《**出口营销技巧、海外客户开发与维护管理**》

**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: 3900元/人**（含培训教材、午餐、茶歇、讲义、合影等）

**报名方式:**北京010-62719488 手机/微信：13121135903杜老师

**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。

**课程形式**

**课程目的**

**帮助外销团队改变观念突破传统思维，建立吻合客户和市场需求的销售和营销模式。提升服务和管理技能，突破销售成交障碍。**

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。

**钟老师，海外市场营销培训师**

**讲师介绍**



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，广州轻出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、浙江温岭外经贸局、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**

**第一节：我们如何应对国际市场变化的挑战**

1. 国际国内市场变化
2. 买家采购模式、习惯变化、市场变化
3. 供应商与买家沟通面临的困惑
4. 如何提升附加值的竞争
5. 单打独斗时代已过去，团队合作模式理念
6. 服务模式变化，报价员时代已过去
7. 改变“保姆型”跟单模式
8. 2017销售顾问时代

**第二节：出口营销应具备的能力**

1. **什么是顾问式销售？为什么要顾向式销售**
2. **顾问式销售与传统的销售区别**
3. **顾问式销售对销售人员的全新要求**

**一、锁定目标客户和市场能力**

1. 鉴别和评估我们目标客户能力
2. 定义客户级别和潜力能力
3. 了解客户关注点，兴趣点
4. 有效鉴别客户是外销团队的管理重点
5. 目标客户的定义和分析

**二、提炼公司、产品服务卖点能力**

1. 提炼我们公司及产品独特买点
2. 如何专业地介绍我们的产品和服务

**三、将公司卖点转化为客户的利益能力**

1. 特点利益销售法
2. 公司产品的特点和利益如何在沟通中表述
3. 如何从讲解员转换到销售员

**四、异议处理和见机成交的能力**

1. 销售员如何建立销售意识
2. 了解不同业务类型客户的沟通特点
3. 如何有效跟进客户技巧分享
4. 沟通中如何发现客户的签约信号和时机
5. 如何处理客户反对意见

**五、销售解决方案而非产品的能力**

1. 什么是解决方案式销售
2. 一站式采购方案
3. 整合采购方案+营销方案是最好的附值
4. 如何向客户提供方案策略？
5. 应对不同的客户类型
6. 了解基本的采购知识
7. 向客户提供够方案
8. 采购中的价值链
9. 制定方案要素
10. 客户是如何评估方案的？
11. 方案是否证明你倾听客户需求了（个性化？）

**六、维护和管理客户关系能力**

1. 采购商采访分享
2. 在过去的几年中买卖关系发生了哪些变化？
3. 您决定与一个新供应商合作的关键因素是什么？
4. 供应商应该具备怎样的能力？
5. 供应商具备什么能力才能脱颖而出
6. 供应商要与您建立长期合作关系，必须具备怎样的特质？
7. 如何突破“保姆型”维护客户障碍；
8. 如何与不同合作阶段客户沟通策略：
9. 刚合作时的沟通要素；
10. 2-3次返单后的合作策略；
11. 长期合作客户的维护策略。
12. 东西方文化差异

**七、营销和开发客户能力**

1. 销售与营销区别；
2. 如何推广,展示公司的独特卖点；
3. 留住客户的7个关键要素；
4. 实战营销推广方法分享；
5. 运用客户数据库营销方法分享；
6. 如何激活丢失和休眠客户

**第三节、大客户的开发及销售技巧**

**一、客户的分类及大客户的定位**

1. 开发大客户的意义
2. 大客户的种类和特点
3. 了解大客户的采购过程及对供应商的要求
4. 大客户关注什么？
5. 大客户服务的重要性
6. 什么是大客户服务？
7. 营销中的2/8定律
8. 维护大客户的重要意义

**二、如何围绕大客户的需求进行服务**

1. 建立目标客户标准、需求定位
2. 锁定目标客户和市场
3. 讨论：如何界定大客户及大客户的标准
4. 评估客户案例参考
5. 建立大客户档案
6. 搭建服务团队沟通平台
7. 了解大客户的采购决策过程和特点
8. 确定营销策略，产品开发及制定市场推广和销售计划

**三、如何向客户提供方案策略？**

1. 了解客户的背景
2. 分析不同的销售对象
3. 应对不同的客户类型
4. 了解基本的采购知识
5. 采购中的价值链
6. 制定方案要素和方案等级
7. 客户是如何评估方案的
8. 如何有效进行采购项目管理
9. 了解客户采购流程与决策过程
10. 项目管理工具分享

**第四节：国际谈判和成交技巧**

1. 什么是商务谈判？
2. 什么是双赢思维的谈判理念
3. 什么时候需要谈判呢？

**一、成功地与客户沟通策略**

1. 与客户沟通谈判实战技能分享
2. 销售沟通中的发问技巧
3. 如何从面对面地沟通了解客户兴趣点和关注点
4. 买家采访：如何有效沟通

**二、面对面的谈判礼仪**

1. 专业商务礼仪和行为规范
2. 外贸沟通中应注意的销售礼仪和行为举止
3. 商谈的距离
4. 个人谈判入座的位置
5. 站立展示的位置
6. 如何有效展示产品，目录、资料方法
7. 在Showroom中的展示技巧
8. 如何面对一对一，一对多的买家销售情景

**三、商务接待技巧**

1. 如何接待和安排客户来访
2. 如何接机，如何安排行程
3. 如何接待不同等级的客户
4. 安排商务谈判应注意要素
5. 商务接待后的如何专业跟进
6. 欧美商务礼品习惯
7. 掌握女士优先原则
8. 商务餐饮礼仪
9. 中外餐饮接待文化区别
10. 如何与老外用餐和点餐

**四、不同场合的谈判技巧**

1. 如何接待主动来司客户
2. 公司接待中如何鉴别客户？
3. 如何接待邀请客户来公司洽谈业务
4. 如何应邀去客户处展示和谈判
5. 拜访客户应注意的礼仪
6. 如何在客户参观公司中引导销售
7. 展会现场如何吸引买家？如何专业沟通？
8. 海外客户拜访策略和方法分享

**第五节、回顾总结、问题答疑**

**[报名信息表]**

我单位共人确定报名参加 2017年月日在举办的《出口营销技巧、海外客户开发与维护管理》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** |  □ 转帐 □ 现金 （请选择 在□打√） | **世企联合-公章会员ID** |  |
| **住宿要求** | 预定：双人房\_\_\_间；单人房\_\_\_间，住宿时间：\_\_ 月 \_\_ 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：13121135903@qq.com