

海外市场营销拓展策略与销售实战方法

课程大纲

第一天

前言

1. **案例分享**：华为的海外市场营销战略和销售执行团队做对了什么？
2. **研讨**：我们当前面临的市场挑战和销售应对策略

第一部分 海外市场拓展的四个阶段基本策略

1、阶段一：市场调研阶段

- 1) 目标：彻底了解市场，完成市场调查分析报告
- 2) 初期与海外客户的联络方式
- 3) 获取信息的常用手段
- 4) 案例分析：中资企业在海外的情报调研经验

2、阶段二：市场拓展阶段

- 1) 目标：解决产品准入和销售资格问题
- 2) 本阶段要解决的几个核心问题和工作思路
- 3) 案例分析：中国企业在海外空白市场如何起步
- 4) 海外空白市场起步阶段的渠道拓展

3、阶段三：市场发展阶段

- 1) 目标：围绕渠道或项目，产生销售
- 2) 获得销售机会的途径
- 3) 销售工作策划
- 4) 本阶段销售团队的工作重点

4、阶段四：市场的持续发展阶段

5、创建和提升公司的全球品牌形象

第二天

第二部分 海外市场销售实战的基本思想

- 1、海外市场销售方式的变迁
- 2、海外营销人员三种关键角色：天使、行家和顾问
- 3、海外营销策划的基础——首先要思考的9个问题

- 1) 客户的外部市场的发展趋势（最终客户需求分析）
- 2) 客户的战略愿景、优势和困难
- 3) 我们的战略愿景、优势和困难
- 4) 客户的采购流程、采购标准分析
- 5) 客户决策链和关键人的分析
- 6) 友商的市场表现
- 7) 我方的市场表现
- 8) 市场潜在的变数
- 9) 如何呈现我方差异化的服务价值

第三部分 关键营销场景中的洽谈与销售方法

- 1、海外销售的基本功(英语口语呈现)
 - 1) 与客户的寒暄中树立中国国家品牌形象
 - 2) 有针对性地介绍我方公司
 - 3) 呈现我方差异化的产品与服务价值
 - 4) 生动地呈现一个经典的产品应用案例
 - 5) 为什么客户值得与我司长期（战略）合作
- 2、正式拜访海外客户的一般交流步骤
 - 1) 营造友好气氛，建立初步信任
 - 2) 讨论行业和客户面对的通用课题
 - 3) 锁定关键问题，展示我方的差异化价值
 - 4) 澄清客户可能提出的疑虑
 - 5) 通过SPIN方法引导客户真实痛点想法
 - 6) 通过NFPB方法有针对性地提出解决办法
 - 7) 共创双赢愿景、并确认客户感知
 - 8) 制定后续互动计划
- 3、拜访客户接口人（演练环境：英语）
 - 1) 客户拜访准备（情报、材料、人员、产品）
研讨：如何写好一份让人印象深刻的公司介绍
 - 2) 首次拜访客户的话术——快速建立差异化的品牌形象
 - 3) 情景演练：拜访海外客户的技术部门经理
- 4、正式拜访客户高层决策者（演练环境：英语）
 - 1) 客户拜访准备（情报、材料、人员、产品）
研讨：如何写好一份高层交流材料
 - 2) 如何与客户高层“在一万米的高度进行论道”

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">3) 客户决策者在前五分钟之内期待听到什么4) 让客户决策者相信你的差异化价值以及长期合作的可行性5) 客户决策者希望听到的其他系列话题6) 情景演练：拜访某海外客户的运营副总裁 |
|--|--|