

# 《国际工程市场开发模拟实训》

## 课程提纲：

### 一、工程市场营销的特征与趋势

- 1.1 工程项目市场营销的困境
- 1.2 工程市场营销环境
- 1.3 工程市场营销对象
- 1.4 工程市场营销模式
- 1.5 营销过程
- 1.6 工程项目与产品营销一体化
- 1.7 市场规模与发展趋势
- 1.8 竞争主体日趋多元
- 1.9 工程承包业务延伸
- 1.10 工程业务的核心成功要素
- 1.11 研讨：如何搞定客户

### 二、工程市场营销阶段及创新管理

- 2.1 工程市场营销阶段划分
- 2.2 市场选择阶段
- 2.3 资格预审（筛选目标项目阶段 1）阶段
- 2.4 投标/不投标决策（筛选目标项目阶段 2）阶段
- 2.5 投标决策阶段
- 2.6 投标后跟踪阶段
- 2.7 研讨：如何有效策划并布局市场？

### 三、市场竞争力分析及创新管理

- 3.1 竞争的战略法则
- 3.2 营销力量的分配关系与竞争原则
- 3.3 第一主义
- 3.4 强者的竞争目标与弱者的攻击目标
- 3.5 基于市场地位的差异战略
- 3.6 研讨：国际工程市场营销人员的能力画像

### 四、工程项目业务失败的因素与对策

- 4.1 工程项目业务失败的根本原因
- 4.2 工程项目业务失败的要素
- 4.3 增大项目规模及其应对要点
- 4.4 不熟悉的新业务区域及其应对要点
- 4.5 进入新型建筑业务及其应对要点
- 4.6 更换关键人员及其应对要点
- 4.7 管理成熟度及其应对要点
- 4.8 研讨：如何把握客户的真实需求和痛点，并作出有效反应？  
如何结合企业的优势让企业在市场中脱颖而出？

### 五、工程项目成功的要素与实践

- 5.1 工程项目业务成功的关键因素
- 5.2 面对建筑行业不断变化的动态成功的关键
- 5.3 研讨：如何针对招标编制优质的技术文件，有哪些套路？如何结合招标组

建成功的投标与市场已开发团队？

## 六、典型案例与研讨

6.1 关系营销

6.2 市场细分

6.3 应用案例