



Strategies and Techniques 达人锦囊

缔约是国际商务谈判的终极目标。不能缔约的谈判是伪谈判，是人、财、物的浪费。和谈判的其他阶段一样，缔约阶段不能松懈，也需要运用恰当的策略和高超的技巧小心对待，否则可能前功尽弃、功亏一篑。

缔约阶段如何“踢好临门一脚”？谈判者可以运用的策略有以下几种。



锦囊一

（策略一）察言观色

用于捕捉成交信号。具体技巧有：

技巧一 谈吐判断法

当对方谈话中心围绕价格时，当对方提问集中在具体细节上时，当对方提出具体要求时，往往可以判断对方成交意愿很强烈。

技巧二 情势判断法

以下是表明强烈成交意愿的情势：

1. 当对方随时乐于与我方约见时。
 2. 当对方在众多卖家中特意索要我方价目单和样品等资料，并认真研究条件，不时提问具体细节时。
 3. 当对方谢绝其他卖家约见，一门心思和我方谈判时。
 4. 当对方在商务谈判中向我方请托私人事务时。
- 此外还可以结合对方表情变化加以判断。



锦囊二

（策略二）审慎评估

要做到万无一失，缔约前必须审慎评估最后成交方案。主要做以下几件事：

1. 确定预计要商谈的事项已经逐一谈妥。
2. 确定已经取得的成果在符合预期目标范围内。
3. 确定结尾技巧。
4. 准备合同草案。



锦囊三

（策略三）促成交易

在缔约阶段，面对一系列的交易条件，谈判者往往担心吃亏上当，或者担心存在机会成本，于是时常会犹豫不决，在签约时刻感到下笔千斤。这时，一方必须审时度势，

帮助对方迅速决策并缔约。具体成交技巧有：

技巧一 次要问题法

次要成交法就是一个很有效的促成交易方法。我方可以说服对方和我方一道坐下来，逐一审阅次要条件，理性分析，逐一确认签字。当周边条款一一落实后，对方会发现核心条款也迎刃而解，于是会心甘情愿和我方缔结合同。

技巧二 保证法

根据成交信心动力理论，即便国际商务谈判中的一方之责任与义务是根据法律或惯例不言而喻的，只要在谈判中或在合同条款中没有加以明确约定，对方都缺乏信心而缺乏成交动力。为此，一方不妨在缔约阶段反复向对方保证己方将要履行的责任与义务，消除对方的心理障碍，促进成交。

技巧三 先例控制法

所谓先例控制，是指援引以往对我方有利的成功先例，利用其权威性来阻止进攻。

援引先例可以缩短谈判时间，加快决策过程，并带来安全感。但是另一方面，先例控制策略也有自身的局限性。先例是发生在过去的事，自有其存在的前提条件。而现在的条件可能已经发生变化，先例对当前事务的影响自然会降低。

技巧四 让利法

商人都是利益动物。企业的唯一追求就是利润最大化。即便一场国际商务谈判耗时很久，商人在被催促签约之前，总希望得到最后的让步，以获得更大的利益。利用这种心理，谈判者可以通过在最终方案基础上再次地、终局性地让利给对方，使对方得到意外的惊喜，让对方感到占了便宜，从而促进成交。

让利有两种具体做法。一种是价格打折。另一种是提供范围更宽、期限更长的售后服务。使用打折法促进成交时，一定要配合使用下面的时间极限法或规定最小订货量。

技巧五 时间极限法

在讨论如何缓和国际商务谈判僵局时，已经提到时间极限法。在缔约阶段，时间极限法也有发挥功效的场合。一方可以通过给缔约时机施加时间极限，向对方提示最后成交机会，给对方施加心理压力，促进成交。

大量国内外贸易实践表明，将时间极限法和让利成交法配合使用，在促进成交方面效果显著。



锦囊四

（策略四）让步

缔约阶段，双方已就商品名称、规格质量、包装方式、订货数量、单位价格、交货期和支付方式、运输、保险、异议与索赔等问题基本达成一致。可能仅仅剩余个别条款存在争议，例如价格条款、装运条款、支付条款和争端解决条款。

在这个阶段，为了促使对方与我方妥协，我方常常再次主动使用让步策略以交换对方让步。

如何做才是最佳的让步？美国谈判大师卡洛斯通过一项实验发现了有趣的现象。

首先他征集了八组实验者，每组一人。这八位实验者预先的谈判经验各异：有的是毫无谈判经验的外行，有的是初出茅庐的销售“菜鸟”，而有的是经验丰富的资深推销员。

其次，他告知每组实验者一个假设：某公司出售商品，准备最多让价 60 元。现在要求每组实验者扮演卖家角色，设计谈判方案，任务是分四次让出 60 元价格。

实验结果如下：

第一组在前三阶段拒不让步，直到第四阶段才让出全部 60 元的额度。

第二组在四个阶段均匀让价。

第三组每次都让价，分别为 24 元、18 元、12 元、6 元，但让价幅度递减。

第四组每次都让价，分别为 28 元、20 元、11 元、1 元，让价幅度递减，但单次让步幅度大。

第五组也是让步幅度递减，但在前两次以 40 元、20 元就把让价额度耗光了，后两步只能拒不降价。

第六组与第三组反其道而行之，虽然每次都让价，但让价幅度递增，四次让价分别为 6 元、12 元、18 元、24 元。

第七组先让价 50 元，再让价 10 元，第三次反悔加价 2 元，第四次又让价 2 元。

第八组在第一次就让出全部 60 元额度，然后在其余三次拒不让步。

最后，卡洛斯总结：上述八组实验结果概括了现实中的八种让步模式，可从下表中得到归纳。

谈判中让步模式一览表

组别	第一阶段	第二阶段	第三阶段	第四阶段	模式
1	0	0	0	60	冒险型
2	15	15	15	15	刺激型
3	24	18	12	6	希望型
4	28	20	11	1	妥协型
5	40	20	0	0	危险型
6	6	12	18	24	诱发型
7	50	10	-2	2	虚伪型
8	60	0	0	0	愚蠢型

从上表中可以得出以下结论：

其中第三种和第四种让步模式比较成熟和中庸，容易掌握，因而也最为常用。

第五种和第七种让步模式需要高超的技巧，常人难以驾驭，因而较少使用。

其他让步模式的使用前提非常苛刻，因而极为少用。例如，第一、二、八种模式在卖方垄断情况下使用，带有垄断者无可辩驳的强制性和随意性特征。而第六种模式只在买方垄断情况下适用。



锦囊五

（策略五）争取让步

在谈判收尾阶段，我方主动让步后，还要争取对方让步，以达成一致。同让步一样，争取让步也是国际商务谈判磋商阶段的重要策略，它是同一枚硬币的反面。

为了实现争取让步的目的，国际商务谈判者可以运用以下技巧或者技巧组合：

技巧一 软硬兼施

技巧二 制造竞争

技巧三 虚张声势

技巧四 各个击破

技巧五 吹毛求疵



锦囊六

（策略六）实施威胁

国际商务谈判中的威胁，是指一方明示或暗示将给对方施加某种损害。对方如要求实施威胁的一方放弃损害，必须首先满足其提出的某些苛刻的条件。实施威胁既是防御进攻的手段，也是缔约阶段促成交易的手段，谈判者应该相机行事。

谈判者主要通过三种技巧实施威胁策略，促使成交：

技巧一 压迫式威胁。其特征是威胁方自身不遭受损害。主要发生在威胁方恃强凌弱的情况下。

技巧二 胁迫式威胁。其特征是威胁方自身也遭受利益损害，但小于对方遭受的利益损害。主要发生在谈判双方势均力敌的情况下。

技巧三 自杀式威胁。其特征是威胁方遭受的损害大于对方遭受的损害。仅发生在威胁方走投无路的情况下。