

50

第一部对谈判者访谈的著述

五十位谈判人员的经历心得

数百位财经学子的体会感悟

原汁原味的深度访谈全记录

Business Negotiation

商务谈判 实战经验和技巧

——对五十位商务谈判人员的深度访谈

王建明 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

50

第一部对谈判者访谈的著述

五十位谈判人员的经历心得

数百位财经学子的体会感悟

原汁原味的深度访谈全记录

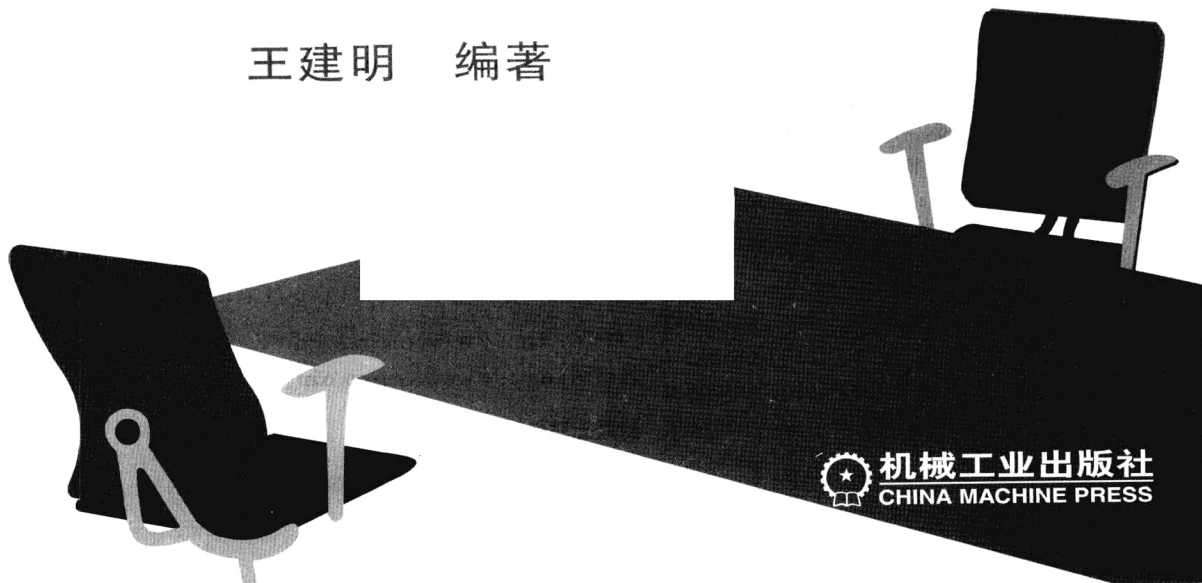
Business Negotiation

商务谈判

实战经验和技巧

——对五十位商务谈判人员的深度访谈

王建明 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书是一部对商务谈判实战人员深度访谈的著述。五十位被访谈人包括公司董事长、总经理、营销总监、销售经理、创业者、外贸员等，他们都是活跃在一线、基层的本土型、草根型的商务谈判人员。

本书采用访谈记录式的编写体例，由被访谈人讲述其亲身经历的方式编写商务谈判实战记录，所有访谈记录都是第一手资料。在总结被访谈人商务谈判实战经验和技巧的基础上，本书提炼了商务谈判的十二条一般原理和十二条中国特色。

本书可以作为相关专业（如市场营销、工商管理、电子商务、国际贸易、国际商务等）研究生、本科生、高职生学习“商务谈判”等课程的实训指导书、教学参考书或课外阅读书，还可以为相关的商务谈判实战人员提供实战操作指导。

图书在版编目（CIP）数据

商务谈判实战经验和技巧：对五十位商务谈判人员的深度访谈 / 王建明编著. —北京：机械工业出版社，2010.11

ISBN 978-7-111-32219-1

I. ①商… II. ①王… III. ①贸易谈判—经验 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 199407 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：商红云 责任编辑：商红云 安虹萱

版式设计：霍永明 封面设计：张 静

责任印制：李 妍

北京外文印刷厂印刷

2011 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

169mm×239mm·14.25 印张·260 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-32219-1

定价：25.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

门户网：<http://www.cmpbook.com>

销售一部：(010) 68326294

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售二部：(010) 88379649

读者服务部：(010) 68993821

封面防伪标均为盗版

前 言

本书是一部对从事商务谈判的相关人员（营销总监、销售经理、采购经理、外贸业务员、管理人员、创业者等）深度访谈的原始记录汇编，他们会告诉你一个个真实的谈判故事而不仅仅是理论的谈判知识。

商学院的学生经常存在这样的感慨，理论和现实之间往往存在很大的差距。这具体表现为在大学里学到的商务谈判理论知识在实践中大多“没有用”，实践中的谈判与理论上讲的谈判差距比较大。正像乔安·罗宾逊（Joan Robinson）形容的那样，“实践家叫苦说，他要的是面包，而经济学家给他的却是一块石头，他的叫苦是十分自然的。”^①可见，大学课堂上讲授的商务谈判理论知识还不能完全满足商务谈判实践的需要。尽管现在大学“商务谈判”课程教学也非常注重理论联系实际（如，强调案例分析、实训教学和模拟谈判），但是学生们依然感觉脱离实际。以商务谈判案例分析来说，现有的商务谈判案例多数比较陈旧，少数不陈旧的案例也缺乏深度、索然无味。而一些最新、有深度的谈判案例，课堂中没有条件也不可能展开教学和讨论。

可见，对于学习商务谈判的学生或毕业后将从事商务谈判相关工作（销售、采购、外贸、管理、招商等）的实践工作者，仅仅依靠课堂上学的商务谈判理论知识还远远不够。他们还需要了解在现实销售、采购、外贸、管理、招商等工作中，人们是如何有效地进行商务谈判的，特别是需要了解在中国文化背景下，现实中的商务谈判与理论中的商务谈判有什么差异。基于此，我们编写了这本《商务谈判实战经验和技巧——对五十位商务谈判人员的深度访谈》，以期对相关专业大学生和实践工作者提供参考。

本书收集了对五十位谈判人员深度访谈的“原汁原味”的记录。被访谈人包括公司董事长、总经理、营销总监、销售经理、采购经理、外贸业务员等，涉及的行业包括零售、证券、保险、制造、教育、通信、文化、餐饮、绿化苗木等数十个行业。尽管行业背景各异，但这些被访谈人身上都拥有着独特、鲜活、

^① 参见乔安·罗宾逊. 不完全竞争经济学 [M]. 北京: 商务印书馆, 1961: 1.

丰富的谈判经历。应该说，这些被访谈人既不是类似周恩来那样的杰出外交谈判家，也没有龙永图那样的参与大型入世谈判的“显赫”经历。但他们都是活跃在一线、基层的草根型、本土型的商务谈判人员，他们所讲的也都是中小企业或中小型生意的谈判经历。正因为如此，深入调查了解他们的经历、体会对于学习和实践商务谈判更有普遍意义和现实价值。[○]

从他们的谈判经历、体会中我们发现，中国社会背景和文化特征下的商务谈判不仅符合商务谈判的一般原理要求，还有着独特的中国特色元素。根据访谈结果，笔者总结了商务谈判的一般原理和中国特色。

具体来说，商务谈判的十二条一般原理如下：[○]

原理一：放下所有情绪，以良好的心态来面对是有效谈判的基础。

原理二：谈判是双方的博弈，心理战术比较重要。

原理三：知己知彼，百战不殆。

原理四：“察言观色”是谈判中最基础的。

原理五：谈判中应当随机应变。

原理六：把握客户需求，制定针对性的谈判策略。

原理七：针对不同的客户采用不同的沟通方式，才能获得良好的谈判效果。

原理八：明确谈判队伍的人员构成和分工合作。

原理九：在价格谈判时应遵循价值在先、价格随后的报价策略。

原理十：采用迂回策略以打破谈判僵局。

原理十一：谈判中应尽量考虑双方的平衡点，实现双赢。

原理十二：谈判是一种妥协的艺术，在生活中无处不在。

商务谈判的十二条中国特色如下：

特色一：客气礼貌是成功谈判的敲门砖。

特色二：微笑是一张无形的名片，是生意场上必备的。

特色三：用诚恳诚意与客户进行谈判沟通。

特色四：赢得客户的信任方能有效谈判。

特色五：在销售谈判时不要急着推销，先要和客户交流。

特色六：从人情世故方面入手可以达到意想不到的谈判效果。

特色七：通过细致贴心的服务以实现销售谈判的成功。

特色八：通过长期的感情联络以实现成功谈判。

○ 因为，现实生活中中小企业和中小型生意是商务活动中最普遍的。——编者注

○ 关于商务谈判的一般原理和中国特色的详细论述见本书总论篇部分。——编者注

特色九：销售谈判时要实事求是，不能夸大其词。

特色十：中国人谈判相对拖沓，需要耐心地“磨”。

特色十一：谈判地点的选择应根据对方喜好灵活安排。

特色十二：酒桌是一个很重要的谈判沟通场所。

从访谈中我们可以看出，中小企业或中小型生意的商务谈判没有理论教材上讲得那么复杂，也没有大型商务谈判（如入世谈判）那么正式。很多中小型生意的商务谈判没有正式的谈判室、谈判桌，也没有复杂、正式的程序，如营造谈判气氛、制定开局策略等，甚至都没有你来我往、针锋相对的讨价还价过程。中小企业或中小型生意的商务谈判有时很简单、很随意，但在中国的社会背景和文化特征下，要取得商务谈判的成功也有很多策略和技巧。中国是礼仪之邦、“关系文化”、“人情社会”，在这样的社会背景和文化特征下，礼貌、微笑、诚恳、贴心、沟通、情感等元素对商务谈判的有效进行具有非常突出的作用。另外，“酒桌文化”对于商务谈判的有效进行亦发挥了很大的作用。这些都是学习商务谈判理论知识的学生或初涉谈判工作的实践工作者所必须注意的。

值得注意的是，上面的十二条一般原理和十二条中国特色都是我们从被访谈人的谈判实践经验中归纳出来的，而不是从理论知识中总结的。换言之，这些谈判的一般原理和中国特色都是基于实践中的谈判思想，而不是基于课本上的谈判理论。因此，本书也可以认为是“实践主义学派”的一部谈判著述。

本书中，多数被访谈人以真实姓名出现，少数隐去了真实姓名。我们对乐于接受本次访谈并无私提供个人谈判经验的被访谈人表示衷心的感谢。浙江财经学院的数百位本科生参与了本次深度访谈和资料整理。他们是齐亚云、孙聪、吴甜甜、程飞、丁一琪、汪飞、章文、王丽燕、楼艳琳、丁海玲、陈颖颖、沈佳怡、詹斌、陈跃、茹玉婷、蒋程达、俞胜瑜、张巧儿、王静逸、金凯莉、周澹琳、王雅婷、王文婷、吴筱姍、唐璐、陈莉、陈莉清、沈玲玲、娄霞、楼颖、郑琪琦、王雅倩、韩菲菲、裴若旦、张誉严、王笛、黄金玉、朱琼瑶、史晨洁、尹正元、卢娟娟、余骏、王嘉曦、程丽、金雯俪、李窈、陈盼、谢芬、李苏蓉、周栩、汪涛、吴曦、胡康悦、吕竹君、马明杰、谢谦、徐鲁鲁、郑光鹏、朱宇航、孔依、张瑜英、戚晨晨、张明良、陈瑶、赵英豪、林卫杰、马广勤、王骁凡、赵雅琦、周文静、陈涵清、周五倩、齐思君、徐榆钦、周敏琳、董雪飞、康妮、孙晶晶、俞俊、胡小花、岑国珍、周虹玲、蒋传晓、沈肖依、翟林丰、韩宇驰、朱耀程、张磊、胡建迪、王业顺、杭双、姜春微、庄友静、廖海军、王依琳、夏雅菁、孙之晨、王琪、董方语、吴瑛、姚王芳、项琼榆、王星亚、俞琳洁、王小娜、韩婷婷、杨易颀、陶爱萍、李建妃、王立珍、周冰魂、郭赛

赛、吴丹城、黄帅雷、杨秀珠、田依娜、叶诗媛、凌晓凤、韦舒心、江挺洁、何聪、马似羽、李叶、李国冰、朱怡沁、曲芯、刘田红、陈玲玲、朱雅苗、马鑫岚、项冰倩、雷雨燕、刘斐、陈方、高媛、戴莎莎、庄佳力、杜燕菲、丁金祺、何俊东、尤杰、杨竞恬、林芷、张敏、秦婵娟、徐丹娜、单其耀、白方方、章温博、吴俊飞、贺淑琼、季瑞苗、李惊婧、楼珍英、王雪丹、王文欣、徐丹、沈婧、叶佳丽、杨海琳、周洁、陈姣娜、王舒心、江洁斌、邹丽萍、许高峰、王栩栩、张楠、金倩如、陈源源、朱琴音、徐颀恺、陈奇、黄寅寅、黄镇、陈李、俞凌光、费丽丽、韩琪飞、张宇乐、张忆南、杜聪、余妍遐、李远军、卞卡、卢华龙、阮宇超、朱国均、胡滋滋、莫文峰，等等。本书还总结了他们在访谈中的体会心得和感悟，这也是一笔宝贵的精神财富。浙江经贸职业技术学院的胡小爱老师对本书的出版也做了很多录音资料整理和文稿修改校对工作。在此一并向他们表示感谢。

本书主体内容共七篇（含总论篇）。各篇内容具体为：

总论篇 商务谈判的一般原理和中国特色。

第一篇 对公司董事长、总经理的深度访谈，共7个访谈记录。

第二篇 对营销总监、销售经理的深度访谈，共7个访谈记录。

第三篇 对公司管理人员的深度访谈，共7个访谈记录。

第四篇 对个体老板、创业者的深度访谈，共8个访谈记录。

第五篇 对销售人员、业务人员、外贸人员的深度访谈，共7个访谈记录。

第六篇 对大学教师、兼职学生的深度访谈，共7个访谈记录。

本书可以作为相关专业（市场营销、工商管理、电子商务、国际贸易、国际商务等）研究生、本科生、高职生学习“商务谈判”等课程的教学参考书或课外阅读书，还可以为从事与商务谈判相关的实践工作者（销售人员、采购人员、外贸人员、管理人员、招商人员等）提供实战操作指导。

最后，由于编者水平有限，加上本书完成时间比较仓促，书中如有不当或错漏之处，敬请各位专家、读者批评指正（邮箱：sjwjim@yahoo.com.cn）。

王建明于杭州·星星港湾

2010年7月7日

目录

Contents

前言

总论篇 商务谈判的一般原理和中国特色 /1

- 一、引言 /2
- 二、商务谈判的一般原理 /2
- 三、商务谈判的中国特色 /11
- 四、结束语 /21

第一篇 对公司董事长、总经理的深度访谈 /23

- “谈判要有双赢或多赢的理念”
 - 对生物开发有限公司董事长的深度访谈 /24
- “先谈价格，别人会比较敏感”
 - 对环保材料公司副总经理的深度访谈 /44
- “很多都是尔虞我诈，但是我不这样”
 - 对绣品公司总经理的深度访谈 /52
- “我国是‘酒桌文化’，什么事都喜欢拿到饭桌上谈”
 - 对餐饮企业总经理的深度访谈 /55
- “要充分了解市场需求，抓住客户的心理”
 - 对贸易公司总经理的深度访谈 /59
- “谈判过程中要建立一种信任的关系”
 - 对人才开发公司总经理的深度访谈 /62

“我想还是要以诚待人”

——对移动公司总经理的深度访谈 /67

第二篇 对营销总监、销售经理的深度访谈 /71

“要表现出能让客户看得见的诚意和诚信”

——对制造企业营销总监的深度访谈 /72

“谈判还是要看你给人的第一印象好不好”

——对证券公司客户经理的深度访谈 /75

“要注意跟大家的人际关系”

——对五金工具公司营销部经理的深度访谈 /79

“谈判谈判，谈谈‘盼盼’嘛”

——对房产公司营销总监的深度访谈 /84

“不要急着推销，先要和客户交流”

——对汽车销售经理的深度访谈 /87

“最主要的是你的心态，不能太急于求成”

——对汽车销售部经理的深度访谈 /93

“我给我们的老板示意不要过低让价”

——对仪器公司销售主任的深度访谈 /96

第三篇 对公司管理人员的深度访谈 /101

“知己知彼方能百战百胜”

——对水泥企业生产供应部部长的深度访谈 /102

“‘察言观色’是谈判中最基础的”

——对水产公司经理的深度访谈 /106

“谈判的主要诀窍是市场调查”

——对制造企业生产部部长的深度访谈 /109

“最核心的是谈判前的准备工作”

——对市场研究院顾问的深度访谈 /112

“谈判更重要的是双方目的要清楚”

——对汽车装饰件公司质量总监的深度访谈 /116

“谈判前必须作好充分的准备”

——对餐饮企业人力资源部经理的深度访谈 /119

“他们觉得你很有诚心，成功的概率就大大提高了”

——对钢材生意人的深度访谈 /122

第四篇 对个体老板、创业者的深度访谈 /125

“心理素质对谈判人员来说比较关键”

——对广告公司总经理的深度访谈 /126

“笑着说、笑着卖，这是做生意的道理”

——对服装店店主的深度访谈 /131

“首先要对顾客有礼貌，给顾客留下好印象”

——对服饰店店主的深度访谈 /135

“做生意还是要讲究诚信”

——对纺织公司老板的深度访谈 /138

“坦诚以待更有利于维持稳定的合作关系”

——对毛桃手工坊创业者的深度访谈 /141

“关键就是示弱”

——对四位网店卖主的深度访谈 /149

“服务态度要好，价格要公道”

——对手机店老板的深度访谈 /155

“尊重客户的意见，让客户尽可能地满意”

——对文化艺术策划公司创业者的深度访谈 /157

第五篇 对销售人员、业务人员、外贸人员的深度访谈 /163

“放下所有的情绪，以良好的心态来面对别人”

——对空调销售人员的深度访谈 /164

“最重要的还是要真情实意、耐心讲解”

——对数码公司销售人员的深度访谈 /169

“微笑就是一张无形的名片”

——对牛奶经销人员的深度访谈 /172

“还是老老实实和对方谈”

——对贸易公司外贸人员的深度访谈 /174

“慢慢和他们细细地讲，效果果然要好得多”

——对保险公司业务员的深度访谈 /177

“态度一定要非常好，要让对方感到你非常尊重他”

——对保险公司销售员的深度访谈 /181

“以诚待人，你对他诚恳，他也会对你实在”

——对数码城销售人员的深度访谈 /184

第六篇 对大学教师、兼职学生的深度访谈 /189

“从人情世故方面入手可以达到意想不到的谈判效果”

——对大学英语教师的深度访谈 /190

“准备工作占很大比例，收集信息是最关键的”

——对大学经济学教师的深度访谈 /193

“满足他们的要求，才会有商讨的余地”

——对大学体军部主任的深度访谈 /196

“只要准备充分，有应对措施，每个人都可以谈判”

——对大学外联部部长的深度访谈 /200

“心理战术比较重要”

——对旅行社学生旅游代理的深度访谈 /202

“谈判其实就是双方的博弈”

——对大学外联部部长、公关部副部长的深度访谈 /205

“无论成功或失败都是一笔宝贵的财富”

——对大学公关部干事的深度访谈 /211

深度访谈提纲 /215

参考文献 /217

总论篇

商务谈判的 一般原理和中国特色

一、引言

根据对五十位谈判人员的访谈结果，我们总结了商务谈判的一般原理和中国特色。为了尽量减少访谈人员个人的偏见、定见或影响，我们尽量使用被访谈人的原话来总结商务谈判的一般原理和中国特色。下面具体阐述。

二、商务谈判的一般原理

原理一：放下所有情绪，以良好的心态来面对是有效谈判的基础。

正如浙江省湖州市康宏汽车有限公司销售部赵振宇经理所说：

“一个好的销售顾问或销售经理最重要的是心态必须要好。因为心态决定你的成败。你的心态不能太急于求成。”

“彼岸”工作室空调销售人员胡丽娟也说：

“面对不同的顾客，你一定要心态好、情绪好，不管有什么情绪都要放下。我记得有个人，刘墉的儿子，他跟他爸爸吵架吵得很凶，面红耳赤。但当他的同学来找他的时候，他却可以马上转换心态，笑容满面地出去了。这就是一种应变能力，你要放下你所有的情绪，以一种好的心态来面对别人。比如你去推销，看到别人绷着一张脸，你就不能很不开心。都说微笑可以感染人嘛，首先你自己心态要好，跟他说话的时候语气也要好，就算别人发火了或者觉得你很烦，你也一定要保持你的微笑，这是一种礼貌，也是一种技巧，一种谈判的技巧，一种推销的技巧。”

原理二：谈判是双方的博弈，心理战术比较重要。

正如云南省汇元生物开发有限公司董事长、云南财经大学商学院教授聂元昆所说：

“谈判是一个各方面、全方位的博弈过程。你很想销售这个产品，而对方有很多谈判的对象，那你就处于下风，是稍微弱势的一方。这个时候你在价格上就会作出很多让步，在很多条件上你也会作出很多让步，这是如果你很想销的情况。如果你不太想销，那么你就处于上风，对方就处于相对弱势的一方。双

方是处于一个博弈过程。因为总有一个供求关系嘛，你要分析供求关系。在这个过程中，实际上双方一般很难是势均力敌的。当然，也会有这样的情况，就是对方和你差不多，那双方就胶着了，看哪一方需要采购或者需要销售这个产品。

……

还有我会碰到有的人一开始就给我一顿打压，其实他是要刺激我，说我的产品很差的，怎么怎么的，别人的都是怎么怎么的，这个时候我要非常平和地对待。因为说老实话，我们谈判的人都知道这不过是他让我愤怒的一个手段。碰到这种情况我就可以微笑，深呼吸使自己心态平和下来。所以，他说他的，我对我的产品要有一个真实的认识。我的产品是不是最好的？有的时候不一定是最好的，但是我这个产品有我这个产品的优点。要对自己有信心，千万不要被他一顿打压之后丧失自信心。这都是在博弈，谈判博弈就是一种心理博弈。

……

有的时候他让我感觉到我的产品不行。其实这是在博弈，是一个心理博弈，谈判是一个心理博弈的过程。心理博弈的时候我不能被他所吓倒，对自己的产品、对自己的企业要有一种信心、有一种认识，究竟我的产品处在一个什么样的位置。”

××旅行社学生旅游代理胡××也说：

“上学期有一个班级的学生想出去秋游，找到我们说是想去一个有山有水的地方，一共40个人，要去两天一夜，要求的价位是150~180元之间。于是我们给他们推荐了千岛湖和西塘，并给出每人250元的价格。他们说价格太高，要回去商量一下。我就及时把情况反映给旅行社，旅行社给出的最低价格是180元，但是人数不能少。后来学生们经过商量以后给出的最高价只能是190元，我就告诉他们旅行社的最低价格是220元。他们不同意加价，局面僵持不下。过了两天，我们觉得僵持下去对双方都不利，就打电话告诉他们190元可以接受，并签约，其实这也是一种心理战术。

……

无论是和学生谈判还是和旅行社沟通，最起码我要掌握这两方的心理，掌握局势。对学生来说，出价要合理，既能吸引他们又能获利，有时候要坚定立场，压住价格，有时候又要适当作些让步，这方面的话，心理战术就比较重要。”

浙江省宁波市中益实业有限公司营销部冯昂军经理也提到了心理战术的运用：

“你说到的技巧方面，我有时候可能会采用一些比较‘土’的办法。比如说会故意拖延对方，就像他会叫我们做，然后我就说，“我们这里特别忙，来不及做，你非要让我做的话，我可能只有把别的产品停下来”。这样呢，会让对方很急切，其实我也很想做，但是我会说我这边很忙，忙不过来，实在要做的话，我们要加班啊，现在人工费用又多了啊，或者是我另外还要开模具以及我另外还要增加设备。相对来说，我会一定程度地提高价格，可能会更多地考虑我们自己的利益。

……

我可以跟你说这样一个实际的案例。我前段时间去买车，这个车我是看好了的，基本上是定下来要买这个车的。当时在去买的时候，我考虑到车的价格、性能方面，就叫了几个朋友一起过去。其实过去也是抱着一种想买的心态，但是还想再把价格压低一点。因为现在买车，他们其实也有一种‘潜规则’。如果你急着要买的车，他们是会提价的。所以当时我让朋友给我出些点子。对方说，车子提现货的话没有，要现货只有在半年之后。我说半年太长了，能不能提早一点。销售员就说，‘提早可以，但是你要加5万元，因为这辆车是紧俏货’。当时我觉得要提价就不合理，所以我说要不到别的地方去看看。当时销售员就推荐我看看跟这个性能差不多的其他型号的车，跟我们说那辆车是有现货的。其实这个跟我们在企业的经营中是类似的，明明我有产品在库存中，如果对方催着我们快点发快点发，我就会说，‘行行行，可是货很紧，我们这里也在加紧生产，那我今天先给你发一点过来’。这样就满足了他急迫的需求心理。其实我也想快点把货发出去，这样就不用再占用地方存放这些产品了，资金回流方面也可以快一点。这也可以说是商业上的‘潜规则’吧。”

■ 原理三：知己知彼，百战不殆。

正如浙江省风驰机械有限公司生产部赵锦翔部长所说：

“谈判的主要诀窍是市场调查。第一步就是要掌握信息，了解市场信息，知己知彼，百战不殆。如果不了解这些，就会导致盲目的谈判，可能就会失去商机。掌握对方的价格等信息，使自己的利润有上升的空间，同时要保证对方也有利润，这样就能达到双赢的目的。”

云南省汇元生物开发有限公司董事长、云南财经大学商学院教授聂元昆

也说：

“如果能够掌握对方的资料，如通过一些朋友掌握对方的资料，那就最好。大企业的资料容易掌握，都可以在网上查到。最好是不仅查到对方公司的资料，还能够查到对方本人的资料。”

从事16年的外贸工作，具有丰富的外贸和谈判经验的周群老师也有这方面的深刻体会：

“我觉得最重要的一点是对业务的熟悉程度。现在我们做生意，商家都很精明，他们对于那些工厂的情况比我们都清楚。比如，现在的原料成本多少，国内销售价格多少，等等。也许还有一些因素我们自己都不知道，可他们已经事先摸得很清楚，为的就是在谈判过程中居于上风，尽量压低价格。那如果这个时候我们对于自己的业务不熟悉的话，这就是相当吃亏的。知己知彼，百战不殆。在跟商家进行价格拉锯的时候也不至于没有可行的说法。”

■ 原理四：“察言观色”是谈判中最基础的。

正如天津市建新水产公司经理王元英所说：

“在谈判之前，要先观察对方的心情，说些轻松的话，使对方对你有好印象。因为生意是否成功很大程度上取决于对方的心情，心情好，谈生意也会愉快和顺利。对方心情不好，对于任何事情都会有一种抵触的心理。所以说‘察言观色’是谈判中最基础的。”

浙江财经学院校学生会外联部部长陈豪也说：

“察言观色。看对方需要什么，我们又能提供什么，其实就是双方的博弈。如果对方是新手，就“忽悠”他，我最快的一次是20分钟就搞定了；如果是老手呢，就开门见山，坦诚一点。还有，当谈判僵持不下时，团队的领导者要表现得彬彬有礼，摆出高姿态，然后让团队的其他成员来发发火，表现出不耐烦的态度，这样双方都有台阶下，就能打破僵局。”

对于如何才能更好地观察，浙江省杭州市赛拉文化艺术策划有限公司创立者徐浩、冯琪总结说：

“注意细节。例如眼神，当他看手表时，说明他的时间比较紧，我们就会加快谈判速度。如果看见他在看手机或在发短信，就说明他有事，我们就会停一下。虽然都是一些小细节，但从中可以体现我们的细心，我们注意到了这些细

节，可以给对方温馨的感受。让对方感觉你这个人比较体贴，会让他放心，从而相信我们。”

原理五：谈判中应当随机应变。

正如浙江省杭州市赛拉文化艺术策划有限公司创立者徐浩、冯琪所说：

“双方在购买的物品上有分歧的时候，秘诀就是我们应当随机应变。但基本上我们要尊重客户的意见，即使不能做到100%，也要做到98%，让客户尽可能地满意，这是拉住客户、做到有稳定客户的前提。”

××数码城个人计算机销售人员徐××也说：

“就是你说一些专业术语之类的，让他也不是很明白，再随机应变好了，只能说尽量了。”

原理六：把握客户需求，制定针对性的谈判策略。

正如云南省汇元生物开发有限公司董事长、云南财经大学商学院教授聂元昆所说：

“我觉得就是要探测需求！探测需求！在谈判的过程中，一般是先认识，或者吃饭或者其他礼仪性的活动，这些都是必要的，都是形式。其实背后的目的就是不同的角度来探测需求，探测对方究竟有什么需要。我觉得谈到问题你应该说，‘没关系，关键是我们建立一个友谊，生意不成仁义在’。这是在表达着这样一个信息：你让对方怎么样看你，是对你比较信任？或认为你鼠目寸光，只注重眼前的经济利益？或可以是长期交易的合作伙伴？所以我觉得在这个过程中就是通过各种渠道探测对方的需求。从商务礼仪、商务交往上，或者说在具体的谈判过程中探测需求。一般在谈判的前段部分都是这样。

……

所以说在谈判的过程中探测对方的需求究竟是什么，我觉得这是最重要的。这只能是揣摩、大体判断。如果你了解到对方的需求，那你就很容易地跟他谈判。

……

为什么我当时和那个人（一个女老板）那么快谈下来？就是了解她的需求，我知道对方是一个非常豪爽的人，她不跟你啰里啰唆、谈来谈去、讨价还价的。她关注的是你的质量、你的设计是不是好。”