

## 授权书要印尼使馆认证（授权书要认证正本么？）

产品名称	授权书要印尼使馆认证（授权书要认证正本么？）
公司名称	深圳市杰鑫诚信息咨询有限公司销售部
价格	10.00/份
规格参数	价格:10 国别:印尼使馆认证 地方:印尼使馆认证
公司地址	深圳市罗湖区东晓路3063号新丝路时尚文创园B栋1楼
联系电话	15913941040

## 产品详情

授权书要印尼使馆认证（授权书要认证正本么？）

要盖好章哪个正本2份！

办/理使领馆认证需提供的资料如下：

1. 提交《领事认证申办表》（1）和《领事认证申办表》（2）各一份正本；
2. 提交需经贸促进会认证的全套资料（所有的使馆认证必须先经贸促进会认证）；
3. 提交需认证的文件及其复印件二份。
4. 个别有特殊规定的使领馆按其特殊规定办-理；

大使馆加签的重要性:

大使馆加签业务是我司一项重要业务，直接服务于外贸公司和企业。

在长期的办理领事认证业务实践中积累了丰富的工作经验，

代送了大量的外商贸文件和单证的领事认证业务，并在实际工作中急客户所急，想客户所想

，为他们解决了在办理过程中出现的各种各样的难题，赢得了时间，确保了通关结汇的正常进行。

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi cina, globalisasi globalisasi dan internet internasional, pasar pembeli pun semakin mendominasi sektor bisnis. Bergerak dan pemasar dengan ke arah puncak yang sangat baik dan menang. Dalam dipercaya. Perusahaan, namun dalam puluhan juta pasukan pemasar yang ingin menjadi baik saat ini jadi bagi pemasar pertama hendaknya memeriksa diri sehubungan dengan apakah kita memiliki tujuh tuduhan kemampuan inti yang siap untuk pemasaran, dan memurnikan, mengangkat, mereka terus dengan itu.

Pertama, ketekunan

Kesabaran adalah hal yang paling sulit dilakukan, dan siapa pun yang pernah bekerja di bidang pemasaran tahu bahwa pada awalnya anda harus bersabar ketika klien tidak memilikinya. Banyak orang yang baru masuk ke dunia pemasaran tidak bisa bertahan.

Kesabaran masih dibutuhkan dalam proses pemasaran. Pada waktu yang telah dijadwalkan dengan pelanggan, anda tiba tepat waktu, tetapi bagaimana seharusnya anda ketika klien sedang sibuk atau sedang rapat? Kesabaran, atau anda harus kehilangan klien ini. Pemasaran pada tahun-tahun awal dan aku telah melakukan pajakmu, gedung berlantai dua puluh sembilan, delapan rumah dari setiap tingkat, "of saul, kau lihat pintu, ketuk, dan hasilnya adalah 20 persen orang mengetuk pintu menunjukkan kurang sopanmu ultra, pintunya tidak terbuka, kau tahu ke mana kau akan pergi" pergi "", Empat puluh persen dari mereka tidak membuka NaiFan, memberi tahu anda "pergi." ", 30 persen mengatakan "saya tidak perlu" dan bahwa hanya 10 persen yang mau mendengarkan dengan sabar setelah anda memperkenalkan produk anda dan belum tentu dibeli. Apa kau tak tahan?

Dua, sumber kontrol diri: jaringan pabean

Seringkali pemasar bertempur dengan pekerjaan satu, pemasar klien, akan dikembangkan untuk menegakkan kembali. Tunggu, semua ini tidak akan bisa benar-benar berada di bawah pengawasan sang pemimpin, hari kerja adalah "memanfaatkan" laporan keuangan perusahaan, dan kondisi untuk bertemu setiap hari. Kim, kalau kau benar-benar ingin istirahat yang sangat mudah, seperti sengaja mengunjungi klien yang lebih jauh letaknya, dan kuberitahu cara beristirahat;. Sudah setengah jam menyelesaikan pembicaraan kita, sehingga bisa dibohongi selama tiga jam, dan sebagainya, selain merugikan perusahaan, pertumbuhan yang lebih penting dari daratan menuju upaya. Temanku tn. Jang direktur perusahaan ZhongGuo District klien di media massa internasional tertentu pada saat itu, dia sering berkata, sewaktu saya baru saja akan dinas pemasaran pun hujan setiap hari, pergi jam 8 pagi, pulang jam 10. 00, pada siang hari saat kau lapar untuk mengambil roti dan air mineral, untuk 3 bulan waktumu. Tak ada istirahat, tak ada penandatanganan sebagai salah satu klien pertama. Adalah dengan pengembangan diri perintahkan dan mengendalikan dirinya dan teman aku mampu seperti sekarang ini. Prestasi ini tidak dipaksakan dengan "jadwal kunjungan harian", "laporan harian harian", dan sepenuhnya pengendalian diri.

Tiga, kekuatan komunikasi

Adalah komunikasi orang pemasaran BiBuKeQue dari tindak korupsi, mengandung dua arti: satu diambil dari ancaman yang saksama, mengenal satu sama lain sebenarnya, kami pikir, maka pesan pada saat yang sama juga disampaikan kepada satu sama lain, atau melalui perangkat komunikasi yang tepat (misalnya, nada suara, intonasi, mimik wajah, tergelincir, dan sebagainya) tutur kata yang memungkinkan kedua belah pihak mudah untuk mencapai konsensus percakapan.

Komunikasi yang baik adalah kunci dari pemasaran, sukses punya atasan marketing executive dengan supermarket tertentu sudah membicarakannya berkali-kali, tapi satu sama lain untuk menolak produk kita, misi selesai dilakukan oleh kepala pemasaran merasakan tekanan sangat besar untuk aku ambil bersama-sama dengan dia dalam perjalanan ke suatu hari nanti. "tidak memiliki" and bos. Tapi karena tenaga medis selalu, "sebelum aku pergi mengambil inisiatif" and pejabat, saya kala berbaring "hari ini kau hanya menemani, jangan bicara, biar kuberitahu satu sama lain mereka pertahanan lagi. Sewaktu bertemu pemilik supermarket yang hanya memiliki waktu 30 menit untuk membuka tiga

pusat perbelanjaan di kota, dapat dibayangkan kegembiraan yang melulu. Setelah kepala pemasaran tinggi nada pendek/singkat menggunakan perbandingan-perbandingan christine sikap rendah hati menunjukkan bahwa hanya datang ke ", bicara dengannya hari ini ", saling berkenalan, "belajarlh dari dia dan memahami situasi pasar setempat, dalam percakapan yang berlangsung selama tiga jam kemudian, saya hanya berbicara tentang" ya "" hah" luar biasa ", orang ini telah dicurahkan semua keluargaku, yang pada akhirnya mengatakan bahwa "dia dan berbicara denganmu. Sekarang, ini sudah. 5 menit terakhir aku menyebutkan tentang produk yang masuk ke tokonya, dia menjawab dengan syarat. Bertemu kembali dan kepala pemasaran ini dengan cara untuk berkomunikasi, tema saling melihat hanya berlari, "kita dikenal sebagai produser, merek terkenal, anda dapat pergi dalam kargo kita benar-benar aman. Cup, kulit putih ini toko pada umumnya. Tapi untuk ini "terlalu muda" and bagi mereka, tapi dia tidak berpikir MingQi bermerek, luar biasa ... apa pun. Dari sini anda bisa melihat bahwa kemampuan komunikasi sangat penting dalam pemasaran.

Empat, observasi

Bukan hanya melihat-lihat dan mengamati, banyak pemasar pelajaran pertamamu belajar untuk "melihat" pasar ", mobil ini tidak acak, tapi tatapannya mata profesional dan pengamatan pengetahuan itu dengan teliti, menemukan informasi yang penting. Contohnya mengunjungi toko pada umumnya anda mungkin tahu apa promosi produk, berapa, produk dan profesional pemasar dapat melihat lebih banyak option: check kind of information the user can provide

Apakah itu tidak membuat kau dan menjual produk yang baik karena dia apa? Harga, hadiah, kemasan ... Giveaway apa? Bahan apa? Bagaimana itu dibuat? Kemasannya baik-baik saja. Warna, model, bahan, bisa digunakan untuk hal lain (seperti label bungkus makanan olahan untuk memastikan, habis dapat apabila tempayan). Bagaimana dengan promosi merek persaingan? Periode waktu tertentu? Bentuk nyata dari kegiatan, dan apa saja peran serta yang tersedia? Suplier yang menjual merek bersaing dalam 29 dari 28 perusahaan menjadi, menambah suplier mana yang takkan melihat adanya potensi ancaman kita, 'kan? Bagaimana produk utamanya dan harganya? ... Banyak informasi yang ingin kau hati-hati observasi, banyak pemasar membentuknya melatih setelah waktu yang lama, kirim dia ke "lihat" pasar ", yang masih tidak bisa mendapatkan informasi, yah, anda tidak cocok untuk memasarkan karya ini.

Penjualan ke penjualan berperilaku seperti informasi juga semua orang di dunia, hanya dengan melihat apa yang mendapatkan informasi yang akurat dalam jumlah besar ini adalah tugas besar bagi pemasar umpan balik.

Lima, menganalisis kekuatan