

Jak zdobyć zaufanie inwestorów kupujących piekarnię?



Mówi się, że w biznesie zaufanie jest najważniejsze. Nie ważne czy mówimy o jednorazowej transakcji czy trwającej latami współpracy. Podstawą każdej współpracy jest wzajemne zaufanie. Jest ono szczególnie ważne wtedy, gdy mówimy o transakcji sprzedaży piekarni. Zaufanie buduje się latami, transakcja sprzedaży cukierni lub piekarni trwa zwykle miesiąc lub dwa. Jak w krótkim czasie zdobyć zaufanie inwestorów zainteresowanych zakupem naszego zakładu?

Istnieje sześć metod psychologicznych, których należy przestrzegać, aby w krótkim czasie zdobyć serce inwestora.

1. **Należy zawsze mówić prawdę.** Jeżeli piekarnia ma jakieś braki i ciemne strony, nie należy tego zatajać. Prędzej czy później prawda wyjdzie na jaw. Jeżeli sprzedający będzie szczery we wstydlivych, obniżających wartość firmy kwestiach, inwestor bardziej będzie wierzył w mocne strony sprzedawanej firmy. Nie należy przesadzać w budowaniu przyszłych prognoz rentowności i sprzedaży. Trzeba być raczej umiarkowanie sceptyczny. Nie należy koloryzować i wyolbrzymiać mocnych stron piekarni, ponieważ robi to złe wrażenie i buduje dystans u kupujących. Stare niemieckie przysłowie mówi: „Kto raz skłamał w drobnej sprawie temu nie uwierzą w wielkiej sprawie”.

2. **Bądź słowny.** Dotrzymywanie słowa jest początkowym warunkiem budowania zaufania. Gdy inwestor zauważy, że osoba sprzedająca piekarnię jest sumienna w drobiazgach, będzie miał większe zaufanie przy poważnych sprawach związanych z zakupem firmy. Jak mówi Nowy Testament: „Kto wierny jest w najmniejszej sprawie, i w wielkiej wierny będzie, a kto w najmniejszej rzeczy jest nieprawy, i w wielkiej nieprawy bywa.” [Łuk 16:10]

3. **Zachowaj tajemnicę sprzedaży.** Każdy kto sprzedaje swoją firmę, jest podekscytowany i zwykle ma ogromną pokusę, aby się z kimś tą radością podzielić. W tym wypadku emocje muszą być trzymane na wodzy. Jeżeli szczegóły negocjacji zostaną ujawnione, na pewno będzie to powodem częściowej utraty zaufania kupujących piekarnię. Jest regułą, aby zamiar sprzedaży firmy trzymać w głębokiej tajemnicy zarówno przed pracownikami, jak i lokalną społecznością.

Niepewność jaka pojawia się w trakcie trwającej często kilka tygodni transakcji sprzedaży jest czynnikiem, który może doprowadzić do nieprzewidzianych zdarzeń takich jak odejścia najlepszych pracowników lub utratę kooperantów. Aby nie stracić zaufania kupujących należy zachować

tajemnicę, a nic tak dobrze nie wzmacnia wzajemnego zaufania jak wspólna tajemnica.

4. **Dokumenty firmy muszą być uporządkowane.** Istnieje wiele badań potwierdzających związek bałaganu z utratą zaufania. Dobrze uporządkowany zbiór raportów, przejrzyste umowy i zestawienia ułatwią inwestorowi poznanie firmy. Przejrzystość buduje zaufanie. Porządek w dokumentach buduje intuicyjne przeświadczenie o przejrzystości finansów piekarni, natomiast bałagan może wzbudzić nieufność inwestorów.

5. **Właściciel piekarni powinien dużo pokazywać inwestorom.**

To kolejny trik psychologiczny, który w krótkim czasie może istotnie wzmocnić zaufanie kupujących.

Należy oprowadzać inwestorów po piekarni w czasie, kiedy pracowników nie ma już w zakładzie. Badania pokazują, że częste oprowadzanie inwestorów po firmie obniża ich zdolność do podważania faktów i formułowania wątpliwości. To co jest pokazane jest zawsze bardziej prawdziwe. Oprowadzanie jest też doskonałą okazją, aby opowiedzieć o historii firmy i jej sprawach bieżących. To także buduje obustronne zaufanie.

6. **Informacje o sprzedawanej piekarni powinny być przekazywane stopniowo.** Nie należy pokazywać od razu wszystkiego. Stopniowe wtajemniczanie inwestora w świat cukierni czy piekarni pogłębia obustronne relacje i buduje zaufanie. Jeżeli sprzedający będzie zbyt otwarty i szczery na początku kontaktów, kupujący nabiorą do niego dystansu, który potem trudno będzie zniwelować.

Zaufanie jest najważniejszym składnikiem transakcji, jest spoiwem łączącym potrzeby i nadzieje kupujących i sprzedających. Zaufanie buduje się przez okazywanie wzajemnego szacunku. Ma ono ogromny wpływ na powodzenie sprzedaży piekarni.

Trudno jest zbudować zaufanie w ciągu kilku dni. Dzięki zastosowaniu kilku skutecznych trików psychologicznych jest to jednak możliwe i w dłuższej perspektywie bardzo opłacalne.

Wojciech Moszczyński