

新商务沟通与谈判管理

一. 训练题目：*新商务沟通与谈判管理*

二. 课程时数：**6**小时

三. 参加人员：

四. 课程大纲：

- 以下谈判均可适用于国内与国际商务谈判
- 本课程是以人类行为学与心理学为出发点与运用的实战课程
所以谈的内容稍深

壹. 新商务谈判与沟通分析

(一). 商务业务谈判与沟通的艺术

- 对于新沟通管理变化 领导变革之父约翰·科特 **John P. Kotter** 如是说
- 新旧沟通方式巨大差异何在 (现在沟通变成了不简单)

(二). 商务价值链中的合作伙伴观念与谈判模式

(三). 业务人员在谈判时普遍有的问题所在

- 会销售不一定是会商业谈判
- 对商务谈判能力因对象不同的衰减状况

(四). **John P. Kotter** 对新沟通管理中侧重之处

- 谈判用词具体明确与模糊修正(注意对方形容词运用过多现象)
- 积极倾听中的肢体语言表现
- 记住 **John P. Kotter** 说的对方利益问题
- 谈判中思维的捆绑与说服方法
- 习惯领域与沟通的地雷
 - 部属商品商务谈判的习惯领域
 - 部属对商品成熟度所形成的工作习惯领域
- 因人而异的沟通调整 (人格特质与沟通表现巨大差异)

●为何沟通谈判中理解人格特质与行为模式日益重要

案例分析：LIFO 提供了什么信息（知彼才能立于不败）

贰. 商务沟通与谈判该如何运作

商务沟通中该掌握的改善要点

(一).商务谈判进行时的策略与该特别侧重的思维

●确实分清洽商与谈判根本差异（日本人的操作也有可借镜之处）

免得两头多处挨宰与兑现差距（国际商务谈判需特别注意）

●商务谈判永远包括以下总结十字诀（谈判过程缺一没做就不及格）

说 听 近 假 势 闪 演 追 触 观

●沟通有时不是要让对方懂而是要他不懂（沟通的策略理由）

以人类行为学来思考反向策略

●如何反制对方掌握主动权或被牵着鼻子走

●切记谈判技巧两种都必须出现

把复杂的事情简单化

把简单的事情复杂化

●谈判的目地也可就是要僵在那里以换取时间(刻意谈判失败也是技巧)

●养成习性全部听完再回答（国人国际商务谈判最大的致命伤之一）

谈判初期多用耳

切记你的做法与对方要刚好相反

●核心技术与能力的筹码与谈判气势及底气息息相关（国人国际商务谈判最大的致命伤之一）

●国内商务谈判千方百计提出问题把对方高层也拖进来谈的理由

商务谈判人类行为学巧妙（双刃剑如何用）

●特别记住谈判前预设的底线不能只有一底线（昔日底线观需重新定义）

以往的底线观特需进化成多底线或拦截网制（底线空间细分化）

●特别注意对方在谈判时各状况的肢体语言

案例分析解说

- 对方所提问题并不一定要回答

- 悄悄记下对方侧重的价值顺序

谈判过程中稍晚时纪录 在最后细节谈判时参考运用

(二).商务沟通谈判谈判进行时的运用策略

- 注意气势与自信

- 闪避自己的弱点，选择对方头痛的弱点进行（防守改成攻击策略）

- 把自己让步妥协的损失扩大化

- 把客户的想法不利你之处复杂化

- 描绘客户采用后的利益越清晰越好

- 注意把自己的想法嫁接给对方

- 未准备好答案前不要回答问题

- 不要花光你的弹性与妥协空间（底线观需改变）

- 在了解对方所有的要求前不要作任何的让步

- 在准备让步时，尽量让对方先提条件，先隐蔽自己的观点与想法

- 退一进一 让一咬一

- 永远形成习惯把让步细分化

(三).国际商务谈判要点参考

- 小字或往例造成的疏忽

- 特别注意技术上的规格与要求双方认知差距

- 检查所有附件、规格、图表

- 不论多熟悉，请再仔细检查

- 尽量由自己交涉更改的细节，不经由中间人

- 将自己的条件加上有效的期限

- 如果过了期限有处罚，更好

- 一字之差，对方会说字打错了

- 注意小谎言和小延误，说不定最糟的还没来呢

- 用诡计的人通常都捡软柿子，正面迎战，他们大部份会退缩或妥协

- 江山易改，本性难移，如果对方记录差，就别期望执行时有好结果
- 书面记录愈详细愈好，愈多证人愈好，愈多签字愈好
- 所有合约都应由主管过目检查弱点，后决定进行或停止

叁. 国际商务通用谈判分析

(一). 国际商务谈判与沟通的艺术

- 不同文化下的沟通与谈判 (切记不可单一化)
- 国际咨询公司埃森哲与《经济学人》2013 联合发布的一份报告
驾驭全球市场开发与运作的复杂性何在 (不简单中的不简单)
国内企业走出去的血泪与学费 (躺在国际化中的遍地血迹)
要商务谈判有效率我们不患不能而患不知

(二). 影响国际商务谈判结果的因素参考

- 企业本身筹码的影响性问题 (内部)
 - 品牌筹码分析
 - 价格筹码分析
 - 交货速度筹码分析
 - 制造核心能力筹码分析
 - 产品与服务质量筹码分析
- 国际化市场因素
 - 国际采购主观意识问题分析
 - 贸易壁垒问题分析
 - 跨文化与市场熟悉度问题分析
 - 竞争对手市场表现分析

(三). 如何与不同地区的人商务谈判 (各地国际买家的特点与对应方式)

- 北美地区风土文化与谈判方式
 - 直截了当 (似乎太直白)
 - 分析透澈，对产品知识准备充分 (因交易而交易)
 - 时间就是金钱 (总想迅速达成协议)

●法英德地区风土文化与谈判方式

同意大原则，然后在细节上谈判（会非常注意细节）

让步时必须取得回报（寸土必争）

●日本地区风土文化与谈判方式

深思后才反应，沉默是金（很仔细的聆听）

总是需要再上层的核准（无法真正作主）

日本圈圈（民族交易障碍多外人不易进入）

●印度地区风土文化与谈判方式

计划性概念（拖延与更动）

额外的好处（小便宜与面子）

说与执行的差距（执行诚信）

(三).简述国际客户关系突变可能性（百分百发生）

●国际销售人员需注意国际时势

●各国或地区政治突变

●各国或地区经济突变

●各地区经济板块变化

●新兴经济区域的出现

●原经济区域市场萎缩

●当地市场贸易壁垒出现