

# 電話行銷與談判技巧

主講人：謝秦強

現任：陽信銀行經理

逢甲大學兼任講師

南台科技大學兼任講師

# 2008-全球金融 最黑暗的一年

## 金融海嘯吞噬全球經濟

- 2008.03 美國第五大投資銀行貝爾斯登垮台
- 2008.07 房地美、房利美爆出無力清償
- 2008.07 美國第二大房貸銀行Indy Mac宣告破產，當時已有11家銀行破產
- 2008.09 全美第三大投資銀行美林以500億美元賣給美國銀行  
第四大銀行美聯銀行由富國銀行收購
- 2008.09 全球保險巨擘、全美最大保險公司：美國國際集團(AIG) → 發生財務危機。由美國聯邦儲備局提供850億美元的緊急救助貸款，防止AIG陷入破產。
- 2008.11 花旗集團操作CDO(債務抵押債券)失利，財報出現嚴重虧損，  
■ 需由美國政府投入200億美元，出面擔保花旗資產。
- 冰島：全球最富裕國(國民所得平均6萬美元)之一 → 瀕臨破產
- 美國三大汽車公司通用、福特與克萊斯勒申請紓困

# CDO & CDS

- 過去在美國，貸款是非常普遍的現象，從房子到汽車，從信用卡到電話帳單，貸款無處不在。當地人很少一次現金買房，通常都是長時間貸款。可是我們也知道，在美國失業和再就業是很常見的現象。這些收入並不穩定甚至根本沒有收入的人，他們怎麼買房子呢？因為信用等級達不到標準，他們就被定義為次級貸款者。在這樣的誘惑下，無數美國市民毫不猶豫地選擇了貸款買房。

房地產市場也是有風險的，於是找到美國財經界的領頭大哥--投資銀行。於是經濟學家、財務工程人員，大學教授以資料模型、隨機模擬評估之後，重新包裝一下，就弄出了新產品--CDO（注：Collateralized Debt Obligation，債務抵押債券），說穿了就是債券，通過發行和銷售這個CDO債券，讓債券的持有人來分擔房屋貸款的風險。於是投資銀行把它分成高級和普通CDO兩個部分(trench)，發生債務危機時，高級CDO享有優先賠付的權利。

這樣兩部分的風險等級分別變成了4和8，總風險不變，但是前者就屬於中低風險債券了，可是剩下的風險等級8的高風險債券怎麼辦呢？

於是投資銀行找到了避險基金，避險基金又是什麼人，那可是在全世界金融界買空賣多、呼風喚雨的角色，過的就是刀口舔血的日子，於是憑藉著關係，在世界範圍內找利率最低的銀行借來錢，然後大舉買入這部分普通CDO債券，2006年以前，日本央行貸款利率僅為1.5%；普通CDO利率可能達到12%，所以光靠利差避險基金就賺得滿滿滿了。這下又把避險基金樂壞了，他們是什麼人，手中有1塊錢，就能想辦法借10塊錢來玩的土匪啊，現在拿著搶手的CDO當然要大幹一票！

於是他們又把手中的CDO債券抵押給銀行，換得10倍的貸款操作其他金融商品，然後繼續追著投資銀行買普通CDO。

投資銀行實在心理不爽啊，除了繼續悶聲買避險基金和賣普通CDO給避險基金之外，他們又想出了一個新產品，就叫CDS（註：Credit Default Swap，信用違約交換）一般投資人不是都覺得原來的CDO風險高嗎，那我弄個保險好了，每年從CDO方面拿出一部分錢作為保險費，白白送給保險公司，但是將來出了風險，大家一起承擔。

以AIG為代表的保險公司想，不錯啊，眼下CDO這麼賺錢，1分錢都不用出就分利潤，因為"聰明"的華爾街人又想出了基於CDS的創新產品！

找更多的一般投資大眾一起承擔，我們假設CDS已經為我們帶來了50億元的收益，現在我新發行一個基金，這個基金是專門投資買入CDS的，顯然這個建立在之前一系列產品之上的基金的風險是很高的，但是我把之前已經賺的50億元投入作為保證金，如果這個基金發生虧損，那麼先用這50億元墊付，只有這

# 無薪假、裁員潮、中小企業倒閉

- 無薪假：台塑四寶、竹科大廠(如：台積電)實施無薪假
- 金融機構裁員潮：花旗、萬泰、台新、匯豐、元大...  
今年過年最怕聽到的祝賀詞：~裁員滾滾~！！
- 電子大廠裁員潮：鴻海、奇美電、聯電、勝華、彩晶
- 中小企業倒閉潮：
  - 1· 2008年以前：每年2萬家左右，超過3萬家已算破紀錄
  - 2· 2008年1至10月：倒閉家數已經接近5萬家

# 馬多夫事件

- 前那斯達克證交所董事長馬多夫（Bernard Madoff）詐騙案，重量級受害者陸續浮上檯面。遭到詐騙的投資人不乏老練的投資機構，連精通財務的金融公司負責人也被騙走身家財產。

馬多夫在華爾街打滾半世紀，長袖善舞，在紐約曼哈頓與佛羅里達的上層社交圈中相當有名。華爾街日報報導，曝光的受害大戶有紐約大都會隊老闆威爾彭（Fred Wilpon），GMAC金融公司董事長莫金（Ezra Merkin），以及費城老鷹隊前老闆布拉曼（Norman Braman）。

法國巴黎銀行、瑞士銀行與野村控股這些大型金融集團也受牽連。由於馬多夫多年的「績效」卓越，野村開始在海外幫馬多夫募集投資人。西班牙媒體報導，西班牙國際銀行（Santander）可能有32億美元曝險金額，受害者是一般投資戶。

但是受害最重的還是避險基金，這些避險基金募集投資人款項後，交給馬多夫管理。Fairfield Greenwich公司上月初申報有75億美元在馬多夫的帳戶，Kingate全球基金與Tremont資本管理公司都可能有數億美元損失，Maxam資本管理公司損失2.8億美元。

一位避險基金業界人士說，許多美國的產業龍頭都把馬多夫當成高孳息的現金帳戶使用，非常多大學、慈善機構以及大型避險基金也都仰賴馬多夫這個投資管道。受害者將非常廣泛。

紐約曼哈頓法庭已經凍結馬多夫的公司資產，並且指派管理人。許多投資人已經提起集體訴訟。但專家表示，清算處分過程將歷時數年。根據法庭文件，聯邦調查局幹員稱馬多夫透露的損失金額達500億美元。但是依照根據馬多夫先前的申報數字，該公司管理總資產僅有170億美元。

馬多夫的行騙手法是所謂的「龐氏騙局」，侵佔後來投資人的本金，當成投資收益，發給先前投資人。

基金業專家表示，馬多夫一開始應該不是刻意設局詐騙，他可能是在承受意料之外的損失後，才開始侵吞投資人款項，掩蓋虧損狀況。總損失金額可能在200億美元左右。

# 馬多夫事件之省思

- 馬多夫詐騙案越滾越大 匯豐損失340億台幣成最大受災戶
- 前那斯達克證交所董事長馬多夫詐騙地雷，台灣受影響之金融機構包括匯豐控股集團，目前初步曝險部位就高達十億美金，相當於340億台幣，另外台灣的國泰人壽和宏泰人壽也有份，曝險金額加起來也有4.7億台幣。
- 目前估計，已經有40多家機構踩到馬多夫地雷，損失金額加起來高達243億美元，而且恐怕還不到實際金額的一半，
- 對理財、授信案務求謹慎，多方面收集資訊，對不瞭解事務需多方求證，研判風險之所在。

# 電 話 行 銷

- 壹、成功是可以Copy的
- 貳、何謂「電話行銷」？
- 參、Call客之電話來源
- 肆、Call客前之心理建設
- 伍、電話行銷之技巧
- 陸、結論

# 壹、成功是可以Copy的

一、成功要講求方法

二、向前輩及同業學習

三、小兵也可立大功



## 貳、何謂「電話行銷」？

- 一、以電話開拓客戶：節省人力及時間、提高拜訪次數、避免被拒絕之尷尬。
- 二、以電話代替DM：主動出擊(新商品、新服務)
- 三、以電話服務客戶：主動報價(利率、匯率等)
- 四、以電話維繫客戶：致謝、致歉、溝通、協調
- 五、藉電話話術帶給客戶喜悅、希望、信賴

# 「電話行銷」簡介

- 電話行銷的功能與種類
- call out的黃金時間
- 電話禮儀
  
- 電話行銷銷售技巧
- 傾聽/詢問/回答技巧
- 電話行銷的輔助工具  
(Email or Fax )
- 電話行銷後的客戶管理

# 參、Call客之電話來源？

- 一、剪報：報紙徵才廣告
- 二、溶入生活當中：上下班沿途、逛街、搭車、日常用品包裝紙袋
- 三、104人力網站：徵才公司之電話
- 四、企業名錄：Top 500、社團、公會、縣市政府企業策進會
- 五、電話簿
- 六、參加聚會：交換名片
- 七、請客戶介紹：同業、協力廠、上下游廠商
- 八、深耕舊客戶：震旦行之經經驗，大部份訂單來自舊客戶。

# 肆、Call客前之心理建設

(熱愛的心、堅定的心、自信的心、企圖的心)

- 一、每天告訴自己：我很愛打電話
- 二、我熱愛我的工作-電話Call客
- 三、要堅持下去，絕不輕易放棄
- 四、我不怕拒絕，Call客一定成功

# 伍、電話行銷之技巧(一)

- 一、心平氣和時寫下話術
- 二、互相對話與試聽
- 三、熟練話術後才打電話
- 四、面帶微笑打出電話
- 五、把握黃金三分鐘

# 伍、電話行銷之技巧(二)

六、不要先報價，爭取拜訪機會

七、未找到Key man勿表明身份

八、按流水號打電話

九、於適當時間打電話

1、上午10:00~10:30(避開早餐、早會)

2、下午14:00~16:00(避開午餐、午休)

3、下午17:00以後

十、打第二次電話：

1、給客戶(您)請安

2、可以去拜訪您嗎

# 陸、結論

- 一、依據統計：一天中有效電話約48通，每天設定打50通最適當，打太多易疲乏，打太少效果不佳。
- 二、工作態度要敬業、工作精神要認真
- 三、每天尋找20個目標客戶
- 四、強迫自己每天至少拜訪1~2個客戶(要有行動)
- 五、打電話後：
  - 1、傳真或寄送資料
  - 2、連絡拜訪
  - 3、激勵自己：拿起電話、面帶微笑、再Call一次或Call另一個客戶吧！
- 六、活用80/20法則：百分之80的業績來自百分之20的人
- 七、傾聽消費者需要及抱怨

# 討論

掌握電話行銷(TM)的成功元素

解決電話行銷失敗的8大問題

勇於嘗試：電銷人員的心理建設

知己知彼：掌握客戶需求，找對  
Mr.Right

工欲善其事必先利其器：說帖擬  
定、SOP、電訪記錄

持續電銷的關鍵：情緒管理技  
巧、壓力管理

黃金30秒的開場話術技巧

三分鐘商品解說／銷售技巧

主動出擊：誘導客戶提問的話術技巧

即時反應：聽出問題，精準解讀實際需求

化危機為轉機：當客戶說NO時的應對技巧

預約美好的未來：用電話爭取拜訪機會



## ■ 電話行銷的必備信念

一般銷售員對電話行銷的誤解是：電話是爲了預期客戶面對面會談的代理者的觀念。然而在頂尖的推銷員眼中，電話線那頭生疏的聲音，是不能與有效的面對面的表現相比較的。

下面是一些非常有效的電話行銷信念。擁有這些信念，你的電話行銷一定會成功。

- 一、我一定要和任何跟我通電話、我確認要見面的、有趣的人會面；
- 二、我所接聽到的每一個電話都可能是一次寶貴的交易機會；
- 三、我所撥出的每一通電話，都可能爲客戶帶去巨大的幫助。我從事的一種崇高的幫助人的行業。我的客戶可能正焦頭爛額，而我提供的諮詢恰恰是我的客戶所需要的；
- 四、我的每一通電話不是要獲得交流，而是爲了獲得與客戶見面的機會。有機會你就默念它們，牢記它們，重複的次數越多，越能深入到你的潛意識中。

## ■ 電話行銷突破接待人員的8個策略（一）

我們的銷售人員在電話行銷中遭受到接待人員阻攔而得到的挫折太大了。接待人員總是擋在我們和決策者進行實質接觸的大門之外。在這裏提供你一些訣竅，讓你利用人性和心理學，增加突破的機會，獲得見面的機會。你還可以選擇你個人風格的方法，或者根據對方的反映隨機應變。

### 1、克服你的內心障礙；

不妨瞭解你為什麼對於沒法突破接電話的人，會覺得心理很惶恐：

是否因為過去的經驗造成的心理障礙；必須突破這種心理障礙；

是否從小就被教導："跟陌生人通電話要客氣。"

否覺得買方公司是你的衣食父母，你不敢輕易冒犯。

你是否站在接電話的人的角度思考，想像他將如何拒絕你。如果你這樣想，就變成了兩個人在拒絕你。

### 2、注意你的語氣--好象是打給好朋友；

"早安，請問張先生在嗎？"不要說："我是XX"要說出公司的名稱。不要說"我是XX的XX人"，如果接電話的人說出他自己的名字，就說："嗨，李小姐，請問張先生在嗎？"

### 3、將接待人員變成你的朋友；

你以平常的開場白說："早安！我是XX，我想跟張先生談談，請問您尊姓大名？"

接電話的人說："我是他的秘書，李小姐。"

你說："假如你是我，而你必須跟張先生談談，你要怎麼辦呢？"

### 4、避免直接回答對方的盤問；

接電話的人通常會盤問你三個問題：你是誰？你是哪家公司？有什麼事情？如果你不直接回答這些問題，他們就不知道該怎麼辦。你或許該這樣回答：

我很想告訴你，但是這件事情很重要，我必須直接跟他說。

我也不確定。

你覺得這會講很久嗎？我是打長途電話呢！

喂喂，你那邊在下雨嗎？

## ■ 電話行銷突破接待人員的8個策略（二）

### 5、使出怪招，迂回前進；

讓接電話的人措手不及，不要讓自己聽起來就象推銷員，要使出些怪招讓對方失去戒心。

例如：

對方："這是某某公司，您好！"

你："嗨！張先生在嗎？"

對方："請問你是哪家公司？"

你："我也不知道，所以我就打電話找她。"

對方："你要推銷什麼？"

你很迷惑地說："我實在搞不懂。"

對方提高聲音再問一次："你要推銷什麼嗎？"

你還是很迷惑地說："有沒有可能是李勇要賣東西給我？"

### 6、擺高姿態，強渡難關。

"你跟陌生人講電話都是這樣的嗎？你老闆交代你要這樣嗎？"

"你幫我轉電話之前，還想知道關於我個人什麼事？"

"你為什麼不讓我跟你的老闆說話？"

"你不轉這通電話，公司將會因此而失去賺錢的機會，你願意冒這個風險嗎？"

他，我曾經跟誰談過了。"

### 7、別把你的名字跟電話號碼留給接電話的人。

如果買方不在或是沒空，再找機會試試。"如果你是我，你會再打電話來嗎？""我想我再打電話過來，什麼時間比較恰當？"

### 8、對於語音信箱；

如果是語音信箱，通常不必留下任何訊息。

不過要仔細聽他的聲音，想像以後如何溝通比較好。

如果在語音信箱留話，務必令人印象深刻。

你可以這麼說：

"有三個理由你一定要打電話給我。"

"將這通留言消去，並不能消去你的問題。"

"將這通留言消去，你可能付出很高的代價，你願意冒這個風險嗎？"

你還可以，先留下你的名字和電話號碼，然後在重要事項講一半時切斷電話，好象是電話線突然中斷一樣。

## ■ 電話行銷法則（一）

資訊時代，電話已成為最快捷的銷售工具之一。假設兩個人同時掌握到一個準確的商業資訊，請問你是通過電話馬上行銷快還是去登門自訪銷售快呢？毋庸置疑，今天，講究銷售的速度已顯得多麼地重要，稍有貽誤會便會失去商機，而電話行銷就能做到這一點。

以下是給幾個打電話的建議：

及時接聽。不要讓你的電話響鈴超過三聲而使得打電話的人等待（或掛電話）。

自報家門。報上你的名和姓，讓對方知道接聽電話的人正是他要找的人。

別耍花招。自己的電話最好由你親自接聽。如果你必須由某人為你接別人打入的電話，應該指示那個人做得有策略些。先問"請問你是誰"？然後回答說："噢，是這樣的，某先生（女士）不在。"這是一種拙劣的做法。相反，你的助手應該首先說某先生（女士）不在，然後再問是誰打來的電話。

吐詞清晰。緩慢而清晰的講話--並帶微笑。微笑將會從你的聲音中反映出來。

通報姓名。往外打電話時，應該先說明你是誰。如果你的電話被轉接，則應該向提起分機的任何人重復一次你的姓名。

是否合時。在你開始沒完沒了地講話之前，始終應該問一句"這時候給你打電話是否合適。"

不要讓對方久等。誰也不願意坐到充滿臭氧的環境裏面去等待。如果你絕對是這樣做的話，應該把對方等待的時間限制是20秒以內。

斷線後應重新撥打。假如你的通訊因故中斷，撥叫方有責任重新撥通對方的電話。

迅速回復別人的電話。假如你不能在二十四小時之內回別人的電話，應該讓另一個人代你回復。

說明自己不在辦公室。假如你打算離開辦公室到外地去度長假，可以讓你的語音信箱把有關資訊告訴打入電話的人。

## ■ 電話行銷法則（二）

首先給大家分享一個真實故事：

某晚，有個推銷員在睡夢中突然醒來，因為他想到還有一業務電話未打，於是他馬上起身穿好襯衣，打好領帶才抓起電話去打，他老婆覺得甚是奇怪，就問他："老公，你打個電話還穿得那麼整齊幹嘛，你要出去啊？"她老公回答："我穿好衣服打電話，表示我對顧客的尊重，雖然顧客看不到，但我想顧客能感覺到我對他的尊重。所以，我一定要穿衣服打這個電話。"

成功者就是不一樣，連打電話都是如此。

你不能忽略你未來要打的每個電話。

以下是一些成功的電話行銷觀念，僅供參考：

- 1、你所接聽或撥出的每個電話都是最重要的。
- 2、對方都是你生命中的貴人或你將成為他生命中的貴人。
- 3、我喜歡打電話的對方，也喜歡我打電話的聲音。
- 4、電話是全世界最快的通訊工具。
- 5、我打電話可以達成我想要的結果。
- 6、我下一個電話比上一個電話都有進步。
- 7、因我幫助他人成長，所以我打電話給他。
- 8、我充滿熱忱，我會自己感動，一個感動自己的人，才能感動別人。
- 9、我會成為電話行銷的頂尖高手。
- 10、沒有人會拒絕我，所謂的拒絕只是等於他不夠瞭解，我說話的角度也不是最好的。
- 11、電話是我的終生朋友，我愛電話。

## ■ 打預約客戶電話要記住的三件事

銷售員要充分利用電話，主動給預期客戶打電話。

不要在中午午睡時間打電話給預期客戶，那絕對不是所謂的勇氣或有效的傑出表現。

第一件要你記得的是，你可以總是說："對不起，我打擾你了。" "再見。"

你要記得的第二件事情是：你必須設定成功的目標。

寫下這個目標："我明天早上九點開始開始要打十五個預期電話。"

成功的目標還有如："明天早上九點，我開始電話預期，這項預期電話會持續到我得到三個會面機會來證明我的產品對人們能夠且相信應該購買它為止。"

第三件要記得的事情是，在你開始打電話之前，你必須有一個有效的打電話的公式及好的名單和他們的電話號碼。你成功的機會不會比的公式和你的電話號碼好。如果你在打完十個電話之後得不到激勵，暫停，看看你的名單和公式，考慮作些改變。

## ■ 如何處理預期客戶打進來的電話？

### 1、什麼是接電話的好時機？

最完美的時間，最專業的時間接電話是在電話鈴響的第三聲接起來！如果你在電話鈴聲的第一聲響的間隙中接起來，一些客戶會認為你太憂慮了；如果你在電話鈴響了六到十六次，客戶會認為你不在意生意。

### 2、你的聲音給客戶應創造哪一種想像？

頂尖的銷售員接電話用有點興奮的聲音。他的聲音有些快樂的訊息，有些熱誠。如果你的聲音聽起來象晚期病人的聲音，保證客戶不會想和你見面。這也是為什麼你要在第三個電話鈴響響接起電話的理由之一，因為在第一響時，打斷了你正在做的事情，把你的心緒理清，把你自己的意識提高起來。這是簡單的小計謀。不管你什麼時候聽到電話鈴聲，暫停你手上的事情，立刻閃爍出心靈的想像。

### 3、承認他人的興趣。

讓給你來電的人告訴你他為什麼打電話來。他或她可能會拒絕你的廣告或者問你一些關於特殊項目的事情。你可以這樣回答："是的，先生（女士），我們已經接到好多電話詢問我們的新產品，我們真的很高興。"然後你繼續下一步。

### 4、為名字總結

一個頂尖的推銷員為了許多原因，盡他的力量得到打電話來的人的名字。其中一個原因是因為這樣非常有助於與來電的人建立聯繫。

如果你能用名字叫出他們，最好得到名字的方法很簡單，但正確的話語十分重要，如下：當你回到線上，說："謝謝你的等候。"通常用禮貌來讚揚他們的耐心。然後說："我是....."把你的名字報上去。

停下來一下子，你的來電話的客戶可能會立刻報上他的大名。但是不要嘗試用等待逼他說--只是給他一個機會說出他的名字，如果他那時覺得自然，他會說出來，如果沒有，那就回到原來的溫柔和信心的語調說："請問我可以知道您是哪一位嗎？"你總是知道他們的名字，如果他真的對你和你的公司有興趣，而在詢問購買的問題。

### 5、"刺蝟"技巧"--用問句回答他大部分問題，引導他們會面。

你所要的會面機會可能需要你去他們家裏，可能意味著他們到你的展示或陳列區域去看你公司的產品，也可能是去客戶的辦公室，不管怎樣，你都必須去赴約。當客戶電話來說："你們的影印機可以打折嗎？"

一個頂尖的推銷員不會回答這個問題的有或者沒有。而是他可能說："那一型的影印機正是你要買的吗？"

"是的，正是那種。"

"好，我今天或明天可以跟你多談一點，你要來我們的展示間還是我到你那裏去？"

這是一種"刺蝟"技巧"。

### 6、當約定約會時間時，要重複告訴客戶所有的細節。

當你約會時，什麼事情都可能發生，他們不是完全忘了，就是不能確定你在哪里。他們可能忘記會面時間，可能不記得你的名字，這就是為什麼要在約會時要確認好幾次的原因。注意請他們寫下適當的細節。如："你有沒有隨手的鉛筆？我想要你寫下一些適當的細節。"

適當的細節包括銷售員的姓名、他公司的地點、地址、時間、及任何來電者需要聯絡你資料。

# 談 判 技 巧

壹、何謂談判

貳、影響談判成敗之三要素

參、談判前的準備

肆、談判地點之選擇

伍、如何談判

陸、結論



# 壹、何謂談判

## 一、談判之種類

- 1、政治性談判：國與國間
- 2、商務性談判：客戶間、勞資關係、債權債務關係
- 3、情感性談判：親子間、夫妻間、情侶間

## 二、談判是一種溝通

- 1、談判是具有說服力之溝通
- 2、談判是從衝突中尋找合作，從合作中達成結果。

# 貳、影響談判成敗之三要素

一、時間的限制

二、權力的大小

三、情報的蒐集

# 參、談判前的準備 (一)

## 一、清楚自己的方向與目標

- 1、你需要這個談判嗎
- 2、所得利益是否大於所花時間及金錢
- 3、此時談判是否適當

# 參、談判前的準備 (二)

## 二、了解對手的方向與目標

- 1、時間之壓力
- 2、效果何在
- 3、為何是「他」來談

# 參、談判前的準備 (三)

## 三、擬定策略(充分的準備)

- 1、地點的選擇
- 2、談判的過程：掌握主動
- 3、參加的人員：助力拉進來；阻力勇敢排開

# 肆、談判地點之選擇

- 一、我方指定
- 二、對方指定
- 三、中立地

小結:以逸待勞最好

# 伍、如何談判

- 一、溝通不在於說什麼(What to say)而在於如何說(How to say)
- 二、避免爭辯，爭辯易模糊焦點。
- 三、尊重他人意見，與對方產生共鳴。
- 四、適時讓步，承認錯誤。
- 五、傾聽，讓對方多說，但非沉默不語。
- 六、同情他的想法，勿作情緒性決定。
- 七、以建議代替批評
- 八、勿作人身攻擊，避免流於意氣之爭。
- 九、以己之矛，攻己之盾。

## 陸、結論

- 一、作成書面文件，當場簽署確認。
- 二、書面協議之執行(雙方履行之義務)
- 三、未達成協議，並非失敗。

感謝您的參與及專注！！