

项目名称	项目四：推销洽 子项目 1：洽谈方案制定	教学方法	讲授法与讨论法	课时	4
项目目标	能力目标	1. 能够制定推销洽谈的目标；准备工具；陈述洽谈的具体内容 2. 能通过网络、实地调查等方式掌握推销品的特点、定位及其主要竞争者的相关信息。			
	知识目标	1. 了解推销洽谈的概念 2. 明确推销洽谈的目标 3. 熟悉推销洽谈的内容 4. 掌握推销洽谈的原则和步骤			
项目准备	教师	课件及项目评分考核表			
	学生	1. 分组，每个小组 8—10 人，由组长负责 2. 课前每人准备纸笔 3. 教室布置，以小组为学习和讨论单位			
项目评价	与项目四中的子项目 2 进行一起评价				
项目过程	教学环节	教师活动	学生活动	教学目标	课时
	一、项目介绍	1. 教师进行项目解析，提出项目要求 2. 布置项目实施安排	学生做项目分解笔记	学生能清晰了解项目实施的目的与程序	1 课时
	二、理论知识	1. 讲授理论知识 2. 解释学生知识疑问	1. 接受项目理论知识 2. 提出疑问	掌握项目实的相关知识	
	三、项目实施	指导学生撰写个人方案	1. 小组讨论方案内容 2. 个人制定洽谈方案	学生能撰写洽谈方案	2 课时
	四、项目评价	监督各组洽谈方案的打分	1. 小组内学生按照评分表分别为个人打分。 2. 计算个人成绩	学生能评价方案优劣	1 课时
项目实施报告	教师	检查学生项目实施报告，给出评价			
	学生	填写项目实施报告			

项目四：推销洽谈  
子项目 1：洽谈方案制定

一、项目介绍

【目的】

通过实施该项目，学生能制定有针对性的洽谈方案，会细化推销洽谈的每一个环节。为推销人员的洽谈工作做好充分准备，保证洽谈的顺利进行，最终促成交易。

【要求】

1. 选择特定的洽谈产品。

教师活动：

1. 教师进行项目解析，提出项目要求
2. 布置项目实施安排

2. 个人制定推销洽谈方案。
3. 组内评出最优方案，小组按最优方案实施洽谈。

## 二、理论知识

按照推销的一般程序，推销人员在成功地接近顾客之后，即进入推销洽谈阶段。推销洽谈是推销人员最重要的工作之一，也是整个推销过程中的一个关键性环节。能否说服顾客，进一步激发顾客的购买欲望，最后达成交易，关键在于推销洽谈是否成功。因此，掌握推销洽谈的原则、技巧与方法，是推销人员顺利完成推销任务的重要条件。

### （一）推销洽谈的概念

推销洽谈也称交易谈判，是指推销人员运用各种方式、方法和手段，向顾客传递推销信息，并设法说服顾客购买商品和服务的协商过程。

### （二）推销洽谈的目标

为了实现推销洽谈的目的，推销人员需要完成以下几方面的任务。

1. 传递商品信息
2. 针对顾客需求、展示推销品的功能

从营销学的角度讲，只要能够发现人们的购买需求和动机，就可以预测和引导人们的购买行为。

3. 恰当处理顾客的异议

在推销洽谈中，顾客接受到推销人员传递的有关推销品的信息后，经过分析会提出一系列的看法和意见，这就是我们常说的顾客异议。

4. 促使顾客做出购买决定

对于顾客来说，做出购买决定通常是重要而又困难的一步。尽管顾客对推销品发生兴趣并且有意购买，但他仍然可能会犹豫，以致没有勇气做出购买决定。所以，推销人员必须强调顾客购买推销品所能得到的利益，满足顾客的特殊要求

### （三）推销洽谈的内容

推销洽谈涉及面很广，内容丰富。不同商品的推销，有其不同的洽谈内容，但基本内容是大致相同的，主要有以下几个方面。

1. 商品品质
2. 商品数量

商品的数量是指按照一定的度量衡来表示商品的质量、个数、长度、面积、容积等的量。成交商品数量的多少直接关系到交易规模以及交易价格。

3. 商品价格

成交价格的高低，直接影响交易双方的经济利益，所以价格是推销洽谈中最重要的内容，也是洽谈中极为敏感的问题。

4. 销售服务
5. 保证条款

### （四）推销洽谈的原则

1. 针对性原则

针对性是指推销人员应该针对推销环境、推销对象及推销品，运用一定的推销洽谈方式、策略与技巧，促使推销对象采取购买行动，以达到自己的推销目的。

2. 诚实性原则

诚实性原则，是指推销人员在推销洽谈过程中切实对顾客负责，真心诚意与顾客进行推销洽谈。

3. 参与性原则

学生活动

学生做项目要求笔记

教师讲授理论知识并解释学生知识疑问

学生学习接受项目理论知识；并提出自己存在的疑问

参与性原则，即推销员鼓励和引导顾客积极参与到推销过程中来，直接接触消费品，更好的促进信息双向沟通。

#### 4. 鼓动性原则

鼓动就是以言语或行为激励他人，使之有所行为。推销洽谈中的鼓动性原则是指推销员用自己的热情、自信、勤勉去说服顾客产生购买行为。

#### 5. 倾听性原则

倾听性原则，是指推销人员在推销洽谈过程中，不要只向顾客传递推销品信息，而是要注意倾听顾客的意见与要求。

### (五) 推销洽谈的步骤

#### 1. 制定推销洽谈计划

- (1) 确定推销洽谈的目标
- (2) 确定推销洽谈的时间、地点
- (3) 进一步核实顾客的基本情况
- (4) 选择推销洽谈的策略和方法

#### 2. 做好推销洽谈的心理准备

#### 3. 推销洽谈的工具准备

- (1) 推销品
- (2) 推销品模型
- (3) 文字资料
- (4) 图片资料
- (5) 推销证明资料
- (6) 其他物品

#### 4. 摸底阶段

双方洽谈人员从见面入座到洽谈的实质内容之前，为摸底阶段。旨在建立推销洽谈气氛、交换意见、开场陈述。

#### 5. 报价阶段

报价阶段指的是卖方就商品或服务的价格向买方提出意见的过程，是洽谈过程中的一个重要阶段。

#### 6. 磋商阶段

实质磋商，是指谈判双方为了各自的利益、立场，寻求双方利益的共同点，为减少彼此分歧而对各种具体交易条件进行商讨的过程。实质磋商是交易成败的关键时刻，只有善于运用磋商诀窍，才能获得成效。

#### 7. 成交阶段

这是推销洽谈的最后阶段。经过上述几个阶段的洽谈，情况逐渐明朗，双方意见逐步统一，基本达到自己的理想，便可拍板成交，签署购销合同。

### 三、项目实施

#### 1. 分组，每个小组8—10人，由组长负责

#### 2. 小组内选择同一品牌产品。

#### 3. 个人制定推销方案。

##### (1) 推销方案的资料准备

通过网络、实地调查等方式掌握洽谈产品的特点、定位、该产品的市场地位及其主要竞争者的相关信息。

##### (2) 撰写洽谈方案。

确定推销洽谈的目标；洽谈时的准备工具；洽谈的具体内容；最重要的是要根据产品的特点与顾客的情况选择推销洽谈的方法，且洽谈方

教师在项目实施过程中对学生可以进行指导和纠正。

学生按照项目要求制作推销洽谈方案并在小组中选出最

案中至少要准备三种方法。

4. 组内评出最优方案，小组按最有方案实施洽谈。

(1) 小组长负责组织评选过程。

(2) 小组成员轮流陈述洽谈方案。

(3) 个人陈述完毕后，其他人负责打分。取平均为个人方案成绩。

(4) 评选分值最高的方案，作为小组推销洽谈的方案。

四、项目评价

与项目四中的子项目 2 一起进行项目评价

有方案。