

交渉

相手にYESと言ってもらうには

はじめに

私たちバイヤーの仕事は人と交渉することです。

なので、経験を積んでいくうちに「こういう風に言うとOKしてもらいやすい」という方法は感覚的にみなさんご存じだと思います。

今日は私たちが感覚的に使っている細かな交渉テクニックには具体的にどんな種類があるのか？それは何を目的にしている、どんな効果を狙っているのか？

科学的実験の結果や私自身の経験談を織り交ぜながら整理していきたいと思います。

バイヤーとして意識すること

交渉する上で調達・購買担当者として押さえるべきポイント

QCD

- ・品質は満たしているか
- ・価格は適正か
- ・リードタイム
- ・回答速度/精度

製造工程

- ・どんな工程があるか
- ・ボトルネック
- ・管理方法
- ・キャパシティ

問題と目標

- ・交渉の目標
- ・代替案の有無
- ・最大目標と最小目標
- ・相手が知っているこちらの情報

取引項目・選択肢

- ・金銭以外で提示できるもの
- ・譲歩不可能な項目
- ・影響を与える第三者

状況分析

- ・合致/対立するニーズ
- ・相手の強み/弱み
- ・自分の強み/弱み
- ・相手が条件を飲む可能性

結論・方向性

- ・最善の選択肢は何か？

説得力の6原則

人が判断するときに影響される6つの原則

返報性

一貫性

好意

社会的証明

権威

希少性

「ヒューリスティックな判断」

経験則や先入観から**最短**で答えを導こうとする思考法

「影響力の武器 なぜ、人は動かされるのか」
ロバート・B(ペノ). チャルディーニ

返報性

何か貰ったら、お返ししたくなる性質

譲歩的要請法

(ドア・イン・ザ・フェイス・テクニック)

最初に大きな要求を出し、相手に拒否させてからそれよりも小さな要求(本来の要求)をする

自己開示の返報性

自分がオープンな態度で接すると、相手も心を開きやすくなる

感謝の返報性

具体的な感謝を伝える

一貫性

自らの意思でコミットしたこと、表明した意見や約束ごとを守ろうとする性質

段階的要請法

(フット・イン・ザ・ドア・テクニック)

簡単な要求から始めて徐々に要求の内容を大きくしていく

承諾先取り法

(ローボール・テクニック)

相手が要求をOKした後にその要求の悪い条件を明かしたり、良い条件を白紙にする

未来へのロックイン

未来に起こる出来事に対して、事前に要求を出してOKをもらっておき、後日具体的な条件を伝える

具体的な行動計画

要求を達成するための計画を相手に立てさせる

ラベリング効果

相手に対するポジティブなイメージを伝える

一貫性 (番外編)

上司を説得するには...

年長者からのコミットメント

年を取るにつれて一貫性に対するこだわりは強くなっていく

過去のコミットメントからの開放

過去のコミットメントから開放して新しい提案に注目するよう促す

他に良い方法があればご意見お願いします。

好意

自分が好意を抱いている人から頼まれると断りづらい性質

ミラーリング効果

自分と似た行動をしている人に無意識に親近感を抱くこと

単純接触効果

(ザイオンス効果)

何度も繰り返し接触することで好感度や評価などが高まっていく効果

ハロー効果

「見た目の良さ」が見た目以外の評価も引き上げる

社会的証明

みんながやっていることに従って自分も行動しようとする性質

バンドワゴン効果

何かを決定や行動をする
ときに他人の行動に影響
される

社会的証明の罠

マイナスな内容を伝え
てしまうと逆効果になる

権威

権威あるものに対して従おうとする性質

肩書きの権威

役職や資格といったシンボルの利用する

社会的地位の権威

上位者からの指示や、組織の公式発表として伝える

希少性

手に入りにくいものを手に入れたくなる性質

独占的な情報

独占的な情報には
希少的価値がある

プロスペクト理論

新たに得られるものの価値よりも、失うものの価値を大きく見積もる

理由と要請

要請するときは、自分の置かれた状況や必要な理由を伝える

①すみません。5枚だけなのですが
先にコピーをとらせてくれませんか？

②すみません。5枚だけなのですが
先にコピーをとらせてくれませんか？
急いでいるので

③すみません。5枚だけなのですが
先にコピーをとらせてくれませんか？
コピーをとらなければならないので

キーワード
「**ので(because)**」

理由と要請

理由と要請はシュチエーションによって使い分ける

利害の大きな要請

⇒しっかりした説明がなければ承諾してくれない

伝え方:「～だから、～ので」

利害の小さな要請

⇒細かい説明はなくても承諾してくれる

伝え方:「～ので」

精緻化見込みモデル (Elaboration Likelihood Model: ELM)

① 中心的ルート (論理的関与)

相手に論理的な情報を合理的に検討させる

相手の3つの条件を整える

動機: 詳細に評価したいと思っている

能力: 評価するために十分な知識を持っている

機会: 評価するための十分な時間がある

② 周辺のルート (感情的関与)

相手に感情的な手がかりを与えて判断させる

相手に望ましい印象を持ってもらう

見た目の印象

周囲からの評判

親近感

接する態度

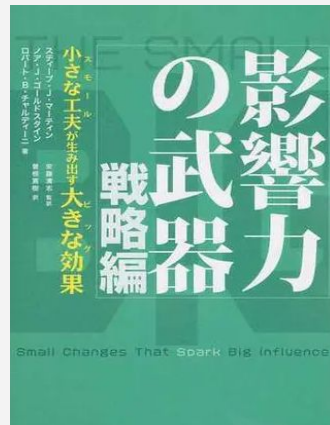
「自分が何をどう伝えるか」以上に「相手が何をどう思うか」ということが説得においては重要になるという思考モデル

おわりに

交渉を成功させるためには

相手に何をどう伝えれば納得してくれるかを考えて実践する。

参考文献



項目	内容	項目	内容
1. 調達プロセスの最適化	調達プロセスの効率化とコスト削減を実現する	10. 調達プロセスの自動化	調達プロセスの自動化を実現する
2. 調達プロセスの透明化	調達プロセスの透明化を実現する	11. 調達プロセスの標準化	調達プロセスの標準化を実現する
3. 調達プロセスの自動化	調達プロセスの自動化を実現する	12. 調達プロセスの統合	調達プロセスの統合を実現する
4. 調達プロセスの標準化	調達プロセスの標準化を実現する	13. 調達プロセスの改善	調達プロセスの改善を実現する
5. 調達プロセスの統合	調達プロセスの統合を実現する	14. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する
6. 調達プロセスの改善	調達プロセスの改善を実現する	15. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する
7. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する	16. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する
8. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する	17. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する
9. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する	18. 調達プロセスの革新	調達プロセスの革新を実現する

赤いお家「世界最高の購買部 3つの柱」

＜カテゴリマネジメント: 交渉＞

リンク

: http://www.co-buy.org/materials/20180929_kanto_no66_3.pdf

ご清聴ありがとうございました。