

疫情下外贸企业关键客户开发

课程背景：

在市场竞争日益激烈的现代社会，企业如何保持长盛不衰？
哪些客户对于公司来说是非常关键的，影响公司未来的发展？
企业的关键客户在不断发展，我们如何能够跟上客户发展的步骤？
我们如何预测企业未来的发展方向？
如何调整公司的资源，为企业发展奠定基础？

课程说明：

关键客户对企业的未来发展而言是非常重要的，企业需要与客户建立合作共赢的关系，并引领未来企业的发展方向。

《外贸企业关键客户开发》课程就是帮助企业学员来学习如何通过几个大方面的不断努力，最终与关键客户达成合作。

课程收益：

《外贸企业关键客户开发》可以使与关键客户打交道的人员明白如何定位关键客户，理解市场的波特模型，自身和客户的优劣分析。有效开发关键客户，形成合作关系。

同时学员将会学习并掌握如何制定业务计划书，如何与客户决策团队维护好关系，如何推动项目前行。

《外贸企业关键客户开发》将有助于您实现以下目标：

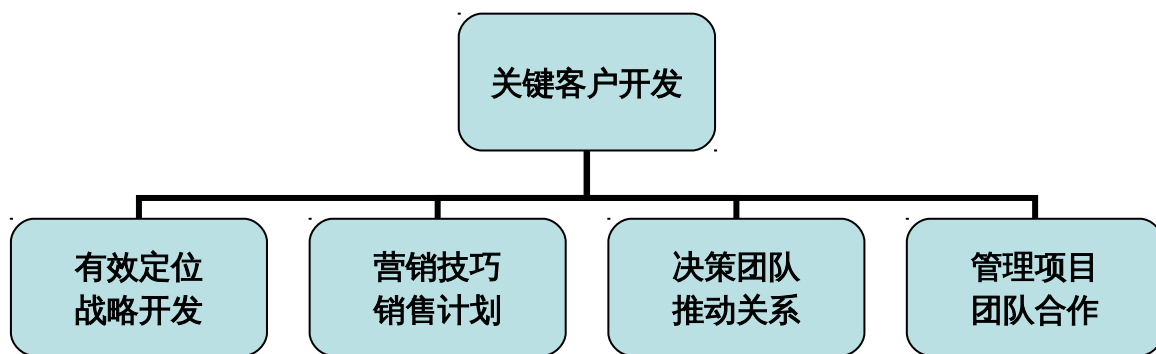
- 正确定位自身和关键客户；
- 掌握开发关键客户的战略思维；
- 学习营销方法并制定销售计划；
- 与客户关键决策团队制定沟通策略；
- 掌握项目管理能力，推动合作落地；
- 不断提升与关键客户的战略合作关系。

课程时间：1.0天，6小时/天

课程对象：公司营销、客服部门经理、总监及管理层；企业其他部门的高级管理人员；企业各部门中有资深经验（通常6-10年），有较强影响力的员工

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程模型：



课程大纲

第一讲：外贸企业转型策略

一、外贸市场的转变

1. 中国总体外贸形势

- 1) 疫情下的外贸市场
- 2) 化危为机拓展市场

二、明确在市场、客户中的定位

1. 在行业中的定位

- 1) 客户的吸引力
- 2) 供应商的可靠性

2. 市场中的定位

- 1) 市场中的分析
- 2) 波特五力模型

3. 自身的定位

- 1) 自身的 SWOT 分析
- 2) 客户的 SWOT 分析
- 3) 客户和我的匹配指数

三、寻找目标客户群

1. 行业特色

- 1) 产品的运用范畴
- 2) 产品的运用特点

2. 收集你的市场信息

3. 熟练运用各种渠道

第二讲：关键客户开发

一、关键客户的画像

1. 谁是我们的关键客户？

- 1) 关键客户的几个维度
- 2) 有效评估我们的关键客户

2. 关键客户的关键需求

思考：关键客户的关键需求

- 1) 关键客户背景
- 2) 关键客户决策模型

二、关键客户开发的会谈

1. 建立你的人际关系

- 1) 4X20 模型

- 2) 你会自我介绍吗？
- 3) 沟通中的同期声

案例：你喜欢哪一个

2. 需求调查

思考：客户的需求

- 1) 客户的隐性需求 VS 显性需求

互动研讨：理解客户的真正需求

模型：客户驱动因素

- 2) 同理心技巧

- 3) 运用你的听和问

工具运用：SPIN 提问工具

视频分享：沙家浜出来的厂长

三、解决方案的卖点

1. 产品呈现

- 1) 产品的 FAB 分析

工具运用：FAB 练习表

- 2) 你如何论述 FAB？

- 3) 你的竞争对手？

案例研讨：我们公司的优势

2. 找出命中客户的需求的关键

- 1) FAB 是对应的吗？

- 2) 正确运用你的 FAB

运用：动态 VS 静态

回顾与探讨，理解外贸企业关键客户开发的要素

一、回顾外贸企业关键客户开发各种要素

1. 回顾外贸企业关键客户开发的要素

2. 制定个人行动计划

二、行动计划交流

1. 行动计划交流

2. Q&A