

商务人生讲座

田中谷彰

谈判

化敌为友 101招



知识出版社

谈判

谈判入门与进阶

谈判入门与进阶

化敌为友101招



中国石化出版社

原著●中谷彰宏[日]

翻译●滕新华

●
商务
人生
讲座
●

●
谈

判
●

化敌为友 101 招

知识出版社

责任编辑/翦 晏

装帧设计/童行侃

责任印刷/童行侃

图书在版编目(CIP)数据

谈判:化敌为友 101 招/(日)中谷彰宏著;滕新华译.北京:知识出版社,1999.1

(商务人生讲座)

ISBN 7-5015-1904-8

I. 谈… II. ①中…②滕… III. 贸易谈判-通俗读物 IV F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 38666 号

商务人生丛书

谈 判

知识出版社出版发行

(北京阜成门北大街 17 号 邮编 100037)

国家统计局印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

开本 787×1092 1/32 印张 7 151 千字

1999 年 1 月第 1 版 1999 年 1 月第 1 次印刷

印数:1~6000 册

定价:9.00 元

作者简介

中谷彰宏(NAKATANI AKIHIRO)

作家,演员。

1959年生于大阪府。早稻田大学第一文学系戏剧专业毕业。就职于博报堂广告公司后担任商业广告策划人。其时所著《面试高手》一书,十分畅销。退出博报堂以后,在一些企业和新闻媒体的鼎力支持下,从事以学生和年轻女性为对象的策划指导活动,成为该项事业中首屈一指的人物。

前

言

谈判无异于劝说。

有人称,谈判时对方最忌讳的是被人说服。这种想法是错误的。实际上,同样是被说服,人们讲求的是心悦诚服。况且,对方并没有强求别人听任自己摆布,只是希望别人在谈判中能够和颜悦色地对待自己。

一个优秀的方案未必能够为他人所采纳,通过一个方案往往比构思它更为困难。有人对此忿忿不平,认为方案没能通过是因为自己的上司太愚蠢。然而发牢骚是无济于事的。广告行业的人士把向客户说明解释自己策划制作的宣传方案之类的活动,叫做 Presentation,即“营销展示活动”。现在,从一般的讨价还价到国际间的贸易摩擦,几乎所有的谈判都可以称之为“营销展示活动”,因此 presentation 也就不再仅限用于广告行业了。

在企业内部，大凡事业有成的人都具有出类拔萃的斡旋能力，凡事要想达到自己的目的，必须从搞好营销展示活动入手，努力提高自己的谈判水平。

上司与部下、公司与客户、卖方与买方等等，稍做列举就有6种不同的立场存在于谈判活动之中。这种谈判，人们几乎每天都在不停地进行着。

在欧美地区，许多学校设有专门讲授谈判方式和营销展示方法的课程，而我国没有这种类似的培训机制。人们若想掌握谈判的技巧只能依靠自己在实践中摸索。因此，人们形成了两个极端：要么谈判能力很强，要么缺乏起码的谈判知识。

本书对那些没有经历过任何谈判场面的人是否具有立竿见影的效果，本人不敢妄自轻言。但对那些曾经在谈判桌上奋力拼搏过来的人、受过挫折而悔恨不已的人、遭人耻笑至今耿耿于怀的人来说，在勾起对往事回忆的同时，无疑会产生强烈的共鸣。

一场旷日持久的谈判最终陷入僵局，公司的领导出马也无济于事。此时此刻，有个家伙站出来说：“让我去试试！”不久他回到公司，若无其事地对大家说：“一切都已经谈妥了。”这个家伙也许就是你。

判断一个公司职员是否成熟，不在于他能否策划构思一个多么完善的方案，而是看他是否能够在谈判中独当一面地与人周旋。谈判对于他来说是一场生死间的决斗。

目 录

前言	1
先发制人	
001 正确采取旁若无人与彬彬有礼这两种态度	3
002 拍案而起等于失败	5
003 首先推销的应当是你自己	7
004 提高谈判能力要从遭人拒绝开始	9
005 与内容相比,对方更关注阐述意见时的态度	11
006 取胜无望的谈判,要争取留个好印象	13
007 为融洽关系可以端出女性的话题	15
008 谈判前的电话联络可见分晓	17
009 欲说服对方,先说服自己	19
010 语言贫乏是因为自己尚未理解	21
011 冗长的铺垫是心虚的翻版	23
012 积累经验,记住客户是如何吹毛求疵的	25
013 把谈判视如一场游戏	27
014 通过一项方案要比构思它更困难	29
015 应当牢记那些枯燥的数字和名称	31
016 从聚会到面试处处都是谈判	33
017 不要做方案的推销商	35
018 把握对手当天的“生物节奏”	37
019 出场人员的确定,要以对方出场人员为依据	39
020 请关键人物在谈判的前一天来一趟	41
021 决策人物参考谁的意见	43
022 让对手看到自己和他的上司关系亲密	45
023 商务手册在实践中行不通	47

目 录

024	在与外国强手的对垒中经受考验	49
025	外国人因国民意识和地理环境不同而各有差异	51
顺水推舟		
026	自己只把握方向,把烦恼留给对方	55
027	考一考对方,哪个是正解	57
028	方案和资料不要在开始时交给对方	59
029	让对方参与你的构思过程	61
030	为对方备好便于说服上司的材料	63
031	慎用“但是”之类的转折连词	65
032	把对方当作内行,诱发其自尊心	67
033	越固执的人越容易被说服	69
034	抢在对方反驳的前面	71
035	为听起来顺耳,同一概念要重复百次	73
036	善于动员群众站在自己一边	75
037	不说费话也能增加说服力	77
038	强调愉快的合作精神	79
039	在阐述自己的意见之前,先听取对方的看法	81
040	新鲜事物要亲自体验	83
041	让乱提要求的外行面对严酷的现实	85
042	谈判的电话一定从自己这里打出去	87
043	不要与无权决定的人消磨时间	89
044	医生穿上白大褂才能取信于患者	91
045	苛刻的条件手写在便条上令对方心里踏实	93
046	协议事项的确认记录要由我方执行	95

目 录

047	不要把方案用订书器装订成册	97
048	在方案上留个尾巴	99
049	在外国人面前用日语讲话更具有说服力	101
050	让听者说服听者	103
避实就虚		
051	谈判是观众在场的实况转播	107
052	从对方的表情中“阅读”他的反应	109
053	当对方指出自己的弱点时姑且承认	111
054	存在的问题与解决的措施需要配套	113
055	协议可以积少成多	115
056	传递的内容切不可贪多	117
057	不念“剧本”，不背“剧本”	119
058	给对方设计一个台阶	121
059	使用肯定句，避免否定句	123
060	说得越多越容易失败	125
061	谈判呈拉锯状态时可暂停下来个别交谈	127
062	条件要一点儿一点儿地提出来	129
063	给对方一个改变主意的机会	131
064	轻声讲出的话语听起来显得重要	133
065	说一句“我们就依靠你了”把希望寄托在这 个人身上	135
066	挑拨“老大”与“老二”的关系	137
067	直呼对方大名，不必称呼职务	139
068	论点的开局和中盘先让对方占据上风	141

目 录

069	在外国人面前要无所顾忌地提出反对意见	143
070	组成一对有主有次、配合默契的搭档	145
071	让对方认为这个方案是他们自己构思的	147
出其不意		
072	必要时,当众撕毁自己的方案	151
073	对方使用专业词汇时,你可以反过来让他解释	153
074	对方刺到自己的痛处时要说声“谢谢”	155
075	使用具体词汇,说话开门见山	157
076	让无聊的笑话改变谈判的形势	159
077	最好再提出一个更为偏激的方案	161
078	给方案加一个引人注目的标题	163
079	一言以蔽之,你不是这种商品的使用对象	165
080	有时候,开玩笑也能给对方以恐惧感	167
081	借用对方的比喻反过来攻击对方	169
082	通过貌似正规的合同书,向对方灌输自己的观念	171
083	没有最初的惊讶,营销展示活动就不会成功	173
084	让对方的牌先出手	175
演出开始		
085	在对方面前故意引发内哄	179
086	严厉的措辞过后,你最好嫣然一笑	181
087	需要有一个一言不发的“智力保镖”	183
088	有时候可以故意表现为感情用事	185
089	生硬的发言,招来生硬的态度	187

090	绝对不能在争论中占据上风	189
091	边听讲边记录,对方会满意	191
092	将板书擦掉,让听众紧张起来	193
093	将内容整理成条,逐步达成协议	195
094	希望对方帮别人一把	197
095	方案遭到否决后,若无其事地再次提出	199
096	自己要保持一部分神秘色彩	201
097	方案的价格可以让第三者来确定	203
098	“冰凉”的谈判可改用电话进行	205
099	事关重大的谈判更要泰然处之	207
100	佯装傻瓜,从对方那里获得各种情报	209
101	谈判桌前要避免敌对关系	211

先
发
制
人

001 正确采取旁若无人与彬彬有礼这两种态度

在开会或进行营销展示的时候有两种可以采取的态度。一种是彬彬有礼；另一种是像对待朋友一样对待对方，亲密无间，旁若无人。究竟是采取哪一种态度好呢？

在营销展示活动的关键时刻，应当采取旁若无人的态度，哪怕人家说自己放肆。不管对方是客商还是上司，无论立场和年龄与自己有多大差距，都要大大方方地直抒己见。没有这种气魄，自己的发言就没有说服力。如果念及对方比自己年长，因为他是我们的客户就做出让步，那么我方的本意就难以表达出来。

客商也好，上司也好，身价较高的人经常对自己的地位比较敏感，**唯恐对方顾及地位的高低而不与自己平等对话**。他们怀着一种孤独的心情说：“看来你们客客气气地把我当成贵客了。”许多人都认为：“千条理，万条理，把话说到了这种地步，也许会失去这些老主顾。”这一点对方心里也非常明白。在这种情况下如果出现一位不讲情面、对等地提出意见的人物，对方反而会对他表示信任，感到满意。

当然，自始至终一味地坚持旁若无人的态度，人家

●

就会说你是个不懂礼貌的毛孩子。一个人失礼与否，**取决于最初与最后的印象**。所以营销展示前后的言谈举止应当讲究礼貌。尤其是在展示结束的时候礼貌待人更为重要。尽管你的发言始终措辞激烈，但最后总结时诚心诚意地道个歉，人家带回去的也只是最后的这个印象。关键是真正懂礼的人只是在需要的时候礼貌待人，恰当地表现一下就足够了。知而不为之与不知而不为之性质截然不同。

开会或讨论时，能够唇枪舌剑地争论问题，则证明这两个人关系不错，彼此能够进行畅所欲言的感情交流。但是，为使人与人之间感情亲密，还是应当保持最低限度的礼节。有了这个基础，旁若无人的态度才能发挥作用。

002 拍案而起等于失败

勃然大怒，拍案而起，声嘶力竭地喊一声“混蛋”，有人认为没有这种魄力谈判就不会顺利。甚至有人说：“谈不成就捅他一刀，豁出去被开除，今天我也要狠狠地收拾他一顿。”他们不仅以这种精神对待谈判，也如此拼命地对待工作。

但是，在谈判桌上如果动辄感情用事、拍案而起，就等于向对方宣告自己已经失败了。当然，若是故作表演则另当别论。真的把桌子拍得“邦邦”作响，对方马上就会看透，你已经是处在极度焦虑、精神崩溃的状态了。

如果在即将拍桌子动手打人的一刹那，你却露出了淡淡的微笑，对方反而会胆怯起来。无论被逼到多么危急的地步都不动声色，面带笑容，对方则不敢大意，认为你肯定还暗藏着什么起死回生的杀手锏。这时，他们将开始做出让步。

炒股票也是如此，开始时赔多少都面带微笑的人是最后的赢家。强手也不会从头赚到尾，开始时可能总是抓不住机会，接二连三地赔钱，到后来肯定风向大转，开始崭露头角。一算总账，必胜无疑。