

**课程名称：**国际市场经理基础素质提升

**课程概述：**

深入剖析从事国际市场开发业务所需要的基础素质和相关技能，帮助学习者提升意识、系统掌握、举一反三与灵活运用。

**课程时间：**面授 2 天（12 小时）

**学习对象：**初涉海外业务的市场开发人员

**教学形式：**讲师讲授、案例分析、讨论分享、实战演练等

**教学建议：**面授

**该课程已服务客户：**中航国际、中电装备、中交四航院、中铁二十局等。

**课程内容：**

### **第一部分 国际市场人员个人品牌塑造**

- 1、市场人员获取成功的关键是什么？
- 2、个人品牌的四大维度：自我形象、业务素质、沟通能力和服务意识
- 3、个人品牌与市场订单的关系
- 4、研讨：如何通过个人品牌树立提升公司形象？

### **第二部分 国际市场人员六大基础素质**

- 1、看：看客户、看关联人、看竞争对手
- 2、听：呈现态度、听余音、听杂音
- 3、记：记常识、记政策、记关系网
- 4、思：思痛点、思价值、思优劣势、思局势

- 5、说：说价值、说故事
- 6、攒：攒外部资源与攒内部资源
- 7、研讨：还有哪些基础素质会影响到国际市场的开发？

### **第三部分 商务呈现与表达**

- 1、商务呈现与表达的核心落脚点：逻辑、技巧与心理
- 2、结构化呈现技术与形象化呈现技术
- 3、完美呈现的三部曲
- 4、练习：如何做好公司介绍

### **第四部分 建立情报搜集能力**

- 1、情报搜集对工程项目的重要性及“灰度理论” □
- 2、商业情报搜集的五大类方法：公开渠道、直接观察、关联人脉、结构设计和灰度地带 □
- 3、商业情报搜集的组织建设和业务人员的素质要求
- 4、练习：某竞争项目情报搜集练习

### **第五部分 获取与甄别项目信息**

- 1、国际工程公司一般从哪些途径获取项目信息 □
- 2、国际工程公司如何甄别获取的项目信息 □
- 3、国际工程公司如何甄别融资类的项目信息 □
- 4、练习：目标国进入时都要调查哪些关联信息

### **第六部分 夯实客户关系**

- 1、 华为客户关系模型：组织、关键与普遍的客户关系架构 □
- 2、 如何提升与关键客户的关系 □
- 3、 国际项目代理的作用和筛选原则 □
- 4、 项目 Coach 的作用、与代理之别及筛选原则
- 5、 练习：公司现阶段目标市场客户关系策略与实践

### **第七部分 国际政治经济常识**

- 1、 西方政治体系、制度与运作机制
- 2、 地缘政治、国际组织与项目获取
- 3、 国际经济地理、贸易创造与项目获取
- 4、 研讨：中资承包商如何适应自由民主政治框架下的项目运作

### **第八部分 小结：国际市场经理基础素质盘点**