

Donnerstag, 15. Februar 2007

Ausgangsposition

Es ist eine schlechte Angewohnheit, immer davon auszugehen, dass man über den Tisch gezogen wird. Es ist aber ebenso eine schlechte Eigenschaft, immer davon auszugehen, dass alle nur das Beste wollen. Somit ist jede Verhandlung immer von der persönlichen Ausgangsposition geprägt. Somit stellt sich immer dieselbe Frage: Ist der Verhandlungspartner ein Positiver oder ein Negativer? Dahinter zu kommen, ist sehr schwer. Denn man unterliegt emotional einer Art Wirklichkeitsverzerrung. Man sieht, was man sehen will. Man projiziert das, was man selbst sehen will. Als Bestandteil einer Verhandlung sich dieser weitestgehend objektiv zu entziehen, gelingt vielen nicht. Somit muss man sich bei Verhandlungen auf seine Intuition verlassen. Denn alles, was ist, oder einem begegnet, muss nicht der Wirklichkeit und der Wahrheit entsprechen. Das Gesagte und Gezeigte sollte zur Entscheidungsfindung nur verhältnismäßig wenig beisteuern. Wichtig ist das gute Gefühl dabei. Oder wenn man ein schlechtes hat, trotz aller Vorzüge und Vorteile, den Deal nicht zu machen. Wir sehen nämlich, ohne zu sehen. Wir spüren, ohne zu berühren. Unsere Wahrnehmung geht viel weiter und tiefer als die Vernunft vermuten lässt. Wir spüren mehr, als wir wissen. Somit ist das ständige Appellieren an die Intuition und den daraus resultierenden Glauben die beste und sicherste Verhandlungsführung. Es geht nicht darum, wie sich die Dinge objektiv darstellen. Es geht nicht um Zahlen und Werte, sondern um das sichere und gute Gefühl – das ist es. Informationen und Argumente können dieses Gefühl überlagern und verfremden. In der Regel hat man in Verhandlungen schon innerhalb der ersten 20 Sekunden eine Entscheidung getroffen. Dieser gilt es auf den Grund zu gehen. Und nicht langwierig und zermürend darüber zu sinnieren, warum, wieso und weshalb. Auch wenn Parameter sich ändern, bleibt die Grundeinstellung zur Entscheidung. Will man etwas eigentlich nicht, und der Preis ist jetzt so günstig, dass man sich dazu hinreißen lässt, es nun doch zu erwerben, wird mit dieser Entscheidung trotz des guten Preises immer ein schlechtes Gefühl einhergehen. Deshalb ist das eine schlechte Entscheidung. Zahlt man mehr, als es wert ist, aber man will es unbedingt, wird einen trotzdem immer ein gutes Gefühl bei dieser Entscheidung begleiten. Somit kann man es drehen und wenden, wie man will. Und Preispolitik erscheint in diesem Spiegel noch unsinniger. Denn es geht nicht um die numerischen Werte, die eine positive Verhandlungsgrundlage schaffen, sondern darum, wie derjenige dazu steht. Wenn einer nicht will, dann wird der Preis ihn nicht überzeugen. Und alle, die wollen, denen ist der Preis ziemlich egal. Also gilt es, einen positiven Verhandlungspartner emotional für sich zu gewinnen. Dann geht alles andere wie von selbst. Überzeugen können, statt überreden müssen.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing um 07:01