

2023年商务谈判的开场白(汇总8篇)

典礼的形式和方式在不同的文化和传统中可能会有所不同。参与者的角色和责任应在典礼前进行明确和沟通，以确保他们的配合和参与度。我们为大家整理了一些典礼的案例和经验分享，希望能够给您在筹备典礼时提供一些灵感和启示。

商务谈判的开场白篇一

商务谈判案例开场白，商务谈判案例很有参考价值，下面带来商务谈判案例开场白相关范文，欢迎阅读参考。

各位商务谈判的从业者及爱好者：

大家好!本商务谈判经典案例集是由国内领先的商务谈判代理机构-六维咨询的工作人员在平时工作中收集和整理的网上案例，以供所有从业者和爱好者学习交流，管中窥豹。

商务谈判是一个复杂的、涉及多学科知识的领域，是对从业者知识结构、心理素质、决策能力都要求极高的工作，也是具有极高附加值的工作。

很荣幸，我们公司专注于此，并以极高的专业水平和专业精神，热忱为大家服务。

六维咨询有三个谈判团队，十几名专家，包括原国家外经贸部的谈判专家以及大型国企和著名外企的具有丰富大型商务谈判实战经验的高管，分别侧重不同的领域。

服务范围包括：采购谈判，大订单谈判，国际商务谈判，服务纠纷谈判，质量索赔谈判，兼并收购谈判等等，目前已为国内外近百家企业成功完成商务谈判的代理及咨询工作，用我们的专业水平为客户赢得了尊重和最大的利益。

会议时间：201*年12月5日

会议地点：巨石国际会议中心1号会议厅

销售总监□xxx 技术顾问□xxx

法律顾问□xxx

谈判具体方案

一、 谈判双方公司背景：

1、 甲方公司分析

mazda是日本最著名的汽车品牌之一，日本第四大汽车制造商，是世界著名汽车品牌，是世界上唯一研发和生产转子发动机的汽车公司。

2008年《财富》全球500强企业排名中名列第二百五十五位。

马自达公司创立于1920年，1931年正式开始在广岛生产小型载货车，60年代初正式生产轿车，自1981年到20**年，马自达已累积生产了3,500多万辆各种汽车。

在九十年代之前，马自达汽车公司在日本国内排名仅在丰田、日产之后，也是世界知名的日本汽车品牌之一。

自2000年开始，马自达公司通过实施“新千年计划”，使公司的发展进入了一个新的阶段。

20**年开始，马自达公司先后推出了马自达6(mazda6)□马自达3(mazda3)□马自达2(mazda2)□马自达8(mazda8)□rx-8□roadstar和cx-7等一系列新车型，在世界各地都取得了不俗的销售业绩。

总部客服电话：

杭州马自达4s店客服电话：

传真：

e-mail：

总部地址：

杭州马自达4s店地址：

2、乙方公司分析：

浙江元通二手车有限公司为元通集团下属公司，是经国内贸易部特批设立的首批25家旧机动车专业经营机构试点单位之一，在省内已具有较高的知名度和影响力。

元通二手车公司自成立以来，依托元通集团的规模经营和雄厚实力，与新车销售、汽车租赁、机动车拍卖、汽车维修、废旧汽车回收融为一体，形成了由新车至报废的一条龙汽车服务体系。

同时，在自身的旧车贸易领域内也不断细化分工，中心的业务范围目前已涵盖旧车收购、旧车销售、过户交易、车辆评估、车辆拍卖、新旧置换、中介服务。

公司将始终以规范经营、完善服务为宗旨，为客户提供全方位的优质服务，从而不断提升浙江元通二手车有限公司在客户心中的信誉度，打造中心优良的服务品牌。

总部客服电话：：

传真：

e-mail:

总部地址:

二、 谈判的主题及内容:

1. 以不低于4000美元/辆的价格出售此批轿车, 并希望对方以现金支付或者以担保支票来支付。

(原因分析: 1. 我方出现资金周转难问题2、我方尽量维护自身的经济利益)

2. 可交易目标: 若对方要12辆以上, 可以有1200元左右/辆的优惠。

(原因分析: 1、有利于我方利益最大化的实现;2、给与对方一定的优惠;3、希望双方建立长期友好的合作关系)

三、 谈判目标:

(1) 以对我公司最有利的条件销售此批轿车: 价格合理, 所经销的汽车型号符合消费者使用需求。

(2) 奖励办法及促销活动方案

a□月销售量达12辆的, 可以有1200元左右/辆的优惠。

达100辆的, 超出部分每辆可以优惠1800元左右/辆的优惠。

b□月销售量持续三个月达200台以上的, 将受到本公司的额外奖励: 现金50000元。

(3) 厂家支持

旺季：9~12月，享受团购价，送家庭礼包/驾趣礼包

淡季：送500元加油卡

四、 谈判形式分析：

（一）我方优势分析：

1、轿车带有空调设备、动力刹车和自动换挡装置，内部比较清洁，没有严重的刮痕、生锈以及机械问题。

相比较“基本”条件的车条件较为优越，并且马自达轿车是个比较受欢迎的牌子

2、市场上同样条件的小轿车广告零售价为50000元，最常见的广告零售价也是在12000元—20000元之间，因此，我方的定价较为合理。

3、时间限定以及其他买家的出现，可以给对方带来一定的压力。

4、对方对我方的有些情况不了解

（二）、我方劣势分析：

1、资金周转难，时间短，给对方带来可乘之机

3、由于车已经使用了5年，因此不可避免的出现了一些问题，有些设备使用的不长久，给对方压价带来可乘之机。

（三）、我方人员分析；

李湘娣：洞察力强，看问题比较冷静，擅长沟通谈判艺术，本次谈判的主要对手和关键人物。

徐晨皓：注重细节，性格开朗，为公司核心人物之一，具备较强的销售经验。

李红：办事认真负责，有较强的逻辑分析能力，具备较高的管理素质。

杜云迪：心思细腻，熟悉国内外相关法律程序，有利于双方合同的规范签署。

沈建强：综合能力强，性格外向，处事冷静，公关能力强。

(四)、客方优势分析

1、对车况了解细致

2、掌握资金，可能利用我方急需资金的问题压价

3、另两家买家一直没有回信

4、市场上有些广告零售价为10000元，而且车的行驶状况良好

(五)客方劣势分析：

1、对有些情况不了解

2、时间较紧

(六)、客方人员分析：

bob[]统筹全局能力强，思维严密，亲和力强，头脑灵活，是一位合格的将才。

jimmy[]熟悉汽车行业，市场经验丰富，看问题善于抓住本质

linda□性格友好，在气氛紧张的时候缓解紧张局面，遇事冷静。

tony□办事果断干练，言辞犀利，雷厉风行，典型的女强人风格，遇事不冷静。

david□了解同类产品竞争对手现状，可以为总经理提供适当的建议，合格的副手，谈判成功的关键人物之一。

五、 相关产品的资料收集。

mazda5是一款全新的高性能动感mpv□其设计思想是 “动感和交流”。

在设计风格上秉承了马自达独特的“zoom-zoom”品牌基因，造型时尚而充满动感；在空间设计和乘坐舒适性方面，采取了“6+1”的全新设计理念，追求高效率空间设计，充分满足mpv消费者对乘坐舒适性的高标准要求；在性能方面□mazda5改变了传统的mpv设计思想，在追求大空间的同时更注重高性能，在动力、操控、安全等方面均有极佳的表现，树立了国内mpv车型设计和性能的新基准。

马自达5 20**款 2.0l 自动舒适型

级别□mpv

发动机□2.0l 144马力 14

变速箱：6挡手动

长*宽*高(mm)□4585*1750*1620

车身结构：5门7座mpv

马自达6 20**款 2.0l 6挡手动型

级别：中型车

发动机□2.0l 146马力 l4

变速箱：6挡手动

长*宽*高(mm)□4670*1780*1435

车身结构：4门5座三厢车

马自达3 2012款 1.6l 手动经典标准型

级别：紧凑型车

发动机□1.6l 107马力 l4

变速箱：5挡手动

长*宽*高(mm)□4515*1745*1465

车身结构：4门5座三厢车

六、谈判的方法及策略：

(一)前期准备阶段。

在前期准备阶段，应注意做好以下几项工作：一是从资金、技术、生产、市场等几个方面；二是要根据综合分析情况，制定项目采购的最终方案；三是根据项目分析情况；四是邀请参加谈判的另一方。

(二)开局阶段：

1、开局前的接触：通过电话沟通、礼节性拜访等方式了解进一步对方的资信情况、谈判目标、对方谈判人员的个人情况以及对我方的重要性。

2、开局陈述：要简明扼要，突出重点，直接指出我方非常希望以合理的价格出

售此批轿车，并且很希望以现金支付或者以担保支票来支付

(三)磋商阶段：

1、我方先进行报价，以掌握主动权。

指出我方的广告零售价是20000元/辆，但是可以给出对方一定得优惠为以后的友好合作打下基础。

(3)在我方认为重要的问题上要力求对方先让步，而在较为次要的问题上，根据需要我方可以考虑先作让步。

比如说在价格问题上低于18000元/时是绝对不能让的，而在付款方式上可以是现金也可以是担保支票。

3、在谈判过程中，我方坚持互惠式让步，在坚持基本目标前提下，不固执于某一点利益的让步，通观全局，分清利害关系，避重就轻，灵活的使对方在其他方面的到满足。

(四)签约阶段：以文字的形式规范双方的权利和义务，并为此提供法律保障，是一个阶段性目标。

谈判策略

非应急策略：

1、在开局阶段，可采用协商式开局的策略，使用礼节性语言，选择中性话题，本着尊重对方的态度，不卑不亢。

2、借题发挥策略：认真听取对方的陈述，抓住对方的问题点，进行攻击、突破

3、价格起点策略，刚开始报价时以高出本方实际价格的价格报出，比如我方此次的报价是20000元/辆，但要注意的是，在让步时一定要慢。

4、对比报价策略：在报价时可以向对方展示多个商家的价格。

比如我方调查中得出的同样条件下的小轿车广告零售价为28000元，还有25000元的等。

5、价格陷阱策略：在谈判过程中，我方要通过事实向对方展现出当前人们对马自达牌轿车的喜欢程度是比较高的，而且我方车子的条件比较好，价格上涨的可能性是非常大的，以此将对方的注意力吸引到价格上来，使其忽略对其他条件的讨价还价。

6、期限策略：指出我方的谈判时间有限，以此给对方压力

7、以柔克刚的策略：在谈判出现危难局面或对方坚持不让步时，我方可以采取软的谈判方法来迎接对方的硬态度，坚持以理服人，从而达到制胜的目的。

8、难得糊涂的策略：当谈判出现对我方不利的时候，可以糊涂一下，以此麻痹对手的意志，以达到蒙混过关的策略。

9、权利有限策略：当对方要求我方对某些方面做出让步时，比如说价格让4000元时，我方的谈判人员可以以自身权利有限或既定事实无法更改为理由迫使对方让步。

11、欲擒故纵的策略：在谈判过程中，我方人员装出满不在乎的态度，掩饰急需的心情，似乎只是为了满足对方的需求而来谈判的，使对方急于谈判，主动让步，以此实现我方的

目的。

12、红白脸策略：在谈判过程中，可以有谈判人员中的一名充当红脸、一名充当白脸，适时的将谈判的价格定下来，并且定下付款的方式。

13、层层推进、步步为营策略：有技巧的提出我方的优势，以及未来市场对此种

牌子轿车行情，并借此表明我方的价格不高，先易后难，步步为营的争取利益。

14、突出优势的策略：以资料做支撑，以理服人，强调可以为对方带来的利益，同时软硬兼施，暗示当前消费者对此车的欢迎程度较高，错过了此次机会会给对方带来的损失。

15、打破僵局的策略：合理利用暂停，首先冷静的分析僵局的原因，适时的调整策略。

16、折中调和策略：但在谈判时必须把握底线，即我方必须以不低于17000元的价格出售。

应急策略：

1、对方愿意购买，但对17000元表示异议应对方案：进行价格谈判，运用妥协策略，换取在数量、付款方式上等利益。

2、对方使用权力有限策略，声称价格的限制，拒绝我方的提议。

应对：了解对方权限情况，“白脸”据理力争，适当运用制造僵局策略，“红脸”再以暗示的方式揭露对方的权限策略，并运用迂回补偿的技巧，来突破僵局，也可用声东击西策略。

3、对方使用借题发挥策略，对我方某一次要问题抓住不放。

应对：避免没必要的解释，可转移话题，必要时可指出对方的策略本质，并声明，对方的策略影响谈判进程。

七、 谈判的风险及效果预测：

谈判风险：

1、对方可能会在谈判中凭其优势地位不肯在价格上让步，我方必须发挥自身优势和经销商的身份迫使其做出让步。

谈判效果预测：双方以合理的条件取得谈判的成功，实现双赢，双方能够友好的结束谈判，获得成功，实现长期友好合作。

八：谈判预算费用

a□ 车 费□300 b□ 住宿费□1200 c□饮食费： 1000

d□电话费□200 e□旅游礼品费用： 1500

合计： 4200

九、谈判议程：

(1) 双方进场

(2) 介绍本次会议安排与与会人员

(3) 正式进入谈判

a□介绍本次谈判的商品型号，数量等情况。

b□递交并讨论代理销售协议。

c□协商一致货物的结算时间及方式。

d□协商一致定金的支付，违约的赔偿办法及法律责任。

(4) 达成协议

(5) 签订协议

(6) 预付定金

(7) 握手祝贺谈判成功，拍照留念。

(8) 设宴招待，谈判圆满成功

谈判方案

会议时间：20**年12月5日

会议地点：巨石国际会议中心1号会议厅

销售总监□xxx 技术顾问□xxx

法律顾问□xxx

谈判具体方案

一、 谈判双方公司背景：

1、 甲方公司分析

mazda是日本最著名的汽车品牌之一，日本第四大汽车制造商，是世界著名汽车品牌，是世界上唯一研发和生产转子发动机的汽车公司。

2008年《财富》全球500强企业排名中名列第二百五十五位。

马自达公司创立于1920年，1931年正式开始在广岛生产小型载货车，60年代初正式生产轿车，自1981年到20**年，马自达已累积生产了3,500多万辆各种汽车。

在九十年代之前，马自达汽车公司在日本国内排名仅在丰田、日产之后，也是世界知名的日本汽车品牌之一。

自2000年开始，马自达公司通过实施“新千年计划”，使公司的发展进入了一个新的阶段。

20**年开始，马自达公司先后推出了马自达6(mazda6)□马自达3(mazda3)□马自达2(mazda2)□马自达8(mazda8)□rx-8□roadstar和cx-7等一系列新车型，在世界各地都取得了不俗的销售业绩。

总部客服电话：

杭州马自达4s店客服电话：

传真：

e-mail：

总部地址：

杭州马自达4s店地址：

2、乙方公司分析：

浙江元通二手车有限公司为元通集团下属公司，是经国内贸易部特批设立的首批25家旧机动车专业经营机构试点单位之一，在省内已具有较高的知名度和影响力。

元通二手车公司自成立以来，依托元通集团的规模经营和雄厚实力，与新车销售、汽车租赁、机动车拍卖、汽车维修、废旧汽车回收融为一体，形成了由新车至报废的一条龙汽车服务体系。

同时，在自身的旧车贸易领域内也不断细化分工，中心的业务范围目前已涵盖旧车收购、旧车销售、过户交易、车辆评估、车辆拍卖、新旧置换、中介服务。

公司将始终以规范经营、完善服务为宗旨，为客户提供全方位的优质服务，从而不断提升浙江元通二手车有限公司在客户心中的信誉度，打造中心优良的服务品牌。

总部客服电话：：

传真：

e-mail:

总部地址：

二、 谈判的主题及内容：

1. 以不低于4000美元/辆的价格出售此批轿车，并希望对方以现金支付或者以担保支票来支付。

(原因分析：1. 我方出现资金周转难问题2、我方尽量维护自身的经济利益)

2. 可交易目标：若对方要12辆以上，可以有1200元左右/辆的优惠。

(原因分析：1、有利于我方利益最大化的实现；2、给与对方一定的优惠；3、希望双方建立长期友好的合作关系)

三、 谈判目标：

(1) 以对我公司最有利的条件销售此批轿车：价格合理，所经销的汽车型号符合消费者使用需求。

(2) 奖励办法及促销活动方案

a□月销售量达12辆的，可以有1200元左右/辆的优惠。

达100辆的，超出部分每辆可以优惠1800元左右/辆的优惠。

b□月销售量持续三个月达200台以上的，将受到本公司的额外奖励：现金50000元。

(3) 厂家支持

旺季：9~12月，享受团购价，送家庭礼包/驾趣礼包

淡季：送500元加油卡

四、 谈判形式分析：

(一) 我方优势分析：

1、轿车带有空调设备、动力刹车和自动换挡装置，内部比较清洁，没有严重的刮痕、生锈以及机械问题。

相比较“基本”条件的车条件较为优越，并且马自达轿车是个比较受欢迎的牌子

2、市场上同样条件的小轿车广告零售价为50000元，最常见的广告零售价也是在12000元—20000元之间，因此，我方的定价较为合理。

3、时间限定以及其他买家的出现，可以给对方带来一定的压

力。

4、对方对我方的有些情况不了解

(二)、我方劣势分析：

1、资金周转难，时间短，给对方带来可乘之机

3、由于车已经使用了5年，因此不可避免的出现了一些问题，有些设备使用的不长久，给对方压价带来可乘之机。

(三)、我方人员分析；

李湘娣：洞察力强，看问题比较冷静，擅长沟通谈判艺术，本次谈判的主要对手和关键人物。

徐晨皓：注重细节，性格开朗，为公司核心人物之一，具备较强的销售经验。

李红：办事认真负责，有较强的逻辑分析能力，具备较高的管理素质。

杜云迪：心思细腻，熟悉国内外相关法律程序，有利于双方合同的规范签署。

沈建强：综合能力强，性格外向，处事冷静，公关能力强。

(四)、客方优势分析

1、对车况了解细致

2、掌握资金，可能利用我方急需资金的问题压价

3、另两家买家一直没有回信

4、市场上有些广告零售价为10000元，而且车的行驶状况良好

(五)客方劣势分析：

1、对有些情况不了解

2、时间较紧

(六)、客方人员分析：

bob□统筹全局能力强，思维严密，亲和力强，头脑灵活，是一位合格的将才。

jimmy□熟悉汽车行业，市场经验丰富，看问题善于抓住本质

linda□性格友好，在气氛紧张的时候缓解紧张局面，遇事冷静。

tony□办事果断干练，言辞犀利，雷厉风行，典型的女强人风格，遇事不冷静。

david□了解同类产品竞争对手现状，可以为总经理提供适当的建议，合格的副手，谈判成功的关键人物之一。

五、 相关产品的资料收集。

mazda5是一款全新的高性能动感mpv□其设计思想是 “动感和交流”。

在设计风格上秉承了马自达独特的“zoom-zoom”品牌基因，造型时尚而充满动感；在空间设计和乘坐舒适性方面，采取了“6+1”的全新设计理念，追求高效率空间设计，充分满足mpv消费者对乘坐舒适性的高标准要求；在性能方

面□mazda5改变了传统的mpv设计思想，在追求大空间的同时更注重高性能，在动力、操控、安全等方面均有极佳的表现，树立了国内mpv车型设计和性能的新基准。

马自达5 20**款 2.0l 自动舒适型

级别□mpv

发动机□2.0l 144马力 l4

变速箱：6挡手动

长*宽*高(mm)□4585*1750*1620

车身结构：5门7座mpv

马自达6 20**款 2.0l 6挡手动型

级别：中型车

发动机□2.0l 146马力 l4

变速箱：6挡手动

长*宽*高(mm)□4670*1780*1435

车身结构：4门5座三厢车

马自达3 2012款 1.6l 手动经典标准型

级别：紧凑型车

发动机□1.6l 107马力 l4

变速箱：5挡手动

长*宽*高(mm)[]4515*1745*1465

车身结构：4门5座三厢车

六、谈判的方法及策略：

(一)前期准备阶段。

在前期准备阶段，应注意做好以下几项工作：一是从资金、技术、生产、市场等几个方面；二是要根据综合分析情况，制定项目采购的最终方案；三是根据项目分析情况；四是邀请参加谈判的另一方。

(二)开局阶段：

1、开局前的接触：通过电话沟通、礼节性拜访等方式了解进一步对方的资信情况、谈判目标、对方谈判人员的个人情况以及对我方的重要性。

2、开局陈述：要简明扼要，突出重点，直接指出我方非常希望以合理的价格出

售此批轿车，并且很希望以现金支付或者以担保支票来支付

(三)磋商阶段：

1、我方先进行报价，以掌握主动权。

指出我方的广告零售价是20000元/辆，但是可以给出对方一定得优惠为以后的友好合作打下基础。

(3)在我方认为重要的'问题上要力求对方先让步，而在较为次要的问题上，根据需要我方可以考虑先作让步。

比如说在价格问题上低于18000元/时是绝对不能让的，而在付款方式上可以是现金也可以是担保支票。

3、在谈判过程中，我方坚持互惠式让步，在坚持基本目标前提下，不固执于某一点利益的让步，通观全局，分清利害关系，避重就轻，灵活的使对方在其他方面的得到满足。

(四) 签约阶段：以文字的形式规范双方的权利和义务，并为此提供法律保障，是一个阶段性目标。

谈判策略

非应急策略：

1、在开局阶段，可采用协商式开局的策略，使用礼节性语言，选择中性话题，本着尊重对方的态度，不卑不亢。

2、借题发挥策略：认真听取对方的陈述，抓住对方的问题点，进行攻击、突破

3、价格起点策略，刚开始报价时以高出本方实际价格的价格报出，比如我方此次的报价是20000元/辆，但要注意的是，在让步时一定要慢。

4、对比报价策略：在报价时可以向对方展示多个商家的价格。

比如我方调查中得出的同样条件下的小轿车广告零售价为28000元，还有25000元的等。

5、价格陷阱策略：在谈判过程中，我方要通过事实向对方展现出当前人们对马自达牌轿车的喜欢程度是比较高的，而且我方车子的条件比较好，价格上涨的可能性是非常大的，以此将对方的注意力吸引到价格上来，使其忽略对其他条件的讨价还价。

6、期限策略：指出我方的谈判时间有限，以此给对方压力

7、以柔克刚的策略：在谈判出现危难局面或对方坚持不让步时，我方可以采取软的谈判方法来迎接对方的硬态度，坚持以理服人，从而达到制胜的目的。

8、难得糊涂的策略：当谈判出现对我方不利的时候，可以糊涂一下，以此麻痹对手的意志，以达到蒙混过关的策略。

9、权利有限策略：当对方要求我方对某些方面做出让步时，比如说价格让4000元时，我方的谈判人员可以以自身权利有限或既定事实无法更改为理由迫使对方让步。

11、欲擒故纵的策略：在谈判过程中，我方人员装出满不在乎的态度，掩饰急需的心情，似乎只是为了满足对方的需求而来谈判的，使对方急于谈判，主动让步，以此实现我方的目的。

12、红白脸策略：在谈判过程中，可以有谈判人员中的一名充当红脸、一名充当白脸，适时的将谈判的价格定下来，并且定下付款的方式。

13、层层推进、步步为营策略：有技巧的提出我方的优势，以及未来市场对此种

牌子轿车行情，并借此表明我方的价格不高等，先易后难，步步为营的争取利益。

14、突出优势的策略：以资料做支撑，以理服人，强调可以为对方带来的利益，同时软硬兼施，暗示当前消费者对此车的欢迎程度较高，错过了此次机会会给对方待来的损失。

15、打破僵局的策略：合理利用暂停，首先冷静的分析僵局的原因，适时的调整策略。

16、折中调和策略：但在谈判时必须把握底线，即我方必须以不低于17000元的价格出售。

应急策略：

1、对方愿意购买，但对17000元表示异议应对方案：进行价格谈判，运用妥协策略，换取在数量、付款方式上等利益。

2、对方使用权力有限策略，声称价格的限制，拒绝我方的提议。

应对：了解对方权限情况，“白脸”据理力争，适当运用制造僵局策略，“红脸”再以暗示的方式揭露对方的权限策略，并运用迂回补偿的技巧，来突破僵局，也可用声东击西策略。

3、对方使用借题发挥策略，对我方某一次要问题抓住不放。

应对：避免没必要的解释，可转移话题，必要时可指出对方的策略本质，并声明，对方的策略影响谈判进程。

七、谈判的风险及效果预测：

谈判风险：

1、对方可能会在谈判中凭其优势地位不肯在价格上让步，我方必须发挥自身优势和经销商的身份迫使其做出让步。

谈判效果预测：双方以合理的条件取得谈判的成功，实现双赢，双方能够友好的结束谈判，获得成功，实现长期友好合作。

八：谈判预算费用

a□ 车 费□300 b□ 住宿费□1200 c□ 饮食费： 1000

d□电话费□200 e□旅游礼品费用：1500

合计：4200

九、谈判议程：

- (1) 双方进场
- (2) 介绍本次会议安排与与会人员
- (3) 正式进入谈判

a□介绍本次谈判的商品型号，数量等情况。

b□递交并讨论代理销售协议。

c□协商一致货物的结算时间及方式。

d□协商一致定金的支付，违约的赔偿办法及法律责任。

- (4) 达成协议
- (5) 签订协议
- (6) 预付定金
- (7) 握手祝贺谈判成功，拍照留念。
- (8) 设宴招待，谈判圆满成功

美国谈判学会会长，著名律师尼尔伦伯格讲过一个著名的分橙子的故事。

有一个妈妈把一个橙子给两个孩子。

不管从哪里下刀，两个孩子都觉得不公平。

两个人吵来吵去，最终达成了一致意见，由一个孩子负责切橙子，另一个孩子选橙子。

结果，这两个孩子按照商定的办法各自取得了一半橙子，高高兴兴地拿回家去了。

在商务谈判中经常会用到“你切我挑”的方法，这种方法看似公平，但存在着致命的双方利益损失陷阱。

主要的原因是没有事先了解清楚双方的需求。

对外经济贸易大学王健教授讲过一个“你切我挑”的续集：

第一个孩子把半个橙子拿到家，把皮剥掉扔进了垃圾桶，把果肉放到果汁机上打果汁喝。

另一个孩子回到家把果肉挖掉扔进了垃圾桶，把橙子皮留下来磨碎了，混在面粉里烤蛋糕吃。

从上面的情形，我们可以看出，虽然两个孩子各自拿到了看似公平的一半，然而，他们各自得到的东西却未物尽其用。

这说明，他们在事先并未做好沟通，也就是两个孩子并没有申明各自利益所在。

没有事先申明价值导致了双方盲目追求形式上和立场上的公平，结果，双方各自的利益并未在谈判中达到最大化。

如果我们试想，两个孩子充分交流各自所需，或许会有多个方案和情况出现。

可能的一种情况，就是遵循上述情形，两个孩子想办法将皮和果肉分开，一个拿到果肉去喝汁，另一个拿皮去做烤蛋糕。

然而，也可能经过沟通后是另外的情况，恰恰有一个孩子即想要皮做蛋糕，又想喝橙子汁。

这时，如何能创造价值就非常重要了。

结果，想要整个橙子的孩子提议可以将其他的问题拿出来一块谈。

他说：“如果把这个橙子全给我，你上次欠我的棒棒糖就不用还了”。

其实，他的牙齿被蛀得一塌糊涂，父母上星期就不让他吃糖了。

另一个孩子想了一想，很快就答应了。

他刚刚从父母那儿要了五块钱，准备买糖还债。

这次他可以用这五块钱去打游戏，才不在乎这酸溜溜的橙子汁呢。

两个孩子的谈判思考过程实际上就是不断沟通，创造价值的过程。

双方都在寻求对自己最大利益的方案的同时，也满足对方的最大利益的需要。

案例分析：商务谈判的过程实际上也是一样。

好的谈判者并不是一味固守立场，追求寸步不让，而是要与对方充分交流，从双方的最大利益出发，创造各种解决方案，用相对较小的让步来换得最大的利益，而对方也是遵循相同的原则来取得交换条件。

在满足双方最大利益的基础上，如果还存在达成协议的障碍，

那么就不妨站在对方的立场上，替对方着想，帮助扫清达成协议的一切障碍。

这样，最终的协议是不难达成的。

商务谈判的开场白篇二

与您刚认识的人在一起谈话或与人谈论您不认识的人，最好的办法是从一个话题到另一个话题地试着说，如果某个题目不行，再试下一个。

或者轮到你讲话时可讲述你曾经做过的事情或想过的事情，修整花园、计划旅行或其他我们已经谈过的话题。

不要对片刻的沉默慌张，让它过去即可。

谈话不是竞赛，象跑步一样拼命地冲到终点。

当您发现在聚会上坐在您身边的是个陌生人时，在开始“钓鱼”之前先介绍一下自己。

然后有各种各样的开始方式。

如果你是个很腼腆的人，在参加聚会之前就可在脑子里先想好。

如果女主人已经告诉你一些关于他的消息，您可以说：“我知道你的球队在上星期的决赛中获胜了。

一定很精彩。

”如果你对他一点都不了解，可以说：“您是住在本地还是游客？”从他的回答中您可以期望开始话题。

他可能会问你住在哪、从事什么职业等。

非常简单，但要注意给他说话的机会。

在餐桌上另一个能提供良好开端的话题是食品或酒：“好吃吗？我没有时间在厨房里真正地做一顿好饭。

您自己做饭吗？”

商务谈判五种基本功【3】

商务谈判的基本功可以总结为：沉默、耐心、敏感、好奇、表现。

1 、保持沉默

在紧张的谈判中，没有什么比长久的沉默更令人难以忍受。但是也没有什么比这更重要。另外我还提醒自己，无论气氛多么尴尬，也不要主动去打破沉默。

2 、耐心等待

时间的流逝往往能够使局面发生变化，这一点总是使人感到惊异。正因为如此，我常常在等待，等待别人冷静下来，等待问题自身得到解决，等待不理想的生意自然淘汰，等待灵感的来临…一个充满活力的经理总是习惯于果断地采取行动，但是很多时候，等待却是人们所能采取的最富建设性的措施。每当我怀疑这一点时，我就提醒自己有多少次成功来自关键时刻的耐心，而因缺乏耐心又导致了多少失败。

3 、适度敏感

莱夫隆公司的创始、已经去世的查尔斯·莱夫逊，多少年来一直是美国商业界人士茶余饭后的话题。数年前，广告代理爱德华·麦克卡贝正在努力争取莱夫隆的生意。他第一次去

莱夫隆总公司去见莱夫逊，看到这位化妆品巨头富丽堂皇的办公室显得华而不实，并且给人一种压迫感。麦克卡贝回忆道：“当莱夫隆走进这个房间时，我准备着听他来一通滔滔不绝的开场白”。可是莱夫隆说的第一句话却是：“你觉得这间办公室很难看，是吧？” 麦克卡贝完全没有料到谈话会这样开始，不过总算咕咕哝哝地讲了几句什么我对室内装修有点有同看法之类的话。“我知道你觉得难看”，莱夫隆坚持道：“没关系，不过我要找一种人，他们能够理解，很多人会认为这间房子布置得很漂亮。”

4 、随时观察

在办公室以外的场合随时了解别人。这是邀请“对手”或潜在客户出外就餐，打高尔夫、打网球等等活动的好处之一，人们在这些场合神经通常不再绷得那么紧，使得你更容易了解他们的想法。

5 、亲自露面

没有什么比这更使人愉快，更能反映出你对别人的态度。这就象亲临医院看望生病的朋友，与仅仅寄去一张慰问卡之间是有区别的。

商务谈判的开场白篇三

正所谓，知己知彼，百战不殆，在商务谈判中这一点尤为重要，对对手的了解越多，越能把握谈判的主动权，就好像我们预先知道了招标的底价一样，自然成本最低，成功的几率最高。

了解对手时不仅要了解对方的谈判目的、心里底线等，还要了解对方公司经营情况、行业情况、谈判人员的性格、对方公司的文化、谈判对手的习惯与禁忌等。这样便可以避免很多因文化、生活习惯等方面的矛盾，对谈判产生额外的障碍。

还有一个非常重要的因素需要了解并掌握，那就是其它竞争对手的情况。比如，一场采购谈判，我们作为供货商，要了解其他可能和我们谈判的采购商进行合作的供货商的情况，还有其他可能和自己合作的其它采购商的情况，这样就可以适时给出相较其他供货商略微优惠一点的合作方式，那么将很容易达成协议。如果对手提出更加苛刻的要求，我们也就可以把其他采购商的信息拿出来，让对手知道，我们是知道底细的，同时暗示，我们有很多合作的选择。反之，我们作为采购商，也可以采用同样的反向策略。

商务谈判的开场白篇四

商务谈判要怎么开场？商务谈判开场白怎么说？商务谈判开场白的技巧有哪些？下面本站小编整理了商务谈判开场白的技巧，供你阅读参考。

(一) 第一场谈判的开场

首场谈判的主持应抓好四个环节：介绍、入座、开场白和气氛掌握。

1. 介绍

为了知道是跟谁对话、显示礼貌和友好，主持首场谈判的开场应做好相互介绍。做好介绍应掌握介绍时机、次序与口气。

2. 入座

主持时安排谈判双方入座的原则有三：次序原则，距离原则，面向原则。

3. 开场白

谈判开始时开场白很重要，它直接反映主持人的水平和角色，好的开场白有两个判定标准：功效的发挥与时间的适度。

4. 气氛。以上四个技巧的解释表格如下：

(二)续会开场时，要求注意两点：

一是明确上次会谈状态，二是确定今次会谈的内容。其时间一般不会太长，说清即可。

(1)明确状态。由于是续会，双方必须共同确记会谈进行的程度，遗留是什么问题。不确记状态会造成两个恶果：其一，回潮。将已达成的协议推翻，再回头重谈；其二，混战。分歧与一致的意见混杂在一起谈，从而伤害感情、费时间。

(2)确定任务。在明确状态的情况下，对任务应有指导性。所谓指导性主要表现在分析状态上，即对现有任务的相互间关系，各自的难易，上场谈判人员的能力进行分析后，提出在续会时间内能够完成的具体任务。

1、仔细考虑开场白，营造积极的基调

沟通的开场白非常重要，好的开场白可以营造积极的基调，反之，不好的开场白会影响沟通的顺利进行。例如可以从比较轻松的话题开始——各自的学习、工作或生活经历，近期听到的行业新闻或，甚至问一些私人问题，如问对方周末是怎么渡过的，这些轻松的话题容易把气氛营造得更积极，更有利于下一步沟通的开展。

2、预测气氛

应提前预测沟通的气氛，其目的是做最坏的打算，制定最好的目标和策略。通过对整体气氛的预测，选择适当的开场白，从开场白开始向设定的最好目标迈进。

3、察颜观色

包括对方的身体语言、手势、表情、眼神、说话的口吻等等。这些方面可以传递很多信息，通过你的分析采取不同的应对方法，即要懂得要制造气氛，学会引导话题，又要懂得适时停止并放弃此次沟通，另外找时间和地点再进行沟通，以退为进。

商务谈判的开场白篇五

公司之谈判

谈

判

策

划

书

姓名：

学号：

班

----1----

一、谈判双方公司背景3

二、谈判主题6

三、谈判团队人员组成6

四、双方利益及优劣势分析6

五、谈判目标7

六、程序及具体策略7

七、准备谈判资料9

八、制定应急预案9

——2——

一、谈判双方公司背景

甲方

山东省商业集团总公司是19xx年底由山东省商业厅整建制转体组建的大型国有企业。现已成长为一个以现代零售为主业，以制药和房地产为重点产业，同时涉足酒店、传媒、教育等行业的企业集团，从业人员10万多人□20xx年实现销售收入256.4亿元，同比增长37.1%，实现利税23.5亿元，同比增长33.6%。两项主要经济指标连续七年实现30%以上的增幅。

山东汽车有限公司是经国家发改委、国家工商总局认可，由山东省商业集团总公司（简称鲁商集团）投资组建的大型专业汽车服务企业。“”品牌是山东流通服务业的第一品牌，在山东省具有极高的知名度和美誉度。

在在紧张有序的进行中。按照规划，建成后的automall占地83173m2□涵盖功能区域规划清晰的各项服务，其中包括14个品牌4s店、20xx0m2的汽车销售店及二手车交易大厅、超大规模的汽车配件和汽车用品卖场以及汽车主题公园等汽

车相关配套服务和汽车文化设施，从而实现集[]整车销售、维修服务、配件供应、信息咨询、汽车救援、汽车保险、代办理赔、汽车金融、汽车美容、汽车改装、汽车用品、车辆检测、二手车置换、进口车交易、汽车挂牌、税费交纳、车辆年检、驾驶员培训、汽车教育等功能于一体的山东省乃至华东地区最具影响力的automall汽车主题社区。

面向未来，鲁商集团根据宏观经济走向和企业实际情况，研究确定了20xx-20xx年的“双千亿”战略目标：到20xx年，集团销售收入超过1000亿元；到20xx年，集团销售超过20xx亿元。汽车也将努力构筑新的发展规划，为实现“双千亿”战略目标做出新的更大的贡献。

山东汽车有限公司以雄厚的实力，卓越的信誉优势，现代化的办公设施，科学的管理手段以及全新的经营理念，必将从纷纭同行中脱颖而出。随着“国际汽车广场”项目的不断完善升级和与世界品牌的强强联合，必将为用户提供更周到、更完善和更优质的服务，奠定在山东汽车流通领域的领导地位，山东汽车有限公司的强势地位将峥嵘必现。

乙方

通用汽车公司(gm)成立于19xx年9月16日，自从威廉·杜兰特创建了美国通用汽车公司以来，先后联合或兼并了别克、凯迪拉克、雪佛兰、奥兹莫比尔、庞帝亚克、克尔维特等公司，拥有铃木(suzuki)[]五十铃(isuzu)和斯巴鲁(subaru)的股份。使原来的小公司成为它的分部。从19xx年以来一直是全世界最大的汽车公司。

其标志gm取自其英文名称(generalmotorscorporation)的前两个单词的第一个字母。

通用汽车公司的售后服务和零部件业务部进行通用汽车原厂

零部件及配件的销售，旗下品牌有通用汽车、通用汽车performanceparts、通用汽车goodwrench和ac德科，为通用汽车全球的经销商和代理商服务。而通用汽车动力总成部则负责汽车发动机及变速器的市场销售。

通用汽车公司各车型商标都采用了公司下属分部的标志。公司下属的分部达二十多个，拥有员工266,000名。通用汽车公司的全球总部位于美国密歇根州的汽车之城底特律，迄今在全球35个国家和地区建立了汽车制造业务。20xx年，通用汽车在全球售出近937万辆轿车和卡车。截至20xx年，在财富全球500公司营业额排名中，通用汽车排第五。

豪华、宽大、内部舒适、速度快、储备功率大等特点的经典代表。而且通用汽车公司尤其重视质量和新技术的采用。因而通用汽车公司的产品始终在用户心中享有盛誉。

二、谈判主题甲方向乙方进口100辆通用汽车

三、谈判团队人员组成

首席代表：张文艳，公司谈判全权代表；

财务顾问：甲，负责重大问题的决策；

技术顾问：乙，负责技术问题；

法律顾问：丙，负责法律问题；

销售顾问：丁，负责市场分析。

四、双方利益及优劣势分析

甲方利益：

要求以较低的价格进口汽车。能实现分期付款。乙方利益：
用最高的价格销售，增加利润。保证最短的时间拿到货款。
甲方优势：

- 1、可以一次性付总成交额的30%；
- 2、是打开中国山东市场的重要机会。

甲方劣势：

第一次付款之后，剩下的资金需在今后2年内分期付款；

乙方优势：

乙方的在国际上享有声誉，实力颇大。

乙方劣势：

属于供应方，且遭遇最严重的金融危机。

五、谈判目标

战略目标（甲方）：

以100×15万元的价格拿下交易，可接受价格在15——16万元每辆之间。

六、程序及具体策略

1、开局：

方案一：温暖开局策略

见面进入实质内容之前，先寒暄几句，聊几句与交易无关的

话题。

通过谈及双方合作情况形成感情上的共鸣，把对方引入较融洽的谈判气氛中。

方法：称赞法

称赞乙方企业的成绩以及在金融危机下的成绩肯定。

2、中期阶段：

策略一：选择报价时机

按商业习惯由乙方先报价，问他此价格的原因，阐述我方报价的原因。

策略二：缓慢让步

报很低的价格，根据谈判的时机选择，合适的价格退让，升至自己根据市场调查材料的市场价格，果断决绝对方无理的要求。

策略三：制造竞争

罗列与我方要合作的美国的其他设备供应商。

策略四：打破僵局

方法一：幽默法，善于运用，幽默式与之对话，让彼此双方冷静下来缓和局面

方法二：重新理清谈判的关键问题，冷静应对。

方法三：使出杀手锏，给对方下最后通牒。

方法四：拖延时间

3、最后谈判阶段：

策略一：把握底线

适时运用折中调和策略，把握严格把握最后让步的幅度，在适宜的时机提出最终报价，使用最后通牒策略；策略二：疲劳战术

与之软磨硬泡

策略三：最后通牒

明确最终谈判结果，给出强硬态度。

策略四：攻心策略

善于扑抓对方的情感变化，即语言，适当采取感情攻势。

七、准备谈判资料

1、相关法律资料：《中华人民共和国合同法》等；

2、有关汽车技术资料；

3、有关国际市场上汽车行业的行情、及在中国市场上的行情等。

八、制定应急预案

1、对方使用借题发挥策略，谈判僵持不下

措施：幽默缓和，或者中断谈判，使双方保持冷静。

2、乙方拒不让步

措施一：公平技巧。表明我方出此价格的公平性。同谈判对手进行的竞争应该是一种“公平竞争”，同潜在的合作外商的谈判应建立在平等互利的基础上，过程的公平比结果的公平更重要。机会的平等是今天能做到的最大的公平。因此在一个公平的机制下进行的谈判，才能使双方信服和共同遵守。

措施二：制造假信息

根据自己的材料，给对方制造一种合理的假信息，说明对方当前金融危机下的某种危险境遇等，以此来达到交易目的。

商务谈判的开场白篇六

在商务谈判中，对方的底价、时限、权限及最基本的交易条件等内容，均属机密。谁掌握了对方的这些底牌，谁就会赢得谈判的主动。因此，在谈判初期，双方都会围绕这些内容施展各自的试探技巧，下面就有关技巧做一些介绍。

先主动抛出一些带有挑衅性的话题，刺激对方表态，然后，再根据对方的反应，判断其虚实。比如，甲买乙卖，甲向乙提出了几种不同的交易品种，并询问这些品种各自的价格。乙一时搞不清楚对方的真实意图，甲这样问，既像是打听行情，又像是在谈交易条件；既像是个大买主，又不敢肯定。面对甲的期待，乙心里很矛盾，如果据实回答，万一对方果真是来摸自己底的，那自己岂不被动？但是自己如果敷衍应付，有可能会错过一笔好的买卖，说不定对方还可能是位可以长期合作的伙伴呢。

在情急之中，乙想：我何不探探对方的虚实呢？于是，他急

中生智地说：“我是货真价实，就怕你一味贪图便宜。”我们知道，商界中奉行着这样的准则：“一分钱一分货”、“便宜无好货”。乙的回答，暗含着对甲的挑衅意味。除此而外，这个回答的妙处还在于，只要甲一接话，乙就会很容易地把握甲的实力情况，如果甲在乎货的质量，就不怕出高价，回答时的口气也就大；如果甲在乎货源的紧俏，就急于成交，口气也就显得较为迫切。在此基础上，乙就会很容易确定出自己的方案和策略了。

通过迂回，使对方松懈，然后乘其不备，巧妙探得对方的底牌。在主客场谈判中，东道主往往利用自己在主场的优势，实施这种技巧。东道方为了探得对方的时限，就极力表现出自己的热情好客，除了将对方的生活做周到的安排外，还盛情地邀请客人参观本地的山水风光，领略风土人情、民俗文化，往往会在客人感到十分惬意之时，就会有人提出帮你订购返程机票或车船票。这时客方往往会随口就将自己的返程日期告诉对方，在不知不觉中落入了对方的圈套里。至于对方的时限，他却一无所知，这样，在正式的谈判中，自己受制于他人也就不足为怪了。

先是就某方面的问题做扫描的提问，在探知对方的隐情所在之后，然后再进行深入，从而把握问题的症结所在。例如，一笔交易（甲卖乙买）双方谈得都比较满意，但乙还是迟迟不肯签约，甲感到不解，于是他就采用这种方法达到了目的。

首先，甲证实了乙的购买意图。在此基础上，甲分别就对方对自己的信誉、对甲本人、对甲的产品质量、包装装潢、交货期、适销期等逐项进行探问，乙的回答表明，上述方面都不存在问题。最后，甲又问到货款的支付方面，乙表示目前的贷款利率较高。甲得知对方这一症结所在之后，随即又进行深入，他从当前市场的销势分析，指出乙照目前的进价成本，在市场上销售，即使扣除贷款利率，也还有较大的利润。这一分析得到了乙的肯定，但是乙又担心，销售期太长，利息负担可能过重，这将会影响最终的利润。针对乙的这点隐

忧，甲又从风险的大小方面进行分析，指出即使那样，风险依然很小，最终促成了签约。

探测方有意通过犯一些错误，比如念错字、用错词语，或把价格报错等种种示错的方法，诱导对方表态，然后探测方再借题发挥，最后达到目的。

例如，在某时装区，当某一位顾客在摊前驻足，并对某件商品多看上几眼时，早已将这一切看在眼里的摊主就会前来搭话说：“看得出你是诚心来买的，这件衣服很合你的意，是不是？”察觉到顾客无任何反对意见时，他又会继续说：“这衣服标价150元，对你优惠，120元，要不要？”如果对方没有表态，他可能又说：“你今天身上带的钱可能不多，我也想开个张，打本卖给你，100元，怎么样？”

顾客此时会有些犹豫，摊主又会接着说：“好啦，你不要对别人说，我就以120元卖给你。”早已留心的顾客往往会迫不及待地说：“你刚才不是说卖100元吗？怎么又涨了？”此时，摊主通常会煞有介事地说：“是吗？我刚才说了这个价吗？啊，这个价我可没什么赚啦。”稍做停顿，又说，“好吧，就算是我错了，那我也讲个信用，除了你以外，不会再有这个价了，你也不要告诉别人，100元，你拿去好了！”话说到此，绝大多数顾客都会成交。这里，摊主假装口误将价涨了上去，诱使顾客做出反应，巧妙地探测并验证了顾客的购买需求，收到引蛇出洞的效果。在此之后，摊主再将涨上来的价让出去，就会很容易地促成交易。

商务谈判的开场白篇七

公司之谈判

一、谈判双方公司背景

甲方

山东省商业集团总公司是19xx年底由山东省商业厅整建制转体组建的大型国有企业。现已成长为一个以现代零售为主业，以制药和房地产为重点产业，同时涉足酒店、传媒、教育等行业的企业集团，从业人员10万多人□20xx年实现销售收入256.4亿元，同比增长37.1%，实现利税23.5亿元，同比增长33.6%。两项主要经济指标连续七年实现30%以上的增幅。

山东银座汽车有限公司是经国家发改委、国家工商总局认可，由山东省商业集团总公司（简称鲁商集团）投资组建的大型专业汽车服务企业。“银座”品牌是山东流通服务业的第一品牌，在山东省具有极高的知名度和美誉度。

众、一汽奥迪、上汽大众、长安福特、上海通用5个依照国际一流水平建设的4s店已经投入运营，目前广场二期工程上海斯柯达、长安马自达、广汽本田等品牌项目建设规划正在在紧张有序的进行中。按照规划，建成后的automall占地83173m²□涵盖功能区域规划清晰的各项服务，其中包括14个品牌4s店、20xx0m²的汽车销售店及二手车交易大厅、超大规模的汽车配件和汽车用品卖场以及汽车主题公园等汽车相关配套服务和汽车文化设施，从而实现集整车销售、维修服务、配件供应、信息咨询、汽车救援、汽车保险、代办理赔、汽车金融、汽车美容、汽车改装、汽车用品、车辆检测、二手车置换、进口车交易、汽车挂牌、税费交纳、车辆年检、驾驶员培训、汽车教育等功能于一体的山东省乃至华东地区最具影响力的automall汽车主题社区。

面向未来，鲁商集团根据宏观经济走向和企业实际情况，研究确定了20xx-20xx年的“双千亿”战略目标：到20xx年，集团销售收入超过1000亿元；到20xx年，集团销售超过20xx亿元。银座汽车也将努力构筑新的发展规划，为实现“双千亿”战略目标做出新的更大的贡献。

供更周到、更完善和更优质的服务，奠定在山东汽车流通领

域的领导地位，山东银座汽车有限公司的强势地位将峥嵘必现。

乙方

通用汽车公司(gm)成立于19xx年x月x日，自从威廉·杜兰特创建了美国通用汽车公司以来，先后联合或兼并了别克、凯迪拉克、雪佛兰、奥兹莫比尔、庞帝亚克、克尔维特等公司，拥有铃木(suzuki)五十铃(isuzu)和斯巴鲁(subaru)的股份。使原来的小公司成为它的分部。从19xx年以来一直是全世界最大的汽车公司。

其标志gm取自其英文名称(generalmotorscorporation)的前两个单词的第一个字母。

通用汽车公司的售后服务和零部件业务部进行通用汽车原厂零部件及配件的销售，旗下品牌有通用汽车、通用汽车performanceparts通用汽车goodwrench和ac德科，为通用汽车全球的经销商和代理商服务。而通用汽车动力总成部则负责汽车发动机及变速器的市场销售。

年，在财富全球500公司营业额排名中，通用汽车排第五。

通用汽车公司是美国最早实行股份制和专家集团管理的特大型企业之一。通用汽车公司生产的汽车，是美国汽车豪华、宽大、内部舒适、速度快、储备功率大等特点的经典代表。而且通用汽车公司尤其重视质量和新技术的采用。因而通用汽车公司的产品始终在用户心中享有盛誉。

二、谈判主题

甲方向乙方进口100辆通用汽车

三、谈判团队人员组成

首席代表：张文艳，公司谈判全权代表；

财务顾问：甲，负责重大问题的决策；

技术顾问：乙，负责技术问题；

法律顾问：丙，负责法律问题；

销售顾问：丁，负责市场分析。

商务谈判的开场白篇八

谈判活动表面看来没有主持人，实则有一个隐形的主持人存在着，不是你就是你的对手。因此，要主动争取把握谈判节奏、方向，甚至是趋势的。主持人所应该具备的特质是：语言虽不多，但是招招中的，直击要害，气势虽不凌人，但运筹帷幄，从容不迫，不是用语言把对手逼到悬崖边，而是用语言把对手引领到崖边。并且，想做谈判桌上的主持人就要体现出你的公平，即客观的面对问题，尤其在谈判开始时尤为重要，慢慢对手会本能的被你潜移默化的引导，局势将向对你有利的一边倾斜。