

# 《销售前移——海外市场拓展及客户渠道管理》

(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。现阶段中国企业拓展海外的主要问题表现在：

- 海外市场销售突围，如何导入“销售前移”和“5P 营销”？
- 如何通过多种工具的“立体组合”搜索海外潜在目标大客户？
- 海外客户商务提案需要做哪些准备？如何提升客户成交的成功率？
- 如何启动海外市场？如何嵌入海外客户的渠道运营，促进客户销售？
- 拜访海外客户哪些技能？如何扮演好“桥梁”和“顾问”的角色？

为满足中国企业对海外营销实战的迫切需求，《海外市场拓展及客户渠道管理》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。

时间：1 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：

### 一. 海外突围 ——“销售前移”

#### 1. “坐商”——“行商”

#### 2. 海外市场洞察/五力营销

- 海外市场洞察：PI3C
- 产品：区域爆品资源整合
- 客户：海外客户潜力挖掘
- 模式：海外营销模式升级

#### 3. 从 2P 营销到 5P 营销

- 何谓“5P 营销魔方”？
- 两个中心，4 个运营模块
- 5P 魔方的现实应用

### 二. 海外客户搜索，分析

#### 1. 海外客户四维立体搜索

- 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：海外社交媒体推广

#### 2. 欧美连锁客户 5 项洞察

- 欧美市场渠道角色分析
- 欧美零售商的内部角色
- 墨西哥连锁“游戏规则”
- 欧美连锁客户生存要点
- 海外连锁客户的趋势分析

#### 3. 海外客户考察选择及评估

- 海外客户渠道的甄别和分析
- 选择海外经销商的 9 个要素
- 海外客户选择“高低”原则

练习：海外品牌客户选择矩阵

### 三. 海外临门一脚：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”

#### 2. 海外客户需求洞察及挖掘

- 解读客户：显性/隐性
- 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
- 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

#### 四. 海外渠道客户运营管理

##### 1. 海外新产品上市跟进

- 海外新产品上市流程
- 海外“标杆卖场激活”
- 不问订货，问什么？
- 海外销售订单分析跟进

##### 2. 海外销售拜访应对技能

- 海外客户分析与对治
- 情况A：销售较好对策
- 情况B：销售一般对策
- 情况C：销售较差对策

##### 3. 海外客户优化/激励/梳理

- 如何帮客户去库存，转化订单？
- 海外问题客户，如何激活？
- 海外客户资产盘点/梳理
- 海外大客户“三高”风险

##### 4. 海外营销人员角色升级

- 海外营销经理5项技能
- “销售前移”作业要点
- 海外营销经理的三种角色

## “走出去”海外营销实战系列课程

- a) 初阶 Sales 阶段
- b) 成为海外“桥梁”
- c) 晋升“海外客户大使”