

· 福步外贸高手系列 ·

乐贸LEMO
LOVE · EASY · MONEY · OPEN

外贸技巧与邮件实战

(第二版)

- 真实的邮件往来，展示与客户博弈的技能
- 实用、高效的外贸技巧，教你步步为营
- 紧跟外贸发展趋势，解读跨境电商那些事儿

前沿的实战经验
经典的邮件记录



中国海关出版社

International Trade Skills and

刘云 编著
E-mail Practice (SECOND EDITION)

外贸精英

外贸技巧与 邮件实战 (第二版)

WAIMAO JIQIAO YU
YOUJIAN SHIZHAN
(DI-ER BAN)

刘云 编著

中国海关出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

外贸技巧与邮件实战 / 刘云编著. —2 版. —北京:
中国海关出版社, 2017. 7

ISBN 978-7-5175-0221-0

I. ①外… II. ①刘… III. ①对外贸易 IV. ①F75

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 184855 号

外贸技巧与邮件实战(第二版)

WAIMAO JIQIAO YU YOUJIAN SHIZHAN (DI - ER BAN)

作 者: 刘 云

策划编辑: 马 超

责任编辑: 郭 坤

助理编辑: 钱慧春

责任监制: 王岫岩 赵 宇

出版发行: 中国海关出版社

社 址: 北京市朝阳区东四环南路甲 1 号

邮政编码: 100023

网 址: www.hgcb.com.cn; www.hgbookvip.com

编 辑 部: 01065194242 - 7554 (电话)

01065194234 (传真)

发 行 部: 01065194221/4238/4246/4227 (电话)

01065194233 (传真)

社办书店: 01065195616/5127 (电话/传真)

01065194262/63 (邮购电话)

印 刷: 北京鑫益晖印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 17.25

字 数: 249 千字

版 次: 2017 年 8 月第 2 版

印 次: 2017 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5175-0221-0

定 价: 38.00 元



海关版图书, 版权所有, 侵权必究
海关版图书, 印装错误可随时退换

第二版前言

十分感谢各位外贸同仁的厚爱。只是一本小众外贸技巧书，却也有近两万册的销量，希望鄙人的经验能帮助大家。

光阴似箭，距此书第一版出版已有八年之久，创作历程仍历历在目。虽然目前缺少了当初的热血和灵感，但是积累了沉着与冷静。虽然时过境迁，但是书中一些知识和经典案例实际上稍加修改和更新还是能为大家所用。

本次改版除了更新了内容之外，鄙人也稍加了一些内容。既有这八年所悟出的一些新技巧，也有在时下的外贸领域里大家必须要掌握的方法。很多内容都是本人实操总结的经验，虽然本人已老矣，不过希望黔驴未技穷，分享出来的东西，能对大家有所帮助。

另外，感谢中国海关出版社的马超编辑。没有她的帮助，也没有改版之勇气。

刘 云

2017.5

前 言

随着改革开放的深入发展，近年来外贸出口业务量以几何级数增长，但是外贸操作的特殊和繁琐成为困扰外贸工作者的一大难题。很多大学生在学校学习了比较多的课程，但在实际操作中无从下手，满怀信心地走出校园却与企业格格不入，工作难寻。想要成为熟练的外贸业务员往往要摸索到而立之年。

如何省时省力将书本知识与市场结合成为外贸新人必须掌握的技能。本书作者长期关注此问题，并具备外贸实践经验，能够很好地将理论和实践相结合。

所谓纲举目张，本书很清晰地讲解外贸行业的诸多知识。同时，以通俗易懂的语言解释实际操作的要害、难点，使外贸新手能够逐步掌握知识，灵活运用书中所述的外贸技巧。

本书完整分享了有代表性的邮件。作者对邮件中的关键之处进行了评析；对现实中经常遇到的问题，提供了经验和方法；通过邮件总结出一些开拓业务，与客户有效沟通的技巧。

笔者是一个外贸从业者，很多案例和技巧来源于实践。部分操作案例曾经在互联网上发表过，引起了强烈反响，反馈信息过万。希望笔者的悉心总结，能使读者受益。

感谢王敏、赵邦强、王景忠、梁金水、蒋朝晖、刘晓东等各位实战高手的参与，他们的文章使本书的内容更丰富、更实用。

编 者

2008. 7

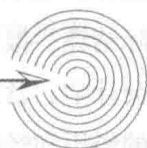
目 录

第一章 外贸入行必备	1
第一节 如何准备面试	2
第二节 以怎样的心态进入工作	4
第二章 用好电子商务	9
第一节 开发客户的商业信函	10
第二节 外贸类 B2B 网站使用技巧	15
第三节 如何依靠跨境电商平台打造国际版淘宝	17
第四节 如何做跨境电商网页设计	18
第五节 如何建立、维护和推广网站	20
第三章 外贸交易技巧	31
第一节 外贸流程简介	32
第二节 客户的定位	34
第三节 找客户的有效方法	40
第四节 接待客户	61
第五节 寄样和辨别骗子邮件	85
第六节 如何规避风险	87
第七节 协助客户进行市场营销	92
第八节 有效跟进订单	98



第四章 外贸邮件来往案例	103
第一节 外贸第一单	104
第二节 五天成交的一个样品单	113
第三节 与客户建立友谊	124
第四节 风险控制实战	138
第五节 和一个谨慎的客户做成生意	160
第六节 有关价格的精彩还盘	174
第七节 如何处理订单中间发生的意外	181
第八节 关注细节，促成订单	205
第九节 当客户不付款	234
第十节 全力协助客户解决问题	248
后记 我眼中的外贸这十年	260

第一章



外贸入行必备

外贸属于一种销售与服务并存的行业，其门槛说低不低，说高也不高。它既要求从业人员熟知产品价格、汇率等商业和政治风险，还要掌握合同、运输保险、国际结算、报关、检验检疫及贸易纠纷等相关规定。另外，还要了解法律、会计学、营销学、心理学、管理学等相关知识。

接下来我将分享我的经历和经验，希望能帮助大家快速入行。

第一节 如何准备面试

一、外贸公司的面试

实际上，在待过的几家公司我都帮助老板面试过求职者。结合自身情况，我认为外贸业务员需要满足以下几点。

（一）敏捷的思维和过人的自信

这一点“只可意会，不可言传”，经验丰富的人才能做到。

（二）良好的英语交流能力

英语交流能力并不是单指口语流利或者语法标准，还包括表达要简洁明了，通俗易懂。即使你通过了英语专业八级考试，也不足以证明适合做外贸业务员。如果你在信件或者电话中用的高深单词老外一句都不懂，就失去了意义。我们会要求英语科班出身的业务员，翻译信用证，测试一下他们对信用证和相关贸易条款的熟悉程度，以及对贸易英语的理解能力。



（三）掌握基础的外贸知识和流程

贸易形式、付款方式、订单类型、产品报价等问题自不必说，有时也会问一问美国有哪些基本港口，“Rotterdam（鹿特丹）”和“Antwerp（安特卫普）”是哪个国家的港口，“CIF Bangkok（曼谷）”是什么含义等。此外，还会问一些在实际操作中才会遇到的问题。

（四）换位思考

这点也是很重要的，考验求职者能否通过我的问题读懂测试的目的。这一能力对掌握客户的心理也是至关重要的。

（五）办公室技能

电脑操作，打字，基本的办公软件操作。

（六）电子商务能力

文凭、等级证书只能作为一种参考，外贸公司一般喜欢的是文凭中上、期望值低且具有一定野心的求职者。除了熟悉产品以外，还要掌握电子商务方面的业务技能，包括制作广告案、营销、处理邮件、传输图片等。

（七）了解应聘的公司和行业

很多公司希望招聘到专业对口或者是对公司产品有一定了解的员工。求职者最好事先浏览一下要面试的外贸公司的网站，做足功课，面试的时候简要地谈一下对公司产品和文化的认识。

（八）可持续发展能力

外贸公司的优势在于维护客户，服务客户，同客户共同发展。因为外贸公司在价格上无法和工厂竞争，所以维护和服务好客户显得尤为重要。很多老板很乐意听到你介绍在以往的工作中如何让小客户成长为大客户，如何维护客户的。

（九）忠诚和稳定性

公司都喜欢忠心和踏实的员工，一个频繁跳槽或者将野心都写在脸上的人是很难找到一份稳定的工作的。谈一下两到三年的职业规划，预计达到的目标，会让人觉得你是一个值得投资的人。



二、工厂的面试

工厂的面试一般比外贸公司简单,工厂更看重求职者的工作经验,希望其能够即刻上手,短时间带来效益。

工厂的面试一般要求求职者用英文介绍一下学习和工作经历。和外贸公司不同,工厂的面试官一般会询问是否熟悉产品和工厂操作流程,有无客户等。这是因为在工厂做外贸业务需要时时刻刻和生产环节打交道。

工厂的面试官非常看重求职者如何带客户参观工厂。求职者若能从产能、质量控制、生产优势、人员培训、展厅展示等方面对工厂进行专业的介绍,在面试中就比较有优势。

第二节 以怎样的心态进入工作

刚刚进入一家外贸公司应该做些什么,要有什么样的心态呢?“经验分享”中介绍了一个外贸业务员的心路历程。



经验分享

在深圳这家公司工作已经一个半月了,我在 B2B 网站上做产品目录广告,在互联网门户网站发邮件,制作报价的模板、产品目录模板、信函格式模板。现在的环境给了我充分的自由,我已经越来越顺手。一个多月里我联系了 20 个客户,在谈 3 个样品单,邀请了 3 个客户参观工厂,几乎每天可以收到回复的邮件。虽然现在没有拿到订单,但是在一个陌生的环境中以上的成绩,已经很欣慰了。

一开始,我只有一个“info”的收费信箱,其他什么都没有。没有图片,没有详细的资料,没看过产品,没参加展会,没有收费的 B2B 网站服务。

刚进公司不久,老板给我一份有上千客户信息的资料。我在两个星期的时间里就发出了 500 封邮件。很多都是针对客户的具体情况而写的,



绝不是一个模板，更不是群发。

可是这 500 封邮件基本没收到回复，唯一的回复是“Please remove me from your distribution list”，所以接下来我就放弃了所有公司现有的资料。

我开始在 B2B 网站和搜索引擎上找客户。首先在“www.ecplaza.com”做一个模板，然后将文字描述和图片保留下来，形成一个在线模板。其他 B2B 网站都可以套用，当搜索到新的 B2B 网站，把这些资料复制上去就行了。Ecplaza 贸易平台回复比较少，但是做出来的效果很好，附上漂亮的图片，就像一个美术加工后的网站。如果没有新的网站的时候也可以暂时利用该平台，附上产品资料，就成了专业的网站。

网上宣传很重要，客户可以找到你，和你取得联系。就实际而言，你联系上的 10 个客户不及 1 个主动联系你的客户。充分利用免费资源做宣传是非常便捷的方式。免费平台上供应商多，需要花费时间和精力筛选，及时更新。

引擎像 Google、AOL 的门户网站，或者 ebay 等零售贸易网站登录一个即可。输入产品的关键字，然后打开标有零售价格的产品的网站，找“Contact Us（联系我们）”或者是填写“Feedback（反馈）表格”。如果运气好，可以找到大零售商。但是运气不好的话，100 封邮件可能都会石沉大海。

写信非常重要，你没有见过对方，对方也没见过你和产品，你又不是收费用户，所以邮件内容就非常重要，必须要专业。专业不仅体现在报价和宣传两方面，而且要从整体印象和布局着手。

例如，商业信函的格式。你最好使用 Foxmail 或者 Outlook Express，用“HTML”修改字体。可根据个人喜好挑选字体，我的邮件的文字都是用 12 号 Arial 字体。价格内容用另一种字体标记，末尾一定要有一个专业化的签名。我的“HTML”签名是复制的一个瑞典客户的。第一行内容是公司标志和一排热销产品，蓝底的。第二行内容是公司的英文名称、地址。在最后三行写上手机号、座机号、传真号、E-mail 地址和公司网址。这看起来就像一张醒目的名片。

电子文档的目录模板用 Excel 表格来做比较好。我的模板的前身是一



个国外客户发给我的订货单。在其基础上改变一些函数就变成报价单。找工厂要详细资料,让他们登记出过货的装箱单的数据。然后根据国外网站上相关产品的描述,结合自身情况和产品材料将它改写成自己的产品资料。最后,加上自己公司的背景。虽然是“卖图片”,但是客户在意的还是产品的质量。

善于用 Excel 表格的函数功能是非常重要的,不用列出物品的名称、颜色和数量,直接在 Excel 表格里改动或填上数字就可以得到想要的数

据,对客户来说是一种省力省心的服务。

这篇文章道出了我的迷茫与自信。虽然没有订单,但是我在不停地思考、总结、尝试新的办法。功夫不负有心人,回头看一目前手里的 92 个客户,其实有很多都是用文中提及的方法找到的。



经验分享

好的工作环境和人事关系是可以自己创造的:潜规则

公司是有潜规则的,很简单,因为经济基础决定上层建筑。在潜规则内进行奖惩,也是符合客观情况,符合管理本质的。员工只有遵循潜规则,才能与公司磨合,做出成绩。

但是也有例外。你想打破潜规则,就要做到以下两点:第一,你创造了公司大部分的收入;第二,在公司里扮演着不可或缺的角色。做到这两点你就可以去修改潜规则。

举个例子,我刚来现在就职的公司,3 个月内必须遵循公司的管理制度和潜规则,不然的话我就会被淘汰。在这 3 个月里我不停地发广告、找客户、发邮件。有邮件管理权限的老板完全看在眼里,他原本对我说 3 个月没有订单就需要走人。但在 3 个月后的一次会议上他对公司全员说,我是一个难得的人才,我的方法是世界上最新的,按照这种办法,就算我一年里拿不到订单,也绝对会有很好的成果。此时,我就已经打破了约束我的潜规则。我的工作方法也传授给了其他人。总体来说,第一,我起到了表率的作用;第二,总结的方法提高了其他员工的业务能力。3 个月后,我还是没拿到订单,但是老板也没让我走,并且对我十分客气。



第一次找到客户是5个月后，我拿到了一个小柜的订单。我盯准德国市场，而德国人的工作时间对应北京时间是下午2点到晚上12点。我希望在此期间内工作，老板也同意我按德国工作时间。目前我已经是拥有12个德国客户的老业务员了。现在就算我第一天晚上7点走了，而第二天下午2点才来，也没有一个人会责备我。

如果你不遵循潜规则，做别人不敢做的事，挑战权威，或者在没有任何业绩的情况下提条件或者违反规定注定会碰壁。

说了这么多，到底如何遵守并且打破潜规则呢？用下面几点说明也许更形象一点。

你到任何一家公司，首先要做的就是不要树敌，要做大家都喜欢的人。有时老业务员要求你做这做那，一方面是想让你为他分担事务，另一方面这也是培训的一部分。就是说，他完全有理由让新人去做他们做新人时做过的事情。

在这个阶段，你要在做好本职工作的同时，突出自己的优点。举例说，我到公司之后，做过几件事。第一，我的Excel表格做得很美观，无偿与大家分享我做的报价、合同、利润分析表，并在会议上和大家研究，事后发表到公用信箱里。第二，我的电脑维修能力较强，我帮助过两个老业务员将他们电脑的运行速度提升了一倍。第三，在老板那里，我收集客户的信息并作出参考总结，以书面形式呈递，谦虚地请老板修改。这就是说，在本职之外我遵循了戴尔·卡耐基的额外付出原则，做一个大家都喜欢并且需要的人。所以，我遇到什么问题，大家也会主动帮助我，并且觉得分享经验是种荣幸。

另外还有一些细节，在人多的时候尽量不要出风头。每一个新人都要认识到，自己不重要。一起吃饭不要主动点菜，别人说话不要轻易插话，不要在公众场合吸烟，不要顶撞领导，高调做事，谦虚做人。只有在所有条件成熟后，在你熟悉整个行业之后，再尝试创新，打破潜规则。

你可以展示个性，但不要在管理者、同事之间展现个性。你的工作台一定要整洁，文件夹要归类，整理成档，抽屉里的纸张和日用品都要井井有条，客户资料也要在电脑里整理成档。各种各样的报价表、合同

都要整理成档。

永远不要认为别人应该告诉你,应该像老师一样无偿奉献。你应该让别人有着当老师的虚荣心或者让别人觉得应该和你分享。在论坛也是一样,你也应该将你的东西与别人分享。

第二章

用好电子商务

第一节 开发客户的商业信函

下面，我讲一讲实践中商业信函的写作技巧。

刚开始写商业信函即开发信，有一点很重要，就是不要一厢情愿地认为客户正需要你的产品。实际上很可能客户对你的产品并没有需求。所以，你的邮件应该简短明了，吸引眼球，否则就是浪费自己和别人的时间。

回复询盘的时候非常重要的一点：不要啰唆。

我最开始回复客户邮件的时候写得很烦琐，这让自己变得被动。实际上客户每次问产品技术参数和价格也就是为了核算成本或做市场调查，等到要下单时才会问运费、交货期等。

另外，回复一封信件的时候一定要好好地看一下原文，客户问到的所有问题，你都应该一一解答，比如价格、交货期，特意提到的某产品细节。很多业务员的邮件答非所问，导致报价后客户的回复率低。

参照一些专业的回复。例如，我曾参照了一家法国公司写给我的广告开发信。你不一定要一次告诉客户全部的资料。根据客户目标市场不同，他需要的资料也不一样。这种回复就比较简短明了，通常客户的回复率也会很高。

当客户对一个产品进行咨询的时候，你的邮件必须包括这个产品的所有资料，如果无法涵盖所有，也要做到尽量详实，比如这一封针对法国人的开发信。