

# 商务合理报价及技巧

报价看似是个很简单的问题，其实不然。报价太高，会把客人吓跑，太低了自己又吃亏，只有一个合理专业的报价，才能为我们赢来更多的客户。

怎样才能做到合理报价呢；这里是有一定技巧的。

企业成立之初，必要的准备工作做完后，便要考虑如何向外推广业务。这时，你的业务开展得是否顺利，订单量签得是否够大，如何跟客户报价是重要因素。在跟客户报价之前，首先要清楚两方面的因素——客观因素和主观因素，只有充分考虑到这两方面的因素，才能制定出较为合理的、自己能接受的价格底线，然后才能向客户报价。

## 客观因素

兵家常说：知己知彼，百战不殆。首先，你要尽可能先从多方面了解客户的情况，这样才有助于你有的放矢地对他进行针对性的报价，即“个性报价”。比方说，如果一个客人向你询价，你就应先了解这个客户是哪个国家、哪个城市的，是否属于你们产品的销售群体，其主要的产品经营范围及销售方式，是批发、零售还是邮购，是大客户还是小的中间商，他的购买能力及诚意，他对产品的熟悉程度等等，以这些为基础资料建立一个详尽的客户档案，再根据以下这几个大众性的原则，最后报出价格：

1. 如果对方是大客户，他的购买力较强，你可适当将价格报高一点，

反之偏低。

2. 如果客户对该产品和价格都非常熟悉，建议你采用“对比法”，在跟他谈判时，突出自己产品的优点、同行的缺点，价格再接近底价，才有可能从一开始就“逮”住客人。

3. 如果客户性格比较直爽，不喜欢跟你兜圈子讨价还价，你最好还是一开始就亮出自己的底牌，以免报出高价一下子把他给吓跑。

4. 如果客户对产品不是很熟悉，你就多介绍一些该产品的用途及优点，价格不妨报高一点。

5. 如果有些客户对价格特别敏感，每分每厘都要争，而他又很看中你的产品，你一定要有足够的耐心，跟客人打一场“心理战”，询问或揣摩一下客人的目标价格，再跟自己能给到的底价比较一下差距有多大。比如他的目标价格是 12 元，而你能承受的价格是 13 元，你最好报 14 元，还价时你可分多步骤走，先让多一点，让客人看到希望，接着的让利一步步减小，千万不可以一步到位，而应步步为营，让客人慢慢尝到甜头，看到希望，但又要通过艰苦努力获得，让客人最后有一种赢了的感觉。

请记住，一定不要一开始就直接给客户最低的报价，因为如果你在谈判结束之前就全盘让步，最后时刻你手中就没有调动买方的砝码了。

### 主观因素

产品价格的高低跟它的质量和供求关系等息息相关。报价之前，你首先要对自己的产品及价位、主要目标市场、同类产品及其价格做一个充分

的了解。一般情况下是这样的：

1. 如果你的产品质量相对更好，报价肯定要更高。
  2. 如果你的产品在市场上供不应求，当然也可以报更高的价。
  3. 如果你的产品是新产品，款式又比较新颖，通常报价比成熟的产品要高些。
  4. 即使同一种产品，在不同的阶段，因受市场因素和配额等影响，报价也不尽相同，一定要多方了解有关信息，锻炼出敏锐的嗅觉。
- 除了这两点因素，在报价时，还有一些技巧可以运用。

### 报价技巧

如果你的产品价格较高，在报价时，就要想办法使客户充分认识到你的产品在其它方面的优势。

另外，报价的同时还应将交货期、付款方式、订单数量等主要交易条件一同推出，即不要只限于价格一个问题，而应将其它条件作为互动。客户可能对交货期非常重视，本来你报的交货期为 35 天，而客户提出 30 天交货。在可行的情况下，你可以满足客人的交货期，但以交货期限太紧张为由，适当提高一下价钱，这时对方也有可能接受，你就能为自己多争取到一分利润。