La Negociación Creativa

Por Juan Ruiz Díaz de Vivar

"El problema básico en una negociación no es el conflicto entre las posiciones, sino el conflicto entre las necesidades, deseos, y temores de las partes".

Roger Fisher

Definitivamente el buen negociador es un fabricante de fórmulas, que tiene la habilidad de crear recetas originales para establecer una relación con el otro.
Si volvemos a leer la cita de Roger Fisher, quien es uno de los especialistas en negociación más reconocido en el ámbito mundial, veremos que uno no trata con cosas abstractas sino con seres humanos. Es por ello que nos enfocamos en las necesidades, deseos y temores de las personas. De quienes están frente a nosotros, y también de nosotros mismos. Es como si realizáramos un auto análisis profundo acerca de nuestros propios temores, y objetivos a lograr, para de allí pasar a una visión del "otro". La clave es la comprensión de cómo piensa y siente el "otro". Porque una de las cualidades más importantes del negociador es la habilidad para apreciar la situación como la ve la otra persona.
Este primer paso de análisis nos permitirá ser realmente creativos a la hora de negociar. En nuestro caso la negociación en el ámbito empresarial.
¿Qué buscamos nosotros? ¿Una venta o la comprensión de nuestras ideas? ¿Qué temores tenemos frente al interlocutor? ¿Qué necesidades tiene el otro frente a este diálogo? ¿Cuáles son sus motivaciones? ¿Qué relación buscamos modificar? . Todas estas preguntas deben tener una respuesta en nuestra reflexión previa a la negociación.
Un buen arquitecto comienza con el diseño de los planos; es por ello que hay que prepararse, visualizar el objetivo y planificar la entrevista. En síntesis, no hay posibilidades de buena negociación sin preparación.

El segundo paso en un proceso de negociación, es la apuesta por establecer una relación a largo plazo. Y esto debería quedar plasmado claramente en la entrevista con el "otro". Por ejemplo, en situaciones de producto y calidad similares, el cliente preferirá al oferente con quien pueda establecer una mejor relación humana. Es por ello que el mensaje es contundente: deje aclarado que el objetivo es establecer una "relación" orientada a brindar un servicio al mercado y a la comunidad.

La empatía es la capacidad de generar una corriente de participación emotiva con el interlocutor. Y este es el paso siguiente. Poder acompasar, encontrando vías de comunicación simétricas con la persona que tenemos frente a nosotros. Lo gestual, lo comunicacional, el lenguaje, forman parte del instrumental que entra en juego en esta etapa

de la negociación. Estos aspectos adquieren especial relevancia en toda relación humana, por lo que será importante mejorar día a día en la capacidad comunicativa de cada uno. Esta habilidad será un factor crítico de éxito al momento de llegar a la entrevista. O uno comunica excelentemente bien, o queda fuera de juego.

Cuando vemos y analizamos un proceso de negociación exitoso, encontramos tres aspectos que resaltan del resto. Observamos un conocimiento importante del cliente y sus necesidades. También un conocimiento profundo del producto / servicio que se ofrece. Y por último el negociador con sus cualidades y capacidades para liderar la relación con la otra persona involucrada.
Es por ello que el negociador profesional, se desarrolla a sí mismo como persona, como ser, para poder hacer y tener eficacia y resultados. Este desarrollo personal implica convencimiento, entrenamiento, estudio y reflexión. Es trabajar dándose cuenta de cómo se trabaja. Es aprender dándose cuenta que se aprende. De cada entrevista, de cada oponente, de los compañeros, de su jefe; en definitiva del otro.

El Dr. Edwar de Bono, padre del pensamiento lateral, señala: “ Ser inteligente no es sinónimo de saber pensar bien. La relación entre la inteligencia y el uso que se hace de ella es la misma que existe entre un auto y su conductor. Aprovechar al máximo el potencial que ofrece el vehículo depende exclusivamente de la habilidad de quien lo maneja”.
Debemos desarrollar y ejercitar nuestra capacidad de pensar, para luego poder negociar en forma creativa.
De nosotros depende.

© Juan Ruiz Díaz de Vivar- 2001