

<<绝对成交>>

图书基本信息

<<绝对成交>>

前言

不可不知的成交艺术如果你没有听过罗杰·道森的名字，那么你肯定还未深切懂得谈判的优势及重要性；如果你没有看过《优势谈判》，那么你肯定还未能娴熟应对外来一切的规则与要求；如果你连《绝对成交》都还没有看过，那么你肯定是一个不懂得如何在这个时代与他人竞赛的人！

做过销售的人都知道，客户的性格千差万别，交易的环境变幻无穷，沟通的深度及最佳时机更实属难求.....销售正变得越来越艰难，竞争也比以前更为激烈。

于是，有人开始诉说销售的不易，抱怨客户就是一个刁难的主。

相较以前，客户所掌握的信息更多，谈判水平也逐日提高，因此销售的难度系数随之上升。

道森在本书申说，“销售的过程就是一种说服竞赛。

”谈判就是为了更好地成交，以一种最佳的结果达成彼此的合作。

<<绝对成交>>

内容概要

让你业绩一路飙升的谈判宝典。

面对“只逛不买”的顾客，如何激发他的购买欲？

面对迟疑不决的买主，如何促使他迅速作出决定？

面对死砍价格对手，如何，了妙应对？

面对百般刁难的供应商和渠道商，又该如何招架？

翻开这本国际谈判大师罗杰·道森的经典之作，你很快就会知晓答案。

在书中，罗杰·道森针对销售谈判中涉及的各种问题，提出了24种绝对成交策略、6种识破对方谈判诈术的技巧、3步骤摆平愤怒买家的方法、2种判断客户性格的标准等一系列被证实相当有效的实用性建议。

书中生动真实的案例俯拾即是，不论你是营销大师，还是推销新卒；不论你是企业高管，还是商界菜鸟，本书都值得你一读，它不仅教会你如何通过谈判把产品“卖出去”，还可以让你的产品“卖上价”，进而大幅提高销售业绩和企业利润。

<<绝对成交>>

作者简介

罗杰·道森，在美国人眼里，罗杰·道森是英雄的化身，是超级明星，是现代美国梦的完美注脚；在中国人眼里，他是为数不多可以自由出入白宫的内阁高参，是当今世上最会谈判的人。

罗杰·道森出生在英格兰，1962年移民美国加州，用不到30年的时间就从一个普通移民一跃而成为总统

<<绝对成交>>

书籍目录

作者介绍 再掀罗杰·道霖旋风推荐序1 不可不知的成交艺术推荐序2 他山之石，可以攻玉译者序 让对手成为你的“待宰羔羊” 第一部分 优势谈判互利双赢 第1章 21世纪的销售艺术 第2章 双赢销售谈判 第3章 谈判是一场有章可循的游戏 第二部分 开始发难 紧追不舍 第4章 开场销售谈判策略 1.大胆开价 2.界定目标 3.绝不接受第一次报价 4.装做大吃一惊 5.扮演不情愿的卖家 6.锁定眼前的问题 7.钳子策略 第5章 中场销售谈判策略 1.诉诸更高权威 2.避免对抗性谈判 3.服务价值迅速贬值 4.永远不要折中 5.烫山芋 6.一定要索取回报 第6章 终场销售谈判策略 1.白脸一黑脸策略 2.蚕食策略 3.让步模式 4.收回报价 5.欣然接受 6.起草协议 第三部分 巧用策略绝对成交 第7章 钱并没有你想象的那么重要 1.客户愿意多付钱 2.比钱更重要的东西 3.如何确定一位客户愿意付多少钱 第8章 绝对成交策略 1.销售的4个阶段 2.24种绝对成交策略 3.让人质疑的成交策略 第四部分 知己知彼百战不殆 第9章 如何控制谈判 1.谈判驱动力 2.识破谈判诈术 3.与非美国人谈判 4.谈判压力点 5.处理问题谈判 6.应对一个愤怒的人 第10章 理解你的对手 1.培养个人影响力 2.理解客户的性格特点 3.双赢销售谈判案例分享 《优势谈判》读者热评

<<绝对成交>>

章节摘录

第二部分 开始发难 紧追不舍第4章 开场销售谈判策略 1.大胆开价首先还是学习开场销售谈判策略吧。第一条规则是：一定要开出高于自己预期的条件。

亨利·基辛格（Henry Kissinger）甚至会告诉你：“谈判桌上的结果完全取决于你能在多大程度上抬高自己的要求。

”这位世界上最伟大的国际谈判高手居然公开宣称，在跟他谈判时，你一定要做好准备，因为他所开出的条件一定会高出自己的实际要求。

虽然你告诉自己，“我的客户并不愚蠢，只要我一开口，他们就会知道我所开出的条件是超出我预期的。

”但这种做法仍然不失为一种优秀的谈判策略。

想想为什么应该开出超出自己预期的条件呢？

不妨问问自己：即便你坚信对方会分散业务，为什么还提出要对方把所有业务都交给你呢？

即便你知道自己的报价已经超出对方的心理价位了，为什么还要提出呢？

即便你知道对方预算中追加不会投入那么多资金，为什么你还会建议对方投资顶级设备呢？

即便你知道对方以前从来没有购买过你的附加服务，为什么每次还会建议对方这么做呢？

答案非常明显，你之所以这么做，一个最明显的原因就是：它可以让你有一些谈判空间。

你总是容易降低价格，但却很难提高价格。

（在后面的“终场销售谈判策略”当中，我将告诉你如何通过蚕食策略为自己争取更多利益。

这种策略用在谈判即将结束时要比在一开始就使用有效得多。

）你所提出的应该是你的最优价格，也就是你所能开出并且可能被对方所接受的最高价格。

你对对方了解得越少，你的最初报价就应该越高，这样做主要有两个原因：你的假设可能会有误差。

因为你并不十分了解对方本人或者是对方所在公司的需要，而他们很可能会接受比你想象中高得多的价格。

在刚刚跟对方建立业务关系时，你完全可以在谈判过程中作出一些较大的让步，这样会显得你比较配合。

你对客户本人和他的需求了解得越多，你就越容易调整自己的报价。

需要提醒的是，当你的报价远超出自己的最优价格时，一定要让对方知道价格是可以商量的。

如果你一开始就来个狮子大开口，而且是一副“要么接受，要么走人”的态度，那么对方很可能会立刻甩手走人。

因为他们很可能会想：“我们根本没什么好谈的。

”但如果你能让对方感觉可以跟你砍价的话，就能避免这种局面了。

比如说，你可以告诉对方，“在了解了你的具体需要之后，我们也可以调整一下价格，但从你的订购数量、包装质量以及送货上门等要求来看，我们所能承受的最低价格是每件2.25美元。

”听到这句话之后，对方很可能会想：“这简直太离谱了，但似乎价格还可以商量，既然如此，我不妨多花点时间跟他谈谈，看能把价格压到多低。

”对于一名销售人员来说，可能出现的问题是：你真正的最优价格可能要比你想象中高出很多。

我们都害怕提出一些被对方斥为“荒谬”的条件（在后面谈到“强制力”的时候，我会详细解释这一点）。

我们不愿意提出一些会带来嘲笑，或者直接被对方回绝的报价。

所以在多次碰壁之后，你可能会主动把报价压到低于对方所能接受的价格上限。

如果你是一名积极思考者，那么你就会很容易理解开出高报价的第二个原因：对方很可能会立刻接受。

你不知道这个世界接下来会发生什么事情。

天知道会发生什么事情呢？

说不定你的守护神碰巧正靠在一片云彩上，从天上看着你，“天啊，看看那个销售员吧。

她辛苦工作了这么长时间，还是让她喘口气吧！

<<绝对成交>>

”所以你有可能会得到自己想要的东西。

之所以要开出高于自己预期的要求，第三个原因是，它可能会提高你的产品或服务在对方心目中的价值。

当你拿给对方你的打印价格表时，它会在潜意识中影响对方对你的产品或服务的价值判断。

我们知道，价格表更容易影响那些毫无经验的新手，但即便是对一名专业采购人士来说，你的报价还是会产生一定影响力的。

就拿阿司匹林为例。

所有人都知道，阿司匹林就是阿司匹林。

名牌阿司匹林和你在连锁药店里随手拿起的阿司匹林其实并没有什么区别。

所以如果名牌阿司匹林定价2美元，而普通阿司匹林定价只有1美元的话，你会选择哪个？

我想你很可能会选择价格较低的那个。

如果我告诉你那盒名牌阿司匹林今天打折而且只有今天打折，售价只有1.25美元的话，你会选择哪个？

这时你很可能会犹豫了。

即便你知道两种阿司匹林其实也没什么不同，但既然两者只有25%的差价，所以你很可能会仔细考虑一下名牌阿司匹林了。

还有，如果我给出一个理由来说明为什么名牌阿司匹林会更贵，你会作出怎样的决定呢？

如果我告诉你我觉得名牌阿司匹林的质量控制更加严格呢？

请注意：我并没有确定名牌药的质量控制会更严格，而只是说“我觉得”而已；而且我也没有承诺“高质量控制标准”一定会保证高质量。

事实上，药物质量控制标准上的差别可能跟药物质量本身并没有任何关系。

唯一的区别就是“你觉得它们在质量上可能会有所不同”而已。

但在这种情况下，你很可能就会愿意花上25%的差价来购买名牌药。

原因非常简单，就是因为我设法让你接受了高价格，并且给了你一个正当的理由。

所以我并不想听什么“竞争对手可能会报出低价”之类的理由来作为借口。

如果那些大型制药公司能够让人们相信他们的阿司匹林更好一些，那么你也可以让你的谈判对手相信你的产品质量更高。

要想做到这一点，一个最好的方式就是开出更高的价格。

所以说，开出高于预期价格的第三个原因就是，它可以提高你的产品或服务在对方心目中的价值。

这样做的第四个原因是，它可以有效避免谈判双方的“自我”发生冲突，从而使谈判陷入僵局。

海湾战争就是一个很好的例子。

我们想让萨达姆·侯赛因（Saddam Hussein）做什么？

（或许“想让”并不是一个非常合适的字眼。

）当时的总统乔治·布什（George W. Bush）在《国情咨文》中用了一个漂亮的押头韵——这可能是出自佩姬·努南（Peggy Noonan，《华尔街日报》著名记者。

——译者注）的手笔——来描述美国在谈判开始的情况。

他说道：“我不是在吹牛，也不是在吓唬人，更不是耍流氓。

这个人（萨达姆）必须做三件事：他必须撤离科威特；必须恢复科威特的合法政府（不能像前苏联在阿富汗的做法那样，安置一个傀儡政府）；必须修复他在科威特所破坏的东西。

”毫无疑问，这是一个非常清晰明确的要求。

可问题是，它也正是我们的底线，是我们所能接受的最低限度。

很快，双方陷入了僵局。

之所以会出现这种情况，是因为我们并没有给萨达姆任何回旋的余地。

如果我们说：“好吧，我们想让你和你的死党们离开伊拉克，我们想在巴格达建立一个非阿拉伯人的中立政府，我们想让联合国来监督整个军事撤退过程。

除此之外，我们还想让你滚出科威特，恢复科威特的合法政府，修复你在科威特所破坏的东西。

”这样我们就可以达到自己的目的，并让萨达姆感觉自己赢得了胜利。

<<绝对成交>>

我知道你在想什么。

你很可能在想：“罗杰，我可不喜欢萨达姆·侯赛因，所以我并不关心他的颜面是否受到了伤害。

”我同意！

可问题是，这种做法会造成一些谈判上的障碍，它会让双方走进死胡同。

案例直击有时你的目的就是要让谈判陷入僵局通过分析海湾战争，我们发现有两种可能：第一，美国国会的工作人员都是白痴。

第二，可能我们是故意让谈判陷入僵局的，因为这种结果正是我们想要的。

我们根本不想达成布什总统在《国情咨文》中提到的三个条件。

诺曼·施瓦茨科普夫（Norman Schwarzkopf，美国陆军上将，中央司令部司令，海湾战争多国部队总司令。

——译者注）在他的传记《一个士兵的良知》（It Doesn't Take a Hero）中写道：“一到那里，我们就意识到，从美国的角度来说，我们一定要打赢这场战争。

”我们不可能眼睁睁地看着萨达姆·侯赛因把60万军队撤回边界，然后每天担心他不知什么时候又卷土重来。

我们想要攻入伊拉克，从军事上打败他，所以我们需要一个理由。

所以在这种情况下，制造僵局显然能够帮助我们达成目标。

可让我担心的是，当你在为一位客户进行销售演示时，你很可能会不经意地让自己陷入僵局。

<<绝对成交>>

媒体关注与评论

道森是全美最权威的商业谈判教练，他在商务谈判领域罕逢对手，他的关于商务谈判方面的理论已成定律，而他所著的《优势谈判》与《绝对成交》更是值得细品的经典之作。

——《福布斯》罗杰·道森是我合作过的最有才华的伙伴，睿智、机敏、精力充沛……他的那些中肯建议，对我来说，是不可或缺的精神力量。

不可否认，在谈判方面他总是镇定自如，与对手交锋时总是有条不紊，冷静，适可而止，连对手也敬佩他的智慧！

——比尔·克林顿罗杰·道森的谈判策略可以应用于各个场合：商业经营者会从中学会如何大幅度提高利润，管理者可以从中学学习如何成为有力的领导者，营销人员会学到如何建立并捍卫营销要旨。

——《人民日报·海外版》作为商务谈判大师的集大成者，罗杰·道森40年来对谈判的钻研已经达到炉火纯青的境界，对各种商务谈判策略了如指掌。

——《21世纪经济报道》

<<绝对成交>>

编辑推荐

《绝对成交》是克林顿首席谈判顾问、《优势谈判》作者特别奉献给销售和采购人员的谈判圣经。

<<绝对成交>>

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>