

## 海外订单有效获取暨海外订单开发之交易会与电子商务

### 第一部分 海外订单的有效获取

#### 一、赢取超值海外订单，必先了解你的客户特征

- 1、为什么中国出口商在海外贸易中总是处于被动？解决之道是什么
- 2、美、欧商人在国际采购中有何特点？如何应对？
- 3、美、欧商人在国际采购中通常使用何种渠道？如何应对？
- 4、日韩商人在国际采购中有何特点？通常使用何种渠道？如何应对？
- 5、中东、南美、印巴商人在国际采购中有何特点？通常使用何种渠道？如何应对？
- 6、澳新、东南亚商人在国际采购中有何特点？通常使用何种渠道？如何应对？
- 7、各国华裔贸易代表在进行国际采购活动中的特征差异？如何应对？
- 8、一揽子沟通与分段式沟通策略

#### 二、了解你的潜在客户层级，是获取超值海外订单的必由之路

- 1、谁是优秀的潜在客户？他们到底在哪里？
- 2、国际零售集团是如何进行国际采购的？他们关心什么？应该如何与他们沟通？
- 3、国际品牌采购商的采购模式？应该如何应对品牌采购订单？
- 4、网络采购巨头，你能把他们忽略？
- 5、去海外建立终端的时候，你就应该挖掘行业经销商！！
- 6、永远不要忽略地区经销商，他是你未来超值订单的源泉！！
- 7、行业与垄断进口商，让你在悲与喜中挣扎！
- 8、肆意横行的专业进口商，你应该如何应对？
- 9、进口陈列商，让你欢喜让你忧！！

#### 三、竞争对手的客户，永远是你海外订单的潜力所在

- 1、如何挖掘竞争对手的客户？
- 2、针对竞争对手的不同客户，如何与其沟通？
- 3、如何将意向变成现实的订单？
- 4、试订单是这样炼出来的？
- 5、从与竞争对手共舞，到独享竞争对手的客户资源
- 6、你分析过叛变的竞争对手客户吗？（如何防止客户的再度叛变？）

#### 四、客户的叛变，是海外订单流失的主要根源

- 1、客户因什么而叛变？
- 2、客户叛变前的征兆分析？
- 3、如何发现和应对正在发生的客户叛变？
- 4、客户叛变后的沟通策略和叛变客户的跟进策略
- 5、如何防止对手对客户的诱导策略？
- 6、除了强调品质和价格外，你还能做什么？

#### 五、关注客户之关注，永葆海外订单源源不断

- 1、不同层级的客户有着不同的关注点（周转速度、物流能力、配额许可、税费规避、价格条件、支付方式等等？）
- 2、面对采购商，你应关注什么？
- 3、面对零售商，你应关注什么？
- 4、面对散户零售商，你应关注什么？

- 5、如何获取客户的意向？
- 6、封闭式策略与开放式策略对探求客户关注的影响差异？
- 7、均匀订单与独立大单对你有何启示？
- 六、海外客户的超级谈判策略和有效沟通技巧（重点）
  - 1、海外客户关注点的探讨与分析
  - 2、国际商务沟通中所面临的疑难和解决之道
  - 3、客户国别特征对商务谈判影响
  - 4、海外客户的沟通策略
  - 5、案例评析海外客户沟通策略的具体运用
  - 6、与海外客商沟通与谈判的重点
  - 7、探求海外客户的底价策略与议价模型
  - 8、国际商务谈判阶段性渐进策略
  - 9、海外客户跟进策略
  - 10、海外大客户的开发与管理
  - 11、海外大客户的谈判与沟通策略
  - 12、获取超级订单
  - 13、如何探求与应对海外不同层次的客户的跨国采购行为
  - 14、与对手客户沟通与谈判的策略
- 第二部分 弱势环境下的参展策略
  - 一 弱势环境下的参展规划与展前准备
    - 1、企业在弱势环境下的的展出目标分析和参展定位
    - 2、弱势环境下的展会客户定位
    - 3、弱势环境下参展应考虑的因素和转会区域选择
    - 4、对于出口商而言，参展与海外观展的优劣比较
    - 5、参展的材料、样品准备和注意事项
    - 6、名片、DM的设计和准备
  - 二 弱势环境下的展会客户挖掘与沟通
    - 1、目前海外不同展会的观展客户的观展行为分析与定位
    - 2、弱势环境下的进口商参展行为
    - 3、出口交易会与进口国交易会客户群体分析
    - 4、越来越多的海外经销商参展
    - 5、参展营销技巧
    - 6、海外交易会的特点及参展营销技巧
    - 7、参展中的买方心理透视
    - 8、交易会现场的沟通技巧
    - 9、交易会上与客户谈判和沟通时的问题设计
    - 10、交易会中的沟通进攻策略
    - 11、交易会中的提问技巧和应答策略
  - 三 老客户是如何在交易会上流失的？
    - 1、老客户参展的利弊分析
    - 2、老客户是如何在交易会上流失的
    - 3、如何通过交易会挖掘竞争对手的老客户
    - 4、与对手的老客户在交易会上的沟通策略和语言技巧
    - 5、交易会上的角色扮演

## 6、参展中的观展心态和如何通过观展获取对手的老客户信息

### 第四讲 展会的后续工作和展后的客户沟通策略

- 1、展后工作处理要点
- 2、交易会的潜在客户的ABC分析
- 3、与交易会的潜在客户进行沟通的策略
- 4、交易会后的客户跟单与催单技巧
- 5、交易会后的对手客户的跟单与催单技巧

### 第三部分 海外市场的非传统电子商务开发与拓展

#### 一 电子商务交易平台+国际配送

- 1.供应方国际电子交易平台
- 2.经销方国际电子交易平台
- 3.第三方国际电子交易平台
- 4.供应方物流+国际配送
- 5.经销方物流+国际配送
- 6.第三方物流+国际配送
- 7.第四方物流+国际配送
- 8.面对客户终端化，实现B2C+国际配送
- 9.面对分销终端化，实现B2B+国际配送
- 10.面对客户集团化，实现B2A+国际配送
- 11.面对采购商，实现B2B+国际配送
- 12.面对经销商，实现B2B+国际配送
- 13.面对长尾零售客户群，实现B2B+国际配送

#### 二 电子商务模式下的海外客户开发沟通与订单获取

- 1、哪些产品适合使用电子商务进行客户开发
- 2、根据商品属性及其不同特点设计企业的电子商务开发策略
- 3、根据商品属性及其不同特点，选择合适的电子商务管道
- 4、电子商务的国别特点及对产品海外营销与开发的影响
- 5、进口商和海外客户的层级分析
- 6、哪些客户擅长和喜欢使用电子商务进行国际采购或产品进口
- 7、不同层级的客户在使用电子商务进行国际采购时的差异和特点
- 8、国别特徵是如何影响客户的电子商务采购行为的
- 9、针对不同客户层级和特点，设计和选择相应的电子商务开发策略
- 10、如何有效利用搜索引擎开发海外客户
- 11、电子商务平台的分类和各自利弊分析
- 12、电子商务交易平台与搜索引擎的关系
- 13、电子商务平台与商品属性
- 14、电子商务平台与客户层级
- 15、线上交易
- 16、电子商务平台与企业产品推广
- 17、事例举证电子商务平台的客户开发过程
- 18、如何使用电子邮件进行客户初次跟进
- 19、如何通过有效的跟进将客户的意向变为现实的订单
- 20、保持与客户沟通的关键
- 21、完成订单后的客户跟进应注意的问题

### 三 跨境电商平台与海外仓的开发与管理