

出口商如何切入國外市場

01-09

成功的出口商會先把切入市場的策略想好再付諸執行。主要有三種方式可行：直接賣給使用者，經由國外市場的中間商間接賣出，或是賣給國內的買家由他們賣到國外去。面對這些選項，出口商首先應該考慮願意投入多少資源來履行出口程序。

直接出口的獲益回報最高，這不足為奇，而且出口商自己能全盤掌握品牌形象與價格。不過要切入國外市場所花的金錢與時間可能高得令人卻步。另一比較可行的選擇是經由外國代理商或經銷商間接賣出。一家強而有力的當地合夥人能廣開人脈，尤其是碰到商業習慣生疏和文化差異的問題。譬如，一位本土銷售代理可能不曉得一位沙烏地阿拉伯商人或許希望能緊握著彼此的手以表示信任。

若公司想做出口又不想冒風險並親自處理這些麻煩細節，可以選擇賣給國內的出口貿易公司。出口貿易公司的專業就是把產品賣到海外去。這是最安全但獲利最少的一項抉擇。

正如同大多數的企業，出口商願意投入的資源愈多，潛在風險與可能獲利也就愈大。

01-10

史提夫去美國出差回來了，凱向史提夫打招呼：

凱：史提夫，歡迎歸隊！你何時回來的？

史提夫：老實說我才剛下飛機。但是我很興奮，想先聯繫幾家我碰過面的可能合作的經銷商。

凱：經銷商？我們不是已經決定要和拿佣金的代理商合作嗎？

史提夫：話雖不錯。但是我發覺北美市場大多數進口家電都是經由現成的經銷商銷售。而且我想我們大概也不想煩惱售後服務的事情。

凱：我懂你的意思了。我們沒有資源來處理貨品擔保、買主融資、和客戶服務這些事情。所以嘛，你要如何篩選你的候選人？

史提夫：我主要看看他們的產品組合和銷售記錄。最好我們應該和成長中的公司合作，而他們的產品線剛好和我們互補。

凱：你還必須考慮一下他們的客戶種類、倉儲設施、和銷售區域。何不我們現在來看看你的紀錄怎麼樣？

史提夫：事實上，妳最好給我一天休息時間。我想我的時差開始搞怪了。