

# 招商谈判方案 招商谈判招商谈判(汇总5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。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。

## 招商谈判方案篇一

最近几天看了一部穿越小说，说的是一个现代人凌啸阴差阳错回到康熙年间，可能因为作者现实工作是职业经理人的原因，作者在叙述主人公很多故事时，都或多或少加入一些现代营销的理念。比如，主人公有一次举办了一个“香胰”招商会，在教其下属如何同客户谈判时，提到“拽”、“吹”、“算”、“激”、“难”、“诺”、“托儿”七点，笔者觉得这七点写的相当实在，所以特写来与大家一同分享。

“拽”和“吹”小说作者解释的非常清楚，笔者就不在多言了。

@什么叫“拽”？就是你要傲慢，傲慢到使得别人产生这样的错觉：“现在争代理权的人很多，看这位掌柜对我爱理不理的态度，怕是我的对手很强劲啊！”这样，你们就掌握了主动，接下来怎么样都好谈了。当然，傲慢不是粗鲁无礼，而是要求你们，学会把那种傲慢和不耐烦的情绪，通过在彬彬有礼之中，无意识地表现出来。再通过更加客气地礼貌掩饰，在无意识透露，再掩饰，这样就真实多了，客商就会深信不移。

@什么叫“吹”？就是你要擅于把好的夸到更好，把不好的夸到自己比别人好。王婆卖瓜，自卖自夸。是颠扑不破的真理。

但是吹也要注意三点。一要自我催眠，催眠到就算你卖的是狗屎，你也可以找出它的十个优点，并且脸也不红地吹嘘出来，甚至在必要的时刻。当着客商津津有味地吃，要把那美味的感觉表现得入木三分，直到客商怀疑自己的味觉嗅觉系统出了问题。二要在合理地范围。要是你所吹的，别人用想象都可以推翻，你就失去了别人的信任。三是要吹到点子上，时时刻刻转化成为他作代理的强烈动力。

“算”、“激”、“难”、“诺”则看看小说里那位能言善道属下的表现。

@中间桌子的一个黄板牙地客商大吃一惊，“你怎么算出这么多纯利来了？”

@“嘿，你们江宁那么大的城，人口以百万计，十个人里面有一个买得起冰雪香胰的，就是十万块。一年一人最少用四块，就是四十万块的总量，每块可以赚二钱，就是八万的毛利，就算你交税、请人、租店铺、交我们地管理费，全加起来，最多也只要花一万两吧，纯赚七万两，有什么稀奇的？”

@他对面的掌柜算盘珠子打得啪啪直响，给他算了一笔账，把那个客商喜得仿佛金山就在眼前，却听见那掌柜地又说，“你都四十多岁了，人生又有几回搏？这年头，撑死胆大的，饿死胆小的，你要是赚钱的胆子都没有的话，不如回去做点小本买卖算了，你说，你敢不敢？还有没有奋斗一把的雄心？还有没有分辨和抓住机会的勇气？！”

@客商死劲点头，“敢！敢！有！”

”

@客商微微有些吃惊，半年才能赚回来三万两啊！那掌柜却凑近低声道，“江爷，我看你人挺爽直的，很投我的胃口，咱们也算是结了一个缘，到时候，我跟曾大掌柜帮你说说，要

是和别人同样的价格，就优先给你。你可不能到处说啊，这事情要保密，我在厂里混得越好，爬的位置越高，就是对你越好，有我照看着你，日后有什么优惠，第一个考虑你！记住，不要到处说，啊！”

@ “呵呵！曹掌柜，您真是为人仗义，江某真的是全靠您了。”江姓客商看看左右，“别的我就不说了，您哪天到江宁，要玩秦淮红牌，兄弟我给您包了！”

所谓“算”，乃利润计算，对于客户来而言，万般花哨说辞，不如告诉其能赚多少来的让人信服；但是，即使把利润算的明明白白，做生意有风险是谁都知道的，所以这个时候就必须用“激”，提升客户投资的勇气；而“难”与“诺”则是做生意的小技巧，通过对市场环境激烈程度的夸大，使客户产生与机会失之交臂的后悔情绪，而用“诺”再把客户从这种后悔情绪中拉回——典型的“先苦后甜”谈判技巧。

而最后一点“托儿”，不用小说表述，相信读者也明白，所以在这里就不在多言了。

以上七点，一环扣一环，当今标准的招商流程，但笔者还要在这七点前后各加一点：“势”和“情”。

小说中主人公为了搞这个“香胰”招商会，前期做了大量广告，而且又因为“香胰”价格不菲，甚至连招商资料二两银子一份，以提升这次招商会的档次。虽然有些夸张，但这也告诉我们，招商第一步便是要这个“势”，以便为日后市场推广、业务谈判工作打下基础。

而说到“情”，可能大家觉得上面七点招商手段有些虚情假意。但笔者认为，虽说虚情假意，如果招商目的正确的话，即使做些手段也无妨。但这目的是什么呢？很简单，就是厂家与客户一同赚钱，共同发展，如果本着这个目的进行招商，那就还需要一个“情”——用真诚打动客户，成为客户的朋

友。

欢迎与作者探讨您的观点和看法，电子邮件：1351140200@

## 招商谈判方案篇二

——而拓展对于化妆品行业意义是怎么样？

——怎样在市场中完美无暇地完成招商与谈判？

※首先在拓展谈判中要确定自己品牌的市场定位；根据目前品牌的渠道而融合与市场，这样化妆品企业才会找到走捷径的大路。

2、如果企业主要将产品专门打造成商超类型的产品以量为主薄利多销，那么你就需要关注下国内化妆品行业的动态，因为中小城市传统的通路销售比例仍占较大，农村零售网点发展迅速，包括今年国家商务部也就针对全国出台了“千店万村工程”主要是农村市场的资源缺乏因此扶持而进行，河南在今年已经在实施，像这样的客户群体，商超类型的化妆品企业将把其作为主攻方向，这样才有利地扩大产品的销量同时也提升渠道的占有率。

※其次在拓展谈判中也要懂的客户的基本信息资料、艺术技巧、掌握好谈判的节奏、情绪、语言速度、以及谈判成功率预估措施。

## 招商谈判方案篇三

### 一、很难判断对方的反应

谈判中会涉及许多肢体语言，每一个细微的动作都会反映出对方此刻的心理状况，谈判高手能够通过察言观色来判断或修改对手及本方的谈判策略，从而建立谈判相对优势。

电话沟通只能了解到对方的语气，仅凭一点很难准确的分析出对方的真实意图，更何况谈判高手极可能会通过语音语调来迷惑你，从而加大你对他们底牌分析的难度。

销售一方通常会在谈判中处于被动局面，高水平的销售人会通过施展各种策略来影响买家的心智，改变双方的谈判力量对比，假如双方不能会面洽谈，会让一些习惯于观察的销售人举足失措。

## 二、很容易被对方拒绝

在销售谈判中，卖方最怕自己的产品或服务被买方毫无余地的拒绝，而恰恰在电话谈判中买方非常乐于干脆地拒绝对方。

在任何行业的商务谈判中，买卖双方或多或少都会顾及对方的情绪，即使谈判破裂也会给对方留有面子，在电话谈判中买方则不会有太多的顾及，他们会直截了当的使用拒绝策略，当然并不一定是真实的否定，他们可能会通过否定来实现自己的目的。

当你至电买方介绍产品或服务时，假如对方此确实毫无兴趣，他们通常不会继续与你交流，甚至直接挂断电话，几乎没有回旋的余地。

## 三、精力容易分散

### 招商谈判方案篇四

案例：一支鞋=30万

我陪同客户去招商会看项目，前期在咨询处跟业务经理谈的不错，因为整个概念和产品设计都很新颖，客户有意向签订一个30万的加盟合同，趁业务经理去拿合同的时候，我们在他们现场演示区看了看，顾客问正在忙着演示的美容导

师：“这个体验是不是每个人都可以做？”，导师低着头，大声说：“不可以”。看导师很忙，不太搭理我们，我们有点失望走回咨询室，突然踢着一个东西，差点将客户摔倒，我们一看，是一只鞋，回头一看，原来导师觉得累了，就把鞋脱了顺脚丢在一边。客户跟我说：“合同不用签了，我们走吧！”，只留下莫名其妙的招商经理在那发呆。回来的路上，客户跟我说：“一个公司的团队带成这样没有规矩，没有礼节，这是一个没有责任心，没有品质保障的公司，对自己的员工行为不负责任也不会对我们加盟商负责，服务意识这样差，我不知道他们怎么做好加盟店的经营指导，服务行业应该从自己的举手投足开始。”

服务和销售从举手投足开始，一说到举手投足，有的招商人员觉得那是花拳绣腿、表面功夫，只要公司产品好，品牌强就可以了，然而我想说的是：产品好坏是人在销售，一个名牌产品放在一个乞丐手上，别人也只能想到一定是一个盗版。我们总是在强调语言的沟通技巧，然而却忽视了非语言的威力，其实非语言方面的内容更加丰富，目光、声音、表情、体姿、服饰礼仪等，一举手一投足，将一个人乃至一个公司的品质好坏暴露无遗。

所以说，独具一格的富有个人魅力的沟通语言加上娴熟的非语言的锦上添花，合二为一、天衣无缝的自然融合对于一个招商人员而言显得尤为重要。

接下来我们将从目光、声音、体姿、礼仪四个方面进行阐述：

### 目光的直线和高低决定您的信心程度

目光是非语言沟通的一个重要通道，“眉目传情”就是一种很好的说明。事实上，在人际交流沟通中，有关沟通双方的许多信息，都是通过眼睛去收集和接收的。目光，作为一种非语言信号，招商人员使用目光可以向沟通对象传递肯定、否定的态度，质疑或认同等情感信息。在人员销售的沟通中，

招商人员要善于使用目光，如用目光来表示赞赏或强化客户的语言或行为，用目光来表示困惑等。

我们招商人员的眼神会很直接的反应出你对这个项目和产品的信心度。

小贴士：

1、招商时，我们应该目光水平，这样体现我们的不卑不亢，当客户比较目中无人的时，我们绝对不能视线向上，否则让对方更加气势凌人，我们可以稍微向下，体现我们的权威感。

3、在表达心情的时候，多用眼睛传神。

声音的音调和速度决定您的把控进度

人的声音具有浓厚的感情色彩，能引起人复杂的心理效应。声音的强弱、快慢、高低、纯浊，都能显示出异常复杂的情感。《灵山秘叶》中有这么几句话：“察其声气，而测其度；视其声华，而别其质；听其声势，而观其力；考其声情，而推其征。”其中的声气，略同于声学中的音量，通过声气粗细，察看人的气度；声（抄自传播网）势相当于声学中的音长，声势壮者，声力必大；声华相当于声学中的音质音色，“声华”质美，则其人性善品高；“声情”相当于带感情的声音。人有喜怒哀乐七情，在语音中必然有所表现，即“如泣如诉，如怨如慕”。因此，由音能辨人之“征”。人的喜怒哀乐，必在音色中表现出来，即使人为极力掩饰和控制，但都会不由自主地有所流露。因此，通过这种方式来观察人的内心世界，是比较可行的方法。

讲话的速度也影响到会话。说话速度太快的人，一方面容易给人好像有某种急事、戏剧性的事件或热心投入的印象；另一方面会让对方感觉焦躁、混乱以及些许的粗鲁。说话缓慢的人，虽然给人深思熟虑、诚实的印象，但太慢也会变成犹

豫不决或漫不经心，甚至还会呈现消极性的含义。

语气的内涵是多方面的，它具有多姿多彩的复杂形态。语气的多样性是语言本身丰富性的反映，也是语言能力强的一个表现。语气不同，表情达意也就有不同。其中尤其以声音和气息状态至为重要。请看下表：

所以一个招商人员的说话的语气、语调、语速的差异，会导致不同的理解和结果，合理的声音节奏，将会引导顾客随着你的谈判思路和进度发展。

小贴士：

1、招商时跟顾客在语速上保持“共振”的原则，也就是说，顾客如果是快性子，招商专员也要提高速度，如果顾客是慢性子，你要应该降低你的速度，标准是基本跟客户一样的速率。

2、我们在说话的时候，应该很好的控制我们的语气，通过声音的柔、硬、缓、急表达我们想要表达的爱、憎、悲、喜。如我们在快要成单的时候，最容易激动，从而表现出气满，给以对方你过于喜悦的感觉，让对方有上当质疑，所以一定要“声平”，给对方一个沉着的感觉。

3、在语音上，我们要注意音量大小适中。讲话时声音不宜过高，音量大到让人听清即可，明朗、低沉、愉快的语调最吸引人，放低声音比提来源营销传播网高嗓门声嘶力竭地喊听起来让人感到舒适。所以语调偏高、音尖的人应该设法练习变为低调。当然这要把握适度，声音太低太轻也不宜让人听清楚，那也不好。

4、讲话时应注意音调的高低起伏、抑扬顿挫以增强讲话效果。应避免平铺直叙过于呆板的音调，这种音调让人听着乏味达不到预期的效果。任何一次讲话，速度的变化，音调的高低，



抑扬顿挫，就像一首交响乐，搭配得当才能和谐动人。

## 招商谈判方案篇五

### 一、要了解对方的意图、目的、策略

《孙子兵法》说得好：“知己知彼，百战不殆”，“在招商谈判中亦是如此。只有了解了对方的意图、目的、策略，我方才能对症下药，相应地制定我方的对策，进而使我方在整个招商洽谈中处于较为有利的地位，并使招商获得成功。

这就要求招商谈判人员在招商洽谈前或洽谈中解决好这个问题。要做好这个工作，可以采用以下三种方法进行调查了解。第一种方法是检索调查法，即招商洽谈人员对现有的资料进行收集和分析。现有资料的来源较多，包括本公司或本单位内部存储的信息资料，招商谈判对手发放的资料，有关介绍招商谈判对手的报刊书籍等。这种调查方法简便易行，投资少，见效快。第二种方法是直接调查法，即招商谈判人员通过直接接触来搜集、整理情况资料。第三种方法是咨询法，即招商谈判人员向有关专利事务所和情报信息单位提出咨询，并购买相关的资料。

### 二、相互尊重，平等互利

招商洽谈要在相互尊重、平等互利的基础上进行。从相互尊重上讲，谈判的双方应遵守时间，相互遵守对方的礼仪风俗习惯。在谈判过程中，应本着平等互利的原则，不接受谈判对方所提出的任何不合理的附加条件或条款，同时我方也不向招商对方索取不合理的利益。

谈判的结果应是谈判的双方都感到己方有所得，即获得各自的利益，与自己所追求的利益目标一致或大体相当。因此，在招商洽谈中所谋求的平等互利的具体方针应是：在友好、和谐的气氛中谋求一致，经招商洽谈各方共同努力，寻求互

利互惠的最佳结果;或者是招商洽谈各方都获得最大利益,即皆大欢喜。

### 三、把握分寸,有理有节

在招商洽谈前或洽谈过程中,我方招商洽谈人员要积极了解掌握招商对方的国别、性别、礼仪、风俗,尊重对方的风俗习惯,注意对外的礼节。还应了解招商谈判特点,针对不同的对象和不同的特点,积极主动地采取不同的谈判策略及做法。在谈判过程中,还应注意招商谈判对方的策略变化、态度转化,我方招商谈判人员应把握分寸,该缓的则缓,该快的则快,不能急躁,以避免招商洽谈对方抓住我方的弱点,造成对我方不利的局面。在我方了解掌握对方的目的、策略、特点、变化规律后,我方招商洽谈人员要善于灵活机动地捕捉有利的时机,适当地变换我方的谈判策略,调整谈判进程,以便使我方在谈判中处于有利地位。

### 四、提高洽谈工作的效率

招商洽谈人员要具备严肃认真、脚踏实地的工作精神,应不断注意提高在招商洽谈工作中的效率。招商洽谈人员应具备自己在招商洽谈中所负责的各项工作的专业知识;如果不具备这些专业知识,就不是称职的招商洽谈人员。建议你在洽谈时的语言表达上,要清楚准确,不能模棱两可,不要轻易承诺,对我方不能做到的事项,要根据实际情况讲明道理,以便取得招商洽谈对方的理解。在招商洽谈中要把握好洽谈策略和洽谈时机,按照洽谈方案中所预设的各条防线,坚持我方对关键问题的原则立场,维护我方在招商中的切身利益。

假如在招商洽谈中出现僵持的局面,可将所谈问题暂时放置不谈,改谈其他有关的问题,在其他问题都已取得一致的情况下,再来谈这个问题就会容易取得一致。

### 五、招商洽谈人员相对稳定

招商幕后班子要为招商谈判服务，做好各种实际工作，收集招商项目洽谈资料，调查分析研究各有关资料，为招商洽谈提供参考资料。

## 六、货比三家

在招商项目洽谈时，对某个招商项目，尤其是重大的招商项目，应货比三家，可多选择几家招商对象。这样做不仅可以扩展招商对象，拓展我方谈判人员的视野，了解该项目各方面的信息，而且可以加强我方在各招商对方中的谈判地位，如果能将这个地位把握得很好，那么在该项目的招商中将会获得意想不到的效果。

## 七、注意对外交往中的礼节、禁忌及各国风俗

### 1. 注意对外文往中的礼节

招商洽谈，尤其是对外招商洽谈，是有关各方相互交往的重要活动，招商洽谈各方都希望获得洽谈对方的尊重和理解，因此，招商洽谈人员要获得并掌握必要的礼节，这是招商洽谈人员所必须具备的素质。礼节是人们自重而又重人的生活规范，是对招商对方表示尊敬的方式。同时，礼节作为一种道德规范，也是人类社会文明的重要表现形式，它在某种程度上反映了某个国家、某个民族、某个人的文明和文化程度。因此，对外招商洽谈人员应了解对外交往的礼节，如迎送礼节、会见礼节、交谈礼节、赴宴礼节、馈赠礼品的礼节、日常交往的礼节、电话交往的礼节、日常卫生方面的礼节、出席文体活动的礼节、服饰方面的礼节、称呼方面的礼节，等等。

### 2. 注意对外交往中的禁忌

“入境而问禁，入门而问讳”是指到某地要打听了解某地的禁忌，避免说犯禁的话，不做犯禁的事，以自己的言行适应

某地特定的要求。在世界上，不同的国家和地区由于地理上、气候上、生存环境上、民族自身发展上等的差异，导致出不同的民族文化特点；不同国家和地区的人们有着自身的价值取向，具有不同的发展历程，对事物有不同的态度及看法，形成不同的民族文化特点。任何一个民族文化形成的禁忌都不相同，这样，不同文化的接触就有一个相适应的问题。为搞好对外招商引资工作，每个招商洽谈工作者都应了解掌握招商对象国的禁忌，尊重对方的文化，为招商洽谈创造良好的气氛。对外招商洽谈的禁忌可分为对外招商洽谈准备阶段的禁忌、对外招商洽谈过程中的禁忌、参观公司的禁忌、参加宴会的禁忌以及其他禁忌等。

### 3. 注意对外交往中的风俗

在对外招商活动中，我们面临的是世界各地的招商对象。不同的人种，不仅语言不同，风俗也有较大的差异。

在对外招商活动中，尊重招商对象的风俗及特点，将有利于对外招商工作的顺利推进。尤其是在对外招商洽谈中，如果能因人而异地去运用谈判技巧，做到有的放矢，将会收到意想不到的效果。所以，对外招商洽谈者应尽可能多地了解各主要招商对象国的风俗习惯，如美国客商的风俗、加拿大客商的风俗、澳大利亚客商的风俗、新西兰客商的风俗、东南亚诸国客商的风俗、日本客商的风俗、西欧客商的风俗、南欧客商的风俗、中欧客商的风俗以及北欧客商的风俗等。

## 八、及时总结经验教训

任何一个招商洽谈项目都不会与其他招商洽谈项目完全相同，因为每一个招商洽谈项目都可能在项目本身、技术标准、招商对象、时间地点等方面不同，但对我们招商洽谈人员的要求则是每一次招商洽谈都要比前一次好。那么，怎样才能提高招商洽谈人员的洽谈水平、洽谈技巧、避免这样那样的错误和缺点呢？只有一种方法，那就是：每一个招商洽谈人员都

要不断地学习，不断地总结经验。从某种角度上来讲，对招商洽谈人员来说，总结经验显得更为重要，因为对外招商洽谈水平的高低，在很大程度上要看招商洽谈人员经验积累的多少。要对每一次的招商洽谈进行及时的总结；只有及时的总结，才能从每一次的招商洽谈中吸取成功的经验或失败的教训，从而达到不断提高招商洽谈水平的目的。