

---

# 国际业务销售管理-操作篇

## 1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 学习市场销售管理发展历史与现实碰撞
- ✓ 掌握市场销售方法的基本客户思路
- ✓ 了解未来市场销售的基本技巧
- ✓ 分析市场销售实操过程中的种种问题和风险
- ✓ 判断和认识市场销售管理的核心内涵
- ✓ 应用市场销售管理过程中基本组织架构与产品支持
- ✓ 掌握销售管理的基本步骤和方法论
- ✓ 实践销售实践操作的流程分解与实例
- ✓ 学习和认识市场销售实务的时代特点
- ✓ 应用互联网+时代的市场销售方法改变
- ✓ 掌握大数据时代的市场销售特点
- ✓ 了解互联网影响的客户需求判断与分析
- ✓ 应用新技术与市场开发流程的产业链结合
- ✓ 掌握一般市场开拓与销售管理的逻辑关系
- ✓ 市场销售的 B2B 营销情况分析与介绍
- ✓ 市场销售的 B2C 营销情况分析与对比
- ✓ 掌握常规市场销售操作模式的突破与改变
- ✓ 了解新技术对于市场销售模式的最新影响

## 2. 教学方法

传统授课式教学方法占用 1/3 时间，案例分析与讨论占用 1/3 时间，学员沟通与互动占用 1/3 时间。

## 3. 学员组成

有一线销售经验的工作人员，具体销售业务类型，至少有一年类似相关工作经验。  
至少对此类工作感兴趣的人员。

#### 4. 课堂安排

采用传统分组方法，每小组成员 5-8 名，采用传统梅花式课桌摆放。总人数控制在 50 名左右。

#### 5. 教学时间

基本教学时间安排一天左右，如果有其他供公司特殊需求，可以将课程拓展至 2 天。  
每天 6 小时教学时间。

#### 6. 课程大纲：

##### 第一章：市场销售手段的现实分析

- 当今市场销售的主要特点
- 行业中的主要销售手段分析
- 市场销售现实困难与分析
- 销售过程中风险分析及主要处理手段

##### 第二章：市场销售的基本逻辑关系

- 人力因素分析
  - 销售人员基本要求
  - 销售人员选拔方法
  - 基本能力模型
- 环境因素分析
  - 环境因素判断
  - 因素与能力结合模型
  - 分析性使用方法
- 方法因素分析
  - 阶段性分析
  - 特点与操作分析
  - 方法的灵活选择与判断

##### 第三章：市场销售的基本操作流程方法

- 销售基本操作流程
- 环境情况分析

- 工作计划实施

#### **第四章：客户情况分析**

- 基本客户分类
- 客户特点分析
- 自身营销组织架构
- 公司内部资源支持
- 竞争对手情况分析与判定

#### **第五章：B2B 模式的市场销售内容介绍**

- B2B 模式情况分析
- B2B 模式操作特点
- 操作技巧分析与介绍

#### **第六章：B2C 的市场销售模式分析**

- C 类市场基本特点
- 营销模式分类与说明
- 具体操作技巧介绍

#### **第七章：大数据时代的市场销售特点**

- 数据的基本分类
- 数据来源分析与采纳
- 数据选择与归类
- 数据应用技巧

#### **第八章：互联网时代的市场销售模式创新**

- 互联网应用技术介绍
- 互联网思维的逻辑关系分析
- 互联网技术的充分应用与判断

#### **第九章：基本流程操作分解与能力提升**

- 公司现有销售管理介绍与解析
- 新思维下的销售管理提升
- 赋能行为的贯穿与交流

#### **第十章：结束**

- 课程总结
- 学员答疑

[键入文字]

---

➤ 结束