

## 后疫情时代国际工程企业市场战略解析

### 课程目标：

- 1、深刻剖析当前国际政经环境及工程行业发展趋势的变化带来的机遇与挑战；
- 2、通过讲授和研讨帮助企业梳理清楚应该采取怎样的海外市场战略；
- 3、通过众多真实且新鲜的案例帮助企业构建后疫情时代必备的战略思维。

课程时间：1天（6小时）

学习对象：走出去企业的管理层、海外市场人员、常驻海外人员等

教学形式：讲师讲授、案例分析、讨论分享、实战演练等

### 课程内容：

#### 第一章 明白后疫情时代的全球市场环境

- 1、中美角力与地缘冲突给中企带来哪些挑战？
- 2、美元加息与债务危机对承包工程有哪些影响？
- 3、内外双循环能够给承包企业带来怎样的助力？
- 4、后疫情时代中国承包企业市场战略的国别选择

#### 第二章 明了后疫情时代的行业发展趋势

- 1、近3年来国际工程细分行业变化趋势分析
- 2、近3年来国际工程区域市场变化趋势分析
- 3、近3年来国际工程市场开发创新模式分析
- 4、【研讨】新的发展变化趋势下公司该作何选择？

#### 第三章 明晰后疫情时代的企业战略选择

- 1、企业竞争的三种基本战略选择
- 2、选择成本领先就必须深入贯彻属地化战略
- 3、聚焦最适合国别而非行业
- 4、差异化是大多数工程企业的首选
- 工程行业常见的差异化市场战略

#### 第四章 明确后疫情时代的必备战略思维

- 1、以工程为核心的资源整合思维
- 2、资金驱动工程的市场开发思维
- 3、为业主提供造血能力的解决方案思维
- 4、以工程-投资-贸易为核心的闭环经营思维
- 5、以资源整合为核心合作经营思维

#### 第五章 课程总结