
建材行业国际工程企业市场营销的深度拓展与实践

1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 充分了解建材领域海外市场销售工作的开发全过程
- ✓ 能够独立或是带领团队开发特大型工程项目或物资供货项目
- ✓ 独立建立个人的项目或供货项目信息渠道
- ✓ 对供货项目信息渠道进行日常的维护和梳理
- ✓ 了解海外营销机构建立的基本流程
- ✓ 学习和掌握海外营销机构管理的基本特点
- ✓ 了解海外营销机构成立的前期准备
- ✓ 认识海外公司营销机构的基本工作内容
- ✓ 学习和掌握营销机构管理的基本要求
- ✓ 认识海外营销机构开发工作的协调组织
- ✓ 认识学习和掌握海外营销商务管理的基本工作内容
- ✓ 运营海外营销机构基本日常工作
- ✓ 学习和掌握营销机构的团队基本组织与人员培养
- ✓ 掌握海外营销机构的基本商务接待工作流程
- ✓ 了解海外工作中当地合伙人工作的重要性及特点
- ✓ 学习和掌握当地合伙人寻找的基本途径
- ✓ 了解当地合伙人培养的基本途径
- ✓ 认识当地合伙人在市场开发过程中的基本作用
- ✓ 学习和掌握当地合伙人在项目实施过程中的能力表现
- ✓ 认识当地合伙人的基本能力模型与展现
- ✓ 认识学习和掌握当地合伙人的日常工作沟通
- ✓ 起草和签署当地合伙人合作协议
- ✓ 学习和掌握当地合伙人分成协议的基本风险点
- ✓ 掌握当地合伙人与国内沟通要求

2. 授课安排：

- ✓ 传统授课方式时间约占 1/3, 案例分析与教学互动约占 1/3 时间，学员问答交流约占 1/3 时间。

3. 学员组成：

- ✓ 要求有一年左右相关工作经验的学员，总人数控制在 40 人左右。

4. 授课时长：

- ✓ 教学时间为一天或两天，每天 6 个小时

5. 教室安排：

- ✓ 学员按照小组安排，每小组 6-8 人组成，课桌按照鱼骨式摆放。

6. 课程大纲：

第一章：基本企业和营销模式定位

- 国际工程项目市场业务基本特点
 - 市场营销模式三大分类
 - 工程公司国际市场营销操作特点
- 建材行业国际业务企业拓展基本特点
 - 原材料销售的代表-国际贸易
 - 商砼站的建立-工程项目
 - 分包的开拓处理-专业分包
 - 直营与挂靠
 - 海外业务的成本分析与企业拓展模式选择
- 建材行业基本特点
 - 销售原材料
 - 销售加工设备

- 设备维修维护
- 保养及其他售后工作
- 以工程承包模式为依托的市场开发
- 以贸易形式为依托的市场开发
- 以小投资撬动大项目的市场开发操作细节
- 经营模式的创新分析
 - 联合投资
 - 当地中资企业合作
 - 当地政府合作矿山的开发

第二章：建材行业的上下游关系分析与市场开拓

- 国外商砼站建立的全过程
- 影响该项目发展的核心要素分析
- 商砼站日常运营的全过程管理
- 以商砼站建立的属地化经营模式分析

第三章：当地生产的可行性分析

- 场地选择
- 原材料解决问题与风险
- 运输过程中的风险把控
- 项目收款的风险处理
- 当地环保政策要求与分析

第四章：当地的生产的日常管理与风险控制

- 商砼站的日常运营维护
 - 资金要求
 - 其他硬件要求
 - 税务要求
 - 目的性要求
- 运维队伍管理
 - 客观环境分析
 - 内在环境分析

- 其他条件分析
- 管理创新
- 合适的并购方式
- 理想的国内分包合作模式

第五章：市场客户挖掘与培养

- 当地目标市场分析
- 当地目标客户分析
- 客户具体开发跟踪方案

第六章：市场深度机会挖掘

- 以商砼销售带动工程总承包
- 以商砼销售带动贸易供货
- 以商砼销售带动当地市场长期发展

第七章：当地合伙人的作用和目的

- 商砼站合伙人的寻找与定位
- 对当地合伙人的准确定位
- 当地合伙人作用分解
- 宏观经济环境、政治环境与商业环境和当地合伙人的分析介绍

第八章：结束

- 课程总结
- 学员互动与交流
- 祝福与结语