

国际工程项目信息深度辨识与跟踪及能力培养 课程大纲

1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 了解国际业务市场拓展的3步走原则
- ✓ 了解国际业务拓展选择合适代理人的9大法宝
- ✓ 学习国际市场条件下为客户制定的2+2开发方案
- ✓ 认识国际市场拓展客户常见问题清单
- ✓ 掌握海外工程项目市场拓展过程中各项信息的捕捉技巧与实操
- ✓ 掌握信息捕捉的基本要求能力
- ✓ 项目信息筛选的基本能力培养与塑造
- ✓ 项目信息筛选的全流程介绍与风险把控
- ✓ 市场开发下的项目机会选择与市场规划和分析判断
- ✓ 项目信息的分析能力、筛选能力和加工能力
- ✓ 开发流程进行中问题分析与解决
- ✓ 市场开发人员的基本能力模型
- ✓ 市场开发人员的基本技术能力模型
- ✓ 市场开发人员的心理素质模型
- ✓ 市场开发人员的商务能力模型
- ✓ 市场开发人员的基本功要求（口头与笔头）
- ✓ 三大类型项目开发过程把握与操作
- ✓ 学习国际业务发展过程的销售一揽子协议
- ✓ 认识国际业务开拓过程中的市场渠道建立
- ✓ 学习客户关系维系的三种手腕
- ✓ 认知客户培养与共同发展

2. 教学方式与安排

传统互动式教学方法	小组讨论	案例分析与演练
占约60%之间	占约20%时间	占约20%时间

教学市场 1-2 天。

3. 学员人数与要求

按照每次教学 40 人为宜，最多不超过 60 人。

一种 6-8 人为一组，小组教学方式。

4. 教室及教具安排

要求有白板和白纸、记号笔等。

小组座位按照分布式摆放

5. 课程大纲：

第一章：市场信息渠道的建立

- 信息渠道八大抓手
- 思路发展四步法
- 八大抓手详解分析
- 八法抓手详解分析（续）
- 代理发现渠道与培养
- 抓手渠道比较与分析

第二章：市场信息筛选的必要过程

- 四维方式简介
 - 细节内容介绍
- 渠道可靠性
 - 主动与被动式分析
- 资金可靠性
 - 资金提供方细节分析
- 可操作性
- 可沟通性

第三章：深度市场开发与分析

- 客户即市场定义分类
- 市场深度开发三必要

- 政府市场机会介绍
 - 基本行政部门介绍
 - 业务主流部门分类
- 私商市场机会介绍
 - 专业私商情况介绍

第五章：项目开发全过程管理

- 投标项目开发全过程管理
- 融资项目开发全过程管理
- 投资项目开发全过程管理

第六章：海外业务人员业务基本素质模型

- 沟通能力(商务)
 - 开发项目百宝箱
 - 见人搭讪三句话
 - 找友见人三地方
 - 汇报沟通三板斧
- 技术能力
 - 技术资源寻找
 - 技术方案编写
- 写作能力
 - 公文写作能力
 - 数据来源分析
 - 基本公文类型
- 时间管理能力
 - 每日工作时间安排
- 心理管理能力
 - 抗压能力处理
 - 解压方式选择

第六章：个性化开发方案的选择

- 方案确定与逐步推进
- 客户工作的反推手
- 个性化工作的新鲜度

第七章：客户关系的维护与发展

- 长期未定客户的沟通必要性分析

第八章：总结和结束

- 总结
- 答疑
- 结语