

· 福步外贸高手系列 ·

乐贸LEMO
LOVE · EASY · MONEY · OPEN

外贸技巧与邮件实战

International Trade Skills and
E-mail Practice

刘云 主编

- 外贸经理人对自己多年从业经历的总结
- 找客户、接待客户、跟进订单、规避风险经验——细致分享
- 真实的外贸邮件往来案例，分析邮件制胜关键

第一手的邮件记录
第一手的实战经验



中国海潮出版社

外贸技巧与 邮件实战

WAIMAO JIQIAO YU
YOUJIAN SHIZHAN

刘云 主编

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/刘云主编. —北京:
中国海关出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-80165-536-3

I. 外… II. 刘… III. 对外贸易 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 093874 号

外贸技巧与邮件实战

WAIMAO JIQIAO YU YOUJIAN SHIZHAN

刘 云 主编

中国海关出版社

(北京市朝阳区和平街东土城路甲 9 号 100013)

新华书店经销 北京华戈印务有限公司印刷

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

开本:1/16 印张:13.625

字数:150 千字

ISBN 978-7-80165-536-3

定价:28.00 元

海关版图书, 印装错误可随时调换

发行部:010-84252703

图编部:010-64227190-666

金钥匙书店:010-65195616

出版社网址:www.haiguanbook.com

序 言

随着改革开放的深入,近年来外贸出口业务以几何数增长,但是外贸操作因其特殊性和复杂性,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,而在社会实际操作中却用不上,满怀信心地从校园走出,却与企业格格不入,工作难寻。而从基层做起到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经的重要环节。本书作者在此方面有长期关注,并且有外贸实践工作经验,这就使理论和实践相结合成为本书的核心,而针对客户的个性化服务则是本书的灵魂。

本书很清晰地表达了涉及外贸行业的诸多知识要领,所谓纲举目张。同时以通俗易懂的语言解释实际操作的要难点,让初学者逐步掌握必备知识,在实际运用过程中能够灵活运用书中所述的外贸技巧。

另外,本书完整分享了有典型性的往来邮件,对往来邮件中的关键之处进行了评析,对现实中经常遇到的问题,给出了自己的经验和方法,并通过邮件总结出一些让业务开拓和客户沟通更有效的技巧。

作者本人是一个外贸工作者,很多案例和实际技巧也来源于本人多年经营的客户,内容没有抄袭过任何相关书籍。有些操作案例作者曾经在互联网上发表,在业内同仁和读者中产生了强烈反响,反馈信息过万。希望本书在掌控客户心理、目的市场销售、方向性服务等方面的悉心总结,能让读者迅速受益,快速出成果。

感谢王敏、王景忠、梁金水、蒋朝晖、刘晓东等各位实战高手的参与,他们的文章使本书更丰富、更有实用价值。

编者

2008.7

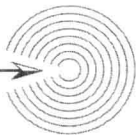
目 录

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	11
第一节 开发客户的商业信函	12
第二节 外贸类 B2B 网站使用技巧	17
第三章 外贸交易技巧	19
第一节 外贸流程简介	20
第二节 客户的定位	22
第三节 找寻客户的有效方法	25
第四节 接待客户	44
第五节 寄样和辨别骗子邮件	56
第六节 如何回避风险	58
第七节 协助客户进行目的市场营销	60
第八节 客服人员怎样有效跟进订单	67
第四章 外贸信件来往案例	71
第一节 外贸第一单	72

第二节	五天成交的一个样品单	81
第三节	与客户建立友谊	89
第四节	风险控制实战	100
第五节	和一个谨慎的客人做成生意	116
第六节	有关价格的精彩还盘邮件	126
第七节	如何处理订单中间发生的意外	131
第八节	关注细节,促成订单	148
第九节	当客人不付款	168
第十节	麻烦不怕,重要的是如何及时解决	181

附 录

附录 1	实用外贸工具介绍	194
附录 2	如何建立、维护和推广网站	201

第一章 → 

外贸入行必备

DIYIZHANG

WAIMAO

RUHANG

BIBEI

外贸属于一种销售及服务并存的行业，它的门槛说低不低，说高也不高。它要求对产品价格、汇率、信用等商业和政治风险，还有合同、运输保险、国际结算、海关、检验检疫及贸易纠纷都要有一定了解。要求你必须了解行业产品、外贸知识、外语、交际，而且对法律、会计学、营销学、心理学、管理学都要有涉及，当然并不是专业的涉及，只要懂得工作上需要的部分。而且随着工作经验的积累，你会对这个行业的操作规程越来越熟悉。

如果你想成为一名外贸业务员，想要进入这门行业，那么我就将我以前遇到过的、经历过的事情和经验与大家分享，希望大家能够快速入行。

第一节 如何准备面试

对于有志进入外贸行业的人士，我们从面试开始。



1. 外贸公司的面试

实际上，在待过的几家公司我都做过一个兼职，就是帮助老板面试前来求职的外贸业务员。经过面试几十位求职者之后，结合自己的情况，我的基本感觉是一个外贸业务员需要满足以下几点：

(1) 敏捷的思维和过人的自信

这一点只可意会不可言传，身经百战的人才能做到。

(2) 良好的英语交流能力

这里的英语交流能力并不是指口语流利或者语法标准，而是讲出可以容易和对方沟通的英语。对于出口来说，英语是很多国家的第二语言，语



言作为一种交流工具来说,需要简洁明了,通俗易懂。即使你过了英语专业八级,也不能证明你适合做外贸这行。如果你在信件或者电话中的高深单词老外一句都不懂,那么就失去了交流的意义。不过对于一些英语科班出身的业务员还是会要求他们翻译一下信用证之类的,测试一下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。

(3)掌握基础的外贸知识和流程

譬如贸易形式、付款方式、订单类型、产品报价等,不过有时我也会问一问,美国有哪些基本港口? ROTTERDAM 和 ANTWERP 是哪个国家的港口? CIF BANGKOK 是什么含义之类的,还有一些在实际操作中才会遇到的问题,但这也是因人而异的,因为有的人刚刚毕业,有的人已经在外贸行业工作过好几年了。

(4)换位思想

这点也是很重要的,从我的问题能够了解我想测试的内容和目的,因为这对于业务员能否很好地掌握客户的心理也是至关重要的。

(5)办公室技能

电脑操作,打字,基本相关 OFFICE 软件操作。

(6)电子商务能力

广告,营销,邮件处理,图片传输。

而像文凭、等级证书只能作为一种参考,这可以给外贸工作求职者一些自信,但是也会产生面试方忌讳的高期望值。外贸公司一般喜欢的是文凭中上、期望值低、成长型且具有一定野心的业务员。而且外贸公司还比较重视能力和拓展性,因为在外贸公司里除了熟悉产品,更重要的是对电子商务的熟悉,除此之外还应具备良好的适应能力和销售能力。

外贸公司一般会事先宣传一下自己的网站,让你看看它的网站做好准备再来面试。



2. 工厂的面试

工厂的面试程序一般比外贸公司简单,但是它们却看重实际的操作经验,它们招人都是希望能够即刻上手的,能短时间带来效益的。

在工厂面试一般需要你用英文介绍一下生平,在哪些地方工作过,以



及一些外销的基本知识之类的,更重要的是和外贸公司不同,工厂面试一般会询问到你是否熟悉它们制造的产品、工厂操作流程、有无相关成交客户,等等。

这也是因为在工厂做外贸业务需要时时刻刻和产品、生产等一系列程序打交道的缘故。

由于我最终还是没有进工厂,而是选择了我现在所在的外贸公司,所以以下我侧重谈一谈我在外贸公司一开始的这段磨合之路。

第二节 以怎样的心态进入工作

刚刚进入一家外贸公司你应该做些什么呢?要有一个什么样的心态呢?

以下是我初涉外贸写的一篇文章,里面是当时我那最迷茫的初学者的外贸印记,这也是要成为一个真正外贸业务员的一个积累的过程。

大家可以在这个过程里感觉一下,在一个半月没有客户的情况下我的坚持,而且也在不停地总结。



经验分享

在深圳这家公司已经一个半月了,虽然前几份工作都是做跟单,但是我对于电子商务的兴趣一点没有减少,每次的操作也会总结出新的规律。一开始我在 B2B 网站上做产品目录广告,在 INTERNET 门户网站发送信件,制作报价的模版、CATALOGUE 模版、信函格式模版。这些都是在前几份工作中一直想实践的事情,可是前几家公司都对此不太感冒,有着他们自己熟悉的操作模式。而现在的环境给了我充分的自由,而且已经越来越顺手,一个多月,联系的客户已经有 20 个,样品单 3 个在谈,寄出皮板一份,8 月有 3 个客户要来,每天可以收到回复。虽然现在没有下单,但是这些事情在一个陌生的环境下完成,自己已经感觉很欣慰了。

一开始,我只有一个 INFO 开头的收费信箱,其他什么都没有。没有图片,没有详细的资料,没看过产品,不参加展会,没有收费的 B2B 服务。但是我想大部分人都是这样,在不断实践和总结规律的过程中,虽是空手,



但总会有一时套到狼。我想,这也是大多数 SOHO 的境界吧。

刚一进公司,老板给我一份资料,大概有上千客户的名册,而我在前两个星期就发出了 500 封信。很多还是相对于对方的具体情况而写的,比如说询盘的内容,观察客人后缀信箱名等,决不是一个模版,更不是群发。

可是开始的 500 封信根本没人回复,唯一的一句回复是“Please remove me from your distribution list”,所以从第二星期起我就放弃了所有的公司现有资料。

我一开始做的是在 B2B 和搜索引擎上找客户。B2B 上的所有资料实际上你只在一个地方做详细了,所有的其他 B2B 都可以套用,你可以以 www.ecplaza.com 来做一个模版,然后将这些描述和图片保留下来,变成你的一个在线模版,然后如果你搜索到新的 B2B,你把这些资料复制上去就行了,ECPLAZA 回复比较少,但是做出来的效果很漂亮,如果附上漂亮的图片,就像一个美工后的网站。所以如果你没有网站的时候也可以暂时使用它,做上一系列专业的产品,形成另一个专业的网站。进行网上宣传很重要,因为可以让客户找到你,主动和你联系。可以说你联系上的 10 个不及主动联系上你的 1 个。所以充分利用免费资源做广告很重要。免费平台上供应商多,但是未必都能充分利用上,要花更多时间和精力,及时更新。

最后你将所有的详细资料传到一个 B2B 网站里,然后复制到其他十几个 B2B,你就可以每天等好消息了。

而引擎主要登录到一个搜索引擎,像 GOOGLE 或者是 AOL 的门户网站,或者像 EBAY 之类的零售贸易网站,把你的产品的关键字输入进去,你直接打开那些 RETAILER 有价格也有类似自己产品的网站,找 CONTACT US 或者是填写 FEEDBACK 的表格。如果运气好的话,比如说我自己,在网上就找到一个 EBAY 的大零售商。但是运气不好的话,可能 100 封信也都石沉大海。

而你写信这个程序非常重要,你既没有见过对方,对方也没见过你和你的产品,你并不是收费用户,对方也没在展会见过你,所以这时你的专业性非常重要,不仅仅是报价和做宣传这么简单,一定要从整个印象和布局方面着手。



举个例子,商业信函的格式。你需要使用一个 FOXMAIL 或者 OUT-LOOK EXPRESS,以 HTML 来改变字体,像我现在所有的信函都是以 12 号 ARIAL 字体,具体字体可根据个人喜好。然后价格部分全部以另一种字体来标记,信末一定要有一个专业化的签名。现在我的 HTML 的签名也是拷贝的一个瑞典客人。第一行有公司标志和一排热销产品,蓝底的。第二行就是英文的公司名称地址。最后三行写上手机、电话、传真、E-MAIL 和网站。看起来就好像一张气派的名片。

而一般电子档的 CATALOGUE 模版用 EXCEL 来做比较好,我的模版的前身是我改动的一个国外客户发给我的 ORDER FORM,而将 ORDER FORM 加上价格,改变一些函数就变成 QUOTATION LIST 了,而详细资料需要找工厂,要他们把出过货的装箱单的数据进行登记。然后在国外网站上看相关产品描述,结合自身情况和产品材料将它拷贝出来。再加上 CBM 和尺寸,插入或者直接附上的图片一定要漂亮,最好可以加上自己公司的背景。因为虽然是卖图片,但是客人在意的还是你自己公司做的产品。

EXCEL 的函数功能也很重要,从我现在的表格来看,填上数字就可以得到总数、总金额、总欧元金额、总立方数、总箱数的傻瓜型表格,往往可以有意想不到的效果。客人不用列出他们想买的物品的名称、颜色和数量,直接在表格里改动并且填上数字就可以得到 TOTAL AMOUNT,这对他们来说也是一种省力省心的服务了。

此篇文章代表了我第一个月的迷茫,但是从中也看到了我的自信。虽然没有成绩,但是我在不停地思考、总结、尝试新的办法。功夫不负有心人,回头看一看我成交的 92 个客户里,其实有很多都是以上面文章里的方法和形式成交的。



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

社会的本身有一个潜在的规则,所有的规定、措施、管理都是为了提高公司的收入。很简单,经济决定政治。几乎大部分公司是会遵循潜规则



的,违反了潜规则,它就没可能留住人才,也不可能创造经济效益。它如果在潜规则内进行惩罚,那么就是符合客观规律,符合经济管理本质的。而员工也一样遵循着这个潜规则,才能与社会磨合,打拼自己的事业。

但是也有例外。你想冲破潜规则,就要符合两点:第一,你承担了公司大部分的收入,相当于收入的股东;第二,你是大家不可缺少的对象,你的存在关系到整个公司的平衡。那么,基于这两点,员工也可以去修改潜规则的部分内容,因为你已经属于强势群体。

举个例子,刚来我现在的公司,我必须在3个月内遵循公司的管理制度和潜规则。不然的话我就会被淘汰,而我3个月不停地放广告、找客人、发邮件,有着邮件管理的老板已经完全看在眼里,他原本对我说3个月没有订单就需要走人。而3个月后的一次会议上他亲自对公司全员说,我是一个难得的人才,我的方法是世界最新的,就算我一年没有订单,就依照这种办法,最终也绝对会有很好成果的。在这里,我就已经打败了约束我的潜规则,因为我的方法也传到了各个人身上。总体来说,我第一做到了表率的作用,第二也以方法来加强了公司的业务能力。3个月了,我还是没单,但是老板也没让我走,并且对我十分客气,平时对我十分关照。

而我第一次做到德国客人是5个月后,当时我做了一个小柜。因为我喜欢早上睡懒觉,有时也迟到,老板也找我谈了多次。我便索性告诉他,我只开发德国市场,而德国人的作息时间是下午两点到晚上12点。我希望在此段时间内工作。看到我做好德国客人的老板竟然同意实行一段时间。到现在我已经是拥有12个德国客人的老业务员了。所以现在就算我第一天晚上7点走了,而第二天两点才来,公司也没有一个人会说我。

我遵循了潜规则并发现了客观规律,订单证明了我走的路是正确的,我通过贴合客人的作息时间来换位,所以客人的信任和我本身的沟通技巧得以体现。当然这也是种伤身体的做法,我现在都习惯性地往后推一点,10点左右上班,然后晚上加班到8点左右。

而如果你没有遵循潜规则,比如说逆道而行,做别人不敢做的事去挑战权威,或者在没有创造任何业绩的情况下提条件或者违反规定,自然而然,老板也会维持潜规则的尊严,他使用任何手段,别人也只能同情你。大家觉得公司规定本身很严厉,实际上那全部都是基于此原则再适合于公司



的实际情况来制定的。对于守规矩的好学生,公司自然会欢迎,但是公司不会欢迎一心向学而不创造任何效益的学生。即使品行再好,对于业务员一职来说也只能称作失职。

说了这么多,到底如何去适应和改变潜规则呢?用下面几点证明也许更形象一点。

第一点,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。如何做大家都喜欢的人呢?有时老业务员要你做这做那,一方面是想让你能为他分担事务,另一方面他们在潜规则内这样也是培训你的一部分。就是说,他完全可以有理由让新人去做他们做新人时的事情,让你学会做事和做人。而这时你成长过程中也必然有对方无法超越的事情。举例说,我来我的公司之后,我做过几件事,第一是我的 EXCEL 表格很美观,我自己做完报价、合同、利润分析表之后会无偿与大家分享,并在一次会议上提出和大家研究,经过磋商后发表到公用信箱里。另外是我的电脑维修能力,我帮助过两个老业务员将他们电脑的速度提升了一倍。

在老板那里,我收集过的客人信息会作出参考总结,以书面形式呈递,并且谦虚地寻求修改。这就是说,从我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,而我却一再寻求自己的解决办法。走自己的路,而慢慢趋于强势。但是当我出现经验上的空白,所有的人都会不吝赐教,并且他们会觉得告诉你往往也是种荣幸。

另外还有一些细节:

尽量在人多的时候不要出头。每一个新人都要感觉到,自己不重要,自己只是来规范自己,在社会里磨合自己而存在的。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,高调做事,谦虚做人。只有在所有条件成熟的基础上,在你熟悉整个领域之后,再尝试去创新,去改动潜规则。

对于自己的工作环境,你可以展示自己的个性,而不要在和管理者、和同事对话之间展现个性,因为个性还应在成熟范畴之内。你的工作台一定要整洁,文件夹要归类成档,抽屉里文书纸张和日用品都要井井有条,客人资料也要在电脑里以文件夹形式整理成档,图片也要整理。各种各样的报



价表、PI、合同都要更新并且整理成档。

永远不要认为别人应该告诉你、教育你，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什么。即使在论坛来讲也是一样，作为新人，不要希望和对方多交流，主要的是把自己置于一个学习的环境中。除了谦卑，你也应该将你的东西与别人分享，在此基础上你才可以和对方分享他的东西。

另外，下面是我对于每个角色潜规则的理解：

对于客人，我只想说一点，你如何为他创造财富，你才会得到财富。

对于老板，我也只想说一点，潜规则之下，创造财富和立足点，建立关系网和存在价值。

对于自己，永远告诉自己不够，全局的成败取决于自身原因。你该给自己贴个标识：“没有理由”。

对于公司，你只是个大机器中的小齿轮，当你可以当其中一部不可缺少的机械时，再要求别人给你抛光上油吧。

对于社会，你需要对它作出贡献，才能获得你自己的成功。

对于国家，你要做的就是增加国家的外汇收入，而不是想老板口袋里的人民币。

对于世界，你的工厂就是世界工厂，中国也就是世界工厂。

第二章

用好电子商务

DIERZHANG

YONGHAO

DIANZI

SHANGWU