

《商务谈判技能提升》课程教学大纲

课程名称：《商务谈判技能提升》

课程性质：内训/公开课

学时数：学时 12 小时（2 天）

课程简介：商务谈判是营销人员的基本技能，在营销的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，优势的商务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“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精，在信息透明化的今天，我们更要重视商务谈判的准备工作、注重商务谈判的过程控制，提高客户成交率。

教学目标：通过学习学员能掌握商务谈判的专业知识、提升学员的综合素质，掌握客户谈判的基本技能，设计商务谈判招标的过程，本课程还包括：客户的资信管理、应收账款管理、客户成交技巧及正确处理客户投诉等方法与技巧。

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，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一部分：客户的商务谈判

一：谈判的要领

1. 什么是谈判
2. 衡量谈判的标准
3. 谈判的本质
4. 谈判的基本原则
5. 谈判的两大误区
6. 什么是双赢谈判

二、谈判的准备阶段

1. 确定谈判的目标
2. 团队角色的分配
3. 谈判中的三策
4. 如何拟定谈判议程
5. 如何评估谈判对手
6. 谈判者的核心技能
7. 如何营造良好的谈判氛围

三、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

四、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. 如何面对不同类型的谈判者
4. 如何强化自身优势
5. 将面对的难题及其解决方法
6. 如何强化自身的优势
7. 如何弱化对方的优势
8. 掌握适当的让步策略

五、谈判的协议阶段

1. 达成协议应该注意的问题
2. 如何谈判结束应该注意的事项
3. 如何帮客户下决定
4. 合同文本的规范问题

第二部分 客户的管理

- 一. 客户满意度管理
- 二. 客户要求降价怎么办
- 三. 客户关系的管理
- 四. 大客户的分类管理
- 五. 客户顾问试营销
- 六. 客户投诉怎么办
- 七. 客户的相处六大技巧
- 八. 应收账款的管理
- 九. 大客户经理胜任力模型

1. 见微知著的能力
2. 数据分析的能力
3. 慧眼识人的能力
4. 调动资源的能力
5. 写方案的能力
- 十一. 工具：向客户的八大输出
- 十二. 案例：创维的顾问营销

第三部分 大客户的拜访

1. 销售拜访的常见错误
2. 拜访前的准备
3. 业务人员的精神面貌
4. 如何自我介绍
5. 邀约障碍排除
6. 随时小心我们的“雷”

7. 提问的常见类型
8. ① 暖场类问题 ② 确认类问题 ③ 信息类问题
9. ④ 态度类问题 ⑤ 承诺类问题 ⑥ 顾虑类问题
10. 我们会听吗？
11. 我们会说吗？
12. 我们会问吗？
13. 工具：介绍产品的 FABE 模式
14. 工具：spin 销售法
15. 案例：如何建立产品的信任状

第四部分：新增内容

第一章：客户拜访的主要流程，

1. 拜访线路，
2. 成功预约、
3. 销售工具包、
4. 客户资料、
5. 产品知识、
6. 目的及上司承诺、
7. 服饰、仪表、精气神、
8. 合同、
9. 话术准备。

第二章：销售话术

一、销售话术类型

1. 开场白销售话术，
2. 话术应用原理
3. 主客户开拓话术，
4. 销售异议处理话术，

5. 销售成交话术，

6. 故事销售话术，

7. 情景销售话术，

8. 销售大师话术。

二、客户话术流程

1. 销讲在成交过程中的重要性
2. 销讲的三个步骤
3. 销讲的设计思路
4. 销讲前的准备
5. 销讲的演练与 PK
6. 产品销讲技能
7. 客户听众分析
8. 如何提高演说能力
9. 如何控制紧张情绪
10. 如何建立王者气场
11. 现场演练环节
 - ✓ 口头语言技巧练习
 - ✓ 肢体语言技巧练习
 - ✓ 眼神的运用及练习
 - ✓ 常用手势及练习
 - ✓ 提高感染力的练习
12. 案例：小贾如何克服演讲技巧
13. 工具：设计话术的 FABE 模式

第三章：销售方法技巧

一、客户的开发

1. 客户信息如何来？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场形状
4. 考察市场的五勤系

5. 我为什么找不到客户
6. 寻找客户的方法有哪些？
7. 客户分析的四个重点
8. 客户开发的十大误区
9. 如何让客户主动找我们
10. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
11. 工具：开户开发的十大思维
12. 工具：头头是道的运

式、 客户行为与心理

1. 客户需求理论
2. 购买场景与心理
3. 客户的购买动机
4. 客户购买的兴趣点
5. 购买的一般心理过程
6. 需求性购买动机和心理性购买动机
7. 购买动机的可诱导性
8. 购买决策心理
9. 知觉在营销活动中的作用
10. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

参、 客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读
8. 案例：WTO 谈判的启示
9. 案例：邓总的肢体语言

四、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

五、 成交技巧与逼单

1. 样板市场与样板客户
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. 搞定大客户的四项基本原则
6. 大客户成交预测五步法

7. 成交的七大信号
8. 产品不如卖方案
9. 业务费用不够怎么

六、逼单的主要方法

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：“倔处长”是如何突破的
10. 工具：客户企业的两张图

十步完整签单流程

1. 正确的迎客技巧
2. 主动出击估测购买范围
3. 帮助顾客选择产品
4. 说出产品独特的卖点
5. 抓住顾客普遍最关心的问题
6. 让顾客感受产品，提出异议
7. 某些时候要扮演专家角色
8. 不一味介绍产品，要注意顾客表现
9. 不转移目标顾客
10. 诱导顾客下定购买的决心

