

# 《海外工业品营销实战攻略》

(实战版)

## 【课程背景】

海外市场拓展的高级阶段，海外高级业务经理将围绕两个维度比拼：

**价值端**：这是一场企业价值的塑造和传递的角力，辅以明晰的产品定位和富有竞争力的产品营销策略才能获得海外客户的信任和青睐；

**市场端**：只有娴熟地驾驭和综合利用多种客户拓展手段，才能实现全方位、精准地接近目标客户，有针对性的客户商务提案和灵活的沟通技能也将为订单的获取增添色、加分。

**【授课时长】** 2天 (6小时/天)

**【授课对象】** 进出口经理，海外营销经理，外派人员，海外营销总监，企业家、总裁等。

## 【课程大纲】

### 第一天

#### 一. 海外营销“企业关”

##### 1. 企业海外营销的意义

企业推介易犯 4 种错误

##### 2. “企业素描”3 要素

海外新人“5 看一拜”

寻找企业价值 5 种方法

企业 3 要素运用技巧

### 3. “企业素描”4 个模块

概述/技术/实力/成就/典范

### 4. “企业素描”5 种技法

聚焦/模块/形象/数字/故事

企业素描效果检验 4 种方法

练习：[麦肯锡电梯法描述企业](#)

### 5. 如何描述行业和竞争者？

错误 Vs 正确的做法

### 6. 行业顾问“波特辩经法”

5 字要诀：服/站/解/度/找

客户行业常见十大问题

## 二. 海外营销“产品关”

### 1. 海外产品 3 个维度

产品要点

销售必知

资源划分

### 2. 海外产品推介 5 项资源

海外产品推介 5 项资源

什么是 SACCG 法则？

如何给客户留下深刻印象？

练习：[海外产品五项资源](#)

### 3. 来访海外客户产品推介技能

产品资源

拳头产品

产品盈利性

客户定制

练习：模拟来访客户产品推荐

### 4. 海外客户竞标提案：E3 法

E3=企业+客户利益要点

E3 的应用：对象和客户

差异化竞争优势策略

模拟：海外项目竞标陈述（E3 法）

## 三. 海外营销“市场关”

1. 你了解海外市场运营结构吗？

了解海外市场运营角色

了解市场销售渠道结构

了解海外市场运营规则

了解海外市场变化趋势

案例：鲁泰北美渠道跃升

2. 你了解你的海外客户吗？

解读客户需求：显性/隐性

客户组织结构及利益取向

认识客户生存的要素指标

如何挖掘深层的价值服务？

案例：T-N 为何能化敌为友？

3.你了解你的竞争对手吗？

确立海外市场竞品标杆

海外产品竞争力分析矩阵

海外营销战略“四把钥匙”

## 第二天

### 四. 海外高价值客户拓展利器

#### 1. 海外市场推广 7 大工具

请进来，走出去

产品培训营销

学术会议营销

海外专家推广

借势海外媒体

海外事件营销

海外社交媒体

#### 2. 海外社交媒体营销

Linked in 高级营销

线上三维立体搜索

#### 3. 海外 4 维立体拓展实战

线上联系布局

海外专家助力

海外线下拓展

“3+2”参展法

#### 4. 海外客户数据库营销

海外客户数据库的建立

客户数据库链接个人媒体

利用海外数据库群发邮件

案例：印度市场工业品拓展案例

### 五. 如何提升客户商务提案成功率？

#### 1. 战略客户提案“2步走”

需求洞察，直接引入主题

海外客户提案验证及修订

拜访海外客户需要做哪些准备？

#### 2. 战略客户提案“5要素”

“5要素”组合提案内容

客户三种需求的挖掘方式

营销经理容易犯的几个错误

海外经理需要突破的三道防线

练习：海外客户2+5商务提案模拟

#### 3. 海外客户沟通谈判技巧

客户引进新业务的9个理由

海外客户主要类型及沟通策略

客户谈判常见问题化解6招

海外客户沟通成功9个关键