

# 商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪(精选7篇)

演讲稿是进行演讲的依据，是对演讲内容和形式的规范和提示，它体现着演讲的目的和手段。好的演讲稿对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇演讲稿那么下面我就给大家讲一讲演讲稿怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇一

商务谈判之前首先要确定谈判人员，与对方谈判代表的身份、职务要相当。

谈判代表要有良好的综合素质，谈判前应整理好自己的仪容仪表，穿着要整洁正式、庄重。男士应刮净胡须，穿西服必须打领带。女士穿着不宜太性感，不宜穿细高跟鞋，应化淡妆。

布置好谈判会场，采用长方形或椭圆形的谈判桌，门右手座位或对面座位为尊，应让给客方。

谈判前应对谈判主题、内容、议程作好充分准备，制定好计划、目标及谈判策略。

判之初，谈判双方接触的第一印象十分重要，言谈举止要尽可能创造出友好、轻松的良好谈判气氛。

作自我介绍时要自然大方，不可露傲慢之意。被介绍到的人应起立一下微笑示意，可以礼貌地道：“幸会”、“请多关照”之类。询问对方要客气，如“请教尊姓大名”等。如有名片，要双手接递。介绍完毕，可选择双方共同感兴趣的话题进行交谈。稍作寒暄，以沟通感情，创造温和气氛。

谈判之初的姿态动作也对把握谈判气氛起着重大作用，应目光注视对方时，目光应停留于对方双眼至前额的三角区域正方，这样使对方感到被关注，觉得你诚恳严肃。手心冲上比冲下好，手势自然，不宜乱打手势，以免造成轻浮之感。切忌双臂在胸前交叉，那样显得十分傲慢无礼。

谈判之初的重要任务是摸清对方的底细，因此要认真听对方谈话，细心观察对方举止表情，并适当给予回应，这样既可了解对方意图，又可表现出尊重与礼貌。

这是谈判的实质性阶段，主要是报价、查询、磋商、解决矛盾、处理冷场。

报价——要明确无误，恪守信用，不欺蒙对方。在谈判中报价不得变换不定，对方一旦接受价格，即不再更改。

查询——事先要准备好有关问题，选择气氛和谐时提出，态度要开诚布公。切忌气氛比较冷淡或紧张时查询，言辞不可过激或追问不休，以免引起对方反感甚至恼怒。但对原则性问题应当力争不让。对方回答查问时不宜随意打断，答完时要向解答者表示谢意。

磋商——讨价还价事关双方利益，容易因情急而失礼，因此更要注意保持风度，应心平气和，求大同，容许存小异。发言措词应文明礼貌。

解决矛盾——要就事论事，保持耐心、冷静，不可因发生矛盾就怒气冲冲，甚至进行人身攻击或侮辱对方。

处理冷场——此时主方要灵活处理，可以暂时转移话题，稍作松弛。如果确实已无话可说，则应当机立断，暂时中止谈判，稍作休息后再重新进行。主方要主动提出话题，不要让冷场持续过长。

签约仪式上，双方参加谈判的全体人员都要出席，共同进入会场，相互致意握手，一起入座。双方都应设有助签人员，分立在各自一方代表签约人外侧，其余人排列站立在各自一方代表身后。

助签人员要协助签字人员打开文本，用手指明签字位置。双方代表各在己方的文本上签字，然后由助签人员互相交换，代表再在对方文本上签字。

签字完毕后，双方应同时起立，交换文本，并相互握手，祝贺合作成功。其他随行人员则应该以热烈的掌声表示喜悦和祝贺。

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇二

商务谈判是当事人为实现商品交易目标，而就交易条件进行相互协商的活动。人生无处不谈判，推销产品是谈判，生意往来是谈判，上街购物要谈判，连夫妻沟通都要谈判，只要想把自己的想法让别人接受，就需要谈判。所以谈判不只是老板或主管阶级的专利，不论您现在是什么身份，时时刻刻都需要具备面对各种谈判的能力。而商务谈判是谈判的一种，在交易过程中承担着不可替代的作用，是维护己方利益、争取更多收益的重要手段。

谈判的全过程将课本的内容大致保罗了进去，通过组织整合课本的知识要点，大致找到了课本的骨干。因此，能站在一个较高的层次上对整本书的内容有一个比较清晰地认识。

利益是所有人都在追求的可口蛋糕，谈判自然也是为了获取和维护利益而存在，最好的谈判结局就是双赢，所以在谈判时，我们不仅要充分考虑到自身的利益，也要为对方的利益着想，这样才有可能谈判取得圆满的结局。

谈判绝对不是一场只有你输我赢的零和游戏，不是剑拔弩张

完全对立的生死决斗。双赢优势的谈判需要了解如何运用各种技巧，化戾气为祥和，在双方意见交换中，各自达成自己的理想目标，进而更增加彼此长远的交情，真正达到双赢的最高境界。

谈判就像下棋，不但要随机应变，还要算无遗策，唯有能够完全操控过程的人，才可以主导谈判的过程。

借着现场的谈判实习，可以更深入体会如何运用谈判技巧，营造谈判的有利气氛。

什么时候该大惊失色？什么时候该压缩谈判时间？什么时候又该岔开话题？向别人让步多少，才能达到双赢的理想结果？开场、中场与收场各要有些什么样的策略？这些错综复杂的问题，正是个人的思想的综合表现艺术。

提问题要切中要害，解决问题的方案必须有理有据，用证据说话，让对方哑口无言，这样才有可能让对方信服并接受我方要求。

在谈判中肢体语言起着重要的传递信息和沟通作用。协调的肢体语言意味着自我情绪的一种控制，是谦和但不谦卑的态度。俗话说“把决断写在心里的往往是胜利者，把决断写在脸上的往往是失败者。”肢体语言的表达是一个人综合素质的体现，在不同的场合，不同的情况下，协调的肢体语言是营造氛围的催化剂，是一种礼仪。

我选择去...；我打算...；试试看有没有其他可能性……。这都属于可能性语言的运用，可能性语言开始了一种全新的沟通技巧，可以避免无意中的伤害，引发思考更多的可能性。通常我们所处的立场不同、所处环境不同，很难了解对方的感受，因此对别人的失意、挫折、伤痛，不要大嘴巴，而应要有关怀、了解的心情。可能性语言是缜密、双赢的思维的体现，也是有智慧的表达个人意见的方式。因此我们要管住

自己的舌头，不要大嘴巴，缩小自我，在团队中不断历练语言的运用能力，做5%的人。

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇三

商务谈判剧本

一、 人物背景介绍：

二、 剧本对白：

(开场前)

大众汽车人员正对门就坐

双方面带微笑问候：“您好”。

相互介绍后握手就座。

(开场)

第一部分，赞美式开场，活跃气氛。

总经理：今天的天气格外的好，希望我们的谈判也像天气一样“顺风顺水”！

市场总监：就是，这样当然好啊！

客户总监：我和我们总经理观摩了你们的新轿车，豪华的内饰加上雅致的外观，我们巴不得马上去买，相信产品上市以后一定会得到消费者的青睐的。

市场总监：非常感谢你们的厚爱！我也相信这款产品上市后会一定会得到消费者的认同的。第二部分：简要阐述推广方案。

谈判基调——总经理自信、大方的介绍，甲方严肃，怀疑态度。

广告部主管：“我们还是言归正传吧，谈谈你们的广告方案吧。”

客户总监将之前的广告提案分别递给市场总监和广告主管。

总经理：这份提案是我们之前为了参与竞标做的，我们现在有更加具体的想法，特别适合贵公司这次产品推广。

市场总监：你大概的说一下吧。

技术总监：还是由我来给大家具体解说一下吧！贵公司的务实、低调、典雅的形象已经深入人心，但在目前的市场竞争非常激烈，所以我们决定聘请明星刘德华为贵公司代言，必然会引起目标消费的强烈关注。

广告主管：刘德华的形象确实符合我们产品定位，但是这样会提高我们的产品费用啊？  
总经理：您说的很对，但我相信贵公司应该懂得“没有投入，没有回报的”道理，采用明星代言，不仅可以提升贵公司的形象，从长期的角度看，利润也是相当可观的。

### 第三部分(怀疑公司水平)

谈判基调——甲方保持怀疑、严肃态度，乙方自信表达。

市场总监：这个我们需要另外商量一下，其实据我了解，贵公司刚成立不久，我更担心你们的广告作品质量。

客户总监：的确我们公司才成立不久，但这不说明我们没有实力，我们公司的策划师和设计师大部分有4a公司的工作经历。我们今天来的技术总监就是拥有多年的工作经历的，而

且还拿到国家级的证书。(此时，技术总监起立，向大家微笑示意一下)。

客户总监：这个你们完全可以放心，如果我们能为贵公司服务，我们将在公司内成立一个工作小组，专门为贵公司这个品牌长期服务，保证创作水平。

技术总监：是的，这个我们已经考虑到了，而且这个项目公司决定交给我负责，一定会遵循贵公司的最大利益进行的，具体方案我们可以在签订合同后共同商议。

#### 第四部分：(价格谈判)

谈判基调——甲方持否定、怀疑态度；乙方中客户总监扮白脸，故意显得很气愤，红脸缓和气愤，获得对方认同。

市场总监：关于贵公司在方案中提出服务价格，我不能介绍，15%的比例实在太高了。 总经理：广告总费用的15%用于支付广告公司的服务价格一直是广告行业的惯例，我们只是按照行业规定收费，也不敢多收一分一毫。

财务经理：的确，15%是惯例，但按照你们这次的推广方案，我们至少得出20xx多万的广告总费用，而你们至少会收取300多万的服务费啊，这可不是一个小数目啊。你们得降低到10%才行。

客户总监：10%?怎么可能啊，我们要制作影视广告，成本是很高的。

总经理：请贵公司再斟酌一下，10%的价格确实是太低了，我们没法正常运作，这样肯定也会影响到贵公司的作品质量的，我想你们也不想看到那样的结果吧。

财务经理：但是我们也要考虑自身利益，至于作品质量我想

也不是全权由价格决定的。市场总监：那我们让一步，11%，但是你们必须在30天之内交稿！

## 第五部分(交稿时间与价格谈判)

谈判基调——甲方广告主管情绪缓和，乙方客户总监继续扮白脸，总经理以诚意动人。客户总监：11%还是太低了吧，何况30天之内根本不可能完成啊，我觉得你们也太不懂广告了，我没话说了，我宁愿辞职也不愿意做。

总经理：主管，你也是做广告出身的，你应该理解我们的难处，30天是不可能完成的，你也不希望我们交出的是一个非常平庸的作品吧，这不符合贵公司的专业水平吧。

广告主管：我们公司确实一直非常重视广告作品质量，绝不会为刊播平庸乏味的广告。总经理：既然如此，你看这样行不，我们折中，13%的服务费，第40天交稿。

市场总监：我们知道总经理的诚意，第40天交稿我们同意，但13%的服务费我们很难理解。总经理：坦白的说，我们希望与贵公司建立长期的合作关系，我想贵公司也不希望经常换广告公司吧，因为新的公司要花很多时间来熟悉产品，是不利于贵公司长期发展的。第六部分(达成协议)

市场总监：确实是，那就这样吧，希望我们合作愉快！

总经理：那好，我方根据今天的谈判内容，拟定合同，稍后进行签约仪式，合作愉快！（完）

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇四

“文化”是一个很抽象的概念，涉及了人类生活的各个方面，它包括信仰、知识、艺术、习俗、道德等社会生活的多个方面。商务谈判中的文化包括三个要素：首先是隐性潜藏在个



人意识里，个人外在的衣着饰物和行为举止会不自觉地打上成长社会的烙印；其次是中间层，个人信仰、社会价值和生活方式；第三是标准的行为模式，每个社会都有特定的约定俗成的道德标准来调节社会群体中的个人。文化差异是指不同国家、不同地区、不同民族在历史、政治、经济、文化传统及风俗习惯等方面的差异。国际商务谈判不仅是跨国的谈判，而且是跨文化的谈判。不同国家的谈判代表有着不同的社会、文化、经济、政治背景，国际商务谈判中文化差异客观存在，因此，只有正确认识国际商务谈判中的文化差异，克服文化差异障碍，谈判才能顺利进行。

## 一、思维方式

在一切谈判活动中，人的思维始终在发挥作用，可以说思维是谈判的原动力。但是，由于世界各国文化差异的影响，各个国家的谈判人员的思维方式是不同的。例如，以东方文化和英美文化为例，英美文化偏好抽象分析思维，美国学者斯图亚特在《在美国文化模式》一书中指出美国人具有抽象分析和实用的思维取向，他们的思维过程是从具体事实出发，进行归纳概括，从中得出结论性的东西。欧洲人则是看重思想和理论，他们的演绎型思维方式侧重的是感知世界，他们喜欢运用逻辑手段从一个概念推导出另一个概念，他们依赖思想的力量。东方文化偏好形象思维和综合思维，习惯将对象的各个部分连合为整体，将它的属性、方面、联系等结合起来考虑。由于谈判人员思维方式的差异，不同文化的谈判者呈现出决策上的差异，形成顺序决策方法和通盘决策方法间的冲突。当面临一项复杂的谈判任务时，采用顺序决策方法的西方文化特别是英美人常常将大任务分解为一系列的小任务，将价格、交货、担保和服务合同等问题分次解决，每次解决一个问题，从头至尾都有让步和承诺，最后的协议就是一连串小协议的总和。采用通盘决策方法的东方文化则注重对所有问题整体讨论，不存在明显的次序之分，通常要到谈判的最后。才会在所有问题上作出让步和承诺，从而达成一揽子协议。例如，在美国，如果一半的问题定下来了，那

么谈判就算完成了一半，但是在日本，这时好像什么事也没定下来，然后。突然间一切又全都定下来了，结果是美国商人常常在日本人宣布协议之前做出了不必要的让步，美国商人所犯的这种错误反映出来的是双方思维决策方式上的差异。

## 二、谈判方式

谈判有横向和纵向两种方式，横向谈判方式是采用横向铺开的方法，即首先列出要涉及的所有议题，然后对各项议题同时讨论，同时取得进展。纵向谈判则是确定所谈问题后，依次对各个议题进行讨论。

在国际商务谈判中，美国人是纵向谈判的代表，这是其大国地位在谈判人员心理上的反映。美国谈判代表，在谈判方式上总有一种：“一揽子交易”的气概，使对手感到相形见绌。法国人则主要应用横向谈判，他们喜欢先为议题画一个轮廓，然后确定议题中的各个方面，再达成协议。这与美国人逐个议题商谈的方式正好相反，反映出其“边跑边想的人种”的性格特征。澳大利亚学者罗伯特·马奇先生曾在教授美国和日本研究生国际商务谈判课程中进行过模拟谈判。在准备阶段，日本小组不考虑如何主动去说服对方，而集中讨论如何防守，谈判中日本人则默默无语，处于防守态势。美国人却赤裸裸地显示出强烈的求胜欲望，热切地主动交谈，这正是两种民族性格的鲜明对比。

## 三、谈判风格

所谓谈判风格，主要是指在谈判过程中，谈判人员所表现出来的言谈举止、处事方式以及习惯爱好等特点。由于文化背景不一样，不同国家、地区的谈判者具有不同的谈判风格。美国商人的谈判风格在世界上是比较有影响的。美国人的性格通常很外向、热情、随和，与人结识不久，美国人就会表现出如知己朋友般的亲切感。美国商人谈判时，喜欢一个问题接着一个问题的讨论，最后完成整个合同或协议，具有纵

向型谈判风格。一般来讲，美国商人在谈判中很少有讨价还价的余地，因为他们提出的合同条款内容，大都是由公司的法律顾问草拟，董事会研究决定，具体执行人一般无权对合同条款进行修改。他们喜欢边吃边谈，一般洽谈活动最好在吃早点时开始。另外，美国商人谈判时，喜欢直截了当地进行，常常使人感觉突然。美国福特[ford]汽车公司曾经允诺得到欧洲法拉利[ferrari]汽车公司的生产线并在美国使用法拉利品牌，当时，这个交易是建立在口头上的。过后不久，福特公司的律师便带着契约，会计师带着财产清单就到了法拉利公司，这是美国人突出的商业运作方式。然而法拉利公司却难以接受，感到很失望。他们认为和自己交往的应是绅士，而不是律师和会计师，这宗交易也因此而告吹了。无独有偶，一家美国公司带着一份预先制定好的合同去日本就建立一家合资企业进行谈判。当美国人与日方人员第一次见面时，美国人就把建议的合同副本放在日本人面前。顿时，日本人目瞪口呆。日本人认为，美国人在第一次会面刚开始就拿出合同文书是非常粗鲁和不妥当的。为此日本人得出结论，同这样的公司进行进一步的商务往来将是不明智的。英国同美国虽然都是讲英语的国家，但在文化上却有着明显的不同。英国商人友好、讲礼仪，善于交往。但在与人交往时，开始往往会保持一段距离，之后才慢慢接近。他们在谈判时，一般不急于求成，在价格上也有商讨的余地。他们喜欢先确定合同的基本原则和框架，解决重要的问题，然后再在原则和框架内讨论其他问题。他们关心的焦点在于整个谈判能否顺利进行，而不太注意某些枝节问题。在同英国商人谈判时还应该注意的，不能称呼他们为英国人，而要称呼大不列颠人；不要谈论英国皇室的私事；不宜穿戴有条纹的领带。这样，就能给英国商人好的印象。

与美国商人不一样，法国商人具有横向型谈判风格，喜欢先就主要交易条件、原则达成协议，然后才谈合同条文，在谈判中要反复多次地涉及交易的整体内容。谈判的重点在于拟订一些重要的原则，而不注意细节。法国商人在谈妥合同的主要交易条件后，就会在合同上签字，在他们看来，一些次

要条款完全可以在合同执行过程中双方协商解决。因此，在签字后，协议又常常被要求修改。因此，同法国商人谈成的协议，必须用书面形式相互确认，即使在签订合同后，也应这样做。在谈判过程中，法国商人还喜欢谈论一些社会或文化方面的话题，以活跃谈判的气氛。但是，他们不喜欢涉及自己的私事和生意上的秘密。因此，在谈判中要注意回避此类问题。

德国人重视体面，民族优越感较强，注意形式，擅长于商务谈判。德国谈判者常常在签订合同的前一分钟还在争取对方让步。与德国商人进行谈判时对此要有心理准备。和美国商人一样，德国商人在谈判前通常就把合同的每个细节都准备好。在正式谈判时，德国商人不喜欢漫无边际的闲聊，价格一旦确定，就不再讨价还价。签约前，德国商人要严谨地审视每一个条款之后才会签字。签字后，对交货日期等的更改或解释都不予理会。正因为如此，德国人被认为缺乏灵活性。在谈判中，他们很注意别人对自己的称呼，尤其是有头衔的商人，特别喜欢别人称呼他的头衔。德国人很重礼节，希望对方也这样。因此，在同德国人谈判时，应该穿着正式的服装。

日本人在谈判中都注意倾听，旨在充分了解对方的意图，同时尽可能不暴露自己的观点。例如，日本某公司派人到美国，与美方一家公司进行一项大宗贸易谈判。谈判一开始，美方代表就滔滔不绝地说个没完，想迅速达成协议。但日方代表却一言不发，只是专心地倾听和记录，然后提议休会，第一轮谈判即告结束。六周以后，日方另派了几个人赴美进行第二轮谈判，这几位日方代表仿佛根本不知道第一轮谈判讨论了什么，谈判只好从头开始。美方代表仍是滔滔不绝，日方代表仍一言不发地倾听和记录。就这样先后谈了五次。正当美方抱怨日方没有诚意的时候，日方的决策代表突然抵美。日方一反常态，在美方毫无思想准备的情况下，根据美方过去谈判中许下的诺言，当场表态，作出决策，使美方非常被动。

## 四、风俗习惯

在国际商务谈判中，通常有一些正式或非正式的社交活动，如喝茶、喝咖啡、宴请等。这些活动受文化因素的影响很大，并制约着谈判的进行。如阿拉伯人在社交活动中常邀请对方喝咖啡。按他们的习惯，客人不喝咖啡是很失礼的行为，拒绝一杯咖啡会造成严重麻烦。曾经有一位美国商人拒绝了沙特阿拉伯人请他喝咖啡的友好提议，这种拒绝在阿拉伯世界被认为是对邀请人的侮辱。结果这位美国商人因此而丧失了一次有利可图的商机。德国人在绝大多数时候都是穿礼服，但无论穿什么，都不会把手放在口袋里，因为这样做会被认为是粗鲁的。德国人很守时，如对方谈判者迟到，德国人就可能冷淡。另外，德国人不习惯与人连连握手，若你与他连连握手，他会觉得惶惶不安。

芬兰人在买卖做成之后，会举行一个长时间的宴会，请对方洗蒸汽浴。洗蒸汽浴是芬兰人一项重要的礼节，表示对客人的欢迎，对此是不能拒绝的。因为芬兰人经常在蒸汽浴中解决重要问题和加强友谊。在澳大利亚，大部分交易活动是在小酒馆里进行的。在澳大利亚进行谈判时。谈判者要记住哪一顿饭该由谁付钱。在付钱问题上既不能忘记也不能过于积极。

在南美洲，不管当地气候怎样炎热，都以穿深色服装为宜。南美商人与人谈判时相距很近，表现得亲热。说话时把嘴凑到对方的耳边。有些南美国家的商人乐于接受一些小礼品。中东地区的商人好客，但在谈判时缺乏时间观念，同他们谈判不能计较时间长短，而应努力取得其信任，即要先建立起朋友关系，这样就容易达成交易。在与法国人进行紧张谈判的过程中，与他们共进工作餐或游览名胜古迹，对缓和气氛、增进彼此的友谊大有裨益。但千万不能在餐桌上、在游玩时谈生意，因为这样会败坏他们的食欲，让他们觉得扫兴。法国人的习惯是在吃饭时称赞厨师的手艺。

在日本，很多交易都是在饭店、酒吧和艺伎馆里消磨几个小时后达成的。

## 五、身体语言

在商务谈判中，谈判各方除了用口头语言来交流外，还通过手势、面部表情等身体语言来表达自己的意见和感受。然而由于文化的差异，身体语言的表达方式和其含义就有不同。曾有一位美国游客入住法国某饭店，当饭店领班礼貌地询问他是否满意这里的服务时，他友好地还以Ok的手势，不料引起领班的恼怒。在许多国家，用手指轻叩额头是一种常见的姿势，一般表示“我在思考”、“让我想一想”，但在荷兰，这个动作则被认为是代表某人“发疯了”、“发神经”，含有贬义。如果什么手势也不做，理应不会有问题。但如果把两手插在衣袋里与人谈话，在法国、德国、日本、印度尼西亚等国，这是一种非常粗鲁无礼的“手势”。

## 六、时间观念

东西方文化在对待时间上有着不同的看法，甚至在同属于西方（或东方）文化的国家之间也有差异。如在北美，美国和墨西哥的时间观大不相同，这使得两国商人容易出现激烈的摩擦。在对待时间的态度上，总的来说，发达国家的人工作和生活节奏快，时间观念强，人们信奉“时间就是金钱”的观念，因而在商务谈判中都很注意准时。但在一些经济落后或是封建意识较为浓厚的国家里，人们往往不太重视时间，不讲究准时参加商务谈判和宴会，有时甚至有意识地拖延时间，以显示其地位的珍贵。对于商务谈判，南美商人有时迟到一、二个小时都是有可能的。就韩国人来说，在商务谈判中，如果是对方选择的会谈地点，他们绝不会提前到达，总是准时或故意略微迟到。当然，在发达国家中也因为文化的差异而有不同的情况。例如，法国人在会谈时很注意对方是否准时，而他自己则常常迟到，并且常以“塞车”一类借口加以搪塞。瑞士人的时间观与意大利人的时间观大相径庭。

文化能起到导向的作用，了解一种文化有助于推测其成员在不同情况下可能有的反映。国际商务谈判双方来自不同的文化，有着不同的谈判模式和方法、不同的沟通方式和说服策略、不同的价值观。谈判中，我们不能以自己的文化背景为标准去理解和评价对方，应根据对方的文化和谈判风格制定和修正自己的谈判策略，这样才能增加达成协议的机会。否则，忽视文化差异、缺乏沟通、处理不当都会增加谈判难度，甚至无法达成协议，丧失商业机会。

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇五

这是谈判的实质性阶段，主要是报价、查询、磋商、解决矛盾、处理冷场。

报价--要明确无误，恪守信用，不欺蒙对方。在谈判中报价不得变换不定，对方一旦接受价格，即不再更改。

查询--事先要准备好有关问题，选择气氛和谐时提出，态度要开诚布公。切忌气氛比较冷淡或紧张时查询，言辞不可过激或追问不休，以免引起对方反感甚至恼怒。但对原则性问题应当力争不让。对方回答查问时不宜随意打断，答完时要向解答者表示谢意。

磋商--讨价还价事关双方利益，容易因情急而失礼，因此更要注意保持风度，应心平气和，求大同，容许存小异。发言措词应文明礼貌。

解决矛盾--要就事论事，保持耐心、冷静，不可因发生矛盾就怒气冲冲，甚至进行人身攻击或侮辱对方。

处理冷场--此时主方要灵活处理，可以暂时转移话题，稍作松弛。如果确实已无话可说，则应当机立断，暂时中止谈判，稍作休息后再重新进行。主方要主动提出话题，不要让冷场持续过长。

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇六

商务谈判是指人们为了协调彼此之间的商务关系，满足各自的商务需求，通过通过沟通、协商、妥协、合作、策略等各种方式，争取达成某项商务交易的行为和过程。

在社会主义市场经济条件下，商务谈判活动应遵循以下原则：

- （一）双赢原则；
- （二）平等原则；
- （三）合法原则；
- （四）时效性原则；
- （五）最低目标原则。

我最不愿意做的事情就是指责女性的不去谈判沟通。我们选择不去谈判协商是有很多理由的。那并不是说我们很傻。社会给我们带来了一些更沉重的负担。

我们给女性带来了额外的不便。你不能太强势具有侵略性。对于男性来说，他们使用的谈判协商方式并不会真的影响到其他人对他们的看法。如果一位男性非常的强势，人们通常会想：‘哦，他是一个非常能干积极进取的人，他是雄心勃勃的。’如果他有一些些退却，那只不过是他的方式罢了。我们并没有很多判断男性\*\*事情方式的参数选择，但是作为社会——男性和女性——我们的确很擅长判断女性维护自己的利益而进行沟通谈判和坚持自我的方式。

还有一个事实就是，这些事情和判断方式是需要很漫长的时间来改变的，那么在此期间，我们就需要去学习如何有效的谈判沟通而不要在同一时间惹恼太多人。



你需要利用所谓的合作谈判方式。这对于男性和女性来说都是很有效的方式——这就是我们在国内每一所专业的院校内教授给学生们的方法。这与你所使用的一些没有成效的方式是不同的。你只是需要小心，你是在进行合作的谈判，使用解决问题的方式比争斗的方式要好得多。

比方说，你认为你应该在工作中得到晋升。你最不想要做的就是走进你老板的办公室给他一个最后通牒：‘你要么给我提升，要么我辞职！’对于男性和女性我都不会推荐这种方法，但是男性使用这种有攻击性的做法有可能会侥幸成功，但是这将会回来伤害更多的女性。

这是对情势的重新规划，你也许要用很多不同的语言来结束它——我们的语言，而不是你对我的。这真的对增强对你是可以一起工作的和你是团队中的一员的印象有很大帮助。

## 最新商务谈判演讲稿 商务谈判礼仪大全篇七

反击能否成功，就要看提出反击的时间是否当掌握得准确。反击只有在对方以“恐怖战术”来要胁你时方能使用，所以，它也可以说是一种以退为进的防卫战。汤姆成功的例子，就足以显示反击正是所谓的“借力使力”，就是利用对方的力量，再加上自己的力量，发挥“相乘效果”，一举获得成功。

其次要注意的是，使用反击法时，如果对方不认为你是个“言行一致”的人，那效果就要大打折扣了。强生相信汤姆是个“说到做到”的人，所以在汤姆尚未正式宣战前，便作了让步。情况如果恰巧相反，结果也自然大不相同了。所以，在使用反击法之前，你必须先行了解，在谈判对手眼中，你是否是个言行一致、说到做到的人。

谈判，尤其是有关公务的谈判，参加者通常不止一人。在这种“以一对多”或“以多对多”的谈判中，最适合采用的，就是“攻击要塞”。

谈判对手不止一人时，实际上握有最后决定权的，不过是其中一人而已。在此，我们姑且称此人为“对方首脑”，称其余的谈判副将们为“对方组员”。“对方首脑”是我们在谈判中需要特别留意的人物，但也不可因此而忽略了“对方组员”的存在。

谈判时，有时你无论再怎么努力也无法说服“对方首脑”，在这种情况下，就应该转移目标，向“对方组员”展开攻势，让“对方组员”了解你的主张，凭借由他们来影响“对方首脑”。其过程也许较一般谈判辛苦，但是，不论做任何事，最重要的就是要能持之以恒，再接再厉，始能获得最后的成功。

有一回，传奇人物——亿万富翁休斯想购买大批飞机。他计划购买三十四架，而其中的十一架，更是非到手不可。起先，休斯亲自出马与飞机制造厂商洽谈，但却怎么谈都谈不拢，最后搞得这位大富翁勃然大怒，拂袖而去。不过，休斯仍旧不死心，便找了一位代理人，帮他出面继续谈判。

休斯告诉代理人，只要能买到他最中意的那十一架，他便满意了。而谈判的结果，这位代理人居然把三十四架飞机全部买到手。休斯十分佩服代理人的本事，便问他是怎么做到的。代理人回谭老师认为，要使用“白脸”和“黑脸”的战术，就需要有两名谈判者，两名谈判者不可以一同出席第一回合的谈判。两人一块儿出席的话，若是其中一人留给对方不良印象的话，必然会影响其对另一人的观感，这对第二回合的谈判来说，是十分不利的。

在谈判时，当问题本身颇为复杂，叫人难以启口，但却又非问不可时，通常便得使用“缓动”的技巧。说话的缓动技巧，具有防止对方发怒，使谈判得以顺利进行的作用。在谈判过程中，我们有时难免会变得情绪化，有时则不得不提出某些涉及人身攻击的问题，有时又不可避免地必须与曾是你手下败将的谈判对手再度会面。

商务谈判是合作型的谈判。因此一言一语，都应有助于加强沟通，增进了解，从而达成双方各得其所、互惠互利的目的，使结果皆大欢喜，凡是与此宗旨相违背的语言，都禁忌之列。谭老师表示商务谈判不是“对敌斗争”，是寻求“合作”、是谋求“双赢”。