

# 业务流程一 出口交易前的准备

## 工作任务一 开拓国际市场、寻找国外客户

### 【引例】

张明是一名刚毕业的大学生，应聘上了一家广州化妆品外贸公司的外贸业务员。作为一位刚走出校门踏上工作岗位的外贸新人，想在自己事业上开拓一番新领域不是一件很容易的事情。我们来看看他如何开始开展他的工作的吧！首先，张明要明确自己的岗位职责是开拓国际市场、推销产品、协调生产和完成交货等事项，负责业务操作全过程。于是他的工作围绕自己岗位职责开始展开了。一个好的外贸业务员需具备着精湛的专业知识，他要做的第一件事就是全面了解自己所销售的产品，包括产品的品质、特点、价格、基本制作工艺、需求及国际竞争情况等相关信息。于是进入到公司的第一天，他就开始翻阅公司产品的相关资料，下生产车间了解制作工艺等。对产品有大致了解，然后才能开始有的放矢开拓国际市场。

任务 1：全面了解自己经营的产品，开展相关国际市场调研；

任务 2：寻找客户建立业务关系，开拓国际市场。

### 【案例简析】

外贸业务员如果忽略产品知识的了解，直接做业务员。这会为企业带来的不但有物质的损失，也有名誉上的损失。因为客人总觉得该公司不那么专业，不那么值得信赖。作为一个新的行业接触者，就必须从生产车间开始学起，学习包装、材料组成、规格、品质等。除了产品本身的品质、特点、价格，我们也要了解样品制作时间、样品制作费用、交样时间、下大货需要的生产时间、日产量、有多少机器、车间大小、车间员工的作息时间、管理制度等等。因为在接见外国客户时，他是非常关心这些问题的。同时要对外类产品的国际行情及竞争情况有所掌握，找到自己产品的优势，才能自如地推销自己的产品。这就需要通过相关国际市场调研后才能做到。

通过国际市场调研，我们不仅要掌握相关产品的国际行情及竞争情况，同时还应确立自己将要开拓的目标市场和找到目标市场中潜在的客户，及对目标市场中潜在客户进行相关调查。

### 【知识链接】

国际贸易的基本程序可以概括为交易前的准备、交易磋商、合同签订、合同履行四个阶段。交易前的准备是四个阶段中的第一个，也是整个交易的基础。国际市场调研和客户建立业务关系是外贸业务员做交易前准备时两个的非常重要内容。

#### 一、开展国际市场调研

国际市场调研是对于商品和服务销售问题有关的资料进行系统的收集、记录和分析，以此来识别和解释销售机会和销售问题，更为选择目标市场提供信息和资料。由于每个海外市场的销售渠道、客户行为和偏好、商业习惯、竞争方式、价格及销售条件都有着或多或少的差异，因此国际市场调研所收集的信息是经营者制定相关下一步决策的重要依据。

#### （一）国际市场调研内容

从国际贸易商品进出口角度看，国际市场调研主要包括：国际市场环境调研、国际市场商品情况调研、国际市场营销情况调研、国外客户情况调研等。

#### 1、国际市场环境调研

企业开展国际商务进行商品进出口，如同军队作战首先需分析地形，了解作战环境一样，需先了解商务市场环境，做到知己知彼，百战不殆。企业对国际市场环境调研的主要内容为：

（1）国外经济环境。包括一国的经济结构，经济发展水平，经济发展前景、就业、收入

分配等；

(2) 国外政治和法律环境。包括政府结构的重要经济政策、政府对贸易实行的鼓励、限制措施、特别有关外贸方面的法律法规，如关税、配额、国内税收、外汇限制、卫生检疫、安全条例等；

(3) 国外文化环境。包括使用的语言、教育水平、宗教、风俗习惯、价值观念等；

(4) 其他。包括国外人口、交通、地理等情况。

## 2、国际市场商品情况调研

企业要把产品打入国际市场或从市场进口产品，除需了解国外市场环境外，还需了解国外商品市场情况，主要有：

(1) 国外市场商品的供给情况。包括商品供应的渠道、来源，国外生产厂家、生产能力、数量及库存情况等；

(2) 国外市场商品需求情况。包括国外市场对商品需求的品种、数量、质量要求等；

(3) 国际市场商品价格情况。包括国际市场商品的价格、价格与供求变动的关系等；

## 3、国际市场营销情况调研

国际市场营销情况调研是对国际市场营销组合情况的调研，除上述已经提到的商品及价格外，一般还应包括：

(1) 商品销售渠道。包括销售网络设立、批零售商的经营能力、经营利润、消费者对他们的印象、售后服务等；

(2) 广告宣传。包括消费者购买动机、广告内容、广告时间、方式、效果等；

(3) 竞争分析。包括竞争者产品质量、价格、政策、广告、分配路线、占有率等。

## 4、国外客户情况调研

每个商品都有自己的销售（进货）渠道。销售（进货）渠道是由不同客户所组成的。企业进出口商品必须选择合适的销售（进货）渠道与客户，作好国外客户的调查研究。一般说来，商务企业对国外客户的调查研究主要包括以下内容：

(1) 客户政治情况。主要了解客户的政治背景、与政界的关系、公司企业负责人参加的党派及对我国的政治态度；

(2) 客户资信情况。包括客户拥有的资本和信誉两个方面。资本指企业的注册资本、实有资本、公积金、其他财产以及资产负债等情况。信誉指企业的经营作风；

(3) 客户经营业务范围。主要指客户的公司企业经营的商品及其品种；

(4) 客户公司、企业业务。指客户的公司企业是中间商还是使用户或专营商或兼营商等；

(5) 客户经营能力。指客户业务活动能力、资金融通能力、贸易关系、经营方式和销售渠道等。

## (二) 国际市场调研的渠道、方法

国际市场调研是复杂细致的工作，须有严格、科学的程序和方法。

### 1、国外市场调研

企业进行国外市场环境、商品及营销情况调查一般可通过下列渠道、方法进行：

(1) 派出国推销小组深入国外市场以销售、问卷、谈话等形式进行调查（一手资料）；

(2) 通过各种媒体（报刊、杂志、新闻广播、计算机数据库等）寻找信息资料（二手资料）；

(3) 委托国外驻华或我驻外商务机构进行调查。

通过以上调查，企业基本上可以解决应选择哪个国家或地区为自己的目标市场、企业应该出口（进口）哪些产品以及以什么样的价格或方法进出口。

## 2、国外客户调研

国外客户调研主要指客户资信情况调查，一般通过以下途径进行：

- (1) 委托国内外咨询公司对客户进行资信调查；
- (2) 委托中国银行及其驻外分支机构对客户进行资信调查；
- (3) 通过我外贸公司驻外分支机构或商务参赞、代表处对客户进行资信调查；
- (4) 利用交易会、洽谈会、客户来华谈判、派出国代表团、推销小组等对客户进行资信调查。

通过上述调查企业可有针对性地选择客户进行交易。此外，企业在进行国外市场调查的同时，也应注意作好国内货源及或需求方面的调查。

## 二、寻找外贸客户

### (一)、参加展览会

这是迄今为止最有效的出口营销方法，效果因参展人员的策划能力和经验的不同而异，故选择好的参展展会至关重要。优先选择参加国内的国际性著名行业展览和综合展览，其次选择参加国外的行业展览。对于国外的行业展览首先要考虑是否与我们的目标市场相一致，要么举办国是我们的目标市场，同时该展是该国行业内最专业的展览；要么展览的行业影响力、国际性很强。

#### 第一、参展的步骤和要求：

##### 1、招展程序

- (1) 选择合适的展会
- (2) 与主办方沟通
- (3) 签订参展合同

##### 2、展会费用预算

参展费用包括展览费、展位装饰装修费、展品运输费、交通费和食宿费、会议室及必要设备租赁费、广告宣传费、资料印刷费和礼品制作费等。

##### 3、选择展位

展台的具体位置由主办方按照产品和服务的内容、行业以及地区等因素，进行全盘规划。同时，主办方已展位费的多少区分位置的优劣。主办方在展位图上标出可供选择的展位，参展公司应派负责人与之进行沟通，选择适合公司需要的展台位置。

##### 4、展位特装

在一些国际会展上，可经常看到一些大型展台，装修别出心裁，产品展出格外吸引人，我们称之为特装。

#### 第二、参展前的准备工作

##### 1、展品

(1) 选择有代表性、高品质、独特性的产品，符合最新流行趋势，体现公司的技术水平、生产能力及行业特点。

- (2) 建立商品档案
- (3) 制作样品条码

##### 2、展示方式

展台设计与搭建在注重视觉冲击力的同时，要与整体的贸易气氛协调一致，其目的是衬托产品，不喧宾夺主。另外，可将展品与特定的图表、资料、照片、模型、道具、模特或解说员等方式有效结合，并借助装饰、布景、照明及视听设备等手段，加以说明、强调和渲染，能达到吸引客户的效果。

##### 3、目标客户

参展前，应以制作邀请函、登门拜访、媒体广告、现场宣传，以及派发资料等方式邀请新

老客户，包括公司的重点客户和目标客户等。

#### 4、企业宣传

为提高企业知名度，需制作详细的推广策划书，做好企业的宣传册或样品目录。

### 第三、展会的现场管理

#### 1、产品的现场演示和广告宣传

2、参展工作人员保持良好的行为规范。

#### 3、收集客户资料

(1) 观者登记表

(2) 摆放名片收集箱

(3) 设立重点客户接待处

#### (二)、网上搜索

互联网上找客户，有两种方式，一是发广告，宣传自己的产品和留下自己的联系方式，吸引有需要的客户自己主动找上门；二是搜寻采购信息和买家信息，对潜在客户主动上门推销。互联网的渠道主要有以下三种：

(1) 搜索引擎。利用全球搜索导航 howseek，GOOGLE，YAHOO，MSN，AOL 等，使用这些搜索引擎时，关键词的选择至关重要。经常作为关键词用来搜索有“产品名称+ Distributor”或“产品名称+ importer”或“Price+产品名称”或“buy+产品名称”等等，也可以用主要产品相关域名作为关键词，如做服饰的：[www.\\*\\*\\*-apparel.com](http://www.***-apparel.com)，[www.\\*\\*\\*garment.com](http://www.***garment.com)。

(2) B2B 网站，如阿里巴巴，环球资源网等。这些网站都既提供一些免费注册，也提供收费服务，是既可提供发布产品信息，又可搜索买家信息的平台。当然做国际贸易的客房不能只停留在国内的一些 B2B 网站找，一定要去外国的贸易平台网站去找。

(3) 外贸论坛或博客。经常去一些潜在客户可能去的论坛或博客，看到好贴或和自己经营产品或生意有关系的贴子，你就可以查看下发贴人有没有留下联系方式，主动跟贴或跟他联系一下，都可能有意外的收获。当然在这些网站上适当也可发布一些类似广告的信息。

#### (三)、行业协会

基本上每个行业都有自己的行业协会，如软件行业协会、电子元件行业协会、仪器仪表行业协会等，虽然行业协会只是一种民间组织，但恐怕没有人能比行业协会更了解行业内的情况了。如果你的潜在客户恰好是某某协会的成员，能得到协会的帮助是你直接接触到潜在客户的有效方法。

#### (四)、海关数据

海关数据是出口营销各种数据名录的首先资料，能够比较全面地掌握某地区的买家资源，监测老客户，开发新客户；掌握竞争对手分布，监控其经营状况，帮助企业对相应产品有一个直观的价格判断；分析买家采购行为，针对性地开发潜在客户。了解市场需求量，同行销售情形，货品淡旺季以及买家采购周期分析。目前能够市场上主要提供中国、美国、英国、印度、韩国、阿根廷、智利、秘鲁、乌拉圭等国家海关数据库，分为收费和免费两种。如：由加拿大海关和财政总署提供的进口商免费查询数据库：[http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/cid/engdoc/](http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrkti/cid/engdoc/)；免费的新西兰进出口商名录。有 35606 个出口商 40147 进口商可供查询：[www.nzimporters.co.nz](http://www.nzimporters.co.nz)；波兰最大的免费在线进出口名录：[www.bmb.pl](http://www.bmb.pl)

#### (五)、其他渠道

外汇、交单的银行记录、报关公司的记录、货代的单据及提单等中存在的大量进口商信息。国际性的物流公司、船公司、快递等公司，他们那里也可以收集到很多进口商联系信息。如果

有熟人朋友的话，采集这些数据就要容易点，或者花少量的钱去购买。如果广布采购网从事这件事，会收集更多的数据；银行介绍客户是很不错的法子。在欧盟，已有银行代替海关提供进口商数据的现象；当然，如果老客户能给介绍新客户就更好了。

#### 【课堂讨论】

国际市场调研的主要内容有哪些及如何开展市场调研工作？

#### 【课堂练习】

- 1、国际市场环境包括哪些？
- 2、国际市场调研的内容包括哪些？

#### 【案例分析】

美国一家大型的软饮料公司决定，在东南亚地区选择印尼作为公司最畅销饮料的目标销售市场。印度尼西亚是世界第5大人口大国，人口近1.8亿。美国饮料公司的管理阶层认为无法拒绝这一巨大潜在市场的诱惑，因此，决定与印尼达成瓶装与分销协议来服务于这一市场。公司决定把软饮料汁卖给一家瓶装商，由后者负责饮料的瓶装与分销。但不幸的是，销售状况非常糟糕，饮料根本不畅销。虽然公司初期调研，包括对当地竞争和政府态度的调研结果都非常乐观，但营销活动仍一蹶不振。后经了解，这是因为公司董事会主席和其项目经理忽视了两个重要因素。其一，印尼虽拥有近1.8亿人口，但绝大多数住在农村，处于前工业化阶段；其二，大多数印尼人喜欢甜饮料和以椰子汁为主要原料的软饮料，他们对美国风味的碳酸化合饮料甚感不习惯。在印尼，虽存在着一个美国饮料市场，但这几乎全部限于主要城市。欣赏美国风味并有足够可自由支配收入购买美国风味饮料的市场上总共才800万人。请根据本章所学到的知识，对此案作出评析。

(资料来源: <http://wlzy.aynu.edu.cn/jj/wlkc/gjmy/aljx/aljx2.html> )