

شباهت‌های اف بی آی (FBI) در عملیات

همه‌ی ما در شرایط بحرانی مذاکره‌کننده هستیم

بسیار مهمی که می‌داند احتمال زیاد در آخر با شکست مواجه می‌شود، چقدر هزینه و تلاش بکند؟ مذاکره‌کنندگان و فروشندگان می‌دانند که گاهی اوقات مشتریان و طرف مقابلشان رفتاری غیرمنطقی دارد و از این موضوع آگاهند که طرف مقابل آنها را آنطور که باید درک نمی‌کند و یا حرفشان را متوجه نمی‌شود. مهم نیست که مشتری و یا طرف مذاکره چقدر سرسخت باشد، باید به خاطر داشته باشیم که این مذاکره مربوط به خود مذاکره‌کننده و یا فروشنده نیست بلکه، مربوط به مشتری و یا طرف مذاکره و رفع نیازهای آنهاست. اگر مشتری رفتاری غیرمنطقی، توهین آمیز و زنده داشته باشد، بازهم نباید این نکته را فراموش کرد.

هر کسی که درگیر باشد، مذاکره‌کننده یا فروشنده است

یک سازمان اجرای قانون بهترین عملکرد را در مذاکره، تیمهای مدیریت تاکتیکی، و بحران در پیش می‌گیرد، ولی یک نفر کافی است تا تلاش یک گروه را به نابودی بکشاند. هر کسی که پیام را به طرف دیگر (سوژه) منتقل کرده و با او ارتباط برقرار می‌کند، مذاکره‌کننده است. بنابراین به طور کلی همه‌ی ما در شرایط بحرانی یک مذاکره‌کننده هستیم. در یک گروه مذاکره، تمامی اعضای گروه باید یک پیام واحد را منتقل کنند. اگر مذاکره‌کنندگان یک روند صلح‌آمیز و به دور از تهدیدی را در پیش گرفته‌اند، تیم تاکتیکی هم نباید پیامهای تهدیدآمیز را انتقال دهد؛ مسئول روابط عمومی هم باید در چنین موقعیت مشابهی باشد، خصوصاً اگر موضوع مذاکره به رادیو و تلویزیون هم راه پیدا کرده باشد؛ برخی شرایط و همچنین فرستادن پیامهای متضاد ممکن است زمان به انجام رساندن یک کار را طولانیتر کند. به همین ترتیب، نکته‌های بسیاری در بخش بازاریابی و کارکنان فروش وجود دارد. تمامی افراد حاضر در سازمان باید یک حرف مشترک بزنند؛ از مدیرعامل گرفته تا آبدارچی باید حرفشان یکی باشد. مثلاً ممکن است گفت‌وگوی چندین تن از کارکنان

کار کنند و با برخی از آنها نه. در اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰، در فاصله‌ی زمانی بین فارغ‌التحصیلی از مدرسه و شغلم در اف بی آی (FBI)، مدتی را به عنوان فروشنده کار کردم. زمانی که به عنوان رهبر مذاکره‌کنندگان در بخش گروگانگیری اف بی آی کار کردم، تازه متوجه شباهت بین مذاکره در گروگانگیری و مذاکره در کار فروش شدم. مذاکره با دیوید کورش، رهبر فرقه‌ی داودیه در تگزاس، نمونه‌ای از شرایط غیر قابل مذاکره در کار من بود؛ فرقه‌ی داودیه یکی از فرقه‌های دین مسیحی و منشعب از کلیسای ادونتیست است. این فرقه در سال ۱۸۳۰ در آمریکا از سوی فردی به نام ویلیام میلر که کشاورزی انگلیسی بود، پایه‌گذاری شد. دیوید کورش یکی از رهبران این فرقه بود که خودش را فرستاده‌ی خدا می‌دانست. به نظرم حل مشکل دیوید کورش از طریق مذاکره امکان‌پذیر نبود. من شخصاً با فردی که آقای کورش را می‌شناخت، صحبت کردم. مشخص شد که کورش در گذشته پیش‌بینی‌هایی را کرده بود و مطمئن بود که پیش‌بینی‌هایش درست از آب درخواهد آمد. در اینجا این سؤال پیش آمد: او درباره‌ی این موقعیت چه چیزی را پیش‌بینی کرده بود؟ او پیش‌بینی کرده بود که فرقه‌ی داودیه در زمان هجوم "شیاطین" از بین می‌رود. برخی از پیروان کورش آنقدر به او ایمان داشتند که مطمئن بودند کورش هیچ‌وقت اشتباه نمی‌کند.

سپس این سؤال مطرح شد: "اگر موقعیت غیرقابل مذاکره باشد، چه کار کنیم؟" مأموران فدرال و فرقه‌ی داودیه در مرحله‌ی اول حمله کشته شدند. بعید بود که قانون هم بی‌خیال شود و این جنایت را پیگیری نکند. چرا که ۸۲ نفر کشته شده بودند و جرم و جنایتی صورت گرفته بود. به علاوه اینکه عملیات بشدت گرانقیمت و پرهزینه بود. هزینه‌ی روزانه عملیات حدود یک میلیون دلار آب می‌خورد. اف بی آی و دولت فدرال به مدت ۵۱ روز درگیر این عملیات بودند و مقر دیوید کورش را محاصره کرده بودند. یک سازمان حاضر است برای موقعیت

"اف بی آی" پس از هر موفقیت یا شکست، به بازنگری تجارب خود می‌پردازد. نویسنده‌ی متن حاضر که از مقامات برجسته‌ی اف بی آی (FBI) است، افزون بر این تجارب، پیش از این فروشنده بوده است. در نگاهی تیزبین، نویسنده کوشیده است تا مخاطرات گروگانگیری را با مخاطرات "اقناع و ترغیب مشتری برای خرید" مقایسه کند. جالب آنکه نویسنده به جای پرداختن به موضوعات ساده در "اف بی آی"، از درگیری "اف بی آی" با گروهی یاد می‌کند که ۸۲ کشته داشته و روزانه یک میلیون دلار هزینه برای دولت آمریکا داشته است.

مشتریان واجد شرایط و موقعیتهای غیر قابل مذاکره

یکی از اولین شباهتها در مذاکره، در اجرای قانون و فروش، تعیین موقعیت مذاکره است. باید دید که آیا شرایط موجود قابل مذاکره است یا نه. اشتباه در تشخیص قابل مذاکره بودن شرایط در حوزه‌ی قانون می‌تواند به قیمت جان یک نفر تمام شود و در فروش نیز منجر به هدر رفتن زمان و تلاشهای فراوان مذاکره‌کننده.

این شرایط درست مانند استخدام یک کارمند واجد شرایط است. سازمانها با برخی افراد می‌توانند



گروگانگیری با مذاکره کنندگان فروش

کتاب نویسنده: فدریک جی. لانسلی
کتاب مترجم: سیدعلی صلحی
منبع: www.Negotiormagazine.com

اشتباه در تشخیص قابل مذاکره بودن شرایط در حوزه‌ی قانون می تواند به قیمت جان یک نفر تمام شود و در فروش منجر به هدر رفتن زمان و تلاشهای فراوان مذاکره کننده

برخوردار است. ممکن است اولین جلسه‌ی مذاکره ساعتها به طول بینجامد. مذاکره در امریکا معمولاً اینگونه شروع می شود: "من ... هستم (نام مذاکره کننده، بدون عنوان یا ذکر سمت). من مذاکره کننده‌ی دیپارتمان پلیس ... هستم. خوشحال می شوم بتوانم کمکی کنم." مردم در امریکا با نحوه‌ی کار مذاکره کنندگان

در اف‌بی‌آی و در سازمان شما حضور دارند که راه‌حلهای بسیار پیچیده‌ای را برای مشکلات به وجود آمده ارائه می دهند. رمز موفقیت، پیدا کردن راه‌حل ساده از سوی افراد باهوش است! من خودم به چنین راه‌حلهایی اعتماد کامل دارم و معتقدم بهتر از راه‌حلهای پیچیده مشکل را حل می کنند. مأموران اف‌بی‌آی در یک هواپیماریی در صحنه حاضر شدند و نگران کت بلندی بودند که هواپیماربا پوشیده بود. آنها می ترسیدند که هواپیماربا بمبی در زیر کتشان پنهان کرده باشد. بعداً وقتی از او پرسیدیم که چرا کت به آن بلندی را پوشیده بود، گفت: "آخر هوا خیلی سرد بود و این تنها کتی است که من دارم."

مذاکره را چگونه آغاز کنیم؟

چگونگی آغاز یک مذاکره از اهمیت بسیار بالایی

بخش نظافت در آسانسور و در حضور مشتری بالقوه بسرعت یک معامله و نیروی فروش را به نابودی بکشاند. عدم شناخت این نکته باعث بروز هزینه‌های بسیاری برای سازمان می شود.

نمایش فروشی

مردم به نمایش محصولات برای فروش بیشتر اعتماد دارند تا حرف. به عنوان مثال، مذاکره کنندگان در ویکو (Waco) دائماً از طریق تماس تلفنی به آقای کوروش می گفتند که همه چیز مسالمت آمیز حل و فصل خواهد شد.

از آن طرف، کوروش و پیروان فرقه‌ی داودیه وقتی از پنجره به بیرون نگاه می کردند، چه می دیدند؟ به نظر تان حرف کدامیک را باور می کردند؟ حرفهایی که پشت تلفن زده می شد یا آنچه را که با چشمانشان از پشت پنجره می دیدند؟

تانکها و مأموران اف‌بی‌آی که با تانکهای خود ساختمان را محاصره کرده بودند و به چشم پیروان داودیه خبری از مذاکره‌ی مسالمت آمیز نبود.

گاهی فروشندگان به مشتریان می گویند که در هر شرایطی، قبل و بعد از فروش، کنار آنها خواهند بود. اما نه ایمیلی برای آنها ارسال می شود و نه خبری از پیامک و تماس تلفنی است.

باید توجه داشت آنچه که در برابر چشمان مشتری به نمایش گذاشته می شود، با نیازهای مشتری هماهنگی و مطابقت داشته باشد.

نویسنده، آموزش جامعی درباره‌ی گوش کردن فعال (active listening) برای مذاکره کنندگان ارائه کرده است. گوش کردن فعال بسیار ارزشمند است، زیرا نشان می دهد که مذاکره کننده با دقت به حرفها گوش می دهد و احساساتش با شنیدن آنها برانگیخته می شود و آن را درک می کند. این کار تأثیر بسزایی بر مشتری دارد.

آسان بگیرید

آلبرت اینشتین یک بار گفت: "همه چیز را تا حد امکان ساده بگیرید، اما نه خیلی ساده." افراد باهوش بسیاری



گاهی فروشندگان به مشتریان می گویند که در هر شرایطی، قبل و بعد از فروش، کنار آنها خواهند بود. اما نه ایمیلی برای آنها ارسال می شود و نه خبری از پیامک و تماس تلفنی است

آشنا هستند. مذاکره کنندگان پس از معرفی و جلسه‌ی اول آشنایی از طریق تماسهای تلفنی، موضوع مورد مذاکره را پیگیری می کنند. به مذاکره کنندگان در امریکا آموزش داده می شود که فراموش نکنند از سوژه بخواهند که از مقرش بیرون بیاید. مثالهای متعددی می توانم برایتان بیاورم که طرف پس از دهها ساعت مذاکره، تسلیم شد. وقتی از آنها پرسیده شد چرا زودتر از مقر خود بیرون نیامدید، گفتند کسی به ما نگفت که بیرون بیاییم. اگر فراموش کنید که از سوژه بخواهید از مقر خود بیرون بیاید، درست مانند این است که فراموش کنید از یک مشتری احتمالی که آماده‌ی خرید است، بپرسید محصول را می خواهد یا نه. شما اطلاعات زیادی از مشتری ندارید. شاید پدر یا پسر مشتری محصول شما را داشته باشد و یا با شما سرمایه گذاری کرده باشد، و تمام چیزی که او می خواهد یک فرم برای ثبت نام است. زمانی که مشتری قصد خرید و

یا سرمایه گذاری دارد و شما فشار را روی او بیشتر کنید تا محصول را بخرد، در واقع همه چیز را به خطر انداخته‌اید. اگر مشتری در ابتدا تمایلی به خرید از خود نشان ندهد، فروشنده باید فرایند مذاکره را در پیش بگیرد و او را برای خرید متقاعد کند.

اصرار به مشتری برای خرید

تحت فشار گذاشتن و اصرار مذاکره کنندگان برای انجام معامله در اجرای قانون شبیه به اصرار به مشتری برای بستن یک معامله یا خرید است، در حالی که مشتری هنوز آماده‌ی خرید نیست. معمولاً روند کار بدین صورت است که مذاکره کنندگان از همان ابتدا فروش و معامله را به مشتری پیشنهاد می کنند، اما اگر معامله مورد قبول مشتری واقع نشود، مذاکره کنندگان اصراری نمی کنند و وارد فرایند مذاکره می شوند. تحت فشار گذاشتن مشتری و اصرار به او باعث بی اعتمادی او می شود.

در چنین شرایطی حتی اگر مشتری قصد خرید هم داشته باشد، از خرید منصرف می شود.

ترس

برای مذاکره کنندگان در عرصه‌ی قانون، داشتن اطمینان و اعتماد به نفس بسیار حائز اهمیت است. چراکه بیشتر با افراد وحشت زده در ارتباطند. مردم فکر می کنند با تماشای فیلمهای تلویزیونی از جزئیات کار پلیسها آگاه هستند. من مدتی در خارج از امریکا

کار کردم و متوجه شدم که این کشور تنها نکات مثبت و مطلوب کشورش را در قالب فیلم و سریال به جهان نشان می دهد.

بسیاری از افسران پلیس در خارج از امریکا برنامه‌های پلیسی تلویزیون امریکا را تماشا می کنند و برداشتهای نادرستی از آن دارند. در بسیاری از این فیلمها، افسران پلیس پس از نوشیدن چندین لیوان نوشیدنی، از خودشان می پرسند: "تا حالا چند نفر را کشتی؟" این چیزها فقط در فیلمها است.

من در جواب به این سؤال افسران پلیس می گویم: "منظورت این است که امسال چند نفر را کشته‌ام یا در کل زندگی کاری‌ام؟" به نظر من بسیاری از افسران پلیس خارجی با تماشای چنین صحنه‌هایی از اینکه متوجه می شوند هیچ گاه کسی را به ضرب گلوله نکشته‌اند و یا حتی از سلاح گرم خود استفاده هم نکرده‌اند، ناامید و سرخورده می شوند. کسی که فیلمهای امریکایی را می بیند فکر می کند حتماً کار هر روز یک مأمور افبی‌آی در امریکا کشت و کشتار و شلیک کردن است.

مانند بسیاری از مأموران اجرای قانون، بسیاری از مشتریان شما هم وحشت زده هستند. مشتریان شما نگران ریسک سرمایه گذاری و خرج کردن نابخردانه‌ی پول خود هستند. برای مشتری خوشایندتر است که هیچ کاری نکنند؛ چرا که ریسک کمتری برایش دارد. برای او راحت تر است که پولش را در بانک پس انداز کند و سودی ۳ درصدی بگیرد تا اینکه پولش را که با هزار زحمت به دست آورده در اختیار شما قرار دهد و یا ریسک کند و محصول شما را بخرد. اهالی کسب و کار باید ترس از معامله را از ذهن مشتریان پاک کنند و اعتماد آنها را جلب کنند.

از آنجایی که معمولاً سوژه‌ها در اجرای قانون می ترسند که مبادا جانشان را از دست بدهند، مذاکره کنندگان امریکایی با تعاملات کوچکتر و موفقتر بر این مشکل فائق آمده‌اند. سوژه با مرور زمان متوجه می شود که می تواند با پلیس حرف بزند و تعامل داشته باشد، بدون آنکه آسیب ببیند یا کشته شود. معاملات کوچک و موفق مشتریان هم باعث می شود آنها به عقد معاملات بزرگتر با شما ترغیب شوند. پس معاملات کوچک، پتانسیل تبدیل شدن به معاملات بزرگتر را دارند. معاملات کوچک که برپایه‌ی اعتماد انجام شده باشند، احساس ترس و نگرانی مشتریان را کاهش می دهد و به آنها نشان می دهد که معاملات بزرگتر با شما در آینده به چه شکل خواهد بود. فقط باید صبور باشید.

نیازهای مشتری

نیازهای مشتریان را شناسایی کنید تا راه‌حلهای مناسب را به آنها ارائه دهید. مذاکره کنندگان اجرای قانون



افراد باهوش بسیاری در اف بی آی و در سازمان شما حضور دارند که راه حل‌های بسیار پیچیده‌ای را برای مشکلات به وجود آمده ارائه می‌دهند. رمز موفقیت، پیدا کردن راه حل ساده از سوی افراد باهوش است!

یک فروش این است که تمامی کارها را بخوبی و با دقت انجام داده باشی. اگر مذاکره‌کننده یا فروشنده با تسلیم شدن و یا خاتمه‌ی فروش با مشکل مواجه شد، بهتر است ابتدا یک نگاه کلی به تمامی فرایندها بیندازد تا علت بروز مشکل را شناسایی کند. برای خاتمه‌ی فروش، باید یک سری مراحل را طی کرد و تمامی این مراحل به هم وابسته‌اند.

هنوز تمام نشده است

توصیه‌ی من به مذاکره‌کنندگان این است: خوب گوش کنید، مراقب باشند، کارهایشان را همانگونه که به آنها آموزش داده شده انجام دهند، و به موفقیت در مذاکرات ایمان داشته باشند. اگر این نکات را رعایت کنید، می‌توانید با وجدان راحت، فرایند فروش یا مذاکره را به انجام برسانید. چون از خودتان مطمئنید که هر کاری که از دست تان برمی‌آید، انجام داده‌اید. شما نهایت تلاش خود را کرده‌اید.

گاهی مذاکره‌کنندگان می‌بینند که روند مذاکره موفقیت آمیز پیش می‌رود، در نتیجه توجهشان به آن نسبت به قبل کمتر می‌شود. چون فکر می‌کنند که خردشان از پل گذشته و کار تمام است؛ درحالی‌که اشتباه بزرگی می‌کنند.

عملیات تا زمانی که سوژه دستبند به دست بازداشتگاه نباشد، تمام نشده است. شاید شما هم به عنوان فروشنده همه چیز را تمام شده بدانید. اما ممکن است مشتری به هر دلیلی در دقیقه‌ی آخر نظرش عوض شود و یا پس بکشد. تا زمانی که از مشتری امضا نگرفته‌اید و پولی دریافت نکرده‌اید، فروش انجام نشده است.

نتیجه‌گیری

به نظر من شباهتهای بسیاری بین فروشندگان و مأموران اف‌بی‌آی وجود دارد که شرح آن در این مقاله نمی‌گنجد.

مهمترین شباهت مذاکره‌کنندگان در اجرای قانون و فروشندگان، فروش امید و آرزو است. هر دوی آنها امیدی را می‌فروشند که آینده‌ی مشتری یا سوژه بهتر شود. هیچ محصولی ارزشمندتر از این وجود ندارد. ■

تسلیم یا بستن فروش

گاهی اوقات در قانون و در بخش گروگانگیری، سوژه می‌خواهد از مقر خود بیرون بیاید و مذاکره‌کننده بنا بر دلایلی باید به او بگوید که درون مقررش بماند. چون تیم تاکتیکی آمادگی کافی را ندارد. این شرایط شبیه به موقعیتی است که مشتری آماده‌ی خرید است اما شما آماده‌ی بستن معامله نیستید. این شرایط اصلاً شرایط خوبی نیست! به همین دلیل است که در حوزه‌ی قانون قبل از وقوع حادثه، برنامه‌ی عملیاتی را با تیم تاکتیکی بررسی می‌کنند و به گفت‌وگو و تبادل نظر درباره‌ی آن می‌پردازند.

تسلیم شدن سوژه‌ها انواع مختلفی دارد. چهار نوع مختلف از تسلیم‌شوندگان را در اینجا معرفی کرده‌ایم: برخی از سوژه‌ها دوست دارند ریش‌شان را بتراشند و تی‌شرت تمیزی بپوشند، چون می‌دانند که چهره‌ی آنها در اخبار بعدازظهر از تلویزیون پخش می‌شود و دوست دارند که ظاهر خوبی در تلویزیون داشته باشند.

برخی دیگر از سوژه‌ها دوست دارند شبیه "آدمهای بد" به نظر برسند. به‌عنوان مثال، در یکی از گروگانگیری‌ها به مجرم گفته شد که می‌تواند سوئیشرتش را روی دستانش بگذارد تا دستبندش دیده نشود و دوستان و فامیل و آشنا او را دستبند به دست نینند. سوژه دستانش را پشت سرش قلاب کرد و گفت: "نه، من دوست دارم دستبند به دست بیرون بروم. درست مانند خلافکاران در فیلمهای امریکایی".

نوع سوم تسلیم‌شوندگان شرایطی را فراهم می‌آورد تا تیم تاکتیکی او را مهار کنند. در این شرایط سوژه زمانی که به زندان می‌رود می‌گوید: "من تسلیم نشدم. تیم تاکتیکی اف‌بی‌آی به من حمله کردند و تقریباً ۱۰ یا شاید هم ۲۵ نفر بودند. اما توانستم قبل از اینکه من را بگیرند، چند تا مشت محکم نثارشان کنم." از نظر سوژه این یک داستان خیلی خوب است که با گذر زمان جزئیات بیشتری به آن اضافه می‌شود و بهتر از این هم می‌شود.

آخرین نوع تسلیم‌شوندگان می‌گذارند شرایط خودش آرام شود. مأموران اف‌بی‌آی در دو حادثه هواپیمارایی، توانستند ۲۵ نفر از گروگان‌ها را با غذا تبادل کنند. به جای اینکه ۲۵ نفر از هواپیما بیرون بیایند، ۳۵ نفر از آن خارج شدند. چون هواپیما را پله هواپیما را باز گذاشته بود و مردم هم از این فرصت استفاده کردند و از آنجا فرار کردند. نتیجه این بود که دیگر کسی درون هواپیما نبود بجز هواپیما را و مأمور اف‌بی‌آی، و مهماندار. هیچ اتفاق بدی هم در پایان ماجرا نیفتاد.

برای مذاکره‌کنندگان اجرای قانون تسلیم، معادل با بستن فروش است. به نظر نویسنده، راز خاتمه‌ی

معمولاً خوب گوش می‌دهند تا دو نوع نیاز اصلی سوژه‌ها را شناسایی کنند. ابتدا باید نیازهای ابزاری (Instrumental needs) که اغلب نیازهای ملموسی مانند آب و غذا و زنده ماندن، راحت بودن و قابل پیش‌بینی بودن شرایط هستند را شناسایی کنند. نیازهای ابزاری همیشه اولین چیزی است که دیده می‌شود چون صحبت درباره‌ی این موارد با یک غریبه - مذاکره‌کننده یا فروشنده - راحت‌تر است. برای یک مأمور قانون نیازهای ابزاری چیزهایی نظیر سیگار، پیتزا و غیره است. برای یک فروشنده نیازهای ابزاری قیمت، برگشت سرمایه، اجاره، شهریه و غیره است. مذاکره‌کنندگان باید به دنبال نیازهای ناگفته‌ی مشتریان باشند. یکی از شاخصه‌هایی که نیازهای بیانی (Expressive needs) تحقق نمی‌یابند، زمانی است که تمامی نیازهای ابزاری برآورده شده‌اند و مشتری هنوز معامله را به پایان نرسانده است. ممکن است نیازهای بیانی خیلی شخصی باشند. تغییر موضع مشتری / سوژه از نیازهای ابزاری به نیازهای بیانی نشان‌دهنده‌ی افزایش اعتماد و تفاهم و همچنین پیشرفت در مذاکره است.

تکرار مشتری‌ان و اعتماد

در کسب‌وکار و اجرای قانون، اعتماد بسیار مهم است. یک پروژه‌ی تحقیقاتی نشان داد مهمترین معیارهای مشتریان برای انتخاب یک مؤسسه‌ی سرمایه‌گذاری، اعتماد و مسائل مربوط به اعتماد و بازگشت سرمایه است. هیچ فردی با کسی که به او اعتماد ندارد، معامله نمی‌کند.

مذاکره‌کنندگان اجرای قانون کلک نمی‌زنند، صادق هستند و وعده‌های خود را به خاطر می‌سپارند. چون یک اشتباه ممکن است به قیمت لطمه زدن به اعتبار مذاکره‌کننده تمام شود و دیگر هم نتواند اعتبارش را نزد سوژه‌ها بهبود ببخشد. حتی اگر یک حقیقت تلخ با لحن و بیانی مناسب گفته شود، باعث افزایش اعتماد طرف مقابل می‌شود. چون متوجه می‌شود که مأمور قانون راستش را می‌گوید، حتی اگر به نفعش نباشد.

مأموران قانون از حقه و کلک و فریب‌خورداری می‌کنند و کار خود را با صداقت به پیش می‌برند و به وعده‌های خود پایبند می‌مانند. چرا که ممکن است در درازمدت دوباره با همین سوژه‌ها برخورد کنند. اگر در اولین برخورد با مشتری دروغ گفته باشیم و کلک زده باشیم و به قولمان وفادار نباشیم، مشتری دیگر به ما اعتماد نخواهد کرد.

علاوه بر این، اگر مأموران قانون صادق نباشند، سوژه این موضوع را به افراد دیگری که بازداشت شده‌اند و در زندان هستند می‌گوید و مذاکره با سایر زندانیان را سخت‌تر می‌کند.