**价格谈判兵法-基于商务场景的谈判战术解析**

**（版权课程）**

**[课程背景]**

2025年前，某知名新能源企业要求所有供应商在下一年度合作中，必须降价10%，不然踢出供应商名录。

几乎同一时间，网传还曝出另一家同样知名的新能源企业，给供应商寄了一把菜刀，寓意“快刀斩乱麻”，要求降价。

进入“存量”市场的企业，只能用一个“卷”字形容，卷到最后只好拼价格。而客户正好利用大家饿狼抢食的时机，疯狂地进行极限施压。

你束手无策，只好被动的接受降价，你一降再降，最后降到底价了，客户似乎还不满足，怎么办？

你让完价格，又要你让帐期、让质保，最后让无可让，客户说还要考虑一下，是否心力交瘁？

而强势的甲方似乎并没有获得胜利的喜悦，因为甲方的竞争也激烈，甲方采购的KPI考核指标压力也大。

为什么价格谈判如此重要？

**因为在谈判中每争取到的一分钱，都是企业的利润。**

因此，在这场价格谈判博弈中，如何找到双方都能接受的价格点，考验的是各方的智慧，以及谈判的时机、节奏的把握、筹码的运用和方案的设计。

本课程运用西方谈判之术，结合中国国学之道，旨在通过理论讲解、案例分析和实战演练，帮助学员掌握价格谈判的核心技巧，提升谈判能力，实现企业利益的最大化。

**适用对象：**总经理、销售、策划、品牌、运营、采购、外联等部门人员

**授课方式：**采用互动式教学、案例分析、小组讨论、PK训练、实战演练；

**授课时间：**2天/6H/天（40人以内效果最佳；一天只讲内容，不含实战演练）

**[版权证书]**

**[课程收获]**

* 掌握报价的时机与方法；
* 做好价格谈判前的准备工作；
* 分析客户，设计价格谈判方案；
* 抓到筹码，避免在价格谈判中陷入被动地位；
* 实战演练，把所学知识转化成智慧，落地运用。

**[课程大纲]**

**第一讲：掌握报价的时机与方法**

**【问题分析】：客户叫你报价时，十万火急，当你报完价后，杳无音信。你去找客户，总是让你不要着急，耐心等待，然后再找各种理由敷衍你。什么时候报价？如何报价？报价时要做哪些工作？**

**1、****客户对价格的4个认知期**

1）价格预期（感觉）

2）匹配期（画像）

3）对比期（价格）

4）购买期（索取）

**2、报价的四条界限**

1）底价

2) 欲望中止价

3) 目标价

4) 报价

* **问题：**报价前客户催得急，报价后却没有反应，如何破解？

**3、报价时机**

1）最好见面之后报价

2）见到决策者再报

3）了解需求再报

4）找准时机再报

5）产品价值塑造之后再报

6）报一个客户同行的价格，进行试探。

7）客户只认价格，就报一款有竞争力的产品

8）报价要留有余地

* **输出：**报价沟通话术

**第二讲：价格谈判的准备工作**

**【问题分析】：“不打没把握的仗”，谈判如同打仗。你在谈判桌上的所有临场发挥、随机应急都是建立在充分准备的基础上。**

**1、找到谈判的价值锚**

* **案例：**星巴克货架C位摆放一堆依云矿泉水，标价20元钱，几乎卖不动，却一直不下架，这是为什么？

**2、确定价格谈判目标**

1）赢-按我的意思达成

2）输-放长线钓大鱼

3）破-挫挫对方的锐气

4）拖-拖延时间，等待时机

5）和-双方各让一步，妥协

**3、乘势而上，让自己处于有利地位**

1）蓄势策略

2）借势策略

3）造势策略

4）取势策略

* 研讨：1、弱势方如何借势虚张声势？

2、如何让自己变成更强大？

**4、知彼知己，做好对方信息收集**

1）对方公司实力、行业地位，当前的难点与痛点；

2）对方个人的性格、家庭关系，当前困扰点；

3）对方军师和助手信息；

4）对方底线预测

5）发展对方内线

**5、谈判场景布置**

1）谈判时间

2）谈判地点

* **案例：**苹果公司如何审核供应商？

3）谈判环境

4）谈判人选

5）主场客场

* **案例：**我方派出高规格谈判队伍，而对方（甲方）却安排小兵出马，怎么办？

**第三讲：价格谈判的方案设计**

**【问题分析】：设计谈判方案可以让你找到谈判方向，把握谈判节奏，如何运用筹码等，避免价格谈判进入僵局。谈判方案设计如同打牌一样，先出哪张牌，然后出哪张牌。预测对方会出哪张牌，打出来的牌，如何接牌的道理一样。**

**1、常用的价格谈判方法**

1）挂勾战术

2）结盟战术

3）炒蛋战术

4）诱敌深入

5）激将法

6）迂回补偿

7）切割法

8）二桃杀三士法

* **视频：**诸葛亮联吴抗曹，略施妙计由被动转主动

**2、价格谈判筹码怎么找？**

1）让其快乐-跟我谈有什么好处？

2）使其痛苦-不跟谈有什么坏处？

* **练习：**梳理我司的价格谈判筹码

**3、价格谈判筹码运用**

1）谈判的议题与选项

* **工具：**谈判方案设计图

2）谈判的交换项

* 他想要的我能给
* 我想要的他们有

3）谈判的出牌顺序

* 必给
* 可给
* 不给

4）谈判的退路与替代方案

* 你有退路对方没有-砍对方的退路
* 双方都有退路-看谁的筹码好
* 双方都没退路-看谁熬得住
* **采购谈判-**怎样让供应商乐意把物料价格降低5%？
* **销售谈判-**客户要求我们降价5%,如何应对？

**第四讲：价格谈判的策略技巧**

**【问题分析】：对方太强势，如何坚守价格？坚守不住时，如何让步，让多少，什么时候让，谁来让？让步后如何争取其他利益？**

**1、谈判焦点**

1）核心问题

* 价格
* 质量
* 付款周期
* 交货时间
* 售后服务

2）非核心问题

* 奖励/返点
* 样品
* 销售任务/最小起订量
* 品牌宣传/培训
* 技术支持
* **思考-**甲方采购在**酝**酿让供应商降价时，胆大的乙方业务却率先涨价，这是为什么？

**2、影响价格谈判的5个因素**

1）成本预算

2）供求关系

3）市场竞争

4）需求阶段

5）品牌影响

**3、价格谈判的6个陷阱**

1）预算不足

2）红黑脸配合

3）情感游戏

4）以势压人

5）量大忽悠

6）画饼引诱

**4、控制对方的价格期望值**

1）亮明底牌

2）提升价值

3）强调风险

4）赋予更多意义

**5、价格异议的谈判策略**

1）认同法

2）优势凸显

3）服务增值法

4）提供证据法

5）以退为进法

6）迂回补偿法

7）成本分析法

8）借助外力法

**6、僵持阶段-象征性让步**

1）免费的午餐

2）割肉让步

3）给台阶下

* **僵局谈判-**强势的客户咄咄逼人，怎样抓到筹码，掌握主动权？

**7、僵局阶段-实质性让步**

* **思考-**给你100块钱让步空间，你准备让几次？每一次让多少？

1）漏斗式让步

2）条件式让步

3）第三方策略

**第五讲：价格谈判的实战演练**

**【问题分析】：“知识好学，功夫难练”怎样把所学知识转化成智慧，把所学工具落地运用，最好的方式是模拟演练，闯阵通关。**

1）以小组为单位，根据案例（最好由公司提供200字以内的案例）分别从甲方、乙方角度设计谈判方案；

2）甲方班组推选3位谈判代表，分别扮演采购、技术和决策者；

3）乙方班组推选2位谈判代表，分别扮演销售、技术（人数可增加，角色可调整）；

3）第一轮谈判时间为20分钟，谈判完后老师点评；

4）休场10分钟，准备第二轮谈判（可以换人和客串）；

5）第二轮谈判时间为20分钟，谈判完后嘉宾点评、老师点评；

6）课程总结，布置作业。