



# ۶ استراتژی مورد استفاده مشتریان برای مذاکره قیمت

تیم تحریریه اقیانوس آبی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

شما به عنوان صاحب يك كسب و كار و يا فروشنده، قطعاً مدت زمان زيادي را به بررسي **استراتژي هاي قيمت‌گذاري** اختصاص مي‌دهيد، با استفاده از يك روش قيمت‌گذاري، محصول خود را به بازار عرضه مي‌كنيد و در جلسات فروش، تمام تكنيك‌هاي **قيمت دادن به مشتري** را رعايت مي‌كنيد. اما به دليل اينكه مشتريان از قبل با تكنيك‌هاي چانه زني در مورد قيمت آشنا هستند و مي‌دانند كه مي‌توانند با مذاكره قيمت سود خود را افزايش دهند، با شما چانه مي‌زنند.

اگر شما نتوانيد به درستي به اين گفتگو پاسخ دهيد، ممكن است در نهايت بازنده مذاكره شما باشيد. بنابراين، بهتر است به طور جدي‌تري به يادگيري تكنيك‌هاي مرتبط با مذاكره قيمت و پاسخ به مطالبات مشتريان در رابطه با قيمت بپردازيد تا بتوانيد در **بازار رقابتي** با موفقيت به فعاليت خود ادامه دهيد.

از طريق اين مقاله، ما در **گروه اقيانوس آبي** سعي داريم استراتژي‌هاي مورد استفاده مشتريان براي مذاكره قيمت را آموزش دهيم.

## چرا بايد مهارت مذاكره قيمت را به خوبي ياد بگيريم؟

برخي از مشتريان به شيوه‌هاي خاصي عادت دارند تا قيمت شما را پايين بياورند. شايد آن‌ها درباره مذاكره قيمت price negotiation در كتاب‌ها خوانده باشند و يا به آن‌ها آموزش داده شده باشد تا چگونه از استراتژي‌هاي فشاري استفاده كنند.

وقتي مشتريان از اين مدل استراتژي‌ها استفاده مي‌كنند، هدف آن‌ها به طور كلي رسيدن به بيشتري سود است. به عنوان مثال، مشتريان با تجربه، مي‌دانند كه بسياري از فروشندگان در لحظه معامله خيلي خوب مذاكره مي‌كنند و از ترفندهاي عجيب و غريب استفاده مي‌كنند، پس تمام تلاش خود را مي‌كنند كه خودشان برنده معامله باشند.

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.



اگر شما زمان زیادی را صرف برقراری ارتباط و ارائه ارزش به خریدار کرده باشید، احتمالاً در لحظه نهایی که خریدار ارزش بیشتری را از شما طلب می‌کند ناراحت خواهید شد.

در این نقطه، برای فروشنده به جای مذاکره قیمت و بررسی نگرانی‌های خریداران، پاسخ مثبت دادن به درخواست‌های خریدار، راحت‌تر است. اما یک فروشنده با تجربه می‌تواند اقداماتی انجام دهد تا از منافع خود دفاع کند و در عین حفظ رابطه با خریدار، اقداماتی را به نفع سازمان خود انجام دهد.

حتی یک تخفیف کوچک هم می‌تواند عواقب زیادی به دنبال داشته باشد. اعلام یک تخفیف کوچک ممکن است منجر به کاهش حاشیه سود شود و سطح انتظار دریافت تخفیف بیشتر در خریدار را بالا ببرد. برخلاف فلسفه متداول فروش، رویکرد برنده-برنده همیشه صحیح نیست.

## - رویکرد برنده-برنده

رویکرد برنده-برنده در فروش یک استراتژی است که به هدف ایجاد یک توافق متقابل بین فروشنده و خریدار می‌پردازد.

این رویکرد به طور کلی با عنوان "رویکرد برنده-برنده" یا "رویکرد موفقیت مشترک" است. ایده اصلی پشت این رویکرد این است که هر دو طرف در معامله باید احساس کنند که در نهایت به یک توافق مناسب دست یافته‌اند و فروشنده نباید برای این توافق، بیش از حد تلاش کند تا به سوددهی بالایی برسد.

برای استفاده از رویکرد برنده-برنده در فروش، فروشنده باید تمرکز خود را بر روی درک نیازها و میل خریدار قرار دهد و سپس سعی کند تا یک راه حل پیدا کند که نیازهای هر دو طرف را برآورده

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

کند. این می تواند شامل مذاکره، توافق و حل مسئله های خلاقانه باشد. هدف این است که یک وضعیت ایجاد شود که فروشنده و خریدار هر دو احساس کنند هدف خود را به دست آورده‌اند.

در فرهنگ ایرانی، ساختن یک رابطه موردا اعتماد و قابل احترام بخشی از استفاده از رویکرد برنده-برنده در فروش است. مردم ایران ارتباطات شخصی را بسیار ارزشمند می دانند و ترجیح می دهند که با افرادی که می شناسند و به آن ها اعتماد دارند، کسب و کار کنند. بنابراین، ساختن یک رابطه قوی با خریدار می تواند احتمال موفقیت در فروش با استفاده از رویکرد برنده-برنده را افزایش دهد. همچنین مهم است که فروشنده صبور باشد و از قرار دادن فشار زیاد بر روی خریدار خودداری کند، زیرا این ممکن است منجر به شکست مذاکرات شود.

پاسخ دادن به خواسته های خریدار و مقابله با انتقادات قیمت امری ساده نبوده و ممکن است به نتایج مطلوب نیز نرسید. بهتر است قبل از شروع مذاکره، تاکتیک های مذاکره را به خوبی بشناسید و با استفاده از آن ها، خریدار را درگیر کنید و به او نشان دهید که در صورت همکاری با شما، به دستاوردهای مطلوبی می رسد.

با به کارگیری تکنیک های مناسب مذاکره، احتمال موفقیت در جذب خریدار و موفق شدن در معامله بالاتر می رود. پیشنهاد می کنیم مقاله **تکنیک های مذاکره موفق با مشتری** را حتما بخوانید.

## چگونه خریداران در مورد قیمت مذاکره می کنند؟

در مذاکرات خرید و فروش، خریداران ممکن است از روش های مختلفی برای مذاکره قیمت استفاده کنند. در ادامه **مجله اقیانوس آبی** برخی از این روش ها آورده شده است:

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



- پيشنهاد يك قيمت براي تثبيت محدوده چانه زني توسط مشتري
- رد كردن اولين قيمت پيشنهادهي توسط مشتري
- متعجب شدن مشتري از قيمت پيشنهادهي شما
- چنگ زدن خريدار به راه حل هاي جديد جهت به دست آوردن امتيازات
- ترغيب كردن فروشنده به پذيرش کاهش قيمت توسط مشتري
- ايجاد حس فوريت مثل تهديد به ترك مغازه توسط مشتري

## -پيشنهاد يك قيمت توسط خريدار براي تثبيت محدوده چانه زني

خريدار در ابتدا بودجه كمي را به اشتراك مي گذارد تا زمينه را براي شروع چانه زني با قيمت پايين فراهم كند. مثلاً مي گويد: "ما قصد داريم حداكثر ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان براي اين مورد صرف كنيم".

**چگونه بايد به اين نوع مذاكره پاسخ بدهيد؟** بهتر است ابتدا شما قيمت را پيشنهاد بدهيد. منتظر نباشيد تا خريدار قيمت اعلام كند، در واقع، قبل از مشتري اين كار را انجام دادن يكي از قوانين اساسي مذاكره است. اگر به هر دليلي مشتري بازه قيمتي خودش را اعلام كرد، عدد پيشنهادهي آن‌ها را بدون اينكه پذيريد مورد ارزيابي قرار دهيد. مثلاً بپرسيد كه چگونه به اين عدد رسيده‌اند؟ هدف اين است كه بفهميد آيا اين يك عدد واقعي است يا يك حيله است.

## -رد كردن اولين قيمت پيشنهادهي توسط خريدار

اين يكي از متداولترين تكنيك هاي مشتريان است كه هميشه بر روي قيمت اوليه ارائه شده اعتراض مي كند. مثلاً وقتي شما براي اولين بار به او قيمت را بگوييد. مي گويد: "قيمتم شما بيش از حد بالا است".



**چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟** در برخورد با این روش، حواستان به نقطه قدرت برای تغییر قیمت باشد. اگر قیمتی که ارائه کرده‌اید مبتنی بر ارزش و مزیت‌هایی است که برای خریدار ایجاد می‌کنید، قابل توجیه است، باید برای او توضیح دهید که چگونه به این عدد رسیده‌اید. نشان دهید که چگونه محصول یا خدمات شما بهترین گزینه برای اوست و چگونه برای او ارزش ایجاد می‌کنید.

در عین حال، با دقت به اعتراضات مشتریان گوش دهید. ممکن است نقاط ضعف خودتان یا مواردی که برای خریدار مهم هستند را متوجه شوید. با بررسی و مذاکره بر روی این نکات، می‌توانید ارزش و قابلیت خود را بیان کنید و احتمالاً نظر مشتری را نسبت به قیمت محصولتان عوض کنید.

### – متعجب شدن مشتری از قیمت پیشنهادی شما

ظاهراً مشتری از قیمتی که شما اعلام کرده داده‌اید، شوکه یا گیج شده است و با تعجب می‌پرسد:

“چند؟”

**چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟** نسبت به شوک زدگی و واکنش‌های غیرضروریشان بی‌تفاوت باشید و منتظر باشید تا حالت تئتری از بین برود. یادتان باشد که منتظر بمانید نه با عجله پاسخ بدهید. بعد از آنها بپرسید چرا به نظرشان گران بها به نظر می‌رسد. اغلب دلیل ارائه شده توسط مشتری در این زمان اشتباه است و شما می‌توانید بر اساس آن گفت‌وگویی را آغاز کنید.

در این نوع مواجهه با اعتراض به قیمت، مهم است که به خریداران کمک کنید تا اثر مثبتی که راه حل شما بر آنها خواهد داشت را درک کنند تا بتوانند این سرمایه‌گذاری را توجیه کنند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

## -چنگ زدن مشتری به راه حل های جدید جهت به دست آوردن امتیازات

مشتری می‌گوید: “می‌دانم که به شما گفتم سفارش اولیه ما شامل ۵,۰۰۰ واحد با ۵ مؤلفه است، اما در ابتدا فقط به ۵۰۰ واحد و ۲ مؤلفه نیاز داریم. من تقسیم را انجام داده‌ام، پس قیمت باید...” در این سناریو، خریدار سعی می‌کند راه‌حل را بازگشایی کند تا تسهیلاتی به دست آورد و فرض می‌کند قیمت واحد همچنان ثابت خواهد ماند.

**چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟** به این مسئله باید مستقیم و بدون حاشیه رفتن جواب بدهید با بیان جمله ای مانند “باید قیمت‌گذاری را براساس دامنه و شرایط جدید مرور کنم و بعدا به شما اعلام خواهم کرد”.

ممکن است مشتریان طوری عمل کنند که این شرایط جدید به طور ناگهانی به وجود آمده است و هیچ کاری قابل انجام نیست، اما به یاد داشته باشید، شما نیازی به پذیرش تغییر شرایط و نظر مشتری ندارید. در یک بحث مشارکتی برای شرایط جدید به مذاکره قیمت بپردازید.

## -ترغیب کردن فروشنده به پذیرش کاهش قیمت توسط مشتری

خریدار می‌گوید: “شما باید بهتر از این عمل کنید. ما نیاز داریم که به قیمت کمتری آن را بخریم”. گاهی اوقات، مشتری ممکن است پیشنهادی برای خرید با قیمت کمتر ارائه دهد. این یک تکنیک رایج است که برای “ترغیب شما” برای پذیرش کاهش قیمت به کار می‌رود.

**چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟** از پرسیدن سوال “خب، چه قیمتی مد نظرتان است؟” خودداری کنید. این یک تله است. به جای آن، تمرکز خود را بر روی سؤالاتی مانند “چرا؟” و “با چه چیزی ما را مقایسه می‌کنید؟” قرار دهید. در مورد تمایز رقابتی محصولی که شما ارائه می‌دهید

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

پافشاري كنيد. اگر شما سعي كنيد راهكارهاي جديد ارائه دهيد، خريدار گاهي اوقات از موضع تخفيف گرفتن عقب خواهد نشست.

تمرکز خود را بر روی آنچه باعث می‌شود راهکار شما بهترین انتخاب باشد بگذارید. مثلاً از قبل لیستی از ویژگی‌های متمایز محصولاتان برای مذاکره آماده داشته باشید و آماده تبادل و مذاکره باشید، نه تسلیم شدن.

## – ایجاد یک حس فوریت توسط مشتری مثل تهدید به ترک کردن مغازه

خريدار می گوید: “اگر محصول را با قیمتی که می خواهم ندهید می روم و از رقیبتان خرید می کنم.”

در این استراتژی، مشتری از فشار زمان برای کاهش قیمت فروشنده استفاده می‌کند. منظورش این است که: “اگه تو موافقت نکنی، کسی دیگه میاد و قبول می‌کنه.”

**چگونه باید به این نوع مذاکره پاسخ بدهید؟** هیجان زده نشوید و قیمت را به طور ناخودآگاه کاهش ندهید. بیان نظرتان را به تعویق بیندازید، تا زمان کافی برای فکر کردن داشته باشید. از مشتری فرصت بخواهید و بگویید: “در حال حاضر در حال انجام کار دیگری هستم. به زودی بررسی می‌کنم و به شما اطلاع می‌دهم.”

باید تصمیم بگیرید که این یک تهدید واقعی است یا فقط یک تظاهر است. خريدار ممکن است با رقبایان هم در حال مذاکره باشد و از این روش در برابر آنها نیز استفاده کند. اما ممکن است شما ارزش بیشتری را ارائه دهید و خريدار همچنان تصمیم به همکاری با شما بگیرد.

## چگونه برای مذاکره قیمت آماده شویم؟

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.





علاوه بر شناختن تاکتیک‌ها، خود را برای مدیریت اعتراضات قیمتی آماده کنید با رعایت ۶ قانون اساسی مذاکره فروش.

۱. ایجاد ارزش
۲. رهبری مذاکره
۳. تأثیر گذاری بر احساسات
۴. معامله کنید. تسلیم نشوید
۵. برنامه‌ریزی برای برنده شدن
۶. همیشه آماده رها کردن باشید

## شناخت تاکتیک‌ها و آماده شدن

اکنون که توانایی شناسایی استراتژی‌های مذاکره قیمت مشتری را دارید، برای مذاکره بعدی خود، با اندیشیدن به اینکه چگونه به آنها پاسخ خواهید داد، آماده شوید. وظیفه شما است که به عمق مسائل واقعی بپردازید.

همیشه به خاطر داشته باشید که در حالی که نباید تسلیم، می‌توانید معامله کنید. فروشندگان خوب تمایل دارند دامنه کار را تغییر دهند یا به احتمالات دیگری بپردازند به جای فقط تغییر قیمت. حتی اگر مجبور شدید قیمت را کاهش دهید، هرگز چیزی را رایگان ارائه ندهید. به همین دلیل “معامله کنید، تسلیم نشوید” یکی از برترین استراتژی‌های مذاکره استفاده شده توسط فروشندگان است.

قدرت مذاکره شما در ارائه ارزش قرار دارد؛ با توانایی گوش دادن، بیان ارزش و همکاری در یافتن راهکار، می‌توانید اعتراضات خریدار را رفع کرده و **افزایش فروش** داشته باشید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.