

《海外客户开发与维护》

【课程目标】 外贸营销是团队配合,综合运用各种技能的过程。本课程预期达

成的目标：

- 掌握国际市场营销所需要的必备知识,
- 提升应对市场变化综合分析和策划能力;
- 掌握客户开发的工具 ;
- 系统地了解海外客户,从根本上掌握与不同国家的客户沟通洽谈的方法;
- 分层分类地制定有针对性的客户政策;
- 系统地提升市场开发的方法与技巧 ;

【课程对象】 外贸总监、市场区域经理、销售经理、海外市场分析人员

【课程时间】 2天(12课时)。

1天(6课时)：内容较多，一天版需企业根据实际情况选择重点。

【讲师】 岳云峰

【课程大纲】

第一节 国际贸易新环境与自贸区

【本节要点】

了解最新的国际贸易环境及自贸区的相关政策；识别当前国际贸易的机

遇，为开拓国际市场提供总体框架。

- 1、 国际贸易秩序及当代国际贸易的特点
- 2、 国际贸易新环境
 - 自贸协定
 - 自贸区
 - 关税区及海关监管
 - FTZ 与 TFZ 的区别
- 3、 国际贸易壁垒
- 4、 后 WTO 时代两个主要的国际谈判
- 5、 当代国际金融秩序
- 6、 “一带一路”战略
- 7、 国际贸易新政策
 - 财政政策
 - 海关政策
 - 质检政策
 - 电商政策
 - 外贸综合服务平台政策

第二节 海外客户特征分析

【本节要点】

识别客户的特征，是增进客企关系不可逾越的阶段。不了解客户，无从

为客户提供有针对性的服务；高质量的客户服务，源自对客户特征的了解。

1. 如何化解出口商的传统被动局面？
2. 美、欧商人在国际采购中有何特点及应对方式
3. 日韩商人在国际采购中有何特点及应对方式
4. 中东、南美、印巴商人在国际采购中有何特点及应对方式
5. 澳新在国际采购中有何特点及应对方式
6. 东南亚商人在国际采购中有何特点及应对方式
7. 非洲客户在国际采购中有何特点及应对方式
8. 海外华人在进行国际采购活动中的特征差异？如何应对？
9. 客户差异的原因分析
10. 在国际市场开发中，适合的沟通策略有哪些？

第三节 海外客户层级与客户关注

【本节要点】

与客户的沟通过程中，被动应对客户要求始终是中国外贸企业的一大困

惑。我们如何在沟通中发现客户的真实需求，以此为出发点，发挥主观能动性？

本节将分析如何把客户分层分类，避免客户的强势压力，挖掘客户的下

单动机，为促成快速下单，挖掘优质订单服务。

1. 谁是优秀的潜在客户？如何界定？
2. 客户的分类模式
3. 采购商在什么时候对价格不敏感
4. 采购商在什么情况下关注价格
5. 海外大客户购买决策分析
6. 不同层级的客户有不同的关注点，我们应怎样应对他们的关注点？
7. 均匀订单与独立大单对公司的作用是什么？

第四节 客户双向叛逃及应对策略

【本节要点】

为什么客户相信别的企业，而不相信我们？我们需要做到哪些工作，才

能让客户认可我们，提高忠诚度；我们在挖掘对手的客户时，有没方法让客

户倾向于我们？

1. 客户叛逃原因有哪些？
2. 客户叛逃有无征兆？
3. 避免我司客户叛逃的策略有哪些？
4. 客户叛逃后该如何应对？

5. 对于竞争对手的客户，我们如何挖掘？
6. 试订单怎样炼出来的？
7. 如何从共享客户，走向独享客户？

第五节 海外客户谈判策略和有效沟通技巧

【本节要点】

怕与客户谈价格的原因是什么？在没有有效的沟通的情况下，除了价格，别的不会谈。谈判是策略的组合，而不是仅仅谈价格。本节将从化解客户价格压力的角度，阐述，如何做好外贸营销谈判与沟通。

1. 海外客户沟通洽谈的关注点与我们一致么？
2. 有无策略可以吸引客户的关注点，提升竞争力？
3. 涉外沟通谈判注意事项
4. 海外客户的开发与管理
5. 确定海外客户的跟进策略
6. 如何解决价格分歧
7. 国际谈判八大筹码及运用
 - 筹码一、权势筹码：如何运用权势筹码施展压力

- 筹码二、奖励筹码：如何运用奖励筹码引导客户
- 筹码三、退路筹码：如何运用退路筹码迷惑对手
- 筹码四、时间筹码：如何运用时间筹码掌控局面
- 筹码五、法律筹码：如何运用法律筹码摆脱困境
- 筹码六、专业筹码：如何运用专业筹码抬升地位
- 筹码七、架势筹码：如何运用架势筹码扭转不利
- 筹码八、粘性筹码：如何运用粘性筹码避免破局

8. 国际谈判策略制定

- 寻找共同点
- 内/外部因素影响
- 角色策略
- 时间策略
- 议题策略
- 报价/催款策略
- 权力策略
- 让步策略

➤ 地点策略

第六节 参展策略

【本节要点】

展会是每个涉外营销的企业必须的工具，电商时代也不例外。如何选择

展会、参加展会。并在展会中有效宣传自己、把握客户需求，成功开发海外

客户？

1. 您做好参展定位了么
2. 优秀的展厅布局与设计
3. 您准备好参展所需的材料了么
4. 参展样品方面有无特殊安排
5. 交易会上与客户和沟通时有没有做好时间安排
6. 展会中客户的角色有无不同
7. 展会互动有无区别
8. 展会后期催单与跟进需要哪些关键点