

《海外销售经理 5 项修炼》

——海外销售经理工作职责及业务开展

前言

越来越多的中国企业开始“走出去，走进去”，深入海外一线市场拓展业务；外贸人员通过参展、出差或派驻海外，开始从“坐商”到“行商”的转变，正在成为中国外贸业务一道靓丽的“风景线”。调研显示：**80%**海外经理人对应该具备的素质、技能和工作未能清晰的认识和掌握，一些海外派驻经理**60%**以上时间白白耗费。

同凭借电话，Email“坐等”接单的传统外贸不同，走向海外一线市场的营销人员，通过践行“**销售前移**”的作业理念，体现在以下 5 项营销思维转变和市场拓展技能提升，才能在海外市场游刃有余，创造出卓越的销售业绩：

- **移眼**：贴近海外市场，观察市场和竞品表现——**如何看市场，做调研？**
- **移脑**：在一线分析竞争格局，找到策略方案——**如何做商务拓展规划？**
- **移脚**：直接拜访海外渠道和客户，勤跑市场——**如何开发、拜访客户？**
- **移口**：向一线传授销售技巧，协助促销订单——**如何做海外产品销售？**
- **移手**：海外策划、参与、组织营销推广活动——**如何做海外市场推广？**

本课程是长期跟踪、研究中国企业拓展海外的专家，结合大量中企海外营销的最新实战经验总结、提炼而成，是海外营销技能提升及外派人员培养的实战指针。

时间：2 天

授课讲师：张慧海

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

导言 海外市场变革及突围

1. 海外营销变革挑战

- 传统出口业务的困境和挑战
- 海外营销转型升级策略路径

- 海外营销转型升级案例解析
2. 从“坐商”到“行商”
 - 海外营销经理 3 次跃升
 - 海外营销经理 4 项职责
 - 海外营销经理 5 项修炼

一. 海外市场调研及分析

1. 认识海外市场 P13C
 - 了解宏观市场：PEST 信息
 - 认知行业：政策，门槛和趋势
 - 3C 信息：消费者，渠道和竞品
2. 海外市场信息来源及整理
 - 内部：历史销售累积
 - 线上：信息检索和查询
 - 线下：市场考察和调研
 - 海外竞品对比分析汇总表

二. 海外市场商务拓展规划

3. 海外区域市场营销战略
 - 海外五力营销结构
 - 聚焦主场，“两手抓”
 - 模式升级，战略运营
4. 海外区域市场拓展规划
 - 海外市场 SWOT 分析
 - 战略市场拓展营销策略
 - 如何从市场变为主场？
 - 海外拓展商务计划简报

练习：海外战略市场拓展计划

三. 海外“渠道掘金”，客户开发

1. 海外渠道结构/要素分析
 - 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. 海外渠道客户考察选择
 - 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

练习：海外渠道建设及客户选择

3. 海外客户开发 5 要素提案
 - “5 要素”组合提案内容
 - 客户三种需求的挖掘方式
 - 营销经理容易犯的几个错误

练习：海外客户 3+5 商务提案模拟

4. 海外客户开发沟通技巧
 - 客户引进新业务 9 个理由
 - 海外 5 类客户及沟通策略
 - 客户谈判常见问题化解 6 招
 - 海外客户沟通成功 9 个关键

第二天

四. 海外企业/产品销售技能

1. 如何向海外客户介绍企业？
 - “企业素描”3 要素
 - “企业素描”4 模块
 - “企业素描”5 技法
 - 麦肯锡电梯法及应用

练习：麦肯锡电梯法介绍企业

2. 海外产品推介 4 步走

- “亮家底”
- “展实力”
- 盈利探讨
- 客户定制

练习：模拟客户产品推荐

3. 海外产品提案 5 项资源

- 海外产品推介 5 项资源
- 什么是 SACCG 法则？
- 如何做印象深刻的 PPT？

练习：海外产品提案 5 项资源

4. 海外产品上市导入

- 市场启动，推拉结合
- 海外市场启动 3 步骤
- 海外市场启动 8 要素

练习：海外产品上市方案

5. 海外市场销售“激活”

- 产品海外上市的挑战
- 如何激活客户卖场？
- “卖场激活”3 指标

6. 海外“标杆建设”销售计划

- 何谓“销售标杆”？
- 销售标杆的 4 项内容
- 销售标杆分类及升级
- 点线面销售计划管理

练习：拟制海外标杆建设规划

五. 海外市场整合营销

1. 海外推广 8 大工具

2. 海外社交媒体营销
3. 高价值客户 4 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：印度市场拓展案例

4. 海外展会立体营销
 - 海外 3+2 展会营销
 - 立体营销，效果叠加
 - 海外 AAR 展会总结

案例：海外展会立体营销

5. 海外客户会议宣讲技能
 - 海外产品上市发布
 - 海外客户会议策略
 - 客户会议发言 E3 法则

练习：海外客户会议发言

6. 海外年度整合营销计划
 - 战略目标及任务分解
 - 产品引进及价格定位
 - 渠道分销及促销策略
 - 海外品牌联合推广工具
 - 销售目标及客户激励政策

练习：制定海外年度推广计划

“走出去”海外营销实战系列课程