



「立刻变身谈判专家」

刘川◎编著

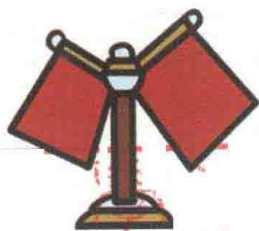
# 谈判 心理学

判 懂 心 理 · 说 话 入 人 心

中国出版集团 现代出版社

# 谈判心理学

刘川◎编著



中国出版集团



现代出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

谈判心理学 / 刘川编著. —北京: 现代出版社,

2018.1

ISBN 978-7-5143-6807-9

I. ①谈… II. ①刘… III. ①谈判学—社会心理学

IV. ①C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 011508号

## 谈判心理学

---

编 者 刘 川

责任编辑 李 鹏

出版发行 现代出版社

通信地址 北京市安定门外安华里504号

邮政编码 100011

电 话 010-64267325 64245264 (兼传真)

网 址 www.1980xd.com

电子邮箱 xiandai@vip.sina.com

印 刷 福州凯达印务有限公司

字 数 185千字

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 8

版 次 2018年5月第1版 2018年5月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5143-6807-9

定 价 35.00元

---

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

谈判是人类交际活动的核心内容之一。只要有人类交际活动，谈判必然会存在，言语的或非言语的，有意识的或无意识的。购物、问询、销售等谈判无处不在。你无法摆脱谈判，你只能成功或者失败。

这并不意味着你必须时刻积极地就生活中的每一件事进行谈判，但对那些关注自己周围交际活动的人而言，这的确会让他们获得比期望中更多的东西。

在这里，我们摒弃这样一些谈判辞令，如“做出一系列的相互让步”或“找到一个积极的解决问题的范围”。那种认为人要么“乐于合作”、要么“争强好胜”的看法并不正确。人的行为往往由具体情境决定。而人和具体情境并非配合无间、默契十足。

谈判其实是这样一个心理过程：

首先，迫使对方按照你的意愿行事。

其次，让对方按照你的思路思考。这个层次比第一层次要好一些：让对方从你的想法中看到合理的利益。这就是被称为“基于利益的谈判”。

然而，在现实世界中，仅靠这种谈判通常无法获胜。在大部

分重要的谈判中，情绪因素占有很大的比例。人们经常会做出许多不理性的行为。对对方而言，这场谈判越重要，基于利益的这种谈判就越不起作用。将注意力集中在了解理性的人认为有效的谈判方式，这还远远不够。

接下来，我们将去了解，在谈判的过程中，真正起作用的究竟是什么。在和他进行谈判的过程中，这才是通往成功的起点。

再次，让对方理解你想让他们理解的观念。对成功的谈判而言，了解对方的观念是其中必不可少的基本环节。之后，你便可以采用渐进式策略逐渐转变对方的观念。这样会有效缩短谈判时间，增强谈判的自我实施能力，使谈判更轻松顺利。

最后，让对方感受到你想让他们感受的。这一方式完全靠自己实施。如果你愿意，你可以深入了解对方的情感世界和对方的“非理性状态”。几乎每个人都是通过自己的感觉和知觉来看待世界。当出现压力和风险变大的时候，人们通常就会感情用事，无论表现明显与否。与基于利益的谈判相比，将情感因素考虑在内的谈判的含义要更宽泛。当对方意识到你在意他们的感受时，他们就会更愿意倾听，也就更容易被打动、被说服。

所有这些内容谈判策略、谈判技巧、谈判模式、谈判态度放在一起就是一个谈判过程。这个过程是一种和他人交谈的方式，是表现自己的一种方式，是可以帮助你获得更满意的结果的方式。虽然它是一种独立的技巧，但这个过程旨在成为你生活中的一部分；让成功的谈判变得和普通谈话一样自然。这个过程并非必须坐在谈判桌前或在一个正式场合下才能完成。这个过程就是你的生活。

## 第一章 知己——了解自我的优势，力从心发

- 知识是优势谈判的力量 / 2
- 谈判中逻辑思维的作用 / 5
- 你是否有惊人的洞察力 / 8
- 做好谈判前的准备 / 15
- 谈判中发挥语言的魅力 / 18
- 认同自己，也让别人认同你 / 24

## 第二章 知彼——了解对手弱点，打蛇七寸

- 先找到真正能决策的人 / 38
- 掌握客户的资料，再销售 / 40

- 利用内线找到客户需求 / 44
- 先了解客户性格，再进行谈判 / 47
- 通过细节体察客户内心 / 51
- 谈判中如何搜集对方的信息 / 54
- 在谈判中消磨对手的意志 / 59

### 第三章 窥心——察言观色，掌握对方心理意图

- 小动作出卖客户的心理 / 66
- 眼睛是客户内心的窗户 / 68
- 欲擒故纵，吊起对方的谈判胃口 / 71
- 细微的动作会出卖你的内心 / 74
- 这些动作显示对手在撒谎 / 76
- 坐姿能看出客户怎么想 / 79
- 与谈判者保持一定的距离 / 82

### 第四章 策略——藏巧露拙，进行心理迷惑

- 谈判中如何面对客户报价 / 86

- 谈判中的拖延战术 / 89
- 谈判就是心理战 / 93
- 让对方出价的谈判方式 / 98
- 谈判中要有条件地让步 / 101
- 谈判时要集中精力 / 104
- 谈判中要控制好情绪 / 109

## 第五章 谈判——喜怒不形于色，谋定而后动

- 谈判中如何应用诡辩 / 114
- 谈判中不要露出你的把柄 / 119
- 谈判中辅助工具的用法 / 123
- 谈判中的单刀直入法 / 127
- 鲍威尔谈判法 / 130
- 谈判时说“不”的艺术 / 133
- 欲擒故纵谈判法 / 136

## 第六章 博弈——灵活运用战术，完成心理较量

让对方接受自己的观点 / 142

谈判是一场心理的较量 / 146

突破僵局的攻心术 / 149

谈判中要以礼相待 / 153

谈判中需要点“威胁” / 157

催款这活不容易 / 160

谈判博弈的最高境界 / 164

## 第七章 掌控——凝聚心智力量，战胜顽固对手

谈判高手对时间的掌握 / 168

谈判地点选择有学问 / 171

谈判中的圈套与陷阱 / 173

谈判中如何消除对抗 / 185

谈判中要静观其变 / 194

善用黑脸 / 白脸策略 / 205

谈判中如何和对手达成共识 / 212

## 第八章 成交——有张弛有进退，双赢才是最好的结局

谈判中设法让对手亮出底牌 / 222

先肯定客户，再成交 / 225

善用谈判成功的“催化剂” / 228

懂得跟进才能快速成交 / 231

高效成交离不开压力 / 235

让客户看到对手会更快成交 / 238

谈判中要实现双赢的结果 / 242

NEG  
OTIA  
TIO  
NS

第一章 知己  
——了解自己的优势，力从心发

---

## 知识是优势谈判的力量

我们已经知道，谈判家的魅力来源于他的种种能力，而这种种能力又不是与生俱来的。能力只能来自知识、来自经验。知识和经验是能力的两大源泉。

谈判是直接与人打交道的社会实践活动，它要求谈判者富于创造性和应变能力，与此相适应，就要求谈判者在知识结构上，既有广博的基础知识，又有精深的专业知识。

基础知识是智慧和才能的基石，基础知识越广博、雄厚，适应能力就越强。现代教育理论认为，“知识陈旧周期”的加速，是科学技术高速发展的表现。据美国统计，一个大学毕业生在学校所学的知识，5年后就有一半过时。因此，只有牢固地掌握雄厚的基础理论和基础知识，才能比较好地适应科学技术和现代社会日新月异发展的新情况。

基础知识涉及面很广，数学、语言学、经济学、民俗学、管理学、运筹学、社会学、心理学、行为科学等，都是谈判者必备的基础知识。此外，像文学、历史、地理等，也都是

谈判者必备的基础知识。它们可以使谈判者在谈判中显得风度翩翩、气度不凡，更加自由地施展才华。

现代科学的一个鲜明特点是，既高度分化，又高度综合。第二次世界大战以来，又以综合的趋势占主导地位。具体表现为自然科学与社会科学的相互渗透愈演愈烈，边缘学科不断兴起，知识增长与更新的趋势日益增加。因此，专业技术人员要建立专与博的知识结构，以适应这个变化。一个人知识的博，主要表现为对基础知识的占有，专则是指对从事本职工作所必备的专业知识的掌握。基础知识往往决定一个人的修养和风度，专业知识则决定一个人知识的深度和从事本职工作的能力。因此，对于一个谈判者来说，只有具备了广博的基础知识，同时又具备精深的专业知识，处理问题时才能做到当机立断、洒脱自如。

商务谈判人员应该具备的专业知识主要有：商业业务知识，财务知识，国际贸易、国际金融、进出口业务、技术转让知识，市场营销学、运输与保险知识，国际结算和世界市场行情以及各种法律知识，如国际商法、保险法、公司法、合同法、专利法等。

以上讲的是一个优秀谈判家应该具备的知识结构。当然，完全符合上述要求的谈判家是不可多得的。当今世界是知识爆炸的时代，据美国国家研究委员会和联合国教科文组织的统计：当代基础科学已有 500 个以上的主要专业。而一个专

业化的人才，精通一门专业就要花去毕生的精力，因此，浩如烟海的科学技术知识绝不是一个人所能完全掌握的。但一个谈判者，只要肯下功夫，不断提高知识和业务修养，就能够把自己锻炼成为优秀的谈判家；并且，通过谈判群体的知识互补，完全可以克服个人的局限性。

知识赋予给谈判家的力量是显而易见的，从下面的例子中可见一斑。

大家知道，法国是盛产葡萄酒的国家，外国的葡萄酒想打入法国市场是很困难的。四川农学院留法研究生李华博士经过几年的努力，终于使中国葡萄酒奇迹般打入了法国市场。

可是，中国葡萄酒从香港转口时，港方说，按照土酒征 80% 关税、洋酒征 300% 关税的规定，中国的葡萄酒要按洋酒征税。

面对这一困境，李华吟出了一句唐诗：“葡萄美酒夜光杯，欲饮琵琶马上催。”（王翰《凉州词》）并解释说，这说明中国唐朝就能生产葡萄酒了。唐朝距今已有 1300 多年了，英国和法国生产葡萄酒的历史，要比中国晚几个世纪，怎能说葡萄酒是洋酒呢？

李华用一句唐诗驳得港方哑口无言，只好承认葡萄酒按土酒征税。试想，如果李华不熟悉这首唐诗，岂不要多花许多冤枉钱吗？

## 谈判中逻辑思维的作用

谈判者应具有较强的逻辑思维能力。列宁说：“任何科学都应用逻辑。”谈判者如果在谈判中能够熟练地运用逻辑，就可以更好地洞察对方的心理，善于发现对方的逻辑错误，以利于突破对方的防线，同时使己方的会谈严谨，对方寻不出破绽，无懈可击。

因而，谈判者不仅要善于察言观色发现各种线索，还要善于运用这些线索进行逻辑思维。

### 1. 概念

逻辑学认为，概念是人类思维的第一步，它是客观事物普遍的、本质的、概括性的反映。如果谈判双方虽然用的都是一个提法，但他们所指的内涵或所包容的东西却大不相同，就很容易造成误解。在商务谈判中，谈判对手可能故意模糊、混淆甚至偷换概念来麻痹你，诱你受骗上当，千万要当心。

中国古代兵家就有偷梁换柱这一招。公元前 205 年，韩

信领兵攻打魏王豹，发现“魏王盛兵蒲坂”，他便在蒲坂西岸的临晋，大张旗鼓集结船只，扬言要从临晋渡黄河攻打蒲坂，而暗中却调主力部队从临晋北面的夏阳偷偷横渡黄河，打得魏王措手不及，被生擒。在商务谈判中此种暗中改换事物的本质或内容，以达蒙混欺骗之目的的事例确有不少。

## 2. 判断

判断是对事物具有或不具有某种特性的识别和认定，它在概念的基础上，通过概念之间的联系与区别来进行。正确的判断有赖于对事物概念的准确把握。概念不准确或错误，将直接导致判断的错误。

在商务谈判中，做出一个正确的判断并非轻而易举的事。谈判者所看到或听到的，可能是谈判对手为了迷惑自己而做出或说出的种种假象。判断在于去伪存真，谈判者应善于摒除对手的种种伪装，发现对手的真正意图和目的，否则很容易处于被动地位。

## 3. 推理

推理是人们从已有的判断中按照一定的逻辑规则推导出新的判断或结论。通过推理，人们能够从已知的东西出发去了解、认识未知的东西。

推理可以按照前提和结论的一般程序分为三类，即演绎推理、归纳推理和类比推理。

演绎推理是由一般性的前提推到个别性的结论。如“非

全自动洗衣机目前在市场上都呈降价趋势，贵方生产的洗衣机显然不是全自动洗衣机，为什么还要价这么高？”买方可以以这样一个演绎推理向卖方压价。

归纳推理与演绎推理正好相反，是由个别性的前提推到一般性的结论。对于谈判者而言，归纳推理可以用于积累经验。如果一种谈判策略在类似的情况下屡试不爽，那么谈判者就可以将其加以推广，以后凡是遇到此类情况，均可运用此种策略。毫无疑问，归纳推理也可以用于说服对手。

类比推理则是指由个别性的前提推出个别性的结论。如谈判者可以说：“北京某厂同类产品售价才 15 元，上海某厂同类产品售价才 14.5 元，你们为什么要价 18 元？”显然，他是用类比推理在说服卖方压价。

商务谈判中的逻辑思维极其复杂，这里只是蜻蜓点水式的一点提示。优秀的谈判者善于运用逻辑思维从自己的所见所闻中发掘出那些对于自己有价值的东西。