

TOP

■ 顶尖业务员系列 ■

心态决定销售的成败，积极的心态会使你充满自信。

顶尖谈判技巧

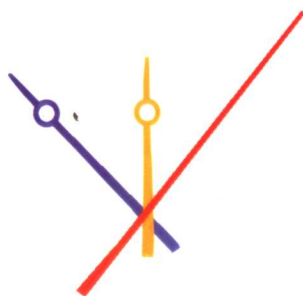
8

陈龙清 编著

天引爆

超级谈判技巧的顶尖法则

一本让你收入提高200倍的实用宝典！



高超的谈判技巧是你销售成功的关键

8天掌握顶尖谈判技巧，使你在销售活动中永远掌控局势，把握主动！

本书是一本特别奉献给销售人员的谈判书籍，它会使你的销售业绩有一个大的飞跃。不仅卖出的更多，而且以更高的价格卖出。

让我们为你揭开销售谈判的神秘面纱，带你进入谈判的艺术殿堂，让你在谈判中挥洒自如，走向成功。

中国商业出版社

顶尖业务员系列丛书

顶尖谈判技巧

—— 8 天引爆超级谈判技巧的顶尖法则

陈龙清 编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

顶尖谈判技巧 / 陈龙清编著. — 北京: 中国
商业出版社, 2006.8

ISBN 7-5044-5739-6

I. 顶… II. 陈… III. 谈判学
IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 102972 号

责任编辑: 陈高宏

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京市北七家印刷厂印刷

*

880×1240 毫米 32 开 10.25 印张 210 千字
2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

定价: 21.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

前言

社会作为人的集合体，需要人与人之间的不断沟通、交流与协作，才得以存在、发展与进步。由于社会车轮的急速运转，各种新兴行业应运而生，销售业就是其中最典型的一个。它作为一项反映市场需求、社会进步的服务型行业，在人们的日常生活和社会生产活动中扮演着越来越重要的角色。销售业务人员作为此行业的行为主体，需具有很高的职业素质，如文化素养、职业品格、销售心态及各种销售技巧等等，而销售技巧中核心要素之一的“谈判技巧”，在销售人员的业务能力与业绩评定中占据着显赫地位，发挥着突出作用。

“销售是个人或群体通过创造，用合适的价格同他人交换产品和价值的社会行为。”销售就是服务客户，解决客户问题，或帮助客户把工作做得更好，这一目的只有通过业务人员与客户之间的互相沟通与合意——即双方间的谈判、洽谈来完成；谈判的过程，其实是成功达成一项销售合约、最终达到双赢效果的关键环节。

顶尖行业需要顶尖策略，顶尖人才需要顶级职业素质，而顶尖销售业务员需要顶尖的谈判技巧，这是毋庸置疑的。面对行业规模的不断扩大，竞争的日益激烈，有志于在销售领域出类拔萃，使事业达到巅峰，实现顶尖理想的业务员，必须在有效、有限、合理的时间内提高自己的销售技巧，特别是洽谈、谈判的技巧。

谈判是一项系统化极强的工作，完成一次成功的推销业

务,基本都是以谈判为重心的;谈判也是一门技术性要求极高的课程,需要业务员在实际操作中掌握和灵活运用各种交流、交际手段,达到销售目的;谈判更是锻炼和证实一名业务员是否为顶尖的重要考核项目,要求顶尖的业务员在这个过程中发挥其顶尖职业谈判技能,获得“顶尖”评价。

业务员在进行销售工作时,往往会面临种种窘困,特别是在与客户的实地谈判中。由于销售行业的特殊性,其工作对象都是社会中不特定的客户,而不同的客户其性格特征、产品需求、待人接物方式方法等是存在差异的。业务人员可能难以与客户沟通,使客户没有安全感、信任感;可能在谈判中和客户发生冲突、争执;可能会让客户对服务不满意或出现种种僵局等,这些就需要业务员采取灵活多变的技巧对待不同对象,应对和解决谈判过程中可能会出现各种状况。

此书,将按八天,也即分八个具体部分对销售业务员进行谈判技巧、策略的指导和引导。没有顶尖的谈判技巧,很可能会让“到手的肥鸭子”轻易飞走或被人抢走,但掌握和运用这种技巧并不是想象中的那么困难,只要高效的8天就可以让曾经或以后在谈判中遇到的阻力、困难轻松解除。一次顶尖的、技术含量较高的谈判要注意“重在谈判前,准备是关键”,而且在谈判过程要重视谈判“礼仪与习惯”,这是塑造顶尖业务员个人职业形象的关键,也是尊重客户的体现;最重要的是谈判过程中的各种策略,如开局策略、中期策略、绝对成交策略、沟通技巧等,这一过程中每一环节都是成为顶尖业务员必须把握和掌控好的。

《顶尖谈判技巧——8天掌握顶尖业务员谈判技巧》这本书,对销售谈判的全过程,包括谈判前的准备工作、合意后面临的有关法律问题及权益保障,进行了具体化、系统化、全面化的阐述,使业务员在8天内从细节上了解谈判过程、掌握谈判技巧。8天时间里,只要下定决心,结合本书所讲技巧,每天都会

有进步,每天都会有惊奇,这制胜的法宝,将使你的梦想近在咫尺,将使你的梦想成为“顶尖”!

编 者

2006 年 5 月

目 录

第一天：重在谈判前，准备是关键

1. 谈判之前先要知己 1
2. 摸清对手达到知彼 5
3. 收集信息亦重要 11
4. 正确制定谈判计划 17
5. 科学确定计划内容 23
6. 把握谈判的初级阶段 30

第二天：谈判过程之礼仪与习惯

1. 着装讲礼仪 41
2. 见面握手礼 48
3. 名片使用有技巧 51
4. 拜访礼仪 55
5. 接待礼仪 59
6. 谈判过程中的礼仪 61
7. 迎送礼仪 66
8. 商务谈判禁忌 70

第三天：谈判过程之开局策略

1. 销售谈判开场技巧 78
2. 营造谈判开局气氛 82
3. 感情投资易取胜 88
4. 谈判报价有策略 92
5. 讨价还价有好招 101
6. 恰当应对虚假出价 109

第四天：谈判过程之中期策略

1. 让步原则与技巧 115
2. 炫耀的心理可利用 121
3. 对方刁难巧解决 123
4. 打破僵局有妙法 128
5. 把握最终报价 134
6. 准备好替代方案 136

第五天：谈判过程之绝对成交策略

1. 提出解决方案 141
2. 做出最后让步 145
3. 双赢的谈判 152
4. 提升对方满意度 166
5. 诚心是基础 168
6. 绝对成交的原则和技巧 176

第六天：谈判过程之如何掌控谈判

1. 战胜强硬对手有方法 183

2. 败中求胜有可能	189
3. 拒绝别人要得当	197
4. 把握签约意向有原则	202
5. 掌握结束谈判的时间	206

第七天：谈判过程之沟通技巧

1. 谈判沟通有关键	211
2. 沟通成功导向谈判成功	223
3. 适度赞誉需把握	236
4. 回答问题有技巧	243
5. 不同地位下的口才技巧	247
6. 口才出色很重要	254

第八天：合同的签订与履行

1. 草拟协议	260
2. 拟定合同条款	263
3. 订立谈判后合同	266
4. 无效合同	268
5. 中止合同	271
6. 合同签约过程	273
7. 处理合同纠纷	276

第一天

重在谈判前，准备是关键

1. 谈判之前先要知己

中国有句古话：知人者智，自知者明。所以我们在销售谈判准备阶段，既要分析评估谈判对手，也要认真分析己方的相关情况。实践中很多谈判者在知己方面做得不够好，觉得自己肯定最了解自己，没有必要作分析；或者由于主观原因，对自己不能作客观公正的分析。

常言道：“自知才能知人。”因此，谈判调查要做好己方有关情况的分析。

顶尖谈判建议 ※

业务员在谈判前不仅要清楚自己想要从谈判中得到什么，还要知道自己为什么要谈判，以免在谈判中做无谓的努力。

一个谈判者必须对自己要有全面而清醒的了解，高估或低估自己都不利于谈判的成功。高估自己则易于轻敌，低估自己则易于怯场。一个容易动怒的人，容易因情绪激动而受摆布；一个沉着冷静、心平气和的谈

判者，懂得如何利用情绪变化来取得预期效果；一个人性格过分温和，则易于在对手咄咄逼人的气势下让步；而一个人过分自负，就易在对手巧舌如簧的赞美声中飘飘然步入陷阱。

因此，你最好在谈判之前先从以下几个方面对自己进行盘点：

(1) 了解自己的谈判实力

知己知彼，百战不殆。了解自己的谈判实力是当其冲的。可以从以下几个方面了解自己的谈判实力：

★ 足够的心理准备。要有遇到强硬对手的心理准备，在设计谈判策略时，尽量往坏处想，做好谈判破裂的思想准备，制定好撤退方案。

★ 满足对方需要的能力。谈判高手不仅要清楚自己想从对方那里得到哪些利益，还要知道自己能满足对方哪些需求。在满足同种需要的竞争对手中，自己具有哪些优势和劣势，处于什么样的竞争地位。

★ 自己经营能力的分析。分析自己的生产实力、技术资质以及所提供的商品或服务的状况。

★ 满足己方需求的分析。应该清楚地知道此次谈判可以满足己方的哪些需要，需要满足的可替代性有多大，各种需要的满足程度怎样，等等。

(2) 了解自己从事谈判工作的理由

你为什么要去谈判而不去做其它事情？这个问题可以帮你把主要精力都集中在设计谈判战术和战略上。可能有以下一些理由促使你去谈判：

★ 你没有能力去做某件事情；

★ 你希望对方给你提供价格便宜的原材料；

★ 你想将自己的产品卖给对方；

★ 为了实现自己的目标，你必须同其他人合作，因为他们有同样的能力和同样的观点。

顶尖谈判忠告 ☆

业务员在准备谈判时，一定要知道自己的谈判极限是什么，这样在谈判中遇到问题就能做到应对自如，否则你会容易失败。

(3) 了解自己的谈判极限

销售谈判的目标是己方与对手磋商所要解决的问题和要达到的目的，它是己方在磋商过程中的出发点和归结点。要明确这个目标与哪些问题

关系最大，以便从中探询解决问题的措施和途径。

准备谈判时，你要做的最关键的事情之一就是确定自己在谈判中的极限。这样你才知道，什么时候应结束谈判，什么时候可以说“是”，什么时候可以说“不”，什么时候态度可以强硬，什么时候可以终止谈判。这也就是说，如果到达这个极限点，必须明确自己该怎么办。

另外，你应该考虑在你没有得到预期的结果时，将会发生什么事情，最好的选择是什么。谈判大师费希尔和尤里提出了一种准备谈判的建议。他们提出：人们可以使用达成谈判协议的 BATNA 法，即最佳选择法。也就是说，如果你认为自己的谈判极限很可能要达到——它已经给了你终止谈判的自信，你心中就已经有应急的对策了。

(4) 谈判者自我分析的内容

谈判者的自我分析也是不可缺少的一个步骤，当然包括以下几点：

性格分析：性格是人们在生活过程中形成的对事物的比较稳定的态度和习惯化的行为。性格对谈判者的心理影响较大。不同的性格使谈判者在谈判中有不同的心理表现。

兴趣分析：兴趣是人们在长期的社会生活中形成的积极探究某种事物的认识倾向，是人们对客观事物喜好情绪的反映。

在谈判中如双方兴趣相同,容易找到共同点而形成良好的谈判气氛。

情绪分析:情绪是人们对客观事物喜、怒、哀、乐、恐、惧等态度的反映。它具有肯定和否定两重性质。由于情绪影响人的活动能力,因而不同的情绪对谈判者的心理影响表现在积极和消极两个方面。当谈判者具有积极的情绪时,会精神饱满,充满信心;当谈判者有消极情绪时,则会精神不振,效率低下。

态度分析:态度是人们在认识客观事物的基础上表现出的行为方式。态度决定行为,它对谈判产生直接的影响。双方态度友好,谈判顺利;双方态度不友好,谈判难以成功。

(5) 己方组织情况分析

谈判人员在谈判之前还应熟悉己方组织的各种情况。其内容包括:组织人员状况;设备状况;生产能力;现有产品的情况,如质量、规格、式样、价格等;价格政策;销售政策等等。

销售谈判的团队是由具有不同特长的人组成的。主要负责人要认真分析不同职务人员的兴趣和擅长,并把谈判的目标和利益分解到谈判的人员职能计划中去,充分发挥团队的力量。

只有对此了如指掌,心中有数,才能在谈判中占据主动地位。

2. 摸清对手达到知彼

了解自己的情况,接下来就应该了解对手了。在销售谈判中,对谈判对手相关情况的充分了解是实现目标的前提。

兵法云:“用师之本,在知敌情。未知敌情,则军不可举。”由此可知了解对方情况的重要性。只有对对方情况了如指掌,才能探察对方的真实需要,才能避实击虚,由此掌握谈判的主动性。因此,在谈判准备过程中,摸清对手的底细是了解对手的重要一步。

摸清对方底细的两大秘诀

(1) 通过观察进行分析

顶尖谈判秘诀※

中国有句古话:“知己知彼,百战不殆。”摸清对方的底细是谈判前首当其冲要解决的问题,这样,你已经成功一半了!

销售谈判对方的目标是销售谈判的关键因素,所以我们有必要对其进行仔细的观察分析。

对目标市场或谈判对手的反应作直接观察,具体方法有:

a. 横向观察:在某一特定时间内对调查对象加以观察。

b. 纵向观察:在不同的时间加以观察,取得一连串记录。

c. 综合观察:从纵横两个方面观察,并加以对比、分析。

观察法能够客观地收集资料,通过观察人或经济活动的外部表现,可以间接地估测行为背后的动机。

有一次,一批日本客商去法国观摩一家有名的照相器材厂。该厂实验室负责人热情而有礼貌地接待了日本客人。在带领客人参观实验室时,他一面耐心地解答客人提出的诸多问题,一面仔细地注意来访客商的举动。因为他深知,有许多人是

借参观之名，行窃取先进技术之实。

在参观一种新型显影溶液的时候，实验室负责人发现，一位日本客商在俯身贴近盛溶液的器皿认真辨认溶液的颜色时，领带末端不小心浸入了溶液之中。这一细节被实验室负责人看在眼里，记在心上。他不动声色地叫来一名助手，悄悄地吩咐了一番。在参观即将结束时，这位助手捧着一条崭新的领带来到那位日本客商的面前，彬彬有礼地说：“先生请稍等，您的领带弄脏了，给您换上一条崭新的、漂亮的，好吗？”面对主人的一番盛情，日本商人只得尴尬地换下他那条沾有显影剂的领带。原来，日本人此举的目的是为了将溶液沾附在领带上，带回日本进行分析，以获取显影剂的配方。但由于实验室负责人的细心观察，一次窃取机密的阴谋在友好的氛围中被挫败了。

同样，在谈判中做一个有心人，注意观察对手的一言一行，往往能从细枝末节中得到许多非常重要的信息。

运用观察法，具有获得信息量大、面广、准确的优点。不过，在观察中面对大量的信息时，应避免主观臆断，对观察得到的信息要认真地加以区别分析，辨明真假。

在预测销售谈判对手的目标时，容易犯一些错误。事先所列出的对手的目标，可能只是你心目中希望对手做的事，或者是你认为对手应该做的事，这是常见的错误。在面对面谈判之前，列出可能目标，将有助于己方在错综复杂的销售谈判中激发设想。但是应该看到这种方法有一定的主观性，在销售谈判中要随时根据实际情况调整预测值。

(2) 利用传媒进行分析

作为一个谈判者，在面对浩如烟海的传媒信息时，应独具慧眼，找出对自己有用的资料。

二战期间，一位名叫伯尔托尔德·雅各布的作家出版了一部有关希特勒军队详细情况的书。在这本书中，他描述了德军的组织结构，参谋部的人员布置，部队指挥官的名字，甚至包括

了最新成立的装甲师的步兵小队。这些都属于德军的军事绝密资料。该书的出版引起了希特勒的极度恐慌，于是，雅各布被盖世太保逮捕入狱。

在盖世太保的审讯室，德军情报顾问瓦尔特·尼古拉上校对雅各布进行了严刑逼供。而雅各布的回答却大大出乎盖世太保的意料。雅各布供述说：这些所谓的“军事机密”都来自公开的新闻媒体。文中所涉及的第17师指挥官哈济少校驻扎纽伦堡，取自纽伦堡报纸的一个讣告，该讣告说新近调驻纽伦堡的第17师的指挥官哈济将军将要出席追悼会。而在另一份鸟尔姆的报纸中，他读到了一则报道菲罗夫上校的女儿和史太梅尔曼少校举行订婚仪式的新闻，该报道提到了菲罗夫是第25师第36联队的指挥官，而史太梅尔曼少校的身份是信号军官。所以说，雅各布并不是间谍，他只是留心了新闻媒介的报道，巧妙地取得了间谍也不一定能取得的秘密情报。

这事虽然发生在二战期间，但对于我们的谈判情报收集仍然有非常重要的启迪。在今天的信息时代，大众传媒的覆盖面更广，手段更为先进，特别是随着信息高速公路的开通，国际组织、企业及个人信息资源的共享，为获取信息提供了更为便捷的途径。在营销谈判中，要“眼观六路，耳听八方”。注意观察同行中谁会来抢夺你的生意，收集他们的情报，问问自己“如果对方不和我做生意，那么他会去找谁呢？”“是什么吸引他的呢？”

分析竞争对手，也要了解自己产品在市场上的独占性如何，如果你掌握着垄断权，那就可以说是实力雄厚了。相对抬高卖价或压低买价，对方也只有忍痛服从的份。但是要注意本着互利的原则，不要漫天要价，否则你可能会遭到恶意的报复，只做“一锤子买卖”的想法会使你名誉扫地。

如果你的产品在市场上独占性不强，在商场必定有激烈的竞争等着你去应付。那么就去收集信息吧，了解竞争对手的发

价,分检他的产品性能、应用环境、信誉情况,当然是在他们弱点方面下功夫,以突出你的强项。以清晰的利弊对照,让你的买主或卖主树立一种信念,只有和你做生意,才是最明智的选择。

摸清对手底细的四个方面

了解对方建议 ※

谈判人员必须明确,与自己打交道的不是对方的“抽象代表”,而是现实的人,所以,要千方百计地了解对方。

对交易群体的有效探询是确定销售谈判对象的重要步骤。

著名哲学家培根作过这样的精辟论述:“与人谋事,则须知其习性,以引导之;明其目的,

以劝诱之;知其弱点,以威吓之;察其优势,以箝制之。与奸滑之人谋事,惟时刻不忘其所图,方能知其所言;说话宜少,且须出其最不当意之际。于一切艰难的谈判之中,不可存一蹴而就之想,惟利而图之,以待瓜熟蒂落。”

要了解对手,就要对对方谈判人员的情况详加调查。调查的内容应该包括:对方谈判人员的组成情况,各自的性格、爱好、身份、地位以及谈判经验;谁是主谈人员?其能力、权限以及经历如何?特长及弱项何在?对此次谈判的态度、倾向意见等。根据谈判性质、类型的不同,有时还要搜集一些更为深入细致、针对性较强的信息,如对方谈判者各自的想法和打算是什么?相互之间关系如何?是否存在矛盾?谁可能是主要对手?谁可能是争取的对象?有没有幕后操纵者?谈判代表与幕后操纵者之间关系怎样?探询可通过两种途径进行:直接探询和间接探询。

(1) 直接探询。直接探询是以己方的名义亲自寻找交易伙伴。由于探询是亲自进行的,因而其结果往往有很高的可信度。

如果条件允许,销售谈判者都应采取直接探询的方法。这