

国际工程业务物资营销落地能力提升

课程大纲

1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 了解项目所在国当地采购的流程和基本程序
- ✓ 了解采购信息的选择和识别
- ✓ 客户的主要分类
- ✓ 营销工作的主要流程
- ✓ 营销方案的包装、策划和制作
- ✓ 海外营销的二次营销
- ✓ 方案介绍中的基本技巧和方法
- ✓ 营销谈判中的基本策略和流程、方法
- ✓ 沟通过程中的注意事项
- ✓ 流程过程中与当地法律环境的结合
- ✓ 选择合适的伙伴和资源，进行有效的整合
- ✓ 提高工作效率，达到有效沟通和交流

2. 课程大纲：

第一章：海外市场贸易机会开拓

- 市场机会寻觅
 - 渠道建立
 - 关系梳理
 - 风险判断
 - 机制响应
- 市场开拓方式
 - 借船出海
 - 主动出击

- 依靠现有项目常驻
 - 机遇
 - 问题
- 基本操作模式介绍
 - 机会
 - 判断
 - 方案

第二章：贸易情况简介：中亚地区采购模式一般形式和基本流程

- 客户分类与介绍
- 当地市场情况分析与总结
- 前期工作的一般性流程
- 配套资源介绍
- 项目落实风险点控制

第三章 贸易进口情况介绍

- 贸易进口操作流程

第四章 扩展：大贸易模式

- 进出口贸易，拉动 EPC 与投资
- 模式架构遇到的问题

第五章：贸易执行流程梳理

- 询价-国内资源整合
- 采购
- 付款
- 物流与储运
- 清关和报关
- 相关风险点控制

第六章：资金管理问题

- 境外账户设立问题
- 合理避税问题
- 资金流转问题
- 支付方式问题
- 资金流向国内问题

第七章：当地法律环境情况介绍

- 基本法律要求
- 当地特殊法律要求
- 公司法、财务法、税法、海关法等介绍

第八章：营销案例介绍

- 学员参与和讨论
- 讲师点评

第九章：总结和结束

- 课堂讨论
- 答疑