

《JAC谈判手记》

图书基本信息

书名：《JAC谈判手记》

13位ISBN编号：9787517501364

出版时间：2016-8-1

作者：JAC

页数：280

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《JAC谈判手记》

内容概要

JAC的优势谈判技巧被业内人士津津乐道，本书通过以下几方面的讲述，给你带来全新的谈判体验：

1. 深入分析如何确立谈判整体思路与执行路线，帮助外贸新人有针对性地进行深度谈判。
2. 邮件、面谈、展会等不同场景360°展现谈判的独特方法、节奏，分享突破瓶颈的秘诀，剖析失败的症结，助你成为谈判高手，应对复杂形势。
3. 超强读心术，让你第一时间读懂客户的行为和心理，快速成交订单。

《JAC谈判手记》

作者简介

JAC，外贸福步论坛曾用名相思寸寸，被外贸人称为村长，外贸圈名人，资深外贸高手。擅长谈判、客户开发，善于技巧、方法总结，乐于分享，帮助外贸人解决实战难题，深受外贸人推崇。

- 1) 著有书籍《JAC外贸工具书-JAC和他的外贸故事》，《JAC外贸谈判手记-JAC和他的外贸故事》；开办原创外贸博客<http://www.jacindustry.org/>，其点击量达八千万，精华帖无数，
- 2) 2003年1月份踏入外贸，坚持在一线，有着13年的外贸一线业务经验，八年的团队管理经验，五年的外贸培训经验。专注于客户心理研究，客户谈判，客户跟踪，及信用证操作。
- 3) 曾在化工行业的最佳外贸销售业绩达1.7亿人民币；有着很丰富的成单经验和落单经验。
- 4) 现就职于济南某化工贸易公司运营总监，北京某户外品牌跨境电商运营总监，中国制造网特聘讲师，中建材集团内训讲师。
- 5) 2016年杭州利贸企业管理咨询有限公司创始人。

书籍目录

作品目录：

谈判前，你准备好了吗？

part 1为什么别人的技巧你用不好

part 2谈客户需要了解哪些信息？

part 3外贸产品知识包含哪些内容？

part 4你确切地知道客户在关注哪个参数吗？

part 5企业整体运营方案之网络诚信度包装方案

part 6沟通要全面、深入

part 7如何向客户提问更容易获得你想要的信息

第二章

外贸谈判流程，节节把控

第一节重视谈判，形成自己的谈判思路

第二节根据不同客户调整谈判思路

第三节用解决问题的思路拿订单

第四节思路的执行表达要诀——高效

第五节“议论文”在谈判中的妙用

第六节谈判初期：建立信任，打牢地基

part 1外贸谈判必须做好充分准备

part 2外贸实务工作的难点：抓住行业成交

规律

part 3找到自己所在行业的谈判要点很重要

part 4利用客户信息采集表来锁定客户

part 5一种快速打消客户顾虑，获取客户信任的

方法

part 6做看似最苦最傻的事儿，你更容易成功

part 7提前做足功课，你懒惰才招致客户

不下单

part 8如何让客户认同你工厂或外贸公司的身份

part 9宣传和谈判中最朴实的卖点提炼方法

part 10产品价格销售人员“说”了算

part 11同质化产品，同质化供应商如何争客户

part 12外贸谈判三阶段

part 13策略的初选，修订与确定

part 14如何谈样品费、快递费，发样后客户为何不理你？

part 15如何看待不付样品费的客户

第七节报价&价格——谈判的敲门砖

part 1报价策略

part 2提高报价效率，避免无谓的丢单

part 3价格谈判之降价

part 4价格报错或者有效期内价格涨幅太大怎么办？

part 5面对客户砍价的终极处理方法

part 6如何跟客户谈付款方式

part 7跟着印度人学“反砍价”

第八节谈判中期：应对谈判僵局

part 1跟客户谈判时重点把握的几个要素

part 2谈判进入僵局后如何打破

part 3谈判中的虚与实

part 4如何引导客户推进谈判
part 5抓住谈判的火候，促进成交
part 6别让合同条款成为订单的最后障碍
part 7做好所有工作，订单水到渠成

第三章

跟踪谈判得当，事半功倍

part 1如何分析旧客户的资料
part 2价格变动更新不及时导致丢单
part 3如何跟踪客户
part 4保持销售的热度，让业务细水长流
part 5公司经营反思录——如何跟踪来考察过的客户
part 6为什么要跟踪客户，绝对不是你想象的
part 7关于客户拒付货款的退运问题

第四章

面对面谈判，快速推动进程

第一节面对面交流，张弛有度

part 1多次邀约——外贸面谈制胜法宝
part 2如何为自己的面谈续命
part 3成交

part 4如何迅速提高面谈能力
part 5这些因素在影响谈判效果
part 6出国拜访客户需要准备的事项
第二节客从远方来：快速展示自己赢得信任
part 1客户参观工厂，你需要获取哪些重要信息
part 2接待客户的再细化
part 3用整体实力拿下前来参观的客户
part 4发挥自身优势赢得客户信任

第五章

妙笔生花，推进邮件谈判

part 1分析客户，让你的邮件更有效
part 2如何让你的邮件更有效果
part 3邮件问题总结篇
part 4很多单子丢了是因为沟通不够深入
part 5一次完整的谈判
part 6五种日常工作失误会导致谈判被动

第六章

展会谈判：如何抓住三秒的机会

part 1展会的真正作用和运作方式
part 2展会的思路变化以及拜访客户的方法
part 3关于展会的杂七杂八（一）准备篇
part 4关于展会的杂七杂八（二）现场篇
part 5关于展会的杂七杂八（三）总结篇
part 6展会，你们都别去了，我自己去

第七章

培养良好谈判习惯，成就自己谈判

风格

第一节谈判习惯

part 1按照老外的说话习惯跟他们谈生意
part 2操作流程确认——谈判里面往往被忽略的点

part 3谈判中几个最易忽视的导致丢单的细节

part 4为什么别人的“神技”你使用却没效果

第二节化险为夷逆境里求生存

面对任何“大麻烦”，按部就班做好危机公关

第八章

JAC读心术，倾囊相授

第一节读懂自己，读懂客户

第二节参透客户的行为与心理

第三节与老板打好辅助，给谈判争取助力

第九章

JAC的经典谈判案例

第十章

前车之鉴，后事之师

附录JAC谈判独门秘籍

part 1外贸业务，千万别死在自己的假想中

part 2想成为外贸高手，你得克服这些心态

part 3再见，低成本外贸时代

part 4致单纯的外贸人

part 5如何自查一年的工作？

精彩书摘：

part 1报价策略

报价，始终是外贸实战中最核心的话题，也是大家最关心的话题，毕竟，绝大多数情况下，价格是第一筛选条件。

价格计算很简单，把数值套进公式就能得出一个精确的数字；但是报价很复杂，因为价格报的是否合适，会直接决定你的客户走还是留，你们是否有机会继续谈下去。

价格报得过高，客户就会失去砍价的兴趣，你直接被淘汰；价格报低了，万一客户接受，又怕自己吃亏，或者万一客户继续砍价，没有余地了怎么办？这恐怕是绝大多数老板或者业务人员的共同心态。

但是，说实话，没有一个万全的策略，每一次谈判都是双方互相妥协的结果，当然，作为卖方的我们，可能妥协的尺度要更大一些。

所以，报价不能盲目，应该有一套明确的策略，对于我们卖方，报价时应该有四个节点：

(1) 成本价。

(2) 最低价。

(3) 目标成交价。

(4) 报出价。

成本价很容易理解，不需要解释。

最低价，就是你的底线。无论客户如何攻击，如何逼你，这是最后的条件，无法再让步。所以，这是谈判的最后砝码，只要这个底线存在，你就永远不会迷茫，如果客户砍价，你知道你还有余地，如果被逼到了这个底线，你就可以很坚决地告诉客户，无法再降！

这个最低价从哪里来呢？就是成本价加上你的最低利润，说白了，你要做这笔生意，如果赚不到这个最低利润，你宁愿不做，当然从生意角度来讲，也没必要做，不符合经济规律。

所以，这个底线很重要，从一开始准备报价你就要知道自己的底线也就是最低利润是多少。

这个所谓的最低利润，一定不是你单方面认为的最低利润，你可能认为10%就很少了，而实际上你的大部分同行都只加了4%，那么你可能还是被淘汰。还有，这个最低利润，还要根据客户的实际情况微调，量大的客户，价格就要更加低一些，因为他是几乎所有同行的追逐目标。量很小的客户，可能很多工厂、大公司看不上，利润就可以稍微高一些。印度客户，无例外的都是要求低价，所以期望值要放得更低，欧美客户稍微好一些，期望值稍微高一些也可以，当然这不是定理……

如果你们公司有很懂外贸的人，他可以告诉你这个行业的平均利润大概是多少，那么你在报价的时候就基本上可以确定自己的大部分报价在客户的心理接受范围之内，不会全部石沉大海。

如果没有，你就要拿客户做实验了，加15%，不行；10%，不行；8%开始有人回复；6%左右，成交，

那么，基本上你就知道了大概的范围。我经常拿着价格跟踪客户，要么直接采用日系报价法，要么每次减一点利润，看客户的反应，慢慢地寻找客户的接受范围。

目标成交价，这个价格往往是低于报价，高于或者等于最低价。做生意，不可能每一笔都最低价成交，那样做起来就索然无味了。

JAC外贸报价法：

了解了这些概念，最重要的环节出现了，就是报价。

这个地方需要说明一下，我们传统的报价模式一般称为欧式报价法，也就是一开始报一个高价，等待买家还价，你来我往，达成一个共识，成交。

还有一种报价法叫做日系报价法，可能知道的人不是很多，这个报价法可以作为一种报价策略，运用此种方法报价时直接给出最低价，引起买家的购买兴趣。

一、欧式报价法

我们回归到最常见的欧式报价法，理论上看起来它很美，但是，这里存在一个问题，你报价，客户未必还价。

我相信，所有的业务员都经历过而且现在还在经历着这样一个局面，客户来询盘，报价，客户失踪。

客户失踪的原因有很多，我相信有一个主因：报价虚高！

为什么叫做虚高，价格真的高吗，其实也并不是很高，但是连你自己都知道，这个价格很有水分，为什么有水分，因为你要留出余地给客户砍价。

那么这个水分到底该有多少？

我认为应该是次优报价！

如果最低价是最优报价，那么我第一次报价就会是次优报价，比最低价格高一些，但是不会高很多，如果客户很懂行，他会知道这个价格贴近成交价，只需要稍微费点唇舌，一般都能获得无限接近于最优报价的结果，这是客户产生还价欲望的重要原因。

很多人讲了，万一自己报得太低了，客户又砍很多，该如何招架呢？其实前面讲了，你被逼到墙角，不知所措只是因为自己的底线不明确，如果就是做不到，已经触碰了底线，你可以直接告诉客户，不好意思，你能提供的最低价就是多少了，当然，如果他可以改成100%前T/T，你应该还能帮他再申请一下。

即使客户不懂行，你的报价是次优报价，也不会比别人高，就算是高，也不会高很多，也往往会给你一个进入下一个阶段谈判的机会。

当然，这里的次优报价是一个报价组合，要让报价信函专业，用心。当然，如果能做一份报价单，就更加锦上添花了。

二、日系报价法

日系报价，绝对不是指这个报价只适用于日本客户，而是日本商人开辟市场（国内和国际）时所用的报价艺术和策略！日本商业发达，日本商人也是出名的精明，而这种报价方式是日本商人立足世界经济圈的重要武器！

很多人不理解这种模式的可取之处在哪里，我以自己的亲身经历给大家讲一下，面对印度客户，我一般都是采用日系报价法。大家都知道印度客户的特点，低价，低价，没有最低，只有更低！这种客户，只要你的价格稍高，他们就开始玩失踪，然后再问价格，高了，再失踪，总之，价格就是决定他们行为的根本点！

所以针对这些客户，一般我直接亮出自己的底价，然后什么其他的条件也不写，直接发给客户！此时很多客户都会给我回复，让我告诉他货期、付款方式，等等！

这个时候我会说，这个价格基于的付款条件为T/T 100% in advanced，货期一个月之后，品质90%.....

总之这些条件都很苛刻，既然给他底价，肯定其他的方面就要苛刻一些！

基于我们价格的吸引力，面对苛刻的交易条件，客户还是会跟我们继续谈，当然走的也有，概率的问题。开始谈判后，客户会要求付款方式要L/C at sight，货期要两个星期之内，品质要求是93%，说他们是大型采购公司，采购量大，他们一直都采用L/C付款，等等。

此时，我也有要求了，价格呢，如果是L/C，每吨要加20美元，如果是93%的产品的话，估计也要加20美元每吨，货期我得为他申请一下试试，尽量往前排，当然他确定订单越早，我们的交货期会越早。

当然这个过程又会丢失一部分客户，还是那句话，概率问题！

日系报价和欧式报价目的都很明确，都是为了成交。欧式报价，比较符合客户的购买心理，由高到低

《JAC谈判手记》

，但是遇到对价格十分敏感的客户时，可能你都没有降价的机会。日系报价，比较有吸引力，能够打动一些价格型客户，但是由于其他的条件比较苛刻，如果客户对付款方式等条件也很敏感，很容易丢失客户。

但是人往往有这种心理，你报价那么低，就算是再加也不能贵到哪里去，可以深入地谈一次；如果你的报价本身就很高，再降，可能也降不了多少，干脆不理你；所以，面对价格导向型客户时，日系报价还是不错的策略！

日系报价在日常生活里面也处处可见，例如，某某品牌手机，900元起！很多人比较感兴趣，就上去咨询，发现手机配置很低，于是销售员推荐其他型号，价格肯定上涨。很多人会质疑这种方式是否能够提高销售额，我想说的是，那么多商家都在使用的招数，如果效果不好，怎么可能大行其道呢？

其实这个地方有一个点，日系报价往往会隐藏其他的交易条件，仅仅靠价格来吸引客户，价格是最具吸引力的销售手段，绝大部分客户会上钩；而欧式报价则不同，因为价格不低，往往要附上其他的条件，一方面显示专业性（客户喜欢）；另一方面，万一价格偏高，可能客户会看中某个交易条件也说不定！

《JAC谈判手记》

精彩短评

- 1、某些内容和《工具书》那本略有重合但思路很值得借鉴

《JAC谈判手记》

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:www.tushu111.com