第一图书网, tushu007.com

<<商务谈判简明教程>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判简明教程>>

13位ISBN编号：9787564215705

10位ISBN编号：7564215704

出版时间：2013-3

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

<<商务谈判简明教程>>

书籍目录

序言／1 第一章谈判与商务谈判／1 第一节谈判的内涵／2 第二节商务谈判／5 第三节商务谈判理论／l1 案例分析／18 本章小结／18 思考与练习题／19 第二章 国际商务谈判综述／20 第一节商务谈判与国际商务谈判的关系／21 第二节 国际商务谈判的特征及基本原则／22 第三节 国际商务谈判的类型／25 第四节国际商务谈判的基本内容／30 案例分析／37 本章小结／40 思考与练习题／40 第三章商务谈判实务／41 第一节商务谈判的内容／41 第二节商务谈判的准备／49 案例分析／54 本章小结／54 思考与练习题／55 第四章商务谈判过程／56 第一节商务谈判的开局阶段／56 第二节商务谈判的报价阶段／60 第三节商务谈判的磋商阶段／62 第四节商务谈判的结束阶段／68 案例分析／71 本章小结／72 思考与练习题／73 第五章商务谈判的策略／74 第一节商务谈判的开局与摸底策略／75 第二节价格谈判策略／77 第三节让步与拒绝策略／83 第四节签订协议中的策略／88 案例分析／93 本章小结／95 思考与练习题／96 第六章商务谈判语言技巧／97 第一节商务谈判语言概述／98 第二节有声语言技巧／l02 第三节无声语言技巧／ll2 案例分析／116 本章小结／117 思考与练习题／117 第七章国际商务谈判中的风险规避／ll8 第一节国际商务谈判中的风险识另J]／119 第二节 国际商务谈判中的风险规避方法／l24 第三节国际商务谈判中的外汇风险规避／l28 案例分析／133 本章小结／134 思考与练习题／134 第八章商务谈判礼仪／l35 第一节国际商务谈判基本礼仪／l36 第二节商务人士的个人礼仪／141 第三节宴请与签约的组织礼仪／l52 案例分析／158 本章小结／159 思考与练习题／159 第九章商务谈判训练方略／l60 第一节谈判人员综合素质的培养／160 第二节商务谈判模拟演练／l66 第三节商品推销实训／168 案例分析／172 本章小结／173 思考与练习题／173 第十章世界各国的谈判风格／174 第一节商务谈判风格的特点与作用／l75 第二节世界主要国家和地区商人的谈判风格／l77 第三节 中西方商务谈判风格比较／192 案例分析／194 本章小结／194 思考与练习题／195 附录1谈判经验总结／196 附录2谈判能力测验／198 参考文献／209

章节摘录

版权页： 插图： 报价标志着价格谈判的正式开始，也标志谈判者的利益要求的“亮相”。
报价是价格谈判中一个十分关键的步骤，它不仅会给谈判对手以利益的信号，从而成为能否引发对方交易欲望的前奏，而且在实质上对影响交易的盈余分割和实现谈判目标具有举足轻重的意义。
因此，合理的报价往往是：通过反复分析与权衡，力求把握己方可能获取得的利益与被对方接受的概率之间的最佳结合点。
可以说，如果报价的分寸把握得当，就会把对方的期望值限制在一个特定的范围，并有效控制交易双方的盈余分割，从而在之后的价格磋商中占据主动地位。
反之，报价不当，就会要么助长对方的期望值，甚至使对方有机可乘；要么会吓跑对方，从而使己方陷入被动境地。
（二）常见的报价策略 在价格谈判中，常见的报价策略有以下几种战术： 1.报价起点策略 价格谈判的报价起点策略，通常是：作为卖方，报价起点要高，即“出最高的价”。
对此，人们也形象地称为“狮子大张口”。
而作为买方的报价则会相反，即“出最低的价”。
谈判双方报价起点的这种“一高一低”的战术说明，谈判双方在提出各自的利益要求时，一般都含有策略性虚报的部分。
这种做法，其实已成为商务谈判中的惯例。
从心理学的角度看，任何人都有一种要求得到比自己预期得到的还要多的心理倾向。
大量的实战事实以及研究结果表明，高喊价易高成交，而低出价则会低成交。
这种现象，恰恰符合人们通常信奉的：“一分价钱一分货”这个道理。
2.报价时机策略 机会、时机，在战术上是非常重要的条件，做得不好，提前打了，火候未到；晚了，又丧失机遇。
因此，把握谈判报价时机，有时会决定谈判活动的成败。
有时，卖方的报价比较合理，但并没有使买方产生交易欲望，原因往往是此时买方正在关注商品的另一个问题，像产品的使用价值、产品的质量、有效期等诸如问题。
所以，价格谈判中，应当首先让对方充分了解商品的使用价值和为对方带来的实际利益，待对方对此发生兴趣后再来谈价格问题。
经验表明，提出报价的最佳时机，一般是对方询问价格时，因为这说明对方已对商品产生了交易欲望，此时报价往往水到渠成。
倘若在谈判开始的时候对方就询问价格，这时最好的策略应当是听而不闻。
因为此时对方对商品或项目尚缺乏真正的兴趣，如果过早报价会增加谈判的难度。
这时应当首先谈该商品或项目能为交易者带来的好处和利益，待对方的交易欲望已被调动起来再报价为宜。
当然，对方坚持即时报价，也不能故意拖延，否则，会使对方感到不受尊重或者反感，此时应善于采取建设性的态度，把价格同对方可获得的好处和利益联系起来。
总之，报价时机策略，往往体现着价格谈判中相对价格原理的运用，体现着促进积极价格的转化工作。

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com