

<<商务谈判与推销技巧实训>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判与推销技巧实训>>

13位ISBN编号：9787030199690

10位ISBN编号：7030199693

出版时间：2007-9

出版时间：科学

作者：张亚军，包立军，

页数：233

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>

<<商务谈判与推销技巧实训>>

前言

商务谈判与推销技巧是市场营销专业的核心技能之一。

自20世纪80年代初,现代推销理念引入我国以来,许多专家、学者对该学科人才技能培养和建设作出了积极贡献,出版了很多旨在提高市场营销专业学生专业技能的实训教材。

这些教材各有特色,对传播本专业发挥了良好的作用。

但是,如何编撰一部内容比较系统、结构比较新颖、更适于我国营销专业高职教育的教材,尚有一些需进一步研究和解决的课题。

本书的编写本着创新、现代、体系和适用的原则,突出“能力本位”的培养目标,同时融合传统理论体系与现代谈判与推销技巧的新变化,体现现代高职营销人才培养中以“就业为导向、技能为核心”的要求。

教材的特点如下。

1. 结构性创新——以单元和提问式体例取代常规的章节式体例格式。

为突出“能力本位、技能培养”的原则,让学生更好地把握和理解教材中每个单元的内容,我们采用了全新的体例格式:取消以往教材的章节式体例,而以单元和提问的方式取代。

这样,可以让学生更好地把握每一单元的内容;以提问的方式引出具体的实训内容,有利于学生带着问题去阅读和学习,始终紧扣问题点、围绕问题点将思路展开,层层深入,更符合学生的认知规律。

2. 实训体系的模块化设计——整合理论知识,模块化组合实训内容。

所有实训的内容,都不可能靠单一的理论知识为指导。

为解决理论与实践训练不兼容的问题,我们采用模块化设计的理念,将理论知识进行有效整合,以“单元模块”的形式进行组合实训设计,更有利于学生对所学理论知识的综合认识及运用,更有利于对实训技能体系的理解和把握。

3. 生动的游戏实训——在娱乐中体会技能,更富理解性和可读性;生动性是一本教材的灵魂,枯燥乏味的教材不会受到学生的欢迎。

让学生在在学习中享受快乐,同时,领会和掌握专业技能是我们一直不懈的追求。

为此,我们在每个单元的实训内容中,较好地设计了与实训目标紧密相关的游戏——要么引发学生思考与注意、要么让学生进行技能扩展、要么引导学生进行知识与技能的融合。

在娱乐中体会、品味和养成专业技能,无论对学生还是教师来说,都是一件值得高兴的事情。

本书由秦皇岛职业技术学院张亚军、包立军、王业军、杨湘江、吴芳、张丽丽共同编著完成;由秦皇岛职业技术学院刘志国教授担任主审,在此,对刘志国教授对本书提出的宝贵意见和建议表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限,不足与不当之处,敬请广大读者批评指正。

<<商务谈判与推销技巧实训>>

内容概要

本书针对高职高专营销与商务类专业人才“能力本位”培养目标的要求，通过结构性创新、模块化设计、生动的游戏训练等创新点，力求突出新颖、兴趣、技能自然养成和适用的特色。

《商务谈判与推销技巧实训》主要包括：谈判准备实训单元、谈判语言与思维实训单元、谈判策略实训单元、谈判过程控制实训单元、谈判交易实训单元、推销准备实训单元、推销模式实训单元、推销过程实训单元、推销实训方式单元等共9个单元。

《商务谈判与推销技巧实训》结构设计科学新颖、实训技能点明确体系、实训方式灵活高效、能够寓教于乐，具有前沿性，可读性强。

《商务谈判与推销技巧实训》可作为高职高专院校、成人高校营销类、商务类各专业教材，也可供企业营销与商务人员和社会从业人员参考。

<<商务谈判与推销技巧实训>>

书籍目录

第一单元 谈判准备

- 训练一 双方力量孰强孰弱
- 训练二 您了解顾客的期望值吗
- 训练三 如何设定商务谈判目标
- 训练四 如何制定商务谈判方案
- 训练五 怎样组成谈判队伍

小结

第二单元 谈判语言、思维

- 训练一 你善于赞美和拒绝吗
- 训练二 论辩时你能保持幽默吗
- 训练三 谈判中如何提问与回答
- 训练四 你善于倾听和说服吗
- 训练五 谈判中如何运用表情与动作进行沟通

小结

第三单元 谈判策略

- 训练一 谈判中如何运用让步与进攻的策略
- 训练二 谈判中如何运用强硬与拖延的策略
- 训练三 谈判中如何运用直接与周旋策略
- 训练四 谈判中如何运用最后通牒

小结

第四单元 谈判过程控制

- 训练一 谈判中如何控制时间
- 训练二 如何控制谈判气氛
- 训练三 谈判中如何控制心态
- 训练四 谈判中如何进行让步
- 训练五 谈判中如何进行沟通

小结

第五单元 谈判交易

- 训练一 谈判中如何及时成交
- 训练二 如何签定合同
- 训练三 如何处理谈判中的合同纠纷
- 训练四 如何确保当事人履行协议

小结

第六单元 推销准备

- 训练一 你知道销售愉快的旅程如何开始吗
- 训练二 如何像“猎人”一样寻找潜在顾客
- 训练三 如何进行顾客资格审查
- 训练四 如何设计你的“销售通行证”

小结

第七单元 推销模式

- 训练一 怎样唤起他人的注意
- 训练二 你了解顾客的需要吗
- 训练三 对于一件产品,你能有多少发现

小结

第八单元 推销过程

<<商务谈判与推销技巧实训>>

训练一 约见顾客

训练二 如何接近你的客户

训练三 如何不让价格成为障碍

训练四 如何破解顾客的异议

训练五 如何按下成交的按钮

小结

第九单元 推销方式

训练一 电话中如何做到销售于无形

训练二 如何运用网络进行销售

训练三 如何让产品帮助你说话

训练四 如何让顾客在体验快乐中销售产品

小结

参考文献

<<商务谈判与推销技巧实训>>

章节摘录

(六) 相关知识链接1. 强硬谈判策略强硬谈判策略在商务谈判以及西方国家的劳资谈判中应用的较为普遍, 即谈判一方声称某些条款没有任何考虑、通融的余地, 通常的做法是强硬固执地坚持某些要求, 先向对方摊牌, 然后迫使其让步。

如果两个强硬的谈判者的目标相距甚远, 而他们仍然固执己见, 那么双方意愿所产生的撞击将极其猛烈。

双方都有可能退出谈判, 不再往来。

如果他们处于双方不得不继续在一起工作, 并必须达成协议、必定发生冲突性讨价还价的情况下, 就要施加很大的压力和强制力。

因此, 对于没有能力驾驭谈判的人, 在谈判中一味坚持自己的立场是不明智的。

另外, 强硬式的谈判即使是获得了成功, 也会由于本身的不足而留下隐患。

实力较弱的一方虽然不得不屈服于对方的威逼, 但心里自然是愤恨难平, 一有机会就想要出口气, 这样双方就得不到长期的良好合作: 获胜的一方虽然得到了眼前的胜利, 却失去了长期的稳定与安全。

如果不成功必然是由于误解、偏见以及其他心结所造成的, 从某种意义上说这就背离了谈判的目的。

那么, 如何应付强硬的谈判对手呢?

可以有以下几种策略: (1) 反击。

如果谈判者有足够的信息来反击对方的不合理要求, 就可以突然爆发, 出其不意地回击对方的强硬态度, 在这种情况下, 谈判对手肯定没有心理准备, 突然引爆冲突, 大大出乎他们的意料。

这种战术的目的在于制造僵局, 为后面的谈判累积能量。

另外还可以使用黑白脸策略。

长官出来强硬, 然后由底下的人出来缓解。

但是可以先制造僵局, 破裂, 等几天, 看对方利用这段时间请示上级的结果如何, 再决定白脸是否出场。

(2) 给他一堵墙, 这包括三种方式。

一是沉默, 如美国人常用的方式是不讲话, 如果对方对自己没信心, 就会陷入自己跟自己谈判的泥沼之中, 然后不断让步。

二是转移话题, 打“擦边球”。

话题可以是相关的, 讲着讲着, 就扯到另一个话题了。

比如从价钱扯到空运或海运, 或从买成套设备讲到买零件, 对方很着急, 但就是不转回来谈价格。

<<商务谈判与推销技巧实训>>

编辑推荐

《商务谈判与推销技巧实训》为高等职业教育“十一五”规划教材·高职高专市场营销专业教材系列之一。

<<商务谈判与推销技巧实训>>

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>