

场、新客户的推销,如不给客户一定的优惠,使他们有利可图,就难以达到推销目的。我认为,要真正达到促销的目的必须解决以下两个问题:首先,要做好经济核算,对目前实行的放开经营自负盈亏的外贸企业更要这样做,既要从小生意计算,又要从宏观上调控。根据推销意图,为了打开市场可能要在某个商品、某笔交易的价格上做较大让步,因而亏损也较大,但打开市场后,价格逐步做好,就可以达到以盈补亏,转亏为盈之目的。其次,让价要适度,不能乱让。目前公司与公司、口岸与口岸往往为了抢市场、争客户乱放折扣和佣金,这样不仅达不到“销售促进”的目的,还会造成两败俱伤,肥水外流之不良后果。

2. 送样 (Sampling) 发送样品在外贸工作中似乎是司空见惯的事,然而这却是“销售促进”的最有效方法,因为除老客户和传统商品外,几乎每笔业务都要发送样品。要使发样真正起到“销售促进”的作用,最重要的是做到货样一致。《联合国国际货物销售合同公约》第三十五条第(2)款(C)项规定“货物的质量与卖方向买方提供的货物样品或样式相同”。目前外贸公司常有这样的现象,即:外销员只办发样手续不见样品,而样品是由样品科发出。有的发样人员缺少“销售促进”意识,只管发出样品完事。有些样品因放置时间长,有的变型、有

的变质,但也被发送出去,这怎么能起“销售促进”作用呢?还有一种情况是,在做生意时拿出好样品,而发货时没有认真对货物检验,造成货样不符,索赔屡屡发生。发样要及时,特别是对时令产品更应及时送样,过时就不能起到“销售促进”的作用。对来样加工业务,来样和复样必须一致,有不同之处必须预先声明,否则会造成我方违约。

3. 开展销会,搞好样品陈列,举办产品表演 目前展销会很多,但缺少特色。要办好展览会,必须不断地增加新产品、新品种,使客户感到每次参加展销会都有新的收获。样品陈列室的布置要注意艺术化,能吸引人。很多公司都在这方面下功夫,定能起到吸引客户,达到“销售促进”的作用。服装进出口公司搞时装表演既扩大了影响,也起到很好的“销售促进”作用。

4. 鼓励销售人员努力推销 目前各公司都在进行改革,实行层层承包,任务到人,奖勤罚懒等措施,体现了“销售促进”的另一功能。

当然,搞好售后服务,热情接待来访客人,向客户提供广告津贴,赠送纪念品等也都是外贸业务中常用的“销售促进”手法。

在外贸工作中要搞好“销售促进”工作,必须提高业务人员,特别是外销人员的业务素质,培养他们增强“销售促进”意识。这就希望大家都来学习市场学、“销售促进”学。

商检实务思考题(之三)

- 一、报验时须注意哪些问题?
- 二、报验后需要撤销时怎么办?
- 三、什么叫签证和放行?
- 四、出口商品怎样办理放行手续?
- 五、什么是商检证书?

陈林康