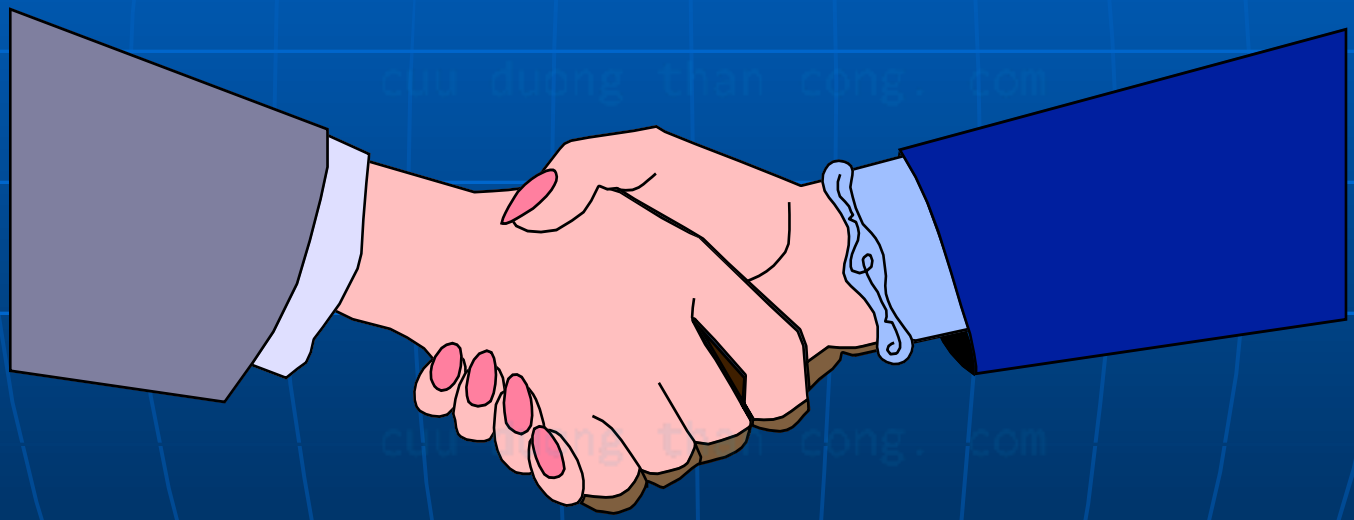
Giao dịch và đàm phán trong kinh doanh



CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

Chương 8

Nội dung, phương thức và các chiến lược đàm phán trong kinh doanh

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

Chương 8

Nội dung, phương thức và các chiến lược đàm phán trong kinh doanh

I. **Nội dung đàm phán kinh doanh**

II. *Các phương thức đàm phán kinh doanh*

III. *Chiến lược đàm phán kinh doanh*

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh

1. Tên và chủng loại hàng hoá giao dịch mua bán

Vị trí: "Tên hàng" là điều khoản quan trọng bậc nhất trong việc xác định đối t- ợng hợp đồng.

- Tên thông th- ờng của hàng hoá đ- ợc ghi kèm với tên th- ơng mại và tên khoa học của nó, ph- ơng pháp này đ- ợc dùng trong buôn bán hoá chất, cây giống, con giống.
- Tên hàng đ- ợc ghi kèm với địa danh sản xuất ra hàng đó. Ph- ơng pháp này đ- ợc dùng trong mua bán những hàng thổ sản, đặc sản.
- Tên hàng đ- ợc ghi kèm với tên nhà sản xuất ra hàng hoá đó. Ph- ơng pháp này đ- ợc dùng nhiều trong mua bán những sản phẩm nổi tiếng của một nhà sản xuất nhất định.
- Tên hàng đ- ợc ghi kèm với quy cách chính hoặc tính năng chủ yếu của hàng hoá đó, ví dụ nh- : xe vận tải 25 tấn hoặc phim ảnh 34 mm...
- Tên hàng đ- ợc ghi kèm với công dụng của hàng đó, ví dụ giấy in báo...
- Tên hàng đ- ợc ghi kèm với số hiệu hạng mục của danh mục hàng hoá thống nhất đã đ- ợc ban hành.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh (tiếp)

2. Giao dịch về chất l- ợng hàng hoá mua bán

Chất l- ợng hàng hoá rất phức tạp. Trong nhiều tr- ờng hợp phải dùng máy móc, thiết bị hiện đại mới xác định đ- ợc

Các ph- ơng pháp giao dịch đàm phán về chất l- ợng:

+ Chất l- ợng theo mẫu. Theo ph- ơng pháp này chất l- ợng hàng hoá đ- ợc xác định căn cứ vào chất l- ợng của một số ít hàng hoá gọi là mẫu hàng do ng- ời bán đ- a ra và ng- ời mua thoả thuận.

Bạn đi may một cái áo. Ng- ời thợ may cắt một mảnh vải nhỏ đính vào giấy hẹn làm mẫu. Khi nhận áo bạn so áo của bạn với mẫu vải xem có đúng chất l- ợng không.

+ Chất l- ợng theo tiêu chuẩn quy định. Khi giao dịch đàm phán lấy th- ớc đo chất l- ợng theo các quy định của Nhà n- ớc hoặc quốc tế. Ví dụ mua bán xi măng mác P300 theo TCVN 140/84, hoặc theo tiêu chuẩn quốc tế ISO.

+ Chất l- ợng dựa theo nhãn hiệu hàng hoá: ví dụ chè "Thanh H- ơng" khác chất l- ợng với chè "Hồng Đào".

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh (tiếp)

3. Giao dịch về số l- ợng hàng hoá mua bán

Tr- ớc hết, *phải xác định rõ đơn vị tính số l- ợng*

Thứ hai, *ph- ơng pháp quy định số l- ợng: bên bán và bên mua quy định cụ thể số l- ợng hàng hoá giao dịch. Bên bán và bên mua quy định một cách phỏng chừng về số l- ợng hàng hoá giao dịch. địa điểm xác định số l- ợng và trọng l- ợng*

Thứ ba: *ph- ơng pháp xác định trọng l- ợng Trọng l- ợng cả bì, Trọng l- ợng tịnh*

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh (tiếp)

4. Bao bì.

Trong điều khoản về bao bì, các bên giao dịch th- ờng phải thoả thuận với nhau những vấn đề về yêu cầu chất l- ợng của bao bì, ph- ơng thức cung cấp bao bì và giá cả của bao bì.

- Quy định chất l- ợng bao bì phải phù hợp với một ph- ơng thức vận tải nào đó
- Việc cung cấp bao bì đ- ợc thực hiện bằng một trong ba cách d- ới đây, tuỳ theo sự thoả thuận của các bên giao dịch.
  + Một là, bên bán cung cấp bao bì đồng thời với việc giao hàng cho bên mua. Đây là ph- ơng thức thông th- ờng nhất, phổ biến nhất.
  + Hai là, bên bán ứng tr- ớc bao bì để đóng gói hàng hoá, nh- ng sau khi nhận hàng bên mua phải trả lại bao bì.
  + Ba là, bên bán yêu cầu bên mua gửi bao bì đến tr- ớc để đóng gói, sau đó mới giao hàng.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh (tiếp)

5. Giao dịch về giá cả hàng hoá

- Giá cả mua bán phải là giá cả thị tr- ờng.
- Hai bên giao dịch với nhau phải thống nhất về mức giá, ph- ơng pháp xác định mức giá, cơ sở của giá cả và việc giảm giá.
- Trong giao dịch th- ơng mại, bên bán thách giá và bên mua trả giá.
- Nguyên tắc đặt giá và trả giá trong giao dịch : thách giá phải cao và nh- ợng bộ phải từ từ.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh (tiếp)

6. Giao dịch về thời hạn và địa điểm giao hàng

- *Nội dung cơ bản của thoả thuận giao hàng là sự xác định thời hạn và địa điểm giao hàng, sự xác định ph- ơng thức giao hàng và việc thông báo giao hàng.*
- *Thời hạn giao hàng là thời hạn mà ng- ời bán phải hoàn thành nghĩa vụ giao hàng.*
- *Việc lựa chọn địa điểm giao hàng có liên quan chặt chẽ đến ph- ơng thức chuyên chở hàng hoá và điều kiện cơ sở giao hàng*
- *Thực tiễn giao dịch về mua bán hàng hoá làm nẩy sinh ra nhiều ph- ơng thức giao hàng.*
- *Giao nhận về số l- ợng là xác định số l- ợng thực tế của hàng đ- ợc giao bằng các ph- ơng pháp cân, đo, đếm*
- *Giao nhận về chất l- ợng là việc kiểm tra hàng hoá về tính năng, công dụng, hiệu suất, kích th- ớc, hình dáng và các chỉ tiêu khác của hàng đó để xác định sự phù hợp giữa chúng với quy định của hợp đồng*

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

I Nội dung đàm phán kinh doanh (tiếp)

7. Thanh toán và kết thúc giao dịch.

- Hai bên phải thống nhất với nhau về ph-ơng thức thanh toán. Bàn bạc thống nhất về điều kiện và thời gian thanh toán. Trách nhiệm và quyền lợi hai bên trong thanh toán phải rõ ràng. Hai bên cùng thoả thuận hàng trong giao dịch mua bán.

- Quy định với nhau về thời hạn kết thúc giao dịch, chuẩn bị cho lần giao dịch mới.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

Chương 8

Nội dung, phương thức và các chiến lược đàm phán trong kinh doanh

I. **Nội dung đàm phán kinh doanh**

II. *Các phương thức đàm phán kinh doanh*

III. *Chiến lược đàm phán kinh doanh*

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

Chương 8

Nội dung, phương thức và các chiến lược đàm phán trong kinh doanh

I. *Nội dung đàm phán kinh doanh*

II. **Các phương thức đàm phán kinh doanh**

III. *Chiến lược đàm phán kinh doanh*

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

II. Các phương thức đàm phán kinh doanh (tiếp)

2. Đàm phán qua điện thoại, điện tử tin học

- Ph- ơng thức đàm phán qua điện thoại ngày càng trở nên phổ biến. sử dụng để thoả thuận các chi tiết nhỏ trong hợp đồng, hoặc hợp đồng kinh doanh đơn giản với quy mô nhỏ

. Ưu:

+ Ưu điểm nổi bật của ph- ơng thức này là tiết kiệm đ- ợc thời gian, nó cho phép ta nắm bắt đ- ợc cơ hội kinh doanh nhanh chóng

+ Đàm phán qua mạng Internet cho phép đàm phán đa ph- ơng, song ph- ơng với đặc điểm và thời gian trải rộng toàn cầu. Qua mạng Internet giúp các bên hiểu rõ nhau, nắm đ- ợc nhu cầu của nhau.

+ Đàm phán qua mạng Internet cho phép đàm phán đa ph- ơng, song ph- ơng với đặc điểm và thời gian trải rộng toàn cầu. Qua mạng Internet giúp các bên hiểu rõ nhau, nắm đ- ợc nhu cầu của nhau.

- Nhược:

+ Nếu đàm phán kinh doanh qua điện thoại thì không có gì làm bằng chứng hợp pháp cho sự thoả thuận của các bên.

+ Đàm phán qua INTERNET Điểm hạn chế là chi phí lớn, nhiều nhà kinh doanh và những cuộc đàm phán nhỏ không thể thực hiện đ- ợc.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

II. Các phương thức đàm phán kinh doanh (tiếp)

3. Đàm phán trực tiếp

+ Đàm phán trực tiếp truyền thống là sự gặp gỡ mặt đối mặt giữa các bên để thoả thuận các điều khoản trong hợp đồng

+ Ưu: Ph- ơng thức đàm phán trực tiếp đẩy nhanh tốc độ giải quyết và nhiều khi là lối thoát duy nhất cho những cuộc đàm phán qua th- tín, điện thoại điện tử đã kéo dài lâu mà vẫn ch- a vẫn đạt kết quả.

+ Nhược: Ph- ơng thức đàm phán trực tiếp đòi hỏi chi phí cao cho các hoạt động đón tiếp, đi lại và ăn ở của đối tác.

Công nghệ điện tử viễn thông phát triển đã đ- a vào khái niệm truyền thống về gặp gỡ trực tiếp những nội dung và hình thức mới.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

II. Các phương thức đàm phán kinh doanh (tiếp)

Để đạt đ-ợc thành công trong đàm phán kinh doanh thì các ph-ơng thức đàm phán trên cần đ-ợc sử dụng kết hợp và bổ sung cho nhau.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

1. Những chiến l-ợc thích hợp để đi đến một thỏa thuận hợp tác.

Chiến l-ợc 1: Xây dựng lòng tin và chia sẻ thông tin.

- Tạo dựng niềm tin giữa các đối tác sẽ bảo đảm tiến tới những thoả thuận phù hợp cho cả hai bên.

- Lòng tin và chia sẻ thông tin sẽ đem lại những hiệu ứng tốt cho các bên đàm phán.

- Sự tin t-ởng lẫn nhau không chỉ đ-a lại sự tốt lành trong quá trình đàm phán mà còn dẫn tới sự triển khai thực hiện các cam kết tốt hơn, hợp tác thực thi có hiệu quả hơn.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

1. Những chiến l-ợc thích hợp để đi đến một thỏa thuận hợp tác. (tiếp)

Chiến l-ợc 2: Hỏi thật nhiều câu hỏi.

- Một chiến l-ợc đơn giản là hỏi thật nhiều câu hỏi, điều đó giúp cho chúng ta có đ-ợc rất nhiều thông tin

- Để đàm phán có hiệu quả, nhà quản lý cần tìm hiểu ý kiến của phía đối tác

- Chúng ta sẽ học đ-ợc nhiều qua những điều đ-ợc nói ra lẫn không nói ra.

Thà chúng ta không nhận đ-ợc câu trả lời còn hơn là ta không đặt câu hỏi.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

1. **Những chiến l-ợc thích hợp để đi đến một thỏa thuận hợp tác. (tiếp)**

Chiến l-ợc 3: Đ-a ra một vài thông tin

Khi mà nhà lãnh đạo không muốn nói cụ thể về kỹ thuật, công nghệ hoặc giá cả thì họ có thể cung cấp những thông tin quan trọng liên quan về phía họ.

khi chúng ta đ-a ra một vài thông tin họ cũng sẽ đ-a lại cho ta những thông tin cần thiết

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

1. **Những chiến l- ợc thích hợp để đi đến một thỏa thuận hợp tác. (tiếp)**

Chiến l- ợc 4: Cùng lúc đ- a ra rất nhiều những lời đề nghị.

Rất nhiều nhà quản lý cảm thấy không thoải mái khi phải trả lời tr- ớc khi họ có đủ những thông tin cần thiết. Thông th- ờng thì họ đ- a ra một đề nghị

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

1. Những chiến l-ợc thích hợp để đi đến một thỏa thuận hợp tác. (tiếp)

Chiến l-ợc 5: Tìm kiếm cách giải quyết hậu quả.

Nhà quản lý có thể tiến hành quá trình giải quyết hậu quả mà không nhờ đến ng-ời thứ ba ở b-ớc cuối cùng để chắc chắn rằng họ đạt đ-ợc một thỏa thuận chung. Sau khi thỏa thuận ban đầu đã đạt đ-ợc, chúng ta nên tiếp tục tìm kiếm giải pháp mà có lợi hơn cho cả hai bên hoặc đồng ý chấp nhận quay lại thỏa thuận ban đầu nếu không tìm thấy giải pháp tốt hơn.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

2. Sử dụng linh hoạt chiến thuật trong đàm phán trực tiếp.

- Các chiến thuật đàm phán là những công cụ của nhà đàm phán. Nhà đàm phán sử dụng những công cụ này để đạt đ- ợc mục tiêu của mình.
- Mục tiêu đàm phán là đi đến một hợp đồng hay một sự nhất trí
- Những chiến thuật sau cần đ- ợc vận dụng linh hoạt để tránh đổ vỡ trong các cuộc đàm phán trực tiếp:
  - + Chuẩn bị kỹ và l- ờng tr- ớc các khả năng có thể sẩy ra
  - + Xúc tiến và theo sát những đề nghị của đối tác.
  - + Làm thay đổi sự chú ý.
  - + Sử dụng các câu hỏi có hiệu quả.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

III. Chiến lược đàm phán kinh doanh

2. Sử dụng linh hoạt chiến thuật trong đàm phán trực tiếp. (tiếp)

+ Chiến thuật trả lời câu hỏi một cách đúng đắn cũng quan trọng nh- chiến thuật đ- a ra các câu hỏi một cách đúng đắn
+ Một nhà đàm phán thành công biết khi nào trả lời, khi nào không trả lời, khi nào trả lời rõ ràng và khi nào trả lời mập mờ. Đối với các câu hỏi đàm phán, câu trả lời đúng là câu trả lời giúp xúc tiến các chiến thuật đàm phán hay chiến l- ợc dài hạn.
+ Sử dụng những tuyên bố tích cực có tính khích lệ.
+ Biết lắng nghe
+ Hãy tôn trọng và ân cần với đối tác.
+ Không bao giờ cho không bất cứ cái gì.
+ Lợi ích không bao giờ chia đều cho cả hai phía.

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt