

对外业务人员跟单全面解析 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/38/2021_2022__E5_AF_B9_E5_A4_96_E4_B8_9A_E5_c32_38274.htm 对外贸易业务人员跟单序从2001年3月份至2005年7月，从事于对外贸易业务工作。现在，还带领几位同事一起来开拓公司业务并领导公司市场部。如果自己单纯的做业务，自然轻松自如。而现在作为公司市场部带头人，感觉肩头压力甚重。从新来的两位同事身上，我看到了我刚入行的第一年的身影。第一年的路很难走，所以我脑中时常有这样的想法：能不能有个系列的教程什么的来帮助他们顺利进入角色呢？这样作为带头人的我压力也没有这么大。2005年10月份紧促的广交会工作完成以后，我就有必须完成两项工作的意向：一、根据以往的经验写一个本行业产品的业务跟单教程来帮助新来的业务人员迅速并顺利的进入角色。二、计划今年年底推出“海邦，我们就是标准”“SEABON, THE STANDARD”的口号。谈到标准,在许多产品行业，都有一套。但我们这个行业（仿皮革及真皮产品公文包，文件夹，万用手册，钱包，护照套）的标准我接触到的几个公司都没有。大家只是在做订单，没有一个统一的标准出来。所以，完成这个标准也是我在现在公司的一大目标。虽然在后面的各章中是谈及我们的行业产品，但我相信大的方面应该是相通的，经过小许的改动也应该可以应用到其他行业中。对外贸易业务人员如何进行客户及订单的跟进？我相信许多同行和前辈的水平要高出我很多很多。此教程的目的是希望我跟进客户和订单中的一些小小的细节能够对大家有所帮助，哪怕是只有一句话能够影响你，那我就很

满意了。当大家看到此教程时，希望大家能有序的进行增补来完善这个教程。而不是妄加批评而没有改善的建议。因为现在就职市场部工作，所以会在其中掺杂一些市场方面的思想。业务，市场本来就是一个不可分的单元。有“始”，才会有“终”。所以先做个开始，这样就会不断的促进自己来完成它并与大家分享。

企业形象促进业务开展

企业形象：它是企业在各项活动中给客户的印象。作用：体现企业实力，展示企业文化。

我们来分析一下买家如何来决定从哪个供应商那里购买产品！除去价格因素，买家会首先将订单风险放到第一位。订单会有哪些风险呢？

- 一、产品质量问题。
- 二、准时交货。
- 三、款、货的交接。
- 四、售后的服务。

大多数买家会综合考虑价格与风险两个因素而对供应商进行筛选和最终决定供应商。那么企业如何来了解供应商的这些资料呢？一般来说有以下几个途径：

1. 直接看厂（当订单额比较大时及客户准备寻找长期、固定供应商时此方法较为常用。）
2. 通过公司在各媒体上的宣传资料。最重要和直接的就是公司网站。
3. 通过业务流程及来往沟通文件。
4. 订单产品质量、交货期、付款方式、售后服务。

以上4个方面，都属于企业形象中必不可少的部分。前3点是取得新客户至关重要的一部分，而最后一点则关系到企业的根本。从以上资料可以分析得到：企业形象会促进公司业务的开展。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com