
海外销售团队的管理

主讲：林安

课程背景：

因为文化差异、当地法律、政策等遵从性的要求等因素，海外销售与国内是不同的，这就对企业海外销售团队的管理提出了不同的要求。

学员收益：掌握跨文化管理海外销售团队的方法，建立结构化的思考。

企业收益：提升海外市场拓展能力。

学员对象：海外各级管理者及员工。

授课方式：授课（50%）+案例分享（30%）+研讨（20%）

授课天数：1天（每天6小时）。

课程大纲

一、海外销售平台的文化管理

1. 恪守核心价值观并落地海外
2. 理解彼此的人文倾向
3. 跨文化的彼此融合
4. 代理的作用
5. 本地员工的文化认同
6. 道法自然
7. 案例：华为的海外销售平台文化建设
8. 讨论：结合以上内容，并参考华为案例，企业如何建设海外销售平台文化？

二、海外销售平台的建立与管理原则

1. 梳理海外销售业务
2. 基于业务，由客户端开始向内部梳理运作流程
3. 基于业务流程的需要搭建组织
4. 基于文化、流程、组织的协同运作，建立相应的制度与规范
5. 案例：希腊办事处的劳资冲突
6. 讨论：本地销售团队的建设与管理须注意哪些问题？

三、 海外销售团队的员工本地化管理

1. 本地化的具体要求
2. 如何本地化
3. 案例：多瑙河边的咖啡
4. 案例：“到家里做客吧”
5. 从孤独到融入
6. 本地化但保持独特的闪光点
7. 案例：巴基斯坦的本地化
8. 让本地人了解我们
9. 讨论：结合企业的具体业务，如何本地化？
10. 克服语言、文化差异的心理障碍
11. 坦然面对中方与本地员工之间的沟通差异
12. 让本地员工有主人意识、归属感、成就感
13. 求同存异
14. 鼓励不同的视野与见解
15. 主动了解彼此
16. 学习心态
17. 讨论：企业怎样由中国范融入本地？

四、 海外销售团队的组织本地化管理

1. 恪守核心价值观，遵从本地的管理模式
2. 以本地法律的确定性应对本地各种不确定性
3. 案例：“我们中国人先开会决策，由本地外国人去执行”
4. 我们才是“外国人”-心态的转变
5. 案例：戴天鹅绒手套的铁手
6. 由本地人管理销售团队
7. 重结果，“轻”过程
8. 管理海外销售平台的目标
9. 海外销售平台的绩效管理
10. 做好销售团队的激励
11. 提升平台的整体能力及销售人员的个人能力

12. 开放、妥协，灰度

13. 案例：华为海外销售团队的管理

14. 讨论：结合以上内容，你在当地销售团队的管理存在哪些问题？应该如何管理本地化销售团队？

五、 总结

*****END*****

说明：

1. 可以顺畅地英文授课
2. 具体需求的理解及定制，有待与企业沟通后再做。