

《海外大客户营销实战攻略》

(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市场的主要问题表现在：

- 如何洞察海外市场商机，挖掘和锁定海外大客户市场？
- 如何通过多种工具的“立体组合”搜索海外潜在目标大客户？
- 如何挖掘海外大客户需求/痛点？如何打造企业/个人信赖品牌？
- 如何化解客户沟通中的各种疑问？如何提升客户开发的成功率？
- 拿下大客户订单后，如何协调内部资源，提供客户满意的产品和服务？
- 海外大客户销售风险有哪些表现？如何梳理和管理海外大客户资源？

为满足中国企业对海外营销实战的迫切需求，国内首个《海外大客户营销实战攻略》课程应运而生。根据海外大客户营销业务实际情景分为三篇展开：

第一篇 海外大客户分析/挖掘

第二篇 海外大客户商务谈判

第三篇 海外大客户战略运营

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：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：

第一篇 海外大客户分析/挖掘

导言 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

一. 海外大客户识别与挖掘

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. 高价值客户在线四维搜索

- 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. 海外大客户展会立体营销

- 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

二. 海外市场渠道/大客户遴选

1. 海外渠道结构/要素分析

- 海外市场渠道/角色分析
- 海外客户洞察：横向/纵向
- 影响分销绩效的 7 个要素
- 海外市场规则/趋势分析

练习：海外市场绩效要素分析

2. 海外大客户选择和甄别

- 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

三. 如何赢得海外大客户的信任？

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

第二篇 海外大客户商务谈判

四. 海外大客户营销策略组合

1. 产品整合/升级，构建利器

- 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：如何避免海外大客户价格战？

案例：T品牌拉美市场产品线整合

2. 海外服务营销增值

- 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：海外客户战略合作路径

五. 海外大客户“3步走”需求挖掘

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

练习：海外大客户3步走提案策略

六. 海外大客户“5要素”沟通谈判

1. 大客户提案“5要素”沟通法

- “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：海外大客户5要素商务提案

2. 海外大客户沟通谈判技巧

- 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

练习：海外大客户常见问题化解

第三篇 海外大客户战略项目运营

七. 海外大客户战略项目运营

1. 海外“5力营销”战略运营

- 海外五力营销战略结构
- 聚焦主场，“两手抓”
- 模式升级，战略运营
- 一体化组织，沟通/激励

案例：T品牌美国市场60倍增长

2. 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

八. 海外大客户服务营销

1. 海外新产品上市启动

- 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

2. 新产品营销：建立销售标杆

- 海外终端卖场“激活”
- “卖场激活”3个衡量指标
- 海外销售标杆的4项内容
- 海外点线面销售计划管理

练习：海外销售标杆构建规划

3. 海外销售计划及营销服务

- 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

九. 海外大客户关系管理

1. 海外业务常见风险

- 客户选择风险
- 物流供应链风险
- 商务合同管理风险

2. 海外大客户“三高”风险

- 高销售比例的隐患

- 高 AR 是如何来的？
- 高库存问题何时爆发？

3. 海外客户“资产”梳理

- 海外客户价值判断 3 要素
- 海外客户“资产”梳理矩阵
- 海外客户梳理后策略及行动

练习：海外大客户资产梳理