

《海外战略大客户营销实战》

(实战版)

【课程背景】

从海外市场规划入手，发掘、定义海外大客户，洞察客户生存特征及业务需求；从战略产品营销入手，增加产品竞争力和盈利性；传授 4 个海外战略客户营销“抓手”，增进大客户取胜砝码；通过策略性客户提案和沟通谈判，促进客户成交；辅以价值客户资源梳理和风险管理，实现海外大客户营销质与量的升级。

【课程大纲】

第一天

导言 战略客户营销的意义

1. 看清你的海外大客户
2. 海外大客户营销的误区
3. 海外大客户营销的意义
4. 海外大客户营销“七步走”

一. 海外大客户战略规划

1. 海外战略市场选择及规划

“我的领地”，心中有数

海外市场 SWOT 分析

海外营销战略“四把钥匙”

海外战略市场拓展简报

练习：海外重点市场战略规划

2. 海外大客户识别及挖掘

大客户甄别与分析

大客户评估 4 个要点

大客户挖掘：内部梳理

大客户挖掘：外部拓展

二. 海外战略大客户拓展利器

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. 线上/线下推广立体组合

线上联系布局

海外专家助力

“3+2”参展法

案例：印度市场工业品拓展案例

三. 海外大客户产品营销技能

1. 海外 4 种产品竞争策略

高、中、低产品定位

差异化市场定位策略

练习：海外产品竞争策略

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

客户定制方案

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）

5. 海外产品上市 5P 营销工具

海外产品差异化定位策略

“5P 靶点营销”：聚焦人

海外产品导入，市场“激活”

练习：为海外客户做 5P 营销提案

第二天

四. 海外大客户营销 4 个“抓手”

1. 产品升级，构建利器

聚焦细分市场

产品定制化

产品升级解决方案

2. 整合资源，做精做强

如何提升产品的盈利性？

产品线整合的挑战和对策

产品线整理：加/减/提/增

案例：T 品牌拉美市场产品线整合

3. 内外兼修，解决问题

设计服务增值

金融服务增值

海外供应链优化

技术服务支持

海外销售前移

4.战略合作，模式升级

业务模式升级

品牌营销升级

合作生产升级

海外投资并购

5.海外战略客户营销组织

内部营销变革：三架马车

外部营销变革：合金团队

项目实施推进：沟通/激励

练习：海外战略客户提案模拟

五. 如何提升大客户提案成功率

1. “2 要素”，有备而来

如何了解海外客情？

如何创建策略性提案？

如何做客户方案印证？

拜访海外客户前的准备

2. “5 要素”，关键一跃

“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. 海外大客户商务谈判技巧

海外客户沟通谈判的挑战？

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

商务谈判常见问题化解 6 招

海外客户沟通成功 9 个关键

练习：海外客户常见问题化解

六. 海外战略客户管理

1. 海外业务管理风险

客户选择风险

物流供应链风险

客户关系管理风险

大客户“三高”风险

2. 海外客户“资产”梳理

海外客户价值判断 3 要素

海外客户“资产”梳理矩阵

海外客户梳理后策略及行动