

روش علمی برای تخفیف گرفتن

موفقیت در چانه زنی بر سر قیمت کالا یا همان تخفیف گرفتن خودمان می تواند باعث شود شما به عنوان فروشنده سود بیشتری کسب کنید ...



موفقیت در چانه زنی بر سر قیمت کالا یا همان تخفیف گرفتن خودمان می تواند باعث شود شما به عنوان فروشنده سود بیشتری کسب کنید یا به عنوان خریدار، بهای کمتری برای یک کالا یا خدمت بپردازید و به همین دلیل، اگر در چانه زنی چندان حرفه ای نباشید ممکن است حاشه سود شما در کسب ه کاهش یابد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران، بسیاری از افراد در چانه زنی بر سر قیمت، از استراتژی عدم پیشنهاد قیمت بهره می برند و منتظر می مانند طرف مقابل قیمتی را پیشنهاد کند و سپس چانه زنی را آغاز می کنند، اما تحقیقات علمی نشان می دهد فردی که ابتدا پیشنهادی را مطرح می کند احتمالا موفقیت بیشتری به دست خواهد آورد.

اقتصاددانانی که در زمینه چانه زنی قیمتی فعالیت می کنند پیشتر به مزیت نخستین پیشنهاددهنده اشاره کرده بودند و اکنون وب سایت اقتصادی بیزینس اینسایدر به پدیده ای اشاره کرده که از آن به عنوان پدیده «اصل لنگر» نام برده می شود.

این پدیده که مورد توجه روان شناسان قرار گرفته ادعا می کند پیشنهاددهنده نخستین، لنگر مذاکره بر سر قیمت را در جایگاهی قرار می دهد که نمی توان از آن فاصله بسیاری گرفت و قیمت نهایی احتمالا در دامنه ای نه چندان دور از آن قیمت قرار می گیرد، البته اگر چانه زنی بین خریدار و فروشنده به معامله ختم بشود.

لی تامسون، استاد مدیریتی دانشگاه نورث وسترن در این باره می گوید: «بسیاری از افراد معتقدند که نباید پیشنهاد اولیه قیمت را مطرح کنند و بهتر است منتظر بمانند تا ابتدا از پیشنهاد طرف مقابل مطلع شوند، اما تحقیقات ما و بسیاری از تحقیقات مشابه نشان می دهد چنین سیاستی به هیچ وجه مفید نیست و فردی که نخستین پیشنهاد را مطرح می کند بهره بیشتری از معامله می برد.» او به همین دلیل به افراد توصیه می کند که زودتر از طرف مقابل پیشنهادشان را مطرح کنند: «هر کسی نخستین پیشنهاد را مطرح کند در واقع لنگری می اندازد و مذاکرات بعدی حول آن لنگر شکل می گیرد.»

او همچنین توصیه می کند پیشنهاد اول را با فاصله از مبلغی که در نهایت حاضرید کالا را به آن قیمت بخرید یا بفروشید مطرح کنید، اما پیشنهادتان آنقدر پرت نباشد که اصلا معامله شکل نگیرد.

آدام گالینسکی، استاد مدیریت دانشگاه کلمبیای آمریکا نیز اعتقاد دارد نخستین پیشنهاددهنده معمولا دست بالاتر را در مذاکرات دارد. او می گوید: «تحقیقات من نشان می دهد بسیاری از مذاکره کنندگان نگرانند که اگر ابتدا پیشنهادی را مطرح کنند باعث رنجش طرف مقابل شده و کل مذاکرات را بر هم بزنند، اما حقیقت این است که معمولا افراد در میزان این نگرانی اغراق می کنند.»

استفاده از سیاست نخستین پیشنهاددهنده نه تنها در مذاکرات مربوط به کسب و کار بلکه در روابط بین الملل نیز کاربرد دارد.