

《出口营销暨海外客户深度开发与维护管理》

主办单位: 北京世企联合企业管理咨询有限公司 贸易安全及便利化研究中心
培训费用: 3980 元/人 (含培训教材、午餐、茶歇、讲义、合影等)
时间地点: 2019 年 4 月 12 -13 日 上海 6 月 21-22 日 上海 7 月 26-27 日 青岛 8 月 30-31 日 北京
报名方式: 北京 010-51668580 手机/微信: 13911122902 柳辉 在线 QQ: 767611769
参会对象: 企业管理层、海外营销公司、进出口部门、外贸企业老总、贸易部门等涉及海外市场人士。

课程目的

- 个性化客户定义模板
- 公司卖点提炼
- 特点利益销售法练习运用
- 如何介绍产品介绍流程
- 销售成交方法及运用
- 如何运用贸易展会前、中、后开发客户
- 分享贸易展会销售管理工具表单
- 客户档案卡
- 解决方案模板
- 针对深度合作客户的销售回顾法
- 不同合作阶段客户维护策略和方法

课程形式

培训通过互动方式，课程结合企业具体状况设计，案例讨论，实战工具提供使学员学以致用，他主持的培训融理念，技巧，案例，游戏为一体，体现了参与性，趣味性和实战性。管理咨询方案更为企业量身定做，帮助企业解决实际瓶颈，辅导实战管理技能。

讲师介绍

钟老师，海外市场营销培训师



北京世企联合企业管理咨询有限公司海外营销培训师，拥有 20 年的贸易和销售渠道管理经验，在过去的十多年中曾长期接触全球买家，采购商和全国各地供应商，十分了解买家的真实需求和我们供应商外贸团队面临的挑战。在外销团队管理，销售实战方面有十多年的跨国公司管理和培训经验。曾任上海中欧国际工商学院 EMBA、北大国际 MBA 国际营销项目讲师

著有营销书籍《外贸参展全攻略》—如何有效参加 B2B 贸易商展。被全国近百家学院用于外贸实战教学参考。

在过去的十多年里曾拜访过一千多家出口导向企业并为其提供咨询，培训和服务。为几百家中外企业，出口民营企业管理和一线销售人员培训，管理外销团队咨询。现在每月为三百多家企业的代表培训各类外销管理课程，涵盖全国近 50 个城市，举办过 500 多场专业的外贸培训，1 万多家企业代表超过 2 万人次参加。

接受过钟老师培训的进出口企业包括：索尼（中国）有限公司，西门子移动通信（中国）有限公司，上海强生，YKK 拉链、ABB、青岛海尔、，山东金潮企业 PPR 管业。鲁西化工、潍柴动力、诺贝尔磁砖，英国 BOC 气体公司，英国文泰纸业公司，无锡小天鹅、格兰仕，德赛电器，上海电力公司，拜耳（中国），河南省服装进出口集团有限公司，广州轻工集团有限公司等数千家中国出口导向的中小企业。

与广东省对外经济合作厅、汕头进出口商会、江门外经贸局，国际商会，广东揭阳中小企业协会、浙江温州外经贸局、浙江海宁外经委、福建省外经委、江苏商会、苏州工商联合会、广交会、义乌博览会、东莞电子博览会、和 B2B 平台环球市场、中国制造网、环球资源联合为出口导向企业举办各类外贸培训课程。

课程大纲

第一部分 如何主动营销推广，有效获取海外订单

1. 适应海外市场变化调整营销模式

- a) 买家采购模式变化、市场变化
- b) 我们面临的维护、深度开发客户、拓展市场目标客户挑战
- c) 从贸易战中学习到什么？改变什么？
- d) 如何提供附加值服务？
- e) 服务模式变化，报价员时代已过去
- f) 团队合作模式理念，单打独斗时代已过去
- g) 全新的贸易服务趋势
- h) 顾问式销售对销售人员的全新要求
- i) 我们如何适应海外市场变化，调整营销模式

2. 海外市场开拓，客户维护应具备的能力：

A) 如何鉴别锁定目标客户和市场能力

- a) 鉴别和评估我们目标客户能力
- b) 定义客户级别和潜力能力
- c) 了解客户关注点，兴趣点
- d) 有效鉴别客户是外销团队的管理重点
- e) 目标客户的定义和分析
- f) 如何在电话沟通中鉴别和评估
- g) 如何在商展中如何鉴别客户？
- h) 如何在公司接待中鉴别客户？
- i) 如何在线邮件鉴别目标市场客户？
- j) 实战销售工具表单分享

B) 提炼公司、产品服务卖点能力

- a) 什么是你公司、产品的独特卖点
- b) 您的现有客户为何向您采购？
- c) 什么能为您吸引更多的买家？
- d) 您认为与您公司合作的主要收益是什么？
- e) 什么是您的竞争对手现在不能提供的？
- f) 实战销售工具表单分享

C) 将公司卖点转化为客户的利益能力

- a) 利益销售法
- b) 特点和利益的定
- c) 利益销售的重要性
- d) 我们产品的特点与利益
- e) 利益销售的步骤
- f) 利益销售的技巧
- g) 如何从讲解员到销售员的转变
- h) 实战案列讨论分享

D) 积极主动的销售成交能力

- a) 销售员与讲解员区别
- b) 建议强力的销售成交意愿
- c) 关注客户的购买信号
- d) 如何避免沟通中被买家拒绝
- e) 销售实战成交方法分享与练习

E) 营销和开发客户能力

- a) 销售和营销区别
- b) 你的产品是买出去的还是卖出去的?
- c) 数据库营销
- d) 如何激活丢失和休眠客户。
- e) 营销推广的 7 个关键能力

3. 如何利用贸易展会开发客户

A) 展前如何有效准备和推广

- a) 明确你的参展目标
- b) 如何准备展品的要素
- c) 如何准备有效的销售资料/工具?
- d) 怎样培训和训练参展团队?
- e) 展前如何推广?

B) 展中如何与买家有效沟通

- a) 如何吸引买家进入你展位, 开场白的策略
- b) 现场如何评估真假买家
- c) 如何在展中高效记录买家信息
- d) 展中如何展示产品, 如何与买家谈判, 报价
- e) 展中如何收集行业信息
- f) 访谈记录表单工具运用
- g) 谈判中如何发现客户的签约信号和时机
- h) 商展应注意的销售礼仪

C) 展后有效跟进客户的方法与技巧

- a) 展后评估买家以及分类策略
- b) 如何有效跟进展后销售线索
- c) 展会后如何针对不同等级的客户跟进方法

第二部分 如何有效地深度维护和管理客户技巧

1. 给客户定级评星

- a) 细分客户（个性化，代理商，经销商评估）
- b) 了解客户的采购习惯、模式、趋势
- c) 评估销量和潜力
- d) 客户档案卡建立
- e) 客户的吻合度与我们匹配度
- f) 客户优势、SWOT 分析
- g) 客户的常见的反对意见
- h) 提供附加值服务

2. 与客户的深度合作策略和技巧

A) 针对客户的解决方案式销售技能

- a) 什么是解决方案式销售
- b) 一站式采购方案
- c) 整合采购方案+营销方案是最好的附加值
- d) 如何向客户提供方案策略？
- e) 制定方案要素
- f) 方案等级
- g) 客户是如何评估方案的？
- h) 年度，季度配货方案，促销方案
- i) 方案是否证明你倾听客户需求了（个性化？）

B) 针对客户阶段回顾方法

- a) 给客户阶段性回顾/总结
- b) 公司进展（update）
- c) 销售回顾
- d) Excel 表运用
- e) 新方案推荐，why
- f) 了解客户进展
- g) 排出大纲内容
- h) 跨国公司沟通要点

C) 引领客户销售、促销年度计划

- a) 年度参展计划
- b) 拜访计划
- c) 培训计划
- d) 在线沟通、社交媒体营销

D) 组建大客户团队

- a) 大客户的种类和特点
- b) 了解大客户的采购过程
- c) 客户关注什么？
- d) 客户的采购决策过程和特点

E) 不同合作阶段客户维护策略和方法

- a) 刚合作时的维护方法
- b) 2-3 次返单后的合作方法
- c) 长期合作客户的策略、方法
- d) 小组讨论:不同合作阶段客户维护策略

3. 外销团队运作风险控制

- a) 如何控制日常运作风险
- b) 如何应对不同国家的风险
- c) 如何防范贸易运输风险
- d) 如何防范支付风险
- e) 常见的风险案例分享
- f) 如何建立人、钱、货风险防范制度

4. 回顾总结，问题解答

[报名信息表]

我单位共__人确定报名参加 2019 年__月__日在__举办的《出口营销暨海外客户深度开发与维护管理》培训班。

单位名称:					
地 址:					
联系人姓名:			部门/职务:		
电话/手 机:			E-mail:		
参 会 学 员 信 息					
姓 名	性 别	职 位	手 机	E-mail	金 额
缴费方式	<input type="checkbox"/> 转帐 <input type="checkbox"/> 现金 (请选择 在 <input type="checkbox"/> 打√)			会员 ID	
住宿要求	预定：双人房__间；单人房__间，住宿时间：__月__日至__日 (不用预定请留空)				

此表所填信息仅用于招生工作，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函。

谢谢支持！报名方式如下：Email：sqlhzx@126.com

