

《国际营销培训教程》

图书基本信息

书名：《国际营销培训教程》

13位ISBN编号：9787313048752

10位ISBN编号：7313048750

出版时间：2007-8

出版社：上海交大

作者：陈红进

页数：288

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《国际营销培训教程》

内容概要

书籍目录

第一篇 获得国际市场订单前的知识准备 第一章 国际市场营销中市场的宏观环境分析 第一节 进入国际市场的方式 第二节 美国市场分析 第三节 欧盟市场分析 第四节 日本市场分析 第二章 国际客户开发的策略方法及风险防范 第一节 挖掘潜在客户、维持现有客户、发掘未来客户的策略 第二节 外贸出口业务中的信用风险及其防范 第三节 国际贸易合同的欺诈风险与防范 第四节 货、单、证、船管理流程及进出口业务流程中的风险防范 第五节 国际贸易纠纷的预防和处理 第六节 外贸代理中的陷阱防范 第三章 出口贸易政策和出口市场分析 第一节 国家出口退税政策的最新规定 第二节 美国对华出口管制政策与措施 第三节 国家进出口配额与许可证管理贸易 第四节 了解产品属性及行业特征，明确产品现状 第五节 客户分析的“五力模型” 第六节 出口营销的FABI模式及FUD现象 第七节 寻找潜在客户——MAN法则在出口营销中的应用 第二篇 获得国际市场订单的过程 第四章 国际客户沟通策略与技巧 第一节 国际市场客户沟通的重要工具——商务信函的写作技巧 第二节 与国际市场客户沟通的实战策略与技巧 第三节 国际商务谈判策略和法则 第四节 巧用电子商务，筛选中意客户 第五节 防范客户流失的策略及挽救方法 第六节 国际商务谈判的重心和各阶段的要点 第七节 如何才能促使客户早下定单 第五章 通过交易会参展获取客户订单 第一节 选择符合企业需要的展会 第二节 参展前的准备及宣传 第三节 参展始终没有客户的原因分析及参展中的买方心理透视 第四节 参展细节 及在展会中有效俘获潜在客户 第五节 广交会的特点及参展营销技巧 第六节 做好参展的善后营销工作 第六章 国际市场定价原则及关键问题 第一节 国际市场的定价原则及各种有效方法 第二节 国际市场作价与国际市场开发技巧 第三节 在国际市场价格谈判中掌握主动 第四节 换汇成本和国际市场赢利模式 第三篇 获得国际市场订单后的操作方法 第七章 国际市场运营策略与开发 第一节 国际市场的10PS策略及国际市场的营销组合策略 第二节 出口营销的难题和应对的策略 第三节 电子商务推广策略及应对策略 第四节 国际市场营销策划战略 第八章 不同贸易方式的操作方法 第一节 补偿贸易、对销贸易的操作方法 第二节 加工贸易的操作方法 第三节 保税区贸易和出口加工区贸易的操作方法 第四节 过境贸易与进出口业务“空手道” 第五节 缮制出口单据，加快出口通关速度 第九章 国际贸易货款结算的处理技巧 第一节 国际结算工具和结算方式的选择策略 第二节 传统结算方式的现实实践 第三节 O/A结算方式 第四节 福费廷业务和分期付款业务 第五节 信用证业务的正常操作和目前存在的问题

《国际营销培训教程》

精彩短评

- 1、挺不错的，理论性强。实践方面要自己慢慢去体会。
- 2、与其它实务书籍差不多
- 3、买来给学生上外贸课增加素材和实际经验。

《国际营销培训教程》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com