

乐贸LEMO

LOVE EASY MONEY OPEN

· 跨境电商系列 ·

LinkedIn

May(石少华)

编著

NEW PERSPECTIVE OF FOREIGN TRADE MARKETING IN SNS

# 外贸社交媒体营销新思维 向无效社交说

运用社交媒体营销的新思维，抓住“互联网+外贸”时代红利  
作者独创三大社交媒体思维法，助你精准开发客户，成交订单  
深挖 LinkedIn 平台实操秘笈，让你告别无效社交

中国海闻出版社



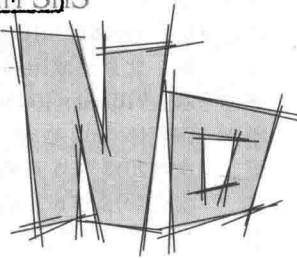
# LinkedIn

May (石少华)  
编著

常州大学图书馆  
藏书章

NEW PERSPECTIVE OF FOREIGN TRADE MARKETING IN SNS

## 外贸社交媒体营销新思维 向无效社交说



中国海洋出版社  
· 北京 ·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

外贸社交媒体营销新思维：向无效社交说 No / 石少华  
编著. —北京：中国海关出版社，2018. 6

ISBN 978-7-5175-0270-8

I. ①外… II. ①石… III. ①对外贸易—市场营销学  
IV. ①F740. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 038680 号

## 外贸社交媒体营销新思维：向无效社交说 No

WAIMAO SHEJIAO MEITI YINGXIAO XIN SIWEI: XIANG WUXIAO SHEJIAO SHUO No

作 者：May (石少华)

策划编辑：郭 坤

责任编辑：郭 坤 吴琳旖

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.hgcbs.com.cn; www.hgbookvip.com

编 辑 部：01065194242 - 7585 (电话)

01065194234 (传真)

发 行 部：01065194221/4238/4246 (电话)

01065194233 (传真)

社办书店：01065195616/5127 (电话/传真)

01065194262/63 (邮购电话)

印 刷：北京铭成印刷有限公司

经 销：新华书店

开 本：710mm × 1000mm 1/16

印 张：15.5

字 数：253 千字

版 次：2018 年 6 月第 1 版

印 次：2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5175-0270-8

定 价：55.00 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

# 序 言

## 发现价值，然后再去创造价值

LinkedIn<sup>①</sup>（领英）是什么？作为领英人的我提出这个问题似乎太不应该。当然，我可以很公式化地回答——“领英，是一个全球会员数超过5亿的职业社交网站”，也可以在我的专业领域内进一步发散——“领英，是目前唯一一家在国内运营的可以面向高净值人群进行精准投放的全球化营销平台”。这些标准答案很程式化、很结论性地概括了领英的价值，却唯独少了一些有关“怎么做”的答案。如何利用职业社交网站？领英如何做到精准投放？玩转领英会有如何切实的好处？

有不少朋友曾跟我说每次跳槽都会参考领英上的公司信息，也有不少工作伙伴表达过会在领英上寻找合作伙伴，或者跟客户发站内信（InMail），等等，所以他们几乎只在自己需要的时候才去行动，或者只是单方面地获取信息。然而领英这个平台能发挥的作用绝不仅限于“提供信息”，它有更多的价值需要人们了解。因此，当我有幸读到 May 的这一本《外贸社交媒体营销新思维——向无效社交说 No》时，我为“怎么做”这个问题终于有人交出答卷而感到兴奋。May 不愧是已经接触领英5年的好老师，她对领英的运用已经非常熟练了。这是市面上唯一一本详细介绍如何利用领英进行社交媒体营销的书，探讨的正是如何帮助读者发现领英这个平台的价值，从而去获取更多切实的好处。

首先，这是一本系统化介绍领英的书，10章61节，从基础的PC端、客

<sup>①</sup> LinkedIn 下文均称领英。

户端用法开始，到和传统生意结合，非常细致地梳理了如何借助领英无可取代的价值去实现商业目标的方法。如果你是一位普通用户，你不能错过打造个人职业档案（Profile）的部分，你会发现小到一张简历照片，大到简历写法都有技巧可言。对于本书的大部分读者，即外贸、营销相关从业人员，公司主页（Company Page）的营销、主动出击找到客户的各种方案更是值得细读一番。领英非常重视用户体验，所以如何巧妙而又专业地与你的客户沟通而避免强行推销引起的反感，第五章沟通技巧会给出答案。当然，还有更进阶的内容，包括 Group（群组）、Learning（学习）、ProFinder（兼职平台）的使用等。

其次，这是一本案例丰富的书，操作性和实战性颇强。May 作为一位拥有 13 年外贸经验的“老人”，毫不吝啬地在本书中分享了她的一些经验。比如在介绍为公司建立公司主页的重要性时，用香港利丰公司的主页为新手提供了“不要浪费任何一次搜索机会”的实例。事实上，领英提供的公司主页页面功能十分丰富，来访者可以直观地看到公司的雇佣状况（精确到个人）、最新信息，甚至包括产品橱窗。书中外贸人员或公司的真实案例还有很多，一些容易被普通用户忽视的功能，包括群组（Group）等，通过案例也能展现出本来的价值。

再次，这是一本注重细节的书。如何保护隐私（从而避免客户泄露），如何管理公司主页，关联雇员以及处理虚假信息，甚至如何做个人职业档案营销的 SEO（Search Engine Optimization，搜索引擎优化）、URL 等细节问题也被 May 细致地列入书的章节当中。比如搜索技巧部分，我们都知道对营销人员而言，搜索是基本法，本书对领英 6 种搜索维度的运用也有具体的操作介绍，包括 Boolean（布尔）搜索法在内的步骤让触达客户变成一件相对简单的事。这很难得，它不仅是教读者使用，更是在教读者从原理上去理解领英这个平台的价值，从而做好前期准备和后期维护。

现在，轮到我来回答最初的问题了。领英是什么？它是一个渠道、一个连接器，一个帮助你和全球 5.4 亿的用户关联的途径，同时也是一个影响力放大器，运用得法将为你实现商业目标带来无尽的帮助。在领英超 5 亿的用户中，包括 4000 多万商业决策者，6 100 多万有影响力的商务精英人士；而领英中国用户中，42% 拥有经理及以上职位，36% 拥有硕士及以上学历。目前全球已有

超过 15 万品牌通过领英平台向客户开展重要营销活动。我很赞同 May 的一句话——“在社交媒体的时代，没有一家企业强大到不能被击败，也没有一家企业弱小到不能参与竞争。”也许社交媒体营销已经是老生常谈，但是领英绝对是你必须了解的一块领域，而这本书的内容将更好地帮你做好准备，加入其中。

如果你是企业主或者营销决策者，并计划借助领英平台开展营销，欢迎联系我们，了解“领英营销解决方案”。它贯穿整个营销生命周期，为企业营销人员提供针对高净值人群的精准化、定制化、互动式社交媒体广告解决方案，助力企业面向全球打造商业品牌、拓展商机，并提供真实透明的营销效果评估和自助广告服务，重塑社交媒体营销。

最后，感谢 May 为本书付出的心血，正如 May 所言，2017 年后领英的功能产生了一些变化，非常高兴能在书中看到对这些改变的详细阐述。

感谢中国海关出版社的打造，让领英也在对外经贸大局中出演了属于自己的一个角色。

感谢领英，让我能够身处其中为更多人带去帮助，深感荣幸。

愿本书令你我都受益，谢谢。

领英中国广告营销业务总经理蔡晓丹



# 前 言

二十年前，做外贸相对容易，信息不对称给供应方带来了红利，懂点英语就可以拿到订单。十年前，登录一个官网、一个 B2B 平台，参加一次展会，你也能收获颇丰。可是到了今天，对不起，这些红利几乎都没有了，人们随时随地都能进入网络，分秒之间就能找到数以千万计的备选方案。“价格战”“客户难缠”，成为这个时代外贸业务员挂在嘴边的关键词。

怎么办？听天由命？这显然不是一个积极进取的你该有的状态。拥抱变化，弯道超车，让社交媒体来助力你的外贸营销才是正确的选择。

2013 年我参加一个网络营销培训，接触到 LinkedIn 这个全球最大的适合 B2B 高质量商业人士的社交平台，当时我又一次被震撼，原来外贸开发客户以及公司产品及品牌营销还能这样玩。

2014 年在德国，我参加全球最大的玩具展，偶然间有机会和当时全美玩具品牌排名前三的公司进行交流，当其将全年的营销计划分享给我们时，我清楚地看到了他们在 LinkedIn、Twitter（推特）、YouTube（全球最大的视频网站，全球第二大搜索引擎）这几个主流社交平台上的投入与预算。当时我就想，难怪在竞争如此激烈的时代，他们的业务量与市场份额每年都能以 30% 的速度稳步增长，外国人都在这样玩！

随着移动互联网的普及，买家在变，买家的采购行为在变，有数据表明，在买家的采购流程中，一半以上的国外买家会通过社交媒体方式来获取供应商和产品等相关信息。

但是，我在实际的工作和这些年的培训分享中发现很多中国的外贸人对于 LinkedIn 的认识远远不够，思维局限，简单地认为它只是用来找工作或搜索客户的工具，又或者是用传统的邮件思维操作新兴平台，发纯粹的销售信息骚扰

客户，完全无法达到营销的目的，反而被客户举报，使账号受限。或者有些人已经意识到 LinkedIn 的重要性，想学习，但是苦于不知从哪里下手。

就我个人而言，通过 LinkedIn 精准搜索客户，在 LinkedIn Profile Home Update & Article（动态更新和长文章）中给潜在客户提供有价值的内容和帮助，以及在 LinkedIn Company Page 做品牌营销，我近 50% 的客户来自于 LinkedIn，收获颇丰。于是，我想如果能将这些年的积累以及心得整理成稿出一本书，给大家展示 LinkedIn 的营销方法，让更多外贸人少走一些弯路，那岂不是一件更加有意义的事情？很幸运地，在 2016 年 9 月，我收到了中国海关出版社的多次邀请，在郭坤编辑的帮助下，开始了这本书的写作。

写作这本书的过程并非一帆风顺，一是本人平时有大量的外贸以及外贸培训工作需要处理，只能利用周末或休息的时间；二是 LinkedIn 2016 年被微软收购后，进行了大量的改版，很多功能发生变化，一直到 2017 年 9 月左右才基本定型。所以呢，之前的书稿大纲、样章基本上全部推翻，力图为外贸人呈现如何利用这个最受欢迎的 SNS 平台精准找客户，巧妙做营销。

本书首先分享 LinkedIn 对于外贸人的重要价值和利用好 LinkedIn 必备的知识；其次，从平台实操角度出发，指导外贸人打造完美的 Profile，做好安全和隐私设置，玩转公司主页；最后，用社交营销的理念带领读者利用 LinkedIn 找客户、建立联系、开展营销，促进传统外贸发展。

我们的目标是少些理论，多些实践；少些浮夸，多些实用；少些说教，多些案例；让大家真正能有步骤地学会如何用 LinkedIn 助力海外市场营销与客户开发。同时，向大家传递利用 SNS 平台营销的思路和策略，这些策略在任何一个社交平台上都具有普适性，希望大家多去研究和探索，开发出适合自己的营销方法。

如果你是一个小而美的 SOHO（Small Office, Home Office，外贸行业中常用来表示居家独立创业者），或是你的企业还处于起步阶段，希望用最少的成本达到好的营销效果，找到精准客户，那么本书适合你。书中介绍了非常多的免费或少量付费助力营销的方法。

如果你所在的公司已具规模与实力，希望学习如何用 SNS 在本行业分得一杯羹，那么本书适合你。书中所介绍的 LinkedIn Company Page、Showcase Page（产品专区）会是你公司各种素材的分享地，你可以用有价值的内容营销



进行公司品牌宣传与推广。

本书中的案例来自不同规模的企业，无论你是企业的老板，还是经验丰富的外贸老手，又或者是外贸新手，都能从中受到启发。

在社交媒体的时代，没有一家企业强大到不能被击败，也没有一家企业弱小到不能参与竞争，是时候让你的企业学会借用社交平台的力量脱颖而出了。

这本书能呈现在大家面前，有我的努力，也有许多人的支持，我要特别感谢如下人员：

感谢中国海关出版社的郭坤编辑，没有她的鼓励和坚持，也许就没有这本书；感谢领英中国的团队，感谢尊敬的郭总，感谢锦宜，感谢营销业务总经理 Vianne Cai，谢谢贵公司的支持，给我这本书写下了珍贵的序言；感谢我的学员 Sunny、Scola、Pand 等，他们运用 LinkedIn 收获多多，时不时地给我分享好消息，成为我坚持分享的动力；此外，还要感谢无数个默默支持我的小伙伴们，你们是我最大的动力。

最后，诚恳地请求大家如果发现书中有任何错误，还请指正，也欢迎大家一起交流，向我们反馈您的收获。

May 于 2018 年 2 月 1 日 星期四 深圳

# 目 录

## CONTENTS

### 第一章

#### LinkedIn——“互联网+”时代营销的新潮流

001

##### 第一节 LinkedIn 究竟是什么

001

##### 第二节 LinkedIn 能帮外贸人做什么

004

010

##### 第三节 LinkedIn 适合你的行业，适合你的目标市场吗

011

### 第二章

#### 外贸人员用好 LinkedIn——请先学习这些扫盲知识

011

##### 第一节 使用 LinkedIn 的哪个版本更好

##### 第二节 LinkedIn 的非 PC 版——移动端

014

##### 第三节 LinkedIn 的最大改版

014

##### 第四节 使用 LinkedIn 前要注意的事项

016

## 第三章

## LinkedIn 个人账号注册与完美档案打造

021

## 第一节 注册个人账号

021

## 第二节 LinkedIn 个人职业档案打造之初级目标 All Star

022

## 第三节 你的 LinkedIn 档案图片合格吗

027

## 第四节 你那么优秀，你客户知道吗——LinkedIn Profile Headline（个人职业档案标题）的重要性

031

035

## 第五节 如何写出优秀的 LinkedIn Summaries（职业概述）

039

## 第六节 如何写 LinkedIn Experience（工作经历）

043

## 第七节 Media（作品文件）展示胜过千言万语

043

## 第八节 关于精选技能你不知道的 6 大秘密

047

## 第九节 Recommendation（客户推荐信）：成交订单的一大助力

051

## 第十节 LinkedIn 档案中的所做项目怎么写

052

## 第十一节 添加教育经历，让校友助力你的业务

## 第十二节 够优秀，大胆秀：LinkedIn Accomplishment（个人成就）

054

## 第十三节 联系方式和个人信息——小细节，大学问

055

## 第十四节 LinkedIn 档案上能做关键词和产品词优化的 11 个地方

058

## 第十五节 LinkedIn 完美档案打造 12 天行动计划表

065

第十六节 如何建其他不同语言的档案	067
第十七节 关于 LinkedIn 档案你可能犯过的 18 个 错误	068
<b>第四章</b>	
<b>LinkedIn 至关重要的安全和隐私设置</b>	071
第一节 隐私设置——如何保护你的联系人	072
第二节 设置个人资料, 保护你的隐私, 获取更多展示机会	078
	086
	090
	092
	092
	094
第三节 如何不让同行看到你的潜在客户以及你 和潜在客户的互动	
第四节 Connection 等个人资料的导入和导出	
<b>第五章</b>	
<b>LinkedIn 联系、分析与沟通技巧</b>	
第一节 6 度空间理论与 3 种人脉	
第二节 加 Connection 的顺序以及系统自带功能 导入客户	
第三节 如何让别人接受你的邀请	100
第四节 LinkedIn 添加联系人的 7 点总结	105
第五节 LinkedIn 加联系人时的常见问题	108
<b>第六章</b>	
<b>LinkedIn 搜索与找客户</b>	120
第一节 主动出击找客户的 6 个维度	120
第二节 巧用 Jobs 维度搜索客户	126

第三节	利用 Boolean Searches (布尔搜索法)	
	精准寻找客户	129
第四节	利用精准筛选框轻松搜索客户	132
第五节	聪明的懒人搜索法	134
第六节	Google + LinkedIn 组合精准开发特定 目的国的潜在客户	138
第七节	免费账号达到搜索商业上限的解决 方案	142

## 第七章

### 玩转 LinkedIn 公司主页

146	第一节	为什么要建立 Company Page
146	第二节	LinkedIn Company Page 4 大板块介绍
149	第三节	建立 LinkedIn Company Page 你要知道的 几件事
152	第四节	如何管理公司界面
165	第五节	如何利用 LinkedIn 公司主页开发客户
167		

## 第八章

### LinkedIn 的群组 (Group)

169	第一节	群组的分类及功用
169	第二节	如何查找并选择加入群组
172	第三节	如何发布群话题能达到效果最优
175	第四节	群话题常见问题解答
180	第五节	如何利用群组来开发客户
182		

## 第九章

### LinkedIn 内容营销

第一节	LinkedIn 营销前的准备工作	184
第二节	在 LinkedIn 上发布长文章必备的 5 点知识	191
第三节	如何查看自己在 LinkedIn 发过的内容	194
第四节	在 LinkedIn 打造有价值的营销内容的 5 大原则及成功案例	196
第五节	LinkedIn 营销的内容来源	198

199

第六节 如何写出吸引眼球的标题

202

第七节 LinkedIn 营销的必备工具

## 第十章

### LinkedIn 如何与传统生意相结合

213

第一节 LinkedIn 助力展会，使展前、展中、展  
后效果最大化

213

第二节 与传统 B2B 方式结合，助力客户分析与  
跟进

221

第三节 LinkedIn 与企业官网或个人网站的结合 224

第四节 超好用的名片扫描功能 227



## 第一章

# LinkedIn——“互联网+”时代营销的新潮流

对 LinkedIn（领英）一无所知的外贸朋友们捧着这本书时，可能会问，LinkedIn 是什么？能做什么？我先来简单介绍下。

LinkedIn (<https://www.linkedin.com>) 是全球最大的职业社交平台，它是一家面向商业客户的社交网络平台，成立于 2002 年 12 月并于 2003 年启动，于 2011 年 5 月 20 日在美国上市。2014 年 2 月 25 日，LinkedIn 简体中文版网站正式上线，并宣布中文名为“领英”。经过 15 年的发展，LinkedIn 已经成为全球最大的商务社交媒体平台和全球最大的社交媒体招聘平台，以及全球最大的聚集 B2B 人员的社交媒体平台之一。截至 2018 年 1 月，其用户数已经超过 5.43 亿人，并以每秒新增 3 个用户的速度不断增加。中文版“领英”自 2014 年 2 月推出之后，来自中国的注册用户由 2014 年的 400 万人上升到 2017 年底的 3 600 万人，增长迅速。

## 第一节 LinkedIn 究竟是什么

### 一、LinkedIn 是招聘网站

提到招聘，大家第一时间想到的可能是智联或者前程无忧等招聘网站，但在国外，很多人会选择 LinkedIn 来寻找适合自己的工作机会。在我眼中，LinkedIn 是一个非常方便的招聘国际人才的好平台，比如你公司要招聘国际销售代表、跨国律师等，或是找开发设计适合欧美风格的某行业某产品的设计

师，都可以很轻松地上面完成。为什么这么说呢？

第一，通过这么多年的积累沉淀，LinkedIn 聚集了大量的高素质人才，它本身就是一个巨大的人才数据库，你通过产品关键词加职位关键词在 Jobs（职位）、People（会员）维度搜索找工作或招聘人才不是一件难事。

第二，LinkedIn 的用户会有一份详细的 Profile（个人职业档案），只要你还是 LinkedIn 的会员，在满足你搜索条件的结果中，你可以非常完整地看到其 Summaries（职业概述）、Experience（工作经历）、曾就职于哪些公司、其公司领域或个人特长是什么。

第三，相比于普通招聘网站的刻板的个人简介，LinkedIn 的个人职业档案中，有更多鲜活的资料，比如其 Media（作品文件）中的视频、图片、文章或博客链接，你可以更全面、深入地了解应聘者。

第四，相对于普通招聘网站，LinkedIn 个人职业档案中 Featured Skills & Endorsements（精选技能），再加上其同事、朋友、客户或合作伙伴给其的 Recommendation（推荐信），以及所完成的 Project（项目）等信息，远比“王婆卖瓜，自卖自夸”式的个人介绍来得更有说服力。

第五，LinkedIn 推出的“ProFinder（兼职平台）”功能 [“Work——Visit more LinkedIn products（查看领英更多产品）——ProFinder”，此功能目前只在美国开放试用，以后可能会逐步对更多国家开放]，能让中小企业足不出户地找到所需要的跨国人才，这里面有大量的经过 LinkedIn 审核的可信赖的 Freelancers（自由职业者）。

## 二、LinkedIn 是助力外贸 B2B 海外业务开展的社交平台

随着 LinkedIn 的会员越来越多，特别是高端专业人士和经理人越来越多，LinkedIn 的营销价值也突显出来，你可以很方便地使用 LinkedIn 建立自己的品牌并通过内容营销长期吸引潜在客户。此外，你还可以通过搜索，很高效地找到目标客户所在的公司，以及关键决策人，从而开展营销和销售。

作为外贸人，我眼中的 LinkedIn 首先是一个专业的、全球最大的、适合 B2B 外贸的社交平台；其次，是一个很好的助力 B2B 外贸人员开发海外客户，助力外贸管理者进行品牌宣传与营销的平台。

为什么说 LinkedIn 可以助力开发海外客户？

图 1-1 所示的两组数据，也许会给你带来启发。



图 1-1

从图中你可以看出，国外买家已经越来越依赖用社交平台获取产品信息、供应商信息，在他们的采购决策中，社交媒体上提供的信息有着非常重要的作用。

而在 Facebook（脸书）、Twitter、LinkedIn、Instagram（照片墙）、YouTube 等众多社交媒体中，外贸 B2B 营销一定不能错过 LinkedIn，如图 1-2 所示。

究其原因，无疑是因为 LinkedIn 聚集了高素质职场人士，其购买力、商业决策力都比其他社交平台的人士要高。图 1-3 所示是 LinkedIn 中国 2016 年年底的调查数据。

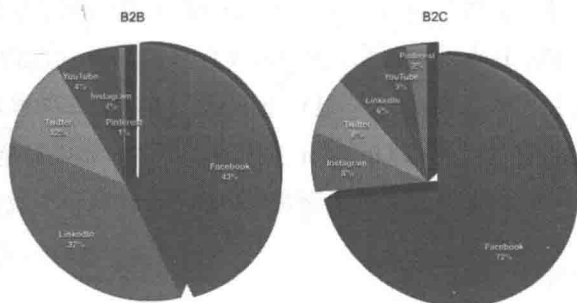


图 1-2

#### 领英用户 | 领英全球用户类型细分



图 1-3