

《国际市场战略规划及实战步骤分解》

简介：

本课程以国际市场拓展的最新理论为指导，结合中企拓展国际市场的实战环节步步分解，介绍了全新的海外营销工具——海外5力营销模型，即通过寻找和聚焦战略主场，实现企业资源的最大化，最优化利用；通过构建国际双核心能力（渠道拓展力+产品营销力），以及贴近战略客户需求的模式升级和业务运营创新机制，实践从出口产品到海外营销的业务转型和跃升！本课程分为国际市场战略架构和国际市场战略运营两个部分：

上篇：国际市场战略架构

通过引入独创的“海外市场战略5力模型”，涵盖：国际市场拓展战略制定，国际主场商务规划，国际市场渠道拓展，国际市场产品营销，国际市场商务模式等5个部分，涵盖了国际化业务战略制定及实施的关键抓手。

下篇：国际市场战略运营

从提升市场销售业绩的角度，涵盖以下4个内容：国际市场产品销售及推广，国际市场大略客户运营，国际市场产品整合，以及国际市场客户资源整合和风险控制措施。

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，涵盖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，通过“情景式授课”，在让学员在练习中学习和掌握，成为能够落地，实战的系统工具和方法。

授课老师：张慧海

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。

课纲

上篇：国际市场战略架构

一. 国际市场战略模型

1. 海外突围——“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

2. 海外市场拓展五项认识

3. 海外市场拓展SWOT分析

4. 海外市场战略规划步骤

- 海外市场进入的阶梯
- “下海”前的五项认识
- 评估销售潜力，确立目标
- 海外市场拓展商务模式
- 海外区域市场拓展规划
- 海外战略决策4Ps工具

练习：海外区域市场商务拓展计划

5. 海外五力营销战略模型

- 海外五力战略营销模型

- 聚焦主场，“两手抓”
- 模式升级，战略运营
- 五力营销的两种应用

案例：上汽五菱印尼战略布局

二. 国际营销战略：主场

1, 海外市场布局—国家遴选

2, 如何认知海外市场主场？

- 宏观市调视觉：PEST
- 市场竞争格局分析：5P
- 海外市调主干：PI3C
- 3C同5P的综合分析

3, 海外主场运营要素分析

- 评估目标区域市场
- 商业模式设计与评估
- 现实及能力6力评估
- 市场拓展规划优选

4, 海外市场商务拓展规划

案例：T品牌智力市场商务规划

三. 国际营销战略：渠道/客户

1. 海外渠道客户洞察5要素

- 你了解海外市场的渠道结构吗？
- 你了解海外客户的运营组织吗？
- 你了解当地市场的“游戏规则”吗？
- 你了解海外客户的生存需求吗？
- 你了解海外市场的变化趋势吗？

讨论：如何说服，策反海外大客户？

2. 海外渠道客户选择及评估

- 不同阶段海外客户的甄别
- 选择海外经销商的9个要素
- 如何绘制“客户数字素描”
- “客户数字素描”质量分析

练习：“客户数字素描”质量分析

3. 渠道开发趋势：3项关注，2个不取

- 海外渠道设计“三板斧”策略

“走出去”海外营销实战系列课程

- 海外渠道设计/检测 5 个原则
- 海外渠道客户考察选择
- 海外代理/分销商选择误区

四. 国际营销战略：产品营销

1. 海外产品线管理

- 海外产品水池
- 海外拳头产品
- 本地化客户定制
- 海外产品推荐 E3 法则

练习：海外客户会议新产品推荐

2. 海外 5 大产品竞争策略

- 高端产品—卖价值
- 中端产品—卖组合
- 低端产品—卖诱惑
- “差异定位”策略
- “市场定制”策略

3. 海外新产品上市筹备

- 海外市场启动步骤
- 海外产品上市问题
- 海外市场启动流程
- 产品上市“8 要素”
- “扶上马，送一程”

练习：海外渠道客户支持计划

4. 新兴市场启动：5P 动销魔方

- 从 2P 到 5P 营销
- 两聚焦：经销商和用户
- 4 个发力点：4P 组合
- 5P 营销 Vs “田忌赛马”
- 5P 动销魔方的 2 个应用

案例：T 品牌越南市场启动

五. 海外五大商务模式及特征

1. 海外拓展战略模式

- 经销商/代理商
- 品牌授权代理
- 海外办事处
- 海外分公司
- 海外合资/合作企业

案例：J外贸模式跃升

2. 五种模式特点及风险解读

3. 海外机构的渐进式转换路径

案例：瓷砖企业欧洲设立分公司

上篇：国际市场战略运营

一. 海外产品销售运营管理

1. 新产品营销：建立销售标杆

- 产品海外上市的挑战
- “卖场激活”3个衡量指标
- 海外销售标杆的4项内容
- “卖场激活”3个指标

练习：海外销售标杆构建规划

2. 海外销售计划及库存管理

- 海外点线面销售计划管理
- 从客户进销存反推销售计划
- 如何帮助客户消化库存？

练习：海外进销存计划分析

3. 海外整合营销“4维矩阵”

- 海外终端组合
- 产品传播组合
- 品牌拉动组合
- 线下推广组合

4. 新形势下的海外品牌传播

- 策划本地化产品推广活动
- 如何利用社交媒体宣传促销？
- 如何创意投放海外TV广告？
- 如何利用赞助方式推广品牌？

5. 年度营销计划及预算管理

练习：年度海外产品整合营销计划

二. 海外战略市场/客户运营

1. 海外战略大客户识别

- 自我认知-大客户误区
- 海外主场选择和分析
- 价值客户甄别与分析
- 价值客户评估4个要点

2. 海外客户服务营销增值

- 设计服务增值
- 金融服务增值

- 海外供应链优化
- 技术服务支持
- 海外销售前移

讨论：海外仓设立意义及营运变革

3. 战略合作，海外模式升级

- 业务模式升级
- 品牌营销升级
- 合作生产升级
- 海外合资/投资并购

讨论：海外客户合资入股项目操作

4. 海外战略客户营销组织

- 内部营销变革：三架马车
- 外部营销变革：合金团队
- 项目实施推进：沟通/激励

练习：海外战略客户策略研讨

5. 海外营销经理人 4 个转换

- 从跟单员转向营销经理
- “桥梁”到“客户大使”
- 从“坐商”转向“行商”
- 从 2P 营销转向 5P 营销

三. 海外产品战略运营

1. 海外产品整合/升级

- 聚焦细分市场
- 产品定制化
- 差异化竞争策略
- 产品升级解决方案

讨论：如何避免海外价格战？

2. 如何提升区域产品竞争力？

- 如何提升产品的盈利性？
- 产品线整合的挑战和对策
- 产品线整理：加/减/提/增

案例：T 品牌拉美市场产品线整合

四. 海外客户资产及风险管理

1, 海外客户资产梳理意义

2, 对海外客户综合判断要素

- 销售额/毛利率/利润
- 销售增长曲线（增长率）
- 合作紧密度，忠诚度，依赖度

“走出去”海外营销实战系列课程

3，海外客户“资产”管理矩阵

4，海外客户资产处理四种策略

5，海外客户风险管理

- 客户选择风险
- 产品及供应链风险
- 客户关系管理风险
- 大客户“三高”风险

案例：G汽车俄罗斯亏损3亿