

《谈判中的心理学》

图书基本信息

书名：《谈判中的心理学》

13位ISBN编号：9787302248255

10位ISBN编号：7302248257

出版时间：2011-4

出版社：清华大学

作者：李维

页数：203

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.tushu000.com

前言

心理学并不复杂，谈判中的心理学也可以简单地浓缩成一句话：促使谈判成功的关键是满足彼此的需求。谈判只不过是一个媒介，其内容是什么并不重要，重要的是谈判双方可以在谈判中得到需求的满足。当我们坐在桌前，不论这张谈判桌是实物还是虚拟的，必然会引发相应的心理变化。我们在谈判中可以看出，这些反应有的是不自觉的，有的可能是故作姿态，以掩饰其真实的想法。例如，当一个人丢了面子时，不一定会不好意思，反而可能会微笑地望着你，以使你相信他不在意。但如果你细心观察，也许就会发现他没能完全掩饰的一丝懊恼的痕迹。熟知心理学的人一定知道，在谈判者各类表现的背后，可能潜藏着各种影响谈判的心理因素，细心的谈判者要随时根据捕捉到的这些外在的反应信息，及时调节谈判的气氛。我们必须知道，谈判中能够沟通彼此信息的，不仅仅是语言符号，有时可能是非语言符号，例如，说话的速度、音质、声调乃至面部表情、手势、体态等。同样一句话，说得缓慢、急促还是粗声大调，是商议恳求还是颐指气使，是面带笑容还是板着面孔。经过多年的谈判实践，我认为，人的外在活动是传达内心世界的传感器。例如，如果在谈判中对对方的脚尖不停地在地点地，可能是你说错了什么话。当一个人神情紧张，他可能面部肌肉紧绷，过分专注、强笑或者冷笑。再如，咳嗽有时并不是一种病理的反应。有的人情绪不安，想借此来调整一下情绪，有时也可能借此来掩盖说谎。而眨眼也不仅仅是一种使眼睛湿润、排除落入眼内的细小尘埃的保护性生理反应。当人们在情绪激动时，眨眼的频率就会提高。有时眨眼也被用来掩饰紧张等心理变化。人的许多内心秘密，还可能从一些微妙的行为中看出来。所以在我看来，将心理学运用到谈判之中是十分有必要的。在谈判中，谈判者总是彼此首先积极主动地感知、认识、理解对方的生理特征、谈判动机、行为目的和心理定势等。谈判既然是人的一系列行为组成的过程，那么，谈判者必然受其心理活动的影响。各种不同的人聚集在谈判桌前，性格、气质、习惯、表情互不相同。表面上看，人们的行为显得杂乱无章、难以琢磨、不可思议，但在一个具有良好心理学知识素养的人眼中，则完全不是这样。他可以透过现象的迷雾，捕捉到人的行为所遵循的共同理智的行为方式。不管人们的行为或语言何等复杂，都是可以预测和理解的。如果我们通过仔细研究，可以发现人们行为中的各种可以预测的因素，这些因素都能向外界传达某种信号。而捕捉这些可能影响谈判效果的信号，则是一个训练有素的心理学专家在谈判中的优势。故此，在谈判中运用心理学知识，会有助于谈判成功。对于一个富有心理学知识和谈判经验的行家来说，他能一眼看穿对方的心思或对方可能采取的行动。总之，现实社会就是一个大谈判桌，人们无时无刻不处于谈判之中，不是自我谈判就是与他人谈判。不管你喜不喜欢，是否自愿，都无法避免。鉴于此，本书将从心理学的角度为读者揭示谈判的技巧，并教会读者怎样在谈判中洞悉人的需求、动机与行为的密切关系。学习谈判心理，既有助于培养自身的心理素质，又有助于在谈判中争取自身的利益，可谓一举两得。那么，本书就带领大家进入谈判中奇妙的心理学世界。

《谈判中的心理学》

内容概要

《实用心理学百事通·谈判中的心理学》内容简介：不管人们是否愿意，每个人都是一名谈判者。谈判是生活中永远无法避免的事实。比如说，你要求加薪，就要和老板谈判；你买菜也要和小贩讨价还价……事实上，谈判贯穿了我们每个人全部的生活细节，我们所面对的现实世界就是一个巨大的谈判桌。如何在谈判中洞察对手的心理特点，知己知彼，有的放矢，已成为谈判成功与否的关键因素。

《谈判中的心理学》

作者简介

李维，中国·华典咨询机构首席专家、清华大学客座教授、2007中国十大最具影响力品牌营销专家、2008中国杰出企业咨询专家、国际劳工组织“中国地方产业诊断与升级试点项目”执行主任、北京三眼国际创意文化传播机构签约专家、多家经管类媒体专栏作家。服务过近百个政府机构和企、事业单位，多次创造使服务单位业绩倍增的咨询佳绩，具有丰富的战略、人力资源、品牌、营销、团队建设等实战经验。

《谈判中的心理学》

书籍目录

第1章 谈判就是一场心理战 谈判到底是什么 谈判无时不有，无处不在 谈判从本质上就是一场心理博弈 谈判中的决定性因素 谈判中的心理效应和心理误区第2章 谈判需求和动机分析 谈判过程中的心理变化 谈判的需求和动机 谈判的期望和目标第3章 开始阶段的谈判策略 报价要高于预期 最好让对手先报价 不要接受第一次报价 对一切都感到意外 谈判环境的选择 谈判座位的选择 谈判时间的选择 谈判氛围的选择 谈判对手分析 避免一开始就进入对抗的死胡同 在开局中把握主动第4章 中场阶段的谈判策略 对手到底有没有决定权 不要在立场上讨价还价 每一步的让步都要进行交换 不要折中的方案 如何应对僵局 如何应对困境 如何应对死胡同 将人和事分开第5章 终局阶段的谈判策略 做好白脸和黑脸的选择 一步步蚕食对手 作出让步时，幅度要小 善用最后通牒 对结果欣然接受，并祝福对方第6章 如何获得对方的信任和好感 表达诚意，开诚布公，以消除戒备 不要过于强势 洞悉对手的全部需求 建立有效的客观标准 善于观察、得体称赞 关注对手的表情 一眼看穿对手的真实意图 要成为一名优秀的聆听者第7章 如何坚定自己的立场，获得最大利益 提出谈判目标的策略 妥协是一种策略，更是一种技巧 将自己的观点“金钱化”后表达出来 对手发火，你就反悔 锁定对手中的关键人物 守住底线，决不动摇事先决定好的“回落目标”第8章 如何让对手接受 说服对手的基本原则和技巧 告之以利，示之以害 以退为进，说服对方 做好双赢说服的准备 借力说服 利用人性的弱点 用事实让对方心服口服 利用压力促使对方妥协 不要告诉对方你的最后期限第9章 如何促成谈判，实现双赢 掌握法律手段是取胜之道 只给对方一个好处 谈判的目标是双赢 深刻洞悉对手的内在驱动力 强调双方的共同点 抓住谈判成功前的信号参考文献后记

章节摘录

版权页：而且，好的态度可以避免谈判的破裂。案例中，湖北的销售代表坚持对事不对人的原则。客户的要求可能是难以接受的，但也是情有可原的，因为客户当然要争取最大的利益。销售代表没有生硬地拒绝客户的要求，而是表示理解，然后采用拖延战术，保护自己的利益，使得谈判成为双赢的结果。否则结果很可能是客户赢，自己输。如果相反，他认为客户的要求很无理，表现得十分生气，使得谈判走向对立，谈判失败的可能就会增加。销售代表在谈判之前应当制定自己的谈判底线，这意味着与相关部门的沟通。同时销售代表也需要判断客户的底线在哪里。在案例中，销售代表已经判断出电子商务的项目对客户至关重要，不可能放弃。有了这个结论，他就可以在谈判桌上保护自己的利益。谈判底线是谈判双方都要探索的，谁能够找到对方的谈判底线，谁就可以在谈判中占据优势。面对僵局，谈判双方的各种解决办法都无法达成一致，致使谈判逐步走向破裂。所以解决的办法一般是请各方的高层决策人员会晤，缓解双方的压力，在此期间与上层领导沟通，共同分析目前遇到的困难，制定可执行的应对方案。很多谈判代表并不愿意自己的上级领导介入谈判，他们认为这是一种失职的表现，会影响到日后的职业发展。然而事实却恰恰相反，一般你的领导会很乐意在最后时刻加入谈判。当高层领导出席时，他可以在你不能许诺的事情上拍板决定，并态度强硬地要求对方作出让步。这时对方往往容易妥协，因为他们很清楚，如果拒不让步此次谈判即将以失败告终。

《谈判中的心理学》

编辑推荐

《实用心理学百事通·谈判中的心理学》：潜在的谈判心理一旦满足就会欣喜不已，得不到满足便会产生不满。问题不在于价格，而在于谈判过程。心理与行为是相联系的，心理引导行为。而心理是可诱导的，通过对人的心理诱导，可引导人的行为。

《谈判中的心理学》

精彩短评

- 1、好！这本书不错，很好
- 2、一直很想要这本书，很受益。
- 3、还可以，值得看看。。

《谈判中的心理学》

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.tushu000.com