



金牌脱口秀全书

super
talk show

series

谈判应急 脱口秀

77种应急救场口才技巧

super talk show series

吴生明 叶昌德 主编



北方妇女儿童出版社



金牌脱口秀全书

谈判应急 脱口秀

77种应急救场口才技巧

吴生明 叶昌德 主编



北方妇女儿童出版社

内容简介

《金牌脱口秀全书》是一套训练你的说话智慧,让你自由选择有益于你的口才艺术,和你一生永相伴的口才明细宝典。本书重点介绍的是有关谈判的一系列的技巧,让你在各种谈判活动中超乎常人、应付自如。

金牌脱口秀全书

书 名:谈判应急脱口秀 ——77种应急救场的口才技巧

主 编:吴生明 叶昌德

责 编:冯 强 封面设计:胡小林

出版发行:北方妇女儿童出版社(0431-5640624)

地 址:长春市人民大街4646号(130021)

印 刷:北京中加印刷有限公司

书 号:ISBN 7-5385-2443-6/G·1581

开 本:850×1168(毫米) 印 张:308

字 数:499千字 版 次:2004年10月第1版

定 价:750.40元 本 册:26.80元

目录

1 谈判应从基础做起

1. 明了主持人的“核心”位置 1
2. 谈判中的内、外部引导 18
3. 行为和语言的重要性 24
4. 书写是基本技能之一 36

2 好口才才是谈判能力的体现

5. 口才的基本能力训练 46
6. 有效的说话方法 60

3 素质培养很重要

- 7. 谈判职业道德的要求 76
- 8. 具备全面的知识结构 81
- 9. 拥有严谨的能力素养 85
- 10. 良好的心理素质 89

4 谈判口才的独特要求

- 11. 谈判前的情感沟通 92
- 12. 活跃气氛消除尴尬 94
- 13. 投石问路了解意图 96
- 14. 另谋策略走出僵局 99
- 15. 倾听抱怨缓和情绪 104
- 16. 有理有节原则第一 109
- 17. 戒骄戒躁镇定自如 113
- 18. 机智灵活稳操胜券 116

5 了解谈判程式

- 19. 谈判准备知己知彼 137
- 20. 成功较量奠定基础 143
- 21. 善后工作大功告成 149

6 谈判讲求谋略

- 22. 谈判谋略智慧结晶 154
- 23. 谋略研究再卷风云 155
- 24. 把握要素稳掌胜券 158
- 25. 文化背景信息交流 159

7 谈判中的进攻技巧

- 26. 刚柔并济把握原则 165
- 27. 最后期限时间战术 167
- 28. 出其不意扑朔迷离 170
- 29. 投桃报李满载而归 172
- 30. 将心比心化敌为友 174
- 31. 高着低就铁腕魅力 176
- 32. 将欲取之必先予之 178
- 33. 擅长拒绝最高境界 180
- 34. 抛砖引玉前思后想 182
- 35. 胸有成竹言不在多 184
- 36. 先发制人言利之音 186

8 谈判中的防守技巧

- 37. 环境掌握敏感特殊 196
- 38. 以和为贵低调处理 199

- 39. 顾客至上高明之举 201
- 40. 尊重对方礼貌保留 205
- 41. 降低损失轻松攥钱 208
- 42. 大智若愚掩盖意图 209
- 43. 以逸待劳克敌制胜 211
- 44. 巧妙提问装聋作哑 212
- 45. 轻松自如豁达轻松 215

9谈判中的说服技巧

- 46. 说服技巧魅力无穷 218
- 47. 针对对象巧妙说服 220
- 48. 说服他人重在方法 221
- 49. 有效说服注重氛围 223
- 50. 说服时机揣摩把握 224
- 51. 说服距离不容忽视 226
- 52. 说服表情辅助手段 228
- 53. 说服姿势体现内心 229
- 54. 说服手势独特符号 231
- 55. 说服声调安贴丰富 232
- 56. 说服转换投石问路 234
- 57. 说服禁忌苦口婆心 237
- 58. 说服逻辑透彻严密 239

- 59. 说服权威效应巨大 241
- 60. 说服格言百炼精金 242
- 61. 说服怒言义正辞严 244
- 62. 说服示错新异刺激 246
- 63. 说服对症产生共鸣 248

10 谈判高手“秀”

- 64. 以退为进后发制人 251
- 65. 打破僵局天高海阔 254
- 66. 诱敌上钩故布疑阵 256
- 67. 察颜观色意义无穷 258
- 68. 狮子开口有理有节 263
- 69. 叙述技巧坦诚相告 265
- 70. 激将之法预留余地 269
- 71. 投石问路了解意图 271
- 72. 迂回入题奠基基础 283
- 73. 提问技巧有的放关 285
- 74. 答复技巧掌握方法 295
- 75. 知己知彼搜集材料 297
- 76. 学会说不拒绝有术 301
- 77. 吹毛求疵虚张声势 308

1 谈判应从基础做起

1. 明了主持人的“核心”位置

作为一个商务谈判的主持人,他所担任的角色在谈判桌上是处于核心的位置,并对谈判的进展有着引导的作用。因此其主持水准的高低好坏直接决定了商务谈判的成功与否。

作为一个谈判的主持人,首先要明了的是组织一场谈判的依据是什么,自己的组织应该根据什么因素进行调整变化,这就是我们平常所说的“有的放矢”。

从实务的角度来看,可以影响谈判主持的因素主要有五个方面:谈判人员、谈判气氛、谈判的目标、谈判的对手以及谈判的时间。

□ 优秀的谈判主持人

影响主持谈判的其中一个主要因素就是参加谈判的人员,其中包括主持人的商业、法律、行政、技术等方面的助手。作为一个优秀的主持人,其基本的技巧就在于能够充分地协调这些人员的互动性,挖掘出他们所隐藏的潜能。这主要表现在:和谐地配合、巧妙地使用、防止漏洞三个方面。

(1)和谐地配合。我们说“和谐地配合”是指主持人与他的助手们,以及助手们之间的一种配合。在谈判桌上的相互融合,要注意处理好三个方面的关系:主持人主动中的被动、助手们被动中的主动、参与者之间的沟通。如果这三方面的关系处理不好的话,将有可能出现“ $1+1=0$ ”的谈判结局。

我们所说的“主持人主动中的被动”是指在谈判活动中,主持人处于一个指挥谈判的地位,具有谈判的主动权。主持人应积极地发挥这种谈判的主动权,但在发挥的过程中又不能采取“一意孤行”的做法。因为在这其中存在一种制约因素,那就是助手们的态度和立场,他们的意见可以影响主持人的态度和立场。所以,我们说,这是谈判中被动的一面。这就要求主持人既要有自己的主见与决断,同时还要注意倾听助手们的意见,博采众家之长。在自己与助手的意见产生了分歧的时候,要善于辨清真伪。如果自己是正确的,即使许多人反对,也要敢于坚持真理;如果发现自己错了,要敢于承认,并及时纠正,以免在谈判桌上,失之毫厘,谬以千里。

我们所说的“助手们被动中的主动”是指在谈判活动中,助手们必须服从指挥,处于被动的地位,但又可以充分发表个人见解,以帮助主持人客观地判断谈判的形势。作为主持人的助手,在谈判桌上,既不能因被动地位而不关心大局的发展,也不能因主动积极而固执己见,不善于处理分歧。当然处理好分歧也不是一件容易的事情,这就要求在谈判中处于被动地位的助手们,在主动工作的时候,要注意尊重主持人,注意提出问题和意见的方法,既要有立场,同时还要有原则。

参与者之间的沟通是指参加谈判的人员中,必然有经常的、充分的思想交流。这种思想交流除了关于谈判的意见之外,还

要有一种情感的交流。即在唇枪舌战的过程中,增加了相互的信任感和了解,这样就可以创造内部组织中最佳的决策环境,避免感情因素的失误。

(2)巧妙地使用。在大型商务谈判中,主持人的助手人数常常是根据谈判的规模决定的。谈判的项目越大,主持人的助手就越多,谈判的项目越小,主持人的助手就越少。但不论多少,基本的道理是一样的,那就是善用助手,既要用其所长,又要用其要点。

所谓“用其所长”指的是不论什么专业的助手,使用他们时,要注意发挥他们的专长。比如:法律助手,主要是协调查阅有关法律文件和拟写有关谈判的合同条文、契约文件。而商业助手,则是在商业条款上,协助精算和清理合同。行政助手则是协助各种批文的办理或是协助审理谈判中的标的是否合乎政府规定。技术助手协助对标的物的技术问题进行鉴定或负责技术问题的谈判。总之,各方面的人员基本上应该做到各就各位,达到“八仙过海,各显其能”的谈判效果。

而所谓“用其要点”则表现为主持人根据谈判的需要,适时地用上自己的谈判助手,有利于谈判的顺利进行。特别是对于那种工作量大、时间紧迫的商务谈判,为了让谈判得以全面展开,常常让商业、法律、行政、技术等各方面的助手分担谈判任务,从而在主持人的领导下,相互呼应,协调配合,大大减轻谈判的难度和加快谈判进度。

(3)防止漏洞。谈判中经常出现的漏洞主要有技术方面、数字方面、人际关系方面等等,最常出现的是人际关系方面的漏洞。因为谈判的主体是人,人是谈判活动中决定性的因素。在谈判桌上,你的对手为了掌握谈判的主动权,常常运用攻心的谋

略,各个击破。所以在谈判活动中,经常由于外来者的挑拨使内部产生冲突,从而引起谈判主持人既有方案的溃败。

外来的挑拨是谈判桌上出现漏洞的主要原因和直接原因。你的对手只要看到主持人和助手之间的任何微小差异(观点、地位、得失——名誉与物质),或助手之间存在的差异或配合的错位(起因于默契不够),他们常常采用反间计或者是制造舆论来动摇你方的军心和立场。所以,针对这一点,在商务谈判进行之前,要有意识地加强训练,包括统一对外的口径,确立对外的发言人,确立一致的立场和观点,向助手讲明其所为的反效果。

内部冲突的扩大是谈判桌上出现漏洞的间接原因。在进行谈判之前,对于内部谈判人员在观点、看法方面出现的分歧应该进行整合,不能使冲突扩大,更不能将这种内部的冲突带到谈判桌上,让对手有机可乘,最好的办法是自己内部解决,实在不行则请上级出面加以协调。总之,绝不能在谈判桌上从参与人的脸上、气氛上表现出来。否则,这就等于是给你的对手有机可乘,这是谈判桌上的大忌。

□ 谈判气氛的影响

谈判气氛又称为谈判的环境。作为商务谈判的主持人,他必须时时刻刻关注谈判的环境,而且要密切注视谈判气氛对主持活动的影响,并以此来调节主持的技巧。

谈判的气氛包括:地理环境(指的是谈判是客座还是主场谈判)、政治环境(指谈判双方所属的政治制度及外交关系)、经济环境(指的是供需关系的状况)。

(1)地理环境。时间是第一要素。在主客场谈判中,对时间的要求各有不同。如果是客场谈判的主持,则要求时间安排

较为紧凑,同时还要争取得到对手的配合。在对手的地盘上打持久战是不足取的。如果在自己的地盘上,则可以给对手以时间上的压力,提高自己在谈判桌上的地位,有利于掌握谈判桌上的主动权。所以,在主场谈判的时候,可以将时间的频率放松一点,以此来让对手着急。

如果是三边或多边谈判,则主场的谈判者应该以积极的姿态去争取“快节奏”,才能在谈判桌上取得满意的谈判效果。这种情况下,如何做好“铺垫”的工作,是对主持人谈判水平的一个考验。比较典型的是中性的、无伤感情的手段:“我知道贵公司来一趟不容易,我们的压力也很大,时间对于我们双方来说都是非常宝贵的。如果贵公司有诚意,则时间不会需要太多。反之,如果不能顺利地达到一致的意见,那么时间再多也是没有用的。”

而另外一种比较典型的则是:“我很高兴贵公司能够在百忙之中派人前来洽谈这笔生意,由于我方在该项交易中人手有限,但业务又很多,所以我希望我们双方能够紧密配合,争取用……天的时间来结束谈判。”这种则是一种带有压力的铺垫。更有甚者,可以直截了当地对对手说:“我已拟定某日出差,仅有这几天的时间可以与贵公司进行谈判,我希望在这有限的时间之内我们双方能够达成一致的看法。”

谈判人员是谈判气氛中一个重要的因素。在本地进行谈判,则投入的谈判人员的自由度相对来说要大一些,人员不固定,一般根据实际的情况加以增减和补充。但在对手的所在地进行谈判的时候,人员的选派则必须严格,谈判的队伍少而精悍,要求谈判人员要一专多能,以一当十,同时对于派出的谈判人员要授予相当的决定权,才能使他们在谈判中减少顾虑,放开

手脚。

谈判活动中策略的运用是一个非常重要的因素,这在本书中有大量的实例,以及专章的讲述。在此我们不多作赘言。值得注意的是,在主场谈判中,主持人运用谈判策略的自由度比较大,在客场谈判中,则相对地要小一些。在客场谈判的主持中,较多地运用“攻心战”、“影子战”与“强攻战”等。

地理环境中另一个因素是谈判的用语。在谈判桌上一般用语较具规范,其间还夹杂一些外交辞令。在进行防守的时候,也可采用一些军事性语言,特别是出于谈判中的劣势或对手刁蛮无礼时,更是有用军事性语言的必要。

(2)政治环境。如果主持人在商务谈判中遇到的对手是来自一些尚未建立外交关系的国家,则在谈判中应该特别地注意以下几点:

在谈判人员的安排上要注意派出政治经验、社会经验、外交经验等较为丰富的人来担任谈判的主持人。如果实在没有这一方面合适人选的话,则主持人的发言主题应由上级事前确定,并在各场谈判之后以口头或书面形式向上级汇报谈判的情况。

谈判活动中的用语要既富于外交性,同时还要具备商业性。作为主持人切忌过于生硬、直观地表述自己的观点和立场。由于双方所在国家没有外交关系,彼此的了解不够深入,因此采取谨慎、礼貌的态度对于商业谈判是非常有利的。对于在谈判过程中出现的分歧,应该采取试探性或讨论性的态度,不作正面回答或将问题暂时先搁置,以缓和紧张的气氛。譬如你可以这样说:“可能对贵公司的具体情况不是很了解,因此很难表示同意。如果按照我方的习惯去评判的话,又可能不太确切。因此,在情况允许的前提下,能不能给我方再提供一些新的资料,

以便我们能够更深入地了解贵公司的立场？”这样的一席话，既表达了你方的不同看法，又充分表现了你方为对手考虑的胸襟，从而使得问题得到顺利解决，可谓是一举多得。

在谈判的时间安排上必须注意在双方的政治环境不太紧张或不太敏感的时候。在谈判的次数上而应加以限制，每一轮谈判的时间安排不宜过长。

在谈判的策略上，宜多采用“以守为攻”的谈判技巧。因为生疏，所以应该主动地让对手多讲，使其充分地暴露自己的立场和观点，然后，可以针对对手的说法，逐渐地加以“讨论”。除此之外，还要创造性地运用“先礼后兵”的策略，在主动地创造一种“信任感与亲切感”的前提下，放下戒心融洽谈判气氛。另外还可加以运用“挡箭牌”策略，这是为了避免在分歧上陷入正面的冲突，就对谈判对手假以托辞：“我们还得请示一下上级。”或是：“关于这一点，我们必须与有关部门商量商量。”这种办法既可缓和谈判过程中所遇到的困境，也可为自己调整反攻策略赢得时间。

(3)经济环境。商务谈判的经济环境是指谈判双方在宏观的经济舞台上所扮演的不同角色。不论是“求人者”还是“被求者”，都对谈判中双方的地位影响非常大，它也促使主持人在谈判活动中有所考虑。

主持人的经济环境也同样表现在人员、策略、时间和有关用语等方面。

在人员的安排上，如果是处于“求人者”的地位时，那么参与谈判的人员素质必须精明能干，技术与商业知识要求全面广泛。只有这样，才能转化求人的被动地位，在一定的谈判阶段将求人变为被求，以尽力争取谈判中更大的利益。如果这一点做

得不好的话,则你方将付出很大的代价。

对于具体的策略运用,在“求人”的阶段,主持策略则是要竭力避免过早发生对抗,故而多采用“攻心战”、“拖延战”、“擒敌先擒王”等策略。如果你及时地化被动为主动之后,则可以采用简洁的谈判策略果断地与对手结束谈判。

在时间的安排上,如果处于“求人”地位的时候,谈判的时间不宜过长,可以次数多一些,延续的时间要适当,以不让对手“厌烦”为原则。譬如:当对手已经表明他近期难以考虑的时候,你如果再采取三番五次的劝说,那么你的效果将适得其反。因为对手在被你反复纠缠之后,最容易心生反感,甚至会干脆拒绝这笔交易,不留一点挽回的余地。当然,也可能因为你的“精诚所至”,最终使得“金石为开”。但此种情况一般要预先进行调查,有绝对的把握之后方可进行。如果你处于“被人求”的地位时,则主持人可以不要求时间的限制,主要决定自己的交易政策。如果有意与之成交,则应该留出足够的时间进行谈判;如无意与其谈判,则应当机立断,结束谈判。

在主持人的用语方面,在处于“求人”地位的时候,多采用正规的书面用语或外交辞令。俗话说得好:兜个大圈子再走进去,让对手感到不突然,或者说让对手在不知不觉中接受一种平等的思想,从而产生与你谈判交易的兴趣。在处于“被人求”的时候,则不必那么费力,直接运用商业及法律语言即可。

□ 谈判目标的确定

在商务谈判中,如果按目标来分类的话,一般有三类不同的谈判。即:不求结果的谈判、签订备忘录与协议书的谈判、签订准合同与合同的谈判。基于这三类谈判的所定目标不同,那么

在主持的过程中,将根据实际的情况进行调整,才能收到最佳的谈判效果。

我们总结许多谈判主持人的成功经验,归纳出五个关键点,即是:参加人员、谈判环境、谈判的时间安排、谈判中的态度以及谈判运用的策略。我们将在三种不同的谈判类型中来具体地分析这五个关键点的不同表现。

(1)不求结果的谈判。在这类谈判活动中要求参加谈判的人员人数不宜太多,相应对于对手出场人数而言,以相等或稍少为宜。人员的级别一般情况下与对手相当。如果属于“货比三家”中不可能中选的一家,即仅作为“秤”用,对于别家(可能被选中的一家)起压制作用的谈判,则人数不宜太少,可用与对方人数相等甚至略多的人员参加谈判,而且级别不宜太低,可以略为高一点,至少主持人的级别应该与对手相当,以利于激起对手的谈判积极性,达到无结果、但有目的的谈判效果。

谈判环境同样分为主场谈判和客场谈判。如果是在对比选择中的谈判,在决战阶段,则必须以本土为谈判的地点。因为,既然是当“秤”,自然要将其他对手先后或同期(尤其是在决战阶段)邀请到本土来谈判。否则,就达不到“秤”的最佳效果。若为出口,将视产品与项目的地位而定,多为“求人者”主动上门。

在谈判时间安排上,也要根据实际情况而定。如果是试探性的谈判,则时间的安排不宜过长,因为拖延会消除双方的信任感。如果是与在竞争中可能失败的一家谈判,时间的安排不宜过少,时间的运用不宜过度集中,以致于谈判早于全局谈判结束。安排的时间应立足于将谈判的内容谈完,结束的时间要拖到全局谈判已实现“成交”为止。