成功的外销员必须了解的外贸小常识外销员考试PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文
https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_88_90_E5_8A_9F_E7_9A_84_E5_c28_645055.htm 新客户发来询价单，你及时回复后，却没有下文。是你报价太高吓跑了客户，还是报价太低，让客户一看就知道你不是行家里手，而不敢冒险与你做生意？对老客户报价也不容易。他会自恃其实力而将价压得厉害，以至在你接到他的询盘时，不知该如何报价：报得太低，没有钱赚；报得太高，又怕他把定单下给了别人。 怎样报价才有效呢？有经验的出口商首先会在报价前进行充分的准备，在报价中选择适当的价格术语，利用合同里的付款方式、交货期、装运条款、保险条款等要件与买家讨价还价，也可以凭借自己的综合优势，在报价中掌握主动。 报价前充分准备 首先，认真分析客户的购买意愿，了解他们的真正需求，才能拟就出一份有的放矢的好报价单。有些客户将价格低作为最重要的因素，一开始就报给他接近你的底线的价格，那么赢得定单的可能性就大。广州市纺织工业联合进出口公司的曾浩军先生说："我们在客户询价后到正式报价前这段时间，会认真分析客户真正的购买意愿和意图，然后才会决定给他们尝试性报价(虚盘)，还是正式报价(实盘)。" 其次，作好市场跟踪调研，清楚市场的最新动态。由于市场信息透明度高，市场价格变化更加迅速，因此，出口商必须依据最新的行情报出价格--"随行就市"，买卖才有成交的可能。中丝深圳进出口公司孙富强先生介绍说，现在与他们公司做业务的都是正规的、较有实力的外商，这些外商在香港、中国大陆都有办事处，对中国内外行情、市场环境都很熟

悉和了解。这就要求出口公司自己也要信息灵通。 孙先生公司的经验是，业务人员经常去浙江一带工厂搜集货源，对当地的一些厂家的卖价很清楚。同时，作为长期经营专一品种的专业公司，由于长时间在业内经营拓展，不但了解这个行业的发展和价格变化历史，而且能对近期的走势做出合理分析和预测。 选择合适的价格术语 在一份报价中，价格术语是核心部分之一。因为采用哪一种价格术语实际上就决定了买卖双方的责权、利润的划分，所以，出口商在拟就一份报价前，除要尽量满足客户的要求外，自己也要充分了解各种价格术语的真正内涵并认真选择，然后根据已选择的价格术语进行报价。 选择以FOB价成交，在运费和保险费波动不稳的市场条件下于自己有利。但也有许多被动的方面，比如：由于进口商延迟派船，或因各种情况导致装船期延迟，船名变更，就会使出口商增加仓储等费用的支出，或因此而迟收货款造成利息损失。出口商对出口货物的控制方面，在FOB价条件下，由于是进口商与承运人联系派船的，货物一旦装船，出口商即使想要在运输途中或目的地转卖货物，或采取其它补救措施，也会颇费一些周折。 在CIF价出口的条件下，船货衔接问题可以得到较好的解决，使得出口商有了更多的灵活性和机动性。在一般情况下，只要出口商保证所交运的货物符合合同规定，只要所交的单据齐全、正确，进口商就必须付款。货物过船舷后，即使在进口商付款时货物遭受损坏或灭失，进口商也不得因货损而拒付货款。就是说，以CIF价成交的出口合同是一种特定类型的"单据买卖"合同。 一个精明的出口商，不但要能够把握自己所出售货物的品质、数量，而且应该把握货物运抵目的地及货款收取过程中的每一

个环节。对于货物的装载、运输、货物的风险控制都应该尽量取得一定的控制权，这样贸易的盈利才有保障。一些大的跨国公司，以自己可以在运输、保险方面得到优惠条件而要求中国出口商以FOB价成交，就是在保证自己的控制权。再如，出口日本的货物大部分都是FOB价，即使出口商提供很优惠的条件，也很难将价格条件改过来。所以到底是迎合买家的需要，还是坚持自己的原则，出口商在报价时多加斟酌十分必要。 在现在出口利润普遍不是很高的情况下，对于贸易全过程的每个环节精打细算比以往任何时候更显重要。国内有些出口企业的外销利润不错，他们的做法是，对外报价时，先报FOB价，使客户对本企业的商品价格有个比较，再询CIF价，并坚持在国内市场安排运输和保险。他们很坦城地说，这样做，不但可以给买家更多选择，而且有时在运保费上还可以赚一点差价。 利用合同其它要件 合同其它要件主要包括：付款方式、交货期、装运条款、保险条款等。在影响成交的因素中，价格只是其中之一，如果能结合其它要件和客户商谈，价格的灵活性就要大一些。例如，对于印度、巴基斯坦等国或地区的客户，有时候你给他30天或60天远期付款的信用证的条件，或许对他具有很大的吸引力。 同时，还可以根据出口的地域特点、买家实力和性格特点、商品特点来调整报价。有的客户特别在意价格的高低，定单会下给报价最便宜的卖家，那么报价时就直接报给他你所能提供的最低价格。有的客户习惯于讨价还价，你所报出的价格，他如果没有砍一点下来就不太甘心，那么，第一次报价时可以预留出他希望砍掉的幅度。 而如果一种产品在一段时间里行情低迷，为了抢下定单，就不妨直接报出你的最低价。对于服

装等季节性很强的商品，在你的报价中给客户承诺快速而又准时的交货期无疑可以让客户垂注你的报价单。 根据销售淡、旺季之分，或者定单大小也可以调整自己的报价策略。从事玻璃制品出口的陕西省轻工业品进出口公司孟欣女士介绍，他们出口的产品品种规格多，所以对不同的国别、地区市场都定有比较统一的价格，回复外商查询时比较好处理，但也根据不同的季节做一些调整。面对比较分散的定单，他们的报价往往在保证公司盈利的基础上，再予以灵活掌握。 以综合实力取胜 对于自己的综合实力有信心，也就用不着一味地以低价来取悦客户了。曾先生说："报价要尽量专业一点，在报价以前或报价中设法提一些专业性的问题，显示自己对产品或行业很熟悉、很内行。所以，报价前，一方面要考虑客户的信誉，另一方面对自己的产品和质量要有信心。在与新客户打交道时，让客户了解清楚自己的情况很重要，比如请他们去看工厂，让他们了解自己的运作程序，这样客户下单时就必须容易下决心得多。 同时，从你的报价，非常了解和熟悉该行业的外商能够觉察到，你是否也是该行业中的老手，并判断你的可信度，过低的价格反而让客户觉得你不可信，不专业。孙先生介绍说，"如果市场行情是每平方米一万元附近，你给客户报每平方米1.5万元，就显示出你是一个地道的外行或新手，外商对类似的报价肯定是不感兴趣，哪还敢给你下单。所以看你报什么价就知道你是不是行家。" 最后，在对新客户报价前，一定要尽量让他了解你的公司实力和业务运作模式。只有对你和你公司具有充分的信心时，客户才有可能考虑你的交易条件，这一点很多没有经验的出口商常常忽略。盛先生认为，虽然目前很多外商到处比价询盘，

但良好的公司的形象和口碑能够帮助你吸引和留住客户。可以说，良好的公司形象就是招来客户的金字招牌。 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