

《海外客户拜访及客户关系管理》

【课程背景】

越来越多的中国企业开始“走出去”拓展海外一线客户（经销商），标志着中国企业的海外营销 2.0 时代的序幕已经开启。现阶段中国企业拓展海外的主要问题表现在：

海外客户拜访 8 项内容和 8 个步骤，如何顺利“激活”海外市场？

如何通过构建“海外销售标杆”，促进客户更好实现海外销售目标？

针对海外市场的不同客户，如何实施针对性策略，实现海外销售增长？

如何拜访客户，应对不同场景的客户疑问？海外问题客户如何应对？

如何处理海外渠道客户的销售冲突，化解异议，为海外销售再添活力？

如何建立积极的海外渠道客户关系？如何制定年度海外客户激励计划？

为满足中国企业对海外营销实战的迫切需求，国内首个《海外客户拜访及客户关系管理》课程应运而生；授课老师具有 3 年海外市场派驻经历，具有 15 年海外品牌客户、分公司及办事处营销运营管理经验，根据现阶段不同行业中国企业的国际化阶段特征、外销团队技能和海外市场业务关键路径编制。

特别提及的是，该课程采用“**嵌入式实战学习法**”（内训授课+实战工具+情景练习+总结辅导），让学员把学到的方法同企业海外业务实际结合，通过“学员分角色扮演”模拟海外市场拓展情景，强化了培训效果，被誉为“实战、接地气”的培训。

【课程收益】

掌握海外客户拜访内容和方法，避免客户拜访无功而返；

学习海外渠道“动销”技能，扶植客户，启动海外市场；

学习海外客户沟通的 5 大场景，掌握不同客户应对策略；

学会激活问题客户，化解渠道冲突和争议，提升销售业绩；

海外客户关系管理 4 要诀，3 禁忌，客户激励 7 种方式；

学习 Sales 角色转换技能，构建和谐、积极海外客户关系。

【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

导言 海外渠道客户管理误区

不想管/不让管/不会管

丢渠道/丢市场/丢销售

海外渠道管理 3 个阶段

一. 海外客户拜访内容/步骤

1. 海外客户拜访 8 个内容/目的

考察市场——掌握趋势

竞争表现——营销策略

印证实力——客户定位

了解需求——提供方案

倾听抱怨——处理异议

新的订单——销售回款

客户激励——增进关系

研究案例——积累战术

2. 海外客户拜访 8 个步骤

客户拜访的常见误区

海外客户拜访 8 步骤

有效客户拜访的 Tips

海外客户拜访工作报表

3. 海外客户拜访的 5 大场景

海外市场启动，新客户拜访

挖掘市场需求，促进客户成长

如何解决渠道客户成长中的问题？

海外“问题客户”如何“激活”？

如何处理客户授权异议和渠道冲突？

二. 海外市场启动，新客户拜访

1. 海外市场启动步骤

海外产品上市问题

海外市场启动流程

产品上市“8 要素”

“扶上马，送一程”

练习：海外渠道客户支持计划

2. 出席海外新市场发布会

回顾商务计划

检视市场策略

海外客户/产品发布会

企业/产品 E3 宣讲法

练习：海外客户会议宣讲推介

三. 海外市场激活，促进客户成长

1. 现场拜访，挖掘需求

转换身份：一线销售员

转换思想：客户销售顾问

海外拜访客户“3不，3多”

立足客户需求，定制方案

案例：激光设备销售经理的经历

2. 如何建立海外销售标杆？

海外终端卖场“激活”

“卖场激活”3个衡量指标

海外销售标杆的4项内容

学习，积累，转化和沉淀

练习：海外销售标杆构建规划

3. 海外渠道“点/线/面”管理

面：海外市场渠道布局

线：区域市场销售计划

点：客户售点ABC分析

打通客户进销存管理循环

四. 成长的烦恼，客户渠道典型问题

1. 典型客户分析：销售较好客户

销售较好客户的诉求特征

客户解析及相应销售对策

2. 典型客户分析：销售一般客户

销售一般客户的诉求特征

客户解析及相应销售对策

3. 典型客户分析：销售较差客户

销售较差客户的诉求特征

客户解析及相应销售对策

4. 市场促进“5P 营销魔方”

“5P 靶点”：2 个人物聚焦

产品导入：1 个目标，4 个要点

价格策略：1 个原则，8 种选择

练习：[海外“5P 营销魔方”实践](#)

第二天

五. 海外问题客户，如何“激活”？

1. 何为海外“问题”客户？

无增长客户

纠纷及争议客户

中断一段合作

2. 海外问题客户“激活”？

深入一线，了解客情

深入沟通，做足功夫

内外结合，解决问题

推拉并用，激活客户

案例：O 品牌海外客户“激活”

3. 海外客户争议谈判技巧

了解背景，把握人性

尊重差异，理解不同

追求双赢，展示利益

善于造势，乘机拿下

六. 海外渠道客户冲突处理

1. 海外客户渠道冲突表现

海外销售授权冲突

销售产品及价格冲突

如何看待海外渠道冲突？

2. 海外渠道客户授权技巧

独家授权受制与反制效应

“渐进式”独家授权谈判

强弱：如何收回独家授权？

练习：海外独家销售代理取消谈判

3. 如何处理渠道销售冲突？

海外渠道经销商调整策略

分化：海外销售冲突处理

牵引：海外销售纠纷处理

练习：模拟海外销售纠纷处理

七. 构建积极的海外客户关系

1. 构建海外客户关系意义

海外客户关系现实窘境

构建积极客户关系意义

客户关系管理三结合法

2. 海外业务员角色转变

初阶 Sales 阶段

成为海外“桥梁”

晋升“海外客户大使”

3. 建立积极的海外客户关系

打破关系僵局的 6 要点

良好客户关系 4 个要诀

客户关系管理 3 个禁忌

海外客户服务立体营销

4. 海外客户激励 7 种方式

客户激励就一定给钱吗？

海外客户激励的原则

海外客户激励 E3 法

年度客户激励 3 结合

[练习：年度海外客户激励方案](#)

八. 海外渠道客户风险管理

1. 海外市场环境风险应对

PEST 风险防范

汇率及汇兑风险

市场准入/关税风险

2. 海外客户信用风险管理

客户账期再认识

客户欺诈识别及应对

海外大客户“三高”风险

3. 海外客户“资产”管理

经销商评估综合指标

海外客户资产梳理矩阵

海外客户运营管理升级

海外业务员的 5 个角色

案例：B 铸就俄罗斯第一品牌