# 最新商务谈判计划书 商务谈判的计划书(大全11篇)

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2025-04-23

*当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。商务谈判计划书篇一(1)讲好故事的三步：选择好故事—选择好...*

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**商务谈判计划书篇一**

(1)讲好故事的三步：

选择好故事—选择好方式—不断练习讲

(2)如何获得好故事

听——听别人讲

查——从网络上搜索，如百度

看——看故事书，如《故事会》

想——自己编写

(3)选择好方式

语言基本功要好

开头要明确，结尾要总结意义

肢体语言和故事要配合

感情和故事要匹配

(4)不断练习讲

方法1：讲固定故事

方法2：任选关键词讲故事

方法3：看图讲故事

讲故事日常练习

(1)每日练习内容

做一个讲固定故事练习(5分钟)

做一个选词讲故事或看图讲故事练习(5分钟)

(2)练习1：讲固定故事练习(5分钟)

(3)练习2：选词讲故事练习(5分钟)

每天任选一词—给自己三分钟的时间准备—用好的方式来讲一个故事

(4)练习3：看图讲故事练习(5分钟)

**商务谈判计划书篇二**

与方正科技股份有限公司取得合作，取得双赢。以合理的价格购买180台方正文祥e320台式液晶电脑和主机服务器。合理定制技术升级和售后服务时间，并能保证长期合作关系。

二谈判团队组成

主谈：

决策人：

技术顾问：

法律顾问：商务谈判策划书三。谈判前期调查

我方院校背景：

\*\*\*\*\*\*是一所全日制公办普通本科院校，由两所具有50多年办学历史、在社会各界享有良好办学声誉的原中央部委属学校——于20xx年5月经国家教育部正式批准设立。学校以工为主，以石油、冶金、机电为特色，涵盖理、工、经、管、文，是一所多学科多层次协调发展，行业优势突出，办学特色鲜明，蕴藏着勃勃生机与较大发展潜力的高等学校。学校占地20xx余亩，建筑总面积50余万平方米，教学仪器设备总值1。24亿元。位于重庆大学城占地1500亩的新校区东邻歌乐山国家级森林公园，西有缙云山国家级森林公园，地理优势得天独厚，学习、生活和文化体育运动设施齐全配套，是重庆市“文明单位”和“园林式单位”。学校图书馆建筑面积42000多平方米，藏书90。3万册，并拥有大批数字化信息资源。

对方企业的背景：

方正科技集团股份有限公司（简称“方正科技”），是北大方正集团旗下的内地上市企业，也是国内最有影响力的高科技上市企业之一。

1998年5月11日，以北大方正为代表的北京大学所属企业公告通过二级市场购买股票，入主延中实业董事会，成功实现了由“延中实业”向“方正科技”的转变。方正科技以诚信经营和优良业绩赢得了广大投资者的信赖和支持，于20xx年入选“上证180指数”，并在20xx年成为“上证50指数”样本股之一。

方正科技拥有专业化加工生产基地、高效的企业管理平台和实力雄厚的研发机构，始终保持着经营稳健、适度扩张、持续增长的良性发展态势。作为方正科技的主导产品，方正电脑荣获政府颁发的“中国名牌”和“国家免检产品”称号。20xx年，方正科技继续蝉联上证样板股，在国内it市场一路遥遥领先。

展提供了新的活力。此外，方正科技于20xx年收购珠海多层电路板有限公司，正式进入快速发展的pcb（印刷电路板）行业，并以此作为重要的利润增长点。

在北京大学和北大方正集团的支持下，方正科技秉承“以客户为中心”的企业理念，以高科技、高质量定位为根本，以创新发展为原则，积极实施管理创新，整合优势元素，开展产业联盟，积极开展国际合作，适时涉及新兴领域，致力于成为国内综合实力第一的it厂商。

方正科技坚持“诚信、创新、客户导向、全局观念、主动高效、追求目标和赏罚分明”的核心价值观，以客户为中心，通过持续创新、卓越运作和精细管理，在每个工作环节中都锻造出卓越的执行力，不断为客户提供先进的技术、一流的产品、完善的应用、周到的服务，追求客户、员工、合作伙伴和公司的共同发展。

四辩题理解

1、双方希望通过谈判得到的利益及优劣势分析

我方利益：我校在校学生人数较多。通过与方正科技股份有限公司的合作，能以尽可能优惠于市场价格购进台式电脑，用于提高学生的教学硬件环境。

对方利益：通过与我校的合作，能与他保持长期的合作关系，并为方正科技股份有限公司作为开拓高校市场的一次很好的机会。

我方优势：全日制在校生18000余人，并招有不同层次的成人学历教育学生和外国留学生，是重庆为地方培养大批应用型人才的高等学校，对人才的培养有较大影响。在重庆市影响范围深远。

对方优势：方正科技拥有专业化加工生产基地、高效的企业管理平台和实力雄厚的研发机构，作为方正科技的主导产品，方正电脑荣获政府颁发的“中国名牌”和“国家免检产品”称号。20xx年，方正科技继续蝉联上证样板股，在国内it市场一路遥遥领先。

2、谈判议题的确定（即谈判可能涉及重点问题分析）：

问题1、以每台多少元的价格购买180台计算机设备

分析：我们的目标为2423~2800每台购入。根据现在市场上同等配置的其他品牌电脑来看，价格区域在我们给出的价位浮动。这个价位也是电脑性价比适宜的波动阶段。

问题2、整机保修服务时间

分析：我方预定目标为：整机保修服务时间为2。0~4。0年。这是因为在市场上联想保修服务是三年，而其他品牌电脑平均也在两年左右。在方正两年的基础上，我们根据购买数量可适当与之协商延长保修服务时间。

五谈判目标

3、最低目标：双方达成协议以每台2550~2650元购买180台计算机设备，维修服务为整机保修2~2。5年。

相对价格购得就是为了能良好的使用。希望能在相对的使用中得到相应的保障。

六开局及谈判策略

1、开局谈判策略

目标对半法则还价。

开局方案二：对方不愿开价，迫于无奈，我方要现行报价的话，要以“要价要高与目标”的原则开价。

2、谈判中期策略及分析

策略：（1）用紧咬不放策略回应对方的出价或还价：“你们还是给个更合适的价格吧。”

（2）当我方做出适当让步时，记得要索取回报。

分析：此时对方肯定也会紧要不放，我们要坚持之余，要以达成交易为目标，实现双赢。

3、休局讨论方案

即总结前期谈判，如有必要根据原方案进行改动

4、最后冲刺阶段

策略：在最后阶段，你可以不断地调整已做好的决定，以获得更进一步的利益。同时要明确写出任何外加的让步需要他们付出的代价。

分析：是因为卖主一旦做出决定，他的心情会彻底改变，谈判开始的时候他的心理

可能就是否卖给你产品进行着激烈的斗争，但一旦决定卖出，你就可以积极要求我方利益。

七应急方案（谈判中可能遭遇那些困难，如何解决）

如：遇谈判僵局该如何处理？

对策：先将僵局的主要议题搁置在一边，先讨论一些次要的议题。

文档为doc格式

**商务谈判计划书篇三**

如果仅凭一己之力，苦苦摸索，比如看看书，看看光碟，听听课这是是远远不够的。这就好比一个人戴着墨镜在黑夜里行走，结果是既浪费时间，又没什么效果。真正的高手都是懂得借力的。我们可以选择有资质，口碑好的专业口才培训机构，往往一两个月就让自己快速提升了，这里为我们学员练习提供了一个环境，一个练习平台，更是找到了一位导师为我们提供切实可行的训练方法。正如牛顿所说，我的成功不是因为我有多聪明，而是我站在了巨人的肩膀上。

二、有耐力

选择茗人口才训练营，耐住性子，坚持学习一段时间才行。水滴石穿并非神奇而是功夫下的深。

三、按照老师的要求一步一步练习

四、多问、多看、多感悟

学习中遇到问题及时向老师和老学员提问，现实中发现很多学员有问题憋在心里不说，如果连提问都不敢，我们怎么能练好口才呢?同时要多观察自己的同事、领导、班上的同学、谁学习好、进步快，虚心请教，一个小本子经常带在身上，随时记录。反思差距，这样学习的效果和提升速度是非常惊人的。

**商务谈判计划书篇四**

解决双方合资(合作)前的疑难问题，达到合资(合作)目的，并建立长期良好稳定的关系。

主谈:xxx，制定策略，维护我方利益，主持谈判进程;

辅谈:xxx，辅助主谈，做好各项准备，解决专业问题，做好决策论证;

记录员:xxx，收集处理谈判信息，谈判时记录，审核修改谈判协议;

法律顾问:xxx，解决相关法律争议及资料处理。

(一)我方背景

1、经营建材生意多年，积累了一定的资金。

2、准备用闲置资金进行投资，由于近几年来绿茶市场行情不错，故投资的初步意向为绿茶市场。

3、投资预算在150万人民币以内。

4、希望在一年内能够见到回报，并且年收益率在20%以上。

5、对绿茶市场的行情不甚了解，对绿茶的情况也知之甚少，但a方对其产品提供了相应资料。

6、据调查得知a方的绿茶产品已经初步形成了一系列较为畅通的销售渠道，在全省某一知名连锁药房销售状况良好，但知名度还有待提高。

(二)对方背景

1、品牌绿茶产自美丽而神秘的某省，它位于中国的西南部，海拔超过2200米。在那里，优越的气候条件下生长出优质且纯正的绿茶，它的茶多酚含量超过35%，高于其他(已被发现的)茶类产品。茶多酚具有降脂、降压、减少心脏病和癌症的发病几率。同时，它能提高人体免疫力，并对消化、防疫系统有益。

2、已注册生产某一品牌绿茶，品牌和创意都十分不错，品牌效应在省内初步形成。

3、已经拥有一套完备的策划、宣传战略。

4、已经初步形成了一系列较为顺畅的销售渠道，在全省某一知名连锁药房及其他大型超市、茶叶连锁店都有设点，销售状况良好。

5、品牌的知名度还不够，但相信此品牌在未来几年内将会有非常广阔的市场前景。

6、缺乏足够的资金，需要吸引资金，用于扩大生产规模、扩大宣传力度。

7、现有的品牌、生产资料、宣传策划、营销渠道等一系列有形资产和无形资产，估算价值1000万元人民币。

我方核心利益:

1、争取到最大利润额;

2、争取到最大份额股东利益;

3、建立长期友好关系。

对方利益:

争取到最大限额的投资。

我方优势:

1、 拥有闲置资金;

2、有多方投资可供选择。

我方劣势:

1、 对保健品市场的行情缺乏了解，没有专业知识作为支撑，对绿茶的情况也知之甚少

2、投资前景未明

对方优势:

1、 已注册生产某一品牌绿茶，品牌和创意都十分不错，品牌效应在省内正初步形成。

2、已经拥有一套完备的策划、宣传战略;

3、初步形成了一系列较为顺畅的销售渠道，在全省某一知名连锁药房及其它大型超市、茶叶连锁店都有设点，销售状况良好。

对方劣势:

1、 品牌的知名度还不够;

2、缺乏足够的资金，需要吸引资金，用于: 1)扩大生产规模。2)扩大宣传力度。

1、战略目标:

和平谈判，按我方的条件达成合资协议，取得我方希望的相应利润以及股份。

原因分析:对方是一家省级企业，虽然品牌和创意不错，但还未形成一定的品牌效益。

合作方式:我方以资金形式投资，分季度注入资金，先期投资为100万，具体情况谈判决定，保险费用计入成本。

我方要求:

(2)要求年收益达到20%以上，并且希望对方能够用具体情况保证其能够实现;

(3)要求对方对获得资金后的使用情况进行解释;

(4)要求占有60%的股份;

(6)三年之内要求对方实现资金回笼，开始盈利。

我方底线:

(1)先期投资120万;

(2)股份占有率为48%以上;

(3)对方财务部门必须要有我方成员;

2、感情目标:

通过此次合作，希望不仅能够达成合资目的，更能够建立长期友好关系。

1、开局:

方案一:感情交流式开局策略:通过谈及双方合作后情况形成感情上的共鸣，把对方引入较融洽的谈判气氛中，创造互利共赢的模式。

方案二:采取进攻式开局策略:营造低调谈判气氛，明确指出有多家投资选择，开出高份额股份，以制造心理优势，使我方处于主动地位。

2、中期阶段:

(1)红脸白脸策略:由两名谈判成员其中一名充当红脸,一名充当白脸辅助协议的谈成，把握住谈判的节奏和进程，从而占据主动。

(2)层层推进，步步为营的策略:有技巧地提出我方预期利益，先易后难，步步为营地争取利益。

(3)把握让步原则:明确我方核心利益所在，实行以退为进策略，退一步进两步，做到迂回补偿，充分利用手中筹码，适当时可以退让赔款金额来换取其它更大利益。

(4)突出优势: 以资料作支撑，以理服人，强调与我方协议成功给对方带来的利益，同时软硬兼施，暗示对方若与我方协议失败，我方将立即与其它的投资商谈判。

(5)打破僵局: 合理利用暂停，首先冷静分析僵局原因，再可运用把握肯定对方行式，否定方实质的方法解除僵局，适时用声东击西策略，打破僵局。

3、休局阶段

如有必要，根据实际情况对原有方案进行调整。

4、 最后谈判阶段:

(1)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。

(2) 埋下契机:在谈判中形成一体化谈判，以期建立长期合作关系

(3)达成协议:明确最终谈判结果，出示会议记录和合同范本,请对方确认,并确定正式签订合同时间。

相关法律资料:

《中华人民共和国合同法》、《国际合同法》、《国际货物买卖合同公约》

备注:

《合同法》违约责任

合同范本、背景资料、对方信息资料、技术资料、财务资料

1、对方不同意我方占有60%的股份，而且不同意保险费计入成本。

应对方案:“白脸”据理力争，适当运用制造缰局策略，“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，来突破缰局;或用声东击西策略，就对方所报股份进行谈判，运用妥协策略，可以适时放弃保险计入成本，并在适当时候甚至可以许诺对方我方可以提供厂房(以市场价的60%的价格)，在48%的底线上谈判，或者要求对方给予20%以上的利润额。

2、对方以我方不懂生产销售的理由拒绝我方人员参与到各个流程。

应对方案:在要求参与对方财务管理的底线上要求，适当给予让步，并趁机要求增加2%-3%的股份占有率或者5%-10%的利润额。

3、对方要求增加先期投资额。

应对方案:说明我方先期投资的理由，并将投资形式再阐述一遍，使得对方了解我方，我方可适当增加投资，但必须要求对方增加1%-2%的股份占有率，或者要求对方增加5%-8%的利润额。

**商务谈判计划书篇五**

我们树立“为公司节约每一分钱”的观念，积极落实采供工作要点。坚持“同等质量比价格，同等价格比质量，最大限度为公司节约成本”的工作原则。根据市场调查及所需原料，特制订以下工作计划。

不论是大宗材料、设备还是小型材料的零星采购，都尽量多的邀请相关职能部门参与。即使在时间紧，任务重的时候，也始终坚持这个原则，邀请审计部相关人员一起询问比价，采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受审计监督。即确保工作的透明，同时保证了工程进度。

1、完善制度，职责明确，按章办事。

通过组织学习《采购管理战略》和公司iso9000质量管理体系文件，通过换版之机，完善了更具操作性的《材料、设备采购控制流程》、《采购及供方评价作业指导书》等采购管理制度。制度清楚，操作有据可查，为阳光采购奠定了理论基础。

2、公开公正透明，实现公开招标。

采购部按项目部和施工单位上报的采购计划公开招标，竞标单位保证在三家以上，增加阳光采购透明度，真正做到降低成本、保护公司利益。

3、形成监督机制。

做好价格和技术规格分离和职能定位工作，价格必须经采供部和审计部，产品必须经公司管理部门审核，形成相互制衡的工作机制；防范、抑制腐败。提高采购人员即计调的自身素质和业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买材料，减少旅游产品的成本，保证旅游产品的质量，提高采购效率，提高企业利润。

围绕“控制成本、采购性价比最优的产品”的工作目标，要求计调人员在充分了解市场信息的基础上注重沟通技巧和谈判策略。要求各个长期合作供应商在原价位的基础上下浮５至８个百分点（当然针对部分价格较高而又不降价的供货商我们也做了局部调整）。同时调整部分工作程序，增加了采购复核环节，采取由计调部副经理在采购人员对旅游基本要素询比价的基础上进行复核，再由计调部经理进一步复核，实行“采购部的两级价格复核机制”，然后再传送审计部复核。力求最大限度的控制成本，为旅行社节约每一分钱。

进一步加强了对供应商管理，本着对每一位来访的供应商负责的态度，制定了《采购供应部供方信息表》，对每一位来访的供应商进行分类登记，确保了每一个供应商资料不会流失。同时也利于采供对供应商信息的掌握，从而进一步扩大了市场信息空间。建立了合格供方名录，在进行邀标报价之前，对商家进行评价和分析，合格者才能进入合格供方名录、才具有报价资格。

采购成本核算

采购的主要为旅游基本要素，即：交通，住宿，景区门票，导游，餐饮等。从20xx年x月正式投入生产开始，计划到20xx年x月，第一年，每周计划组织国内乡村旅游团队1次（主要为云南），精品英国路线1次，团队为小团队，6人左右，所以交通费用每周大约80000元。那么一年主要为3，4，5，6，7，8，9，10月份，一共是30周，一共交通费用支出2400000元。其他以此类推计算，一共支出大约为2025万。

效益最大化，为公司发展提供助力。

**商务谈判计划书篇六**

一、谈判双方公司背景(我方：鼎盛建材公司

对方：新型绿茶公司)

我方：

1、经营建材生意多年，积累了一定的资金。

2、准备用闲置资金进行投资，由于近几年来保健品市场行情不错，投资的初步意向为保健品市场。

4、希望在一年内能够见到回报，并且年收益率在20%以上。

对方：

1、品牌绿茶产自美丽而神秘的云南省，位于中国的西南部，海拔超过2200米。在那里生长出优质且纯正的绿茶，茶多酚含量超过35%，高于其它(已被发现的)茶类产品。茶多酚能降脂，降压，减少心脏病和癌症的发病机率;同时，它能提高人体免疫力，并对消化、防御系统有益。

2、已注册生产某一品牌绿茶，品牌和创意都十分不错，品牌效应在省内正初步形成。

3、已经拥有一套完备的策划、宣传战略。

4、已经初步形成了一系列较为顺畅的销售渠道，在全省某一知名连锁药房及其它大型超市、茶叶连锁店都有设点，销售状况良好。

5、品牌的知名度还不够，但相信此品牌在未来几年内将会有非常广阔的市场前景。

6、缺乏足够的资金，需要吸引资金，用于：

1)扩大生产规模。2)扩大宣传力度。

7、现有的品牌，生产资料，宣传策划，营销渠道等一系列有形资产和无形资产，估算价值300万元人民币。

二、谈判主题

解决双方合资(合作)前的疑难问题，达到合资(合作)目的，并建立长期良好稳定的关系。

三、谈判团队人员组成

主谈：汪碧君，制定策略，维护我方利益，主持谈判进程;

副主谈：郑媛媛，辅助主谈，做好各项准备，解决专业问题，做好决策论证;

决策人：沈海霞，辅助主谈，做好各项准备，解决专业问题，做好决策论证;

文秘：吴飞萍，收集处理谈判信息，谈判时记录，审核修改谈判协议;

法律顾问：滕媛，解决相关法律争议及资料处理。

四、双方利益及优劣势分析

我方核心利益：

1、争取到最大利润额;

2、争取到最大份额股东利益;

3、建立长期友好关系。

对方利益：

争取到最大限额的投资。

我方优势：

1、拥有闲置资金;

2、有多方投资可供选择。

我方劣势：

1、对保健品市场的行情缺乏了解，没有专业知识作为支撑，对绿茶的情况也知之甚少

2、投资前景未明

对方优势：

1、已注册生产某一品牌绿茶，品牌和创意都十分不错，品牌效应在省内正初步形成。

2、已经拥有一套完备的策划、宣传战略;

3、初步形成了一系列较为顺畅的销售渠道，在全省某一知名连锁药房及其它大型超市、茶叶连锁店都有设点，销售状况良好。

对方劣势：

1、品牌的知名度还不够;

2、缺乏足够的资金，需要吸引资金，用于：

1)扩大生产规模。2)扩大宣传力度。

五、谈判目标

原因分析：对方是一家省级企业，虽然品牌和创意不错，但还未形成一定的品牌效益;

合作方式：我方以资金形式投资，分季度注入资金，先期投资为100万，具体情况谈判决定，保险费用计入成本。

我方要求：

b、要求年收益达到20%以上，并且希望对方能够用具体情况保证其能够实现;

c、要求对方对获得资金后的使用情况进行解释;

d、要求占有60%的股份;

e、要求安排一定的监督人员对其整个环节进行参与监督尤其是参与财务方面的管理;

f、三年之内要求对方实现资金回笼，开始盈利。

我方底线：

a、先期投资120万;

b、股份占有率为48%以上;

c、对方财务部门必须要有我方成员;

2、感情目标：通过此次合作，希望不仅能够达成合资目的，更能够建立长期友好关系;

六、程序及具体策略

1、开局：

方案一：感情交流式开局策略：通过谈及双方合作后情况形成感情上的共鸣，把对方引入较融洽的谈判气氛中，创造互利共赢的模式。

方案二：采取进攻式开局策略：营造低调谈判气氛，明确指出有多家投资选择，开出高份额股份，以制造心理优势，使我方处于主动地位。

2、中期阶段：

a、红脸白脸策略：由两名谈判成员其中一名充当红脸，一名充当白脸辅助协议的谈成，把握住谈判的节奏和进程，从而占据主动。

b、层层推进，步步为营的策略：有技巧地提出我方预期利益，先易后难，步步为营地争取利益。

c、把握让步原则：明确我方核心利益所在，实行以退为进策略，退一步进两步，做到迂回补偿，充分利用手中筹码，适当时可以退让赔款金额来换取其它更大利益。

d、突出优势：以资料作支撑，以理服人，强调与我方协议成功给对方带来的利益，同时软硬兼施，暗示对方若与我方协议失败，我方将立即与其它的投资商谈判。

e、打破僵局：合理利用暂停，首先冷静分析僵局原因，再可运用把握肯定对方行式，否定方实质的方法解除僵局，适时用声东击西策略，打破僵局。

3、休局阶段：如有必要，根据实际情况对原有方案进行调整。

4、最后谈判阶段：

a、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。

b、埋下契机：在谈判中形成一体化谈判，以期建立长期合作关系

c、达成协议：明确最终谈判结果，出示会议记录和合同范本，请对方确认，并确定正式签订合同时间。

七、准备谈判资料

相关法律资料：

备注：

《合同法》违约责任

合同范同、背景资料、对方信息资料、技术资料、财务资料

八、制定紧急预案

双方是第一次进行商务谈判，彼此不太了解。为了使谈判顺利进行，有必要制定应急预案。

1、对方不同意我方占有60%的股份，而且不同意保险费计入成本。

应对方案：“白脸”据理力争，适当运用制造缰局策略，“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，来突破缰局;或用声东击西策略，就对方所报股份进行谈判，运用妥协策略，可以适时放弃保险计入成本，并在适当时候甚至可以许诺对方我方可以提供厂房(以市场价的60%的价格)，在48%的底线上谈判，或者要求对方给予20%以上的利润额。

2、对方以我方不懂生产销售的理由拒绝我方人员参与到各个流程。

应对方案：在要求参与对方财务管理的底线上要求，适当给予让步，并趁机要求增加2%～3%的股份占有率或者5%～10%的利润额。

3、对方要求增加先期投资额。

应对方案：说明我方先期投资的理由，并将投资形式再阐述一遍，使得对方了解我方，我方可适当增加投资，但必须要求对方增加1%～2%的股份占有率或者要求对方增加5%～8%的利润额。

**商务谈判计划书篇七**

所谓商务谈判是指不同的经济实体各方为了自身的经济利益和满足对方的需要，通过沟通、协商、妥协、合作、策略等各种方式，把可能的商机确定下来的`活动过程。商务谈判计划书是谈判者的行动指南，可以帮助谈判负责人及团队成员明确谈判目标、个人职责、详细流程、谈判策略以及可能出现的各种问题，为成功谈判奠定坚实基础。一般商务谈判计划书撰写的内容包括：商务谈判的背景、主题、目标、程序及具体策略、议程、人员分工、资料准备、应急预案制定、模拟谈判等九个部分。

双方公司背景、双方利益及优劣势分析、人员分析及相关背景资料分析（尽量的简明扼要，突出关键结论与谈判前获取的重要信息，详细分析可以附件形式体现）

明确本次谈判的核心主题。

（分三个层次）

1. 战略目标（理想目标）。

2. 可接受目标。

3. 底线目标。

四、谈判程序及具体策略根据谈判目标以及以上 的背景资料、双方优劣势分析，拟定实现目标所采取的基本途径和策略。谈判策略包括：开局策略、报价策略、磋商策略、成交策略、让步策略、打破僵局策略、进攻策略、防守策略、语言策略等等。可以从开局、中期、休局、结束四个阶段予以展开设计，尤其是就可能出现的焦点问题，提出有效的谈判策略。

谈判时间与进度安排、谈判地点安排、不同议题的合理安排（主要指时间控制、时机选择），具体以通则议程与细则议程两种形式体现。

**商务谈判计划书篇八**

商务谈判环境布置很重要。选择谈判环境，一般看自己是否感到有压力，如果有，说明环境是不利的。不利的谈判场合包括：嘈杂的环境，极不舒适的座位，谈判房间的温度过高或过低，不时地有外人搅扰，环境陌生而引起的心力交瘁感，以及没有与同事私下交谈的机会等等。这些环境因素会影响谈判者的注意力，从而导致谈判的失误。

商务谈判是决定合作的能进行的决定性因素，是双方达成合作的关键，可见商务谈判活动是何等的重要。心理学家n·l·明茨早在50年代就做过这样一个实验：他把实验对象分别安排到两个房间里，一间窗明几净，典雅庄重，而另一间粗俗龌龊、凌乱不堪。他要求每人必须对10张像片上的人作出判断，说出他(或她)是“精力旺盛的”还是“疲乏无力的”，是“满足的”还是“不满足的”。结果在洁净典雅房间里的实验对象倾向于把像片上的人看成“精力旺盛的”和“满足的”;在龌龊凌乱房间里的实验对象则倾向于把像片上的人看成疲乏无力的”和“不满足的”。这个实验表明环境是会影响人的感知的。

认为从礼仪要求讲，一般合作式谈判应安排布置好谈判环境，使之有利于双方谈判的顺利进行。

(1)光线。可利用自然光源，也可使用人造光源。利用自然光源即阳光时，应备有窗纱，以防强光刺目;而用人造光源时，要合理配置灯具，使光线尽量柔和一点。

(2)声响。室内应保持宁静，使谈判能顺利进行。房间不应临街临马路，应不在施工场地附近，门窗应能隔音，周围没有电话铃声、脚步声、人声等噪音干扰。

(3)温度。室内最好能使用空调机和加湿器，以使空气的温度与湿度保持在适宜的水平上。温度在20℃，相对湿度在40%～60%之间是最合适的。一般的情况下，也至少要保证空气的清新和流通。

(4)色彩。室内的家具、门窗、墙壁的色彩要力求和谐一致，陈设安装应实用美观，留有较大的空间，以利于人的活动。

(5)装饰。用于谈判活动的场所应力显洁净、典雅、庄重、大方。宽大整洁的桌子、简单舒适的座椅(沙发)，墙上可挂几幅风格协调的书画，室内也可装饰适当工艺品、花卉、标志物，但不宜过多过杂，以求简洁实用。

**商务谈判计划书篇九**

会议地点：xxx

主方：

客方：

总经理：

总经理：

营销总监：

财务总监：

采购部部长：

市场部部长：

技术总监：

技术总监：

谈判具体方案

1、甲方公司分析

北京益时手表公司是一家以销售高档奢华的手表为主的企业，由于近年来中国的消费水平不断增高，人们对奢侈品的需求越来越高，所以针对人们的需求，北京益时手表公司对瑞士的劳力士手表企业进行了市场调研，中国部分高档消费税的征收也对瑞士手表进入中国市场加大了难度，为降低销售风险，我们将寻求一个有良好基础又有一定市场的产品的企业进行合作。

总部客服电话：

数码店客服电话：

传真：

e—mail：

总部地址：

2、乙方公司分析：

瑞士钟表业的经典品牌，“劳力士”公司的前身是“w&d”公司。由德国人汗斯·怀斯道夫与英国人戴维斯于1905年在伦顿合伙经营。1908年，怀斯道夫在瑞士的拉夏德芬注册了“劳力士”商标，“w&d”由此改为“劳力士”。劳力士表最初的标志为一只伸开五指的手掌，它表示该品牌的手表完全是靠手工精雕细琢的。以后才逐渐演变为皇冠的注册商标，以示其在手表领域中的霸主地位。

20世纪20年代，劳力士公司全力研制第一只防水手表。1926年，劳力士的防水表正式注册。劳力士手表的设计风格一直本着“庄重，实用，不显浮华”受到各界人士的喜爱首任香港特别行政区行政长官董建华，长期戴用的也是一只端庄的劳力士钢表。

劳力士公司的网站在众多钟表公司网站中属于佼佼者，首页音乐是一首七十年代在美国很流行的老歌，分页面采用潮水声，包含在flash中，与劳力士的商业奇迹一样，网站同样显示出优秀商业经营者的风范。

劳力士，以庄重，实用，不显浮华的风格广受成功人士喜爱，美国球星奥尼尔曾一次送给队友们24块，香港特首董建华腕上也是一款端庄典雅的劳力士钢表。“小甜甜”布兰妮曾为其夫购买过一块价值65000英镑的劳力士手表，合人民币约80万元；越南末代皇帝保大戴过的劳力士金表，在日内瓦拍卖会上曾拍到34万20xx瑞士法郎，合人民币200余万元。格林威治型蚝式表是第一块登上珠峰的手表，算是该品牌的入门级产口，售价39300元。

劳力士最初使用的标志是一只五指伸开的手掌，寓意其产品完全靠手工精制，后来逐渐演变为现在人们所熟知的皇冠，展现着劳力士在制表业的帝王之气。在国际市场上，一只普通劳力士手表的价位从1000美元到15000美元不等。虽然价格不菲，但人们还是认为物有所值。这不仅由于劳力士的品质精良，而且因为它具有独特的投资价值。劳力士古董表的“抗跌”能力极强，20xx年在日内瓦举行的一次拍卖会上，一只越南末代皇帝保大戴过的1952年款劳力士万年历金表，曾以34、2万瑞士法郎（当时约合23、54万美元）天价拍出。

在20世纪的机械表时代，劳力士一直是全球手表业的领头羊。时至今日，超卓的工艺与技术依旧使得劳力士保持着手表业的翘楚地位。目前，劳力士在全球20多个大城市设有分公司，年产量达到约80万只，销售额稳居瑞士钟表业龙头地位。

总部客服电话：

数码店客服电话：

传真：

e—mail：

总部地址：瑞士

1、货物的价格及数量

2、货物的包装

3、货物的支付方式

4、货物的运输及保险

1、战略目标：在互惠互利的基础上，以适当合理的价格完成此次交易；

原因分析：双方都有意建立长期合作关系；

2、成交目标：

报价：1、劳力士金表潜航者型（submariner），防水深度超过300米。

2、游艇名士型（yachtmaster），配有可旋转外圈，方便计算时差。

3、格林尼治型（gmtmaster），其可转动外圈及24小时指针，不仅同时显示两个时区时间，更可将时针独立移动至另一时区，而毋须移动分针及秒针。

4、宇宙计型（cosmograph），为一款多功能手表，能满足工程、运动及商业等多种需要。

交货期：1个月后，即20xx年8月25日；

优惠待遇：在同等条件下优先供货；

底线：保证我公司有20%左右的盈利空间；

（一）我方优势分析：

我方利益：要求对方尽多的降低价格和相关优惠条件

我方优势：潜在市场广阔，消费需求大

（二）、我方劣势分析：

我方劣势：初次订货数量比较少。支付方式。

（三）、我方人员分析；

总经理：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。

营销总监：注重细节，性格开朗，我公司的核心人物之一，具备较强的销售经验。

采购部部长：办事认真负责，有较强的逻辑分析能力，具备较高的管理财务素质。

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

技术总监：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：

客方利益：客方是手表生产商，要求尽早付款，力求建立双方长期合作关系；

客方优势：其公司拥有大量的客户资源，产品质量高，具有世界影响力，竞争力极强。

（五）、客方劣势分析：

客方劣势：受金融危机影响，手表销售业绩一般，在中国市场份额一直很小。

（六）、客方人员分析：

总经理：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。

财务总监：熟悉汽车行业，市场经验丰富，看问题善于抓住本质

市场部部长：性格友好，在气氛紧张的时候缓解紧张局面，遇事冷静。

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。

技术总监：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。

附：手表公司对瑞士手表出口市场的调研报告

目录

一、摘要

二、背景介绍

三、调查采取的步骤和方法

四、调研情况介绍

五、调研分析，结论及建议

六、说明

七、调研报告附录

一、摘要

通过对中国手表市场规模及特色的调查进一步了解了手表流行的趋势，并进一步探讨应当采取怎样的市场营销组合进入目前市场。

二、背景介绍

北京益时手表公司是一家以销售高档手表为主的企业，由于近年来中国的消费水平的增高，人们对手表的价值及档次的要求越来越高，所以针对人们的需求，北京益时手表公司对瑞士的劳力士手表企业进行了市场调研，中国部分高档消费税的征收也对瑞士手表进入中国市场加大了难度，为求可以使降低销售风险，我们将寻求一个有良好基础又有一定市场的产品的企业进行合作。

三、调查采取的步骤和方法

调查的具体实施步骤如下：

1、对瑞士国内的手表市场进行实地考察，评估手表的市场需求量及其种类和价格

2、在国际市场上对瑞士手表的市场进行考察，评估瑞士手表在国际市场的影响力：

（1）在互联网上搜取最新子信息

（2）找去各类书籍及报纸

采用方法：实地考察相结合的调研方法

四、调研情况介绍

1、市场规模及特色

（1）随着生活水平的提高，人们对手表的需求已不仅限于平时即时的需求，而是集计时，多功能，时尚，价值，身份于一体。近几年，中国的手表年销量达到5500万至66000万只水平，不过，中国目前平均每年每百人购买5只手表的消费水平较发达国家平均每百人年消费23只或较一般发展中国家每百人年消费12只得水平相距甚远，因此应当还有相当大的发展潜力。

（2）中国的手表市场可划分为中高及低档，而中高档手表多为进口品牌，随着人们越来越重视手表的装饰作用，有些消费者宁愿花一些钱购买防震，防水等性能较好的中高档手表，因此，近年进口表如【梅花】【天梭】【英纳格】等销售呈现上升趋势。其次款式新颖，质量稳定，价格适中的国内著名品牌【飞亚达】【罗西尼】等都深受消费者欢迎。

2、流行趋势

（1）目前来说，不同地区所流行的手表各有不同，东北地区的流行【雷达】及【米茄】，南方则流行【帝驼】及【劳力士】，中部则流行【天梭】及【浪琴】，在售价方面，一些高达10万至30万元的【劳力士】都有其市场。

（2）至于款式方面，机械盖表日益收到重视。由于消费者认为是硬表虽然方便，但却呆板，所以在用‘表’的层次获得满足后，便开始向‘玩表’的阶段迈进。

（3）男用手表的自动机蕊将会成为主流

（4）秒表功能的手表将大幅增加

（6）卡通表不仅受到小朋友的喜爱，越来月多的年轻人也开始对之钟情

五、分析结论与建议

分析以上调研结果，我们很容易得出如下结论：

（1）中国手表市场销售前景看好

（2）劳力士手表无论是款式，质量，档次上在中国的销售前景都是很的

综上提出以下几条建议：

（1）按照消费者需求生产不同款式的手表

（2）市场价格应适当，大多数消费者容易接受的价格即可

（一）开局：

因为这是双方第一次业务往来，应力争营造一个友好、真诚的气氛，以淡化和消除双方的陌生感，以及由此带来的防备甚至略含敌对的心理，为实质性谈判奠定良好的基础。

方案一：情感交流式开局策略：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。

方案二：采取一致式开局策略：以协商、肯定的语言进行陈述，使对方对己方产生好感，产生双方对谈判的理解充满“一致性”的感觉，从而使谈判双方在友好、愉快的气氛中展开谈判工作。

（二）中期阶段：

（三）休局阶段：

如有必要，根据实际情况对原有方案进行调整。

（四）最后谈判阶段：

2、埋下契机：在谈判中形成一体化谈判，以期建立长期合作关系；

谈判风险：

1、对方使用权力有限策略，声称金额的限制，拒绝我方的提议。

应对方案：了解对方权限情况，“白脸”据理力争，适当运用制造缰局策略，“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；或用声东击西策略。

2、对方使用借题发挥策略，对我对我晚抓住不放。

应对方案：避免不必要的解释，可转移话题，必要时可指出对方的策略本质，双方以长期合作为目标，不能因小失大。

a、车费：5000

b、住宿费：7000c、饮食费：9000

d、电话费：20xxe、旅游礼品费用：3000

合计：26000

（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）握手祝贺谈判成功，拍照留念。

拓展阅读：商务谈判技巧与策略

1、确定谈判态度

在商业活动中面对的谈判对象多种多样，我们不能拿出同一样的态度对待所有谈判。我们需要根据谈判对象与谈判结果的重要程度来决定谈判时所要采取的态度。

如果谈判对象对企业很重要，比如长期合作的大客户，而此次谈判的内容与结果对公司并非很重要，那么就可以抱有让步的心态进行谈判，即在企业没有太大损失与影响的.情况下满足对方，这样对于以后的合作会更加有力。

如果谈判对象对企业很重要，而谈判的结果对企业同样重要，那么就抱持一种友好合作的心态，尽可能达到双赢，将双方的矛盾转向第三方，比如市场区域的划分出现矛盾，那么可以建议双方一起或协助对方去开发新的市场，扩大区域面积，，将谈判的对立竞争转化为携手竞合。

如果谈判对象对企业不重要，谈判结果对企业也是无足轻重，可有可无，那么就可以轻松上阵，不要把太多精力消耗在这样的谈判上，甚至可以取消这样的谈判。

如果谈判对象对企业不重要，但谈判结果对企业非常重要，那么就以积极竞争的态度参与谈判，不用考虑谈判对手，完全以最佳谈判结果为导向。

2、充分了解谈判对手

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。

3、准备多套谈判方案

谈判双方最初各自拿出的方案都是对自己非常有利的，而双方又都希望通过谈判获得更多的利益，因此，谈判结果肯定不会是双方最初拿出的那套方案，而是经过双方协商、妥协、变通后的结果。

在双方你推我拉的过程中常常容易迷失了最初的意愿，或被对方带入误区，此时最好的办法就是多准备几套谈判方案，先拿出最有利的方案，没达成协议就拿出其次的方案，还没有达成协议就拿出再次一等的方案，即使我们不主动拿出这些方案，但是心中可以做到有数，知道向对方的妥协是否偏移了最初自己设定的框架，这样就不会出现谈判结束后，仔细思考才发现，自己的让步已经超过了预计承受的范围。

4、建立融洽的谈判气氛

在谈判之初，最好先找到一些双方观点一致的地方并表述出来，给对方留下一种彼此更像合作伙伴的潜意识。这样接下来的谈判就容易朝着一个达成共识的方向进展，而不是剑拔弩张的对抗。当遇到僵持时也可以拿出双方的共识来增强彼此的信心，化解分歧。

也可以向对方提供一些其感兴趣的商业信息，或对一些不是很重要的问题进行简单的探讨，达成共识后双方的心里就会发生奇妙的改变。

**商务谈判计划书篇十**

谈判的内容通常牵连甚广，不只是单纯的一项或两项。在有些大型的谈判中，最高纪录的议题便多达七十项。当谈判内容包含多项主题时，可能有某些项目已谈出结果，某些项目却始终无法达成协议。这时候，你可以这么“鼓励”对方，“看，许多问题都已解决，现在就剩这些了。如果不一并解决的话，那不就太可惜了吗?”这就是一种用来打开谈判僵局的说法，它看来虽稀松平常，实则却能发挥莫大的效用，所以值得作为谈判的利器，广泛地使用。

牵涉多项讨论主题的谈判，更要特别留意议题的重要性及优先顺序。

声东击西

这一策略在于把对方的注意力集中在采购方不甚感兴趣的问题上，使对方增加满足感。

具体的运用方法是，如果谈判人员认为对方最注重的是价格，而己方关心的是交货时间，那么我们进攻的方向，可以是付款条件问题，这样就可以支对方从两个主要议题上引开。这种策略如果能够运用得熟练，对方是很难反攻的。它可以成为影响谈判的积极因素，而不必负担任何风险。

金蝉脱壳

当谈判人员发觉他正被迫作出远非他能接受的让步时，他会声明没有被授予达成这种协议的权力。这通常是谈判人员抵抗到最后时刻而亮出的一张“王牌”。在这时，双方都很清楚，这是为了不使谈判破裂。

然而，如果用直接了当的方式使用“职权有限”，这个策略还是有危险性的。因为，为使谈判得以顺利进行，就要求双方共同以适当的速度朝着预期的方向努力，要求共同交换条件，共同得到满足，共同做出让步。

欲擒故纵

在一个由两人组成的谈判小组中，其中一个成员在谈判的初期阶段起主导作用，另一个人在结尾阶段扮演主角。这样做的好处，在于洽谈开始时，小组某一成员(硬派)则保持沉默，寻找解决问题的办法，然后建议作出让步。这当然须在不会损害第一个主人的“面子”的原则下。这样做的不利之处，在于使谈判工作更加复杂化。因为按上述做法行事，两个谈判人员要密切配合，这是很费力的事情。

这个策略是很难对付的。相应的反措施是：首先，另一方应该放慢让步速度，不要很快就在持强硬态度的人面前让步。但是，当持温和态度的人上畅演主角时，若要使对方做出过份的让步是很困难的。

缓兵之计

谈判进行了一段时间以后，可以休息五至十分钟。在休息期间，让双方走出会谈大厅，回顾一下谈判的进展情况，重新考虑自己，或者让头脑清醒一下再进入洽谈，这些都是有必要的。

一般情况下，休息的建议是会得到对方积极响应的。休息不仅有利于自己一方，对双方，对共同合作也十分有益。休息是有积极意义的。它使双方有机会重新计划甚至提出新的构想和方案，可以使双方在新的气氛下再聚一堂，使精力和注意力再度集中起来。有人担心休息会有消极作用，担心会破坏刚才的谈判气势，会使良好有效的谈判气氛受到干扰，或者会给对方改变方针的机会。实际上，这种担心是多余的。

草船借箭

采取“假定……将会”的策略，目的是使谈判的形式不拘泥于固定的模式。比如，在谈判中，不断地提出如下种种问题：“如果我再增加一倍的定货，价格会便宜一点吗?…‘如果我们自己检验产品质量，你们在技术上会有什么新的要求吗?”

在试探和提议阶段，这种发问的方法，不失为一种积极的方式，它将有助于双方为了共同的利益而选择最佳的成交途径。因此，“假定……将会”这个策略，用在谈判开始时的一般性探底阶段，较为有效。

赤子之心

我们讲的“赤子之心”是指向对方透露90%的情况。

有些人认为，在谈判过程中，毫无保留无异于“自杀”。事实却不是如此，这离“自杀”还远着呢!有的谈判人员的性格特别直爽和坦率。他们不但有与对方达成协议的能力，还能够不断地为对方提供情况，提出建设性意见。这种性格很值得奖励，它能使对方与我方积极配合。因此，如果能够把“赤子之心”和“达成协议”的其他技巧联系起来使用，并使其发挥作用，这对双方都是有利的。

走为上策

当谈判小组长认为，双方需要在某种新环境中非正式地见面，用以鼓励为谈判建立一种信任和坦率的气氛的时候，也要采用这种策略。众所周知，“交际场所”里充满了愉快的气氛。这种策略，对于双方重新建立一种合作精神是十分有帮助的，如果有足够时间、机会和新的建议，它能使大家意见合一。这个策略的价值在于：避开正式的谈判场所，把谈判转到轻松的环境中。当然，如果把全部谈判都搬到俱乐部来进行，也是不合宜的。但只要小心谨慎，这不失为一个有效的策略。

文档为doc格式

**商务谈判计划书篇十一**

说明：

所谓商务谈判是指不同的经济实体各方为了自身的经济利益和满足对方的需要，通过沟通、协商、妥协、合作、策略等各种方式，把可能的商机确定下来的活动过程。商务谈判计划书是谈判者的行动指南，可以帮助谈判负责人及团队成员明确谈判目标、个人职责、详细流程、谈判策略以及可能出现的各种问题，为成功谈判奠定坚实基础。一般商务谈判计划书撰写的内容包括：商务谈判的背景、主题、目标、程序及具体策略、议程、人员分工、资料准备、应急预案制定、模拟谈判等九个部分。

项目主要内容及要求一、谈判背景

双方公司背景、双方利益及优劣势分析、人员分析及相关背景资料分析（尽量的简明扼要，突出关键结论与谈判前获取的重要信息，详细分析可以附件形式体现）

二、谈判主题

明确本次谈判的核心主题。

三、谈判目标（分三个层次）

1.战略目标（理想目标）。

2.可接受目标。

3.底线目标。

四、谈判程序及具体策略根据谈判目标以及以上的背景资料、双方优劣势分析，拟定实现目标所采取的基本途径和策略。谈判策略包括：开局策略、报价策略、磋商策略、成交策略、让步策略、打破僵局策略、进攻策略、防守策略、语言策略等等。可以从开局、中期、休局、结束四个阶段予以展开设计，尤其是就可能出现的焦点问题，提出有效的谈判策略。

五、谈判议程

谈判时间与进度安排、谈判地点安排、不同议题的合理安排（主要指时间控制、时机选择），具体以通则议程与细则议程两种形式体现。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn