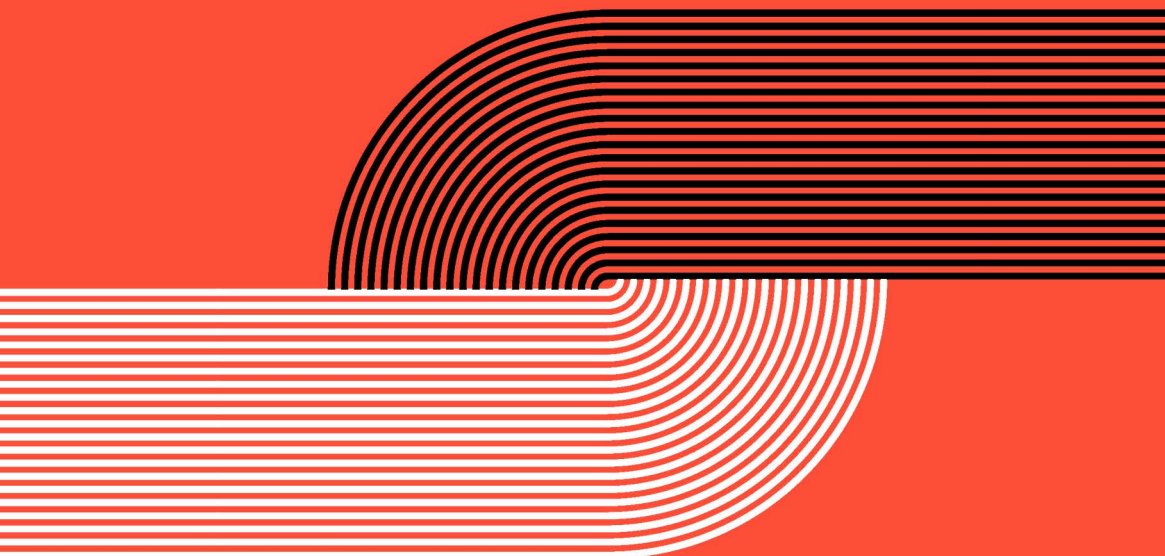


OLAV JOHANSEN  
KATUSHA OTTER NILSEN  
HANNE STAVELIE

# FORHANDLING



# OG PÅVIRKNING

---

O P P G A V E S A M L I N G

---

MED TEORI OG LØSNINGSFORSLAG

Olav Johansen, Katusha Otter Nilsen og Hanne Stavelie

# **Forhandling og påvirkning**

Oppgavesamling med  
teori og løsningsforslag

CAPPELEN DAMM AKADEMISK

# Innhold

<b>Forord</b> .....	5
<b>Innledning</b> .....	13
Vi er alle forhandlere og påvirkere .....	13
Hva er vitsen med å øve på caser og oppgaver? .....	15
Oppbygging og tips til hvordan du kan bruke boken .....	16
<b>DEL I</b>	
<b>SAMMENDRAG AV TEORI</b> .....	19
<b>Kapittel 1</b>	
<b>Forhandlinger</b> .....	21
1.1 Definisjon .....	21
1.2 Fordelingsforhandlinger .....	22
1.3 Integrasjonsforhandlinger .....	24
1.4 Flerpartsforhandlinger .....	27
1.5 Mekling .....	28
1.6 Internasjonale forhandlinger .....	30
<b>Kapittel 2</b>	
<b>Påvirkningspsykologi</b> .....	35
2.1 Definisjon .....	35
2.2 Vi gjør systematiske feil når vi tar beslutninger .....	36
2.3 Seks psykologiske prinsipper for påvirkning .....	37
2.4 Påvirkningsprinsippene i bruk .....	39

<b>Kapittel 3</b>	
<b>Strategisk påvirkning</b> .....	40
3.1 Definisjon .....	40
3.2 Strategisk påvirkning for å unngå nedleggelse av lokalskolen .....	41
3.3 MIRAKEL-metoden .....	41
3.4 Fundamentet i MIRAKEL-metoden .....	44
<b>DEL II</b>	
<b>OPPGAVER</b> .....	47
<b>Kapittel 4</b>	
<b>Forhandlinger</b> .....	49
4.1 Fordelingsforhandlinger .....	49
4.2 Integrasjonsforhandlinger .....	50
4.3 Flerpartsforhandlinger .....	51
4.4 Mekling .....	51
4.5 Mandat .....	52
4.6 Oppsummerende oppgave .....	52
<b>Kapittel 5</b>	
<b>Påvirkningspsykologi</b> .....	53
5.1 Gjensidighetsprinsippet .....	53
5.2 Sympatiprinsippet .....	54
5.3 Sosiale bevis .....	56
5.4 Autoritetsprinsippet .....	58
5.5 Konsistensprinsippet .....	59
5.6 Knapphetsprinsippet .....	60
5.7 Bruk av flere prinsipper samtidig .....	61
<b>Kapittel 6</b>	
<b>Strategisk påvirkning</b> .....	63
6.1 Mål .....	63
6.2 Interessenter .....	63
6.3 Relasjonsbygging .....	64
6.4 Aktiviteter .....	65
6.5 Konteksten .....	66
6.6 Evaluering .....	67
6.7 Læring .....	67
6.8 Etikk .....	67

6.9	Formål .....	68
6.10	Kommunikasjon .....	68
6.11	Helhetlig bruk av MIRAKEL-metoden.....	71

**DEL III**

<b>CASE</b> .....	75
-------------------	----

**Kapittel 7**

**Forhandlingscaser** ..... 77

7.1	Pally skrivebord .....	77
7.2	Kim og reklamebyrået (med lærerveiledning) .....	78
7.3	Regnbue Kystlag.....	79
7.4	Utsikten Borettslag (med lærerveiledning) .....	81
7.5	Destinasjonsutvikling i Guinea Bissau (med lærerveiledning).....	84
7.6	Saktistan (med lærerveiledning) .....	86
7.7	Mekling i konflikt på arbeidsplassen: Aleris-saken .....	87

**Kapittel 8**

**Påvirkningscaser** ..... 89

8.1	Cricketurnering i Slottsparken .....	89
8.2	Strikkhopp på Svolværgeita i Lofoten .....	91
8.3	Spillet om et OL – MIRAKEL-metoden i praksis.....	92
8.4	Luftens Agenter – innkjøp av nye jagerfly til Norge (med løsningsforslag).....	95
8.5	Om å skape nye moter.....	96

**Kapittel 9**

**Caser som kombinerer forhandling og påvirkning** ..... 98

9.1	Forhandlinger om kursavtale .....	98
9.2	Spark Cosmetics (med løsningsforslag) .....	99
9.3	Treningskjeden Flow.....	105

**DEL IV**

<b>RESSURSER</b> .....	109
------------------------	-----

**Kapittel 10**

**Rollekort** ..... 111

10.1	Kjøp og salg av en jakke (kjøper).....	111
10.2	Pally skrivebord (selger).....	111

10.3 Forhandlinger om kursavtale (Senter for erfaringsbasert ledelse - leverandør).....	112
10.4 Kim og reklamebyrået (Kim).....	113
10.5 Destinasjonsutvikling i Guinea Bissau (forhandlingsteam Guinea Bissau).....	115
10.6 Saktistan (HR-direktør).....	117
10.7 Mekling i Aleris - Jørgen Krogstad (konsulent).....	118
10.8 Saktistan (ekspert på kunstig intelligens fra Saktistan).....	119
10.9 Forhandlinger om kursavtale (HRM Nettverk - kunde).....	121
10.10 Destinasjonsutvikling i Guinea Bissau (Drømmereisen AS).....	122
10.11 Kim og reklamebyrået (Haren & Skilpadda).....	124
10.12 Mekling i Aleris - Karin Andersen (personalsjef).....	126
10.13 Kjøp og salg av en jakke (selger).....	127
10.14 Pally skrivebord (kjøper).....	128
10.15 Mekling i Aleris - Anne Jensen (tredjepart og HR-direktør).....	128

## Kapittel 11

<b>Løsningsforslag</b> .....	131
11.1 Hva er de fire hovedtypene av avtalemuligheter som kan komme ut av interesseanalysen? (oppgave 4.2.3).....	131
11.2 Internasjonale flerpartsforhandlinger (oppgave 4.3.1).....	132
11.3 Helhetlig oppgave om forhandlinger (oppgave 4.6.1).....	135
11.4 Endre menyen i kantina - kun vegetar (oppgave 6.11.2).....	143
11.5 Helhetlig oppgave om påvirkning (oppgave 6.11.6).....	146
11.6 Luftens Agenter (case 8.4).....	157
11.7 Spark Cosmetics del 1 (case 9.2).....	159

## Kapittel 12

<b>Lærerveiledninger</b> .....	176
12.1 Kjøp og salg av en jakke.....	176
12.2 Gourmetmat av rester.....	176
12.3 Maktspråk for økt gjennomslag.....	176
12.4 Kim og reklamebyrået.....	177
12.5 Utsikten borettslag.....	178
12.6 Saktistan.....	180
12.7 Destinasjonsutvikling i Guinea Bissau.....	181

**Kapittel 13**

**Klasseromsøvelser** ..... 183

13.1 Speed-dating ..... 183

**Kapittel 14**

**Skjema og verktøy** ..... 188

14.1 Verktøy for interesseanalyse ..... 188

14.2 Verktøy for fordelingsanalyse..... 190

**Litteraturliste** ..... 193