SALES · STRATEGY · TACTICS

价格谈判培训
攻心为上

大客户谈判与商机挖掘 —— 商机洞察 | 需求探询 | 价值博弈 | 谈判策略

宝锐生物 · 销售培训　　**培训对象：全体销售**

需求探询 · 上桌三条件 · 开价与让步 · 探寻底价 · 异议处理 · 互动沙盒

BIORI BIOTECH · 宝锐生物 | 守护生命健康，缔造美好生活

AGENDA

今天走这五步

每一章都回答一个上桌就会遇到的问题。

01 **需求探询** 客户说「不需要」背后的真相

02 **上桌三条件** 怎么把客户拉上谈判桌

03 **开价与让步** 先手怎么出、什么时候不能接

04 **探寻底价** 对方不说，就自己试出来

05 **异议处理** 三大原因 → 三大策略 → 五要素模型

06 **沙盒 · 速查卡 · 自检** 三段对话演练，一页上桌清单

开篇 · WHY

很多单子不是输在产品上

是输在「没谈成桌上那几句」。先看看我们最容易卡住的三个地方。

客户说「不需要」

我们总是假定所有客户都需要自己的产品（服务），以为只要把产品的好处尽量展现，就能打动对方。

客户压根不跟我们谈

满足于现状的客户，不会和你走上谈判桌。没有分歧、没有可协商的问题，就没有谈判的必要。

谈判变成了讨价还价

谈判不是简单的讨价还价，也不是尔虞我诈。大多数商务人士简单粗暴地认为，谈判就是摆明自己的立场。

谈判是一个根据对方的决策不断调整自己对策的过程。
它并非是明牌斗地主，而是根据对手的出牌来调整自己的出牌顺序。

思维定型，比失败更可怕

摆脱束缚，先从思维开始。

谈判，无所不在

它不是某个环节，而是贯穿整条沟通线。

双赢谈判其实是追求均衡

不是谁说服谁，而是回到双方都接受的均衡点。

开篇 · 收获

学完这五章，你会得到什么

五个动作，每一个都能在下次拜访前准备好。

需求探询

听懂客户说「不需要」背后的真相。

上桌三条件

把「不谈」的客户，拉上谈判桌。

开价与让步

先手怎么出、什么时候不能接。

探寻底价

三种试探法，把对方的心理价位问出来。

异议处理

三大原因 → 三大策略 → 五要素模型。

本材料为宝锐生物内部销售培训教材，用于全体销售课前与上桌前查阅。

1

CHAPTER 1

需求探询

客户说「不需要」背后的真相 —— 先弄明白一件事：什么是需求？谁更懂客户的需求？

CH.1 · 灵魂之问

什么是需求?

先回答这个问题，再谈怎么卖。

我们总是假定所有的客户都需要自己的产品（服务），以为只要把产品能提供的好处尽量展现就能打动对方。

客户说「不需要」，多半不是真的没有需求，而是我们没有把需求问出来。

人性的两个弱点

客户嘴上说的是「不需要」，驱动他的往往只有这两样。

恐惧

害怕出问题

- 怕换错、怕担责
- 怕现在稳定的东西被打乱

贪婪

想要更好的

- 想降本、想提效
- 想比同行先拿到新东西

小问题：是客户了解他的需求？还是我们更了解客户的需求？

人们往往不知道自己想要什么

> 有些人说：「客户想要什么就给他们什么」，但那不是我的方式。我们的责任是提前一步搞清楚将来他们想要什么？
>
> 我记得亨利·福特曾说过：「如果我最初问客户想要什么？」他们应该会告诉我：「想要一辆更好的马车！」

—《乔布斯传》 Steve Jobs

CH.1 · 姿态

迎合 与 影响

面对同一个需求，我们的姿态只有这两种。

迎合

客户说什么，我们就满足什么

影响

先一步把客户还没想到的需求讲清楚

本页只放这两个词：你做单子时，更常做的是哪一个？

CH.1 · 分类

客户的需求类型

按「有没有需求」「有没有标准」分成三类，才知道该用哪套谈法。

需求类型矩阵

完全明确型	半明确型	不明确型
有需求 · 有标准	有需求 · 没标准	没需求 · 没标准

另有「没需求 · 有标准」的组合，本页未给类型名。

2

CHAPTER 2

上桌三条件

怎么把客户拉上谈判桌 —— 不是所有客户都愿意谈，先让他有理由坐到桌前。

CH.2 · 上桌

谈判，无所不在

它不是签约前的那一段，而是贯穿整条沟通线。

谈判不是简单的讨价还价，也不是尔虞我诈。

CH.2 · 症结

所谓谈判不是简单的亮明条件和利益

往往大多数商务人士简单粗暴地认为，谈判就是摆明自己的立场。然而事实是：谈判是一个根据对方的决策不断调整自己对策的过程。

它并非是明牌斗地主，而是根据对手的出牌来调整自己的出牌顺序。

走上谈判桌的三大条件

三条都成立，谈判才谈得起来；缺一条，桌上就只剩价格。

三大条件 · 一图对照

① **有问题**

满足于现状的客户不会上桌

② **你能解决问题**

对方认可你的能力与价值

③ **你是最优选择**

有优势、且难以被替代

① 有问题存在

满足于现状的客户，不会和你走上谈判桌。

01 问题的必要性

存在问题或分歧是走上谈判桌的首要条件，没有问题就没有谈判的必要。问题可以是利益冲突、目标差异或信息不对称，这些问题促使双方寻求解决方案。

02 提示

问题必须是可沟通协商解决的，否则谈判无法进行。对于不可调和的矛盾，如价值观的根本冲突，谈判可能难以达成一致。

② 你能解决问题　③ 你是最优选择

对方认可，才叫条件成立——自说自话不算。

能力展现

展现出解决问题的能力，让对方相信你有实力满足其需求。可以是专业知识、资源掌控或过往成功经验。

价值体现

你的价值要被对方认可，即你能为对方带来利益或好处，这是对方愿意与你谈判的关键。

竞争优势

在众多可选择的对象中具备优势（成本、效率、信誉等），让对方觉得与你合作更有利。

独特性

你提供的解决方案或价值难以被替代（创新技术、稀缺资源、个性化服务），增加对方选择你的意愿。

CH.2 · 均衡

均衡

所谓的双赢谈判，其实是追求均衡。

3

CHAPTER 3

开价与让步

先手怎么出、什么时候不能接 —— 审时度势，先手才在你这儿。

审时度势 · 开价策略

开价阶段有两组核心原则：一组是「怎么出价」，一组是「什么时候不能接」。

开价区间与折中

开价策略：先锁定，后调整



中间即可让步区间

折中策略



差距大时取中间值

折中能实现心理平衡，但尽量不要先做让步的那方。

开价阶段的核心原则（一）

三条动作，出价前就要想好。

先锁定，后调整

先出招优势明显，能引导对方预期，掌控谈判节奏。

开价策略

开价略高于实价，设置可让步区间。

折中策略

双方差距大时，通过折中实现心理平衡，如价格谈判中取中间值。尽量不要先做让步的那方。

开价阶段的核心原则（二）

对方先出价的时候，这两条决定你不会吃亏。

千万不要接受对方第一次出价

心理学依据：轻易接受对方出价会引发怀疑，反而会拉高对方预期。

故作惊讶

对对方报价表现惊讶，暗示不合理，如「这个价格远超出我们的预期」。

4

CHAPTER 4

探寻底价

对方不肯说，就自己试出来。

CH.4 · 案例

在跟客户的合作谈判中，有没有遇到我方的报价和对方的还价之间存在分歧，导致沟通无法继续的情况?

如果有——你当时是怎么处理的?

探寻底价的三种试探法

对方不肯说底价，就用动作试出来。

三种试探法

① **中间价位试探**

报出中间价位

② **次级产品**

换较低一档试探

③ **其他供应方**

引入参照系比较

对方不肯说，就自己试出来。

5

CHAPTER 5

异议处理

三大原因 → 三大策略 → 五要素模型 —— 客户拒绝你，先别急着解释，先分诊。

处理异议
第一步不是
话术，是认知

01 **建立正确认知** 先别急着解释，先接受「客户拒绝是常态」这件事。

02 **做真正的原因分析** 客户说的理由，往往不是真正的原因。

客户拒绝 / 异议的三大原因

先分诊，再出招——三类原因，对应完全不同的动作。

原因 → 策略

客户自身	销售人员	产品问题
没时间/没需求/没权限	信任 / 关系 / 能力	误解/怀疑/短板/口碑
不理他	**理一理**	**反问他**

先分诊，再出招

处理异议的三大策略

三种接法都没有对错，只有时机对不对。

①

不理他

对方随口一提、或明显不是真正的顾虑时，先记下来不纠缠。

②

理一理

是客户自己认下的顾虑，就拆开、归因、给证据。

③

反问他

原因还不清楚时，用提问把模糊的「不行」逼成具体条件。

关键问题的解决思路与模型

把一个问题放进这五个格子里过一遍，思路自然就清了。

五要素 · 过一遍关键问题

关键问题的解决思路与模型

01	02	03	04	05
问题	动机	信息	规则	利益

PRACTICE · 互动沙盒

互动沙盒 · 三段对话演练

看懂了不等于会接。下面三段对话，每一轮都给你几个接法，点一下就知道这一句接得对不对、对应的看点是什么。

试试看 · 客户原话怎么接 纯内存 · 不落盘 · 不发请求

玩法：点一个场景 → 逐轮选一个接法 → 立刻看到「这样接为什么好 / 问题出在哪」→ 走完三轮给小结。想重来点「↺ 重来本场景」。

① 太贵了 ② 再考虑考虑 ③ 已有供应商

场景 1 / 3 · 客户说「太贵了」 已答 3 / 3 轮

客 你们这个价格太贵了。

我 哦？这个价格远超出你们的预期吗？

接得对

故作惊讶——对对方报价表现惊讶、暗示不合理，正是看点「不接第一次出价 / 故作惊讶」里的做法，能把「贵」这个模糊判断逼成一个可谈的问题。

看点 · 不接第一次出价 / 故作惊讶

客 比我们现在用的贵不少。

↺ 重来本场景

…」，是单价高，还是整体用量算下来成本高？

本场景已走完 3 轮

接得对

攻心为上 · 谈判速查卡

五章压缩成一页。可以截图存手机，上桌前扫一眼；搜索框能按关键词筛卡片。

异议

显示 2 / 8 张

异议三大原因

① 客户自身（没时间/没需求/没权限/有替代） ② 销售人员（信任/关系/能力） ③ 产品问题（误解/怀疑/短板/口碑/价值塑造）。

异议三大策略

① 不理他 ② 理一理 ③ 反问他。先建立正确认知，再做真正的原因分析。

自检清单

上桌前自检清单

每次重要沟通前逐项过一遍——有一项没打勾，就先补。

- [ ] 我判断过客户属于哪一型（完全明确 / 半明确 / 不明确）
- [ ] 我找到（或制造）了客户必须跟我谈的那个「问题」
- [ ] 我能说清「你凭什么解决」——能力展现 + 价值体现
- [ ] 我说得出「为什么我是最优选择」——竞争优势 + 独特性
- [ ] 我出价前就定好了开价与可让步区间
- [ ] 我没有在第一时间接受对方的出价，也没先做让步的那方
- [ ] 我用了至少一种探寻底价的方法，而不是直接问「底价多少」
- [ ] 客户有异议时，我先分诊三大原因，再决定不理他 / 理一理 / 反问他
- [ ] 我用五要素（问题·动机·信息·规则·利益）把关键问题过了一遍

点一下就能打勾（只在本页临时记录，刷新即清空）。九项全打勾，就可以上桌了。

自问自答

八个高频问题，答案都在前面五章里，方便你回去核对。

客户说「太贵了」，第一句该怎么接？

故作惊讶，暗示不合理，例如「这个价格远超出我们的预期」。

探寻底价有哪三种试探法？

① 中间价位试探　② 次级产品　③ 其他供应方。

处理异议的三大策略是？

① 不理他　② 理一理　③ 反问他。

走上谈判桌的三大条件是？

① 有问题　② 你能解决问题　③ 你是最优选择。

折中时最重要的分寸是什么？

尽量不要先做让步的那方。

客户拒绝 / 异议的三大原因是？

① 客户自身　② 销售人员　③ 产品问题。

问题解决模型的五个要素是？

01 问题　02 动机　03 信息　04 规则　05 利益。

人性的两个弱点是什么？

恐惧（害怕出问题） / 贪婪（想要更好的）。

CLOSING

回去之后，先做这三件事

01 **给你的每个在谈客户分一次类**

完全明确 / 半明确 / 不明确，决定下一步谈法。

02 **把上桌三条件对一遍**

缺哪条，就先补哪条，别急着报条件。

03 **出价前写好开价与可让步区间**

并把「不接第一次出价」当成硬动作。

谈判不是明牌斗地主，是根据对手的出牌来调整自己的出牌顺序。