

<<小型企业的全球电子商务战略>>

图书基本信息

<<小型企业的全球电子商务战略>>

内容概要

美国小型企业出口额占全美出口总额的1/3，而且其市场份额正在不断增加。

互联网在这些企业以更强的姿态步入国际市场的过程中发挥了重要的作用。

本书描述了电子商务对于全世界的中小企业（SME）所意味着的出口商机。

首先，本书分析了来自6个国家的企业家不仅取得了成功，而且提供了大量的就业机会，促进了技术创新并推动了所在国家和地区经济的增长。

同时，本书还分析了中小企业出口过程中普遍存在的一些障碍，贸易壁垒、关税和交通基础设施不完善等等。

其次，本书介绍了建立一项全球性业务所需要的步骤；商业机会分析、客户群分析与拓展、企业网络形象的建立和完善、交易的完成以及客户支持的提供等等。

本书内容深入浅出、通俗易懂，全面地介绍了有助于小型企业迈向国际市场并取得成功的相关工具和服务。

<<小型企业的全球电子商务战略>>

书籍目录

译者序

前言

第1章 逐渐增强的小型企业全球地位

第2章 信息产业与互联网经济

第3章 电子商务——国际市场的新机遇

第4章 小型企业国际贸易的主要障碍

第5章 案例分析——国际市场中成功的小型企业

第6章 成功的前提和几种易犯的错误

第7章 建立小型全球化企业——行动指南

第8章 接下来的步骤及展望

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>