

课程名称：海外工程营销新人销售素质与项目运作能力提升训练营

课程概述：

深入剖析从事国际市场开发业务所需要的基础素质和项目运作能力，帮助学习者提升意识、系统掌握、举一反三与灵活运用。

课程时间：面授 2 天（12 小时）

学习对象：初涉海外业务的市场开发人员

教学形式：讲师讲授、案例分析、讨论分享、实战演练等

教学建议：面授

课程内容：

第一天 海外工程营销新人销售素质提升

第一部分 国际市场人员个人品牌塑造

- 1、市场人员获取成功的关键是什么？
- 2、个人品牌的四大维度：自我形象、业务素质、沟通能力和服务意识
- 3、个人品牌与市场订单的关系
- 4、练习：盘点个人品牌上亟需提升哪些关键点？

第二部分 国际市场人员六大基础素质

- 1、看：看客户、看关联人、看竞争对手
- 2、听：听说辞、听余音、听舆情
- 3、记：记常识、记政策、记关系网
- 4、思：思痛点、思价值、思优劣势、思局势

- 5、说：说价值、说故事
- 6、攒：外部资源、内部资源
- 7、研讨：还有哪些基础素质会影响到国际市场的开发？

第三部分 市场人员的商务呈现与表达

- 1、商务呈现与表达的核心落脚点：逻辑、技巧与心理
- 2、结构化呈现技术与形象化呈现技术
- 3、完美呈现的三部曲
- 4、练习：如何做好公司与方案的介绍

第四部分 在海外初次拜访客户的细节

- 1、初次拜访客户该做哪些准备？
- 2、如何设计初次拜访客户的目的与过程？
- 3、如何快速判断客户的风格及应对举措？
- 4、如何创造良好沟通交流的氛围？
- 5、如何结束拜访及预备下次交流？

第五部分 大客户销售的 SPIN 技巧

- 1、大客户成功营销的最关键要素是什么？
- 2、大客户营销最基础的销售过程是什么？
- 3、如何发掘出客户的隐性需求？
- 4、如何运用 SPIN 技术推进我们与大客户的沟通？
- 5、练习：SPIN 技术场景化演练

第六部分 建立情报搜集能力

- 1、情报搜集对工程项目的重要性及“灰度理论” □
- 2、商业情报搜集的五大类方法：公开渠道、直接观察、关联人脉、结构设计和灰度地带 □
- 3、商业情报搜集的组织建设和业务人员的素质要求

第二天 海外工程营销新人项目运作能力提升

第七部分 获取与甄别项目信息

- 1、国际工程公司一般从哪些途径获取项目信息 □
- 2、国际工程公司如何甄别获取的项目信息 □
- 3、国际工程公司如何甄别融资类的项目信息
- 4、练习：基于给定信息研判项目是否可以跟进 □

第八部分 夯实客户关系

- 1、国际工程营销过程中的代理、客户及 coach
- 2、如果筛选项目代理并形成高效的合作关系？
- 3、华为客户关系模型：组织、关键与普遍的客户关系架构 □
- 4、如何提升与关键客户的关系 □
- 5、练习：选择一个目标客户并作出关系提升计划

第九部分 正确理解客户需求与制定差异化方案

- 1、策划类项目要围绕大客户进行战略匹配
- 2、策划类项目需要正确理解大客户的需求

- 3、基于客户需求与竞争的“利器-软肋”模型
- 4、同质化竞争态势下的差异化销售策略
- 5、练习：基于某项目情况制定差异化的项目方案

第十部分：围绕投标展开的项目竞争策略

- 1、工程总包项目竞争常见的4种常见战略
- 2、影响客户的关键动作与壁垒设置
- 3、标前信息了解与明确投标目的
- 4、一些常见的投标竞争策略与报价技巧
- 5、练习：如何应对好对手已经实施的竞争策略

第十一部分 国际政治经济常识

- 1、与工程项目开发有关的国际政治常识
- 2、与工程项目开发相关的国际经济常识
- 3、与工程项目开发相关的中国外交特点
- 4、后疫情时代国际政经格局变动下国际工程的新特点

第十二部分 国际项目投融资常识

- 1、国际工程项目开发各类型投融资模式综述
- 2、国际工程项目开发各类融资资源及特点综述
- 3、结构化融资的关键特点与对销售人员的基本要求
- 4、海外各区域融资类工程项目开发的基本特点分析
- 5、练习：请快速研判某项目的融资策略

第十三部分 课程总结