

2023年价格谈判会议记录(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

价格谈判会议记录篇一

报价作为谈判过程的核心和重要环节，对于一场谈判的结果更是尤为重要，这就要求我们掌握一些基本的报价策略以便在日后谈判中占据上风，那么商务谈判价格的方法有哪些？下面本站小编整理了商务谈判价格的方法，供你阅读参考。

报价时机策略是依靠谈判者根据自己的经验，选择适当的时机，并提出报价，以促成成交的策略。适当的时机没有一个统一的标准规定在谈判进行到多少分钟开始报价，这就要求谈判者根据谈判根据以往的经验同时结合当前谈判的进度自己掌握时机。多数的经验表明最适当的报价时机就是当买方询问价格时，因为这时买方在了解了产品后已经有交易动机，此时报价自然水到渠成。若是在买家正处在了解产品阶段，包括价值、性能等，他们往往不会产生交易的想法，此时即使卖方报出了合理的价格，也不会引起买家的兴趣。但是也有些时候就是谈判一开始买家就是问价格，此时他们往往没有真正的兴趣，应对这种情况，最好的方式就是转移他们的注意力，将他们的注意力从价格转移到产品的优势价值上，让他们对产品产生兴趣真正的产生交易动机。当然若是买方坚持开始就报价，转移注意力也没效果，那就只能是顺应他们的想法，具体情况还要求谈判者随机应变。

任何可以商量的余地千万不要使用“大概”、“大约”、“估计”一类含糊其辞的词语，因为这会使对方感到报价不实。当你十分肯定的报价时，买家通用的手段就是以

第三方的低价格作为胁迫，迫使你降价。此时最忌讳的就是马上听信买家降价，你应明确告诉他：“一分钱，一分货”，并对第三方的低价毫不介意。当然报价表大策略并不意味着一口价，而是要自己站稳脚跟，等待对方表现出真实的交易意图才开始进行让步，也算表达自己的诚意。

报价差别策略是由于购买数量、付款方式、交货期限、交货地点、客户性质等方面的不同，采取同一商品的购销价格不同的策略。这种价格差别，体现了商品交易中的市场需求导向。例如，对老客户或大批量需求的客户，为巩固良好的客户关系或建立起稳定的交易联系，可适当实行价格折扣；对新客户，有时为开拓新市场，亦可给予适当让价；对某些需求弹性较小的商品，可适当实行高价策略；对方“等米下锅”，价格则不宜下降；旺季较淡季或应时较背时，价格自然较高；交货地点远程较近程或区位优势者，应有适当加价；支付方式，一次付款较分期付款或延期付款，价格须给予优惠等等。

报价对比策略是指向对方抛出有利于本方的多个商家同类商品交易的报价单，设立一个价格参照系，然后将所交易的商品与这些商家的同类商品在性能、质量、服务与其他交易条件等方面做出有利于本方的比较，并以此作为本方要价的依据。使用报价对比策略，往往可以增强报价的可信度和说服力，一般有很好的效果。报价对比可以从多方面进行。例如，将本商品的价格与另一可比商品的价格进行对比，以突出相同使用价值的不同价格；将本商品及其附加各种利益后的价格与可比商品不附加各种利益的价格进行对比，以突出不同使用价值的不同价格；将本商品的价格与竞争者同一商品的价格进行对比，以突出相同商品的不同价格等。在谈判中如果是对手采取此策略，我们也要积极应对，主要的应对措施是：第一要求对方提供有关证据，证实其所提供的其他商家的报价单的真实性。第二仔细查找报价单及其证据的漏洞，如性能、规格型号、质量档次、报价时间和其他交易条件的差异与不可比性，并以此作为突破对方设立的价格参照系屏障的切入点。第三本方也抛出有利于自己的另外一些商家的报价

单，并做相应的比较，以其人之道还治其人之身。当然这就要求在谈判之前充分准备收集材料。第四找出对方价格参照系的一个漏洞，并予以全盘否定之，坚持本方的要价。

利于卖方的变化。同样，当买方的报价较低，并有理有据时，卖方往往也会重新估算买方的保留价格，从而价格谈判的合理范围便会发生有利于买方的变化。当然，此策略发挥作用的前提条件是报价的合理性，报出的价格是要经过考察分析得出的结果，切不能漫天要价，会给对方没有诚意的感觉，从而失去谈判交易机会。

报价分割策略是主要为了迎合买方的求廉心理，将商品的计量单位细分化，然后按照最小的计量单位报价的策略。价格分割是一种心理策略。卖方报价时，采用这种报价策略，能使买方对商品价格产生心理上的便宜感，容易为买方所接受。报价分割策略包括两种形式，一种是用较小的单位报价，例如：茶叶每公斤200元报成每两10元；大米每吨1000元报成每公斤1元。国外某些厂商刊登的广告也采用这种技巧，如“淋浴1次8便士”、“油漆1平方米仅仅5便士”。巴黎地铁公司的广告是：“每天只需付30法郎，就有200万旅客能看到你的广告。”用小单位报价比大单位报价会使人产生便宜的感觉，更容易使人接受。另一种就是用较小单位商品的价格进行比较，例如：“每天少抽一支烟，每天就可订一份报纸。”“使用这种电冰箱平均每天0.5元电费，”0.5元只够吃一根最便宜的冰棍。”“一袋去污粉能把1600个碟子洗得干干净净。”用小商品的价格去类比大商品会给人以亲近感，拉近与消费者之间的距离。

价格谈判会议记录篇二

买方会布置各种陷阱，引卖方上钩。例如对卖方所提出的价格的某一特定部分，买方会询问其底价，然后又突然要求卖方删除这一部分，并降低总的售价。这是一种很实用的价格

谈判技巧。

二、让对方先付订金

买方必须留意的是，若是对方提出先支付订金的要求。这时候，不能为了让对方便于融资，而自动付现，因为你不是开银行的，如果对方需要钱，他自己会想办法。一个代理商告诉他的客户：“我答应替你卖房子，并且按照目前的一般行情，收取2.5%的佣金。这笔佣金在签约时先付一半，成交之后，再付一半。关于售房广告，寻找客户以及议价等活动的费用，均由我们负责；不过你必须先付给我广告费。我们的服务还包括电话费，当然我们不会向你索取任何特别费用。”这么一来，对方往往会发现自己在事先已经支付了广告费。站在卖方的立场，当然非常希望对方先付钱，但这很难办到，所以可以要求对方先支付订金。

三、暗度陈仓

这种战术买卖双方均可采用。例如，买方为了获得优惠的价格，可以答应对方将来还要买他的商品，交易达成之后，将来的事将来再说。这也是一种权宜之计。卖方如果想抓住长期客户，也可以运用以下方法：首先获得对方的承诺，成交之后的细节问题必须由对方全权包办。事后，对方虽然发现自己的权益受到约束和控制，但仍旧不得不与你签下长期合约，将服务与保养等项目归你来负责，而价钱却由你来提出，对方不得有所异议。

四、签约就要履行义务

绝对不要輕易在对方所准备的文件上签字，因为一旦你签了字，就必须按照对方的条件去做。而合同上的规定多半对他有利。这么一来，你就会陷入被动的地位。“在没有获得正式委托证件之前，在法律上，我不能帮你。”代理公司的人会这么说“如果你不在这份文件上签字，我们就不能进行工

作。这是一份很普通的文件，凡是与我们有往来的客户都要在这上面签字。只要你一签字，我们马上就会开始工作。我想你也很清楚，拖延对我们双方都没有好处。”这时候，你如果乖乖地签字，你就很可能上当了。

五、如何应付买方的削价

买方应付卖方有许多办法，比如他可以说“对不起，我已经超出预算了。我资金有困难。”。卖方绝对不能上当。这时候，你必须调查对方实际上的财务能力。对方如果有某项未透支的预算，一经发现，就可以请他由该项预算挪用。当然，这时候你必须了解预算期限，才能与对方事先约好交货时间。

六、如何与对方交换条件

一般人都对数字非常敏感。任何人都不会提出对自己无益的价格。他们通常都会选择有利于自己的价格及付款方式。有些价格谈判者会将价格进行细分化或者百分比。谈判者这时候就要小心了。因为这也许便是一场数字上的文字游戏。

如何在斗智斗勇的价格谈判战中获取最后的胜利，不仅仅需要进行详细的资料分享，还要掌握丰厚的价格谈判技巧，这样才能避免价格谈判上的失误。若是在谈判失利的情况下，建议谈判者坚守最后的价格底线，因为谈判便是为了合作，对方也不会轻易的逼人入死胡同而导致合作告吹。