

《销售前移——海外市场拓展及客户渠道建

立》

(实战版)

前言

越来越多的中国企业开始“走出去”拓展海外一线客户（经销商），标志着中国企业的海外营销 2.0 时代的序幕已经开启。

“销售前移”是外销企业的发展战略转型，也是外销员的自我技能和意识的修炼和升级。

“销售前移”摆脱了传统的外贸跟单员的思维，把视觉聚焦到海外一线，通过了解当地市场运作和客户运营状态，追求向客户提交有价值的针对性的营销方案；对业务员而讲“销售前移”，从传统的“2P 营销”（产品/价格），升级为“5P 营销”（客户/产品/价格/渠道/促销）的业务模型升级；海外业务经理一改往期的坐等订单的被动状态，转变成既能做订单又能上战场参与海外产品营销的复合型营销人才（顾问式营销），企业营销进入新的境界，订单腾飞将是“主动出击，做市场”的必然结果。

现阶段中国外向型企业拓展海外业务的主要问题表现在：

- 海外市场拓展有哪些工具，如何“立体组合”搜索海外目标客户？
- 如何制定海外区域市场拓展规划，做到“选准市场，有备而来”？
- 如何摸清海外市场销售路径，选准客户，建立有效的分销渠道？
- 选择渠道客户有哪些工具？海外代理商遴选的风险和要诀是哪些？
- 海外客户商务提案需要做哪些准备？如何提升客户开发的成功率？
- 海外渠道客户沟通有哪些技巧？如何化解客户沟通中的各种疑问？

为满足中国企业对海外营销实战的迫切需求，国内首个《销售前移——海外市场拓展及客户渠道建立》课程应运而生；授课老师具有 3 年海外市场派驻经历，具有 15 年海外品牌客户、分公司及办事处营销运营管理经验，根据现阶段不同行业中国企业的国际化阶段特征、外销团队技能和海外市场业务关键路径编制而成。

课程收益：

- 学习从外贸出口向海外营销转变 4 阶段 8 个步骤；
- 学习海外市场拓展 12 种工具，学会立体搜索客户；
- 掌握海外渠道构建策略，选择海外经销商 9 个要素；
- 如何取得客户信任？海外个人品牌打造三步晋升；
- 客户商务开发提案 3+5 法则，提升客户提案成功率；
- 客户常见问题化解 6 招，客户沟通成功的 9 个关键；

时间：2 天

对象：进出口经理，海外营销经理，外派人员，海外营销总监，企业家、总裁等。

课程大纲：

第一天

一. 海外市场拓展策略规划

1. 导言：海外营销变革挑战

- 传统出口业务的困境和挑战
- 走出去海外营销机遇和挑战
- 海外营销转型升级策略解析

2. 海外业务突围——“销售前移”

- “坐商”—“行商”
- 从 2P 营销到 5P 营销
- 销售前移的变革要点
- 销售前移 4 阶段 8 步骤

3. 海外市场调研 4 个要点

- 海外市调视觉：PEST+5P
- 海外市调主干：PI3C
- 海外线下调研 5 种方式

4. 海外市场拓展策略拟定

- 立足“我的领地”，心中有数
- 海外市场 SWOT 分析和营销策略

- 海外区域市场拓展商务计划简报

练习：海外区域市场商务拓展计划

二，海外高价值客户拓展利器

1. 海外产品推广 8 大工具

- 请进来，走出去
- 海外标杆营销
- 产品培训营销
- 学术会议营销
- 海外专家营销
- 借势海外媒体
- 海外事件营销
- 海外社交媒体

2. 高价值客户立体搜索

- 搜索引擎初排查
- 海关数据找线索
- 社交媒体沟通
- 海外专家助力

案例：印度市场工业品拓展案例

3. 海外“6+4”展会立体营销

- 海外大客户四阶段开发
- 6个月前潜在客户排查
- 3个月前拜访内容安排
- 展会4个月后立体跟进

练习：海外展会整合营销

4. 海外客户数据库营销

- 海外客户数据库的行程
- Word & Excel 邮件分发技巧
- News letter 海外数据库应用

三，海外市场“渠道掘金”

1. 海外渠道结构/要素分析

- 海外渠道角色分析
- 渠道客户洞察：横向/纵向
- 影响渠道商合作 7 个要素
- 海外渠道开发策略及趋势

2. 如何制定差异化客户渠道政策？

- 渠道开发趋势：3 项关注，2 个不取
- 海外渠道设计的“三板斧”策略
- 海外渠道通路设计/检测 5 个原则

3. 海外渠道客户考察选择

- 海外代理/分销商选择误区
- 海外客户渠道的甄别和分析
- 选择海外经销商的 9 个要素
- 目标代理商选择“高/低”要诀
- 海外客户选择风险及防范

练习：海外渠道建设及客户选择

第二天

四，如何建立海外客户的信任？

1. 公司价值提炼及沟通

- 海外“企业素描”3 要素
- 海外“企业素描”4 方面
- 海外“企业素描”5 技法
- 麦肯锡电梯法企业介绍

练习：向海外客户做企业推介

2. 产品策略及价值营销

- 熟悉海外产品水池

- 产品线 3 维度认知
 - 海外产品营销策略
 - “四步走”产品推荐
- 3. 打造海外个人价值品牌**
- 个人品牌打造：视野/能力
 - 如何取得客户的信任？
 - 海外业务员的三重角色
 - 如何成为“海外客户大使”
- 4. 海外客户提案 SACCG 法则**

五，海外客户 3+5 商务提案

1. “3 步走”客户提案策略

- 海外客户提案“3 步走”
- 学习华为：到一线找答案
- 绘制“客户业务运营图”
- “现状-问题-痛点-机会”
- 关键人物及客户运营调研

2. 海外客户需求洞察及挖掘

- 解读客户：显性/隐性
- 客户组织结构及利益取向
- 如何挖掘深层的价值服务？
- 海外客户提案验证及修订

3. 海外客户提案“5 要素”

- “5 要素”组合提案内容
- 客户需求痛点三种表达方式
- 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 3+5 商务提案模拟

六、海外客户沟通谈判技巧

- 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 5 种类型及沟通策略
- 客户谈判常见问题化解 6 招
- 海外客户沟通成功 9 个关键