

21世纪高职高专

市场营销实训教程

王方 编著

商务谈判 实训

Shangwu Tanpan Shixun

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21世纪高职高专
市场营销实训教程

王方 编著

商务谈判 实训

Shangwu Tanpan Shixun

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连

© 王 方 2009

图书在版编目 (CIP) 数据

商务谈判实训 / 王方编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2009. 4
(21 世纪高职高专市场营销实训教程)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 607 - 2

I. 商… II. 王… III. 贸易谈判 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F715. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 050201 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总 编 室: (0411) 84710523

营 销 部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm 字数: 212 千字 印张: 10
2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤 张晓鹏 责任校对: 赵 楠
封面设计: 张智波 版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 607 - 2

定价: 20.00 元

“21 世纪高职高专市场营销实训教程” 编委会

☆ 编委会主任

卢昌崇

☆ 编委会副主任

赵 宁 窦志铭

☆ 编委会成员（以拼音为序）

操 阳 居长志 李海琼 李文国 李小红 李玉清
邵安兆 余伯明 孙虹乔 孙玮琳 田梦飞 王 方
王 妙 吴 玮 谢红霞 徐汉文 徐盈群 阎文谦
杨群祥 邹笑言

编写说明

职业教育从它开始大力发展的那一天起，就无时无刻地不与改革联系在一起。无论是教学改革，还是人才培养模式的改革，一次比一次彻底，需要解决的问题一次比一次关键而重大，而高等职业教育的改革更是首当其冲。

就目前正在探索的技能型创新人才培养模式的改革来说，一个有效的高等职业教育人才培养模式应该包括两个方面：其一是有利于技能型创新人才培养的办学模式，其二是有利于技能型创新人才培养的教学模式。办学模式的完善，需要政府、学校和企业三方联动，而教学模式的完善，离不开教材的建设与创新。教材是教师表达教育理念、传播专业知识、指导实践活动的主要窗口，是学生了解和掌握专业知识及技能与能力的最重要的平台。

教育部高等教育司高职与高专教育处处长范唯博士曾经强调，高职首先要强调职业化，这是第一位的。职业化是高职真正的生命力所在，没有“职”就没有高职，所以首先是“职”的特色落实和职责所在。高职是要有设计、有目标、有理性地去实现职业化，而不仅仅是经验的重复，这正是高职的“高”。高职教育的职业化主要通过实践教学环节来确立和提升。教育部在2006年11月16日发布了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》，其中明确提出“校企合作，加强实训、实习基地建设”和“大力推行工学结合，突出实践能力培养，改革人才培养模式”，九项行动指南中有两项就是和实训相关的。在此之前，教育部也多次在不同的文件中提到“加大实训的力度，增加实训环节占整体教学的比例”。因此，高等职业教育的实训教学的开展是紧迫的。

市场营销专业开设历史较长，专业性强，涉及面广，与企业的关联较大，其所培养的人才是跨行业的、复合性的应用型人才，适合采用灵活多样的教学方法与手段。对市场营销专业人才培养教学模式的探索，成为开设市场营销专业的高职院校教学改革的重要内容。而锻炼和提升学生的实际操作能力和综合职业能力，实践性教学是关键，更是其他环节所无法替代的，因此强化实训成为该专业教学改革的重中之重。

作为高等职业教育教材领域的内容创新者和服务提供者，东北财经大学出版社在已有成果的基础上，继续加大教材的开发力度，探索全新的编写模式，勇于接受挑战，组织并编写了本套“21世纪高职高专市场营销实训教程”。我们力求本系列教材能够较深刻地理解和把握高等职业教育内涵特征、贴近实际工作、满足教学需求、助推市场营销专业课程体系的改革和教学方式的转变，从而为市场营销专业建设和教学改革的全面展开贡献一己之力。正是基于这样一种前提，本系列教材在保留了科学性、先进性等基本特征的基础上，还具有以下三大特色：品种齐全，内容丰富；体例创新，训练到位；贴近实际，普遍适用。

1. 品种齐全，内容丰富

市场营销专业在逐步的积累和完善过程中，无论是在该专业对应的职业岗位对技能和能力的要求方面，还是在实训与现有课程的有机结合方面，都已经形成了比较统一的认识。因此，本系列教材包含了市场调查与分析实训、推销实训、营销策划实训、公关实训、连锁经营实训、分销渠道设计与管理实训、网络营销实训、商务谈判实训、商务礼仪实训、市场营销综合实训等品种，门类齐全，内容翔实。

2. 体例创新，训练到位

为了方便实训指导教师开展实训教学，我们将每本教材的内容分为两部分，即实训概述部分和实训任务指南部分。实训概述部分主要对实训的意义、目的、任务、考核以及课时安排和教学方法等一一作以介绍和说明，方便实训指导老师使用；实训任务指南部分则以模块为框架，逐项列明每个模块下具体包含的实训任务。每本教材的模块都是本着锻炼和提高与该课程对应的职业岗位要求的技能和能力而设置，打破传统的以理论为线索的章节模式，在每个模块下设置具体的实训任务，一个模块由多项实训任务来支撑，而每一项实训任务以仿真或模拟的工作环境为背景，以明确的工作任务为导向，引导和帮助学生演练工作内容，从而锻炼和提高其实践操作能力和综合职业能力。当然，工作内容的背后有理论知识作支撑。实训任务中具体包括实训目的和要求、场景设计、相关知识、训练步骤（含注意事项）、效果评价、知识拓展等栏目。

3. 贴近实际，普遍适用

2 高职教育是在教育大众化背景下应运而生的新型教育形式，教育成分复杂，办学体制多元，具有多样性。每所院校的实际情况各不相同，表现在教育资源多寡、历史渊源有别、发展机会不等或者办学环境不同等方面，总之，在同一种人才培养目标下的具体操作存在一定的差异。我们在组织编写本系列教材的时候也考虑到了这些差异，抓住相关职业技能和能力的共性要求和内涵特征，尽量做到求大同存小异，使其具有普遍适用性。在实际的使用过程中，各院校也可按照自身的教学特点和课时安排灵活取舍。

值得欣慰的是，当前，全社会对高等职业教育的认识正日益提高，基本上形成了全社会关心、重视和支持高等职业教育发展的良好氛围。本系列教材的编写也是希望在推动各院校的营销专业建设与改革方面发挥一定的作用，尤其希望对营销专业的实训方面起到一定的促进作用，得到广大师生的认可和欢迎。

前言

商务谈判是联系现代经济生活的纽带，有交易的地方，就有商务谈判，小如农贸市场上的讨价还价，大到成套自动化生产设备的引进，都离不开商务谈判，由此可见，掌握商务谈判技能，具备掌控谈判局面的能力，是一个现代商务人士最为重要的业务素质之一。商务谈判课程正是为这一目的而设立的，它是一门实践性较强的专业课程，因此在商务谈判课程的教学中，理论知识的传授是第二目标，第一目标应该是通过本课程的学习，使得学生在语言表达能力方面有所提高，能够有效地进行人际沟通，掌握商务谈判的基本策略和技巧，最终达到全面提升学生综合商务素质的目的。为此，我们编写了这本《商务谈判实训》。

一、本书的编写意图

本书的编写时值教育部高职教学改革如火如荼进行之际，深处其中，我们认真梳理了自己多年来的教学思路，提高了对高职教育的认识，深刻地体会到高等职业教育应该以劳动力市场的需要为依据，以就业为导向，通过学校教育与社会生产实践的紧密结合，按照生产实践的需要，针对不同的岗位培养有一定技能的专门人才。从教学内容的设计上看，高等职业教育注重的是学生的综合职业能力及专业技能的培养。这就要求高职教育必须按不同的就业岗位所需要的职业能力进行教学内容的设计，要打破传统的学科体系模式组织教学内容，以素质为基础、以能力为本位进行教学，这样培养出来的学生才具有很强的职业能力，才能实现人才培养与岗位职业要求的“零距离”。

1

本书正是顺应高职教育改革的大方向，打破了传统的课程体系，以商务谈判课程为主线和核心，将市场营销、国际贸易实务、国际商务谈判等多门商务核心课程的知识点和技能点相融合，在内容和体例方面都有所创新，体现了高职院校市场营销专业模块化教学的学科群优势，希望为培养学生的职业素质和综合商务技能起到良好的推动作用。

由于本书是为适应日新月异的现代商务活动对从业人员的知识结构、实践能力和基本素质的要求而编写，因此它立足于提高学生的整体商务素质和综合职业能力，在认真总结传统的商务谈判理论与实务教材优缺点的基础上，突出实战训练，力求准确、简单地介绍商务谈判的过程和主要方法，同时形象化、流程化地将商务谈判操作技能以具体的操作任务形式展现出来，有利于学生对所学的知识与技能的理解和吸收，避免了传统教材只解释知识，不传授技能，更不进行大量实训的不足。

二、本书的特色

1. 情境模拟，任务驱动

本书实现了体例上的创新，以实训模块作为训练和学习单元，每个模块都精心设置了

一个仿真性极强的实训任务环境，并针对任务进行分步骤模拟操作，以完成任务为目标，将相关的商务谈判技能与知识贯穿其中，使学生明白其所学的知识在每一个操作步骤中所发挥的作用，并初步掌握各个环节操作的技巧和方法，使得学生能够学以致用。同时，本书在编写手法上的创新能够有效激发学生的学习兴趣，锻炼学生的动手能力，为实现学生的“零距离”就业目标打下坚实的基础。

2. 实战案例，内容真实，资料丰富

本书两位编著者均是资深的双师型教师，王方副教授多年在大型家具连锁企业担任高级营销顾问，韩军副教授具有14年的商务实战从业经验，书中的大部分案例广泛取材于近几年发生在生产第一线的真实商务项目（为保护企业商业秘密，部分案例没有采用真实的企业名称），资料丰富，时效性强，有很强的针对性。

三、本书编写分工情况

本书由山西财政税务专科学校王方副教授总体设计，并编写了“第一部分 商务谈判实训概述”，以及“第二部分 商务谈判实训任务指南”中的“模块一”、“模块二”、“模块三”、“模块五”。山西大学商务学院的韩军副教授编写了“第二部分 商务谈判实训任务指南”中的“模块四”、“模块六”、“模块七”。

2 本书在编写过程中，查阅并参考了大量的教材、著作和文献资料，吸收和听取了国内许多资深商务人士的宝贵经验和建议，得到了主管单位领导、有关部门和同事们的有力支持和帮助，在此表示衷心而诚挚的谢意，特别要感谢山西财政税务专科学校副校长赵丽生教授。同时，书中将近半数的操作案例出自于编写者多年的商务实践和友情企业的无私提供，借此特别向天津中能国际贸易有限公司董事长关向阳先生和闫鹏程先生，以及山西尚源工贸有限公司董事长周贺先生，表示深深的谢意和无尽的感激。

在本书的编写过程中，我们时常感到自己很难跑赢时间，加之高等职业教育改革日益深化，而我们的认识粗浅，水平有限，仓促之中，疏漏和差错之处在所难免，请广大读者批评指正。

王方 韩军
2009年2月

目 录

第一部分 商务谈判实训概述	一、商务谈判实训的意义	2
	二、商务谈判实训的目的	2
	三、商务谈判实训的训练内容	3
	四、实训学时安排表	4
	五、实训成绩考核办法	5
	六、实训方法简介	5
第二部分 商务谈判实训任务指南	模块一 商务谈判准备	8
	实训任务 1 商务谈判背景分析	8
	实训任务 2 商务谈判地点选择与场所布置	12
	实训任务 3 商务谈判计划制订	17
	模块二 商务谈判开局模拟	26
	实训任务 商务谈判开局模拟	26
	模块三 商务谈判对抗模拟	33
	实训任务 1 商务谈判实力对抗模拟	33
	实训任务 2 商务谈判让步模拟	43
	实训任务 3 商务谈判僵局处理	51
	模块四 价格谈判模拟	59
	实训任务 1 商务谈判报价模拟	59
	实训任务 2 价格磋商模拟	69
	模块五 商务谈判语言沟通	81
	实训任务 1 商务谈判叙述模拟	81
	实训任务 2 商务谈判提问与答复模拟	92
	模块六 商务合同谈判	104
	实训任务 1 商务合同谈判程序	104
	实训任务 2 商务合同结构与内容	115
	模块七 商务谈判礼仪	133
	实训任务 1 商务谈判礼仪准备	133
实训任务 2 商务谈判礼仪模拟	142	
主要参考文献	150	

概述

商务谈判
实训

第一部分

商务谈判实训

一、商务谈判实训的意义

人的本质在于社会性。社会，则是人们相互作用的产物。实际上，没有社会交往，任何人类社会都不可能形成。自从有了人类及其社会交往活动，也就有了谈判。几乎每个人都在某一特定条件下，成为一个谈判者。与小商贩讨价还价，购买他的农产品，和单位领导讨论个人的工作待遇，也可能作为企业代表与其他谈判者磋商某一交易合同，甚至作为外交人员与其他国家的官员商讨国际间的事情。这些都是谈判，谈判是我们生活中不可缺少的一部分。有关资料研究表明，发达国家约有 10% 的人每天直接或间接从事谈判活动，其中商务谈判占 50% 以上。21 世纪的学生需要掌握谈判技能。

一方面，商务谈判是一门实践性、操作性极强的课程。商务谈判技能是需要通过不断的实践来掌握和提高的，而商务谈判实训正是让学生在较短的时间里，在专业教师的指导下，通过商务谈判仿真模拟训练，达到提高商务谈判技能的目的。

另一方面，商务谈判实训课程的开发适应了职业教育的基本要求。当前，职业教育对课程评价有了新的标准，即强调能力目标、任务训练和学生主体，摒弃了以往学科教育对课程评价的标准，即知识目标、问答习题、教师主体。所以，商务谈判课程需要教师通过引导学生参加各种基本谈判任务的训练，以及系统的应用操作训练，实现提高谈判能力的目标。

二、商务谈判实训的目的

2

商务谈判实训的目的是通过以商业职业活动为导向、以谈判能力为目标、以学生为主体、以沟通素质为基础、以实训模块为载体，实现商务谈判理论和实践为一体的职业教育课程要求，完成提高商务谈判综合技能的目标。

第一，语言表达能力的训练。商务谈判实训首先是对学生正确语言表达能力的训练，通过叙述、提问、答复、说服等能力的训练，实现语言和行为语言的有效运用。

第二，有效沟通能力的训练。商务谈判也是一种有效沟通的过程，通过商务谈判实训，培养学生有效沟通、达成共识的能力。

第三，商务谈判准备工作的训练。商务谈判作为一种商务活动过程，需要大量的前期准备工作，前期准备是谈判顺利进行的必要保证。前期准备包括资料的收集与分析、计划的制订、场所的安排等。这些都是对谈判组织工作能力的训练。

第四，商务谈判基本策略的训练。商务谈判中会有大量的谈判技巧与策略的运用，这些对于实现谈判目标起到非常大的作用。

第五，双赢谈判观念的形成训练。现代谈判要贯穿一个重要的原则——“双赢”，商务谈判实训自始至终都贯穿着“双赢”理念，同时这也是正确处理问题的有效思路。

总之，商务谈判实训对于锻炼和提高学生解决实际问题的能力，加强综合素质的培养都将具有明显的效果。

三、商务谈判实训的训练内容

(一) 训练目标

1. 素质目标

(1) 分析能力。

能以动态的观点和联系的观点辩证地分析从多种渠道取得的信息资料；通过倾听，观察行为语言，及时、准确地做出分析判断。

(2) 预测能力。

系统了解和掌握谈判项目的市场背景，充分做好谈判的一切准备工作，对谈判的发展趋向具有一定的预测能力。

(3) 协调组织能力。

善于协调各方面关系，组织各类人员，恰当运用手中的权力，有效领导谈判小组完成谈判目标。

(4) 语言表达能力。

无论是语言表达的内容，还是语调以及体态语言，都能够准确、恰当地表达自己的意思。

(5) 文字表达能力。

书面文字的表达能力通过谈判计划书的起草、商务合同的撰写得以展现。

(6) 控制能力。

对谈判全局的控制能力，包括对谈判气氛的控制能力、人际关系的控制能力、谈判进程的控制能力、谈判结果的控制能力等。

(7) 职业道德。

正直诚实，讲求诚信；不用威胁、欺诈等违反法律和道德规范的不正当手段；不会为个人利益放弃职业道德标准。

2. 知识目标

(1) 掌握商务谈判应遵循的基本原则。

(2) 掌握商务谈判基本的理论知识。

(3) 掌握商务谈判的常规操作步骤。

(4) 掌握商务谈判常见的技巧策略。

3. 技能目标

(1) 能够迅速、有效地收集有关谈判项目的背景信息，并进行谈判的可行性分析，为制订谈判计划提供可靠依据。

(2) 能够恰当地确定谈判目标，制订并撰写谈判计划。

(3) 熟练掌握谈判场所的布置、日程的安排。

(4) 能够灵活运用各种谈判策略，推动谈判进程。

- (5) 恰当进行语言表达，实现谈判双方的有效沟通。
- (6) 正确制定商务谈判合同，熟练完成商务谈判合同的签署。
- (7) 正确运用商务谈判礼仪，营造融洽的商务谈判气氛。

(二) 训练内容

1. 商务谈判准备。
2. 商务谈判开局。
3. 商务谈判对抗。
4. 价格谈判。
5. 商务谈判语言沟通。
6. 商务合同谈判。
7. 商务谈判礼仪。

四、实训学时安排表

实训内容	实训任务	实训学时数
模块一 商务谈判准备	商务谈判背景分析	10
	商务谈判地点选择与场所布置	
	商务谈判计划制订	
模块二 商务谈判开局模拟	商务谈判开局模拟	4
模块三 商务谈判对抗模拟	商务谈判实力对抗模拟	8
	商务谈判让步模拟	
	商务谈判僵局处理	
模块四 价格谈判模拟	商务谈判报价模拟	8
	价格磋商模拟	
模块五 商务谈判语言沟通	商务谈判叙述模拟	8
	商务谈判提问与答复模拟	
模块六 商务合同谈判	商务合同谈判程序	8
	商务合同结构与内容	
模块七 商务谈判礼仪	商务谈判礼仪准备	6
	商务谈判礼仪模拟	
合计		52

五、实训成绩考核办法

（一）成绩分布

在每个实训项目中，每个学生在小组中的个人表现占总成绩的 20%，小组成绩占总成绩的 80%。

个人表现主要包括出勤情况、个人实训操作情况、与同组成员分工配合情况。

小组成绩主要包括全组成员分工配合情况、实训操作过程和实训内容掌握情况、实训报告的内容与文字表达情况。

（二）级别设置

实训考核分为优、良、中、及格、不及格五个等级。考评 60 分以下为不及格；60 ~ 69 分为及格；70 ~ 79 分为中等；80 ~ 89 分为良好；90 分以上为优秀。

（三）考核规则

详见各实训任务中的效果评价。

六、实训方法简介

商务谈判实训主要是通过设立具体的实训项目场景，在教师的引导下，学生模拟谈判角色，参与到商务谈判实训活动中去，以实现提高谈判能力的目的。在实训中应注意以下几个方面。

首先，商务谈判实训应以学生自己训练为主，以教师引导为辅。在每项实训任务中，教师在对实训背景、相关知识介绍完后，可以把学生分为若干个小组，由学生自己独立完成实训任务的全部过程。训练结束之后，教师应作出点评。

其次，每位实训小组成员人数不宜过多，以 5 人左右为宜。每位实训小组的组长由组员轮流担任，以锻炼每位学生的组织能力，提高学生的参与度。每项实训任务的分组不需要固定，可根据情况重新组合，形成新的团队，以锻炼学生与不同人合作的能力。

再次，商务谈判实训的重点应放在学生的语言表达能力、文字表达能力、组织协调能力，以及行为语言能力的训练上。

最后，在校内实训的基础上，教师应鼓励学生在社会实践活动中，有意识地参加各种商务谈判活动，并给予必要的指导和帮助。同时，教师应指导学生阅读有关的谈判资料，以扩大学生的谈判视野。

模块一 商务谈判准备

充分的准备形成坚实的谈判基础，能给谈判者以胜利的信心。如果准备充分，谈判者就能有力地调动与控制谈判对手，利用各种论据和背景材料武装自己，克服任何底气不足的感觉。大多数人喜欢谈判没有什么阻力，那么准备工作就是避免困境的首选举措。商务谈判准备模块将从商务谈判背景分析、商务谈判地点选择与场所布置和商务谈判计划制订等三个方面进行商务谈判准备工作的实训。



实训任务1 商务谈判背景分析

一、实训目的和要求

通过获取可靠的商务谈判背景信息，为制订谈判计划提供依据。要求掌握收集、分析谈判背景信息的内容、途径和方法。

二、场景设计

谈判一方：国内炒货五强、安徽炒货生产企业 Z 公司的 KA 部销售总监林之。

谈判另一方：乐多超市采购负责人。

林之与乐多超市采购负责人就 Z 公司炒货进入乐多超市进行谈判。为使谈判顺利进行，林之必须事先对该次谈判所涉及背景资料进行收集和分析。

三、相关知识

商务谈判成功的关键取决于对谈判相关信息的掌握与正确分析。准确、可靠的谈判信息是确定谈判目标的基础，也是制定谈判策略的依据。在商务谈判中，谁在谈判信息上拥有优势，能够知道对方的真正需要和他们的谈判利益界限，谁就可能制定正确的谈判策略，掌握谈判的主动权。

（一）谈判环境因素的分析

商务谈判是在特定的社会环境中进行的，社会环境各种因素如政治环境、经济环境、社会文化环境、自然资源环境、基础设施条件、气候条件、地理位置等，都会直接或间接地影响谈判。谈判人员只有对上述各种环境因素进行全面、系统、正确的调查和分析，才能因地制宜地制定出正确的谈判方针和策略。

1. 政治环境。

①国家对企业的管理程度，涉及参加谈判的企业自主权的大小问题。

②经济运行机制。在计划管理体制下，企业只有争取到了计划指标，才可能在计划范围内实施谈判，灵活性较小；在市场经济条件下，企业建立起独立的管理机制，有较大的经营自主权，谈判的灵活性较强。

③国家对谈判项目在政治上的关注程度。

④谈判对手当局政府的稳定性。

⑤买卖双方政府之间的政治关系如何。

2. 宗教信仰。

该地区占主导地位的宗教信仰对人的道德观、价值观、行为方式的影响。

3. 法律制度。

法律制度是指法律的执行程度、法院受理案件的时间长短。

4. 商业做法。

①企业的经营风格、管理模式。

②对文字方案的要求。

③是否存在商业间谍活动，注意妥善保存机要文件，以免谈判机密被对方窃取。

④如果一个项目可以同时与几家公司谈判，谈判的选择余地就大得多，如果能够抓住保证交易成功的关键因素，就可以为达成交易寻找到最佳合作伙伴。

⑤协议的形式及约束力。

5. 社会习俗。

谈判者必须了解和尊重该国、该地区的社会风俗习惯，并且善于利用这些社会习俗为己方服务。

6. 基础设施与后勤供应系统。

①谈判对方人力资源情况。

②物力、交通运输条件方面的情况。

7. 气候因素。

气候因素对谈判也会产生多方面的影响。

(二) 对谈判对手的调查

对谈判对手的调查是谈判准备工作最关键的一环，知己知彼，百战不殆。如果同一个事先毫无任何了解的对手谈判，谈判中很可能遇到极大的困难，甚至会冒很大的风险。谈判对手的情况是复杂多样的，主要调查分析对方的客商身份、自信情况、资本、信用及履约能力，以及参加谈判人员的权限、谈判时限、谈判目的等情况。

(三) 对谈判者自身的了解

俗话说，知人者智，自知者明。要想在谈判中做出明智的选择，仅仅了解对手的情况是不够的，还需要很好地分析谈判者自身的情况。

1. 谈判者自身在谈判中的地位。

谈判信心来自对自己实力和优势的了解，也来自谈判准备工作是否做得充分。谈判者应该了解自己是否准备好说服对方的足够的依据，是否对可能遇到的困难有充分的思想准备，一旦谈判破裂是否会找到新的途径实现自己的目标。

2. 谈判者自身需要的认定。

谈判者需要认清通过谈判，己方希望满足哪些需要、哪些需要必须得到全部满足、哪些需要可以降低要求、哪些需要在必要情况下可以不考虑、哪些需要是可替代的。