

課程名稱：18074_用科技打破溝通的疆界 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - 中階主管 / 企業老闆：課程涵蓋跨國通路管理、代理商合作策略與 MOT（關鍵時刻）決策，適合需要佈局海外市場與開拓全球通路的管理者。
 - **B2B 國際業務與行銷人員**：適合需要對接海外代理商、規劃教育訓練與進行跨國線上談判的實務執行者。
- 能力門檻：普通。建議具備基礎的商業開發（BD）、業務拓展或品牌經營概念，能更快吸收課程中的通路架構與經營策略。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - 章節一：國際化與海外通路挑戰 — 解析台灣與國際市場差異、中小企業經營 B2B 海外通路的常見痛點（如代理商管理與業務人才招聘）。
 - 章節二：海外代理商評估與篩選機制 — 剖析如何挑選「門對戶對」的代理商、簽約風險控管與防止綁約陷阱。
 - 章節三：標準化活動價值因子分析法 — 運用價值因子明確化原廠、代理商、經銷商與終端使用者的權責分工與合作評估。
 - 章節四：線上系統化的教育訓練與檢核 — 透過視訊與數位系統進行代理商賦能，降低培訓成本並建立高效率的管理流程。
 - 章節五：智慧會議系統與 ESG 永續管理 — 結合線上視訊溝通進行跨國談判與開源節流，並量化紙張、時間與減碳效益。

3. 必備前置知識清單

- 基礎 B2B 商業模式概念：了解原廠、代理商、經銷商（系統集成商）與終端使用者之間的價值鏈關係。

- **基礎國際貿易概念**：對海外出貨、樣品寄送、放帳風險及收款條件有基本理解。

4. 專有名詞與概念辭典

- **MOT (Moment of Truth, 關鍵時刻)**：指企業在有限的資源（人力、時間、資金）下，集中力量執行三到五件讓客戶最為「有感」並願意買單的核心關鍵任務，而非分散精力處理次要事項。
- **標準化活動價值因子分析法**：一種將原廠與代理商/經銷商各自的優勢、條件與權責（如參展、庫存、售後服務）列出並量化評估的方法，用於明確分工與提升落地銷售效率。
- **BXB (BEST x BEST)**：品牌核心精神「好還要更好」，透過科技打破溝通疆界，致力於提供專業視訊會議與系統整合方案。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：國際市場開發經理／B2B 品牌通路主管
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **通路佈局與管理能力**：能制定海外代理商評估標準、切割經營區域並掌握終端買家需求。
 - **跨國溝通與賦能能力**：能建立數位化教育訓練流程、掌控談判細節並協調代理商分工與分潤機制。