

帮助贵公司顺利完成参加墨西哥展览会的各项准备工作的指南。



贵公司是否正计划参加本届墨西哥贸易展览会？

本指南将为贵方提供一些建议，帮助贵方在即将到来的墨西哥之行中实现商业目标，并更好地了解墨西哥当地的社交和商务礼仪。

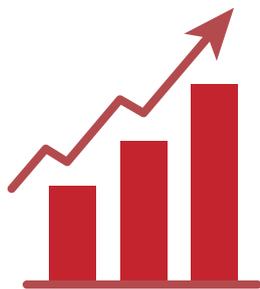
为什么墨西哥能成为世界上最具吸引力的新兴市场之一？



墨西哥是世界上第十三大的国家，占地面积达1972550平方公里。



墨西哥人口总数超过1.29亿，占世界总人口的1.65%，在世界各国人口中排名第十位。



墨西哥有2.6万亿美元的经济规模（PPP），是世界第十二大经济体，拉丁美洲第二大经济体，自1994年加入《北美自由贸易协定》（NAFTA）以来，其制造业取得了显著发展。



墨西哥的人均GDP约为20036美元（PPP），属于中等收入国家。



墨西哥是世界上第十六大贸易国，对外贸易额近9000亿美元。

为什么建议贵公司参加墨西哥的贸易展览会？

- 中国出口商可以通过参加墨西哥展览会找到进入墨西哥市场的有效途径。贵公司可通过展览会展示贵方的服务与产品，了解竞争环境，同时收获潜在买家。
- 尽管参加展会的好处显而易见，但由于许多出口商并未做好充分的准备，无法帮助公司实现企业目标，反而使公司在墨西哥市场留下不好的形象，效果适得其反。
- 本着帮助贵公司更好地做好筹备工作的宗旨，我们特此列出了贵方需要准备的一些最重要的事项，并向贵方介绍与墨西哥公司进行业务往来最常见的商务礼仪。

墨西哥的贸易展览与会议中心

- 目前，墨西哥共已建有超过53个会展中心，展览面积总计超过45万平方米，全年举办多次跨行业展会活动。





设定目标

企业必须采取的第一个步骤是设立明确的目标。明确的目标几乎对参展的各个方面：从预算到产品，从展台的设计与搭建到参展工作人员的组成情况等都有影响。

公司设定的目标通常包含以下两个或多个方面：

- 扩大营收：提高销量，获得新客户；
- 展示新产品、新服务；
- 加强客户关系；
- 拓展新领域：进入新市场，进驻新领地；
- 获得更多媒体曝光；
- 进行市场调研：衡量竞争；
- 提升公司形象和品牌知名度；
- 为观众介绍相关知识。



会前

在此阶段，**沟通十分重要**。要采取的基本行动有：

- 联系贵方的老客户和潜在客户，传达贵方即将参展的消息。明确说明展位的位置及展位号；
- 在沟通策略方面，采用创造性和有效性相结合的方式：
 - **公司网站**。利用贵公司网站，宣传贵公司的参展情况。
 - **直接发邮件**。贵方要确保至少发出三封邮件：每封邮件将使观众在贵方展台的回应比率增加25%。
 - **特色礼品**。使贵方的展位更具吸引力。赠品能够非常有效地吸引观众或提升观众的好奇心。
 - **广告**。考虑通过互联网（例如展会网站或行业相关的网站和博客）、行业期刊、行业杂志、参展商目录、地方性和地区性报刊、在公共区域和通往展览会场的道路上放置横幅等方式，宣传贵方参加展会的消息。
 - **赞助**。购买展览会赞助方案可作为增加贵公司曝光度的另一种方式。



适当地花一些时间考虑贵方展位的最佳布置方式

展位工作人员。安排资历较好的员工驻守展位。经验证明，只有一位销售人员可能不够用；建议至少安排两名。此外，若贵方的展台足够大，可考虑安排不同工种的员工在场，包括技术支持人员、市场专员等。

语言障碍。重要的是，贵方应在展台安排懂西班牙语的员工，或者至少应安排成熟的翻译人员在场。参展商在展位上仅安排一名销售人员展示产品，并且销售人员并不懂西班牙语，这种情况在展会上并不少见。这是一个需要避免的错误。

此外，要确保将所有营销资料都翻译成西班牙语，并为员工准备好由英语和西班牙语两种语言印制的商务名片。

人员培训。为员工（包括翻译人员）提供与贵公司设定的参展目标以及达成目标需采取的策略相关的培训至关重要。

绝对不要出现展台无人值守的情形。确保贵方人员从展览的第一天到最后一天轮流值守展位，并且始终由懂西班牙语的员工提供支持。

认真对待每一位来访者。在墨西哥的贸易博览会上，经常可以看到观众代表大量的潜在客户收集大量的信息材料。而潜在客户则可能在浏览完之前收集的所有信息后，在展会的最后一天才到展位现场参观。



会后

跟进问题和线索。

向潜在客户发送一张致谢卡，可随附产品样品或小礼品。确保对收到的所有问题进行逐一答复。但行动要迅速。

若联系不及时，线索就会失去兴趣，这对投资非常不利。因此，强烈建议在参展前就制定好会后的营销战略。





墨西哥的社交和商务礼仪

墨西哥的语言礼节

从拉美标准来看，墨西哥人是非常有礼貌的：事实上，礼貌是文化在语言和社交礼仪上的体现。

在正式场合，在与不认识的人或年长的人交往时，通常使用西班牙语（“Usted”/“您”）；在称呼朋友或亲密伙伴时或在非正式场合，则使用非正式用语（“Tú”/“你”）更为合适。

头衔在墨西哥的使用

专业头衔在墨西哥显得极其重要，即使在一些非正式场合，也是社会地位的象征。

在专业场合（和一些社交场合），称呼拥有高等学位的专业人士不会直接用Señor（先生）或Señora/Señorita（女士），而是在姓名前加上专业头衔。

墨西哥最常见的头衔有：

- Licenciado/（专业人士，例如律师、理学学士等）
- Ingeniero/（工程师）
- Doctor/（医生）
- Arquitecto/（建筑师）
- Maestro/（大师，通常用于称呼优秀的艺术家和工艺大师），以及
- Professor/（教授）

商务会议的语言

西班牙语是墨西哥的官方语言，商务会议通常采用西班牙语进行。英语在商界广泛使用——如今比以往使用更广泛——若贵方不懂西班牙语，东道主可能愿意在会议上使用英语，但须事先核对，以避免尴尬，并安排翻译人员到场（若贵方无法用西班牙语洽谈）。



墨西哥的社交和商务礼仪

私人空间

墨西哥人通常比（例如）美国人和欧洲人站得更近。若您习惯了与其他人保持两英尺或以上的“空间”，一开始您可能会感觉不舒服，但在墨西哥，无论性别如何，人们站着交谈时彼此之间的距离都不超过一英尺。离得太远反而会被当作是不信任的表现。

男人之间

男人们在见面时和离开对方的公司之前通常会握手。朋友之间以及关系稳固且和睦的商业伙伴之间通常会拥抱；在不确定是否应该拥抱时，就让对方来引导：如果在握手的时候，他把你拉向他，你可以把你的左臂放在他的背上，在他的背上轻拍2-3下。

男人与女人

男人会见女性时，宜微鞠躬；在社交场合，女性可向您行亲吻礼；您应在对方脸颊上轻吻回礼。（一个吻即可。）拥抱礼如上文“男人之间”所述。请注意，在最初的商务会议和正式场合，女性通常不太希望被对方亲吻脸颊，大多数女性只是简单地握手。

女人之间

在女性相互认识的社交场合，通常会拥抱和亲吻对方的脸颊。如为第一次被引荐给他人，至少应轻轻地握手，也可以俯身亲吻对方的脸颊（若不确定是否应行亲吻礼，可等待对方引导）。

墨西哥的工作和营业时间

办公时间一般为上午8点至下午6点。工作午餐通常在下午1点到3点之间；大多数午餐时间为一个小时或更短，但商务午餐可能会持续2-3个小时甚至更久，因此要做好在某些场合待久一点的心理准备。



墨西哥的社交和商务礼仪

墨西哥的着装要求

穿着打扮是墨西哥社会文化的另一个重要方面。在墨西哥，（尤其是在正式场合和商务场合）人们通常会“以貌取人”，所以，要穿着得体。

- 在正式场合，男士应穿西装打领带，女士应穿正装；
- 在非正式场合，根据不同的场合和情景，穿得体的休闲装即可；

在墨西哥的沿海城市和其他气候炎热的城市举行的活动和会议，由于天气炎热，当地的氛围比较轻松自然，因此通常不要求与会者穿衬衫打领带（或穿西装）；穿上轻便的休闲装（或优雅便装）即可。

在正式的餐会上，男士应穿衬衫打领带；女士应穿礼服。在不太正式的场合，穿大方得体的休闲装即可；但通常——尤其是在晚宴上——穿休闲装会显得没有礼貌。

墨西哥餐馆的小费礼仪

墨西哥有很强的支付小费的“文化”，买单时必须包括小费（除非服务很差劲，可不支付小费）。正常情况下，小费的比例占总金额的10%-15%，取决于餐厅的星级和招待服务水平。

邀约与买单礼节

若您邀请他人外出就餐，对方将默认（并且期望）由您买单。墨西哥不流行AA制，实际上，提出AA制建议会被视作粗鲁、无礼的行为。通常，被邀请人也会主动买单，但这只是出于社交礼仪，邀请人应予礼貌拒绝。若您受邀外出就餐，您也应主动买单，然后优雅地接受被拒绝。



墨西哥的社交和商务礼仪

书面通信与销售/营销资料

若贵方计划向墨西哥人出售贵方的产品或服务，则贵方的所有营销资料、产品手册、质保信息、标签以及贵方希望留给联系人的任何信息均应采用西班牙语。

务必要将所有相关信息翻译成西班牙语。这代表着对墨西哥人的尊重，也代表着贵方在墨西哥经营的诚意。当贵方开始将产品发往墨西哥时，按照法律，贵方的所有书面沟通文件——特别是标签——均须采用西班牙语。

在墨西哥进行商务谈判的技巧

在墨西哥经营业务时，最重要的一点是，要牢记，首先要拓展关系。墨西哥人注重先成为朋友，再进行业务往来。

倘若不花些时间培养信任感和默契度，确立稳固的人际关系，还不如不要在墨西哥经营业务。即使拥有最好的产品（或者，对方可能拥有正合贵公司所需的东西），但若没有建立良好的关系，对方也会非常不愿意跟贵方做生意，或者这段关系随后可能会出现意想不到的问题。因此，谈判前期应首先把重点放在建立关系上。

关于远程交易的提示

尽管如今在线贸易和远程合同越来越常见，但关键生意（特别是首次合作的大额合同或投资）（如有）很少会通过电话、电子邮件或视频链接完成。基础关系越牢靠（其中可能包括事前的亲自会面），由此积累的信任感就越强，最终交易就越容易达成。

我们将如何帮助贵方从参加本届墨西哥贸易展览会中获得最大收益呢？



贵方在展会上展示的是贵方自身的优势。我们提供展会管理服务，使贵方团队能够集中精力努力实现高价值的目标。



我们可以根据潜在买家和商业伙伴的实际情况，为贵方量身定制合适的商务议程，最大程度地提升贵方的商旅效率。



贵方产品是否符合墨西哥标准？贵方须支付多少进口税？我们可以帮助贵方得出答案，方便贵方向墨西哥的潜在买家提供产品报价。



贵方在西班牙语社交媒体上的品牌知名度如何？我们可以帮助贵方进入、刺激、拓展墨西哥市场，缩短贵方的销售周期。



我们如何帮助您？

GPerspective & Keno Consulting 共同携手，为参加墨西哥贸易展览会的中国企业提供全方位、一站式服务。

我们的服务能够为贵方团队成员减少参加展会需要花费的时间、成本和资源，使贵方团队成员在即将到来的墨西哥之旅中安心聚焦战略性商业问题。

本文件为概览性质，如果您想要了解更多以便我们能够针对您的具体情况实施援助，请您发送电子邮件到以下地址：

✉ contact@kenoconsulting.com.mx

☎ + 86 - 10 - 8571-0456

📍 北京市朝阳区八里庄西里98号住邦2000商务中心3号楼706

关于Keno Consulting

在Keno Consulting，我们专门致力于帮助中国公司以高效快捷的方式进入墨西哥市场，并且强化中国公司在墨西哥已经开展的战略。

法律声明

本文作者对刊物包括信息使用所造成的损害不负责任。本刊物包括信息从若干公开来源和投资者通报获得，并且享有同该来源一样的信息真实性和准确度。

Keno Consulting和其商标属于天地仁和贸易有限公司所有。未经天地仁和贸易有限公司书面授权以任何方式部分或全部擅自使用，将受到相关法律法规的制裁。

关于GPerspective

我们提供从亚洲到墨西哥的商务拓展服务及招商引资服务，并为中国和墨西哥的政府机构、企业和学术界提供贸易服务。

法律声明

本文作者对刊物包括信息使用所造成的损害不负责任。本刊物包括信息从若干公开来源和投资者通报获得，并且享有同该来源一样的信息真实性和准确度。

GPerspective和其商标属于GPerspective Trading, Logistics & Consulting, S.A. de C.V.所有。未经GPerspective书面授权以任何方式部分或全部擅自使用，将受到相关法律法规的制裁。

