

略论外销员应具备的条件和素质

朱
明
修

外销是对外贸易业务中的主要环节。从成交、出运到收汇等一系列环节中,外销员起着重要的作用。

首先,外销工作是一项政策性、专业性较强的涉外工作。外销员是以国家企业工作人员身份对外出面工作,一举一动都代表着国家的形象,外商也往往把外销员当作国家的代表来看待。因此,外销员的工作如有疏忽,出现差错,不仅要使国家蒙受经济损失,甚至会出现不良政治影响,涉及国家之间的关系问题。

其次,外销员是外贸工作的龙头和基础。外销员的工作状况直接影响着外贸工作的各道环节,所以它是整个外贸工作的龙头。同时,外销基础管理工作搞好了,整个外贸经营管理工作也就改善了。因此,它又是整个外贸工作的基础。

再次,外销员在国际贸易中就具体工作而言,必须起到(1)媒介作用。为国际间商品交换作媒介,使商品在本国的价值成为国际间使用价值;(2)创汇作用。卖好价格,尽力为国家多创汇支援四化建设;(3)参谋作用。为工业穿针引线,收集新技术、新产品,提高产品质量,促使产品升级换代。

由上可见,外销员的地位和作用十分重要,作为一个合格的外销员,必须成为:

(一) 国际市场信息的调研者 国际市场千差万别,爱好不一。外销员要熟悉客商所在国的市场情况、生活习惯、产品要求及传统爱好等,切不可单凭热情,想当然,要尊重客观实际,做到入国须问禁,入乡要随俗,不能强加于人。只有这样,生意才能做好做活,立于不败之地。要做到这一点,平时要多做调查研究,掌握客商所需品

种、规格、款式、颜色、包装、商标、质量及季节变化、价格与汇率趋势等,同时还须了解各国的贸易管制办法,海关法令。如遇有的国家限制我们整机进口,就可化整机为零件进口;有的商品关税高,则用关税低的目录进口。为促进产品升级换代,还应搜集了解国际市场同类产品的样品、样本,甚至

目标的制约,但一到国外,和当地其他企业一样,处于市场经济条件中,受市场规律的支配,而与其他企业竞争。因此,原有的特权和制约便不起作用了,至少大大削弱了,不然它们就无法生存。

再其次,它们与母公司的联系弱化

人们发现,当经互会国家企业离开国土后,它们受中央计划的控制和与母公司的联系和协调明显减少。

西方人士认为,苏联、东欧国家跨国公司所以出现这种现象(自主权随股权增加而增强),没有在国外的行为上表现出固有的特征,或许是因为它们目前还仅仅是进入国际舞台的新兵,在国外经营的量和质上的重要性还不大,所以不得不使自己的行为去适应现有环境。目前,它们的母公司和子公司的行为虽然还不协调,但并不排除将来在国外的行为仍能表现出更多的固有特性的潜在可能性。

先进技术,供工业部门参考,帮助提高产品质量,对招标业务,更应了解国内外重大工程信息、世界银行贷款、标书、外商投标情况及标价。在调研基础上综合分析市场趋势、变动情况,以便采取对策,扩大销售。

(二) 经营方案的制订者 外销员对自己经营的商品,针对国际市场商品竞争激烈情况,应有一个战略方案。这既是过去工作的总结,又是当前工作的蓝图,籍以提高经营水平和经济效益,打开贸易新局面。制订商品经营方案,要掌握以下几点:

1. 制订的内容应包括历年来销售情况和趋势,国外市场的需求情况和特点,国内供货情况,今后经营的意图和方针、战略要求,包括近一期、二年,远期三、五年的规划,按国别、地区、客户确定目标和出口计划的具体安排。

2. 针对销售目标,订出措施和策略。例如,如何提高商品质量,增加花色品种;如何培养客户,选择、使用、发展经销代理户;如何巩固老地区,开辟新地区,包括价格掌握、推销手段、收汇方式的运用和掌握。

3. 遇到市场情况发生变化时,要有应变措施,并能妥善地及时解决问题。

4. 为使方案变为现实,必须经常检查执行情况,定期总结经验,不断修改补充,使之完善,切实可行。

(三) 国际间商品流通的组织者 外销员是国际间的“跑街先生”。商品具有价值和使用价值的两重性。作为国际间的商品,只有销售出去,为国外用户所用,才能体现其使用价值。外销员是实现商品国际间流通的组织者,要做到这一点,必须掌握:

1. 广交朋友,物色客户。其方法可在国内外的有关报刊、杂志上刊登广告,争取客户来访洽谈;通过我驻外商务处、代表处等机构进行物色、选择;通过银行咨询,进口商联系介绍;翻阅国外报刊、杂志、行名录,重点注意贸易消息,包括“招标”贸易方式,主动争取贸易机会;参加各种展览会、展销会、博览会及交易会、洽谈会等;参加出国小组调研推销,结识工商界朋友等。

2. 建立客户网。建立代理商销售网,应具备以下条件:具有外交关系,对我友好,并有信心经营我货,努力发展长期稳定的业务关系;业务对路;有业务活动能力和销售网;商业信誉好,经营作风正派,有一定资本,能按期开证履约;按期提供市场报告。

委托经销或独家代理,都需签订书面协议。对已建立起来的经销和独家代理,不仅要运用还要加以培养,相互配合,支持他们发展业务,不断扩大出口。为此,要定期分析客户动态,对他们的资信、经营能力、经营作风进行评估,不适合的进行调整,适合的巩固发展,总之,对客户要进行整顿。

3. 洽谈交易,积极成交。当前由于条件所限,函电仍是主要成交方式。写函电要注意明确性、逻辑性、正确性、文字性、清晰性、及时性及节约性。不论函电交易或当面洽谈都必须注意谈判策略,内外有别,也要实事求是,合情合理。对各项交易条件要洽谈好,要以确保履约为前提。

4. 重合同,守信用。价格、质量等有形竞争当然应该认真对待,但对客户热情礼貌,及时复函,按期交货等无形的竞争,也必须予以高度的重视。

(四) 出口任务的完成者 完成出口任务必须靠外贸各个环节的共同努力,但外销员起着尤为重要的作用。目前我出口合同履行率不高,对外造成不良影响。因此,不断提高合同履行率,维护我出口商的信誉是当务之急,也是一项政治任务。作为外销员应把合同履行作为自己神圣职责,树立责任感,掌握和督促各个业务环节,千方百计执行合同,提高履约率。签合同也要提高质量,确保合同的履行。

(五) 提高经济效益的实现者 外贸工作必须完成国家下达的出口任务和各项经济指标。要讲究经济效益,认真核算盈亏率、换汇成本和创汇率。为了获取较好的经济效益,就必须择优经营。作为外销员所管商品、地区、客户众多,必须按照我销售意图及国别地区政策择优成交,以利获取最大的经济效果。

(六) 基础资料的管理者 外销资料是外贸工作的基础,也是改善经营管理的基础。只有建立详细的资料,才能对业务进展心中有数,作出正确的决策。一个外销员应建立下列基础资料:

1. 客户资料。记录客户的基本情况,包括姓名、电话、电传、电挂、地址、经营范围、资信、经营能力等,以供分析比较,确定对其巩固、维持、发展抑或淘汰。

2. 业务资料。对每只合同按商品填写进程情况,包括开证、修证展期、出运、支付佣金、索赔等,并定期清理合同,记载结果。总之,对每笔交易进程的始终,对客户每次的谈判都要作好记录。

3. 政策资料。记录各项政策规定及变化情况,对重大业务问题还应记录其处理情况。

4. 行情、价格资料。详记商品的价格调整情况,包括佣金、折扣调整的情况,调整的时间幅度,品种销售演变过程及市场行情的重大变化等。对货源变化,客户反馈的信息、商品质量、包装装潢及装运情况等也要记录。

外销员要建立四本簿子:一本为客户资料,看资信情况;一本为合同资料,看成交、出运及履约情况;一本为政策及行情资料,看业务动态;一本为货源资料,看库存、新产品情况等。这些资料数据要正确无误地输入电脑,并经常进行综合分析,充分利用,以利于掌握业务动向,完成出口计划;以利于培养、发展客户,做到区别对待;以利于了解业务进程,及时制定决策。

(七) 国际友谊的桥梁者 很多国家往往是以贸易开路,通过贸易促进外交活动,建立外交关系。因此,外销员不仅是国际贸易工作者,而且是国际友谊的传播者、桥梁者。外销员也是宣传员,通过贸易活动宣传党的改革开放政策,体现平等互利、互通有无,贯彻重合同、守信用,重质先于重量的原则。

外销员要具备上述条件,必须不断学习,提高思想政治觉悟和政策、业务以及中、外文水平,努力做到:

(一) 具有坚定的政治信念,热爱社会主义祖国,坚持四项基本原则,忠于党的外贸事业,遵纪守法,廉洁奉公,作风正派,并有强烈的责任感,高度的事业心,以及开拓创新的精神。

(二) 熟悉党的方针、政策以及外贸的方针、政策及各项工作的具体规定。

(三) 掌握商品的知识,包括其性能、特点、质量标准,了解商品的生产工艺和使用方法,以及产品耗用原材料的情况等。

(四) 知识面广。做一个外销员,由于其业务涉及范围广,除了必须具备国际贸易有关的基础理论和实践技能外,还应在天文地理、风土人情、贸易历史,以至哲学、心理学、逻辑学等知识领域均有所涉猎。只有这样,才能主动自如地驾驭国际贸易,及时妥善地处理好各种业务问题。

(五) 具有较好的中、外文水平。特别是外语要能达到听、说、读、写、译五会的水平,能懂两国外语当然更好。这是提高外贸函电质量和谈判表达水平的关键,否则,就难以做到主题明确,语句通顺,用词恰当,文字简练,层次清楚,从而影响业务的开展。

总之,外销员要具有优良的素质才能适应国际市场的激烈竞争,使外贸工作达作到一个新水平,高效率、高质量地为世界各国贸易往来作出应有的贡献。