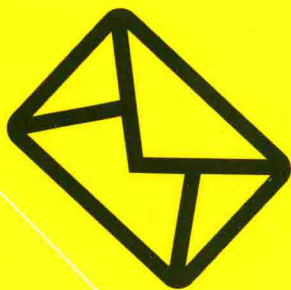


· 福步外贸高手系列 ·

乐贸LEMO
LOVE · EASY · MONEY · OPEN

- 你想加大国外客户的开发力度吗？
 - 你希望在激烈的外贸竞争中脱颖而出吗？
 - 你遇到过外贸开发信缺乏回复的困境吗？
- 解决之道就在这里！**



外贸电邮营销实战

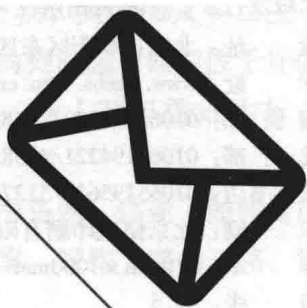
中国地图出版社

—— 小小开发信 订单滚滚来（第二版）

薄如颀 著

**BUSINESS SALES LETTERS MARKETING PRACTICE
[SECOND EDITION]**

外贸电邮营销实战



中国海关出版社

——小小开发信 订单滚滚来（第二版）

薄如骥 著

BUSINESS SALES LETTERS MARKETING PRACTICE
[SECOND EDITION]

图书在版编目 (CIP) 数据

外贸电邮营销实战: 小小开发信 订单滚滚来 / 薄如騄著. —2 版. —北京: 中国海关出版社, 2016. 4

ISBN 978-7-5175-0126-8

I. ①小… II. ①薄… III. ①对外贸易—英语—应用文—写作 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 067212 号

外贸电邮营销实战——小小开发信 订单滚滚来 (第二版)
WAIMAO DIANYOU YINGXIAO SHIZHAN ——XIAOXIAOKAIFAXIN
DINGDANGUNGUNLAI (DI ER BAN)

作 者: 薄如騄

策划编辑: 马 超

责任编辑: 郭 坤

责任监制: 王岫岩 赵 宇

封面设计: 张 帆

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.hgcs.com.cn; www.hgbookvip.com

编 辑 部: 01065194242 - 7585 (电话)

01065194234 (传真)

发 行 部: 01065194221/4238/4246/4247 (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: 21.5

字 数: 316 千字

版 次: 2016 年 5 月第 2 版

印 次: 2016 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5175-0126-8

定 价: 45.00 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

内容简介

《外贸电邮营销实战——小小开发信 订单滚滚来》是《小小开发信 订单滚滚来》的第二版，此次改版在开发信写作的基础上，依据最新网络外贸及电子商务发展形势，分析目标客户及市场，制定有针对性的电邮营销计划，将电邮变为外贸营销的利器。

改版后，本书为不同水平的外贸人提供有针对性的指导，第一章至第三章为外贸新人展示大量系统化的案例，以便模仿写作，帮助新人应对反垃圾邮件系统，开展SNS营销等；第四章至第八章面向外贸资深人士，有较多营销策略及实战案例，辅助读者书写电邮，提高电邮营销成功率。

本书在全国各大新华书店、书城
当当网 (www.dangdang.com)
卓越网 (www.amazon.cn)
京东商城 (www.360buy.com) 均有销售
邮购请登录 www.hgcb.com.cn

作者简介

薄如驄：资深外贸人、外贸专栏作家、国内首部外贸开发信专著作者，具有20年海内外营销实战经验，所著《小小开发信 订单滚滚来》一书为当当网畅销书。他曾任职美国通用电气等多家财富百强企业，师从美国Jay Abraham、Arther Sobczak等营销大师，擅长现代企业战略管理和传统企业外贸电商转型，专精电邮开发、电话推销、网络营销、精准数据库营销等。



中国海关出版社
微信账号



中国海关杂志
微信账号

第二版序言

一、你为什么需要本书?

外贸业务员成功的捷径就是快速学习和反复实践。书籍是前人依据经验与教训著就的。你只需拿来就好，不用重新开始，正如英文，“Don't reinvent the wheel”所说。可叹的是，很多人总是有路不走，有桥不过，非要自己摸着石头过河。外贸业务员们应该思考一下你们八小时之外有没有读书学习，思考如何做好业务？

其实读书的性价比极高。网上购书便宜而且方便，买本书只要二三十元，但其中只要有一句话有点拨作用，就能对能力的提高起到四两拨千斤的作用。日积月累，不断学习，马太效应就会出现，新人就可能成为行业专家。

本书就是为想成为外贸达人或金牌业务员的人准备的，讲述了如何运用外贸电邮营销做到货卖全球，如何写好外贸开发文案，写作文案的思路、策略、战术、方法和技巧等。

成功的业务员很赚钱，没有背景的年轻人做销售是一条出人头地的快速通道。但销售并不简单，销售按流程可分为简单销售和复杂销售。简单销售是指那些可以一次成交的销售，销售的产品通常是简单明了的，价值也不大，牵涉的对象比较单一，比如个人或家庭。常见的简单销售的业务员有日常用品的零售商、走街串巷的行商、印刷广告商等。简单销售主要靠销售员的成交能力（closing skill）。

复杂销售是指客户需要反复认真考虑才会决定购买产品或服务的销售，比如大件消费品、设备、工程、复杂的服务项目（如金融保险）等，一般牵涉比较多的人员和销售流程。很多 B2B 销售，无论数值大小，因为牵涉的决策者/使用者比较多，会归类为复杂销售。

外贸业务员所做的通常就是复杂销售，它需要经过相当繁复的流程，包括大量搜寻潜在客户名单、初步筛选潜在客户、提供客户方案、跟进客户、销售缔约、提供产品、制单发运、售后服务等。因此，不能用只注重最后临门一脚的简单的卖货技巧，来指导流程复杂的外贸营销。

对大部分外贸业务员而言，报价与谈判往往还不是最大问题，前期如何苦练内功并知己知彼做好定位，如何搜寻潜在客户并与他们挂上钩，如何使用电邮打开老外的销售之门，才是占据最多时间的大问题，也即本书的重点。

二、本书的“前世”和“今生”

本书“前世”名叫《小小开发信 订单滚滚来》，旨在为广大外贸人提供开发外贸客户的基础材料和重磅炮弹。2008 年 8 月份出版就大卖，10 月初即成为国内网上最大书店当当网经管新书畅销榜的第五名。直到最近一两年，本书还时不时地排到百来名的位置。看看畅销榜前十位的重量级书籍，你就知道这本外贸专业书籍孤军奋战能够跻身前五，是多么的不容易。现在七年多过去了，为系统改进和更新内容，特出版全新增订版并改名为《外贸电邮营销实战——小小开发信 订单滚滚来》。具体修订内容如下：

（一）全书分为上下两部分

第一章至第三章主要为外贸新人准备，以大量系统化的案例为主，便于新人立即拿来使用。第四章至第八章有较多营销策略与相关实战案例，主要给职场老手提供参考。全书根据 2008 年以来的外贸形势，增补了大量最新外贸开发信技巧和案例，包括如何应对反垃圾邮件的形势、如何写作外贸开发信的开篇、如何提高外贸开发信的成功率、如何开展 SNS 电邮营销等全新内容。

（二）增补附录为正文

（1）依据 100 个经典营销标题增补了 100 个模仿标题与分析，让外贸业务员直接借鉴以用于外贸开发信，作为第六章的第三、第四节。

（2）附录一对新手问答做了分类整理，以便于读者检索运用。

（3）增加如何获得客户名单的内容，使营销流程更为完整。

（三）增加入门指导性全套案例

针对外贸新人对大量系统性案例的需求，增补了第三章的内容，以实战案例方式为新人的每一步工作提供指导。

（四）新增附录内容

为便于借鉴参考，以及外贸人对外贸电商 B2C 营销文案的需求，特增补百年经典《开发信》一书的摘录和导读。另外还增补了近年来一部分外贸实战的成功案例。

（五）删除原书案例部分的中文翻译

因部分读者反映不佳，考虑到阅读此书的大都是外贸人，应该有相当的英文能力，故删除了原书中对英文案例的中文翻译共万余字。

三、外贸开发信无法照搬模板、无法一招制胜

假定现在有个世界上最完美的外贸开发信模板，那些不愿动脑筋的外贸人照葫芦画瓢地全盘照抄，不出三个月，全世界有电子邮箱的商家，都会被无数来自中国的一模一样的外贸开发信轰炸 N 遍。这个曾经最完美的开发信，就会变成最垃圾的邮件，人人避之唯恐不及，网络电邮服务器也会禁止其传播。

所以，无论写作外贸开发信著作，还是在福步论坛发帖，笔者对于外贸开发信全文案例的选择都是非常谨慎的。

近年行业、产品、市场、客户等千变万化，真正的外贸业务高手从来不会认为有什么最佳模板的外贸开发信。本书尽可能提供具有启发性的思路、策略、点评、指导、意见、片段、框架等。每个人都要因地制宜，写作适合自己市场、产品、个性的外贸开发信，而且要长期磨炼、不断修正、改进，甚至推倒重来。当然，外贸人可以参考本书的 100 余个实战案例、42 个答疑、100 个经典标题、133 个模式等。但是，它们的作用仅仅是提供参与与启示，照抄是无用的。大家必须按照自己企业和产品的实际情况，写作自己的外贸开发信。

读者对本书初版意见最多的还是可立即使用的案例模板不足。为帮助读者更好地理解外贸开发信，此次的增订版本增加了很多实战案例。但想不劳而获、按模式照抄的，肯定还是会失望。对那些想找到一招制胜外贸开发信模板的外贸伸手党，则更是缘木求鱼了。

有读者提问：“老外会这么注意一个开发信的细节吗？有些老外其实多注重价格。”确实，目前外贸主要还是价格为王的时代，但进入品牌时代，细节可能决定成败。近年来，随着中国制造越来越成为外贸的潮流，本书将会得到更多的重视。华为、联想、海尔、小米等中国制造正在走向五大洲，笔者希望有生之年可以看到中国产品能成批涌现出世界一线品牌，笑傲全球。

欣慰的是，已经有成千上万的读者从笔者的书籍和论坛发帖获益。就像某位浙江工厂主，他的外贸开发信回复率原先是 1%，经过我修改后达 10%，效果提升 10 倍。他给我写信说道：“薄先生，你帮我改的开发信确实效果不错，前天发了 20 封，有 2 个回复，比例明显提高了”（案例详情见本书附录）。

你的开发信需要有人帮忙修改吗？对于开发信你有什么疑惑吗？请微博上找我“薄如骢-外贸电商营”。谢谢你的购买和阅读！

薄如骢

2015 年 12 月 15 日

初版序言

来吧！这是一场外贸的盛宴！

我几乎是不读外贸方面的书籍的，因为大部分都写得太干巴，令我失去阅读的兴趣。再说，我有职业病，自己多年来在海外做着英语和法语的双语教育，总是带着挑剔的眼光，拿着自己的放大镜。在这样的放大镜照射下，我看到的垃圾比较多。我自以为自己的眼光是追求完美型的，评价是具有学术性的和专业性的。每次回到中国都会发现铺天盖地的迎合市场的商业英语书籍多如牛毛，林林总总，恨不得把人淹没。而翻开浏览，天下文章一大抄，你编译，我编译，甚至具体到例子（case）都是表兄堂弟、叔伯侄姨，作者们似乎开过会，商量好了，借鉴的科班读物都差不离。书评也是写得千人一腔，世界高度往往被每一本书攀登，诸如“填补了国内教材的空白”，“达到国际先进水平”云云。

一、此书给我带来的非凡阅读体验

这本《小小开发信 订单滚滚来》，带给我的感觉是不一样的，读完它，我甚至觉得从事和英语有关的任何商贸形式的人，和此书擦肩而过，将是一个巨大的遗憾。

寻遍我的书架，我找不出这样一本中文书：这本书透着作者的商业人生智慧，不紧不慢，手把手教你如何通过一封开发信接触海外的商家。从试探信，到自我介绍信；从产品说明信，到市场定位信；从工作流程表，到跟踪管理体系；从世界商人的文化心理，到市场开发一网打尽。你要做的全部事情便是像读小说那样，愉快地读这本书。

你不相信？呵呵，请看这里：

你有穿袜子吗？脱了吧！【外贸开发信标题】

你好老丹：

我们这里到处是袜子。事实上，我们这里每年生产 120 多亿双袜子，世界上三分之一的袜子都在我们大唐地区出产。这里肯定有你需要的那一双！但是，你不要随意选择一家供货商，注意有烂苹果哦。例如：染色问题……标签问题……

所以，丢掉旧的穿上新的，让我们为你特别定制。

这还不够幽默？那么再看一节：

远离神风特攻队式的供货商，才能避免上吊自杀【外贸开发信标题】

亲爱的严肃买家：

传言已经证实。为美国大企业 Zy 供货的玩具厂主 Z 先生已自杀身亡，这距 Zy 退回他的 2 000 多万美金含铅玩具仅仅 10 天。有关此事的《华尔街时报》链接在此……

Z 先生之惨死震惊身后遗留的数千员工、数十债主、数百供货商和服务商。更不用说对其家庭的极度冲击。壮年 55 岁而去，仅仅是由于油漆供货商私下转换了某种便宜的油漆，以便节省 1 万或数万美元而已。惨！

我们应该如何在这疯狂的世界幸存？请允许我介绍一下我们绝对安全的供货商体系。

这样诙谐幽默以及富含冲击力的文字，在全书每个章节比比皆是。国人用英语来写作，受制于非母语文化因素，使出浑身解数，智慧的思想仍被扭成干巴巴的麻花。循规蹈矩、格式陈旧的外贸开发信件如同工厂流水线上走下来的复印纸张，你能说出每一张纸的个性吗？不，它们毫无个性，毫无优势。这本书就要让你的外贸开发信不再千篇一律。再来看看下面这封文字简洁明快的开发邮件：

我是中国的熊猫潘。

肯德基能做鸡。我们不仅会做鸡，还会做其他动物，包括猫、狗。请别误解，我们不是做吃的生意的，我们是为像您一样的客户提供动物图案服装配饰的。

请看我们的生肖服饰系列。（图）

我们是经过多道工序制作的，包括……（详细列举工艺程序）

这个是我们的设计队伍。（图）

我和我的团队总共加起来有151年设计服装配饰的经验，前后共设计了13 518款产品，并有68款获得各种设计奖。过去十多年我们有无数集装箱货物出口海外，上个月就出口了10个集装箱的服装配饰到加拿大。

我来自中国四川靠近大熊猫森林保护区的一个城市，我热爱这些可爱的宝贝，所以客户都叫我熊猫潘。请您告诉我您想设计怎样的动物配饰，我们会做得很出色。请点击并加我为您的MSN好友，或电邮到：PandaPan@2008.com。

又及：您的样品我们会在2周内完成。另外，我会附上我所收藏的12个经典熊猫设计给您。这是我送给您保存欣赏的。

愿您成为幸运儿并快乐。

熊猫潘，业主兼首席设计师，ABC工业集团公司

还有诸如：“看，迷人家具，你可以让它像卖热狗一样畅销”等电子邮件“标题党”的神来之笔，在全书中俯拾皆是。阅读本书，就像来到外贸文

字的宴席，能让你尽情享受饕餮大餐。

二、关于作者的那些事儿

本书作者在国际商界驰骋了近 20 个年头。在这本书里，他收集整理并精心挑选了自己的外贸实战案例，使用目前最流行、最 in，而又相当规范精准的语言做了英语和汉语对照，用独树一帜的幽默文笔，吸引住你的眼球。因此，新手上路，不必慌张，拥有这本书，你就拥有了中国最好的外贸社会大学教程。

21 世纪的外贸世界，一点不比世界各国的外交战场云淡风轻。随着互联网的出现，传统的外贸教育书籍和科班外语教育已经跟不上商界的瞬息万变。外语专业的学生都知道，一本专业外语教科书的汇编出笼需要多少中外教育专家学者的群策群力。每一部呕心沥血的出品，却偏偏遭遇世事的瞬息万变，被无可奈何地打上落伍、陈旧、不合时宜的烙印。但是，本书作者却像个城市规划师，目标管理年限：100 年。你说不可能？读一读，就知道了，管几年，由你说了算。

尽管用语轻松幽默，通俗生动，但必须说的是，这是一本极其专业严谨的外贸专业书，它适用于外贸公司、生产厂家和个人 SOHO。从胸有成竹的外贸精英，到如履薄冰的外贸 dummy，还有象牙塔内的无数专家学者，都可以从本书吸收精华养分。所以，这本书，我把它视为通俗的专业教科书。

请读者们安逸入座，开怀畅饮吧！这里，是一场外贸的盛宴。

凡凡 Caroline Xu 于奥运城

2008 年 8 月 23 日

（凡凡，20 世纪 80 年代北京外国语大学法语系毕业，是中国改革开放后外资公司的第一代白领，受聘于世界最大的核能供应商法国阿尔斯通及法马通公司，后从事中法文化交流并留学法国巴黎，现定居加拿大温哥华，创立凡凡法语学校十余年。）

目 录

引 子	1
第一章	5
精准把握市场与客户	
第一节	7
外贸电邮营销的成功要素	
第二节	13
获得目标客户名单的18种主要方法	
第三节	17
网络搜索技巧	
第四节	21
如何让潜在客户留下资料	
第五节	25
“回归本源、以客为先”——SNS时代的外贸营销	
第二章	29
外贸电邮营销的精细管理	
第一节	31
如何准备外贸电邮营销计划	

第二节	37
如何优化外贸电邮营销	
第三节	41
如何突破垃圾网关	
第四节	47
水滴石穿之外贸渗透营销	
第五节	50
如何做好一个人的外贸部	
第六节	53
外贸开发流程的重点与新手建议	

第三章	59
外贸新人之实战流程：真刀实枪，争创第一	

第一节	61
定位篇	
第二节	71
耕耘篇	
第三节	84
收获篇	
第四节	92
每星期写作一封全新的外贸开发信	

第四章

99

写作开发信，功夫在信外

第一节

101

千人一面的古董推销信

第二节

106

杜绝假、大、空，努力尝试积极、真实、有趣

第三节

111

学学世界上最受欢迎的广播电台WIIFM

第四节

113

你是谁？客户为什么要理你

第五节

125

你要卖给谁

第五章

135

实际案例分析：第1001封外贸开发信

第一节

137

守株待兔的开发信

第二节

140

假定式开发信

第三节

142

设疑式开发信

第四节	143
-----	-----

非典型开发信

第五节	146
-----	-----

双保险式开发信

第六节	148
-----	-----

七封开发信系列

第六章	161
-----	-----

标题与开篇，外贸开发信的写作关键

第一节	163
-----	-----

标题党在行动

第二节	168
-----	-----

外贸开发信标题写作的特点

第三节	169
-----	-----

经典标题的9种模式或特点

第四节	174
-----	-----

美国广告史上100个经典文字广告标题及其在外
贸上的应用

第五节	202
-----	-----

外贸开发信开篇写作指导