

海外市场营销项目运作管理与市场开拓技能培训

课程大纲

教学目的：学习和掌握针对海外市场行业客户营销的基本思想、策略制定、销售项目运作执行方法与管理规范；掌握开拓海外市场客户的关键实战技能。

教学时长：2天

教学手段：讲授、研讨、情景演练、视频学习。

教学准备（提前一个月，由老师提供调研模板，学员方提供反馈内容）

- 1、学员基本专业水平情况调研。
- 2、海外销售项目运作的真实案例收集（学员方的2个成功案例，2个失败案例）。

教学破冰：课程介绍

研讨：我们的海外市场营销工作面临的挑战与解决之道

第一部分 海外行业客户营销的基本思想、策略制定与项目运作

- 1、海外行业市场营销方式的演进
- 2、有效影响客户决策的必做功课——首先思考的9个问题
 - 1) 客户的外部市场的发展趋势（最终客户需求分析）
 - 2) 客户的战略愿景、优势和困难
 - 3) 我们的战略愿景、优势和困难
 - 4) 客户的招标流程、采购标准分析
 - 5) 客户决策链和关键人的分析
 - 6) 友商的市场表现
 - 7) 我方的市场表现
 - 8) 市场潜在的变数
 - 9) 如何呈现我方差异化的专业价值
- 3、基于SWOT、软肋模型的销售策略和工作计划的制定
- 4、工具学习：《营销策划指导书》与《项目监控流程表》
- 5、分组练习与点评：针对一个贴近真实海外市场环境的案例，制定营销策略和销售项目运作计划，并完成现场答辩。

第二部分 海外营销人员的个人专业品牌修炼

- 1、如何在拜访中让客户尽快产生好感和信任感
 - 1) 国际营销人员的外表、气场和商务礼仪
 - 2) 快速拉近关系的六种方式

- 3) 能被客户接纳的专业形象：天使，行家和顾问
- 2、成为客户信赖的行家：营销人员的知识结构优化
 - 1) 营销人员合理的知识结构
 - 2) 如何提升和改善自己的知识水平
- 3、对客户有战略价值——整合公司的全球专业资源

第三部分 国际营销人员的销售基本功

- 1、概述：为什么要修炼基本功
- 2、六项基本功修炼
 - 1) 看：观察客户场景并正确地推测有价值的情报
演练：观察场景获取有用情报
 - 2) 听：倾听客户的多维度需求
演练：通过开放式引导来挖掘客户需求
 - 3) 记：建设自己的商业情报库
分享：每日黄金两小时的妙用
 - 4) 思：象独立生意人一样的思考
分享：客户决策者关注的专业要点
 - 5) 说：讲清楚，说精彩（英文表达训练）
演练1：有意义地寒暄或深入谈及客户行业
演练2：有针对性地介绍我公司
演练3：准确而生动地呈现一个经典案例
演练4：描述一项“撒手铜”技术或产品
演练5：介绍我方差异化优势的服务体系
 - 6) 攒：成为资源整合专家
案例与研讨

第四部分 海外市场关键营销场景中的沟通方法

- 1、正式拜访客户的一般交流步骤（七步法）
 - 1) 观察与感知
 - 2) 建立初步信任
 - 3) 澄清可能临时出现的问题
 - 4) 挖掘需求
 - 5) 共创愿景
 - 6) 确认客户感知
 - 7) 制定后续互动计划
- 2、顾问式销售沟通的话术方法

1) SPIN 挖掘需求话术

- A. Situation：背景型问题（例如：谈论行业）
- B. Problem：难点型问题（例如：提及客户难点）
- C. Implication:内含型问题（例如：和客户算明细账，确认收益或损失）
- D. Need-Pay Off 需求效益型问题（例如：反问客户的解决思路）

课堂演练：挖掘客户的潜在需求与真实想法

角色扮演——客户接口人与我司客户经理

2) NFPB 话术（呈现价值）

- A. Need-Pay Off:确认客户的观点
- B. Feature:表述我司的业务方案提供能力
- C. Proof：我司的类似案例
- D. Benefit：如果合作，将给客户带来什么长期价值

课堂演练：有效地呈现差异化价值来打动客户

角色扮演——客户决策者和我司客户经理