

外贸人参加展会后，要带上正确的参展思维！——把展会挖的客户发挥到**

产品名称	外贸人参加展会后，要带上正确的参展思维！——把展会挖的客户发挥到**
公司名称	深圳市实测通技术服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	测试周期:5-7天 寄样地址:深圳宝安 价格费用:电话详谈
公司地址	深圳市罗湖区翠竹街道翠宁社区太宁路145号二单元705
联系电话	17324413130 17324413130

产品详情

盼望着，盼望着，四月来了，***的脚步近了...说起***，外贸人都很熟悉，这是我们常用的一种开发客户的方式。很多人都会选择参加***，但有时候，参展的效果可能并不是很好。

小编借由这一契机把在外贸中摸爬滚打的8年经验拿出来跟各位聊一聊，带给大家一套展前邀约、展中接待和展后跟进的营销秘籍。

当然，其中也查了一些资料，集百家之长，希望能对大家有所裨益、有所启发。

***召开在即，相信此时不少外贸企业都在摩拳擦掌、跃跃欲试了，甚至远途的参展商可能都已经在路上。大家都期待在展会上露个脸，如果能走运地要到几张客户名片、留下几个联系方式，那就再好不过了。

在展会上，接单固然是主要目的，但与此同时，展会也是我们获取更多行业重要信息的机会，因为展会上可以：

洞悉行业未来趋势

研究及观察****同行的动态及策略

先来谈第一点：洞悉行业未来趋势

做外贸，应该知道我们究竟在做什么，在什么行业当中，上下游是谁，产业链价值分布如何，护城河在哪里.....这时候，行业的未来趋势及产品的发展变化就非常重要了。

诺基亚，当年在手机行业里如日中天，但它比智能手机的变化只是慢了几年，现在就成明日黄花了，而通过几天时间就能让我们洞悉行业变化的，只有展会了。

在国内展会如***或参加国外展的时候，80%的时间都不应该在摊位，而是应该“纵观”整个行业的趋势。

洞察行业趋势的时候有几个重点：

有没有什么新的技术出现？会不会带来新的需求？

行业的整体趋势是否在往上走？有没有出现替代品或者补充品？

供给的总体状况如何？有没有明显变化？供应商是否增加或者减少？竞争是在加剧还是减弱？原因是什么？

行业内有没有新的细分产品出现？此细分产品出现对行业带来的变化是？

行业内有没有什么新的玩法出现？

当然我们还可以问很多很多问题，只要是展会上出现的和供应、需求、用户、技术相关的新信息，你都应该深深记在脑海当中。

它会成为未来你某个时点某个重要决策的灵感来源。

接下来就要做到第二点：研究及观察****同行的动态及策略

无论你的行业有多么小，都是有市场同行的，为什么要研究竞品？只有剖析竞争格局，才能看清自己的公司在行业中的位置。

而展会上研究和观察行业竞品的方式，就是参观其**了，这里有很多方面值得细细品味，比如：

他们是如何吸引展会人流的？是用现场活动、代言人，还是模特来吸引？他们的营销有何出彩之处？他们的渠道模式是代理商制，还是透过零售商做渠道的？电子商务如何运作？为什么选择这种渠道模式？..
....

你的对手在和谁合作？你能不能比你的对手提供更好的价值？你到底应该采取成本领先策略，还是差异化的策略？他们有没有新产品发布？他们会对你目前的渠道产生多大的威胁？他们大致的价格水平怎么样？.....

信息战，其实就是现在外贸行业的本质。

在竞争中，你了解的信息越多越好，因为每多收集一点竞争对手的资讯，都会让你增多一分拿下客户及市场的信心和把握。

从展会开始前我们就应该有全局思维，多去观察，多去思考，远谋参展的利益，在此基础上再进行订单的角逐。

关于展会的前瞻思维，就介绍到此啦！接下来，我们将带你学习如何做好展前邀约、展中接待、展后跟进的工作，斩获大批订单！敬请关注！

1. 展前邀约

一次成功的参展除了在展前的宣传邀约，可以看这篇《展会前你应该怎样做好宣传邀约？》

2. 展中接待

展中的接待引导，例情景对话如下参考：

01. 引导与招呼

-Morning, Sir. May I show you around?

-早上好，先生。我带您参观一下我们**吧？

-May I have your name card?

-能要一张您的名片吗？

- Sorry, I just run out of my card.

-抱歉，我的名片刚用完了。

-It's OK. Could you write the information down here?

-没关系，您能把相关信息写一下吗？

- Sorry, I just have one last card.

-抱歉，我只剩*后一张名片了。

-Doesn't matter. I can take a photo of it.

-没关系，我将名片拍个照就行。

-Our factory is based in Shenzhen. The main products are AAA and BBB.

-我们工厂在深圳，主要产品有AAA和BBB。

-May I know what products you are interested in?

-您对哪方面的产品感兴趣呢？

-You can leave your heavy collections here, my colleague will take care of it.

-您可以把收集到的这些重的彩页资料放在这儿，我同事可以帮忙照看。

-That will be great. They are heavy.

-那太好了，这些资料好重。

注：这样的话，客户就可以歇歇手，为了休息一下而在你的**多待会和你多聊聊。要知道，逛展会是很辛苦的一件事

02. 产品与报价

-I'm interested in this model. Tell me about it.

-我对这款产品很感兴趣。给我介绍一下吧。

-Well. This is our latest model. It seems very popular on this exhibition. What special about it is the aluminium surface to be vandal-proof and the dented LOGO which gives a premium appearance.

-这是我们的新品，貌似这款在本次展会上很受欢迎。它的独特之处在于表面采用铝合金从而具备防暴功能，金属压铸的LOGO给人感觉很高端。

注：聊到一款产品时一定要迅速切中它的独特之处，抓取客户注意力

-Could you quote on this model?

-能告诉我这款的报价吗？

-Of course. May I have a rough idea about the quantity?

-当然。您能告知大概的数量吗？

-It depends on the size of projects.

-这要看具体项目的规模。

-I see. Why not having a cup of coffee? We can sit and talk.

-明白了。给您来杯咖啡吧？咱们坐下来谈。

-I'd love to.

-很乐意。

注：坐下来谈，喝点咖啡，吃点点心，会让客户身心得到一定的放松，降低戒备心理，这对缓和谈判的气氛有利

-The MOQ of this model is 500pcs. It is Ok for you?

-这款产品的*小起订量是500台，您对此有问题吗？

-500 pcs is too much. When we get small projects like 300 or 400 pcs, how could we do?

-五百台太多了。当我们拿到的项目仅需要三四百台时，怎么办？

-If most of your cases are less than 500pcs, we could not accept it. If most of them are over 500 pcs while only a few times less than 500pcs, we can figure it out.

-如果大多数订单都少于500台，我们无法接受。如果多数订单都超过五百，仅仅几次少于五百台，我们可以想办法。

-That's reasonable.

-这比较合理。

-What's the average quantity of your order please? Maybe I can quote on it.

-您的平均采购量是多少？或许我能基于这个数据给您报价。

-It would be around 900pcs.

-大概是900台。

-Alright.(计算器计算一下，然后表情郑重一点给客户报价，显得你很认真。)

Based on 900 pcs, our quotation is \$295/piece.

好的，基于900台的数量，我们的报价是295美金一台。

-Oh,that is a little bit higher than your competitors.

-这个价格比你同行要高一点。

-Yes, as you know, we have different types of products too. This is the high-end one. It wouldn't be fair if you compare the price of it to the price of average products from our competitors.

-是的，您知道，我们也有很多不同款的产品。这款产品是高端产品。如果您拿它的价格和同行的普通产品的价格比较，有失公允。

-But the price is still higher than what we expect.

-但是价格还是比我们预期要高。

-We have other products which will meet your price demand. But trust me, you'll get more profit to sell the new model than the cheap ones. The margin is higher. Anyway, we can provide you a full price range of products.

-我们也有其他产品符合您的价格预期，但是相信我，这款新品能够给您带来比老款更高的利润，它的差价比老款有更大空间。不管怎样，我们可以提供各种价位的产品给您。

-Yes, you surely have a complete range of products.

-嗯，你们的产品系列确实很齐全。

A.价格客人询价

1.will you please let us he an idea of your price?

2. are the prices on the list firm offers?

3. how about the price/ how much is this?

我们报价

4. this is our price list.

5. we don't give any commission in general.

6. what do you think of the payment terms?

7. here are our fob prices. all the prices in the lists are subject to our final confirmation.

8. in general, our prices are given on a fob basis.

9. we offer you our best prices, at which we have done a lot business with other customers.

10. will you please tell us the specifications, quantity and packing you want, so that we can work out the offer asap?

11. this is the pricelist, but it serves as a guide line only. is there anything you are particularly interested in?

客人还价

12. is it possible that you lower the price a bit?

13. do you think you can possibly cut down your prices by 10%?

14. can you ping your price down a bit? say \$20 per dozen.

15. it's too high; we have another offer for a similar one at much lower price.

16. but don't you think it's a little high?

17. your price is too high for us to accept.

18. it would be very difficult for us to push any sales at this price.

19. if you can go a little lower, i'd be able to give you an order on the spot.

20. it is too much. can you discount it?

拒绝还价

21. our price is highly competitive./ this is the lowest possible price./our price is very reasonable.

22. our price is competitive as compared with that in the international market.

23. to tell you the truth, we have already quoted our lowest price.

24. i can assure you that our price is the most favorable. a trial will convince you of my words.

25.the price has been cut to the limit.

26.i ' m sorry. it is our rock-bottom price.

27. my offer was based on reasonable profit, not on wild speculations.

28.while we appreciate your cooperation, we regret to say that we can ' t reduce our price any further.

接受还价

29.can we each make some concession?

30.in order to conclude business, we are prepared to cut down our price by 5%.

31.if your order is big enough, we may reconsider our price.

32.buyer wish to buy cheap and sellers wish to sell dear. everyone has an eye to his own benefit.

33.the price of his commodity has recently been adjusted due to advance in cost.

34. considering our good relationship and future business, we give a 3% discount.

B.订单

客人询问*小单数量

35.what ' s minimum quantity of an order of your goods?

询问订货数量

36.how many do you intend to order?

37.would you give me an idea how much you wish to order from us?

38.when can we expect your confirmation of the order?

39.as our backlogs are increasing, please hasten the order.

40.thank you for your inquiry. would you tell us what quantity you require so that we can work out the offer?

41.we regret that the goods you inquire about are not ailable.

客人回答订单数量

2.the size of our order depends greatly on the prices.

43.well, if your order is large enough, we are ready to reduce our price by 2 percent.

44.if you reduce your price by 5, we are going to order 1000sets.

45.considering the long-standing business relationship between us, we accept it.

46.this is a trial order; please send us 100 sets only so that we may test the market. if successful, we will give you large orders in the future.

47.we he decided to place an order for your electronic weighing scale.

48.i ' d like to order 600 sets.

49.we can ' t execute orders at your limits.

感谢下单

50.generally speaking, we can supply form stock.

51.i want to tell you how much i appreciate your order.

52.thank you for your order of 100 dozen of the shirts. we assure you of a punctual execution of your order.

53.thank you very much for your order.

三.交货

客人询问交货期

54.what about our request for the early delivery of the goods?

55.what is the earliest time

注：灵活应对客户提出的所有问题，做不到的事情也不要**地否定，凡事留有余地。

03.尾声

-This is a small gift for you.

-这是送给您的一点小礼品。

注：提前准备一点印了公司LOGO的小礼品给客户，建议是可以随身携带的小礼品

-Do you mind taking a photo with me?

-您是否介意和我拍张合影？

-Would you mind me adding your Skype or Wechat/ LinkedIn/ Whatsapp and send you the photo?

-您是否介意我加一下您的skype/微信/LinkIn/Whatsapp,我把照片发给您。

注：尽量现场就把人家加上，然后把刚才的合影发给客户，加深客户对你的印象，当然要在客户愿意的情况下

3. 展后跟进

更重要的是展后的进行及时的跟进工作：

01.名片的回复

展会中拿到名片后什么时间联系客人**？

很多人说展会结束后的一两天联系客人**，有人说回国回公司后联系客人**，因为客人也要休息，也要回家，也还有周末。但我告诉你，展会当天联系客人才是**的！

为什么说当天联系客人**？因为这里涉及到一系列的的系统营销过程。其中包括当天的印象延续、记忆的唤起和强化，服务体验度的植入和提升，第一封邮件标题和内容的营销，后续跟进邮件的安排等等。

任何单一个点的考量都是不专业的，所以如果只考虑某一点而没有后续系统的营销方案，那即使把握住了时效性也是没用的。

什么叫当天的印象延续、记忆的唤起和强化？

简单点来说，就是客户对当天拜访的供应商，谈过的项目和事项的印象延伸，这里也就包括了记忆的唤起部分。我们都知道，时间间隔的越久，人对某一件事某一个人的印象和记忆就会减弱，而且是间隔时间越久记忆会成倍数减弱，直至没有印象，特别是在短时间信息量很大的情况下。

一个客户参加一个展会的印象和体验，其实和我们自己去逛展会的感觉是一样的。*后一天，空闲的时候我们去逛逛展馆，一圈下来几乎都不记得看了什么。为什么？因为信息量实在太大了，大脑根本就处理不过来。所以这个时候**的办法就是，现场用笔记本和相机把自己感兴趣的记录下来，等回去的时候再整理、记忆和分辨。

我们回去会做这样的事情，客户回去也是一样。所以当天就联系客户，重新唤起客户的印象，强化客户对我们这家供应商和你这个人的记忆就尤其重要，这就是当天的印象延续、记忆的唤起和强化。

什么叫服务体验度的植入和提升？

在当天就联系客户，除了能达到在*短的时间内延续客户对我们的印象，唤起和强化客户对我们的记忆外，还会增加一个额外效应，那就是服务体验度的植入和提升。什么是服务体验度？其实就是好感，也可以说是认同感。

专业的人做专业的事，真正的客户和我们是一样的，花费时间、精力和金钱来展会都有他的目的，都希望尽快达到他的目标，所以与之对应的，我们也要选择服务的*短路径来满足他的要求。

在时间上，*短的路径是什么？就是当天，就叫当下。你在*短的时间内和他联系确认，自然体验度就高。要理解这个感觉不难，你网上买个东西，希望什么时间收到。当然是马上**，或者当天**，所以物流上京东的体验度*高。

人都是喜欢被重视的，这是当天联系客户会产生的一个好感。

这里要再强调一个观点，很多人会说，可能很多客户也不是当天回查看邮件，我这样做也不一定有效。

当然，当天查看邮件的可能性也不是百分之百的，有多少客户会当天处理邮件也说不定，这里面有个概率。

但是，话说回来，做任何事都是一个概率问题。你发开发信是不是一个概率问题，回复率有多少？你展会结束后写邮件去联系是不是一个概率问题，你能保证有多少回复率？你老客户再开发是不是一个概率问题，成功开发率又有多少？

任何的事情都是概率问题，你不去做，不去试，谈概率问题还有什么意义！

02. 邮件的回复

现在我们知道了拿到名片后，当天联系**。但是，当天联系的第一封邮件该怎么写？标题怎么写，邮件内容怎么写，要达到什么效果，要预设哪些客户体验，要为后续的跟进做好哪些铺垫，有哪些需要特别注意的？

根据我们的展会客户营销方案：

第一步，展会当天联系客户**。

第二步，写一封开发邮件给客户。

第三步，后续的系统跟进和营销。

接下来，我们要做的就是写一封开发邮件发给客户。

首先，我们先来看我们要达到那些目标。做任何一件事情，你总有想要达到的目标的，或者也可以说是目的。目的是从开始的角度说，目标是从结束的角度讲。写邮件、打电话，当然也有你的目的和目标，做之前你当然要先想好。

回复之前想清楚要怎么回，想达到什么效果，考虑会产生什么后果没有。

第一封邮件过去，我们需要达到三个目标：

第一个目标：承上，建立直接印象。

第二个目标：击中，落实具体事项。

第三个目标：启下，铺垫后续营销。

先说第一个目标：承上，建立直接印象。

今天在展会上，客户是不是只见了我们一家供应商，任何一个买家去参加一次展会，都不可能只看一家供应商，哪怕他是真的为你而来，他也会顺便走一走看一看瞧一瞧。

客户见了很多供应商，看了很多产品，大脑里存了很多信息，回到酒店，吃个饭，喝杯酒，放松下来，这些信息基本上都处于同一记忆水平线上。

没有哪条信息是记忆特别强烈的，也没有哪个人是记忆特别强烈的。

我们发这封邮件过去的目的，就是要让客户把我们众多信息库里强化出来，贴上**标签，建立直接印象。趁竞争对手们还没蜂拥而上的时候。

现在很多客户都是用手机看邮件的，手机的好处就是有邮件会提醒，不管你在吃饭，还是在喝酒，还是在走路，还是在WC里。在你面前出现一次，就等于提醒你一次，就等于记忆强化一次；标题吸引你去打开邮件，又是一次；内容吸引给你留下印象，又是一次，反正就是建立直接印象。

再说第二个目标：击中，落实具体事项。

写邮件和写文章一样，都是要具体内容的。而且这内容是要有共鸣，能吸引彼此的。那什么的内容能挑起客户的兴趣？当然是客户自己感兴趣的内容和项目，也就是客户在展会上和你谈的东西，他关注的东西。

内容有了话题就有了，话题有了才能互动的下去，才有可能建立合作关系，这都是一环扣一环的，紧密不分的。这是第二个目标，引导到具体事项上来。

然后是第三个目标：启下，铺垫后续营销。

我们都知道饭是要一口一口吃的，吃到*后才能吃饱。开发客户也是一样，要一步一步的来。慢不得，急不来。你不能说我第一封邮件就要让客人下单成交。所以第一封邮件要为后续的沟通和营销做好铺垫，别一封邮件就把路堵死了，也别一封邮件就把客人的欲火浇灭了。这是第三个目标。

按照这个思路，接下来我们来思考，这第一封邮件到底要怎么写，而且写完还能回复率爆棚的。

先看两封实战回复邮件：

Round 1

标题：

HANNOVER MESSE Meeting - Further Led light details from XX Company

正文：

Dear ***,

This is **** from XX Company, we met and received your business card this afternoon in the fair.

Thanks for your interests in our led lights, I am attaching our catalog, so you can see more detail about our capabilities.

Also customize service is available from our company, please feel free to inform us if needed.

We will start getting to work once receive your reply.

Best regards

Round 2

标题：

XX/pending things for confirmation after HANNOVER MESSE (XX company)

正文：

Hi ***

This is ***** from XX company.

Firstly, let me share the photo with you at our booth :)And please find the formal quotation as attached. As we mentioned, some items only with the promotion price during the fair.

So please check and we can talke more details if you have any question.

Looking forward to your reply soon,thanks.

Best Regards

对于这两封回复邮件写的如何我们暂不做评价，再来看看另一封邮件回复模板：

标题：

Custom Led Light Project (Roy From HANNOVER MESSE Meeting Today)

正文：

Hi *****,

Nice evening.

This is Roy, from XX company which you met today. See below our photo on booth.

About your interested Led light, see data sheet and pictures in attachment. The best price will be provided once get your quantity.

More requirements, just inform or visit us.

Sincerely

Roy

(Signature + Photo)

现在来分析下为什么上一封邮件要这么写？

先说大的整体观，对于写邮件，有三个要求。

第一个要简洁明了。

能一句话把一件事情，两句话把两件事情说清楚的，就不要多废话。能瞄一眼就看明白的**。大家都是生意人，工作时间有限，能高效点就尽量高效点。语言精练，事情又说的清楚，也会给客人专业干练的信任感。

第二个要承上启下。

邮件的开始一定要让对方快速和你对接，也就是找回你们共同的话题和记忆点，好延续。不要让客户去翻记录才记起你是谁，你和他有什么关系，谈什么项目，谈到了哪里。你什么都知道，你理所当然以为我都记得，然后抛出一个话题让我接。我们有责任去引导客户立刻明白我们在谈什么。

邮件的结尾除了提醒回复，还一定要留余地好接，也就是下钩子，方便后续邮件或话题的跟进，其实这也是引导。

承上+启下+击中，一封邮件它就和人一样，是立体的，是有画面感的。

第三个要求是用语简单易懂。

我们的英语没那么好，语法也不见得精通，别去绕，绕的自己看起来费力，客户还要托个腮帮子搞脑子理解。何况很多客户英语也不是母语，人家水平也很一般。搞不好人家理解错了，你还更麻烦，自找苦吃。所以写邮件直白点。

根据上面三个要求我们来看邮件：

先看标题。

这里的标题由四部分组成，Custom Led Light Project (Roy From HANNOVER MESSE Meeting Today)。

1. 具体事项 (Custom Led Light Project)。

客户谈过的、感兴趣的话题。

2. 谁(Roy)。

这里的只显示个人名字而不显示公司名字是有考量的，不管什么公司，客户*终对接的还是具体的人，所以直接需要对人加深印象。这样的营销机会当然不能放过。

3. 记忆点 (HANNOVER MESSE Meeting)。

在展会上会面过。

4. 时间 (Today)。

为什么要加today，其实就是要强调时间。客人当天看到邮件就知道是今天见的，客户过了今天看的，不管哪天，他的潜意识都会告诉他你当天就给他发邮件了，你是*早的！

再看正文部分。

刚说过，邮件的开头就要一眼让客户连串起和你的记忆。当然，标题其实已经达到了这个目的了。不过，邮件里会增加些别的部分以加深印象，加速记忆。

Hi *****,

Nice evening.

第一句用（Hi）不用Dear是有考量的，这个自己去理解吧。

第二句（Nice evening），是为了强调时间。说明你是展会当天回去就给他发的邮件，那时候已经是下午了。植入画面感！

第三句（This is Roy, from XX company which you met today.），先再次强调名字（Roy）加深个人印象；然后增加了公司名称（XX company），和标题一组合，所有信息就完美补充完整了，根本不用重复；*后再强调了（today）这个时间。这个还有一点就是关于（met）的使用，这完全是个人偏好，其实可以换成visited，不过我喜欢met更亲近的感觉。

第四句（See below our photo on booth.），除了文字之外，更直接用合照的照片来帮助客户回忆，并拉近距离感。

再看正文部分。

这部分难度不大，根据你和客户在参会上谈的进度写就可以。比如展会上什么都谈好了只要报价，你就发报价单；如果已经要确认样品了，你就说样品的事；如果是订单，就说订单的事。

这里有一个点要注意。

就是不管怎样，*后一句你都要提醒客户给你回复，当然是越快越好。因为我们发邮件给客户肯定是要确认一件事情，我们肯定需要回答。既要提醒客户回复，也为下一次跟进埋下伏笔！当然有些人会单独列一句在结尾，比如Looking forward to hear from you之类。也可以的。

*后看结尾。

More requirements, just inform or visit us.

Sincerely

Roy

不管是不是还在展会，或者是*后一天，给客户一个提示，有任何的要求和问题，随时来找你。或者也可以再来**拜访。这就是引导，也是我们的服务态度！这些潜意识的引导很重要。

*后是邮件的签名和插入的照片，这个就不多说了。

一封简单的邮件回复，你看下来什么感觉？

这里我还想说一点。

所谓细致，或者细节，其实就是感觉。把所有的细节都连贯在一起之后看，就是客户体验，也就是客户满意度。因为每一段都尽力做到**，考虑周到，所以客户满意度和体验度才会一直好。

当然，这不是一下子就学的会，这里包含了经验，感悟，大局判断，细节判断，心理分析，沟通技巧以及个人感觉。但是，道理就在这里，技巧也就这些，剖析给你了，多少你还是能学到，至少前进的方向还有。

第一封邮件写好了。

按照我之前的经验，客户的回复率是非常高的，如果按正常的对比，用爆棚这个词来形容毫不为过，

接下来就看你自己了，这是第二步。

邮件出去后，有回复的，也有没回复的，有看见的，也有没看见的，那后续该怎么跟进，该怎么继续顺下去营销。前面两步埋下了哪些伏笔可以利用。

03.展会客户的快速跟进和成交

在第一部里我们回答了一个问题，展会客户什么时候联系**，分享的办法是当天联系**，并且详细分析了具体的考量和后续营销布局。

在第二部里我们也回答了一个问题，当天联系第一封邮件该怎么写，有哪些因素是*重要并要考虑进去的，怎样才能吸引客户回复和抓住第一竞争先机，并且还要为后续的营销铺路。

在第三部里我们需要回答两个问题，如何快速跟进，以及如何布局长期营销。这两者是互相配合，缺一不可的。对于能快速收割样单或订单的客户，要快速收割；不能立刻收割的客户则要给予良好体验并布局长期营销。

什么叫快速跟进？

展会当天就和客户联系，收到回复后立马和客户沟通，同时邀请客户第二天再到**上详谈；第二天谈完回去立马又发邮件确认，没确认的第三天再邀请客户来**上确定。

对于有可能成交，有可能确定合作关系的客户，就要亦步亦趋，就要趁热打铁，这个时候的服务体验度是*高的。在竞争对手还没开始联系的时候，你已经结束战斗了。

在第一封邮件模版的*后留下过一个伏笔，More requirements, just inform or visit us。这句话就是引导，提醒和引导客户第二天主动来找你，千万不要小看了这些细微的潜意识引导。

还有一种快速跟进是邮件的快速跟进。

你当天第一封邮件过去后，有些客人会给你回复，但他并不会第二天再来你**，可能他已经回去了。所以，这个时候你就会发现，我们每天参展完回去除了要给当天的客人写第一封邮件之外，还要给回复的客人以回复。

还有一种情况是客户没回复，如何处理？

展会当天的邮件客户没回复，非常正常。这个不用特别担心。而且这也是在我们这三部曲的整体营销方案的考虑中的，因为有当天第一封邮件的发出，所以才会有隔天的第二封邮件的跟进，以及后续所有跟进邮件的话题敏感度。所以，第一封邮件就是一个导火线引子，引子埋下去了，后面你想布多长的线都可以。无论客户在那个点踩到，都会引爆到第一个好感度。

那第二封邮件什么时候跟进？

我的建议是，第二天。展会当天第一封邮件发出，没收到回复，第二天继续跟进这封邮件。

那第二封邮件如何写呢？

直接接第一封话题，而且一定要在第一封邮件的基础上转发，我们来看模版。

标题：

Custom Led Light Project (Roy From HANNOVER MESSE Meeting on yesterday)

正文：

Hi *****,

Nice evening.

This is Roy again, from XX company which you met yesterday. See below our photo on booth.

More requirements, just inform or visit us.

our booth is XXXXX.

Sincerely

Roy

(Signature + Photo)

为什么要接第一封邮件的话题？因为我们想要营造**的客户体验，这是我们*想让客户知道的。

所以在我们没有达到这个目的之前不会放弃植入这个客户体验，这也是第一封邮件的使命。既然客户没回复，所以第二封邮件就要继续背负这个使命前行。

但是我们还需要在有些地方做改动。

比如标题，从第一封邮件的today改成了yesterday，正文This is Roy后面加了个again，这几个小地方，为了从时间唯独上进行区别。

如果，客户看了第一封邮件而没有回复的话，那第二封邮件就是提醒和很好的二次体验植入。怎么理解？就是你竟然在展会第二天又和我联系了，

还有一种情况是，客户没有看第一封邮件。这个也没关系，和上面说的一样，只要你客户以后无论什么时候打开邮件，你只要看到这两封邮件，我就算成功。因为我不但要告诉你你和我谈的事情，我还要告诉你我在展会的当天和第二天都给你发了邮件，这就足够了。

说完了第二天的事情，那第三天还要不要继续跟进？如果第三天收到了客户的回复，那就按开头说的立即跟进，因为还有第三天可以见面。那如果第三天还是没收到客户的邮件呢，怎么办？要不要继续发邮件跟进？

我的建议是，不要跟进。一般展会是三天，多的四天。第一天，第二天邮件跟进后，第三天就不用跟进

了，第四天我也不怎么建议。为什么？因为我们要学会给客户一些空间和时间。

空间是不要让我一打开邮箱，就看到你每天一封邮件，我们是第一次沟通，事情没有紧急到如此地步。时间是不要认为我只等你，每个人每天都有自己的安排，工作也好生活也好。两封邮件刚好，一封始发，一封跟进，恰到好处。如果是连续三封或四封，那就会有些适得其反了。

但如果还是没收到客户回复，那什么时候再催更好呢？回到原点，就像很多人都是展会结束回到家里再联系客户一样，也就是展会结束后跟进第三封邮件，一般是展会当天后的第五天。

第一天，第二天，第五天，这是**的节奏。