



در هر مذاکره‌ای، چه بر سر فروش بیمه عمر و چه بر سر معامله ملک و حتی بر سر گرفتن تخفیف در موقع خرید یک پیراهن، معمولاً سه نوع مذاکره کننده وجود دارند:

کوسه‌ها، کپورها و دلفین‌ها

خود شما هم در جریان مذاکره فروش بیمه قطعاً به یکی از این سه دسته‌ی مذاکره‌کنندگان تعلق دارید. این مقاله را بخوانید تا نه تنها متوجه شوید که شما کدام یکی از این سه نوع مذاکره‌کننده هستید بلکه روشهای مذاکره و واکنشهای افراد در زمان فروش بیمه یا هر نوع مذاکره دیگری را نیز بشناسید.

البته در این مقاله، تمرکز فقط بر روی مذاکره فروش بیمه نیست. بلکه می‌خواهم با شما درباره خود مذاکره و استفاده از آن در جریان زندگی روزمره صحبت کنم. در ادامه، به بررسی هر یک از سه نقش رایج در بین مذاکره‌کنندگان می‌پردازیم.

کوسه‌ها:

همه ما در جریان مذاکره فروش بیمه‌های پیشنهادی خودمان، قطعاً بارها با مشتریانی از نوع کوسه برخورد کرده‌ایم! در واقع نوع نگاه و نگرش کوسه‌ها در هر نوع مذاکره‌ای، حول دیدگاهی در مذاکره می‌چرخد که اصطلاحاً به آن، دیدگاه «باور به کمبود در مذاکره» گفته می‌شود.

به عبارت دیگر، برای کوسه‌ها هر مذاکره‌ای، میدان نبردی است که در آن، یک طرف «برنده» و یک طرف «بازنده» خواهد بود.

همین باور به کمبود است که باعث می‌شود کوسه‌ها فقط به دنبال به دست آوردن امتیاز هرچه بیشتر در هر مذاکره‌ای و به هر قیمتی باشند. باور کنید که کوسه‌ها برای اینکه از مذاکره، برنده خارج شوند دست به هر کاری می‌زنند (واقعاً هر کاری!).

طبیعت و ذات کوسه‌ها این است که تا جای ممکن در مذاکره، برنده باشند و صرفاً و فقط زمانی که تمام تلاشهای آنها برای پیروزی در مذاکره، خنثی می‌شود به سراغ یک مبادله پایاپای می‌روند. در واقع آنها فقط وقتی تن به مبادله پایاپای می‌دهند که مطمئن باشند راهی برای برنده شدن و تکه و پاره کردن شما باقی نمانده باشد.

متأسفانه یکی از خصیصه‌های بارز کوسه‌ها در مذاکره این است که همیشه تصور می‌کنند بهترین راه حل ممکن را در دست دارند. آنها نیاز بسیار شدیدی به این دارند که همواره 100 درصد محق باشند و البته هر کاری هم می‌کنند تا نقاط ضعف خودشان را از شما پنهان کنند تا این چهره‌ی محق و حق به جانبی که گرفته‌اند خدشه‌دار نشود.

بدترین چیز در مذاکره با کوسه‌ها این است که آنها برای پنهان کردن نقاط ضعف و نقایص خودشان، به راحتی دروغ می‌گویند. به همین دلیل، اکثر افراد در مذاکره با کوسه‌ها به شدت

موضع دفاعی می‌گیرند زیرا می‌دانند کوچکترین اشتباه و لغزشی کفایت تا طرف مقابل، آنها را زنده زنده ببلعد.

یکی دیگر از چالشهای مذاکره با کوسه‌ها این است که وقتی روشهای برتری جویانه آنها در جریان مذاکره به شکست منجر می‌شود بیش از پیش، بر روی کشتن طرف مقابل متمرکز می‌شوند. در واقع کوسه‌ها حتی وقتی متوجه می‌شوند که روش و راهبردی که پیش گرفته‌اند غلط است، باز هم آن روش را رها نمی‌کنند؛ بلکه برعکس، با شدت بیشتری به ادامه همان روش، اصرار می‌ورزند.

تنها چیزی که تمام اعمال و واکنشهای کوسه‌ها را مدیریت و تعیین می‌کند فقط همان نگرش «کمبود محور» آنهاست.

اما همه‌ی کوسه‌ها این را می‌دانند که حتی اگر در مذاکره، موفق و پیروز هم بشوند، این پیروزی به بهای رنجش و دلخوری طرف مقابل آنها تمام شده است. اگر شما هم در جریان مذاکرات خود با دیگران، یک کوسه هستید، این را بدانید که از کشته پُشته ساختن، شاید بتواند در کوتاه‌مدت، حافظ منافع شما باشد اما در بلندمدت، بازنده نهایی شما خواهید بود.

کیورها:

نکته بسیار جالب درباره کیورها این است که آنها نیز دقیقاً مثل کوسه‌ها معتقد هستند که این جهان، جهان کمبودهاست؛ جهانی که در آن یا باید برنده باشی یا بازنده!

اما تفاوت کیورها با کوسه‌ها این است که آنها برخلاف کوسه‌ها مطلقاً باور به برنده شدن در مذاکرات ندارند. آنها با خودشان مدام تکرار می‌کنند: «من نمی‌توانم در این مذاکره برنده بشوم»

کیپورها باور دارند که هرگز به اندازه کافی، امتیاز به دست نخواهند آورد. وقتی که شما با این باور غلط وارد مذاکره می‌شوید که هرگز نمی‌توانم برنده باشم، خودبه‌خود و اتوماتیک‌وار، تمام تلاش‌هایتان نیز بر «از دست ندادن» هر چیزی که هم‌اکنون دارید، متمرکز می‌شود.

قطعاً تاکنون در جریان بازاریابی و فروش بیمه‌های خودتان، بارها با مشتریانی وارد مذاکره شده‌اید که به جای تمرکز بر شنیدن مزایا و منافع بیمه‌ای که پیشنهاد می‌دهید، به تنها چیزی که فکر می‌کنند فقط و فقط حفظ وضعیت موجود و فعلی خودشان است و گویی چشم‌ها و گوش‌هایشان بر روی شما و حرف‌هایتان کاملاً بسته می‌باشد.

اینها کیپورهایی هستند که چون باور دارند که در هر مذاکره‌ای بازنده هستند، پس بنابراین صورت مسئله را پاک کرده‌اند و کلاً مذاکره نمی‌کنند. اما بدتر از همه، زمانی است که یک نماینده یا فروشنده بیمه، جزو مذاکره‌کنندگانی باشد که به سبک و روش کیپورها عمل می‌کند.

جالب است بدانید که DNA تمام انسانها به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی شده است که وقتی با یک خطر یا چالش جدید مواجه می‌شویم یکی از این سه کار را به‌طور غریزی انجام می‌دهیم:

- جنگ
- فرار
- میخکوب شدن

کیپورها معمولاً همیشه یکی از دو راه آخر را انتخاب می‌کنند. در واقع کیپورهایی که با کوسه‌ها و یا دلفین‌ها مذاکره می‌کنند باور دارند که زنده زنده خورده خواهند شد.

کیپورها با این باور وارد هر مذاکره‌ای می‌شوند که خورده می‌شوند و به دلیل همین نگرش است که تصمیم‌های آنها همیشه نادرست است که تصمیم‌گیرند.

حتماً در جریان فروش بیمه با مشتریانی برخورد داشته‌اید که بیشتر تلاش می‌کنند پشت همکارانشان که آنها هم کپورهایی مثل خودشان هستند، پنهان شوند و مثلاً وقتی در محیط یک اداره و سازمان در حال صحبت با یکی از کارمندان بر سر معرفی و فروش بیمه عمر هستید، سایر کارمندان به دور شما دو نفر جمع می‌شوند و تلاش می‌کنند همکارشان را از لابه‌لای دندانهای تیز شما بیرون بکشند.

مسئله این است که کپورها فقط وقتی احساس امنیت می‌کنند که به همراه گروهی از کپورهای دیگر شنا کنند و هوای همدیگر را داشته باشند تا کسی خدایی ناکرده تصمیم جدیدی نگیرد. به هر حال، واکنش طبیعی کپورها از این دو حالت خارج نیست:

- یا تسلیم خواسته‌های طرف مقابل شوند
- یا اینکه کلاً مذاکره را ترک کنند

مسئله این است که اگر تسلیم شوند، زنده زنده خورده خواهند شد و اگر هم بارها و بارها صحنه مذاکره را ترک کنند، کم‌کم دچار حس عدم اعتماد به نفس و انزوا می‌شوند. هیچکدام از این دو اتفاق، خوشایند نیست. بنابراین اگر شما هم در جریان مذاکرات روزمره‌تان یک کپور هستید باید یاد بگیرید که سطح آرمانها و خواسته‌هایتان را بالا ببرید. یادتان باشد که:

سطح خواسته‌ها و آرمانهای شماست که دستاوردهای شما در فروش بیمه را تعیین خواهد کرد

تمرین کنید و یاد بگیرید که کمتر بر آنچه که هم‌اکنون دارید تمرکز کنید و بیشتر به آنچه می‌توانید از مذاکره‌ی اصولی به دست آورید توجه کنید. این را بدانید که اگر بخواهید همچنان اجازه بدهید که شکستهای گذشته شما در مذاکراتتان، سطح توقعات و خواسته‌هایتان را تعیین

کنند بالاخره روزی خواهد رسید که حتی توان حفظ آنچه هم‌اکنون برایتان باقی مانده است را هم نخواهید داشت.

دلفین‌ها و نقش آنها در مذاکره فروش بیمه:

نمی‌دانم در جریان هستید یا خیر! من در گروه آموزشی بیمه‌مارکتینگ یک دوره آموزشی 40 ساعته با عنوان «مستر کلاس اصول و فنون مذاکره حرفه‌ای در فروش بیمه‌های عمر» را طراحی و تاکنون چندین نوبت برگزار کرده‌ام. در این دوره، مدام از اصطلاحی صحبت می‌شود با عنوان «مذاکره اصولی» به جای «مذاکره».

به زبان ساده، باید گفت که همه ما، رانندگی می‌کنیم، اما این بدان معنا نیست که الزاماً همه ما درست و اصولی رانندگی می‌کنیم. یا اینکه همه ما تغذیه می‌کنیم ولی این بدان معنا نیست که الزاماً همه ما درست و اصولی تغذیه می‌کنیم.

همین امر، در مورد مذاکره نیز عیناً مصداق دارد. خیلی از ما نمایندگان و فروشندگان بیمه، مذاکره می‌کنیم ولی این الزاماً به معنای درست مذاکره کردن نیست. گروه سومی که در ابتدای مقاله اشاره شد، دلفین‌ها یا همان مذاکره‌کنندگان اصولی هستند.

درواقع دلفین‌ها حیواناتی بسیار باهوش و یادگیرنده هستند. رفتار این حیوان به روشنی نشان می‌دهد که وقتی یک دلفین آنچه را که می‌خواهد نمی‌تواند به دست آورد، فوراً و به شکلی کاملاً هدفمندانه رفتار خود را برای رسیدن به هدفش تغییر می‌دهد.

اگر به فیلمها و مستندهای حیات وحش علاقه‌مند باشید احتمالاً در سری مستندهای سیاره آبی که دیوید اتنبرو (David Attenborough) ساخته و گزارش کرده است، سکاسی از درگیری کوسه و دلفین نمایش داده می‌شود.

وقتی یک کوسه به یک دلفین حمله می‌کند، دلفین فوراً شروع به چرخیدن به دور کوسه می‌کند و مدام به قفسه سینه کوسه ضربه می‌زند. در واقع دلفین از پوزه‌ی خودش به عنوان چماقی برای ضربه زدن به کوسه استفاده می‌کند. جالب اینکه تقریباً همیشه، کوسه شکست می‌خورد و میدان مبارزه را ترک می‌کند.

در جریان هر مذاکره‌ای، دلفین‌ها این توانایی را دارند که خودشان را فوراً با هر موقعیتی که در آن قرار می‌گیرند تطبیق بدهند. زمانی که یک مذاکره‌کننده از نوع دلفین، متوجه می‌شود که یک راهبرد و استراتژی جواب نمی‌دهد، فوراً از آن درس می‌گیرد و بلافاصله روش خود را تغییر می‌دهد.

در اقیانوس زندگی واقعی، کوسه‌ها اغلب در خوردن کپورها و گاهی نیز در خوردن سایر کوسه‌ها موفق هستند؛ اما تقریباً هرگز موفق به خوردن دلفین‌ها نمی‌شوند. برگ برنده‌ی دلفین‌ها این است که به سرعت از اشتباهات خودشان و دیگران درس می‌گیرند و به سرعت، روشهای خود را تغییر می‌دهند تا زمانی که به هدفشان برسند.

شاید بزرگترین تفاوت دلفین‌ها با کوسه‌ها و کپورها در این است که دلفین‌ها همزمان، هم به «فراوانی» و هم به «کمبود» اعتقاد دارند.

اما کوسه‌ها و کپورها مذاکره را عرصه‌ای محدود می‌بینند و باورش‌شان این است که تنها گزینه‌هایی که پیش روی خود دارند «برتری جویی»، «سلطه‌گری»، «مبادله پایاپای»، «تسلیم شدن» و یا «کنار کشیدن» است. در مذاکره، به تمامی اینها، اصطلاحاً «بازیهای صفر امتیازی» گفته می‌شود. مذاکره، بازی خلق و رد و بدل کردن امتیازات خلق شده است. اما در این نوع رویکردهای صفر امتیازی، هیچ امتیاز جدیدی خلق نمی‌شود و فقط همان امتیازهای موجود، بین طرفین جابه‌جا می‌شوند.

می‌توان گفت که دلفین‌ها یک چیز را بهتر از کوسه‌ها و کپورها آموخته‌اند و آن اینکه تمامی این رویکردهای صفر امتیازی به مرور زمان، به رویکردهای بازنده - بازنده تنزل پیدا می‌کنند. زیرا کوسه‌ها بعد از گذشت یک مدت، دیگر کسی را پیدا نمی‌کنند که قربانی‌اش کنند و کپورها نیز با توسل به استراتژی حفظ وضعیت موجود، هر روز به کمتر از روز قبل، رضایت می‌دهند.

اما دلفین‌ها روز به روز، مذاکرات بهتری را رقم می‌زنند و هم برای خودشان و هم برای طرف مقابلشان، امتیازات بیشتر و بیشتری خلق می‌کنند.

سؤال اینجاست که برای تبدیل شدن به یک دلفین در جریان مذاکرات روزمره و از آن مهم‌تر در جریان مذاکرات فروش بیمه باید چه کارهایی را انجام بدهیم؟! اولین گام در این راستا، این است که با چهار ویژگی اصلی دلفین‌ها در مذاکره، آشنا شوید.

ویژگیهای اصلی دلفین‌ها:

همانطور که گفته شد، دلفین‌ها چهار ویژگی اصلی را در خودشان ایجاد کرده‌اند که عبارتند از:

1. دلفین‌ها به جای یک بازی محدود، برنامه‌ی یک بازی نامحدود را می‌ریزند:

دلفین‌ها یک اصل و قانون جهان‌شمول را خیلی خوب درک کرده‌اند و آن، اصل و قانون عمل و عکس‌العمل نیوتن است. دلفین‌ها فهمیده‌اند که مذاکره در خلاء اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه هر کنش و عملی در مذاکره، یک واکنش و عکس‌العمل از جانب طرف مقابل مذاکره دربر خواهد داشت.

دلفین‌ها متوجه شده‌اند که بازی مذاکره با مشتری و بیمه‌گذاری که الآن روبه‌رویشان نشسته است، صرفاً و فقط محدود به همین حالا نیست و در صنعتی به مانند بیمه، وقتی موفق خواهند بود که در آینده نیز با همین بیمه‌گذار به توافقات جدید برای تمدید بیمه‌نامه‌ی فعلی و یا فروش بیمه‌نامه‌های جدید دست یابند.

درک همین یک موضوع به تنهایی باعث شده که دلفین‌ها به تقویت مناسبات و تشریک مساعی با مشتریان خود و اطمینان یافتن از ایجاد یک رابطه محکم و بلندمدت با مشتری بپردازند.

دلفین‌ها به جای تقسیم آنچه در گذشته وجود داشته است (تمرکز محدود) با طرف مقابلشان همکاری می‌کنند تا چیزی بیشتر از آنچه موجود است خلق کنند (تمرکز نامحدود). به بیان دیگر، دلفین‌ها به جای تمرکز بر ارزش فعلی (که ثابت و محدود است)، بر خلق ارزش افزوده (که متغیر و نامحدود است) متمرکز هستند. این همان رویکرد و استراتژی مذاکره‌ی اصولی است که باعث می‌شود هر دو طرف مذاکره، سود و منفعت ببرند.

به طور مثال، نماینده‌ی بیمه‌ای که فقط بر خود بیمه‌نامه عمری که می‌فروشد و بر پوششها و مزایای آن متمرکز است را با نماینده بیمه‌ای که در کنار بیمه عمر، یک طرح زنجیره ارجاعات در نمایندگی خودش و بین بیمه‌گذاران خودش ایجاد نموده است را مقایسه کنید. کدامیک از این دو در بلندمدت موفقیت بیشتری کسب خواهند کرد؟

2. دلفین‌ها به واسطه‌ی همکاری، از ستیزه‌جویی‌های غیر ضروری پرهیز می‌کنند؛ البته تا وقتی که طرف مقابل نیز به همین شیوه رفتار کند:

دلفین‌ها درک کرده‌اند که تشریک مساعی و همکاری با طرف مقابل، از هر چیز دیگری در جریان یک مذاکره اصولی، مهمتر و حیاتی‌تر است.

3. دلفین‌ها با تکیه بر اقدامات تلافی‌جویانه‌ی مناسب، فوراً به اقدامات خصمانه‌ی طرف مقابل پاسخ می‌دهند:

اینکه تصور کنید منظور ما از مذاکره به سبک دلفین‌ها، فقط محدود به رفتارهای مثبت و دوستانه می‌شود کاملاً اشتباه است. زیرا دلفین‌ها به‌خوبی از اهمیت پاسخ و واکنش سریع و مناسب آگاه هستند. آنها می‌دانند که به تعویق انداختن پاسخ، آن هم وقتی که ضربه‌ای غیرمنصفانه به آنها

وارد شده است، موجب قربانی شدن آنها یا ایجاد شناخت غلط و برداشتهای غیرصحیح از آنها در ذهن طرف مقابل می‌شود.

فرض کنید که شما در جریان مذاکره و صحبت با همسرتان، در برخورد با واکنش فیزیکی همسرتان و یا حرف ناسزایی که به شما یا خانواده‌ی شما نسبت داده است، درنگ می‌کنید و در همان لحظه، واکنشی از خودتان نشان نمی‌دهید. همین تأخیر در واکنش شما، علامت و سیگنالی به طرف مقابل شما می‌فرستد که سبب تشدید رفتارهای کوسه‌وار در وی می‌شود.

بنابراین باید این را بدانید که دلفین‌ها به سرعت و در زمان مناسب، مقابله به مثل می‌کنند تا جایگاه خودشان را تثبیت نموده و همچنین تصویری صحیح و قاطع از خودشان را به طرف مقابل ارائه کنند.

4. دلفین‌ها به همان سرعتی که مقابله به مثل می‌کنند، به همان سرعت نیز می‌بخشند:

یکی از ویژگیهای بارز دلفین‌ها این است که اگر کوچکترین علامت و سیگنالی دال بر همکاری و مشارکت را از طرف مقابل در مذاکره دریافت کنند فوراً و به سرعت، به سمت راهبردهای مشارکت جویانه تغییر مسیر می‌دهند.

حالا که با ویژگیهای بارز هر سه نوع مذاکره کننده آشنا شدید زمان آن است تا یک جمع‌بندی از الگوهای فکری کوسه‌ها، کپورها و دلفین‌ها در جریان مذاکره داشته باشیم. در جدول زیر، این موارد را به شکلی خلاصه ارائه نموده‌ایم:

الگوهای فکری کوسه‌ها، کپورها و دلفین‌ها در مذاکره			
اعتقادات دلفین‌ها	اعتقادات کپورها	اعتقادات کوسه‌ها	ردیف
دنیای ما سرشار از فراوانیهای بالقوه است	دنیای ما دنیای کمبودهاست	دنیای ما دنیای کمبودهاست	۱
با مشارکت و همکاری، هر دو طرف می‌توانند مذاکره را با فراوانی و ثروت بیشتری ترک کنند	باید از جان مایه بگذارم تا از چیزهایی که هم‌اکنون دارم محافظت کنم	برنده شدن به هر قیمتی مهم است	۲
به هنگام تهدید شدن، واکنش سریع و به موقع مهم است	مبارزه ترسناک و خطرناک است. تنها راه روبرو شدن با مبارزه، تسلیم شدن یا کنار کشیدن است	باید بر کشتن تمرکز کنم. پیروزی یعنی همه چیز!	۳

معمولاً دلیل اصلی اینکه دلفین‌ها در مذاکرات خودشان تقریباً همیشه موفق می‌شوند این است که در زمان مواجهه با چالشها و مشکلات در جریان مذاکره، از استراتژیها و روشهایی استفاده می‌کنند که باعث حذف کوسه‌ها و کپورها از گردونه رقابت می‌شود.

درواقع دلفین‌ها تمام تمرکزشان بر روی نتایجی است که همزمان به نفع هر دو طرف مذاکره باشد.

اگرچه دلفین‌ها نیز به‌مانند کوسه‌ها و کپورها، عمیقاً به دنبال برنده شدن در مذاکره هستند اما لزومی نمی‌بینند که طرف مقابلشان در مذاکره، بازنده باشد.

مسئله این است که اگر تاکنون سابقه‌ی مذاکره با دلفین‌ها را داشته‌اید قطعاً احساس مثبت حاصل از اینگونه مذاکرات را به یاد دارید و اینکه دلتان می‌خواسته باز هم با آنها کار کنید.

احساسی که اساس و ملاک موفقیت بلندمدت هر نماینده و فروشنده‌ای در صنعت بیمه را تشکیل می‌دهد؛ «تمدید بیمه‌نامه‌ها برای سالیان متمادی»

در مذاکره فروش بیمه، مثل دلفین‌ها باشید

بیمه‌گر و توانگر باشید...