

# 《国际市场营销经理人成长训练营》

**【讲师】岳云峰**

**【训练营介绍】**外贸营销是一个团队配合,综合运用各种技能的过程。在每个阶段,由于从业人员的学历、学识、技能、社会阅历、乃至主观能动性的不同,在具体业务中,会表现为以下几种阶段类型:

- 一、刚涉足国际贸易的新人
- 二、已涉足国际贸易营销领域的进门者
- 三、具备比较丰富经验的职业经理人
- 四、海外客户的朋友与顾问

针对每阶段国际贸易从业人员的差异,本训练营提供不同阶段的知识点和技能,具体如下:

**【课时】差异化定制 (2~8 天) ,请酌情选择适合内容**

## **【课纲】**

### **一阶段、海外营销人员业务素养与能力提升**

**【说明】**如果您不太理解客户,希望客户上门送单;当有意向订单时,谈判的内容除了价格却没有太多的共同话题;客户提出的其他问题您也经常让您措手不及,那么您应该有必要花多一些时间来了解本阶段内容。

#### **一、 国际贸易专业知识素养 (1~1.5H)**

- 产品的专业能力

- 海外客户基本特征扫描
- 国际惯例会怎样影响产品价格
- 风险来源辨识
- 风险控制
- 国际贸易法律保护

\*备注：本节包含以下部分内容，但不完全包含：

- 1 《国际贸易术语 INCOTERMS®2010 理解与应用》（6H）
- 2 《国际结算工具与风险控制》（12H）
- 3 《UCP600 重要条款解读与应用》（6H）

## 二、 海外客户服务能力(2~3H)

- 海外营销中的服务欠缺
- 服务意识提升，摆脱服务生的意识
- 如何避免过度服务
- 客户服务的多维度思考
- 国际营销服务过程的把控
- 国际营销服务的关键点

### 三、 国际商务沟通与谈判技能(3~6H)

#### 1.有效沟通

- 涉外沟通注意事项
- 涉外沟通禁忌
- 沟通策略化
- 沟通阶段化
- 沟通精确化
- 沟通精准化

#### 2.海外业务谈判

- 为什么中国的出口谈判大部分都变成谈价格？
- 怕与客户谈价格的原因是什么？
- 作为出口方，一定要降价么？
- 作为进口方，欢迎卖方无条件降价么？
- 解决价格分歧的技巧
- 您在谈判中展示的能力是随机的，还是经过策划的？
- 谈判怎样策略化

## 【综合工具】国际谈判八大筹码运用及演练

- 筹码一、权势筹码：如何运用权势筹码施展压力
- 筹码二、奖励筹码：如何运用奖励筹码引导客户
- 筹码三、退路筹码：如何运用退路筹码迷惑对手
- 筹码四、时间筹码：如何运用时间筹码掌控局面
- 筹码五、法律筹码：如何运用法律筹码摆脱困境
- 筹码六、专业筹码：如何运用专业筹码抬升地位
- 筹码七、架势筹码：如何运用架势筹码扭转不利
- 筹码八、粘性筹码：如何运用粘性筹码避免破局

## 四、 营销工具的使用（可选）

1. 国际营销沟通信函标准化：涉外商务信函写作（6H）
2. 定制的涉外商务信函模板（6-12H）

## 二阶段、海外营销职业经理人成长（可选，6-12H）

**【说明】**如果您有能力把握一定数量的客户订单，在国际营销方面有一定建树，有时却感觉在综合配合方面有所困惑，认为公司同事无法有效配合您；当您面对客户，做出同样的努力，期望同样的回报时，却发现回报完全不同，成功的结果自己无法掌握时，那您可能需要多关注本章

节内容。

## 一、 团队素养

1. 如何打造与企业文化相适应的海外营销团队
2. 在独立作业时怎样与团队成员配合
3. 怎样发现海外客户的团队配合状况
4. 如何与海外客户内部其他人员建立联系
5. 内部团队沟通与管理

## 二、 客户分析与适应力培养

1. 客户类型分析能力
2. 展示与场景设计能力
3. 维持老客户的方法
4. 开发新客户的能力
5. 怎样挖掘竞争对手的客户
6. 怎样防止客户叛逃

## 三阶段、海外客户的朋友与顾问（可选，12-18H）

【说明】客户选择我们的主要因素是因为有业务需要，他们在按他们的订单来与我们合作，而不是与我们共同开辟市场；我们与客户接洽时，经常不懂他们的表情、不懂他们的动作举止、不懂他们的内心活动，我

们可能无法真正了解我们的客户；面对客户的责难时，我们只能一味解释，而无法引导客户来按照其他的思维去思考时…

您有必要多了解以下内容：

## 一、 客户亲和力建设

1. 成为海外客户的朋友的意识

2. 成为海外客户朋友的能力

➤ 怎样避免无话可聊

➤ 如何面对冷场

➤ 怎样增进共识

3. 如何应对突发事件

➤ 客户挑剔

➤ 客户问责

➤ 面对危机

➤ 化解危机

➤ 变危机为机遇

## 二、 海外客户文化理解

详见《跨文化沟通与管理》(12H)