

فهرست مطالب

۳	پیشگفتار
۱۱	درباره راهنما
۱۳	مقدمه مترجم
۱۷	تعاریف
۲۱	نحوه استفاده از این راهنما

بخش اول - فهم تصویر کلی

۲۵	فصل اول: کار در تجارت
۲۶	دوروز نباید شبیه به هم باشند
۲۸	مکان، مکان، مکان
۲۹	چه چیزی در یک نام وجود دارد؟
۳۰	روندها در یک محیط در حال تغییر
۳۴	چرا دولت‌ها در دیپلماسی تجاری سرمایه‌گذاری می‌کنند؟
۳۹	فصل دوم: برنامه‌ریزی استراتژیک
۳۹	همسویی با برنامه‌های ملی، استراتژی‌های صادرات
۴۱	اولویت‌بندی بازارها

۴۳	بخش بندی مشتریان
۴۴	فعال بودن
۴۵	ارزیابی جذابیت بازار
۴۸	ارزیابی عملکرد
۵۱	فصل سوم: انتخاب های استراتژیک
۵۲	شرکت های بزرگ یا کوچک؟
۵۳	صادرات یا واردات؟
۵۴	سرمایه گذاری داخلی یا خارجی؟
۵۵	دریافت هزینه خدمات
۵۶	مزایا
۵۷	تصمیم گیری در مورد یک سیاست
۵۹	تاثیر مثبت
۶۱	فصل چهارم: شرکای تجاری در کشور فرستنده و میزبان
۶۲	شرکای تجاری در کشور فرستنده
۶۵	ارائه دهندگان خدمات محلی
۶۷	ارتباطات
۶۸	ایجاد شبکه های ارتباطی در کشور میزبان
۷۲	میهمانی
۷۴	کار با سفارت
۷۶	تعامل با اکر سیستم های تجاری

بخش دوم - ارائه خدمات ممتاز

۸۱	فصل پنجم: رویکرد به بازارهای جدید
۸۵	مشاوره در مورد ورود به بازار
۸۸	قوانین کسب و کار بومی
۸۸	تعرفه ها، اقدامات غیر تعرفه ای و استانداردهای اختیاری
۸۹	ارجاعات
۹۰	ملاقات با توزیع کنندگان

۹۱	فصل ششم: هوش بازاری؛ صادرکنندگان چه چیزی باید بدانند؟
۹۲	منابع
۹۲	اطلاعات بازار محلی
۹۴	نمایشگاه تجاری
۹۷	مناقشه ها
۹۸	گزارش های بازار
۱۰۲	گزارش اعتبارسنجی
۱۰۲	فرهنگ تجاری
۱۰۲	زمان بندی
۱۰۳	آداب معاشرت
۱۰۳	فساد
۱۰۵	فصل هفتم: خدمات سفارشی برای شرکت ها
۱۰۶	گزارش های سفارشی
۱۰۹	برنامه های بازدید از بازار
۱۱۱	مدیریت درخواست های ویژه
۱۱۳	فصل هشتم: ارائه خدمات توسعه تجارت
۱۱۲	هیات های تجاری
۱۱۲	هیات های تجاری سطح بالا
۱۱۵	هیات های تجاری تحت سرپرستی تجار
۱۱۹	رویدادهای تجاری و نمایشگاه ها
۱۲۳	تجلیفات فروشگاهی
۱۲۴	توسعه صادرات خدمات
۱۲۵	مشاوره به صادرکنندگان خدمات
۱۲۶	درباره تجارت در خدمات
۱۲۷	بازدیدهای سطح بالا
۱۲۹	شام و پذیرایی (رسمی)
۱۳۲	اعزام بازدیدکنندگان خریدار کشور میزبان به کشور وطن
۱۳۵	سجیناها و ویناها

فصل نهم: فعالیت‌های حمایتی تجاری ۱۳۷

- ۱۳۷ لابی کردن
- ۱۳۸ مناقصه‌ها
- ۱۴۰ مذاکرات تجاری
- ۱۴۱ اختلافات و داوری
- ۱۴۴ ارجاع به ارائه دهندگان خدمات

فصل دهم: ترویج سرمایه‌گذاری در داخل ۱۴۷

- ۱۴۸ شناسایی سرمایه‌گذاران
- ۱۵۰ سمینارهای سرمایه‌گذاری، نقشه راه، رقابت دشوار، تطبیق کسب و کار
- ۱۵۲ شناختن نیاز مشتری
- ۱۵۳ برنامه‌ریزی بازدید سرمایه‌گذاران
- ۱۵۵ کمک به سرمایه‌گذاران موجود
- ۱۵۵ ترکیب نقش‌ها یا نه؟

فصل یازدهم: ایجاد یک تصویر ملی ۱۵۹

- ۱۶۱ وب سایت بسیار مهم است
- ۱۶۱ کمپین‌های تبلیغاتی
- ۱۶۶ رسانه‌های اجتماعی

بخش سوم - مدیریت حرفه‌ای و چالش‌های شخصی

فصل دوازدهم: مدیریت دفتر ۱۷۳

- ۱۷۴ شروع به کار
- ۱۷۶ اولین برخورد مهم است
- ۱۷۷ دفتر
- ۱۷۸ مدیریت منابع انسانی و کارمندان محلی
- ۱۸۱ اشتراک دانش و مدیریت ارتباط با مشتری
- ۱۸۲ سیستم‌های IT
- ۱۸۴ استمرار کسب و کار و برنامه‌ریزی اضطراری
- ۱۸۵ نگهداری سوابق

۱۸۵	بودجه و مدیریت مالی
۱۹۰	گواهینامه ISO برای تضمین کیفیت
۱۹۱	فصل سیزدهم: بازدید از وطن
۱۹۲	حفظ شبکه خانگی
۱۹۳	هیاهوی تجارت
۱۹۵	برنامه ریزی
۱۹۷	فصل چهاردهم: اتمام مأموریت
۲۰۱	پیوست ها
۲۰۲	پیوست اول: مدل نامه انتصاب
۲۰۷	پیوست دوم: فرم نمونه برای درخواست خدمات نمایندگی تجاری
۲۰۸	پیوست سوم: رویداد تجاری، نمایشگاه
۲۰۹	پیوست چهارم: فرم بررسی کارکنان
۲۱۰	پیوست پنجم: ابزارهای ITC برای دیپلماسی تجاری
۲۱۲	پیوست ششم: وب سایت های مفید