# 商务谈判方案(大全10篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-07-16

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。商务谈判方...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**商务谈判方案篇一**

二、谈判团队组成(甲方或买方：乙方或卖方：)主谈：公司谈判全权代表

决策人：负责重大问题的决策

技术人员：负责技术问题

法律顾问：负责法律问题(人员安排根据实际情况而定)

三、谈判前期调查

本行业的背景：(产品市场的供求状况，价格变动状况，未来发展趋势等)我方企业的背景：(企业规模，产品市场占有率，生产能力等)对方企业的背景:(同上)

四、双方利益及优劣势分析

1.双方希望通过谈判得到的利益及优劣势分析

我方利益：

对方利益：

我方优势：

我方劣势：

对方优势：

对方劣势：

2.谈判议题的确定(即谈判可能涉及重点问题分析)：

问题1.

分析

问题2.

分析

依次类推(问题不限)

五、谈判目标

1.最理想目标：

2.可接受目标：

3.最低目标：

目标可行性分析：

六、程序及谈判策略

1.开局

开局方案一：采用哪种开局策略及分析

开局方案二：(同上)

2.谈判中期策略及分析

3.休局讨论方案(即总结前期谈判，如有必要根据原方案进行改动)

4.最后冲刺阶段(策略和分析)

七、制定应急方案(谈判中可能遭遇那些困难?如何解决?)如遇谈判僵局该如何处理

对方故意拖延时间该如何处理等问题(自由发挥)注：上述罗列的七个要点必须写到，其他要点可适当补充;要点具体内容除上述提到内容，其他可自由发挥。

**商务谈判方案篇二**

食堂是大学的重要组成部分，在同学们的日常生活中有着无可替代的位置。

但是从大一到大三，同学们逐渐失去了对食堂的兴趣，在食堂吃饭的次数也少了，校园周边餐馆逐渐火爆起，来大家纷纷抱怨食堂菜价不合理，饭菜的质量不如人意，还有对食堂服务态度及卫生条件的不满，尤其是李园食堂的平均饭菜价格均高出大食堂不少，因此为了广大同学的切身利益，并提高食堂的饭菜质量和服务水平，我们认为有必要派出学生代表同学校后勤部负责人进行谈判以解决广大同学的日益高涨的呼声，特制订以下谈判策划书：

：双方互利共赢，坦诚相待。

：湖北汽车工业学院第四教学楼会议室

：20xx年11月28日

：食堂的饭菜价格、服务质量及卫生问题。

（1）最高目标：食堂菜价减半，米饭免费。

（2）期望目标：食堂降低饭菜价格，提高服务质量，改善卫生条件。尽量减小双方的损失，并维护双方长期合作关系，减少学生的抱怨，缓和学生和食堂之间矛盾，消除学生对食堂的误解。

甲方：湖北汽车工业学院经济管理学院

学生代表：吴佳娱、周伟、姚凤、李晓梅、刘素、肖沛林、董超

乙方：湖北汽车工业学院食堂后勤部负责人代表。

：谈判是为了实现双方的互利互惠，选择双赢谈判理念。

**商务谈判方案篇三**

谈判甲方：中国上海迅通电梯有限公司

谈判乙方：美国达贝尔公司

一、基本情况

1、中国上海迅通电梯有限公司电梯产品占国内产量的50%，是国内同行业中的佼佼者。当该公司与美国合资兴建有限公司一事一经立项，即预先做好了充分的准备工作。首先，上海迅通电梯有限公司派人赴美国实地考察，在综合评判的基础上，共同编制了可行性研究报告。回国后，又专门挑选和组织了一个谈判班子，包括从上级部门请来参与谈判的参谋和从律师事务所聘来的项目法律顾问，为该项目的谈判奠定了一个良好的基础。

2、美国达贝尔公司是美国电梯行业的第一大公司，是享有盛名的大公司，在世界上有100多个分公司，他们的电梯产品行销全世界。在谈判之前，美方对国际、国内的市场做了充分的调查了解，进行了全面深入的可行性研究。他们还特别对中方的合作伙伴做了详细的分析和了解，全面掌握了与谈判有关的各种信息和资料，并在此基础上，组织了一个精干的谈判班子，该班子由公司董事长兼首席法律顾问充当主谈人。

3、此次项目投资大，且达贝尔公司是享有盛名的大公司，对中方的意义非同小可。另外美国达贝尔公司的目光是长远的，此次来中国谈判，事先做过充分的可行性调查研究，此项目旨在打开中国市场，并且在合资企业的股份多于中方。中国上海迅通电梯有限公司是其最合适的合作伙伴，因为无论从技术到产品都是国内第一流的，如果美方在中国的第一个合作项目失败，再想在中国投资合办企业就比较困难了。

二、谈判问题：

1、在中美合资谈判中，首先遇到的就是合资企业的名称问题，美方建议定名为“达贝尔电梯中国有限公司”，但遭到中方的反对。请陈述反对理由，并商讨一个兼顾双方利益而且对双方都最为有利的一个名称。

2、关于产品销售问题，在该项目的可行性研究中曾有两处提到：一是“美方负责包销出口量的25%，其余75%在国内销售”;二是“合资公司出口渠道为达贝尔公司、合资公司和中国外贸公司”。双方在这一表述的理解上产生了分歧。这种理解上的分歧，构成了谈判的严重障碍。美方对此表述的理解是：许可产品(用外方技术生产的产品)只能由达贝尔独家出口25%，一点也不能多，而其他的两个渠道，是为出口合资企业的其他产品留的。而中方的理解是：许可产品25%由达贝尔公司出口，其余75%的产品，有可能的话，通过另外两条渠道出口。双方为此互不相让。如何体面、务实的解决这次争端成了摆在双方谈判小组面前的问题。

请通过此次商务谈判重点解决以上两问题。

**商务谈判方案篇四**

谈的时间长了，体力会疲倦、精神会懈怠，这时可稍休息一下，听听音乐、下下棋，再接着交谈。

2.交流式

抓住对方谈话时的间隙，恰如其分地插话，说明你的看法，有利于促进思想感情的交流。但插话时要注意适时、适度、切忌粗暴地打断对方的话或不负责人地妄加评论。

3.启发式

对那些拙于领会的人，要循循善诱，从多方面进行启发，让其吐露心声并通过交谈获得新的认识。启发时，谴词造句要妥帖、婉转，或抛砖引玉，或启发引导，不能，不能简单生硬。

4.扩展式

有时双方会涌出一些不太成熟的想法，这时要特别虚心倾听、交流，并通过理性思考，确立观点，相互完善，形成共识。

5.倾泻式

这是最强烈的感情和思想的交流方式，它以对听众最大信赖为基础，将自己的欣喜、烦恼、怨恨以及打算、宏图统统告诉对方，让他帮助、评判和选择。

6.跳跃式

有时交谈双方并没有预约或随便聚在一起，或偶然相遇机会难得，这时谈话要善于转换话题。通过不断地跳跃，转入要谈的话题。态度要柔和、，让对方感到自然，千万不能硬牵着人家往某处去。

7.静听式

在话题不畅或交流发生障碍时，静听能帮助争取时间，进行思考。静听时，要随着对方的情绪，或点头，或微笑，或做一个手势，或显示一种有明显意思的面部表情，并引起对方的注意，从而引起谈话的方向。对方能在简单的示意中得到一种安慰和力量，“此时无声胜有胜”，便会有好的交谈结果。

锻炼口才反应能力的方法02

锻炼逻辑能力。可以每天去看一小篇文章，然后用自己的话简短的总结出文章的中心内容。或者是去看一个电影，看完后，自己把推动电影展现的几个重要情节口述出来。

每天固定时间大声朗读。朗读可以锻炼一个人的说话的气息，力度，还有节奏感。有时候同样的话，用不同的节奏说出来效果是大不相同。例如讲一个笑话，节奏像爆豆子一样快，别人还没反应过来，你就说完了，这样显然是达不到效果的。

锻炼说话最快速度。多读一些绕口令。黑化肥发挥，四是四，十是十等，可以有效地锻炼我们的说话速度和快速反应能力。

多涉略文学作品。口才口才，你要有的说才叫口才。你要是肚内没有几底墨水，空有一张嘴。别人对你的话认可度不会太高，如果你能引经据典地阐述自己的观点，会比较容易得到别人的赞同的。

尽量的多找一些朋友聊天。这里的朋友不一定是口才很好的朋友，也可以是内向的朋友，因为在和不同类型的人的交谈中，你才知道见什么人应该说什么话。

心理素质要放好。口才，最忌讳的就是脾气一上来，脑子一热，就把自己想说的都说出来了。结果，你是说的爽了，可客户听了就不一定舒服了。所以要时刻保持自己的冷静，只有冷静的心才能抓住别人的心理，并用自己的三寸不烂之舌引导他们的想法。

**商务谈判方案篇五**

谈判乙方：xx达贝尔公司

1、xxxxxx电梯有限公司电梯产品占国内产量的50%，是国内同行业中的佼佼者。当该公司与美国合资兴建有限公司一事一经立项，即预先做好了充分的准备工作。首先，上海迅通电梯有限公司派人赴美国实地考察，在综合评判的基础上，共同编制了可行性研究报告。回国后，又专门挑选和组织了一个谈判班子，包括从上级部门请来参与谈判的参谋和从律师事务所聘来的项目法律顾问，为该项目的谈判奠定了一个良好的基础。

2、xx达贝尔公司是美国电梯行业的第一大公司，是享有盛名的大公司，在世界上有100多个分公司，他们的电梯产品行销全世界。在谈判之前，美方对国际、国内的市场做了充分的调查了解，进行了全面深入的可行性研究。他们还特别对中方的合作伙伴做了详细的分析和了解，全面掌握了与谈判有关的各种信息和资料，并在此基础上，组织了一个精干的谈判班子，该班子由公司董事长兼首席法律顾问充当主谈人。

3、此次项目投资大，且达贝尔公司是享有盛名的大公司，对中方的意义非同小可。另外美国达贝尔公司的目光是长远的，此次来中国谈判，事先做过充分的可行性调查研究，此项目旨在打开中国市场，并且在合资企业的股份多于中方。xxxxxx电梯有限公司是其最合适的合作伙伴，因为无论从技术到产品都是国内第一流的，如果美方在中国的第一个合作项目失败，再想在中国投资合办企业就比较困难了。

1、在中美合资谈判中，首先遇到的就是合资企业的名称问题，美方建议定名为\"xxxx电梯中国有限公司\"，但遭到中方的反对。请陈述反对理由，并商讨一个兼顾双方利益而且对双方都最为有利的一个名称。

2、关于产品销售问题，在该项目的可行性研究中曾有两处提到：一是\"美方负责包销出口量的25%，其余75%在国内销售\";二是\"合资公司出口渠道为达贝尔公司、合资公司和中国外贸公司\"。双方在这一表述的理解上产生了分歧。这种理解上的分歧，构成了谈判的严重障碍。美方对此表述的理解是：许可产品(用外方技术生产的产品)只能由达贝尔独家出口25%，一点也不能多，而其他的两个渠道，是为出口合资企业的其他产品留的。而中方的理解是：许可产品25%由达贝尔公司出口，其余75%的产品，有可能的话，通过另外两条渠道出口。双方为此互不相让。如何体面、务实的解决这次争端成了摆在双方谈判小组面前的问题。

请通过此次商务谈判重点解决以上两问题。

**商务谈判方案篇六**

乙方：菲利普公司

第二次世界大战之后，日本的经济经历了一个快速发展的时期，这被国际社会公认为一个奇迹。在日本战后经济增长中，一些企业也迅速地成长起来。其中松下电器的成功就是一范例。

松下电器公司成立于1920年3月。这个企业从最初的一个小规模家族企业最终成为世界电器行业的巨头之一。追朔这个企业的发展历程，就必然提到它的创始人松下幸之助。正式他的独特管理哲学和正确决策奠定了公司日后成长的基础。他的功勋，从松下与菲利普公司之间的谈判中就可见一斑。

在20世纪50年代，为实现公司的业务扩张，松下公司急需引进先进技术。而此时，菲利普公司已经名列世界电器厂商的榜首，具备最先进的技术和最雄厚的资金实力。在这样的情形下，松下公司就技术转让一事开始了谈判。

当时，两个公司谈判力量之间的差异是巨大的。松下公司仅仅是一个小公司，而菲利普公司却是行业的领先者。松下公司非常依赖菲利普公司来获得生产技术。所以，从一开始，菲利普公司就表现得非常强势。它提出，如想得到技术支持，松下公司除应一次性支付专利版权550000美元之外，还应支付松下公司年销售额的7%。此外，其他的条款也对菲利普有利。比如，对于松下公司的违约条款制定得相当苛刻，而同样的条款对菲利普公司却显得含混不清。

经过艰难的谈判，松下公司成功地将价格从销售额的7%降到了4.5%，但是对于一次性支付的部分，菲利普公司却拒绝再做任何让步。此时，松下幸之助面临着两难的选择。因为在当时，公司的总资产为5亿日元，而55万美元相当与2亿日元，占公司总资产的近一半。如果经营中出意外，公司可能会走到破产的境地。然而，另一方面，如果谈判破裂，公司将失去发展的宝贵机遇。

**商务谈判方案篇七**

甲方：nuc公司董事会

乙方：nuc公司市场拓展部

nuc是美国一家塑模公司，其内部决议非常民主，长将谈判制度运用到本公司的内部利益的解决上。nuc公司市场拓展部认为塑模公司应该通过“增加销售队伍”而不是“削价”来扩大销售。这让董事会有些犹豫。不过，不管怎样，董事会热切盼望扩大销量，因此必须要做点什么。位于加州的塑模公司是塑压模具行业的领先企业，提供超过200个不同的塑模机械产品，但是每个顾客很少一年购买多于30种。塑模公司的产品卖给塑胶制造商来扩大生产或替换旧机器。自1966年成立以来，公司稳步增长，现在年销售额达到了5千万美元。

全美一共有12家同类公司，另外还有来自日本、德国和瑞典的国际竞争者。不过塑模公司很少在美国西岸感受到它们的威胁。很明显来自国外的竞争者多半依靠工厂的办事处，这在贴近客户，迅速反应上面和本土公司差了一截。12个美国本土公司规模大致相当，产品也类似。每个都有自己的势力范围。其中6个在东部，4个在中西部，2个(包括塑模公司)在西岸。它们的产品价格相当，并且成交方式都是工厂交货。由于前两年市场需求还算强劲，各公司都保持满意的均衡并避免价格战。实际上价格战在这行并不有效——20xx年前有家公司这么干过，结果大家迅速把价格降低到同样水平而整体销量根本没有增加。几年后，价格慢慢又回升到以前的水平了。

塑模公司的销售主要靠6个公司销售代表。每年他们包括工资、红利、旅行、招待的费用统共是66万美元。当一个销售代表即将和顾客达成交易的时候，塑模公司会派遣两个销售工程师前去协助技术性问题，每个工程师一年的开销是12万美元。有时候公司也会在行业杂志上打广告(不超过5万美元)，或者参加展销会。它也有个简单的internet主页，但主要的销售渠道还是这些业务代表。在西岸以外的市场签定的合同，代表会获得4%的红利——但这种情况很少见。

董事会感到危机的是整个行业开始萎缩，董事会不希望塑模公司的绝对销售额受到影响。董事会开始考虑加入西岸以外的市场竞争，因为那里有更巨大的市场潜力。塑模公司的产品被同行和买家公认品质优越，但是并没有到可以让顾客愿意多付钱的地步。实际上，只有在相同价格下，塑模公司才能赢得合同。塑模机械平均价格是每台fob22万美元，运费从3000到4000美元不等，从西岸到东部还要更贵些。

董事会的想法是让塑模公司来吸收这些运费，董事会指望这样可以被避免认为塑模公司要展开价格战，因为产品价格并没有降低，虽然公司的纯利将减少。

市场拓展部对此并不赞同。他们觉得这会挑起削价的战火，甚至会从东部和中西部蔓延到西岸大本营。他们的建议是多雇佣销售代表去打开中西部和东部的市场，通过提高销售质量而不是降低价格来扩大销量。他们强调增加中西部和东部的销售力量非常重要，因为那里的同行更多，竞争也更加激烈，因此频繁而开销巨大的招待会恐怕不可避免。相比之下，西岸就要平静得多，两家企业相安无事，而其他竞争者在西岸只设有办事处，而没有专门的销售队伍，所以一直没什么大起色。

董事会觉得市场拓展部的话有些道理，但是拿不准在不景气的情况下用这么多钱去扩大销量是否得不偿失。再说，董事会感觉到竞争模式很快就要有翻天覆地的变化，国际竞争越来越强，新技术新产品将层出不穷对现有产品构成巨大威胁。董事会希望自己能做个行业领先者而不是跟随者。不过市场拓展部关于其他市场的竞争要比西岸激烈得多的观点让董事会印象深刻，所以现在董事会举棋不定。

但为了公司的长远利益，董事会决定按公司传统，将将于近期举行一场与市场拓展部的谈判以解决问题。

谈判目标：解决公司问题，谋求公司长远发展!

**商务谈判方案篇八**

尽可能具体的写出策划名称，如“×年×月××大学××活动策划书”，置于页面中央，当然可以写出正标题后将此作为副标题写在下面。

二、活动背景:

这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述;具体项目有:基本情况简介、主要执行对象、近期状况、组织部门、活动开展原因、社会 影响、以及相关目的动机。其次应说明问题的环境特征，主要考虑环境的内在优势、弱点、机会及威胁等因素，对其作好全面的分析(swot分析)，将内容重点放在环境分析的各项因素上，对过去现在的情况进行详细的描述，并通过对情况的预测制定计划。如环境不明，则应该通过调查研究等方式进行分析加以补充。

三、活动目的、意义和目标:

四、资源需要:

列出所需人力资源，物力资源，包括使用的地方，如教室或使用活动中心都详细列出。可以列为已有资源和需要资源两部分。

五、活动开展:

作为策划的正文部分，表现方式要简洁明了，使人容易理解，但表述方面要力求详尽，写出每一点能设想到的东西，没有遗漏。在此部分中，不仅仅局限于用文字表述，也可适当加入统计图表等;对策划的各工作项目，应按照时间的先后顺序排列，绘制实施时间表有助于方案核查。人员的组织配置、活动对象、相应权责及时间地点也应在这部分加以说明，执行的应变程序也应该在这部分加以考虑。

这里可以提供一些参考方面:会场布置、接待室、嘉宾座次、赞助方式、合同协议、媒体支持、校园宣传、广告制作、主持、领导讲话、司仪、会场服务、电子背景、灯光、音响、摄像、信息联络、技术支持、秩序维持、衣着、指挥中心、现场气氛调节、接送车辆、活动后清理人员、合影、餐饮招待、后续联络等。请根据实情自行调节。

六、经费预算:

活动的各项费用在根据实际情况进行具体、周密的计算后，用清晰明了的形式列出。

七、活动中应注意的问题及细节:

内外环境的变化，不可避免的会给方案的执行带来一些不确定

性因素，因此，当环境变化时是否有应变措施，损失的概率是多少，造成的损失多大，应急措施等也应在策划中加以说明。

八、活动负责人及主要参与者:

注明组织者、参与者姓名、嘉宾、单位(如果是小组策划应注明小组名称、负责人)。

**商务谈判方案篇九**

二、 准备阶段

(一)谈判团队人员组成

(二)谈判地点

(三)双方利益及优劣势分析

(四)fabe模式的分析

(五)谈判目标

三、具体谈判程序及策略

(一)开局陈述

(二)中期谈判

(三)休局阶段

(四)磋商阶段

(五) 成交阶段

一、谈判主题

处理完成某学院欲购置两间机房相关事宜

二、准备阶段

首先了解谈判对手，尽可能的搜集信息，包括其性格、职务、任职时间等等。

与对方协商确定通则，包括谈判时间、地点等安排

(一)、谈判团队人员组成

职位 首席代表、红脸、白脸、强硬派、清道夫

(二)、谈判地点

(1) 谈判地点：广西时代商贸学院/里建科技大学

(2) 谈判时间：20xx年12月15号

(3) 谈判方式：面对面正式小组谈判

(三)、双方优劣势分析

我方核心利益：

(1)尽量以高价卖出电脑，以价格差异收益

(2)维护企业声誉

(3)保持双方长期合作关系

(4)降低本次疫情中企业停产的损失

对方利益：

(1)买到质量好，价格便宜的电脑

(2)维护双方长期合作关系;

(3)要求我方尽早交货;

(4)要求我方赔偿，弥补其损失。

我方优势：

我方劣势：

竞争者敌手多 失去这个合作伙伴对我方不利

有选择的权利，选择的余地较多，这次谈判他们处于主场方

对方劣势：

他们对电子产品的了解不够我们专业

(四)、fabe模式的分析

a

公司规模大，实力雄厚，品牌产品，信誉度高，质量有保证，服务周到，技术人才多，实行分期付款方式，免费安装，送货上门。

b

大批量订购给予适当打折优惠，配送物品(保护膜，网线，排插，耳麦，鼠标垫等)。

c

以高稳定、高可靠和高安全性的卓越品质，以及创新的技术服务能力。

d

与奥组委合作、神州数码(中国)有限公司、湖南科技大学、武汉工程大学、广西南宁职业技术学院、广西交通职业技术学院、广西师范大学、广西桂林电子科技大学等大学合作。

(五)、谈判目标

战略目标：专业电脑：5000元/台，普通电脑：4000元/台

以最小的的损失并维护我方声誉拿下一所学校及长期合作关系

原因分析：

1.我方重视企业声誉，在该市场上有长期发展

2.对方为电子行业强者，我方重视与对方的强强合作

底线价格：普通电脑：3300元/台，专业电脑：4500元/台

1.维护企业声誉

2.给予一定优惠政策，例如：价格，供给量，交货时限

3.维护长期合作

三、具体谈判程序及策略

(一)开局陈述

我方决定将谈判维持在和谐友好的气氛中

1.最为理想的开局方式是以轻松、愉快的语气先谈些双方容易达成一致定见的话题。比如，“咱们先确定一下今天的议题，怎样?“先商量一下今天的大致安排，怎么样?”这些话从外貌上看好象无足轻重，但这些要求往往最容易引起对方肯定的答复，是以比较容易创造一种“一致”的感觉，如果能够在此根蒂根基上，悉心培养这种感觉，就可以创造出一种“谈判就是要达成一致定见”的气氛，有了这种“一致”的气氛、双方就能比较容易地达成互利互惠的协议。

2.在语言上，应该表现患上礼貌友好，但又不失身份;内容上，多以途中见闻、近期体育消息、天气状况、业余爱好等比较轻松的话题为主，也可以就个人在公司的担任职务环境、负责的范围、专业经历等进行一般性的询问和交谈;姿态上，应该是分寸的当，沉稳中不失热情，自傲但不骄傲。在适当的时候，可以巧妙地将话题引入实质性谈判。

3.为了不使对方在气氛上占上风，从而影响后面的实质性谈判，开局阶段，在语言和姿态上，一方面要暗示出友好，积极合作;另一方面也要充满自傲，举止沉稳、谈吐大方，使对方不至于轻视我们。

感情交流式开局策略：

通过谈及双方合作环境形成感情上的共鸣，把对方引入较融洽的谈判气氛中. (具体做法有：称赞法，感情攻击法，幽默法)

具体步调：

1.对方迎接进来(所有谈判的人进行)

2.成员的介绍(先由对方介绍成员职位，然后我方对成员的介绍)

3.目的(由主谈人提问对方的目的与计划进度)

4.计划： 积极主动地调节对方的所作所为，使其与本方的所作所为相吻合，即主动地对谈判人员这个影响谈判的重要因素施加影响，创造良好的谈判气氛。

(二)中期谈判

(1)红脸白脸策略：由两名谈判成员其中一位充任红脸,一位充任白脸辅助协议的谈成，适时将谈判话题从罢工事件的定位上转移交货期及长远利益上来，把握住谈判的节奏和进程项，从而占据主动。

双方进行报价：

由我方首先进行报价，获取主动权。

我方报价：

(1)愿意提供优惠政策以示诚意，对对方提出的大金额予以考虑

(2)对于交货期限等其他政策适当考虑优惠

报价理由：

对于双方合作关系的重视

根据对方报价提出问题，

如：1、质疑对方所报的价格的合理性

2、对对方对我方指责进行回应

(三)、休局阶段

如有必要，按照实际环境对原有方案进行调整

1、最后谈判阶段：

(2)埋下契机：在谈判中形成一体化谈判，以期建立持久合作关系

(四)、磋商阶段

投石问路、抬价压价策略、目标分解、吹毛求疵、假出价等。而到让步阶段：我们可以通过灵活多样的价格让步，打破商务谈判的僵局，促进谈判的成功。具体策略有：利用竞争、红白脸，虚拟假设、声东击西、踢皮球、车轮战、向水流方向推舟等。

我方对产品价格的基本原则：

2. 让步让在刀口上，让得恰到好处，使自己较小的让步能给对方以较大的满足

我方遵循的谈判方式

互惠式让步：

针对对方提出的产品价格进行磋商

方案一：当对方让价为渐进式

基本态度：友好，耐心

具体应对：初期金额徘徊在高位时，我方反复强调我们公司的产品质量服务一流。

方案二：对方让价幅度开始时很小之后变大

基本态度：冷静，沉着

具体应对：与之据理力争，但切不可浮躁上火，必要时采用中场休息等技巧进行一定程度缓和，以期局面有所改变。

基本态度：坚决

二，针对对方提出的提前交货要求进行磋商

我方认为：

1.我方在于对方合作的同时，也与市场中其他单位进行合作，因此此次争端并不只是两家公司。其他单位的订单也是在安排之中，我方并没有义务为对方优先合作。

三 辅助性条款商榷阶段

经过激烈的主体条款磋商之后，我们尽量将气氛缓和下来，经过一晚上的休息娱乐后。第二天双方将进入辅助性条款的磋商。

如果说主题条款的商榷是\"就事论事\"的话，那么关于辅助性条款的商榷就是\"细水长流\"了。辅助性条款签订的目的就是对未来长期合作关系一种改进以及确立。

在辅助条款商榷的主体就是在对方进行赔款金额的削减过程中得到的一系列辅助条款，其目的就是为了争取双方的长期合作。又因为这一方面并不像主体条款的商榷那样具有硬性，谈判应在一个较为和缓宽松的气氛下进行。

(五)、成交阶段

按照《中华群众共和国合同法》、《中华群众共和国消费者权益保护法》、《微型计算机商品补缀改换退货责任规定》等有关规定，经双方协商一致，签订本合同。

**商务谈判方案篇十**

在谈判之前，一定要拉高战略高度，看一下我们所处的谈判情境。几个问题必须在心中问一下：

1、时间压力在哪一边？(当然，这包括先弄清楚时间压力是真的，还是假的)

2、我们是强者还是弱者？(这表示要先找筹码)

3、要不要结盟或制造僵局？

4、如果要引爆冲突逼对方谈判，时机对不对？

5、有没有议题可以挂钩？

6、有没有观众？(观众会影响谈判者的表现)

7、对方不跟我谈的成本够不够大？或者，跟我谈的诱因够不够大？

如果有足够的信息，还可以多问一个问题：对方的个性如何？是什么样的人？(喜欢做谈判心理研究的，或者对不同国家不同谈判模式有兴趣的人，还可以继续在这个问题上钻研下去。)

决定立场，就是要想清楚我们到底要什么。这又可以用下面几的问题来落实：

1、哪些东西是我们一定要的(must)？哪些是可要可不要的(want)？

2、这场谈判，我们是要赢、要和、要输、还是故意要破裂？(谈判的分析矩阵在这里就可以派上用场)

3、要用哪一个角度去诠释谈判桌上的议题？(比如，这是议题、问题、还是前提？议题是issue，那是要争的，经常是一方赢一方输的;问题是problem，那是可以共同解决，共谋其利的。至于前提，那就是谈判的条件，这时要看的是这个条件是用广义解释还是狭义解释，设法从中找寻出口。)

4、我们的立场有没有足够的理由或证据可以支撑？

在拟定战略方面，主要包括：

1、议程怎么设置？

2、该用大原则去演绎，还是用小协议去归纳？要不要用架构细节的拼图式谈判来谈？还是一开始就喊出我们的底线？或者更勇敢一点，要不要改变游戏的规则？像梅尔吉布逊演的那部电影《绑票追缉令》一样，梅尔吉布逊的儿子被绑架，他本来想付赎金的，后来灵机一动，把赎金变成赏金：谁帮忙抓到绑匪，就可以领到巨额赏金。于是游戏规则一下子翻转过来，变成绑匪去玩梅尔吉布逊的游戏，而不是梅尔吉布逊去跟者绑匪的音乐跳舞了。整个绑匪集团，也因为游戏规则改变，而出现分裂。当然，在真实环境中不见得有人敢这么玩，但是改变游戏规则应该还是一个可以鼓励的创意。

至于战术的选择，则包括：黑白脸的出牌顺序？如何控制谈判的快慢节奏？要不要适时引入第三者调停？谈判中间若卡住了，怎么制造新的动力？而这些战术，通常都需要经过演练，再加以修正。所以谈判一定要练，要经过模拟套招才能上桌。

在场地和人选方面，主要要问的是：

1、在我的地方谈？还是在人家的地方谈？

2、需不需要造景？(有的时候谈判者会考虑：记者可能在哪个角度拍照？明天想要哪种照片、或现场哪个标语见报？想要藉此在舆论中营造什么气氛？这些问题都曾经被不同的谈判者考量过。)

3、派哪些人上桌？(这包括上桌人的阶级安排，以及个性搭配，以及象征意义在内)

前置谈判是谈判前的谈判，目的在协商出谈判议题的范围，弄清楚各方对谈判的立场(如果是多边谈判的话，因为人多，所以这个前置谈判的时间会拉得很长)，同时传达出我方的善意。在传达出我方善意的时候，还要弄清楚对方会不会回报。回报是个很重要的概念，通常谈判者必须先确定，他的善意会受到善意的回报，他才会敢让步。

在前置阶段跟对方沟通的时候，谈判者还可以评估各种方案的成本，做好谈判的风险管理，以避免贸然上桌的风险。同时可以争取时间，设法获得自己阵营内部，甚至对方内部的支持。

这就是谈判桌上的各种试探了。我们可以先提案或先开价，去测试对方的反应，或一上桌就丢一个小让步过去，看对方接不接，藉此了解人家到底要什么。举凡发问的技巧、倾听的技巧、肢体语言的观察都可以在这个阶段作一加强。

这是1998年美国学者才整理出来的概念，有点新，但是很好用。什么时候可以考虑达成一个协议前协议？一般而言，如果谈判各造都认为谈判是可以谈成的(也就是大家都愿意上桌)，但眼跟前没办法达成协议、而有协议总比没协议好，这时就可以考虑用协议前协议。也就是先达成一个初步的协议(对双方都有约束力的)，缓和当前的僵局，以后若达成更好的最终协议，再来替换这个暂行的协议。

比如两方要延长一个契约，但新约的谈判久久未能达成协议，而旧约又即将失效。这时如果双方都认为有约总比没约好，就可以签一个协议言协议，双方同意，如果旧约届满日新约仍未成，旧约自动续约一年或一段特定时间，以避免双边关系中断。这就是一种协议前协议。

以美国一个环保冲突为例：一个开发公司想要在湿地上建造一座桥，环保团体怕这样会影响到水鸟的栖息。开发公司不相信一座桥会对生态造成那么大的影响。这时他们就可以达成一个约定：开发过程中，环保团体密切监控水鸟的数量。如果水鸟的数量低于某一个临界数字，开发公司便同意拆除该座桥，并且捐款作生态保护。如果水鸟数字没有低于临界点，开发公司就可以被允许继续开发。这有点像赌博，因为谁都没有办法保证以后那块湿地一定会怎样，所以就先签个协议，赌一下了。

外交上也有这种协议前协议。比如两国打仗，战争暂时停止，但真正的和平协议未签。于是双方可以先签一个停火协议，进行换俘，并承诺继续努力找寻一个长治久安的解决方案。在那个方案还没找到之前，这些协议都算协议前协议。这有点像中程协议，目的是防止情势恶化。因为协议前协议再怎么签，都比没有协议要好，所以也有人把它称为谈判上的止滑点：避免让步后一个不小心，便一路滑下去的惨剧。

这就是我们最常讲的谈判过程了。这个阶段要问的是：

1、让步的幅度、次数、速度该怎么设置？

2、如何锁住自己的立场？

3、让步的时机该如何判定？

有的时候因为某种原因，谈判的过程很可能会卡住，谈不下去，这时就必须制造议题，让谈判有新的动力。这个僵局可能是外部发生的新事件，或者我们自己故意制造的僵局。以北爱尔兰的谈判为例，1998年在美国调停之下，英国、爱尔兰以及北爱交战各派达成和平协议，曾让许多关系世界和平的人同感振奋。但是在执行和平协议的时候，却因为新教徒与天主教徒在爱尔兰共和军缴械的问题上僵持不下，而使谈判陷入胶着。这时爱尔兰共和军里面激进的一派，对和平进程的停顿感到失望，乃另组真爱尔兰共和军，在20xx年与20xx年重新对英国展开恐怖攻击。伦敦方面受此刺激，决定加把劲，对新教徒与天主教徒的冲突进行调停，停滞的和平进程也因此被注入新的活力。这就是外部发生的新事件改变谈判进程的例子。

自己制造的僵局，则像巴格达宣布禁止联合国武检人员进入伊拉克一样，一下子把情势拉高，逼得联合国不得不做出一些让步。

在这个僵局过程中，也可以设法引进第三者进行调停。第三者可以建议一些解决方案，同时也为让步的一方保住面子。更重要的是，引进第三者可以规范冲突的规模，让一些故意制造出来的僵局不致失控。

这是个很重要的部分，这时要问的是：

1、选择什么时机结束谈判？

2、哪些敏感问题可以延后再谈？

3、是用突然让一步的方式赶紧结束，还是用突然强硬起来的方式结束？

4、要不要用整批交易在终场去夹带议题？

5、要不要用搭配战术，在对方得意的时候搭进别的议题？

6、如何减少对方让步的成本，让他敢输给我们？

7、如果非输不可，要输给那个人？

这几个问题，有的是战术，有的是谈判素养，但有一点是相通的，那就是谈判也必须讲究背影，下台也要看身段。下台下得好，我们的老板与对手，都会对我们有一定的尊敬。

有协议前协议，当然就有协议后协议。所谓协议后协议，就是达成协议之后，双方同意再去找找看，看有没有更好的解决方案。如果在一定时间内，找到更好的解决方案，就用那个替换原先的解决方案。如果找不到也没关系，因为至少已经有了一个解决方案在那儿。之所以这样做的原因，是因为许多谈判学者发现，冲突各方为了急于找到一个解决方案，但是经常找是找到了，但却不是最好的。所以他们才会想，为什么不再找找看呢？这就好象两个人分完了糖果，临出门前，再回头看看，看桌上有没有糖果剩下来。如果桌上还有糖果剩下，那大家还可以回去再多分一点嘛。这就是协议后协议的原始构想。

本来这种协议后协议的谈判方式，比较适合两人谈判，而且是内部谈判比较仍亦有这样的共识。但如果在对外谈判时，也同样能做到这点岂不更好？所以我把它摆在这里，作为谈判的第十个步骤。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn