

企业国际市场开发与运作实战

一. 训练题目：企业国际市场开发与运作实战

二. 课程时数：6 小时

三. 参加人员：中小企业国际化销售及中高层管理人员

壹. 先必须认知的国际化市场的操作关键

(一). 国际市场操作与企业国际化营销重点趋势

● 2025 中国制造与贸易战

● 国内市场踏向国外市场的路线

● 拉客户走向未来或被客户拉着走（自己掌握自己而非被掌握）

● 成熟与欧美市场竞争与另辟生存空间

● 国际市场进入与作强的市场复杂性何在

● 国际市场买主对中国制造的认知

世界工厂 质量 价廉 竞争对手在国内的压制 国际竞争对手在国际上的压制

● 为何政府鼓励国内企业走向一带一路

(二). 国内企业国际市场涉入面临的巨大挑战（中小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

● 海外客户关系难度不在营销操作本身，根本在理解国际性千变万化的复杂性

接单 影响力 增加客户对你依赖感

● 你掌握客户而不是客户掌握你（一条艰辛的不归路）

中小企业产品被取代核心的生存观念问题

(三). 中小企业国际化市场开发进程之路

● 分散分散分散与减少依赖

●国际生产采购的通行阶梯层级（发展进程的阶梯）

贸易往来与采购代理及供货厂家寻找

采购买方与供货制造商直行接触

制造商代工 **OEM OBM ODM**

制造商境外发货仓库

制造商境外分支落地生根

●产地销过渡到销地产（走出去 走进去 留下来）与成本领袖概念

贰. 中小企业国际市场客户寻求与注意事项

(一). 中小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
- 各类展览会观展与参展商资料
- 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). 中小企业国际订单一般状况

品牌策略

北美订单量大价低不稳定

欧洲订单量小价扬稳定

中南美订单量小价低不稳定

中东地区单订单量大价低稳定

一带一路单订单量小价低不稳定

叁. 中小企业国际市场客户商务谈判注意事项

(一). 影响国际商务谈判结果的因素

● 影响谈判的企业本身筹码问题

▲ 品牌筹码

▲ 价格筹码

▲ 交货速度筹码

▲ 制造核心能力筹码

▲ 产品与服务质量筹码

● 影响谈判成功的障碍问题

▲ 国际化市场变化因素

▲ 对方采购主观意识问题分析

▲ 对方贸易壁垒问题障碍

▲ 我方对当地人文特色理解度

▲ 国际市场竞争对手介入分析

▲ 当地政治环境突变影响

(二). 国际商务谈判该注意哪些小地方

● 国际化谈判要特别注意的地方

▲ 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

▲ 客户数据情报记录大误区

▲ 因人而异的对应与行为特质

● 国际销售中要理解客户的价值性思考

▲ 客户价值观的顺序排列差异

(三). 国际商务谈判策略运用技巧参考

● 对方提供的数字或资料绝对是被扭曲成对他们有利的

● 养成对对方提供的数字或资料挑战的习惯

- 除非买方明确说出原因，不要降价
- 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
- 降慢点，继续强调你的附加价值
- 绝不要以为价格是唯一的因素
- 被压榨时要求回报
- 买方也可能在其它地方上可以让步
- 把简单的问题复杂化
- 闪避正在谈的焦点，选择对方头痛的弱点进行（另选战场）
- 压迫询价造成的对方不利处复杂化

(四).国际客户关系突变可能性参考（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

(五).各地区商务洽商谈判该特别注意的跨文化知识（知己知彼的加分作用）

美国特殊文化与人文介绍与市场开发该注意什么

英国特殊文化与人文介绍与市场开发该注意什么

日本特殊文化与人文介绍与市场开发该注意什么

德国特殊文化与人文介绍与市场开发该注意什么

印巴特殊文化与人文介绍与市场开发该注意什么

东欧市场特殊文化与人文介绍与市场开发该注意什么

课程特色

- 国际市场开发，因涉略不同国际跨文化习性与政经领域，故与国内操作有非常巨大差异，

本质上来说也可称之为完全不同的领域，如只以国内市场操作习性方式操作，会在前进过程当中遭遇重大挫折

●本课程是实际性运用的课程（30年经验谈）

●左老师在德国及台湾有贸易公司在海外读书工作12年 走过67个国家（不含一带一路）

●左老师原为台湾地区经济部中小企业处外贸协会主讲国际化运作特聘讲师，讲授国际化运作系列课程由1992-2012

●曾授课过类似课程企业

■ 国际化课程内容曾上过的部份企业名单

北大民营经济研究院 EMBA 班全国约计 27 期滚动中

清华继教院 EMBA 班全国约计 2 期滚动中

厦门大学管理学院约计 47 期滚动中

厦门大学经济学院全国公务人员约计 53 期滚动中

厦门大学经济学院继续教育中心约计 48 期滚动中

厦门大学管理学院 EDP 中心全国企业人员约计 89 期滚动中

厦门大学法学院与公共行政学院约计 32 期滚动中

华中科技大学管理学院 EDP 中心 1-3 期

国家一二级职业经理人认证培训（劳动部）2001-2010 全国约计 98 次

厦门大学管理学院江苏泰州经济技术开发区企业创新发展与转型升级高研修班

全国含政府公益及论坛演讲 17 年计约 43 次

上海市中小企业竞争力中心 外贸产业列车班 11 次

台湾地区经济部 2001-2008 年全球竞争（企业高阶主管人员训练）

台湾地区经济部中小企业处 2000-2008 年（企业高阶主管国际观）

台湾地区外贸协会中小企业全球化国际商务运营班 14 期 1987-2000

福建省闽西南五市产业巡回列车

上海市政府产业巡回列车

上海市政府贸发局

上海市政府经发局

宁波港务集团 8 期

中国中小企业竞争力讲座（国家银河培训工程）计约 11 次

中科院国家信息中心

中国轻工对外经济技术合作公司（事业单位）

中车高铁地铁（北车唐山机械）（南车株州）（波士顿驻地组）（美费城驻地组） 5 梯次

中石油（石油探勘）

中石化长城润滑油

招商局中外运（中长航）外运长航（招商局央企） 2 期

中国核电（福清 华龙一号）

福建能源

山西能源

美的 海尔 青岛啤酒 中国外运 华硕计算机 长虹

中航技进出口集团 轻工业部中经技 显像科技集团（华映光电） 中旅

红星美凯龙 福耀玻璃 盼盼集团 巨龙集团

持续滚动中 以往过多余略.....