

商业项目招商业务谈判及流程 培训手册

深圳中原地产长沙项目组

一、商业谈判的几种障碍

障碍之一：没有调控好自己的情绪和态度。人受感情支配，在交涉过程中一旦受到拒绝，常常会产生不满或采用反击的态度，成果导致争论。而态度过于软弱，又会导致原则和利益的丧失。因此，在交涉前，必须调控好自己的情绪，做到不卑不亢。

障碍之二：对对方抱着消极的感情，即不信、敌意、怀疑、袭击、诱使、压迫、愤怒等隐藏的感情，导致双方的距离拉大。

障碍之三：自己“固守”，忽视交涉双方的共同需求。

障碍之四：出于面子的心理需要，对妥协和必要的让步进行抵御。

障碍之五：把交涉和谈判当作是一种“胜败”或“你死我活的战争”。

以上五种障碍可以被突破和处理，是谈判和交涉成功的关键，也是建立良好的人际关系与妥善进行社交活动的一门艺术。在交涉、谈判的过程中，不管是怎样的谈判对手，要让他不说“不”，或从说“不”到说“是”，有五条心理学对策：

第一，控制你自身的情绪和态度，不为对方偏激的情绪，语言所左右，要有冷静的高瞻远瞩的气概。

第二，让交涉对方的情绪保持冷静，消除双方之间的不信任、警戒和敌意感，这是交涉成功的必要条件。

第三，多与交涉对方寻找共同点，致力于处理双方共同面临的问题。

第四，在交涉、谈判过程中，让对方保住面子，让对方积极地从“交涉成功”的角度去思索，形成心理定势。

第五，让交涉对方理解“互相协调，互相合作”是成功的最高、最善之策。在交涉过程中让对方领悟到这一点，需要花费你一定的精力。

以上五条心理学对策中，最重要的是第一条“调控你自身的情绪和态度”。

这五条对策，可以运用于多种社会活动和人际交涉过程中，如情绪急躁的上级，性格任性的孩子，难以合作的同事，难以理喻的买卖交易，回避战争危机的外交活动，法庭上的金钱纠纷官司，防止离婚危机的夫妇等，使你在谈判和交涉时有一种良好的心理基础。

二、谈判的某些原则和技巧

一般，我们在一般谈判时都会想到要讲究某些原则技巧。在买卖双方到达一笔买卖交易时，一般我们会看到，双方都会竭尽全力维护自己的报价。一般的谈判也最轻易将谈判的焦点集中在价格上。例如，一位精明的卖主会把自己的产品讲的天花乱坠，尽量抬高自己产品的身价，报价要尽量高；而另一位出手不凡的买主也会在鸡蛋里挑骨头，从不一样的角度指出产品的局限性之出，从而将还价至少压低到对方出价的二分之一。最终双方都会讲出无数条理由来支持自己的报价，最终谈判在无奈状况下成为僵局。假如不是僵局，那么一般是一方作出了一定的让步，或双方通过漫长的多种回合，各自都进行了让步，从而到达的是一种中间价。这样的谈判方式，我们在商务活动中是非常常见的。

上述谈判方式，我们在谈判学上称之为“立场争辩式谈判”。立场争辩式谈判的特点是，谈判每一方都在为自己的既定立场争辩，欲通过一系列的让步而到达协议。立场争辩式的谈判属于最一般的老式谈判方式。许多简介的谈判技巧也都是从这个出发点来谈的。我们认为，假如在商业活动中，大家都遵照这样的谈判原则与技巧，往往会使谈判陷入一种误区。我们从实践中得到的教训却是，这种谈判方式有时最终谈判各方会不欢而散，甚至会破坏了双方此后的深入合作机会。因此，我们在这里就提出一种谈判要到达什么目的和遵照什么原则的问题。从商务角度来看，谈判应使得双方都得到商务发展的机会。为此，我们遵照的谈判原则与技巧至少应满足如下三个原则：

（1）谈判要到达一种明智的协议

明智协议的关键特点就是双赢，谈判的成果应满足谈判各方的合法利益，可以公平地处理谈判各方的利益冲突，并且还要考虑到符合公众利益。考察立场争辩式谈判，我们认为，立场争辩式谈判方式使谈判内容和立场局限在一种方面，双方只重视各自的立场，而往往忽视了满足谈判双方的实际潜在的需要。

(2) 谈判的方式必须有效率

谈判的方式之因此应有助于提供谈判效率，是由于谈判到达协议的效率也应当是双方都追求的双赢的内容之一。效率高的谈判使双方均有更多的精力拓展商业机会。而立场争辩式谈判往往局限了双方更多的选择方案，有时简直是无谓地消耗时间，从而给谈判各方带来压力，增长谈判不成功的风险。

（3）谈判应当可以改善或至少不会伤害谈判各方的关系

谈判的成果是要获得利益，然而，利益的获得却不能以破坏或伤害谈判各方的关系为代价。从发展的眼光看，商务上的合作关系会给你带来更多的商业机会。然而，立场争辩式谈判往往却忽视了保持商业关系的重要性，往往使谈判变成了各方意愿的较劲，看谁在谈判中更执着或更轻易让步。这样的谈判往往会式谈判者在心理产生不良的反应，轻易伤害“脸面”，从而破坏谈判各方的续存关系。

三、人的原因怎样影响谈判

1、“生意不成，仁义在”阐明了什么问题？

在商务谈判中，人的原因有时在谈判中起到相称大的作用。由于，谈判者不是一方抽象的代表，谈判是由人构成的。人的原因波及多方面，如首先应当承认人是具有情感的；有既定的价值观；不一样的人具有不一样的文化和教育背景、不一样的观点，从而导致其行为有时确实会深不可测。因此，在商务谈判中首先要处理人的问题。

对于任何的商务谈判，假如将人的问题处理好了，人的原因将会在很大程度上增进谈判的到达；假如处理不好，那么也许会使谈判一败涂地。我们常常听到有些谈判者会讲“生意不成，仁义在”，足以看出谈判者对人的原因的重视程度。

2、“我与否对人的原因予以了足够的重视？”

按照前面我们所论述的成功谈判的基本原则，我们但愿人的原因在谈判中能起到这样的作用，即在互相信任、互相理解、互相尊重、保持友好的基础上保持长期的合作关系。使谈判顺利进行，并且有效。我们不但愿人的原因在谈判中出现下列状况：如，双方存在认识问题的极大差距；谈判一方极度生气，态度消极低沉，甚至出现恐惊或敌对情绪，或感觉象受到侵犯；我们也不但愿在谈判中，对方曲解你的意思，或双方产生误解，甚至互相指责。人的原因在谈判中自始至终是一种无法回避的问题：你在谈判中一直应当问自己，“我与否对人的原因予以了足够的重视？”

3、人的原因在谈判中能否处理？

谈判者在谈判的整个过程中，应时刻注意人的原因在谈判中与否在起积极作用，与否带来了消极作用，怎样防止消极作用，使谈判走向成功。我们认为，采用一定的措施是可以处理人的问题的。人的问题在我们的谈判原则框架下也是第一种要处理的问题。

首先遵照的一种基本原则就是将人的问题与谈判的实质利益辨别开。这是任何谈判都要遵照的一种基本原则。这也是处理人的问题的一种基本前提条件。我们懂得，每个谈判者所追求的利益都是具有双重性的，即实质利益与关系两个方面的利益。而关系指的就是人的问题。好的谈判者重视双重利益的结合，不过其结合并既不是将人的问题与实质利益问题混为一谈，也不是将实质利益与关系对立起来。前者的极端例子是有人在谈判时对人进行“人身袭击”，或者将某些评论与谈判者“对号入座”；而后者的极端状况就是“要关系，还是要利益”

。在有些状况下，关系比任何谈判成果更重要：如长期商业伙伴、同事、与政府的关系、外交关系等。为了有助于处理人的问题，我们提议谈判者一定要将人的问题与实质利益问题辨别开来看待。

四、商务谈判礼仪

（一）谈判准备

谈判代表要有良好的综合素质，谈判前应整顿好自己的仪容仪表，穿着要整洁正式、庄严。男士应刮净胡须，穿西服必须打领带。女士穿着不适宜太性感，不适宜穿细高跟鞋，应化淡妆。布置好谈判会场，采用长方形或椭圆形的谈判桌，门右手座位或对面座位为尊，应让给客方。谈判前应对谈判主题、内容、议程作好充足准备，制定好计划、目的及谈判方略。

（二）--谈判之初

谈判之初，谈判双方接触的第一印象十分重要，言谈举止要尽量发明出友好、轻松的良好谈判气氛。

作自我介绍时要自然大方，不可露傲慢之意。应微笑示意，可以礼貌地道："幸会"、"请多关照"之类。问询对方要客气，如"请教尊姓大名"等。如有名片，要双手递。简介完毕，可选择双方共同感爱好的话题进行交谈。稍作寒暄，以沟通感情，发明温和气氛。

谈判之初的姿态动作也对把握谈判气氛起着重大作用，应目光注视对方时，目光应停留于对方双眼至前额的三角区域正方，这样使对方感到被关注，觉得你诚恳严厉。手心冲上比冲下好，手势自然，不适宜乱打手势，以免导致轻浮之感。切忌双臂在胸前交叉，那样显得十分傲慢无礼。谈判之初的重要任务是摸清对方的底细，因此要认真听对方谈话，细心观测对方举止表情，并合适予以回应，这样既可理解对方意图，又可体现出尊重与礼貌。

商务谈判礼仪（三）--谈判之中

这是谈判的实质性阶段，重要是报价、查询、磋商、处理矛盾、处理冷场。报价--要明确无误，遵守信用，不欺蒙对方。在谈判中报价不得变换不定，对方一旦接受价格，即不再更改。查询--

事先要准备好有关问题，选择气氛友好时提出，态度要开诚布公。切忌气氛比较淡漠或紧张时查询，言辞不可过激或追问不休，以免引起对方反感甚至恼怒。但对原则性问题应当力争不让。对方回答查问时不适宜随意打断，答完时要向解答者表达谢意。磋商--

讨价还价事关双方利益，轻易因情急而失礼，因此更要注意保持风度，应心平气和，求大同，容许存小异。发言措词应文明礼貌。处理矛盾--

要就事论事，保持耐心、冷静，不可因发生矛盾就怒气冲冲，甚至进行人身袭击或欺侮对方。处理冷场--

此时主方要灵活处理，可以临时转移话题，稍作松弛。假如确实已无话可说，则应

当机立断，临时中断谈判，稍作休息后再重新进行。主方要积极提出话题，不要让冷场持续过长。

商务谈判礼仪（四）--谈后签约

签约典礼时打开文本，用手指明签字位置。双方代表各在己方的文本上签字，然后由助签人员互相互换，代表再在对方文本上签字。签字完毕后，双方应同步起立，互换文本，并互相握手，祝贺合作成功。其他随行人员则应当以热烈的掌声表达喜悦和祝贺。

五、在谈判中旗开得胜

谈判就象下棋，开局就要占据有利位置或战略性位置。

谈判的目的是要到达双赢方案。然而在现实生活中，一种要榨橘子汁，而另一种要用橘子皮烤蛋糕的状况毕竟太少见了。你坐在一种买家面前，你们心中都抱着同样的目的。这儿没有魔术般的双赢处理方案。他/她想要的是最低价，你想要的是最高价。你想从她的口袋里掏出钱来，放进你的腰包里。

强力销售谈判（power sales

negotiating）则完全不一样。它教你怎样在谈判桌上获胜，同步让对方觉得他也赢了。实际上，正是这种本领决定了一种人能否成为强力招商或销售谈判高手。

跟下棋同样，运用强力谈判技巧必须遵守一套规则。谈判和下棋最大的区别在于，谈判时对方不懂得这些规则，只能预测你的棋路。

棋手将象棋中的这几步战略性走棋称为“棋局”。开局时要让棋盘上的局势有助于你。中局要保持你的优势。进入残局时运用你的优势，将死对方，用在销售上就是要买方下单。

1、开局：为成功布局

规则1: 报价要高过她所预期的底牌，为你的谈判留有周旋的余地。谈判过程中，你很难减少价格，但决不也许抬高价格。因此，你应当规定最佳报价价位（**maximum plausible position**，简称MPP），即你所要的报价对你最有利，同步买方仍能看到交易对自己有益。

你对对方理解越少，开价就应越高，理由有两个。首先，你对对方的假设也许会有差错。假如你对买方或其需求理解不深，或许他乐意出的价格比你想要的要高。第二个理由是，假如你们是第一次做买卖，若你能做很大的让步，就显得更有合作诚意。你对买方及其需求理解越多，就越能调整你的报价。这种做法的不利之处是，假如对方不理解你，你最初的报价就也许令对方望而生畏。

假如你的报价超过最佳报价价位，就暗示一下你的价格尚有灵活性。假如买方觉得你的报价过高，而你的态度又是“买就买，不买拉倒”，那么谈判尚未开始结局就已注定。你可以通过如下方式，防止开出令对方生畏的高价。

2、中局：保持优势

当谈判进入中期后，要谈的问题变得愈加明晰。这时谈判不能出现对抗性情绪，这点很重要。由于此时，买方会迅速感觉到你是在争取双赢方案，还是持强硬态度事事欲占尽上风。

假如双方的立场南辕北辙，你千万不要力争！力争只会促使买方证明自己立场是对的。最佳是开始时赞同买方观点，然后运用“觉得，本来觉得和最终发现”（**feel, felt and found**）这种先退后进的措施扭转局面。买方出乎意料地对你产生敌意时，这种先进后退的方式能给你留出思索的时间。

例如，假如买方说：“我听说你们商铺有问题，”你听了之后不要与他争论。那样只能会让他怀疑你的客观性。假如你说：“我非常理解你对此的心情。许多购置者也有同感。我想那是几年前我们搬仓库时的事了。目前某某大品牌都信任我们，并且我们从未出过任何问题。但你可懂得我们总能发现什么？我们让买方仔细察看后，他们总发现……？”

在中局占优的另一招是交易法。任何时候买方在谈判中规定你做出让步时，你也应积极提出对应的规定。

尽管你的第一反应很也许是回答“好的”，但提议你用交易法。你可以说：“诚实说，我不懂得能否那么做。我得同领导确认一下，看看他们能有什么措施。但我可否问一下，假如我们能替你做到，你能为我们做些什么？”强调这一点能制止对方的“软磨硬泡”。假如买方懂得他们每次提出规定，你都规定对应的回报，就能防止他们没完没了地提更多规定。

3、终局：赢得忠诚

步步为营（nibbling）是一种重要措施，由于它能到达两个目的。一是能给买方一点甜头，二来你能以此使买方赞同早些时候不赞同的事。

赢得终局圆满的另一招是最终时刻做出一点小让步。强力销售谈判高手深知，让对方乐于接受交易的最佳措施是在最终时刻做出小小的让步。尽管这种让步也许小得可笑，但这招还是很灵验的，由于重要的并不是你让步多少，而是让步的时机。

你也许会说：“价格我们是不能再变了，但我们可以其他方面谈一下。假如你接受这个价格，我可以亲自监督，保证一切顺利。”或许你本来就是打算的，但目前你找对了时机，不失礼貌地调动了对方，使他做出回应：“

假如这样，我也就接受这个价了。”此时他不会觉得自己在谈判中输给你了，反而会觉得这是公平交易。

为何不能一开始就直接予以买方最低报价？让对方轻易接受交易是其中缘由之一。

假如你在谈判结束之前就全盘让步，最终时刻你手中就没有调动买方的砝码了。

交易的最终时刻也许会变化一切。就象在赛马中，只有一点最关键，那就是谁先冲过终点线。作为一名深谙谈判技巧的强力型销售谈判人员，你应能自如地控制整个谈判过程，直到最终一刻。

4、销售谈判的重要原则

谈判不要限于一种问题。假如你处理了其他所有问题，最终只剩余价格谈判，那么成果只能是一输一赢。假如谈判桌上多留几种问题，你总能找到互换条件到达公平交易。

人们的谈判目的各有不一样。销售人员的最大误区就是认为价格是谈判中的主导问题。很明显，许多其他原因对买方也很重要，例如产品或服务的质量，铺位优势和优惠条件。

不能得寸进尺，过于贪婪。在谈判中不要捞尽所有好处。你或许觉得自己胜了，但假如买方觉得你击败了他，你的胜利又有何用？因此要留点好处给对方，让他也有谈判赢了的感觉。

六、怎样说服客户接受我们高价格产品

1.在谈判过程中尽量列举某些产品的关键长处，并说某些与同行相比略高的特点，尽量防止说某些大众化的功能。

2.在合适的时候可以与比自己的报价低的产品相比较，可以从如下几方面考虑，1

）客户的使用状况（当然你必须对你的和你对手的客户使用状况 非常理解——知其知彼）2）列举某些自己和竞争对手在为获得同一种项目工程，并同步展示产品和价格时，我们的客户的反应状况（当然，这些状况全都是对我们有利的）

3.列举某些企业的产品在参与多种各样的会议或博览会时专家、学者、或有威望的人员对我们的产品的高度专业评语。

4.列举某些企业产品获得的荣誉证书或奖杯等。

七、三维谈判法

对我们来说，内部和外部的谈判成了一种生活方式。每当利益或观念相异，各方要互相依托才有成果时，谈判的需求就出现了。谈判的本质是什么？是讨价还价？是建立关系？瓜分经济蛋糕？把蛋糕做大？这些均有道理。不过用意大利外交家**Daniele**

Vare的话来说：谈判就是让他人为了他们自己的原因按你的措施行事的艺术。

首先，要画一张图，其中包括所有潜在的会使问题复杂的各方，如经营前景和经营中会出现的有利原因及该防止的不利原因。考虑一桩交易的全面经济性是必要的，但还不够。不要忘掉画出内部有不一样利益的小集团，他们的影响不可忽视。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/1981261>

[03140006100](https://d.book118.com/1981261)