

# 海外市场客户交流与营销影响力训练

## 课程大纲

### 教学目标：

- 1、掌握国际市场营销人员应该具备的正确心态、角色扮演、知识结构和基本职业素质，为建设和维系良好的客户关系，获取客户的信任奠定坚实的基础。
- 2、学习和掌握顾问式营销的基本思想、方法和实战技能，以更高的效率去执行客户拜访、交流、挖掘客户深度需求、长期需求和促使客户接受我方的专业观点，并愿意和我方形成长期稳定的合作关系。

### 教学时长：

2天

### 教学手段：

讲授、问题互动、分组研讨、情景演练。

### 教学破冰：课程介绍

**研讨：**与海外客户交流和营销沟通面临的挑战与解决之道

#### 第一部分 有效交流的准备：海外客户营销影响力的基本思想

- 1、 海外市场营销方式的演进与销售人员的角色变化
  - 1) 产品推销与推销员
  - 2) 顾问式销售与咨询顾问、项目经理
  - 3) 战略型销售与战略发展咨询顾问
- 2、 高效影响客户的决策——销售人员首先要思考的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) 客户的采购流程、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、 确保我方的商业竞争优势——SWOT工具和软肋模型分析工具
- 4、 如何正确地挖掘客户需求：黄金三问
  - 1) 客户的战略发展规划？
  - 2) 客户近期正在开展的工作部署？
  - 3) 客户关键人的关注要点？

#### 第二部分 国际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) 快速拉近关系的六种方式
  - 2) 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) 国际营销人员合理的知识结构
  - A. 入门级：杂家或者“I型”人才
  - B. 良好级：“T型”人才
  - C. 优秀级：“π”型人才
- 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“铁三角”专业资源

### 第三部分 国际营销人员的客户交流基本功

- 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
    - 2) 听：倾听客户的多维度需求
    - 3) 记：建设自己的商业情报库
    - 4) 思：象独立生意人一样的思考
    - 5) 说：讲清楚，说精彩
      - 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“撒手锏”技术或产品
      - 演练5：介绍我方差异化的专业服务优势
    - 6) 攒：成为资源整合专家
- 案例与研讨

### 第四部分 关键营销场景中的洽谈与沟通方法

- 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基础
  - 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)

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,将给客户带来什么价值

第五部分 如何编写有专业感染力的客户交流材料

1、客户关键人希望了解的信息分析

2、首次拜访客户需要准备的材料

3、第N次拜访客户高层人员需要准备的材料

4、如何通过书面材料说服客户高层的决策者