第一图书网, tushu007.com

<<“谈”定天下>>

图书基本信息

书名：<<“谈”定天下>>

13位ISBN编号：9787121076121

10位ISBN编号：7121076128

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：164

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

前言

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。
一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。
发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。
我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。
可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。
不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。
所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。
我是中国“ 文革 ”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。
我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。
欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是“ 影响时空管理丛书 · 顶尖销售系列 ”之一。
　　本书通过谈判准备、谈判沟通、谈判布局、价格谈判、谈判控制和达成交易6个方面，告诉销售人员在谈判桌上或谈判桌下，如何巧妙地运用各种谈判技巧、方法和工具赢得谈判。
本书内容注重实战；论述深入浅出，通俗易懂；工具多、方法多、案例多；非常适合销售主管、销售人员以及对谈判感兴趣的人士阅读。

书籍目录

概论第1章　谈判准备　1.1　了解谈判对方　　工具　对方资料调查表　　案例讨论　仔细缜密的笔记本　1.2　制定详细的谈判方案　　工具　制定谈判计划应考虑的因素　　案例讨论　利用替代方案转败为胜　1.3　组织谈判团队　　工具　组织谈判团队的项策略　　案例讨论　大单错失的惋惜　1.4　准备谈判工具　　工具　谈判准备事项检查表　　案例讨论　小工具大作用　本章小结第2章　谈判沟通　2.1　破题的种手段　　工具　不同类型的谈判者及其对策　　案例讨论　松下幸之助在寒暄中失去先机　2.2　提问的个注意　　工具　常见的提问方式及其应用　　案例讨论　巧妙提问,促进成交　2.3　反馈的个绝招　　工具　异议来源的表现与应对方法　　案例讨论　简单的问答谈判　本章小结第3章　谈判布局　3.1　开局抢占优势　　工具　谈判开局的要不要　　案例讨论　精明的日本人　3.2　中盘做好角力　　工具　虚设把关者策略的应对方式　　案例讨论　山东厂商欲擒故纵　3.3　收盘巧妙缔结　　工具　谈判布局检测表　　案例讨论　白纸黑字显真功　本章小结第4章　价格谈判　4.1　价格谈判有章可循　　工具　让步常用模式　　案例讨论　拆分总价作用明显　4.2　巧用报价、询价、还价策略　　工具　询价及答复文件举例　　案例讨论　一次巧妙的订单谈判　4.3　摸清价格筹码的门道　　工具　价格筹码使用的误区及其注意事项　　案例讨论　精明画商巧用谈判筹码　本章小结第5章　谈判控制　5.1　设计谈判方向　　工具　成交条件的控制内容　　案例讨论　引导方向局势大变　5.2　掌握谈判节奏　　工具　休息策略的运用时机与举例　　案例讨论　有备而来应对休息策略　5.3　应对谈判绝境　　工具　引发成交绝境的因素及对策　　案例讨论　避重就轻走出困境　5.4　谈判风格与应对策略　　工具　谈判风格类型及其对策　　案例讨论　多重角色逐个击破　本章小结第6章　达成交易　6.1　主动成交　　工具　成交的细节及其举例　　案例讨论　顺水推舟促成交易　6.2　签约的原则和要诀　　工具　单赢型谈判和双赢型谈判的对比　　案例讨论　双赢原则下主动热情签约　6.3　成交风险的种类和防范　　工具　履行合同注意事项　　案例讨论　照章办事及时逃离风险　本章小结后记参考文献

章节摘录

插图：第1章　谈判准备1.1　了解谈判对方本节要点 1.了解谈判对方的3种途径2.搜集谈判对方信息的方法3.分析谈判对方的性格4.摸清谈判对方的底细1.了解谈判对方的3种途径 知己知彼，是谈判准备的最佳状态。
成功的谈判，不但要充分认识自己，也要能准确预测对方的策略。
了解谈判对方一般有3种途径。
（1）直接接触直接接触谈判对方的方式有很多种，表1-1是一些常用方式及其解析。
通过直接接触可以更好地了解谈判对方，只要稍加留心、仔细观察，便可得到更准确的深层次信息，为接下来在谈判中更加主动奠定基础。
（2）间接了解要获得对方的详细信息，就要主动去探访。
例如，在谈判之前，可以派一些人员到对方企业去了解情况、收集资料，或者非正式地就谈判事宜进行接洽，看看对方的基本主张和方案有哪些新变化或者新内容是己方所不了解的。
通常，借助这种方式能获得许多对己方有利的谈判信息，让自己更加主动。
（3）第三方渠道第三方渠道是指可以通过媒体，如电视、报纸、杂志、网站等；也可以通过谈判对方身边的人，如他的朋友、家人或者秘书等来获取信息。

后记

影响时空管理丛书历经无数的风雨和坎坷，今天终于与广大读者见面了。
此刻，这个团队中每一个人的内心无不充满感激与感恩。
在三年多的时间里，就是他们，以舍己的精神和任劳任怨的态度，确保了这个浩瀚工程的按时完成。
这期间他们遇到过多少麻烦、走过多少弯路、面对过多少痛苦，恐怕只有他们自己知道、只有时间可以证明。
但从他们激动的泪水中可以看出，他们是无悔的，也是幸福的。
为此，我应该向这些伙伴深深鞠躬！
在研发过程中，最大的瓶颈就是书中涉及成千上万的实战案例和管理工具。
正当我们陷于危难之时，是许多无私的兄弟企业向我们伸出了援助之手。
对于这种雪中送炭般的情谊，我们除了牢牢记住，还要在未来的日子里将它转换成一种成长的鞭策。
我们知道这些真实的案例和工具是用心血和数不清的金钱换来的，是无价的，所以我们必须像珍惜自己的眼睛一样珍惜它，像尊重自己的生命一样尊重它！
当然，我们更要感谢那些指导者、引路人。
各种形式的碰头会、研讨会多达59次，莅临会议现场的320多位学界专家、培训专家、企业高层管理者毫不保留地奉献出了自己在教学与管理实践中的精髓。
正是这些精髓的融入，使本套丛书更充满活力，更具实战性、系统性。
在本套丛书的编写过程中，我们参考了数以万计的业内同人的学术著作，因篇幅所限不能在此一一署名表示谢意，但我们已将这些人的名字铭记在心！
我们默默地工作，一方面要以这些人为榜样，另一方面则要做出成绩以示报答。
我觉得人生风雨过后的豁然是那样弥足珍贵，或许就因为有了这些人的激情呼唤，才激励着我们去寻找生命的价值！

媒体关注与评论

这套影响时空管理丛书具有很强的操作性和很高的应用价值，对于广大企业管理者来说，是一套不可多得的工具书。

——国家人力资源和社会保障部中国人事科学研究院副院长　吴德贵我想告诉所有销售培训人员，这是一套非常棒的销售图书！

如果此时您正在为怎样培训销售人员而犯愁，我建议您毫不犹豫地选择这套顶尖销售系列。

——北京影响力管理俗询公司培训经理　沈一飞这套顶尖销售系列全面、系统地阐述了销售管理的全过程，内含众多实用、精辟的案例，对企业具有很高的应用价值。

拥有它，阅读它，您就能获得新的财富！

——欧林家具（北京）有限公司总经理　刘建勇这套书理论有深度，实践有力度，点点到位，层层极致，有助于销售管理者立体、系统地打造一支优秀的销售队伍。

——广东中山凯立洁具有限公司营销总监　列潮阳销售人员使用书籍如同用餐，贵在对口。

这套顶尖销售系列剥丝抽茧，山水渐露——原来大单就是这样落袋的。

——北京大唐兴竹软件技术有限公司销售部经理　李骅对于销售团队来说，缺少的不是理论、方向和一时的激情，而是怎样才能将其执行到位，得到期望的结果。

那么，如何在执行过程中把每个环节紧密连接并充分发挥其最大能量呢？

这套顶尖销售系列提供了具体、实用的方法。

——北京紫真商贸有限责任公司总经理　王晓波

编辑推荐

《"谈"定天下优势谈判的6大方面》内容注重实战；论述深入浅出，通俗易懂；工具多、方法多、案例多；非常适合销售主管、销售人员以及对谈判感兴趣的人士阅读。
工具化、本土化、实战化、系统化让您的职业生涯从此发生实质性改变，学管理，而不是管理学，40%学完能用，40%明天能用，40%将来能用。
影响力教育训练集团与北京影响时空文化传媒有限公司组织国内十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英，专门成立影响力中央研究院教材专家组，历经3年时间，精心创作了这套影响时空管理丛书。
这套丛书内容注重实战，以解决企业管理实际问题为导向；论述深入浅出，通俗易懂；工具多，方法多，案例多。
这套丛书已在影响力教育训练集团的多轮培训课程中使用并多次修订，受到各层次管理者的欢迎和好评。
中国先进的企业管理传媒平台北京影响时空文化传媒有限公司创建于2006年，以品牌化、本土化、实战化、系统化为经营理念，通过网络、图书、电视等传播途径，随时解决客户管理难题，全力打造以企业管理为核心的中国先进的企业管理传媒平台。
品牌化：做中国企业管理培训教材的供应商。
100多人的研发队伍、20多人的专业策划制作队伍和100多家渠道销售网络；以剧本形式制作DVD教程，并得到业内首肯与学员的广泛认可，数十万家上下游供应商均来自知名的中小型企业。
本土化：研发中国本土实战化管理图书图书95%内容以中国本土企业为蓝本研发，图书设置符合中国本土企业特点，涉及产、销、人、财、研发5个内容版块与12个职能岗位。
实战化：随时随地为客户解决管理中的难题以解决实际问题为第一原则汇聚了来自企业管理第一线的上万个案例；研发了上千个实战管理方法与工具。
系统化：研发、生产、销售、服务一体化客户的管理问题就是公司的研发选题；先后研发了70本企业管理图书，视“ 对客户诚信 ”为企业生命。
中国培训行业的领军品牌影响力教育训练集团是中国培训咨询行业的先行者，见证了中国培训咨询行业发展的全过程，并以自己卓越的成就成为该行业的领军品牌。
集团创始人易发久先生1996年携手多位业内知名人士初创影响力品牌，1999年正式注册公司。
以“ 教育产业报国 ”为使命、“ 为中国企业普及必修课程 ”为己任，旨在为中国企业打造“ 十万CEO、百万经理人 ”。
十年磨一剑在影响力集团进入第10个年头的今天，已拥有培训事业部、拓展事业部、科技事业部和文化事业部四大独立运营体系。
自2005年起，已经在上海、北京、天津、青岛、济南、苏州、南京、无锡、宁波、杭州、义乌、温州、成都、厦门、重庆、西安、福州、大连、沈阳、广东、深圳、香港等发达省市及地区开设了20余家分公司，加盟商、代理商有250多家。
一流名师团影响力集团拥有阵容庞大的一流名师团，连续6年学员平均满意率达97%以上。
已为150多家世界500强在华企业提供培训咨询服务。
会员企业超过10万家，累计学员逾。

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