شرکت در جلسات مذاکرات B2B
نکـــاتی که شـــاید ندانیـــد...

حسـام‌الدین عباس‌حلاج
مدیر حوزه کشورهای توسعه یافته و صنعتی اتاق تهران

تغییر نگرش دارندگان کسب و کارها در کشورهای خارجی نسبت به جمهوری اسلامی ایران بـه واسـطه لغـو تحریم‌ها و نیز تمایل ایشان به از سرگیری فعالیت‌های اقتصادی با همتایان ایرانی خود، موجب حضور هیات‌هـای خارجی متعددی در ماه‌های اخیر در ایران شده است.

در این میان، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، به‌عنوان بزرگترین تشکل بخش خصوصی کشور در راستای خدمات‌رسانی به اعضای خود، با برنامه‌ریزی مدون، میزبـانی و فـراهم آوردن امکـان مـذاکرات رودررو برای فعالان اقتصادی، بر آنست تا شرکت‌ها و بنگاه‌هایی را که در اندیشـه گسـترش بازارهـای بـین‌المللـی بـرای محصول یا خدمات خود هستند، یاری نماید.

از آنجایی‌که تأثیر اولیه‌ای که شما در ذهن طرف مقابل از خود به جای می‌گذارید، در شکل‌گیـری ذهنیـت او نسبت به شما و نیز مذاکرات پیش رو از اهمیت بسزایی برخوردار است، در ایـن نوشـته سـعی شـده تـا بـا بیـان خلاصـه‌ای از اهـم مـوارد موردنیـاز جهـت شـرکت در جلسـات مـذاکرات B2B، ضـمن تاکیـد جـدی بـر هدفمند نمودن مذاکرات، اعضای محترم اتاق تهران را به کسب آمادگی لازم و بهره‌بـرداری مـوثرتر از حضـور در این رویدادها رهنمون سازد.

1. **جمع‌آوری اطلاعات جامع و شفاف از شرکت خود، تسلط کافی به کلیه فرآیندهای داخلی شـرکت و توانایی ارائه آن در جلسات مذاکره:** ارائه اطلاعات صـحیح، کامـل و شـفاف در خصـوص فعالیـت‌هـای جاری شرکت، یکی از موارد کلیدی جهت ترغیب شرکت‌های خارجی به انجام مذاکره با شما است. متناسـب با هدف مذاکره، بیان چشم‌انداز، ماموریت و اهداف اساسـی شـرکت، مـدل کسـب و کـار شـرکت، اطلاعـات دارایی‌های ثابت و جاری، سبد محصولات/خدمات قابل عرضه، گردش مالی چند سال اخیر و پیش‌بینی مالی از سال‌های آتی، نمودار سازمانی و تعداد کارکنان به تفکیک سطوح مختلـف، بـازار هـدف موجـود، ظرفیـت تولید، سهم بازار شرکت و زنجیره عرضه و ... در زمره مهم‌ترین مواردی است که در مذاکرات به آن‌هـا اشـاره خواهد شد و بایستی پیش از حضور در جلسه مذاکره در این خصوص به‌طور مدون گردآوری اطلاعات انجـام شود.

شایان توجه است هنگام ارائه اطلاعات مذکور، باید در خصوص حفظ اسرار و عدم ارائه اطلاعات غیرضروری جوانب احتیاط را رعایت نمائید، چراکه ارائه اطلاعات پراکنده و بیش از اندازه، ممکن است موجب به دردسر افتادن فرد یا افراد مذاکره‌کننده در آینده شود.

همچنین شما می‌توانید با تعیین موضع خود در خصوص موضوعات مختلف، ضمن طراحی روند مذاکره، احتمال بروز موارد غافلگیر کننده در جریان آن را کاهش داده، از پراکندگی مطالب و به حاشیه رفتن مذاکرات جلوگیری کرده و از زمان اندک مذاکرات به‌منظور حصول نتیجه مناسب‌تر حداکثر استفاده را نمایید.

۲. **جمع‌آوری اطلاعات حداکثری در خصوص شرکای تجاری که قرار است با ایشان ملاقات و مذاکره شود:** یکی از نقاط قوت در مذاکره با طرف‌های خارجی که موجب کسب آمادگی پیش از آغاز مذاکره می‌شود، در اختیار داشتن اطلاعات کافی از فعالیت‌های بنگاه مقابل است. مطالعه چشم‌انداز، ماموریت و استراتژی‌های شرکت خارجی، ارائه پیشنهادات مورد انتظار، کسب آگاهی از جایگاه محصولات/خدمات آن شرکت و سهم ایشان از بازار موجود در صنعت خاص مورد مذاکره، انتظار ایشان از نحوه همکاری با شما، تعریف روش‌های مختلف همکاری و اولویت شرکت شما در این خصوص از جمله مواردی است که بایستی در این بخش مورد اعتنا قرار گیرد. در صورت عدم دست‌یابی به هریک از اطلاعات فوق، شما می‌توانید با تمرکز بر نتایج موردانتظار از مذاکره، ضمن طراحی سوالات مرتبط در هر بخش، در روند مذاکرات فی‌مابین به پاسخ آن‌ها دست یابید.

همچنین اگر بتوانید پیش از شروع جلسه، از سمت افراد ملاقات شونده نیز مطلع شوید، قادر خواهید بود تا با انجام پیش‌بینی‌های لازم، همکاران یا افراد متخصص را همراه خود داشته باشید.

۳. **همراه داشتن کارت ویزیت:** ذکر مواردی همچون فراموشی، آماده نبودن و یا تمام شدن کارت ویزیت از جمله مواردی است که وجهه شما را در مذاکرات رودررو خدشه‌دار می‌کند. لذا همراه داشتن کارت ویزیت حاوی اطلاعات کافی برای معرفی شما در جلسات ملاقات‌های رودررو و نیز دریافت کارت ویزیت طرف مقابل برای پیگیری احتمالی مذاکرات در آینده ضروری به نظر می‌رسد.

۴. **همراه داشتن کاتالوگ/بروشور/نمونه محصول(در صورت ضرورت) از محصولات/خدمات:** چنانچه هدف شما از حضور در جلسه مذاکره، فروش محصولات/خدمات و یا جذب سرمایه‌گذار خارجی برای آغاز

همکاری مشترک است، در اختیار داشتن کاتالوگ/بروشور مصور انواع مختلف محصولات/خدمات به همراه آنالیز/مشخصات فنی آن‌ها به درک بهتر و آسان‌تر طرف مقابل کمک شایانی می‌نماید. به‌علاوه در مواردی که تصمیم دارید تا طرف مقابل را از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های موجود در محل کارخانه/شرکت، خطوط تولید، کانال‌های توزیع و ... مطلع نماید، می‌توانید با تهیه یک کلیپ ویدئویی کوتاه (حداکثر ۲دقیقه) و پخش آن بر روی رایانه همراه یا گوشی هوشمند خود، توضیحات لازم را از این طریق ارائه نمائید.

۵. **همراه داشتن خودکار و دفترچه یادداشت کوچک:** با توجه به اینکه ممکن است در خصوص مباحث مختلف، نکات مهمی طرح و در آن خصوص جمع‌بندی شود، همراه داشتن ابزارهای نوشتاری و یک دفترچه کوچک جهت یادداشت‌برداری از اهم مذاکرات، توصیه می‌شود. در پایان شما می‌توانید با مرور مذاکرات فی‌مابین، نقاط قوت را جهت بهره‌برداری شناسایی و نقاط ضعف را برای مذاکرات احتمالی آتی مرتفع نمائید. افزون بر این، به‌دلیل وجود احتمال حصول توافق در خصوص مباحث مختلف حین مذاکرات، می‌توان با تنظیم صورتجلسه پیگیری‌های آتی را تسهیل نمود.

۶. **تسلط کافی به زبان‌های مختلف (اولویت با زبان انگلیسی) و اصول و فنون مذاکرات تجاری بین‌المللی:** یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای حضور در جلسات مذاکرات تجاری بین‌المللی، دارا بودن تسلط کافی به زبان‌های خارجه است. شواهد و قراین موجود در جلسات برگزار شده در اتاق تهران طی ماه‌های اخیر، حاکی از آنست که درصد اندکی از بازرگانان و فعالان اقتصادی کشورمان که به زبان انگلیسی تجاری مسلط هستند، از فنون مذاکره به زبان انگلیسی آگاهی دارند. لذا از آنجایی‌که مذاکرات B2B عموما به زبان انگلیسی انجام می‌شوند، شایسته است افرادی که به‌عنوان نماینده یک بنگاه اقتصادی که با هدف توسعه بازارهای بین‌المللی محصولات/خدمات خود در این جلسات شرکت می‌کنند، به‌خوبی به اصول و فنون مذاکرات تجاری انگلیسی تسلط داشته باشند تا از زمان و انرژی صرف شده توسط طرفین مذاکره برای نیل به زمینه‌های مشترک همکاری بهره‌برداری شود.

۷. **طراحی وب‌سایت به چند زبان مختلف (اولویت با زبان انگلیسی):** در دنیای امروزی داشتن یک وب‌سایت به زبان‌های مختلف خصوصا زبان انگلیسی برای بنگاه‌های اقتصادی که تمایل به حضور در بازارهای بین‌المللی دارند، یک ضرورت به‌شمار می‌رود. شما می‌توانید با صرف هزینه اندک، ضمن طراحی حرفه‌ای یک وب‌سایت، علاوه بر ایجاد جذابیت بیشتر برای جلب توجه مخاطبان، کلیه اطلاعات مورد نیاز

شرکت‌های مخاطب خود را از طریق وب‌سایت اختصاصی خود به‌عنوان یک مرجع موثق از فعالیت‌های شرکت در اختیار ایشان قرار داده و از این امکان جهت برقراری ارتباطات موثر حین مذاکرات و پس از آن استفاده کنید.

شایان توجه است که طراحی بهنیه یک وب‌سایت می‌تواند تجارت شما را نزد طرف مقابل به‌خوبی جلوه داده و ایشان به ادامه مذاکره با شما ترغیب نماید.

انتظار شما از اتاق تهران در برگزاری جلسات مذاکرات B2B چیست؟