一、背景介绍

雪花啤酒（华润雪花啤酒（中国）有限公司）是一家生产和经营啤酒的全国性的专业啤酒公司，于1994年在北京成立。华润雪花啤酒在中国经营98家啤酒厂，旗下含雪花啤酒品牌及30多个区域品牌。2016年华润雪花啤酒总销量达到1171.5万千升，共占有中国啤酒市场约26%的份额。华润雪花继2011年企业总销量突破1000万吨后，2013年雪花啤酒品牌销量达到1062万吨，企业总销量与雪花品牌销量连续四年突破双千万吨。

2017年4月11日，北京的品牌评级与品牌顾问机构chnbrand发布2017年第7届中国品牌力指数SM(C-BPI)品牌排名和分析报告，该品牌评价制度连续数年获得工业和信息化部品牌政策专项资金的支持，其中雪花啤酒品牌，力连长行业第一，这也是雪花啤酒连续第4年获得该项殊荣。2017年4月17日，华润雪花啤酒中国有限公司的啤酒二氧化碳高效优质回收与利用及示范项目，获中国酒业协会科学技术进步奖一等奖。这也是该奖项唯一的一等奖。

青草有限公司

成立时间：xx

所在城市：xx

注册资本：xxxx人民币

法定代表人：青草

企业类型：有限责任公司(外国法人独资)

组织机构代码：567267283

经营范围：生产、销售啤酒及其副产物、饮料；旧啤酒包装物的回收。

二、谈判主题

通过这次的谈判机会和对方取得合作，达到双赢。对陈列面积，陈列费用和合作期限与LGW连锁超市（乙方）达成合作，并发展为合作对象。

三、谈判团队

乙方谈判团队

谈判人员：……

我方谈判团队

谈判人员：……

四、关于啤酒陈列面积和费用

1.我方关于啤酒的陈列面积有，A方案：货架两层各占一米，堆头占地一平方米，无需端头。B方案：货架两端头各占一排，堆头占地两平方米。

2.陈列费用：货架每层最高价2500元，堆头每年最高价4500元，端头每年最高价3000元。

3.双方的权利和义务：

甲乙双方皆承认对方为自己的战略合作的伙伴，并在该连锁超市摆放甲方商品，乙方须对商品的摆放整齐，定期清洁、清点；

甲乙双方授权合作方在其连锁超市内摆放该商品，经双方协议后方可进行销售；

乙方在销售过程中应该遵循彼此协议好的价格，不得随意出售过高的价格；

甲乙双方必须尊重合作方的想法，未经合作方同意，另一方不得做出侵害对方利益的事情，一旦有此行为，被侵害方有权单方终止合作并视情节选择要求对方承担损害赔偿的方式。

五、谈判目标

最低限度目标:

1.用最短的谈判时间，与乙方确立合作关系。

2.与乙方协商的陈列面积不能过小。

3.争取与乙方达成三年以上的合作协议。

4.在扩大我们雪花啤酒销售量的同时，进而提高我们啤酒的知名度，在广大消费者心中树立良好的形象。

最优目标:

1.用最短的谈判时间，与乙方确立合作关系。

2.货架，堆头都有我们雪花啤酒的一定的摆放位置。

3.争取与乙方达成五年以上的合作协议。

4.合作一年以后，能增加我们雪花啤酒的摆放面积，降低陈列费用。

5.在扩大我们雪花啤酒销售量的同时，进而提高我们啤酒的影响力，在消费者心中树立良好的影响，以实现双赢。

六、双方优劣分析

1、我方优势

（1）品牌知名度高

（2）酒精含量小，口感好

（3）拥有很知名的代言人，有利于产品的销售

（4）价格低，在平顶山的目标客户众多

（5）品牌悠久，用户忠诚度高

2、我方劣势

（1）啤酒行业竞争很激烈

3、乙方优势

（1）基于平顶山范围看，是知名度、市场占有率最高的超市

（2）超市服务人员素质高

（3）受众多，目标客户群体庞大，顾客群体年龄跨度大

（4）有雄厚的资金实力作为后盾

七、谈判策略

（一）谈判准备阶段

1.明确对方谈判人员构成，乙谈判人员有：耿苗（总经理）、王婷（销售总监）、路瑞祥（财务总监）。

2.搜集平顶山LGW连锁超市的信息资料，查询最近的动态，做到知己知彼。根据搜集到的对方谈判人的姓名、兴趣、工作经验和对对方投资金的资料进行分析，以便使用恰当的谈判方法。

3.准备销售计划书，表达我们的诚意，尽量突出我方的优势之处，以及双方销售的一些好的销售方案，以此来获得谈判方的信任。

4.准备合作合同，先准备合同初稿，以便谈判成功后及时地签订合约。

（二）开局阶段

方案一：不急于谈工作，先与对方代表保持良性关系，通过交流增进双方情感，通过兴趣、进来状况、新闻热点来引出话题，与对方建立情感上的联系，营造和谐氛围。合适的夸赞对方，与对方形成情感的共鸣，慢慢的把对方引入较为融洽的谈判气氛中，为进一步深入的谈判做好铺垫。

方案二：在交谈的过程中，如果对方态度强硬，我方采取更加强硬的态度，增强自信心，尽量争取对我方有利的部分或者达成共识。

（三）中期阶段

1.首先就啤酒陈列面积进行洽谈，以满足我方的最低要求为限，提出更加有利于我方的条件。若乙方为满足我方提出的陈列面积，对方需提出一定的条件，我方可降低要求；灵活应变；

2．进行陈列价格的谈判，对方报价太高，拿出与之同等地位超市的报价，给对方施加压力，已达到降价的目的。介绍我方优势，表明诚信合作意向，争取到更多利益。

3.双方的权利和义务的谈判，符合正常规定的我方接受；违背我方意愿的，我方拒绝接受，用强硬的态度给对方施加压力。

4.运用谈判技巧，打破谈判困境，在必要的时候做出适当妥协。

（四）休局阶段

如若在中期的谈判阶段一些问题没有达成共识，根据实际情况对原有方案进行调整。或者暂时转移话题，稍作松弛，顺便借此时机，调整心态，整理好有利的谈判资料。如果在谈判过程中确实无话说，则应当机立断，暂时中止谈判，稍作休息后重新进行。

（五）最后谈判阶段

再一次突出我方的优势所在，以及针对他们的不满意之处进行调整，运用折中调和策略。根据对方对我方谈判项目的感兴趣程度，把握最后的让步幅度，使用最后通牒策略。最后明确最后谈判结果，与对方再次确定最终报价，出示会议记录和合同范本，请对方确认并正式签下合同。