



分钟掌握 销售谈判 技巧

曾小燕 编著

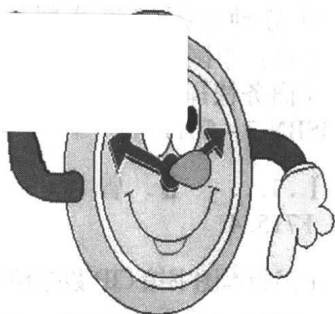
10 Minutes

ZHANG WO XIAO SHOU
TAN PAN JI QIAO



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

[商务快易通]
系列丛书



分钟掌握 销售谈判 技巧

曾小燕 编著

10
MINUTES

ZHANG WO XIAO SHOU

TAI PAN JI QIAO



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

10 分钟掌握销售谈判技巧/曾小燕编著.
—北京: 中国经济出版社, 2005. 1
(商务快译通)
ISBN 7-5017-6675-4

I. 1. 1... II. 曾... III. 贸易谈判
IV. F715. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 101247 号

出版发行: 中国经济出版社

(100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW. economyph. com

责任编辑: 陈 骝

(010-68308644 13621098588)

责任印制: 张江虹

封面设计: 蒋宏工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市地矿印刷厂印刷

开 本: 880 × 1230mm 1/48

印 张: 4. 375

字 数: 114 千字

版 次: 2004 年 1 月第 1 版

印 次: 2004 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-6675-4/F · 5386

定 价: 10. 00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586

68346406 68309176

编 委 名 单

主编 莫 测

编委	于天飞	于天鹏	于俊伟
	但红华	余振芳	周淑敏
	郭志台	曾小燕	曾 辉
	谭 周		

第一章：销售谈判前的准备

工作/1

如何客观分析自身条件/3

如何明确销售谈判前应收集的
信息/7

如何收集销售谈判信息/10

如何处理收集来的销售谈判信
息/13

如何选择销售谈判对象/16

如何分析谈判对手的目标/19

如何分析对手的优劣和风险/23

如何分析对方的谈判人员/26

如何分析销售谈判环境/31

如何制定销售谈判战略/36

如何制定销售谈判计划/40

如何组建谈判队伍/42

如何制定备用方案/43

如何进行模拟销售谈判/46

第二章：销售谈判的前期工

作/49

如何进行销售谈判开场/51

如何创造良好的销售谈判气

氛/55

如何确定销售谈判议程/59

如何正确报价/63

如何应对对方的报价/69

如何在谈判前期运用谈判技巧/74

如何用假设法判断对方心理/78

第三章：销售谈判的磋商和成

交/85

如何重新评估对方/87

如何找出解决对方问题的方案/92

如何在销售谈判中让步/95

如何在销售谈判中避免折中/102

如何战胜强硬对手/104

如何运用各种谈判手段/109

如何打破谈判僵局/113

如何利用互惠原理/119

如何判断谈判已进入收尾阶段/123

如何让谈判收场/124

如何把握签约意向/126

如何适时结束销售谈判/130

如何草拟协议/133

第四章：把承诺变成现实利

益/137

如何起草销售合同/139

如何做好合同的审核/143

如何准备签字仪式/146

如何履行协议/149

如何在重开谈判赢得胜利/151

如何为以后合作建立信任/156

第五章：销售谈判礼仪和情感

运用/159

如何展现积极健康的仪容/161

如何正确着装/165

如何在举手投足中表现风
度/170

如何展现语言的魅力/177

如何握手/183

如何做好接待工作/188

如何满足对方心理需求/191

如何和对方建立和积累感



如何消除谈判中的不良情 绪/197

附录：销售合同格式/200

第一章

销售谈判前的 准备工作

1

俗话说,知己知彼,百战不殆。要进行一场成功的销售谈判,仔细认真的准备工作是极为重要的。只有做了充分的准备工作,才能在紧张激烈的谈判中得心应手,从容应付各种突如其来的变化和冲突,从而在谈判中始终把握主动,使谈判朝着预期的目标迈进。

★ 如何客观分析自身条件

销售谈判的目标

己方的优势分析

风险分析

分析己方销售谈判人员

在进行销售谈判前，你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，只有这样，才能在谈判中不做无谓的努力。因此，你必须在销售谈判之前先从以下几个方面对自己进行盘点：

1. 销售谈判的目标

销售谈判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分析最大，以便从中探询解决问题的措施和途径。

根据己方多层次目标和对手的目标分析，可以列出销售谈判目标组合的均衡表格（如表1—1）：

表 1—1 销售目标组合均衡表

目标	最高目标	最低目标	对手目标	还价的可能性
价值				
价格				
数量				
质量				

续 表

目标	最高目标	最低目标	对手目标	还价的可能性
时间				
其他				

2. 己方的优势分析

优势可以包括产品的特点和优点，专利的保护，甚至一个出色而具体的销售计划，品牌名称，广告支持等等。

在具体实践中，我们一般可以从以下几个方面分析己方的优势：

(1) 过去的事实与未来的趋势。在准备销售谈判时，现有产品的性能特点、质量改进和过去的成功案例，未来市场趋势的有利数据，改进后的产品会给对手带来的好处等等，都是己方的优势，这些历史数据和发展趋势将大大增加己方的谈判力。

(2) 印刷材料和媒介。印刷的价格单、规格和贸易出版物上有益的文章也会体现己方的优势。人们常说“空口无凭”，“白纸黑字写得明明白白”，这说明在人们的脑海中，书面的信息比口头描述更为可信，尤其是在比较正式的商业洽谈中，这种书面材料不仅将显得更加严谨，诚心，也体现了对谈判对象的重视。

(3) 行业标准。在绝大部分的行业中都逐渐形成了一些通用标准。如果能指出遵守行业标准

的正当理由，那么对己方绝对是优势。

(4) 过去的客户。每当使销售谈判对象相信其他成功的客户使用你的产品或服务时（当然是成功的原因），往往可以加强己方在销售谈判中的有利地位。

(5) 个人的影响力。假设在己方组织里存在某位在行业内富有声誉的技术人员，就有机会利用这种声誉增加己方的谈判优势。

3. 风险分析

正所谓商场如战场。销售谈判的准备工作中，最关键的事情之一就是确定自己在谈判中的极限。只有明确了这样一个极限，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，什么时候可以做出适当的让步。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. 分析己方销售谈判人员

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特长,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。下面是一个典型谈判小组的成员和职能(如表1—2):

表 1—2 谈判小组成员和辅助成员

人 员	职 能
销售主管	销售谈判代表
销售经理	最后拍板人——白脸角色
技术人员	基本价格/运输/期限政策/技术信息
客户服务代表	后方协助和售后服务信息

在评估对手的基础上,客观正确地分析自身的相关情况,对于在谈判中灵活处理各种情况是很有帮助的。

★ 如何明确销售谈判前应收集的信息

销售谈判者自身的信息

销售谈判对手的资料

销售谈判环境的资料

销售商品的资料

在销售谈判前必须对对方的信息进行收集、整理、分析，以了解对方的意图、确定谈判目标、谈判战略与策略以及确定谈判计划和方式。销售谈判的成功与否，很大程度上取决于销售谈判的准备，取决于是是否收集到与销售谈判有关的所有关键信息。

通常来说，在销售谈判前，至少应当做好以下信息资料的收集。

1. 销售谈判者自身的信息

销售谈判者自身的信息包括谈判者自身企业的情况和谈判者个人的情况。

(1) 销售谈判者自身企业的情况，包括：

- 企业的性质；
- 企业结构；
- 企业组织形式；
- 企业规模；
- 生产经营能力；
- 活动情况；

- 盈利情况;
- 资金实力;
- 货源渠道;
- 市场占有率;
- 企业经营观念;
- 经营目标;
- 经营方针;
- 经营战略。

(2) 销售谈判者个人的情况, 包括:

- 谈判者的性格;
- 谈判者的特点;
- 谈判者的爱好;
- 谈判者的追求、信仰;
- 谈判者的知识结构;
- 谈判者的习惯作法;
- 谈判者的行为方式;
- 谈判者的能力、素质。

2. 销售谈判对手的资料

销售谈判对手的资料主要包括:

谈判对手企业的情况和谈判对手个人的情况。

(1) 销售谈判对手企业的情况, 包括:

- 企业的性质;
- 企业结构;
- 隶属关系;
- 组织形式;

- 企业的规模；
- 生产经营能力；
- 产品质量、价格；
- 产品的畅滞程度；
- 资金情况；
- 信誉程度；
- 经营特色；
- 盈亏情况；
- 市场占有率；
- 企业的经营方针和营销策略。

(2) 销售谈判对手个人的情况，包括：

- 对方谈判者的性格、爱好；
- 追求、信仰；
- 知识结构、能力、素质；
- 主谈人的谈判风格、文化背景、社会关系、习惯作法和行为方式。

3. 销售谈判环境的资料

销售谈判并不是在真空中进行的，而是在一定的法律制度和在某一特定的政治、经济、文化影响下的社会环境中进行的。在销售谈判前，谈判者必须详细了解的谈判环境主要包括与谈判者有关的下述信息：

- (1) 国家和地区的政治法律环境；
- (2) 社会文化环境；
- (3) 经济政策、经济制度；
- (4) 自然资源、基础设施；