

国际职业经理人营销技巧与客户开发实战

左老师为目前国家银河工程（中小企业国际化转型）讲授国际化课程频率最多的老师之一，并协助各省市依照国家政策《关于大力促进民营经济发展的实施意见》推动各省市中小企业国际化转型计划的规划者（全国各省市县）辅导咨询与实战授课



- 一.训练题目：国际职业经理人营销技巧与客户开发实战
- 二.课程时数：6 小时
- 三.参加人员：
- 四.课程特色：

壹. 国际营销职业经理人必先认知的海外市场的操作关键

（一）.国际营销职业经理人海外市场操作重点思维

- 2025 中国制造与贸易战（艰辛的不归路）
 - 木板建材业新趋势与信息（国内业者需懂得的趋势与畏惧）
- 国际营销职业经理人海外市场开展最重要的思维（必先懂的发展进程与前题）
- 国际市场买主对中国制造的认知（客户开发前先看看 **BUYER** 眼中的我们）
 - 世界工厂 质量 价廉 竞争对手在国内的压制 国际竞争对手在国际上的压制
- 拉客户走向未来或被客户拉着走（客户来找你与你去找客户差异）
 - 由客户开发操作中让你的企业壮大起来（看看华为想想自己）
 - 走出去 走进来 留下来
- 国际咨询公司埃森哲与《经济学人》2013 联合发布的一份报告
 - 国内企业走出去的血泪与学费（躺在国际化中的遍地血迹）
- 国际市场进入与作强坐大的复杂性何在（前辈的血哪里流出去的）
 - 海外客户开发难度不在营销操作本身，根本在理解国际性千变万化的复杂性
 - 不是接单 是作影响力 客户对你依赖感增加时客户开发就变的简单
 - 全球市场开发运作的差异化谈判沟通（为何人家笑我们同质化的谈判方式）

客户开发前如没能搞清地区跨文化差异的会死很惨（躺在被压制下的斑斑血迹）

案例分析

- 国家为何鼓励中小企业国际化并给予的支持是什么（多半企业还不知道）
《关于大力促进民营经济发展的实施意见》说了什么
原来开发海外客户还可向政府提出资助
- 为何政府鼓励国内企业走向一带一路（有些事可以省你很多力）
- 总结 原来开发海外客户与市场根本和你想象的不一样（切记勿跛脚上战场）

贰. 国际营销职业经理人国际市场客户寻求

(一). 国际客户哪里找与开展实战（地雷在哪客户在哪）

寻求客户的方法与管道太多你根本不知道

- 对网络委托信息定制搜寻的信息者（地雷 1）
- 国内报关或国外进关者资料购买（地雷 2）
- 对杂志或专业文刊宣传反馈者
- 驻华领事或大使馆商务推广单位（地雷 3）
- 我驻外单位商业搜集资料（地雷 4）
- 各类国际各地有关行业特殊名词搜索
- 各类展览会观展与参展资料
- 并购当地行业企业中的销售客户
- 驻外人员商业情报与客户搜集汇整（地雷 5）
- 注意各国经济能力与发展地区分布情报搜集（重要地区委外操作）
 - 广交会利与弊（水能覆舟）（最致命的血泪的教训）
死在广交会的企业一抓一大把
利层面分析
弊层面分析
有时竞争需销售技巧卑弊一些
- 有时看展客人不重要，参展客人是你的目标（最致命的血泪的教训）

- 注意国际行业广告与宣传媒体的摊位（最致命的血泪的教训）

(二).注重哪些销售技巧会加分给力

- 国际化中销售技巧要特别注意的地方

- ▲记住**John P. Kotter**说的对方利益问题

- ▲销售技巧中思维的捆绑与吸客的方法

- ▲销售技巧中国际客户资料情报记录大误区

- ▲销售技巧中需因人而异对应与行为特质

- ▲销售技巧中有时商品是工具（销售技巧中切忌勿当老实人）

- 商品不一定拿来挣钱而目的在搞死你对手（美日制造商最擅长这一套）

- 商品生产目的可当成因破坏市场而存在（让他项商品较易进入）

- 国际销售中要理解客户的价值性思考（此客户开发技巧与命中率成正比）

- ▲客户价值观的顺序排列差异

- 当走向一带一路市场时有一项另类操作法吸客（另类销售技巧盘点）

- 重点不在订单 重点在当地扶频政策 国贸单当成配合当地政策的工具

- 用当地政策来架设你的影响力 把你的竞品拖下水（把敌手洗出去）

- 案例分析

- 想卖给客户所有分类非常危险 切记勿轻易给代理

(二).中小企业客户开发国际订单一般状况

- 国际市场 **BUYER** 下单习性（参考）

- 北美订单量大价低不稳定

- 欧洲订单量小价扬稳定

- 中南美订单量小价低不稳定

- 中东地区单订单量大价低稳定

- 一带一路单订单量小价低不稳定

- 国际客户并不一定要由当地找

- 中东 东欧 中南美

叁. 世界主要跨文化差异的销售技巧须知

(一). 国际客户在人文多元环境下的商业往来销售技巧分析

● 中东地区案例分析 总文化特质 (人文特质与销售技巧注意事项)

巴铁地区商务往来机会与特别之处 (一带一路的桥头堡与基地)

中东地区商务往来该注意的特别之处

伊斯兰教的派系与宗教影响力

低调及人际关系 安全

该有对商业信用度的谨慎思维 (有时客户身分背景根本是鬼扯旦)

看清楚迪拜得辐射效应与影响力

● 非洲地区案例分析 总地区特质 (人文特质与销售技巧注意事项)

可注意的非洲市场 南非 埃塞俄比亚 埃及 苏丹 摩洛哥 刚果 (相对比较)

● 美国地区案例分析 (人文特质与销售技巧注意事项)

美加的传统合并与分离

● 日本地区案例分析 (人文特质与销售技巧注意事项)

● 欧洲地区案例分析 (人文特质与销售技巧注意事项)

德 英 法 意 西

(二). 国际职业经理人跨文化销售技巧另类重点 (不要地域性的影响看得太简单)

不同人思维的价值观念 不同肤色人种的价值观念 不同地域性人的价值观

● 案例分析 东京与大板 德国与西北角 南北意大利 加拿大

(三). 印度巴铁地区文化特质 (人文特质与销售技巧注意事项) (包含巴孟)

▲ 印度地区特殊文化与历史影响介绍

▲ 印度地区交易危险性与重点

骨子里莫名的傲气与自大 当地宗教影响力巨大 阶级概念森严 变变变

诚信与改变下的危险性 重人际关系 文化遗产的吸引力 工作飘渺症

▲ 巴铁状况概述

(四). 俄罗斯地区文化特质 (了解地区特点与沟通对应接触方式) (含白俄乌塔)

▲俄罗斯地区特殊文化与历史影响介绍

▲俄罗斯地区特殊文化下沟通与洽商重点

暴烈 给予尊重 面子 纪律性 直率有礼 诚信 随遇而安 共同决定权 亲德
小康

(五).国际客户关系突变可能性参考 (百分百发生)

- 国际销售人员需注意国际时势 (做一个不简单的国际营销职业经理人)
- 各国或地区政治突变
- 各地区经济板块变化
- 新兴经济区域的出现
- 原经济区域市场萎缩
- 当地市场贸易壁垒出现

课程特色

- 国际市场开发，因涉略不同国际跨文化习性与政经领域，故与国内操作有非常巨大差异，本质上来讲也可称之为完全不同的领域，如只以国内市场操作习性方式操作，会在前进过程当中遭遇重大挫折
- 本课程是实际性运用的课程 (30年经验谈)
- 左老师在德国及台湾有贸易公司在海外读书工作 12 年 走过 67 个国家 (不含一带一路)
- 左老师原为台湾地区经济部中小企业处外贸协会主讲国际化运作特聘讲师，讲授国际化运作系列课程由 1992-2012
- 曾授课过类似课程企业

■ 国际化课程内容曾上过的部份企业名单

北大民营经济研究院 **EMBA** 班全国约计 **27** 期滚动中

清华继教院 **EMBA** 班全国约计 **2** 期滚动中

厦门大学管理学院约计 **47** 期滚动中

厦门大学经济学院全国公务人员约计 **53** 期滚动中

厦门大学经济学院继续教育中心约计 **48** 期滚动中

厦门大学管理学院 **EDP** 中心全国企业人员约计 **89** 期滚动中

厦门大学法学院与公共行政学院约计 **32** 期滚动中

华中科技大学管理学院 **EDP** 中心 **1-3** 期

国家一二级职业经理人认证培训（劳动部）**2001-2010** 全国约计 **98** 次

厦门大学管理学院江苏泰州经济技术开发区企业创新发展与转型升级高研修班

全国含政府公益及论坛演讲 **17** 年计约 **43** 次

上海市中小企业竞争力中心 外贸产业列车班 **11** 次

台湾地区经济部 **2001-2008** 年全球竞争（企业高阶主管人员训练）

台湾地区经济部中小企业处 **2000-2008** 年（企业高阶主管国际观）

台湾地区外贸协会中小企业全球化国际商务运营班 **14** 期 **1987-2000**

福建省闽西南五市产业巡回列车

上海市政府产业巡回列车

上海市政府贸发局

上海市政府经发局

宁波港务集团 **8** 期

中国中小企业竞争力讲座（国家银河培训工程）计约 **11** 次

中科院国家信息中心

中国轻工对外经济技术合作公司（事业单位）

中车高铁地铁（北车唐山机械）（南车株州）（波士顿驻地组）（美费城驻地组）**5** 梯次

中石油（石油探勘）

中石化长城润滑油

招商局中外运（中长航）外运长航（招商局央企）2期

中国核电（福清 华龙一号）

福建能源

山西能源

美的 海尔 青岛啤酒 中国外运 华硕计算机 长虹

中航技进出口集团 轻工业部中经技 显像科技集团（华映光电）中旅

红星美凯龙 福耀玻璃 盼盼集团 巨龙集团

持续滚动中 以往过多余略.....