

<<网上外贸>>

图书基本信息

书名：<<网上外贸>>

13位ISBN编号：9787801656209

10位ISBN编号：7801656202

出版时间：2009-5

出版时间：中国海关

作者：本书编委会

页数：207

字数：200000

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>

<<网上外贸>>

前言

随着互联网的普及应用，电子商务正在逐步改变着传统的贸易方式，并代表着未来发展的方向。作为一种新型的贸易方式，电子商务不仅大大降低了交易成本，突破了时空限制，使交易活动更加便捷、效率更高，同时因其开放性和全球性，也为企业创造了更多贸易机会。

电子商务已成为企业增强竞争力的重要因素之一。

传统的贸易流程在互联网环境下具有了新的特点。

信息成为企业重要的资源，企业对市场的快速反应成为新的竞争规则，速度成为企业赢得竞争的关键。

在当前全球经济增长明显放缓，外部需求减少的形势下，利用电子商务的优势开拓国际市场，提高效率，加强企业内部管理，是广大中小型外贸企业提高企业核心竞争力的有效手段之一。

为了提高外贸从业人员的专业素质，加强电子商务的应用，更好地服务于中小型外贸企业，在商务部信息化司的指导下，焦点科技股份有限公司与海关出版社共同组织专家编写了电子商务培训教材。

该系列教材分为外贸实务操作、出口营销、网上外贸、外贸技巧等四个部分，详细介绍了整个外贸业务流程、网上外贸的操作方法和技巧，具有较强的实用性。

希望广大外贸从业人员能够通过本系列教材，切实掌握网上外贸的操作方法和技巧，从中受益。

<<网上外贸>>

内容概要

在网络盛行的21世纪，外贸企业及其业务员更多地通过网络找到客户、进行商务谈判，直至达成交易。

网络宣传已成为各外贸企业发展业务必不可少的一种手段，尤其是广大的中小型外贸企业在资金相对薄弱的条件下更多地是通过网络做外贸。

要想通过网络更好地做外贸，就要学会如何利用网络推广自身、如何在网上寻找买家、如何把网络询盘变成真实的订单等，这些问题在本书中一一都有解答。

除此之外，您还可以通过此书了解各国买家的特点及谈判风格，如何从事前、事中、事后控制网上贸易风险，网络诚信和网络销售方面的实际问题分析及处理。

总之，通过这本书您可以更加简便快捷地从网上高效获取订单。

书籍目录

第一章 中小型外贸企业非主流网络推广模式——自主建站 一、自主建站须知 二、企业网站宣传——搜索引擎推广 三、在线企业管理平台——领动Leadong在线 第二章 中小型外贸企业主流网络推广模式——电子商务平台推广 一、如何选择适合企业的电子商务平台 二、如何有效操作电子商务平台 三、其他推广工具 四、操作常见问题与解答(FAQ) 第三章 如何在网上多渠道寻找买家 一、通过网络寻找买家的方法 二、搜索引擎使用技巧 三、如何有效筛选网络询盘和信息 第四章 如何把网络询盘变成真实的订单 一、如何有效地对网络客户进行分类 二、如何有效地跟进网络询盘 三、如何给网络客户寄送样品 四、成交才是硬道理——成功案例分享 第五章 各国(地区)买家特点分析及谈判风格介绍 一、欧洲买家的特点、采购习惯和谈判风格 二、美洲(北美、南美)买家的特点与风格 三、如何应对中东、亚洲、大洋洲买家 四、非洲及其他地区的买家分析 第六章 网络诚信 一、认证供应商服务(AS服务) 二、SGS简介 三、网络诚信问题实例分析 第七章 网上贸易风险控制策略 一、网上贸易风险类型 二、网上贸易风险控制——事前把控 三、网上贸易风险控制——事中控制 四、网上贸易风险控制——事后处理 第八章 网络销售——找到问题的根源 一、网络贸易失败的主要原因分析 二、如何消除网络贸易中的忧虑和压力

章节摘录

插图：第一章 中小型外贸企业非主流网络推广模式——自主建站一、自主建站须知（一）外贸企业自主建站的必要性办企业，除了需要资金和人员，还必须要要有经营地点。

工厂需要厂房，公司需要办公室，开店需要店铺门面，就是在家创业、上街练摊也都需要个地方，否则业务就无法开展，因为没有经营地点，客户就无法找到企业，也无法建立信任。

在网络上给自己的企业建一个网站，相当于给企业创建一个网络上的经营地点。

企业在网络上建设了网站后，客户就可以通过网络方便地到达企业的网络经营地，了解企业情况、查询企业的产品信息，进而展开商务洽谈，最终达成交易。

外贸企业为什么必须要要在网络上建设企业网站呢？

这是因为绝大多数海外采购商，都距离你的企业有相当大的空间距离。

在没有网络的时代，这些海外采购商要想找到合适的供应商，至少需要通过电话、传真等方式来进行商业沟通，有的采购商还要亲自跑到国外考察几天才能达成交易，这其中的国际长途费用、来回的差旅费都是很高的，而且还耽误时间。

自从有了网络和电子商务，海外采购商只需要坐在电脑前，就可以很快地找到自己想要的产品信息，包括产品规格、材质、图片，选择自己满意的产品及其供应商，迅速达成交易。

网络不仅减少了海外采购商的差旅费和电话费，而且节省了大量的时间，所以现在的海外采购商几乎都通过网络来寻找产品及其供应商。

此时如果哪个外贸企业还没有自己的网络经营地点，就等于主动放弃了对外贸易中最主要的业务渠道。

顺应时代和市场的潮流，建设企业网站，已经成为外贸企业必须完成的任务。

（二）自主建站的要点判断一个企业的实力，最直观简单的方法就是看这个企业的经营地点。

工厂的厂房越多，设备越新，这个工厂的实力也就越强；公司所在的写字楼越高档，办公室面积越大，这个公司的实力也肯定越强。

一个50平方米的小门面，上面挂着“全球国际商城”的招牌，谁看见也不会相信这个小店有这么大的“肚量”。

企业网站作为企业的网上经营地点，同样也需要又大又漂亮的外观，让访问者产生良好的第一印象，所以在建设企业网站的时候需要注意以下几个要点。

1. 网站首页简洁大方。

网站的首页如同工厂的大门、公司的前台、商店的门脸，简洁、大方、有品位的网站首页，能直接体现企业的实力与品质，增加访问者第一印象产生的好感与信任感。

一般来说，企业网站的首页要有企业的完整名称、标志、地址、企业的广告语或者宣传标语等基本信息元素；对于外贸企业来说，这些信息还必须是外文的，而且要保证翻译准确无误。

在构图设计方面，也应该以简洁大方为原则，一方面能突出企业的重要基本信息，另一方面也能提升企业形象。

如同现实中知名大企业的工厂大门、办公室前台都非常简洁，往往只有公司的名称、标志和一些必须的接待设施；而部分企业喜欢把自己的门头装饰得过于花哨，凌乱而复杂的摆设，不仅会造成访问者的反感，而且还会淹没重要的基本信息。

2. 网站布局科学整齐。

优秀的企业，无论是在厂房规划还是在办公室布局方面，都是科学整齐的，这样不仅能提高工作效率，还是一个企业内在管理水平的体现，企业网站的布局同样也是这个道理。

科学整齐的网站布局，不仅方便访问者查询了解企业相关信息，也是展现企业内在实力的窗口。

一般来说，企业网站的内容信息分为企业简介、产品信息、相关荣誉及资质、企业联系方式等。

首先要将这些信息进行科学的整理和分配，如果某一类信息的容量大，可以再将其分为几个子类别，这样能最大限度地方便访问者找到他了解的信息的位置。

然后设计合理的网站布局，采用列表、目录等形式，把每一类信息放在合适的位置上，同时突出重点信息。

<<网上外贸>>

科学整齐的网站布局可以提高访问的效率，自然也就增加了出口企业的商业机会。

3.网站信息完整准确。

有了科学整齐的网站布局后，企业就要在网站的信息质量上花工夫了，保证网站上发布的企业信息都是完整的、准确的，这同样是企业形象和实力的重要表现方面，这点相信大家都能理解，在此不必赘述。

此时，企业网站设计者应该发挥网络多媒体、容量大的特点，将文字、表格、图片、视频等形式有机地结合起来，让访问者充分了解企业和产品，增强对企业的信任，自然也就能带来更多的商机。

4.增强互动沟通功能。

客户在参观采购的过程中，总是要提出一些问题，包括讨价还价。

所以企业网站就应该充分利用网络的互动性特点，增强与客户的互动沟通。

一般来说，在网站上要留下企业详细的联系方式，包括地址、电话、传真等基本信息，还应该包括电子邮件、IM即时通信号码（QQ号或MSN号码）等。

外贸企业，最好能在网站上设置一个留言板，方便客户留言。

增强互动沟通功能，一方面可以降低通信成本，另一方面因为海外采购商不仅与企业有空问上的距离，还有时差，仅依靠电话联系是非常不方便的，有了电子邮件和留言板等功能，就能在一定程度上减少时差带来的影响。

当然，增强互动性最重要的还是方便客户，增加商机。

（三）自主建站的方法外贸企业不是网络公司，采用什么方法建设自己的企业网站呢？

其实，方法也并不是很难，只需要遵循以下两个步骤。

1.选择建站的地址。

同企业选择建工厂的地皮、公司选择写字楼一样，建企业网站，也需要先给网站在互联网上选择一块“地皮”。

目前在网络上选择“地皮”有两种方式，一是自己掏钱买服务器，相当于自己买块“地皮”，自己建设网站；二是租用别人的服务器，相当于租一块“地皮”来建设网站。

一般来说，和现实中一样，财大气粗的大企业往往采用“买地皮”的方式；中小企业由于财力有限，往往采用“租地皮”的方式。

无论是买还是租，建设企业网站首先要考察服务器的容量，就如同考察地皮面积一样，这就要根据企业的实际需要来规划服务器容量，容量太小，信息不够放，发展受到限制；容量太大，又造成资源浪费。

另一个要考察的服务器指标就是带宽，这就像是考察地皮附近的交通状况一样，服务器带宽越大，用户到达企业网站的速度就越快，用的时间就越短，效率自然就越高。

2.选择由谁来建站。

当企业落实了“网络地皮”——服务器后，就要考虑找谁来建设自己的网站。

这同样也有两种方式，一种方式是企业招募一批网络软件人才，完全自己建设网站，如同大企业成立开发公司，自己招兵买马盖工厂一样；另一种方式是委托专业的网络公司来建设企业网站，现在的网络公司不仅可以企业的需求设计建设网站，还能提供后期的维护服务，这就好比小企业委托建筑设计公司盖厂房。

随着科技进步，还出现了第三种建站方式，通过自助式的建站软件来自助建站，这就像买了一个全自动的建筑机器人，只要按照说明书上的指示，输入相应指令，这个机器人就能把房子盖好。

以上三种方式各有利弊，第一种方式的优点在于网站风格独特、设计精美、管理完善，缺点是费用太高；第二种方式的优点在于费用经济、功能实用，但效率比较低，万一碰到技术和服务都比较差的网络公司，那就更加头疼了；第三种方式的优点在于成本极低、管理直接、灵活简便，但缺点在于只能按软件中预先设置的几种模式来建设网站，无法实现个性化，而且安全性和管理尚有待改善。

企业根据自身情况，按照以上两个步骤认真研究和分析，同时，最好咨询IT行业的专业人士，听取他们的意见，选择合适的方式建设企业网站。

二、企业网站宣传——搜索引擎推广（一）为什么要做搜索引擎推广企业成立后，需要通过各种方式来推广宣传，否则不会有客户上门，自然也就没有生意。

<<网上外贸>>

那么企业网站建成后，同样需要推广宣传，否则在数以亿计的网站中，客户很难找到你的企业网站。众所周知，全国各地都有“黄页电话号码本”，上面收录了当地很多单位名称和联系方式，使用者可以方便地从中找到自己需要的单位。

搜索引擎就是网络上的“黄页电话号码本”。

当海外采购商在搜索引擎中输入想要的产品的关键词后，搜索引擎就会在网络上搜索，并给出与这个关键词相关的搜索结果，如果你的企业网站正好出现在这些结果中，用户就可以通过链接这个搜索结果到达你的企业网站。

然而，搜索引擎搜索出来的结果成千上万，只有排名靠前的搜索结果才有可能引起关注，所以搜索引擎推广的目的就是让自己的网站出现在排名靠前的位置。

当然，即使不做搜索引擎推广，仍然有办法让海外采购商访问你的企业网站。

最通常的做法就是做广告，例如在《纽约时报》上做报纸广告，或者在CNN上做电视广告，但是在海外地区做广告的费用非常高，除了一些超大规模的企业有能力负担外，绝大多数外贸企业是无力承担的，所以综合考虑投入产出比，搜索引擎推广是最经济高效的企业网站推广办法。

（二）SEO与竞价排名SEO是Search Engine Optimization的缩写，翻译成中文就是“搜索引擎优化”。

SEO的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何搜索以及对搜索结果如何排名的规则，对网页进行相关的优化，使其提高搜索引擎排名，从而增加网站访问量。

因为每个搜索引擎的运行程序和逻辑都非常复杂，涉及几十甚至上百个指标，所以，SEO是一项非常专业的工作，普通的企业管理者自然无法完全胜任此工作，不过我们可以通过设置合适的关键词来提高企业网站的搜索排名。

这方面内容，本书的下一章节会专门加以阐述。

竞价排名就简单多了，即用户付给搜索引擎公司一定的费用，购买想要的产品关键词，比如“玩具”，那么只要有用户在这个搜索引擎中搜索“玩具”这个词，你的企业网站就肯定会出现在搜索结果的最前面，自然也就给网站带来更多的访问量。

编辑推荐

《网上外贸:如何高效获取订单》是《网上外贸:如何高效获取订单》编委会编写的,由中国海关出版社出版。

作者根据多年外贸实务经验和典型案例编写的。

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>