

海外市场培育与拓展

课程大纲

总论：海外市场拓展的四个阶段

第一部分：海外市场规化与拓展阶段分析

第一节：市场的分析策划

1、市场策划步骤

1) 华为市场营销策略管理模型

2、市场分析方法要点

1) 差距分析的独特方式和作用

2) 差距分析实例介绍

3) 市场与行业分析方法与案例

4) 竞争分析要点是什么？

① 客户组织脸谱和业务脸谱

② 客户的战略和痛点是什么

③ 内部分析的两个层面介绍

第二节：市场目标与策略制定

1、目标的制定

1) 结合分析确立市场目标-我们要去哪里？

2) 短期目标和长期目标的平衡

2、策略的制定

1) 区域市场策略制定方法-我们怎么去？

2) 四类策略 – SWOT 距阵法

3) 总体策略与分类策略

第三节：海外拓展各阶段的工作重点

1. 国际市场拓展要解决的关键问题
2. 国际市场拓展初期的具体工作内容和关键点
3. 国际市场进一步发展阶段的目标和途径
4. 获得国际市场持续发展的关键工作有哪些
5. 案例—华为安哥拉通信市场拓展

第二部分：海外市场培育

第一节：市场的铺垫

- 1、品牌的建设
 - 1) 品牌建设的要点
 - 2) 品牌建设四部曲
- 2、市场的引导
 - 1) 客户决策的步骤分析
 - 2) 客户引导的时机与方法
 - 3) 华为 151 工程实例介绍
- 3、铺垫与引导的角色划分
 - 1) 华为的铁三角营销模式介绍
 - 2) 客户经理的角色是什么？
 - 3) 产品经理的角色是什么？
 - 4) 服务经理的角色是什么？

第二节：客户关系培育

1、客户关系定义与分类

- 1) 组织客户关系
- 2) 关键客户关系
- 3) 普遍客户关系

2、客户关系分析与评估流程

- 1) 华为客户关系分析流程
- 2) 组织结构及决策模式分析
- 3) 分析决策链方法和要点
- 4) 客户关系评估的方法
- 5) 客户关系改进计划

3、客户关系管理

- 1) 客户关系管理的方法与要点
- 2) 客户关系考核与测评的关键是什么？

4、客户关系拓展的素质要求

- 1) 客户关系拓展需要培养什么素质的人
- 2) 如何让别人喜欢并接受你
- 3) 什么是五星级的客户服务
- 4) 透彻了解和把握客户的需求
- 5) 客户期望值的管理
- 6) 顾问式销售

5、客户关系拓展的阶段分析

- 1) 客户关系发展模型及特点

- 2) 如何让客户接受你
- 3) 尊重与信任的基础是什么
- 4) 什么是客户关系的最高境界