

国际贸易营销管理与风险控制

课程纲要

- 第一章 企业出口成长与人才培养
- 第二章 国际市场行业情报收集
- 第三章 **SWOT** 分析制订企业海外经营竞争策略
- 第四章 外贸营销组织架构设定及管理
- 第五章 寻找海外客户和对客户实力和信用进行评估
- 第六章 沟通策略获取海外客户的好感和信任
- 第七章 国际商务谈判-成交前的最后突破
- 第八章 当前中国企业外贸营销所面临的困难和出路

第一章 企业出口成长与人才培养

企业出口成长的三个阶段

人才成长的三个时期

人才成长必须超前企业成长

外贸营销管理人才的素质要求

外贸营销岗位领导人才的选拔

外贸营销岗位普通业务员的选拔

外贸营销部门的人员培训

初级业务员的培训

企业出口成长的三个阶段

进入生存阶段

进入发展阶段

进入成熟阶段

第二章 国际市场情报收集和调研

国际市场情报收集与调研的作用和意义

国际市场情报收集与调研前的准备

国际市场情报收集与调研的范围和方法

案例：日本人 交易会

第三章 SWOT 分析制订企业海外竞争策略

SWOT 分析当中重点关注的要素

根据 SWOT 分析制订企业宏观竞争策略

根据 SWOT 分析制订企业微观竞争策略

第四章 外贸营销组织架构设定及管理

企业出口成长三个阶段外贸营销组织架构及功能

现代企业的外贸营销组织与管理

现代西方国家管理制度在企业管理当中的成功应用

第五章 如何寻找海外客户及客户信用评估

客户经常出现的地方总结和归类

必须对客户进行分类

企业不同时期要采用不同的客户策略

评估的前提

评估的内容

评估的方法

评估的结果及分别对待措施

案例分析：门当户对同样适合商业法则

第六章 沟通策略获取海外客户的好感和信任

沟通中的人性基础

沟通的途径

获取客户好感的沟通策略

好感和信任之间的差别

利用网站及其它营销资料赢得客户信任

通过电话沟通取得客户信任

利用各类传真和函件取得客户的信任

外销员个人专业素养取得客户信任

利用企业软文化获取客户的信任

利用企业硬件形象取得客户信任

第七章 国际商务谈判——成交前的最后突破

价格太高

付款条件太苛刻
现阶段还不需要
已经有同类产品的供应商
产品卖点不突出
案例分析：展会的客户细分（内外）

第八章 当前中国企业外贸营销所面临的困难和出路
中国产品国际市场的形成特点和发展趋势
当前中国企业海外出口所面临的风险和困难
如何帮助中国企业提高市场生存率和营销管理水平
中小企业战略联盟的当前意义和作用

国际贸易风险控制

- 一、国际贸易风险的客观存在
- 二、国际贸易为何风险比较高
- 三、国际贸易风险复杂

国际贸易风险的类型

客户风险。
谈判过程中发生的风险。
错用国际贸易术语
贸易条件/合同风险。
货物质量的风险。
运输风险。
汇率风险
政治风险

进出口国或者中间商所在国的政策的风险。
来自国际结算的风险。
市场风险。

成本控制风险

不可抗力风险

来自知识产权的风险。

对国际惯例不了解的风险。

事后索赔的风险。

避免国际贸易风险的一些方法：

成功参展攻略