

国际市场进入与大客户开发实战

黄兆华

授课目的

理解国际市场开发的基本概念；理解不同目标市场国家的机会与挑战；理解国际大客户开发的要点和难点；学习国际大客户开发的关键步骤

课程特色

课程集多个案例和图片，尤其是讲师亲身经历的**原汁原味的实战案例**，将采用**对比学习法重点剖析一正一反两个实战案例的成败得失**，采用小组讨论、分组辩论、现场体验、示范指导、模拟练习、角色扮演、头脑风暴等多种方式，现场安排充足时间给予学员提问互动的机会，现场进行分析、讨论、演练、点评和互动。

授课方式

基础理论+案例分享+小组研讨+模拟演练

授课时长

1天

课程前导

分享著名企业的海外营销案例

课程大纲

第一部分：海外市场分析的思维

- 1、 市场的功能
- 2、 销售的职能
- 3、 售后服务的职能
- 4、 如何构建一体化的海外营销体系
- 5、 案例分析

第二部分：三种不同类型海外市场分析

- 1、 碎片化的市场类型
- 2、 机会性的市场类型（新兴市场）
- 3、 结构性的市场类型（成熟市场）
- 4、 成熟市场所面临的挑战
- 5、 案例分析

第三部分：海外关键客户的购买决策机制

- 1、 关键客户购买决策的 6 个步骤
- 2、 客户购买行为中的 6 个关键角色
- 3、 如何打动决策人

第四部分：反面案例分析

- 1、 案例简介：巴西 G 客户为什么会失败？
- 2、 分组讨论

第五部分：成功案例分析

- 1、 案例简介：墨西哥 I 客户为什么会成功？
- 2、 分组讨论
- 3、 九步法赢得超级大客户

第六部分：总结