفت مقصر ندانید
- ۳- ابتدا حق را به مشتری بدهید و سپس نظر خود را بیان کنید
- ۴- از بحث و مجادله بپرهیزید
- ۵- از بحث در مورد ایراد های غیر مرتبط با فروش بپرهیزید
- ۶- ایرادها را از قبل پیش بینی کنید
- ۷- ایرادها را بزرگ نکنید
- ۸- ایرادها را با دقت مشخص کنید

• روش های پاسخگویی به ایرادها

- ۱- تکذیب مستقیم
- ۲- تکذیب غیرمستقیم
- ۳- روش تعبیر و تفسیر
- ۴- روش جبرانی
- ۵- روش سوالی

• انواع ایرادها

- ۱- عدم نیاز
- ۲- رضایت از تأمین کنندگان اقلام موجود
- ۳- وجود محصولات قدیمی
- ۴- ایراد به محصول قدیمی
- ۵- ایراد قیمتی

۶- ایراد به شرکت

۷- ایراد به فروشنده

• برنامه ریزی برای جلسه مذاکره

۱- مکان مذاکره

۲- زمان مذاکره

۳- مدت زمان مذاکره

• انتخاب تیم مذاکره و مدیریت آن

ویژگیهای تیم :

- خلاقیت بیشتر

- کاهش خطا

- دشواری تصمیم گیری

- وقت گیر بودن

- ارائه نظرات متفاوت

• هماهنگی گروهی قبل از مذاکره

* اعضای تیم مذاکره را به دقت انتخاب و تلاش کنید تخصصهای مورد نیاز در تیم دیده شود.

* قبل از جلسه مذاکره، جلسه ای با اعضای گروه داشته باشید و نقش هر کدام را مشخص کنید.

* برای ارائه پیشنهادهای بهتر می توانید گروه خلاقیت را تشکیل دهید.

• مسئولیت رهبری تیم مذاکره کننده

۱- انتخاب اعضای برای تشکیل تیمی کارآمد

۲- روشن نمودن مسئولیت هر یک از اعضای تیم

۳- توجیه اعضای تیم در مورد نقش هر یک در مذاکره

• کنترل اطلاعات

- خریداران نیز مانند فروشندگان برای مذاکره آماده می شوند و اطلاعات را جمع آوری می کنند و لذا

امنیت اطلاعات مهم است .

- اطلاعات اعضا باید به قدر نیاز آنها باشد .

- آغاز مذاکره

- - مکالمه دوستانه برای آشنایی

- - در فرهنگ ژاپنی ایجاد رابطه قبل از مذاکره مهم است

- - ایجاد محیط مناسب برای طرفین (پذیرایی ، دما ، نور ، ...)

- - اگر خریدار برنده - بازنده فکر کند حيله ها را به کار می برد

- آمادگی قبل از مذاکره

- * بدون آمادگی نباید در هیچ مذاکره ای وارد شوید.

- * بررسی وضعیت معاملات قبلی مشتریان

- * بررسی حوزه فعالیت و عملکرد آن ها

- * شناسایی افراد کلیدی تیم مقابل

- چک لیست قبل از مذاکره

- اهداف مذاکره

- موضوعات

- نقاط قوت و ضعف

- قدرت چانه زنی طرفین

- سقف و کف امتیازات قابل مبادله

- پیشنهاد اولیه

- به خاطر داشته باشید:

در یک مذاکره همه چیز ایجاد ارتباط می کند

- ✓ شکل ظاهری و پوشش

- ✓ پاکیزگی خودروها

- ✓ تمیزی محل مذاکره

- ✓ طرز برخورد نیروهای خدماتی و ...

- ✓ تمامی آنچه که مخاطب از شما می بیند یا می شنود، در ذهن او تصویر می سازد و در تصمیم هایش

تأثیر می گذارد.

انواع زبان های ارتباطی در تعاملات و مذاکرات دو طرفه را خوب بشناسیم

- ۱- زبان کلامی (شفاهی-کتبی)

- صحبت کردن

- سخنرانی
- مذاکره
- نامه نگاری و ارتباطات نوشتاری مجازی
- ۲- زبان غیرکلامی
- الف: اندام سازمان و وسایل
- مکان جلسه

* در اغلب موارد نتایج مذاکره تحت تاثیر فضایی که جلسه در آن برگزار می شود، قرار می گیرد.

* ۳ نکته مهم در انتخاب مکان جلسه:

(۱) راحتی

(۲) بی طرفی

(۳) امکانات

• ویژگی های مکان ها برای برگزاری جلسات

در جلسات مذاکره هیچگاه بلافاصله سراغ اصل مطلب نروید.

مذاکره را با نقاط مشترک و جالب یا نکاتی که کلی بوده و چندان بحث برانگیز نمی باشند شروع کنید.

• موانع مذاکره

۱- پیش داوری - از خلاقیت می کاهد

۲- جستجو برای راه حل واحد

۳- فرض ثابت بودن کیک

۴- وجود تفکر (مشکل آنها مشکل خودشان است)

• آفرینش انتخاب های خلاق

• جدا کردن آفرینش راه حل ها از انتخاب راه حل ها با رعایت دستور العمل زیر و پیش از تشکیل جلسه

مشاوره:

۱- هدف خود را تعریف کنید.

۲- تعداد محدودی را دعوت کنید.

۳- محیط مناسب انتخاب کنید

۴- جو جلسه غیر رسمی باشد

۵- جلسه هماهنگ کننده داشته باشد

• حین جلسه مشاوره

- ۱- شرکت کنندگان را کنار یکدیگر و رو در روی مسئله قرار دهید
 - ۲- ضوابط اصلی جلسه را مشخص کنید.
 - ۳- فهرستی از ایده ها را خلق کنید
 - ۴- ایده ها را ثبت کنید
- ارائه پیشنهاد
 - ارائه پیشنهاد در هر مذاکره امری اساسی است.
 - پیشنهاد خود را با کمترین هیجان بیان کنید.
 - به پیشنهاد طرف مقابل گوش کنید. ممکن است منافع بیشتری داشته باشد.
 - پیشنهاد را با زبانی رسا و قاطع ارائه دهید. در انتهای پیشنهاد را جمع بندی و سپس سکوت کنید.

• بهترین حالت فیزیکی بدن برای ارائه پیشنهاد

* روی صندلی صاف بنشینید.

* کمی به جلو خم شوید.

* پیشنهادتان را بیان کنید.

در طول یک مذاکره نگرش یک سویه به زمان داشته باشید

- تصویرسازی در ذهن مخاطب در ارتباطات و مذاکرات، اصلی مهم و اساسی است.
- در مذاکره به گونه‌ای رفتار کنید که سه اصل در ذهن طرف مقابل شکل بگیرد.
- نخست اینکه شما را منطقی بدانند
- دوم اینکه شما را فرد منصفی قلمداد کند
- و سوم اینکه شما را قابل اتکا احساس کند
- اگر این سه باور را در مخاطب ایجاد کنید، از پشت میز مذاکره بیرون خواهید آمد.
- باید ها و نبایدهای مذاکرات
- از قبل نام مخاطب و نحوه تلفظ صحیح آن را یاد بگیرید
- زمان را مدیریت کنید.
- در جای صحیح سؤال پرسید
- در مذاکرات تلفنی فقط به صدای مخاطب گوش ندهید.
- از کلمات عامیانه استفاده نکنید.
- عدم به کار بردن کلمات و عبارات سنگین، فنی و لاتین

- کلام را به طور مکرر قطع نکنید
 - امتیاز ندهید، امتیاز را معامله کنید.
 - در انتهای جلسات از جملات بسته استفاده کنید.
- از اینکه تا بحال مذاکره حرفه‌ای نداشته‌اید نترسید.
- از آن بترسید که هیچوقت آن را آغاز نکنید.
- دادن امتیاز

- ۱- قبل از اینکه از کلیه درخواست های خریدار و موقعیت اولیه او آگاه شوید امتیاز ندهید
- ۲- هیچ امتیازی ندهید مگر اینکه در عوض امتیاز بگیرید
- ۳- اگر امتیاز درخواستی با اهداف شما هماهنگ نیست آنرا رد کنید

- کنترل جلسه مذاکرات
 - حاشیه نرفتن
 - تعیین بهترین زمان مذاکره
 - طرح ریزی مسافرت
 - رژیم غذایی مناسب
 - تاکتیک های غیر اخلاقی مذاکره
 - تعیین بهترین محل مذاکره
 - محیط فیزیکی مذاکره (دما ، نور ، دکوراسیون و محل نشستن)
- آداب مذاکره
- وقت شناسی
- کیف در دست چپ
- کارت ویزیت
- همسانی تعداد و تخصص
- در مذاکرات خارجی تنها شرکت نکنید
- ترتیب نشستن روی میز
- اجتناب از رفت و آمدهای مکرر
- تلفن همراه خاموش باشد
- آخرین تکنولوژی ارتباطی به عهده میزبان است
- ضبط مذاکرات انجام نشود

- پذیرایی در حد متعادل باشد
- سیگار نکشیدن در جلسه
- بر روی دستور جلسه توافق شود
- حفظ آراستگی ظاهری
- کنترل رفتار و آداب معاشرت
- **اگر طرف مقابل دست به نیرنگ بزند چه باید کرد**
 - دروغ ، سوء استفاده ، تاکتیک های روانی و چانه زنی خدعه آمیز:
 - سکوت و تسلیم ، با امید به اینکه طرف مقابل امتیاز بیشتری طلب نمی کند .
 - عکس العمل متقابل
 - اتخاذ روش مذاکرات اصولی و اصلاح فرایند مذاکره

• گام های مواجه شدن با تاکتیک های خدعه آمیز

- ۱- تاکتیک خدعه آمیز را بشناسید .
- ۲- موضوع را به صراحت بیان کنید .
- ۳- مشروعیت تاکتیک را مورد سوال قرار دهید .
- اشخاص را از مسئله جدا کنید .
- روی منافع تمرکز کنید نه روی مواضع
- برای منافع طرف مقابل راه کارهای متنوعی بیاندیشید .
- اصرار کنید که معیارهای عینی به کار رود .

• پاره ای از تاکتیک های خدعه آمیز رایج

اظهارات خلاف واقع

- افراد را از مسئله جدا کنید .
- تا زمانی که مطمئن نشدید ، اعتماد نکنید .
- در مورد اظهارات طرف مقابل تحقیق کنید .

• اختیارات مشکوک و مبهم

- در مورد اختیارات طرف مقابل پیش از شروع هر بده بستان تحقیق کنید .

- اگر طرف مقابل اعلام کند که توافق ، پایه ای برای مذاکرات بعدی است شما هم بر روی حق متقابل خود اصرار کنید .

- اقدامات پس از مذاکره
- توافق ها در قالب اسناد حقوقی ضبط می شود تا لازم الاجرا گردند
- اصل متن در قرارداد است و در آن الویت پیوست ها باید مشخص شود
- قراردادها توسط نمایندگان مجاز امضا می شود و تاریخ اجرا نیز مشخص شود
- ویژگی های مذاکره کنندگان در مذاکرات خارجی
- داشتن اطلاعات محیطی جهان و کشور خارجی مورد نظر
- آگاهی بر استانداردهای جهانی مذاکره
- آگاهی بر سوابق مذاکره
- تسلط به زبان انگلیسی
- برنامه ریزی قبل از مذاکره
- سرعت عمل در مذاکرات
- آراستگی ظاهری
- توان کار تیمی
- قدرت رهبری برای رییس
- وقت شناسی و مدیریت زمان
- سلامت جسمی و روانی
- احساس مسولیت در مورد منافع ملی
- توانایی برقراری ارتباط عاطفی و منطقی با طرف مقابل
- شجاعت در تصمیم گیری در لحظات حساس
- ابتکار و خلاقیت
- قدرت تمرکز
- نگرش مثبت
- حافظه قوی
- درک مشکلات و محدودیت های طرف مقابل