

ابزارهای مذاکره

نویسنده:

راجر ولکما

مترجم:

دکتر فریز ظاهری کیا

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد فیروزکوه

با پیشگفتاری از

پرویز درگی

ویراستار:

احمد آخوندی



سرشناسه	: ولکما، راجر ج.
عنوان و نام پدیدآور	: Volkema, Roger J.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۵۹-۸۰-۲
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: The negotiation toolkit: how to get exactly what you want in any business or personal situation, 1999
موضوع	: مذاکرات بازرگانی
موضوع	: Negotiation in business
موضوع	: مذاکره
موضوع	: Negotiation
شناسه افزوده	: طاهری کیا، فریز، ۱۳۴۹ - مترجم
شناسه افزوده	: درگی، پرویز ۱۳۴۵ - مقدمه‌نویس
شناسه افزوده	: آخوندی، احمد ۱۳۴۱ - ویراستار
رده‌بندی کنگره	: HD ۵۸/۶
رده‌بندی دیویی	: ۱۵۸/۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۳۱۷۹۹



تلفن: ۶۶۴۳۱۶۳۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱) / دورنگار: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)

WWW.MARKETINGPUBSHER.IR WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ: اول ۱۴۰۰ / شمارگان: ۲۰۰

صحافی چاپخانه: طرح و نقش نوین

تمام حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت TMBA

تهران: صندوق پستی ۱۳۴۵/۱۳۴۵ تلفن: ۴-۶۶۰۲۸۴۰۱ (۰۲۱) دورنگار: ۶۶۰۲۸۴۰۵ (۰۲۱)

پخش انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵

مجموع کتاب فروردین طبقه همکف، واحد یک، تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱ (۰۲۱) و ۶۶۴۰۸۲۷۱ (۰۲۱)

قیمت: ۹۰۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱۱	پیشگفتار
۱۵	مقدمه نویسنده
۱۹	مقدمه مترجم
۲۱	فصل اول: فهم مذاکره
۲۳	مذاکره چیست؟
۲۵	چه چیزی قابل مذاکره است؟
۲۸	انتخاب عدم مذاکره
۳۱	فصل دوم: قانون طلایی مذاکره
۴۱	فصل سوم: سه سؤال اساسی مذاکره
۴۳	شما چه می خواهید؟
۴۵	چرا آنها باید با من مذاکره کنند؟
۴۶	جایگزینهای شما چیست؟
۵۳	فصل چهارم: هنر اکتشاف
۵۶	مذاکره‌ی زیرکانه‌ی برد-برد
۶۳	فصل پنجم: رفتارهای مذاکره‌کنندگان موفق
۶۵	چهار رفتار مطلوب
۶۹	چهار رفتار نامطلوب
۷۲	خود ارزیابی

فصل ششم: اندازه‌گیری پیشرفت شما	۷۵
مذاکره‌ی یک شرکت نوشیدنیهای میوه‌ای و شرکت شیشه‌ی کنتینتال	۷۷
فرم توافق	۷۹
ارزیابی مذاکره	۸۱

فصل هفتم: سبکهای مذاکره	۸۷
کلید امتیازدهی	۹۱
پنج سبک مذاکره	۹۲
تفسیر امتیاز و سبک شما	۹۵

فصل هشتم: ریسک کسب‌وکار	۱۰۱
-------------------------	-----

فصل نهم: هشت تاکتیک عمومی و اقدامات متقابل با آنها	۱۱۱
هشت تاکتیک عمومی مذاکره	۱۱۳
مبالغه در اولین پیشنهاد	۱۱۳
سرعت دادن	۱۱۵
به تأخیر انداختن	۱۱۶
ترسیم خطوط	۱۱۸
ایجاد رقابت	۱۱۹
امتیازات	۱۲۱
سرمایه‌گذاری	۱۲۳
حدود اختیارات	۱۲۵
توانمندی در استفاده از این هشت تاکتیک	۱۲۸

فصل دهم: تاکتیکها و اقدامات متقابل بیشتر	۱۳۱
تاکتیکهای بیشتر	۱۳۳
سکوت	۱۳۳
هالو بازی	۱۳۵
دیوانه بازی	۱۳۶
به نمایش گذاشتن اعتبار	۱۳۷
تمجید	۱۳۹
ناز خریدن	۱۴۰
مشتری فریبی	۱۴۲
مغلطه کردن	۱۴۲

۱۴۴	همیسته سازی
۱۴۵	هم پیمانان
۱۴۶	مرد خوب، مرد بد
۱۴۸	تقسیم تفاوت
۱۴۹	ترکیب تاکتیکها
۱۵۳	فصل یازدهم: اندازه گیری مهارت شما در اقدامات متقابل
۱۵۵	یک مذاکره درباره ی حقوق و دستمزد
۱۵۵	مذاکره برای تمرین اقدامات متقابل
۱۵۷	فروشنده، شرکت کارسون (حقایق محرمانه)
۱۶۱	فصل دوازدهم: سروکار داشتن با مذاکره کنندگان سرسخت
۱۶۳	سه نوع مذاکره کننده ی سرسخت
۱۶۶	مذاکره کننده ی سرسخت ساختگی
۱۶۷	سرسخت برانگیخته
۱۶۸	سرسخت واقعی
۱۷۱	فصل سیزدهم: توافق نوشتاری
۱۷۴	رهنمودهایی در نوشتار
۱۷۸	سایر ملاحظات
۱۸۱	فصل چهاردهم: مذاکرات بین فرهنگی
۱۸۳	مذاکرات بین فرهنگی
۱۸۶	اهمیت روابط
۱۸۷	رفتارها و تاکتیکها
۱۹۲	توافقات
۱۹۳	دیگر تفاوت های فرهنگی
۱۹۵	فصل پانزدهم: مذاکره و اخلاق
۱۹۸	اتفاقات در مذاکره
۲۰۰	ارزیابی رتبه بندی اولویتهای مذاکره ی شما

بیشگفتار

راجر ولکما-نویسنده‌ی این کتاب- در ایران کاملاً ناشناخته بود. نخستین اثر او در ایران، سال ۱۳۹۹ منتشر شد؛ اهرم در مذاکره، با ترجمه‌ی دکتر فریز طاهری کیا، ایمان اخباراتی، انتشارات بازاریابی. اینک دومین کتاب همین نویسنده بیش روی شماسست با عنوان ابزارهای مذاکره؛ کتابی کم حجم که به نظرم در نوع خود خواندنی است.

ابزارهای مذاکره

هر دو کتاب راجر ولکما-ابزارهای مذاکره، و اهرم در مذاکره-فوق العاده‌اند. آنها که کتاب "اهرم در مذاکره" را خوانده‌اند، همواره نگرش اصلی و محوری کتاب را به خاطر دارند که:

"ارشمیدس، دانشمند و ریاضیدان نامی قبل از میلاد مسیح، می گوید: یک نقطه اتکا و یک اهرم به من بدهید تا جهان (زمین) را با آن جابه‌جا کنم. ولکما (نویسنده‌ی کتاب) از این واژه بخوبی بهره‌برداری کرده است و می‌توانیم با مهارت در به کار گیری اهرم، مذاکرات شخصی و حرفه‌ای را هم‌تراز با نگاه ارشمیدس سامان دهیم!"

صاحب‌نظران و زبندگان مدیریت و بازاریابی با مطالعه‌ی این کتاب-اهرم در مذاکره-عنوان می‌کنند که واژه‌ی «اهرم» از جمله مفاهیم پایه‌ای و اساسی است که در کتابهای بازاریابی و مدیریت به کار می‌رود، اما در کمال تعجب باید گفت که هم نویسندگان، و هم مترجمان، و غالباً از ژرفایی این واژه کم‌اطلاعتند. این "ولکما" بود که ما را با این واژه و گستره‌ی نفوذ و ژرفایی آن آشنا ساخت! پیشنهاد می‌کنم که در فرصت مناسب، کتاب "اهرم در مذاکره" را بخوانید تا به یکباره دریابید که چه افق دید و چشم‌انداز وسیعی پیش رویتان گسترده خواهد شد. به طور حتم، شگفت‌زده خواهید شد که تا پیش از این، واژه‌ی اهرم تا چه حد مغفول مانده بود. البته با درک دقیق واژه‌ی اهرم، دیدگاهها، نگرشها، و حتی اقدامات شما می‌تواند به مراتب سنجیده و رشد یافته‌تر اجرا شود.

خاطر نشان می‌شود که علاقه‌مندان به "مذاکره" بهتر است نخست کتاب "ابزارهای مذاکره"، و سپس کتاب "اهرم در مذاکره" را بخوانند. گو آنکه هر دو کتاب مستقل از یکدیگرند، اما اصول و مقدمات در کتاب "ابزارهای مذاکره" پایه‌ریزی شده است. بدون داشتن این مقدمات اصولی و بنیادین، نمی‌توانید همچون ارشمیدس ادعا کنید که یک نقطه اتکا و یک اهرم به من بدهید تا جهان (زمین) را با آن جابه‌جا کنم!

طلایی‌ترین دیدگاه کتاب ابزارهای مذاکره یک عبارت چندجمله‌ای کوتاه است که اینچنین آمده است:

"مردم با شما مذاکره نمی‌کنند، مگر آنکه باور کنند که شما می‌توانید به آنها کمک کنید یا به آنها آسیب برسانید."

جملات و عبارات طلایی این کتاب فراوانند. با وجود این، ولکما (نویسنده‌ی کتاب) انتظار دارد که هر آنچه را می‌خوانید بتوانید اجرا کنید. شما زمانی در مذاکرات حرفه‌ای و شخصی سربلند می‌شوید که این عبارت‌ها را در متن فعالیت‌های زندگی، و متن فعالیت‌های حرفه‌ای، و به درستی در زمان مذاکرات و به اصطلاح "روی میز مذاکره" اجرایی کنید.

ویژگی برجسته‌ی کتاب در آن است که شما بدون نیاز به آموزش خاص، می‌توانید با این کتاب قدم به قدم پیش بروید و به مذاکره‌کننده‌ی حرفه‌ای تبدیل شوید. کافی است بنا به دستورالعمل، تمرینهایی که در این کتاب آمده است، اجرا کنید، مهارت پیدا کنید، و مهارت‌هایتان را ارتقا بخشید. "پرسیدن"، "پرسیدن"، "پرسیدن" و البته درست و صحیح "پرسیدن" که یک هنر متعالی است، شاه کلید طلایی مذاکره و این کتاب است. شما از آغاز تا پایان می‌آموزید که بهتر است «پرسید» و لحظه‌ای این «پرسیدن» را رها نکنید.

کتاب "ابزارهای مذاکره" یک کتاب خودآموز است. با این توجه که هیچ عجله و شتابی در کار نیست. قرار نیست شما به سرعت یک فصل را به پایان برسانید. کافی است با دقت آن فصل را با تأمل بخوانید. آزمونهای آن فصل را پاسخ دهید و اجرا کنید. در این صورت است که می‌توانید اطمینان پیدا کنید که در مسیر درست و دقیق پیش می‌روید.

تمامی فصلهای کتاب با نثری ساده و روان، تهیه و تدوین شده است. برخی از فصلهای کتاب کم‌نظیرند نظیر فصل هفتم، سبکهای مذاکره که پنج سبک مذاکراتی را ترسیم می‌کند. این سبکها عبارتند از: سبک رقابتی، سبک همراهی، سبک مشارکتی، سبک اجتنابی، و سبک سازگاری. همچنین فصل نهم که هشت تاکتیک عمومی و اقدامات متقابل با آنها تشریح شده است.

در فرایند یادگیری، شما می‌توانید خودتان را بسنجید. ویژگی "خودارزیابی" در آن است که شما بدون تنش و فشارهای بیرونی، بدون نگرانی از اینکه نمره‌ی مطلوبی به دست نیاورید، خودتان

را می‌سنجید. اگر لازم است، مهارت‌هایتان را می‌افزایید تا به درجه‌ی مطلوب برسید. در غیر این صورت، ناظر خارجی و یا ناظر بیرونی وجود ندارد که احساس کنید به دلیل کم‌تجربگی، یا کم‌اطلاعی ملامت خواهید شد، و یا مورد سرزنش قرار می‌گیرید. همه چیز به خودتان بستگی دارد. در پایان شایسته است از آقای دکتر فریز طاهری کیا، عضو هیأت علمی دانشگاه و آموزشگاه بازاریازان که ترجمه‌ی این کتاب را برای علاقه‌مندان آماده کرده‌اند، صمیمانه سپاسگزاری کنم.

دکتر فریز طاهری کیا، افزون بر تدریس دانشگاهی، برای دانشگاه بازار نیز سمینارهای متعددی اجرا کرده‌اند و همچنان در تهیه و تدارک سمینارهای متنوع دیگری هستند. از این رو، با درک دقیقی از آنچه مخاطبان و علاقه‌مندان به مذاکره، از او و تدریس کارگاهی و یا وبینارها و سمینارهای آنلاین انتظار دارند، واژه‌ها را در نثری سلیس و روان ترجمه کرده‌اند که سزاوار است در همین جا کمال قدردانی از ایشان را داشته باشیم.

در پایان شایسته است از آقای احمد آخوندی، مدیر توانا و دانای انتشارات بازاریابی بابت تمام مراحل چاپ و نشر کتاب سپاسگزاری کنم.

تقاضا می‌کنم توصیه و نظرات خود را برای در نظر گرفتن چاپ‌های بعدی کتاب از طریق زیر به ما برسانید:

- سایت شخصی پرویز درگی: www.dargi.ir
- نشانی اینترنتی: info@TMBA.ir
- سایت انتشارات بازاریابی: www.marketingPublisher.ir
- نشانی اینترنتی: info@marketingPublisher.ir
- نشانی انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان آزادی (شرق به غرب)، بعد از خوش شمالی، کوچه نمایندگی، پلاک ۱، واحد ۱۰

■ با شماره‌ی تلفکس: ۰۲۱)۶۶۴۳۱۴۶۱(

■ با شماره‌ی تلفن‌های: ۰۲۱)۶۶۴۲۳۶۶۷(و ۰۲۱)۶۶۴۳۴۰۵۵(

■ با شماره‌ی تلفن همراه شخصی ام: ۰۹۱۲۱۹۹۴۲۸۱

نیک جویای حقایق باشید	گر بخواهید در این یک‌دم عمر
بس برازنده و لایق باشید	و به چشم همه نیکان جهان
عالم عامل عاشق باشید	هدفی ناب بیابید و در راه وصال

سبز باشید

پرویز درگی