



2017年浙江省万企成长培训课程

浙江东方集团股份有限公司贸易信息部 杨学峰

2017年

A blue abstract graphic in the bottom right corner, consisting of several overlapping shapes that resemble a stylized mountain range or a series of peaks.



导师自我介绍

- 1991-1995 上海外国语大学经贸学院国际贸易
- 1999-2001 浙江大学管理学院MBA
- 1995-2015 浙江东方集团振业进出口有限公司
- 2015至今 浙江东方集团股份有限公司信息科技部



课程设置目的

- 系统化外贸知识，实操经验，理论和实际相结合。思维的广度。
- 案例复盘分析，提炼关键环节。思维的深度。
- 横向交流经验，拓宽思路和渠道，思维的宽度。
- 头脑风暴，训练超前思维，引领商机，思维的速度。
- 持续的信息共享，集成数据并有效分析数据，思维的精度。
- 全面提升修养和素质，思维的高度。



课程设置专题

1. 外贸实务环节
2. 国内国际经济形势和政策
3. 国际市场开拓与营销手段
4. 有效的沟通技巧
5. 外贸公司的SWOT分析
6. 生产企业的SWOT分析



课程设置专题

7. 产品设计与研发（微笑曲线和长尾理论）
8. 有效的人力资源管理
9. 外贸管理信息化
10. 跨境电商---要不要做？能不能做？怎么去做？
11. 头脑风暴：如何拓宽业务
12. 提升修养，在哲学的层面诗意地生活（读书分享会）



课程讲授模式

- 每节课围绕一个专题，教学相长
- 导师从理论、经验、体会等方面进行讲授
- 学员从各自角度补充丰富
- 案例共享和分析
- 小组讨论形成课件总结，提出卓有成效的解决方案。
- 学员积分制，适当的奖惩



课后互动模式

- 建立班级讨论群，在线交流沟通，并汇总记录
- 共享其他班级的优秀经验
- 学员各自企业的互相实地参观
- 时事热点即时点评分析
- 适当主题的征文（读后感，业务感谢）---通过写作锻炼思维
- 适当时间的聚会---通过活动增进了解



综合课件





请大家用5分钟的时间，介绍一下自己和自己的企业。



今天的问题

- 我们为什么来上课
- 我们共同能做的事
- 我们各自能做的事
- 通过学习我希望提高的方面
- 企业经营的小目标和大目标



今天的问题-2 让我们了解得更多一些

- 我花在工作上的时间一周有多少
- 我对自己所在行业的认识
- 我最困惑的问题是什么
- 我的阅读量
- 我的兴趣爱好



1. 外贸实务环节

1. 流程：询盘-报价-谈判-签订合同-安排生产-出运-收汇-核销退税
2. 参与者：客户（直接零售/批发/卖场/代理/中间商/佣金商等），生产方（自有企业/加工企业/进货企业等），相关方（货代/商检/验货公司/海关/税务/银行/工商/外管/主管部门/监管部门等）
3. 如何获得客户-如何稳定客户-如何安排生产-如何顺利完成生产-如何保证顺利闭环
4. 中信保公司



2. 国内国际经济形势和政策

1. 国际市场的萎靡（发达国家市场，发展中国家市场）：消费需求下降，政治局势动荡，经济衰退-----复苏？？？局部战争-----避险？？？
2. 得美国者得天下？川普是否靠谱？
3. 国内产能过剩，低质量恶性竞争，产品同质化，管理粗放化。
4. 国内生产成本的增加-----各环节费用, 人工，税收等等。
5. 生产基地的转移-----东南亚，东欧，非洲，甚至向本土回流。
6. 高技术的运用-----人口红利的消失，技术研发的落后
7. 我国激励外贸的政策：跨境电商/自贸区/各种促进政策-----是否有实效？



3. 国际市场开拓与营销手段

1. 现有客户的维护：优质服务，主动送样，定期拜访，附加值提升，产品线拓展（一站式服务）
2. 交易会：广交会，华交会，专项展会，国外展会
3. 定向分析市场，筛选客户，制定开发计划
4. 社交媒体：环球资源，阿里巴巴，LinkedIn, 中国制造等等
5. 网站销售：亚马逊，wish, e-bay等等
6. 口碑相传，圈内介绍



4. 有效的沟通技巧

1. 面对面沟通：语言，话题，肢体，神态，电话，气场
2. 文字沟通：如何写好邮件（切入主题，表述清楚，条理性），微信，其他的推送和介绍说明
3. 不同的客户性质决定了不同的处理方式
4. 企业的内部沟通-----中层，基层，核心管理群等等
5. 相关外部部门的沟通：利人利己，设身处地，想在前面。



5. 外贸公司的SWOT分析

1. 传统的外贸公司：配额，相对垄断，人员的优势，国有政策的优势。 简单的中间传递
2. 新型外贸企业：（国贸集团-浙江东方）发挥专业优势-----强调分工，让专业的人做自己擅长的事。
人才储备，经验积累，集合优势，信息汇总，强大的金融平台--
----产融结合，提供增值服务。合理的费用。 共赢的局面
3. 发展方向-----金控平台，大型商贸综合体，融入产业链上下游。



6. 生产企业的SWOT分析

1. 优势：有自己的实体，能够把握生产
2. 管理模式灵活
3. 专业化比较强
4. 难以形成规模效应，各类费用的消耗，投入产出较低
5. 准入门槛低，竞争对手众多
6. 资金，人才相对缺乏，较少有核心技术
7. 固定投入较高



7. 产品设计与研发

1. 产品是关键：有好的产品，才有好的价格，才有好的业绩
2. 大众型产品拼价格---拼服务
3. 创新型产品可以吃到头口水。市场领先者---市场跟进者---边际效益递减---市场均衡价格。投入是否能够收回？产品的生命周期和赢利水平？
4. 战略：是全面铺开做综合服务？是做长尾产品做到细分市场的领先者？
5. 如何保证产品始终领先？分析市场，把握动态，合理投入，不断创新。



8. 有效的人力资源管理

1. 一切以人为本
2. 人才的获取和流失：什么是有效的激励手段？工资/奖金/期权/其他物质/企业文化/个人愿景规划.....
3. 人力资源成本占比增加，要发现合适的人做合适的事
4. 以身作则的领导
5. 人才的梯队建设，各个年龄段如何设置不同的措施？（华为，格力，阿里.....）



9. 外贸管理信息化

1. 信息系统的必要性
2. 传统的信息不能满足现实的需求
3. 海量数据的产生和获取，多维度的数据分析提供多角度的视野。
4. 外贸各环节的打通（内部ERP/外部接口），审批流-风控流-管理监督流-财务预算和决算流
5. 数据的全面，及时，准确提供有力的决策依据---BI 商业智能



10. 跨境电商

1. 不再是蓝海
2. 平台的优势：集中引流，相对的保障，规范化的处理，相关的政府优惠政策
3. 电商的劣势：个体引流成本高，对SKU的数量和质量要求高，返退率高，同质化竞争激烈，贴牌销售的法律问题，自有品牌的市场认知度低，库存压力大
4. 是否值得去做：自己产品的定位，自己品牌的战略
5. 怎么去做：委托经营，自建团队，配套产品等等



11. 头脑风暴：如何拓宽业务

定期的头脑风暴，提炼各方面的建议。

定期

收集整理

反馈-----反馈-----反馈



12. 提升修养，在哲学的层面诗意地生活

1. 管理的尽头是数学，数学的尽头是哲学
2. 眼前也有诗和田野
3. 工作之外也要丰富的生活
4. 阅读，学习，兴趣培养，朋友交流，素质在综合中提升，能力也随之提升
5. 有时间停下来思考
6. 动动笔，书写的过程也是总结自己的过程



汇总---分析---提炼---总结



The background features a white paper airplane in flight, angled towards the upper right. The scene is set against a soft, light blue and green gradient, suggesting a sky and landscape. A horizontal bar, split into a dark red left half and a blue right half, spans the width of the image. The text "Thank You !" is centered within this bar.

Thank You !