

<<外贸参展全攻略>>

图书基本信息

书名：<<外贸参展全攻略>>

13位ISBN编号：9787801657794

10位ISBN编号：7801657799

出版时间：2010-10

出版时间：中国海关

作者：钟景松

页数：227

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：<http://www.tushu007.com>

## <<外贸参展全攻略>>

### 前言

为什么有的企业参展，却总是不能吸引住客户，或者即使有客户感兴趣，却总拿不到订单？这就涉及参展能力和技巧的问题。

本人最近3年在广东珠江三角洲、浙江、江苏、福建、山东等地的50多个城市，为5000多家企业代表做了200多场出口营销管理课程培训，在每次的培训中或培训后总会收到不少学员的提问、邮件和来电，询问有关参展的一些问题，其中有不少学员多次与我交流他们实践中遇到的难题。

同时，我本人也从国内外的商展中耳闻目睹了我们参展企业所面临的挑战。

这里我汇集了一线外销员、经理向我提出的商展问题，可以让大家了解今天困扰我们参展企业和个人的具有普遍性的问题，同时也可以比较你或你的团队是否也有类似的疑惑。

1.为什么在众多的参展者中，有些公司能达成目标，有些却不能？

通过参展可以实现什么目标？

如何设定明确的参展目标和计划？

我们把收集一定数量的名片、见见老客户作为基本的参展目的，为什么展后还是无法评估和跟进管理？

2.究竟应该参加什么类型的展会？

哪些展会适合我公司参加？

参加这些展会能给企业带来多大价值？

如何参展？

哪些产品应该拿去参展？

选择商展应该关注什么？

如何避免带去的展品与市场和客户不吻合？

3.在参展之前应该做好哪些准备工作？

如何准备展品、销售资料 and 工具？

需要准备哪些推广资料？

资料设计如何突出企业和产品的卖点？

## <<外贸参展全攻略>>

### 内容概要

《外贸参展全攻略（第2版）》主要针对中小企业在各类商展中所面临的困惑、挑战，细致梳理了从展前的准备、展中的展示和沟通到展后的销售线索追踪管理等各个方面的知识技巧，并运用实际的案例，图文并茂，通俗易懂，为你学习如何有效参加B2B商展提供一揽子参展解决方案及全方位的实战指导，必将使你的参展技能获得大幅提升。

另外，本书还提供了一些实用的方法、技巧、工具和建议，旨在帮助你在贸易商展的各个环节中获益，增加你的投资回报率，实现你的企业市场销售目标。

## <<外贸参展全攻略>>

### 作者简介

钟景松，在贸易公司、跨国公司的外销团队管理、销售实战和出口营销方面拥有20年的经验。

环球资源资深讲师，擅长课程：如何有效参加B2B商展、如何处理网上买家查询、外销团队管理、出口推广管理、客户管理、销售谈判和销售实战训练等。

在过去的10多年中拜访过1000多家出口导向型企业并为其提供咨询和培训服务。

常年接触全球买家、采购商和全国各地供应商，充分了解买家的真实需求和中国供应商面临的挑战。

现在主要从事出口导向型企业的管理培训和咨询，每月为数百家民营企业、中外合资企业包括工贸一体的工厂、进出口公司、贸易公司的一线销售人员和管理人员代表培训各类外销管理实战课程。

培训地域涵盖长三角、珠三角、环渤海湾等全国50多个世界工厂城市，为5000多家出口企业代表，超过7000余人培训各类外销实战管理课程。

## &lt;&lt;外贸参展全攻略&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 制定参展目标与计划第一节 我们为什么要参展第二节 贸易商展的发展趋势第三节 如何制定参展目标第四节 如何制定参展计划第五节 国外展览公司的服务介绍第二章 如何选择贸易商展第一节 选择商展面临的挑战第二节 选择B2B商展的8要素第三节 选择和参加商展的途径第三章 展前的准备工作第一节 展前的市场调查第二节 展品的选择与管理第三节 销售资料 and 工具的准备第四节 展台资料的设计要素第四章 参展团队的培训和训练第一节 参展人员的确定和配备第二节 培训内容第三节 训练方法第五章 商展的推广与促销第一节 制定商展推广计划第二节 展前推广第三节 展中推广第四节 展位现场推广第六章 如何设计有效的展位第一节 确定层位的标准第二节 选好层位的位置第三节 有效设计层位第四节 有效布置层位第五节 展位设计案例评估分享第七章 展中的沟通技巧第一节 如何吸引买家进入你的展位第二节 现场如何评估买家第三节 记录买家信息第四节 展中的销售技巧第五节 展台人员的言谈举止和展示技巧第八章 展会现场管理第一节 指定展台经理第二节 展台管理工作重点第九章 展会后的追踪与管理第一节 有效跟进展会中的销售线索第二节 展会后不同客户的跟进策略第三节 邮件跟进和回复技巧第四节 展后管理技巧第十章 展后的业绩评估与报告第一节 展后的业绩评估第二节 撰写展后总结报告附录附录1 各国客户上班时间表附录2 展中“您好！”的百种外语表达法附录3 展中实用英语句型附录4 参展表附录5 展中项目进展管理表附录6 展中客户信息评估卡附录7 展中客户信息收集卡附录8 展中采访买家的问卷附录9 展会客户档案卡附录10 展后总结报告（结构样板）

## <<外贸参展全攻略>>

### 章节摘录

#### 1. 优先了解买家背景信息 那么怎样的开场白能吸引买家？

在展会中由于时间有限，在短短的几秒钟开场白中吸引和评估买家，这对每一个参展商都是个很大的挑战。

同时，买家也要在这个短暂的时间里评估供应商的专业性和吻合度。

所以在开场白的沟通中，买卖双方交流一些与产品、专业关联的信息是必不可少的，避免直接销售谈价格。

如果公司展台代表能主动接近并欢迎买家来到展位，然后问一些与专业关联的背景问题，如主动询问客户来自哪里，是零售商、批发商还是进口商或采购办事处，这样就会了解买家来自哪个市场、产品直接或间接转销给谁。

当知道买家来自美国，就应该告诉买家公司哪些产品符合美国市场的标准，并向买家展示这些标准及其产品的高品质、专业性和实力。

这样买家就会知道你了解他们的市场，熟悉他们的质量标准、法律标准及安全标准。

这会使买家非常有信心与你继续讨论产品及其价格，并觉得你非常专业。

销售来自于发问和倾听。

在讨论产品价格之前的开场白交换一些与产品、行业、专业关联的背景问题有助于日后成交，供应商在展位里应充分展示自己的优势，有效运用发问和倾听与买家进行沟通，以确定是否可以将销售机会转化成交易。

.....

## <<外贸参展全攻略>>

### 编辑推荐

最详尽实用的外贸参展手册，贸易商展专家十年经验总结，参展步骤、实战技巧、细节问题一览无余，表格、模版清晰，图文并茂。

<<外贸参展全攻略>>

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:<http://www.tushu007.com>