

اصول و فنون مذاکره و متقاعدسازی

نویسندگان :

بیلا جمشیدی

امیر همایون کاشانی کیا

مریم عابدی

علی ارشیا

آفتاب



سرنامه	: کاشانی کیا، امیر همایون، ۱۳۲۸-
عنوان و نام پدیدآور	: اصول و فنون مذاکره و منقاعسازی/نویسندگان امیر همایون کاشانی کیا، لیلا جمشیدی، مریم عابدی، علی ارشیا
مسئولیت نشر	: تهران: آفتاب گیتی، ۱۴۰۰.
مسئولیت ناشری	: خ. ۸۰، ص.
شابک	: ۸۵۰۰۰۰۸-۰۰۶-۳۱۴-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابخانه
موضوع	: معاهد سازی -- ایران - اصول مذاکره پیشرفته
رده بندی کنگره	: ۶۱۴۱۹۱۶:
رده بندی دیویی	: ۸۲۸۹۵۵/۶۵۸:
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۷۸۵۹۶۶۱:
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا*

www.ketab.ir

عنوان: اصول و فنون مذاکره و منقاعسازی

مؤلف: امیر همایون کاشانی کیا، لیلا جمشیدی، مریم عابدی، علی ارشیا

صفحه آرای: نوژن گرافیک

نشر و بخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

چاپ: فدک

قیمت: ۸۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۱۴-۰۰۶-۸

کلیه حقوق برای ناشر و نویسنده محفوظ است.

فهرست مطالب

مقدمه	۹
تعریف متقاعدسازی در ذهن شما چیست؟	۹
متقاعد کردن دیگران در سه سطح اتفاق می افتد	۱۰
سطح اول: کاهش مقاومت	۱۰
سطح دوم: متبعت و پذیرش بیرونی	۱۱
سطح سوم: بغیر یاورهای درونی	۱۱
چند مثال از کاربردهای متقاعدسازی	۱۱
یک الگوی کلاسیک در تحلیل اثرگذاری بر مخاطب	۱۳
تعریف متقاعدسازی	۱۴
نکته مهم در مورد متقاعد سازی	۱۵
عدم مهارت متقاعد سازی	۱۶
هنر متقاعد سازی؛ مسئله این است	۱۷
متقاعد سازی در روانشناسی اجتماعی	۱۷
پس تعریف متقاعد سازی چی شد؟	۱۸
متقاعدسازی	۱۹
مزایای متقاعد کردن	۱۹
مهندسی متقاعد سازی	۲۰
اصول متقاعد سازی ارسطو	۲۱
اصول متقاعد سازی ارسطو	۲۲
نمونه متقاعد سازی بر اساس اصول ارسطو	۲۲
اصول متقاعد سازی	۲۳
حکونه دیگران را متقاعد کنیم؟	۲۶
نکات کلیدی متقاعد سازی	۲۶
۷ اصل اساسی متقاعدسازی از نگاه دکتر رابرت چالدینی	۲۷
ما انسان های ماشینی و میانبرهای ذهنی مان	۲۷
با رابرت چالدینی و اصول متقاعدسازی او آشنا شوید!	۲۸

۳۰	تکنیک مهم در متقاعد سازی مخاطب
۴۱	فصل اول: کلیات و مفاهیم
۴۲	اهداف کلی
۴۲	اهداف رفتاری
۴۲	بحث اول : کتاب و مفاهیم
۴۴	مفهوم کلی متقاعد سازی
۴۵	مفهوم و ماهیت مذاکره چیست؟
۴۶	مذاکره از چه مراحلی تشکیل می شود؟
۴۶	فرآگیری اصول و فنون مذاکره چه اهدافی را دنبال می کند؟
۴۶	عنصر مذاکره
۴۷	تعریف اهداف مذاکره
۴۷	مذاکره بنا به یکی از این دو دلیل رخ می دهد:
۴۸	صاحب نظران، انواع مذاکره را به سه دسته کلی تقسیم می کنند:
۴۹	تعیین اهداف خوب و درست در مذاکره
۴۹	مشارکت فعالانه تمامی اعضای تیم کاری در هدفگذاری مذاکرات
۴۹	باقی ماندن در مسیر رسیدن به هدفها
۴۹	تعداد مناسب هدفها
۵۰	ضرورتها و کاربرد مذاکره
۵۱	فصل دوم:
۵۱	شناخت فرآیند مذاکره و مهارتهای مرتبط
۵۲	اهداف کلی
۵۲	اهداف رفتاری
۵۲	فرآیند مذاکره، مهارتهای نرم
۵۳	ارکان مذاکره
۵۳	چه کسانی را می خواهید استخدام کنید؟
۵۳	مهارتهای نرم چیست؟
۵۴	یادگیری مهارتهای نرم تا چه حد ضروری است؟

در یک کلام، مهارت‌های نرم را می‌توان هوش عاطفی نامید.....	۵۴
استراتژی‌های مهارت‌های نرم چیست؟.....	۵۴
توانایی‌های ارتباطی - انعطاف‌پذیری - حل مسئله.....	۵۴
فرآیند ایجاد آمادگی.....	۵۵
روش‌های مذاکره و انواع آن.....	۵۶
توزیع، منسجم و تلفیقی.....	۵۶
روش مذاکره مبتنی بر اصول.....	۵۶
روی منافع تمرکز کند نه روی مواضع.....	۵۷
چهار نوع استراتژی‌های مذاکره.....	۵۷
کاربردهای ماتریس لوکی هام.....	۵۸
تکنیک‌ها و ترفندهای مذاکره اثر بخش.....	۵۹
فرآیند مذاکرات اخلاقی و حقوقی.....	۶۰
اخلاق چیست و چگونه در مذاکره به کار گرفته می‌شود؟.....	۶۰
مکاتب اخلاقی و کاربرد آن در مذاکره.....	۶۲
مذاکره مستقیم با طرف مقابل در حضور مشاور حقوقی.....	۶۲
تحلیل مخاطرات و منافع.....	۶۲
قراردادهایی کتبی و شفاهی.....	۶۳
امنیت حقوقی پیش از قرارداد.....	۶۳
فصل سوم :.....	۶۵
اصول متقاعدسازی و اقناع اهداف کلی اهداف رفتاری و آموزشی.....	۶۵
اصول متقاعدسازی از نگاه رابرت چالدینی.....	۶۷
بیش از هر چیز باید به سه نکته حیاتی در مذاکره توجه کرد:.....	۶۸
گاستن یک پیام در ذهن مخاطب:.....	۶۹
متقاعدسازی با سوال.....	۷۰
اطمینان: یکی از کنال‌های اساسی متقاعد کردن مخاطب.....	۷۱
به کارگیری تکنیک توافق اجتماعی برای متقاعدسازی.....	۷۱
ادعای منطقی: یکی از ابزارهای مهم در متقاعدسازی.....	۷۲

۷۲	 نقش احساسات و عواطف در متقاعدسازی
۷۲	 نقش یک شروع خوب در متقاعدسازی
۷۲	 هوش متقاعدسازی چیست؟
۷۳	 چگونه ذهن را در مسیر متقاعدسازی به حرکت درآوریم؟
۷۵	 فصل چهارم:
۷۵	 بررسی و تحلیل موارد عملی مرتبط با موضوع و محتوای دوره به همراه پرسش و پاسخ مرتبط
۷۶	 اهداف کلی
۷۶	 اهداف رفتاری
۷۶	 بررسی و تحلیل موارد عملی مرتبط با موضوع و محتوای دوره به صورت مشارکتی
۷۷	 عوامل موثر در انجام یک مذاکره اثربخش
۷۸	 مراحل طراحی یک مذاکره
۷۸	 بایدهای مذاکره
۷۸	 نبایدهای مذاکره
۷۸	 فرآیند مذاکره موثر
۷۹	 تمام کردن مذاکره
۸۰	 تاثیر ورزش بر کسب و کار
۸۰	 انواع ورزش برای روحیه کارمندی

مقدمه

با توجه به اینکه همه‌ی ما کمابیش تصویری ذهنی از مهارت متقاعدسازی داریم، احتمالاً منطقی می‌دانید که مستقیماً و بدون نیاز به معرفی، وارد بحث آموزش متقاعدسازی شویم. اما با توجه به اینکه در ذهن بسیاری از ما متقاعدسازی بیشتر با مذاکره گره خورده و حتی در مذاکره هم، بیشتر به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های مهارت فروش در نظر گرفته می‌شود، مناسب دیدیم ابتدا کاربردهای متقاعدسازی را مرور کنیم تا دوستان متممی بتوانند در مورد نیاز به این مهارت تصمیم بگیرند.

تعریف متقاعدسازی در ذهن شما چیست؟

که نیستند کسانی که بار معنایی متقاعدسازی در ذهن آنها منفی است. این‌گونه افراد جنبه‌هایی از فریب، خودخواهی یا سوء استفاده از دیگران و یا در حالت ملایم‌تر منفعت طلبی نامتعارف را در متقاعدسازی می‌بینند.

اما متقاعدسازی به شکلی که ما در متمم در نظر داریم، کلی‌تر و عمیق‌تر است. در نگاه اول، ممکن است بسیاری از ما احساس کنیم، امروز بیش از هر زمان دیگری می‌توانیم حرف‌مان را به گوش هر کسی که می‌خواهیم برسانیم.

ارسال یک ایمیل یا پیامک برای مدیر ارشد سازمان که زمانی دیدن او هم دشوار بود، بسیار ساده شده است.

حرف زدن با مردم و اظهار نظر در زمینه رویدادهای اجتماعی و فرهنگی سیاسی از هر زمان دیگری ساده‌تر به نظر می‌رسد. اما یک نکته را هم فراموش نکنیم.

وقتی همه می‌توانند حرف بزنند، شنیده شدن از هر زمان دیگری دشوارتر است.

حتی اگر شنیده شدن هم امکان‌پذیر باشد، تأثیرگذاری حرف‌ها دیگر به اندازه‌ی گذشته نخواهد بود. بنابراین، می‌توانیم مهارت متقاعدسازی را به عنوان ابزاری برای دیده و شنیده شدن در زمینه‌های مختلف شخصی و شغلی در نظر بگیریم.

متقاعد کردن دیگران در سه سطح اتفاق می‌افتد

متقاعدسازی می‌تواند در سه سطح معقولیت کارکرد داشته باشد.

اگر این سه سطح متقاعدسازی را بشناسیم و در خاطر داشته باشیم، انتظارات ما از این مهارت، معقول‌تر و بامعناتر خواهد بود.

سطح اول: کاهش مقاومت

نباید انتظار داشته باشیم که همواره بتوانیم با متقاعدسازی، نظر دیگران را تغییر دهیم.

یکی از دستاوردهای متقاعدسازی می‌تواند کاهش مقاومت دیگران در برابر دیدگاه ما باشد.

فرض کنید مدیر یا همکار یا همسر یا یکی از دیگر اعضای خانواده با یکی از تصمیم‌های شما مخالف است و تأکید دارد که شما تصمیم نادرستی گرفته‌اید (یا خواهید گرفت).

اگر شما بر این باور هستید که تصمیم‌تان درست است، ممکن است مهارت متقاعدسازی

حداکثر در این حد کمک کند که اطرافیان و نزدیکان، حاضر شوند مسئولیت تصمیم را بر

عهده‌ی خودتان بگذارند. همین هم، یک قدرت ارزشمند و مهم است و قطعاً مثالی از

متقاعدسازی محسوب می‌شود.