

营销沟通与谈判管理

一. 训练题目：营销沟通与谈判管理

二. 课程时数：6 小时

三. 参加人员：

四. 课程大纲：

壹. 业务谈判与沟通分析

(一). 营销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). 营销价值链中的合作伙伴观念与谈判

(三). 营销的渠道资产直接影响到谈判的筹码

▲在现在通膨的环境中你该了解的一些终端影响性问题

▲因应终端影响性问题渠道的一些变化何在

▲其实我们有很多

(四). 业务人员在谈判时普遍有的问题所在

会销售不一定就是会商业谈判

(五). 我们平日该作一些什么准备工作来增加谈判筹码（细节决定成败）

(六). John P. Kotter 对新沟通管理中侧重之处

●多元化角色扮演与沟通效率

案例分析：

●习惯领域与沟通的地雷

●因人而异的沟通调整（人格特质与沟通表现巨大差异）

●为何沟通谈判需理解人格特质

案例分析：LIFO 提供了什么信息

贰. 营销沟通与谈判该如何运作

(一).营销沟通中该掌握的改善要点

- ▲沟通用词具体明确
- ▲勿打断对方说话过早提出结论
- ▲积极倾听中的肢体语言表现
- ▲沟通中的差异性多元化角色扮演
- ▲记住 **John P. Kotter** 说的时代烙印
- ▲沟通中思维的捆绑与说服方法
- ▲因人而异的对应与行为特质
- ▲沟通中该掌握的正确流程 (如下)

先说结论或总结

以条例方式来阐述重点

用词简单明了且明确

沟通而不跑主题

资料数据工具或佐证

(二).营销沟通谈判中可运用的策略

- ▲注意气势与自信
- ▲沟通有时不是要让对方懂而是要他不懂 (沟通的策略理由)
- ▲站在客户的立场思考
- ▲注意把自己的想法嫁接给对方
- ▲注意不要丧失主动权而被客户牵着走
- ▲提醒客户对现状问题点的重视 (复杂化后再嫁接成对方的想法)
- ▲让客户了解能得到那些东西
- ▲把客户不同的想法不利处复杂化
- ▲描绘客户采用后的利益越清晰越好
- ▲把握客户利益转换的技巧
- 介绍我方产品、策略、服务的特性 (说明我方的差异特点)

介绍我方产品、策略、服务的特殊利益（以我方特点对接客户的可得利益）

▲永远将自己的承诺加上期限中有效的限制

(三).营销沟通谈判谈判进行时的运用策略

- 闪避正在谈的焦点，选择对方头痛的弱点进行（另选战场）
- 把自己让步妥协的损失扩大化
- 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
- 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

(四).谈判心理建设参考