

国内外市场营销优势化运作

一. 训练题目：国内外市场营销优势化运作

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巨大挑战

- 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）
- 何謂市场营销优势化（世界競爭力之父 M-POTER 如是說創造出無法取代的地

位)

(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（差異）
- 由企業研發能力分析（發展）

- 由企業核心能力分析（記憶）
- 由企業技術併購分析（迅速）
- 由企業對國際市場理解分析（理解）
- 由企業對跨文化區域運作分析（管理）
- 由企業對國際市場貿易壁壘規避策略分析（地雷）

(四).國內外拿单、國內與跨文化談判、客戶尋求、跨文化接觸總結

- 當要開發國際市場客戶並做大作強必須知道些什麼

國內外市場的吸客力量是依靠什麼

更多的客戶在哪裡

更多的訂單在哪裡

更多的利潤在哪裡

更多的支持在哪裡

更多的发展在哪里

- 營銷人員需進化是出海口更是大使
- 營銷人員需進化是在做企業影響力

貳. 國內外銷售優勢化提升的關鍵的核心思維

(一).企業商品製造相似化的挑戰（了解我們真實的銷售環境）

企業經營大環境的改變

市場經營同質化與被取代的問題

(二).新態勢下銷售優勢化的重心觀念

- 買與賣 吸力與拉力的出發點不同結果就大異

- 一句有關銷售的真理名言

世界營銷大師科特勒 菲利普·科特勒 (**Philip Kotler**) 的銷售故事

案例分析:

(三).市場銷售規劃中一定要進行的重點（成與敗的關鍵不簡單）

- 商品在市場優勢化決策中追求利益價值與利潤的差別
- 商品成爲一種策略性的工具

案例分析：

叁. 营销人员工作效率的提升

(一). 国内外营销人员优势化能力该有哪些重点建设 (如何给自己加分建设)

- 表列美通用电子与国内业务人员侧重比较
- 销售能力的突变与战场需求的侧重改变

(二). 销售优势化建设中客户资料累积成企业资产分析

- 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). 国内外市场认识客户经验的销售服务策略

面对客户同质化商品对应方法

(四). 国内外市场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). 国内外市场寻找潜在客户的 MAN 细分技巧

(六). 如何作好销售优势团队间的经验传递

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总

- 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 (企業運作优势化的被記憶性)

- 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 印度市場 意大利热那亚南北

市场操作与人员接触完全不同

(四).了解買家與企業協作部門個人行為模式与 (知己知彼的因人而異)

- 由 LIFO 管理环境 Behavioral Risk 的「行为面风险」
LIFO 行为特质與銷售接觸效率
對象的人格特质分析 (对应个人工作特质的方法将严重影响任务的执行效益)

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).销售中要注意客户的行為思考要项

- 客户价值观的顺序排列差异
- 用词具体明确
- 积极倾听中的肢体语言表现
- 记住 **John P. Kotter** 说的對方利益問題
- 因人而异的对应与行为特质

(三).影响銷售成交结果的其他必然性因素 (这些问题常为人所忽略)

現場行為影响与對应方法

(五).防范营业活动惰性化的行动重点表 (工作检查表运用参考)

(六).销售业务工作自我检查重点表运用 (工作检查表运用参考)

(七).业务人员销售技能评估检查表运用 (工作检查表运用参考)

标题：中国驻印度使馆提醒在印度中国公民注意安全

如遇紧急情况，请及时报警并联系中国驻印度使馆。印度报警电话：0091-100；中国驻印度使馆领事保护电话：0091-9810597886；外交部全球领事保护与服务应急呼叫中心电话：+86-10-12308 或+86-10-59913991。