

## 《高效谈判技巧》课程教学大纲

课程名称：《高效谈判技巧》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时：两天

课程收益：谈判是营销人员的基本技能，在商务工作中谈判无处不在，其中价格谈判尤其重要，因为价格的溢价部分都是公司的利润，优势的谈判能加速大客户的开发、能提高客户的满意度、提升公司的品牌形象。传统时代是围绕公司的产品和服务来开展销售及高效谈判的，但是在互联网时代，市场竞争非常激烈，现在是客户主张权利的时代，所以，我们必须以客户的需求为导向。

在信息透明化、资讯发达的今天，谈判仅仅依靠话术和沟通技巧是远远不够的，我们更要重视高效谈判的准备工作、注重高效谈判的过程控制，提高客户成交率。

通过学习学员能掌握高效谈判的专业知识、提升学员的综合素质，掌握客户谈判的基本技能，

- ✓ 谈判前的准备
- ✓ 谈判目标把握
- ✓ 谈判的策略
- ✓ 谈判过程把控
- ✓ 谈判过程的的难点
- ✓ 谈判技巧运用

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一章：高效谈判概述

一、谈判的要领

1. 什么是谈判
2. 谈判的本质
3. 衡量谈判的标准
4. 谈判的基本原则
5. 谈判的两大误区
6. 人生无处不谈判
7. 高效谈判的价值
8. 高效谈判的7个步骤
9. 谈判中易犯的错误

10. 什么是双赢谈判，  
课堂互动：谈判的实质是什么？

## 二、谈判前的沟通技巧

1. 有效应对对方的拒绝
2. 有效拒绝对方
3. 探测的技巧
4. 语言的技巧
5. 电话沟通的技巧

## 三、谈判的筹码

1. 什么是筹码
2. 筹码的定义
3. 引发需求
4. 迎合需求
5. 常见的筹码

案例：南方网通公司的 IT 客服的能力塑造

课纲提示：谈判的总体概念，谈判不是秀口才，而是要达成目标，做长久生意。

## 第二章：高效谈判的三个阶段

### 一、谈判的准备阶段

1. 确定谈判的目标
2. 团队角色的分配
3. 谈判中的三种评估
4. 评估中常用的工具
  - 1) SWORT
  - 2) 鱼刺骨分析法
  - 3) 多因素评估法
  - 4) 关键路径法
5. 谈判中的三策
6. 建立主场优势的方法
7. 如何拟定谈判议程
8. 如何评估谈判对手
9. 谈判者的核心技能

案例：客户信息表存在的问题？

课堂互动：如何营造良好的谈判氛围

### 二、谈判的开始阶段

1. 专业的行为表现
2. 专业形象取得谈判优势
3. 谈判开始注意的问题
4. 如何判别谈判气氛
5. 怎样解读对方的身体语言

6. 怎样提出建议
7. 怎样回复对方的提议

### 三、谈判的展开阶段

1. 谈判遇到的障碍及对策
2. 如何破解对方的战术
3. 如何强化自身优势
4. 将面对的难题及其解决方法
5. 如何弱化对方的优势
6. 什么时候应该说“NO”
7. 谈判的解题模型
8. “顽固派”如何打交道
9. 掌握适当的让步策略
  - ✓ 谈判让步的艺术
  - ✓ 让步的时机
  - ✓ 让步的最大价值
  - ✓ 让步的技巧

课堂互动：如何让步的尺度如何把握

本章节主要是谈判的整个过程的把控，前期的充分准备不打无准备之仗，第一阶段对自我、对方、形式的评估，

### 四、客户行为的心理分析

1. 高效谈判中的客户“心理学”
2. 眼神的分析与判断
3. 面部表情的分析与判断
4. 肢体语言的解读
5. 语气语调的分析与判断
6. 客户公司地位的判断
7. 客户办公场景的解读

课堂互动：肢体语言在谈判中的运用

### 五、不同类型的客户心理分析及对策

1. 犹豫不决型客户
2. 脾气暴躁型的客户
3. 沉默寡言性的客户
4. 节约俭朴型的客户
5. 虚荣心强的客户
6. 贪小便宜型的客户
7. 滔滔不绝型客户
8. 理智好辩型客户

课堂互动：不同客户的对策

### 六、如何建立信任感

1. 人员的“精气神”
2. 人员穿着与仪容
3. 人员表情与动作

4. 语言节奏与语音语调

5. 守时守信信

6. 证人与证言

7. 专业性的体现

8. 辅助资料 and 工具

9. 信任感的具体体现

工具：介绍产品的 FABE 模式

课堂互动：个人形象如何塑造

第三章：高效谈判的议价

一、谈判的评估阶段

1. 将面对的难题及其解决方法

2. 如何强化自身的优势

3. 如何弱化对方的优势

4. 对谈判进程把握与评估

二、谈判的价格策略

1. 达成协议应该注意的问题

2. 如何报价及报价的技巧

3. 如何把握让价的尺度？

4. 让价的注意事项有哪些？

5. 如何谈判结束应该注意的事项

6. 如何帮客户下决定

7. 案例：华为是如何突破区域客户的

8. 工具：SPIN 营销法

课堂互动：如何让步的尺度如何把握

如何消除客户的抗拒感

三、谈判的协议阶段

9. 达成协议应该注意的问题

10. 如何谈判结束应该注意的事项

11. 如何帮客户下决定

四、合同文本的规范问题

1 合同谈判要注意的陷阱

2 交货方式,日期,地点

3 付款方式,条件

4 违约的法则

5 合同是否有依法定制  
第四章：谈判的成交

1. 样板客户的展示
2. 如何建立个人信任感
3. 如何寻找契合点
4. 如何营造成交氛围？
5. 卖产品不如卖方案
6. 搞定大客户的四项基本原则
7. 大客户成交预测五步法
8. 大客户成交的“六脉神剑”
9. 成交的七大信号
10. 成交的二十二种方法
  - 1) 直接要求成交法
  - 2) 非此即彼成交法
  - 3) 特殊让步成交法
  - 4) 最后机会成交法
  - 5) 激将成交法
  - 6) 假设成交法
  - 7) 小点成交法
  - 8) 保证成交法

。。。。。。

9. 案例：用友公司的 IT 服务营销
10. 工具：客户企业关键的两张图

第五章 客户关系维护

1. 客户满意度管理
2. 客户要求降价怎么办
3. 客户关系的管理
4. 大客户的分类管理
5. 客户顾问试营销
6. 客户投诉怎么办
7. 客户的相处六大技巧

## 12. 合同文本的规范问题

课堂互动：顾问式方案的 PIP 数值提取