

国际市场开发精准策略与谈判运作 (6 小时版)



一. 训练题目：后疫情时代国际市场开发精准策略与谈判运作(6 小时版)

二. 课程时数：6 小时

三. 参加人员：徐工 国际商务经理人员

本课程包含内容 国际市场开发中跨文化商务接触认知面 商业谈判策略面

国际市场谈判精准策略面 国际商务经理人员能力面

■国际商务人员大致区分参考略

集团下属零配件子公司的分支销售人员(含国内接单与外派代表)

集团工程机械解决方案项目组成员

集团销售业务部国内接单人员

集团销售业务部外派海外商务代表处项目组或国外接单人员

以下都适用

壹. 正视新常态下国际市场开发与环境剧变省思

(一).后疫情时代国际市场发展与价值供应链

●疫情虽可怕但衍生之相关问题更可怕

经济大衰退与全球影响

供应链调整与加码问题

全球化倒退可能程度与区域及单边贸易协议自觉兴起

和我们开发国际市场到底有啥关系

●有些会加速萎缩的理由我们警觉到否

●我们该停下来想一想一些关键词

部分零件代工 外贸 美元汇率 生产过剩 欧美市场的鸡蛋 一带一路

掌握客户与被选择的省思 核心研发能力

●为何政府鼓励国内企业走向一带一路

●土地 40% 人口 60% GDP 比重 30%推动沿线国家经贸往来，可使沿线地区经济

自由流动，形成生机勃勃的新兴市场

(二).国内企业国际市场涉入面临的最大挑战（企业成长壮大的主轴思维）

- 国际咨询公司埃森哲与《经济学人》2013 联合发布的一份报告
驾驭全球市场开发与运作的复杂性何在（不简单中的不简单）
国内企业走出去的血泪与学费（躺在国际化中的遍地血迹）
要接触有效率我们不患不能而患不知

贰. 国际客户开发精准策略

(一).企业国际客户去哪里找（被动等客户联系上门最危险）

- 对网络委托信息定制搜寻的信息者
- 国内报关或国外进关者资料购买
- 对杂志或专业文刊宣传反馈者
- 驻华领事或大使馆商务推广单位
- 我驻外单位商业搜集资料
- 各类国际各地有关行业特殊名词搜索
- 找公会
- 各类展览会观展与参展遮资料
- 并购当地行业企业中的销售客户
- 驻外人员商业情报与客户搜集汇整
- 注意各国经济能力与发展地区分布情报搜集

(二).线上市场推广模块与联机操作

- 自己没有平台，可以借助跨境电子商务平台，eBay，速卖通，敦煌网，wish 这些常见的平台均可以上传产品，让国外的人看
- 上各国搜索引擎，上 COMPASS，用 ALEX，用 google 或 yahoo 的目录，用

dmoz

- 关于黄页，也就是 Europage 最有名。把上面你的行业的公司名字在 google 在搜索

—

下。不就找到谈们公司主页。英国的 applegate 德国的 wlv 也可以

- 国内或外派人员开发市场在线操作总结切记切记

各地区特殊搜索引擎 (外派至国外操作行 但国内实操较需改善)

重要话说三次 找邮箱找邮箱找邮箱 不要化太多时间在 B2B

找客户关键是找，而不是等

把你需传递的信息好好整理规划 (找广告公司也可)

叁. 商务谈判与精準策略分析

(一). 商务谈判精準策略的艺术

- 对于新沟通管理变化 领导变革之父约翰·科特 John P. Kotter 如是说
- 新旧沟通方式巨大差异何在 (现在沟通变成了不简单)

(二). John P. Kotter 对商务谈判精準策略管理中侧重之处

- 积极倾听中的肢体语言表现
- 记住 John P. Kotter 说的对方利益问题
- 谈判中思维的捆绑与说服方法
- 因人而异的沟通调整 (人格特质与沟通表现巨大差异)
- 为何沟通谈判中理解人格特质与行为模式日益重要

案例分析：LIFO 提供了什么信息 (知彼才能立于不败)

(三). 商务谈判进行时的策略与该特别侧重的思维

- 确实分清洽商与谈判根本差异 (日本人的操作也有可借镜之处)
免得两头多处挨宰与兑现差距 (国际商务谈判需特别注意)
- 商务谈判永远包括以下总结十字诀 (谈判过程缺一没做就不及格)
说 听 近 假 势 闪 演 追 触 观
- 沟通有时不是要让对方懂而是要他不懂 (沟通的策略理由)
以人类行为学来思考反向策略
- 如何反制对方掌握主动权或被牵着鼻子走
- 切记谈判技巧两种都必须出现
把复杂的事情简单化
把简单的事情复杂化
- 谈判的目的地也可就是要僵在那里以换取时间 (刻意谈判失败也是技巧)

- 养成习性全部听完再回答（国人国际商务谈判最大的致命伤之一）

谈判初期多用耳

切记你的做法与对方要刚好相反

- 核心技术与能力的筹码与谈判气势及底气息息相关（国人国际商务谈判最大的致命伤之一）

- 国内商务谈判千方百计提出问题把对方高层也拖进来谈的理由

商务谈判人类行为学巧妙（双刃剑如何用）

- 特别注意对方在谈判时各状况的肢体语言

案例分析解说

- 对方所提问题并不一定要回答

- 悄悄记下对方侧重的价值顺序

谈判过程中稍晚时纪录 在最后细节谈判时参考运用

（四）.商务沟通谈判谈判进行时的运用策略

- 注意气势与自信

- 闪避自己的弱点，选择对方头痛的弱点进行（防守改成攻击策略）

- 把自己让步妥协的损失扩大化

- 把客户的想法不利你之处复杂化

- 描绘客户采用后的利益越清晰越好

- 注意把自己的想法嫁接给对方

- 未准备好答案前不要回答问题

- 不要花光你的弹性与妥协空间（底线观需改变）

- 在了解对方所有的要求前不要作任何的让步

- 在准备让步时，尽量让对方先提条件，先隐蔽自己的观点与想法

- 退一进一 让一咬一

- 永远形成习惯把让步细分化

（五）.国际商务谈判要点参考

- 小字或往例造成的疏忽

- 特别注意技术上的规格与要求双方认知差距
- 检查所有附件、规格、图表
- 不论多熟悉，请再仔细检查
- 尽量由自己交涉更改的细节，不经由中间人
- 将自己的条件加上有效的期限
- 如果过了期限有处罚，更好
- 一字之差，对方会说字打错了
- 注意小谎言和小延误，说不定最糟的还没来呢
- 用诡计的人通常都捡软柿子，正面迎战，他们大部份会退缩或妥协
- 江山易改，本性难移，如果对方记录差，就别期望执行时有好结果
- 书面记录愈详细愈好，愈多证人愈好，愈多签字愈好
- 所有合约都应由主管过目检查弱点，后决定进行或停止

(六).国际商务谈判与跨文化的认知

- 不同文化下的沟通与谈判 (切记不可单一化)
- 国际咨询公司埃森哲与《经济学人》2013 联合发布的一份报告
 驾驭全球市场开发与运作的复杂性何在 (不简单中的不简单)
 国内企业走出去的血泪与学费 (躺在国际化中的遍地血迹)
 要商务谈判有效率我们英對跨文化 不患不能而患不知



以下章節可送三小時 (晚上作業)

(一).国际职业经理人国际商务跨文化接触分析

- 不要地域性的影响看得太简单
- 请记住在国内市场开发与在跨文化模式完全不同
 记住因民族文化不同要调整否则企业会吃大亏
- 人文分析 越南该注意什么 (阶级意识 勤奋 人际关系 佛教 国人竞争 成熟)
 泰国该注意什么 (华人势力与国际制造业移转)
 柬埔寨该注意什么 (好朋友与军方势力 商务往来与枪械)

埃塞俄比亚该注意什么 (基督教 非洲中國版 中国基建)

吉布提该注意什么 (中国基建 海外驻军 工业基础弱 靠转口货物及出租土地赚取外汇 最不发达国家之一)

肯尼亚该注意什么 (内罗毕国际城市 2030 年远景规划 潜力市场 艾兹 贫富差距 治安差)

希腊该注意什么 (中国基建港口 是进欧关键 制造落后 海运业发达)

- 印度该注意什么 (面子 令人窝火的小便宜 诚信 收帐 会说 大市场 辐射市场)
- 巴基斯坦地区商务往来机会与特别之处 (一带一路的桥头堡与基地 竞争 巴铁)
- 非洲地区案例分析 总地区特质 (了解地区特点与对应方式)

可注意的非洲市场 埃塞俄比亚 埃及 苏丹 摩洛哥 刚果 尼日利亚 (相对比较)

- 俄罗斯地区案例分析 总文化特质

俄罗斯该注意什么 (价格 视强弱给予尊重 面子 纪律性)

白俄罗斯该注意什么 (直率有礼 诚信 随遇而安 共同决定权 亲德 小康 基建投资)

乌克兰该注意什么 (萧条 基建不足 安静的找机会 国人当地竞争)

(二).欧盟地区文化特质 (了解地区特点与沟通对应接触方式) (含法德英意西荷波比葡)

- 德地区特殊文化下沟通与接触重点参考

法柔注重人际关系 德超级固执难转弯 绝对自律 绝对自由 绝对服从规范

自尊与自主傲气 除细节外还是细节 数字概念差与重承诺

人情建立与特殊民族傲气情感 规矩与生活自我控制 规则和纪律

送礼与感情 同意大原则,非常注意细节上 英國勿太接近 (会计较细节)

(二).如何与不同地区的人商务谈判 (各地国际买家的特点与对应方式)

- 北美地区风土文化与谈判方式

直截了当（似乎太直白）

分析透澈，对产品知识准备充分（因交易而交易）

时间就是金钱（总想迅速达成协议）

●法英德地区风土文化与谈判方式

同意大原则，然后在细节上谈判（会非常注意细节）

让步时必须取得回报（寸土必争）

●日本地区风土文化与谈判方式

深思后才反应，沉默是金（很仔细的聆听）

总是需要再上层的核准（无法真正作主）

日本圈圈（民族交易障碍多外人不易进入）

●印度地区风土文化与谈判方式

计划性概念（拖延与更动）

额外的好处（小便宜与面子）

说与执行的差距（执行诚信）

(三).简述国际客户关系突变可能性（百分百发生）

- 国际销售人员需注意国际时势
- 各国或地区政治突变
- 各国或地区经济突变
- 各地区经济板块变化
- 新兴经济区域的出现
- 原经济区域市场萎缩
- 当地市场贸易壁垒出现

