

# 国内外市场销售技巧提升训练

一. 训练题目：国内外市场销售技巧提升训练

二. 课程时数：12 小时

三. 参加人员：销售人员

四. 课程大纲：

## 壹. 先必须认知的国内外市场的操作关键

(一). 鱼进入大海环境生存观的转变

- 魚（淡水生存環境）
  - 水质适应（跨文化环境）
  - 海中暗流（贸易壁垒与政经变化影响）
  - 生存环境（海外客户市场开发）
  - 天敌与对手（国际市场竞争）

(二). 国内企业国际市场涉入面临的最大挑战

- 国际咨询公司埃森哲与《经济学人》2013 联合发布的一份报告  
驾驭全球市场开发与运作的复杂性何在（不简单中的不简单）  
国内企业走出去的血泪与学费（躺在国际化中的遍地血迹）  
要接触有效率我们不患不能而患不知
- 廣交會接單省思（碰撞概念新思維）
- 我们使力的方向（業務人員該好好想想）

(三). 淺談企業該如何降低市場發展難度

- 提昇國內外市場銷售力需戰略整合與各部門配合
- 由市場同質化分析
- 由企業研發能力分析
- 由企業核心能力分析
- 由企業技術併購分析

- 由企業對國際市場理解分析
- 由企業對跨文化區域運作分析
- 由企業對國際市場貿易壁壘規避策略分析

#### (四).國內外拿单、國內與跨文化谈判、客户寻求、跨文化接触总结

- 当要开发国际市场客户并做大作强必须知道些什么

國內外市場的吸客力量是依靠什麼

更多的客户在哪里

更多的订单在哪里

更多的利润在哪里

更多的支持在哪里

更多的发展在哪里

- 营销人員需進化是出海口更是大使
- 营销人員需進化是在做企業影響力

### 貳. 國內外銷售力提升的關鍵的核心思维

#### (一).企业商品制造相似化的挑战（了解我们真实的銷售环境）

企业经营大环境的改变

市场经营同质化与被取代的问题

#### (二).新态势下销售服务的重心观念

- 买与卖 吸力与拉力的出发点不同结果就大异

- 一句有关销售的真理名言

世界营销大师科特勒 菲利普·科特勒 (**Philip Kotler**) 的销售故事

案例分析:

#### (三).市場銷售规划中一定要进行的重点（成与败的关键不简单）

- 商品在市场优势化决策中追求利益价值与利润的差别
- 商品成为一种策略性的工具

案例分析:

### 叁. 营销人员人員工作效率的提升

(一).國內外营销人员能力该有哪些重点建设方向 (如何給自己加分建設)

- 表列美通用電子與國內業務人員側重比較
- 销售能力的突变与战场需求的側重改变

(二).銷售优势建设中客户资料累積成企业资产分析

- 客户数据运作强化的问题 (传统与新运作模式根本性的改变)
- 营销组织结构所产生的后遗症 (传统与新运作模式思考)

(三).國內外市場认识客户经验的銷售服务策略

面對客戶同質化商品對應方法

(四).國內外市場客户关系管理的重要操作 (企业通存的严重致命伤何在)

- 市场大客户数据管理的严重误区分析

(五).國內外市場寻找潜在客户的 **MAN** 细分技巧

(六).如何作好销售团队间的经验传递

案例分析：三达膜成套设备市场开发的经验传递模式

进行模式：案例介绍、观看业务人员呈报的 **PPT**

**肆. 海外市场客户开发**

(一).国际客户去哪里找

- 对网络委托信息定制搜寻的信息者
- 国内报关或国外进关者资料购买
- 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
- 我驻外单位商业搜集资料
- 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遮资料
- 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
- 注意各国经济能力与发展地区分布情报搜集

(二).让国际买家对你印象深刻的方法

- 强调特色的商品与价值供应
- 强调供应链特色差异服务能力
- 强调协力建设与密切接触
- 强调商业信息反应与反馈速度
- 强调研发能力与新技术落实速度

### (三).国际商务人员跨文化接触要注意的市场重点

- 民族文化与企业管理的碰撞（摸索与企业成本）
- 不同地域性人的价值观念影响你商务接触的方式（同一国家的人也是不同）
- 案例分析 加拿大魁北克 印度市场 意大利热那亚南北

市场操作与人员接触完全不同

### (四).简略了解地区人文特点与接触对应方式

- 案例分析美国人员文化特质与接触
- 案例分析日本人员文化特质与接触
- 案例分析中东人员文化特质与接触
- 案例分析印度人员文化特质与接触

## 伍. 国际销售谈判进行时应有的技巧

### (一). 国际销售谈判前思维参考

- 要谈的主要问题是什么？
- 有哪些敏感的问题不要去碰？
- 我们了解对方哪些问题？
- 对方因政经局势发生了哪些变化
- 以前与对方做生意有哪些经验教训要记住？
- 与我们竞争这份订单的企业有哪些强项？
- 我们能否改进我们的工作？对方可能会反对哪些问题？
- 在哪些方面我们可让步？我们希望对方作哪些工作？
- 对方会有哪些需求？他们的采买战略会是怎样的？

### (二).国际商务谈判掌握主动权的谈判答复技巧

**(三).跨国际销售中要注意客户的价值性思考要项**

海外客户价值观的顺序排列差异与谈判策略

**(四).现场销售业务谈判策略与运用技巧分析**

- 商业谈判沟通中该掌握的的关键点
- 被压价时我方的对策
- 对付压榨的策略运用方式
- 让步的策略与运用技巧

**(五).影响国际商务谈判结果的其他必然性因素（这些问题常为人所忽略）**

谈判其他影响与反应心理

**(六).国际商务谈判心理该有些什么建设（谈判戒律参考）**

**(七).国际商务谈判让步心理该有些什么建设（让步戒律参考）**

**(八).防范营业活动惰性化的行动重点表（工作检查表运用参考）**

**(九).销售业务工作自我检查重点表运用（工作检查表运用参考）**

**(十).业务人员销售技能评估检查表运用（工作检查表运用参考）**