**【主办单位】**济南立正管理咨询有限公司

**【报名热线】**0531-85956956，13864004657（微信同号）

**【开课时间】** 6月18-19日青岛

**【培训对象】**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。

**【课程费用】**RMB **4200**元/人（含培训教材、午餐、茶歇、讲义、合影等）

**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。

**钟老师，海外市场营销培训师**

**讲师介绍**



济南立正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**
2. 买家采购模式变化、市场变化
3. 我们面临的维护、深度开发客户、拓展市场目标客户挑战
4. 从贸易战中学到什么？改变什么？
5. 如何提供附价值服务？
6. 服务模式变化，报价员时代已过去
7. 团队合作模式理念，单打独斗时代已过去
8. 全新的贸易服务趋势
9. 顾问式销售对销售人员的全新要求
10. 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**

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
6. 如何在电话沟通中鉴别和评估
7. 如何在商展中如何鉴别客户？
8. 如何在公司接待中鉴别客户？
9. 如何在线邮件鉴别目标市场客户？
10. 实战销售工具表单分享

**B） 提炼公司、产品服务卖点能力**

1. 什么是你公司、产品的独特卖点
2. 您的现有客户为何向您采购?
3. 什么能为您吸引更多的买家?
4. 您认为与您公司合作的主要收益是什么?
5. 什么是您的竞争对手现在不能提供的?
6. 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**

1. 利益销售法
2. 特点和利益的定
3. 利益销售的重要性
4. 我们产品的特点与利益
5. 利益销售的步骤
6. 利益销售的技巧
7. 如何从讲解员到销售员的转变
8. 实战案列讨论分享

**D） 积极主动的销售成交能力**

1. 销售员与讲解员区别
2. 建议强力的销售成交意愿
3. 关注客户的购买信号
4. 如何避免沟通中被买家拒绝
5. 销售实战成交方法分享与练习

**E） 营销和开发客户能力**

1. 销售和营销区别
2. 你的产品是买出去的还是卖出去的?
3. 数据库营销
4. 如何激活丢失和休眠客户。
5. 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**

1. 明确你的参展目标
2. 如何准备展品的要素
3. 如何准备有效的销售资料/工具?
4. 怎样培训和训练参展团队?
5. 展前如何推广？

**B）展中如何与买家有效沟通**

1. 如何吸引买家进入你展位，开场白的策略
2. 现场如何评估真假买家
3. 如何在展中高效记录买家信息
4. 展中如何展示产品,如何与买家谈判,报价
5. 展中如何收集行业信息
6. 访谈记录表单工具运用
7. 谈判中如何发现客户的签约信号和时机
8. 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**

1. 展后评估买家以及分类策略
2. 如何有效跟进展后销售线索
3. 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**

1. 细分客户（个性化，代理商，经销商评估）
2. 了解客户的采购习惯、模式、趋势
3. 评估销量和潜力
4. 客户档案卡建立
5. 客户的吻合度与我们匹配度
6. 客户优势、SWOT分析
7. 客户的常见的反对意见
8. 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**

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. 制定方案要素
6. 方案等级
7. 客户是如何评估方案的？
8. 年度，季度配货方案，促销方案
9. 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**

1. 给客户阶段性回顾/总结
2. 公司进展（update）
3. 销售回顾
4. Excel 表运用
5. 新方案推荐，why
6. 了解客户进展
7. 排出大纲内容
8. 跨国公司沟通要点

**C) 引领客户销售、促销年度计划**

1. 年度参展计划
2. 拜访计划
3. 培训计划
4. 在线沟通、社交媒体营销

**D) 组建大客户团队**

1. 大客户的种类和特点
2. 了解大客户的采购过程
3. 客户关注什么？
4. 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**

1. 刚合作时的维护方法
2. 2-3次返单后的合作方法
3. 长期合作客户的策略、方法
4. 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**

1. 如何控制日常运作风险
2. 如何应对不同国家的风险
3. 如何防范贸易运输风险
4. 如何防范支付风险
5. 常见的风险案例分享
6. 如何建立人、钱、货风险防范制度

**4. 回顾总结，问题解答**

**报名表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

注：请至少提前一周将报名回执回传我司，电话：0531-85956956 手机：13864004657微信与手机同步

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** |  | **城市/日期** |  |
| **培训负责人：** | **公司名称：** |
| **姓名** | **性别** | **部门/职位** | **手机** | **邮箱** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **济南立正账户信息：**开户名称：济南立正管理咨询有限公司 银行帐号：1602005009200108586开户银行：中国工商银行济南市天桥支行 | **★缴费方式：** **🞏 现场缴费（现金，微信，支付宝）** **🞏 公司转账** **（注：现场没有POS机，不提供刷卡服务）** |
| **开票信息** |  | **发票领取方式** | * 课前邮寄□ 现场领取
 |
| **发票内容** | □ 咨询费□ 会务费□ 培训费□ 培训服务费 付款总额：**￥ 元** |
| **住宿要求** | 是否需要代订酒店： □ 是 □ 否 |
| * **预订：** 单人房间； 双人房间
* **住宿时间：** 月 日点 至 月日点
 |