

如何通过分析数据寻找外贸进出口订单？

产品名称	如何通过分析数据寻找外贸进出口订单？
公司名称	深圳市红三羊供应链有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市罗湖区南湖街道东门南路1006号文锦渡口岸综合报关大楼628E
联系电话	0755-25108873 18807550903

产品详情

/一、从哪里找到数据？1.行业巨头网站。一般行业巨头都是在这个行业摸爬滚打很多年的经历，不但有强大的市场地位，也有庞大的市场资源，而巨头的官网上往往就会有很多行业数据信息，找不找的到，就看你有没有心啦。2.第三方机构提供的数据。现在互联网上有很多专业网站、名录专业的信息公司、经贸资讯机构、国际性的行业信息情报机构、市场研究等机构，这样的网站都是服务性非常强的网站，常为业内人士提供行业公司目录、区域公司目录、进口商等数据库，有的还以光盘、书籍、在线购买使用形式出售。这里建议你在搜索时要注意灵活使用关键词，注意尝试使用产品的其它名字来组合查询，如买可以用采购，求购，购买，进口等代替，然后再用英文搜，如buy, purchase, import, need等词组合产品的不同名称来查找。3.哪里的数据也比不上有关海关官网上的数据。通常海关一些相关guanfangwang zhan都有一些数据提供,海关数据之所以是外贸人最想得到的数据，是因为海关数据提供的全部是A类客户，这种数据无疑是中国出口企业开发国际市场过程中不可多得的情报信息，这些数据里面包含大量的进口商、出口商、进口量、发货港口、抵达港口等相关信息。4.国际快递公司。这里也能收集到很多外汇、交单的银行记录、报关公司的记录、货代的单据、海关数据，当然这需要人情或者金钱。其实还有很多地方很多途径都能得到行业数据，想得到数据一定要有钻研的精神，互联网对人都是公平的，就看谁认真了。/二、如何用数据分析市场有了数据后，怎么分析数据，开发市场才是最重要的。首先，必须要确定的是，数据中的客户都是真实有效的，都是从原始的报关单、提单中提炼出的数据信息，由此可推断该企业购买过的相关产品，因此他们就是潜在客户。这个确定好之后，然后就是分析数据中包含的交易时间、数量、金额，那么我们就可以通过这些信息来初步判断采购商的企业规模，采购周期，频率等等，然后将这些信息与自己企业的生产能力进行匹配，找到适合自己的采购商。但在使用数据的过程中，一定要注意以下几点：1.供求产品匹配。这里有个重要信息你一定要了解，就是国际统一HS编码为前6位，后几位各国统计方法不同，因此必须确认将当地编码与国内编码相对应，精准查找，万一搞错了，最后出现大错误就麻烦了。2.采购商的大小，采购习惯，采购周期等是非常重要的。例如，在采购商周期方面，德国一般会在7、8、9月轮休，而法国则在7月最后一个星期至8月，几乎全放假，意大利则会在8月1日至9月3日放假，罗马尼亚每年有一个月的年假假期，而每年12月7日开始为中东的新年假期。在此期间，大部分公司及政府部门将会放假。所以这个一定要了解清楚，不要在人家休假时打扰人家。除了时间，还要了解各国人的性格，如俄罗斯人在人际交往中，热情、豪放、勇敢、耿直，美国人在跟人打交道时，随和友善，容易接近。城府不深，喜欢幽默，但自尊心很强，比较好胜，所以要注意分寸。3.竞争对手的分析。外贸是一个竞争力非常强的行业，所以与对手竞争时，一定要知己知彼。所

以我们要通过提单数据中买卖双方一一对应的具体数据信息，判断竞争对手的走货日期，量金，成交方式等等，然后再做决定。4. 根据采购商公司名在各大搜索引擎搜索其官网及联系方式。至于具体的联系过程就要看业务员水平与公司产品是否能够满足对方的要求了，在这里不再赘述。三、生成分析报表

月度走势分析：外贸不是路边摊，对用客分析的越深，了解的信息越多，成功率就越高，老外贸人都会通过分析某一海外市场在某一时间段内的进口月度走势，掌握当地市场采购规律，然后再结合时事政治，当地政策法规等条件综合分析市场行情，根据市场淡旺季来安排生产加工，从而规避风险，节约库存成本。

采购商排名分析：汇总所有的数据，将需求时间段内，进口该种产品的企业按照进口金额进行排名，这能直接反映出当地采购商梯队、各公司采购商量金以及占比情况，然后再结合本公司的生产能力来挑选适合的采购商。

供应商排名分析：将出口到该国市场的供应商们按金额排名，这样能直观反映竞争对手的情况。

供应国排名分析：随着中国经济的发展，中国的商品近些年走遍了世界，全世界几乎所有的地方都有made in china的商品，所以这方面的数据应该很多，业务员可以通过我国产品在供应国占比排名做分析，侧面反映该国对中国产品的接受程度。对于排名靠后的地区和国家，无疑是把双刃剑，一方面可能由于产品附加值等因素影响；但从另一角度上来看，也可看做是中国产品在当地的

市场还没有完全打开，有非常大的潜在开发空间。进出口岸与运输方式分析：产品不是签了订单就完事，所以在推广产品的时候一定要考虑后期的事情。成熟的业务中都会结合采购商的地理位置，了解采购商运输习惯，合理安排运输。在大数据时代，面对庞大的数据，不能简单的认为通过数据就可以谈成客户，更不是通过一通电话，一封邮件就能简单的确认对方所有信息的真实性，所以常常看到有些人根据数据，找到采购商电话、邮箱，千篇一律的发开发信，在得不到回复后，就认为数据无用，这是很不负责任的做法。数据分析过程其实也是一个找规律的过程，越深入越发现奥妙无穷，离订单就越近。

一、从哪里找到数据？1.行业巨头网站。一般行业巨头都是在这个行业摸爬滚打很多年的经历，不但有强大的市场地位，也有庞大的市场资源，而巨头的官网上往往就会有很多行业数据信息，找不找的到，就看你有没有心啦。2.第三方机构提供的数据。现在互联网上有很多专业网站、名录专业的信息公司、经贸资讯机构、国际性的行业信息情报机构、市场研究等机构，这样的网站都是服务性非常强的网站，常为业内人士提供行业公司目录、区域公司目录、进口商等数据库，有的还以光盘、书籍、在线购买使用形式出售。这里建议你在搜索时要注意灵活使用关键词，注意尝试使用产品的其它名字来组合查询，如买可以用采购，求购，购买，进口等代替，然后再用英文搜，如buy, purchase, import, need等词组合产品的不同名称来查找。3.哪里的数据也比不上有关海关官网上的数据。通常海关一些相关guanfangwangzhan都有一些数据提供，海关数据之所以是外贸人最想得到的数据，是因为海关数据提供的全部是A类客户，这种数据无疑是中国出口企业开发国际市场过程中不可多得的情报信息，这些数据里面包含大量的进口商、出口商、进口量、发货港口、抵达港口等相关信息。4.国际快递公司。这里也能收集到很多外汇、交单的银行记录、报关公司的记录、货代的单据、海关数据，当然这需要人情或者金钱。其实还有很多地方很多途径都能得到行业数据，想得到数据一定要有钻研的精神，互联网对人都是公平的，就看谁认真了。

二、如何用数据分析市场有了数据后，怎么分析数据，开发市场才是最重要的。首先，必须要确定的是，数据中的客户都是真实有效的，都是从原始的报关单、提单中提炼出的数据信息，由此可推断该企业购买过的相关产品，因此他们就是潜在客户。这个确定好之后，然后就是分析数据中包含的交易时间、数量、金额，那么我们就可以通过这些信息来初步判断采购商的企业规模，采购周期，频率等等，然后将这些信息与自己企业的生产能力进行匹配，找到适合自己的采购商。但在

使用数据的过程中，一定要注意以下几点：1. 供求产品匹配。这里有个重要信息你一定要了解，就是国际统一HS编码为前6位，后几位各国统计方法不同，因此必须确认将当地编码与国内编码相对应，精准查找，万一搞错了，最后出现大错误就麻烦了。2. 采购商的大小，采购习惯，采购周期等是非常重要的。例如，在采购商周期方面，德国一般会在7、8、9月轮休，而法国则在7月最后一个星期至8月，几乎全放假，意大利则会在8月1日至9月3日放假，罗马尼亚每年有一个月的年假假期，而每年12月7日开始为中东的新年假期。在此期间，大部分公司及政府部门将会放假。所以这个一定要了解清楚，不要在人家休假时打扰人家。除了时间，还要了解各国人的性格，如俄罗斯人在人际交往中，热情、豪放、勇敢、耿直，美国人在跟人打交道时，随和友善，容易接近。城府不深，喜欢幽默，但自尊心很强，比较好胜，所以要注意分寸。3. 竞争对手的分析。外贸是一个竞争力非常强的行业，所以与对手竞争时，一定要知己知彼。

所以我们要通过提单数据中买卖双方一一对应的具体数据信息，判断竞争对手的走货日期，量金，成交方式等等，然后再做决定。4. 根据采购商公司名在各大搜索引擎搜索其官网及联系方式。至于具体的联系过程就要看业务员水平与公司产品是否能够满足对方的要求了，在这里不再赘述。三、生成分析报表

月度走势分析：外贸不是路边摊，对用客分析的越深，了解的信息越多，成功率就越高，老外贸人都会通过分析某一海外市场在某一时间段内的进口月度走势，掌握当地市场采购规律，然后再结合时

事政治，当地政策法规等条件综合分析市场行情，根据市场淡旺季来安排生产加工，从而规避风险，节约库存成本。

采购商排名分析：汇总所有的数据，将需求时间段内，进口该种产品的企业按照进口金额进行排名，这能直接反映出当地采购商梯队、各公司采购商量金以及占比情况，然后再结合本公司的生产能力来挑选适合的采购商。

供应商排名分析：将出口到该国市场的供应商们按金额排名，这样能直观反映竞争对手的情况。

供应国排名分析：随着中国经济的发展，中国的商品近些年走遍了世界，全世界几乎所有的地方都有made in china的商品，所以这方面的数据应该很多，业务员可以通过我国产品在供应国占比排名做分析，侧面反映该国对中国产品的接受程度。对于排名靠后的地区和国家，无疑是把双刃剑，一方面可能由于产品附加值等因素影响；但从另一角度上来看，也可看做是中国产品在当地的

市场还没有完全打开，有非常大的潜在开发空间。进出口岸与运输方式分析：产品不是签了订单就完事，所以在推广产品的时候一定要考虑后期的事情。成熟的业务中都会结合采购商的地理位置，了解采购商运输习惯，合理安排运输。在大数据时代，面对庞大的数据，不能简单的认为通过数据就可以谈成客户，更不是通过一通电话，一封邮件就能简单的确认对方所有信息的真实性，所以常常看到有些人根据数据，找到采购商电话、邮箱，千篇一律的发开发信，在得不到回复后，就认为数据无用，这是很不负责任的做法。数据分析过程其实也是一个找规律的过程，越深入越发现奥妙无穷，离订单就越近。

一、从哪里找到数据？1.行业巨头网站。一般行业巨头都是在这个行业摸爬滚打很多年的经历，不但有强大的市场地位，也有庞大的市场资源，而巨头的官网上往往就会有很多行业数据信息，找不找的到，就看你有没有心啦。2.第三方机构提供的数据。现在互联网上有很多专业网站、名录专业的信息公司、经贸资讯机构、国际性的行业信息情报机构、市场研究等机构，这样的网站都是服务性非常强的网站，常为业内人士提供行业公司目录、区域公司目录、进口商等数据库，有的还以光盘、书籍、在线购买使用形式出售。这里建议你在搜索时要注意灵活使用关键词，注意尝试使用产品的其它名字来组合查询，如买可以用采购，求购，购买，进口等代替，然后再用英文搜，如buy, purchase, import, need等词组合产品的不同名称来查找。3.哪里的数据也比不上有关海关官网上的数据。通常海关一些相关guanfangwangzhan都有一些数据提供，海关数据之所以是外贸人最想得到的数据，是因为海关数据提供的全部是A类客户，这种数据无疑是中国出口企业开发国际市场过程中不可多得的情报信息，这些数据里面包含大量的进口商、出口商、进口量、发货港口、抵达港口等相关信息。4.国际快递公司。这里也能收集到很多外汇、交单的银行记录、报关公司的记录、货代的单据、海关数据，当然这需要人情或者金钱。其实还有很多地方很多途径都能得到行业数据，想得到数据一定要有钻研的精神，互联网对人都是公平的，就看谁认真了。

二、如何用数据分析市场有了数据后，怎么分析数据，开发市场才是最重要的。首先，必须要确定的是，数据中的客户都是真实有效的，都是从原始的报关单、提单中提炼出的数据信息，由此可推断该企业购买过的相关产品，因此他们就是潜在客户。这个确定好之后，然后就是分析数据中包含的交易时间、数量、金额，那么我们就可以通过这些信息来初步判断采购商的企业规模，采购周期，频率等等，然后将这些信息与自己企业的生产能力进行匹配，找到适合自己的采购商。但在

使用数据的过程中，一定要注意以下几点：1. 供求产品匹配。这里有个重要信息你一定要了解，就是国际统一HS编码为前6位，后几位各国统计方法不同，因此必须确认将当地编码与国内编码相对应，精准查找，万一搞错了，最后出现大错误就麻烦了。2. 采购商的大小，采购习惯，采购周期等是非常重要的。例如，在采购商周期方面，德国一般会在7、8、9月轮休，而法国则在7月最后一个星期至8月，几乎全放假，意大利则会在8月1日至9月3日放假，罗马尼亚每年有一个月的年假假期，而每年12月7日开始为中东的新年假期。在此期间，大部分公司及政府部门将会放假。所以这个一定要了解清楚，不要在人家休假时打扰人家。除了时间，还要了解各国人的性格，如俄罗斯人在人际交往中，热情、豪放、勇敢、耿直，美国人在跟人打交道时，随和友善，容易接近。城府不深，喜欢幽默，但自尊心很强，比较好胜，所以要注意分寸。3. 竞争对手的分析。外贸是一个竞争力非常强的行业，所以与对手竞争时，一定要知己知彼。

所以我们要通过提单数据中买卖双方一一对应的具体数据信息，判断竞争对手的走货日期，量金，成交方式等等，然后再做决定。4. 根据采购商公司名在各大搜索引擎搜索其官网及联系方式。至于具体的联系过程就要看业务员水平与公司产品是否能够满足对方的要求了，在这里不再赘述。三、生成分析报表

月度走势分析：外贸不是路边摊，对用客分析的越深，了解的信息越多，成功率就越高，老外贸人都会通过分析某一海外市场在某一时间段内的进口月度走势，掌握当地市场采购规律，然后再结合时

事政治，当地政策法规等条件综合分析市场行情，根据市场淡旺季来安排生产加工，从而规避风险，节约库存成本。

采购商排名分析：汇总所有的数据，将需求时间段内，进口该种产品的企业按照进口金额进行排名，这能直接反映出当地采购商梯队、各公司采购商量金以及占比情况，然后再结合本公司的生产能力来挑选适合的采购商。

事政治，当地政策法规等条件综合分析市场行情，根据市场淡旺季来安排生产加工，从而规避风险，节约库存成本。

采购商排名分析：汇总所有的数据，将需求时间段内，进口该种产品的企业按照进口金额进行排名，这能直接反映出当地采购商梯队、各公司采购商量金以及占比情况，然后再结合本公司的生产能力来挑选适合的采购商。

供应商排名分析：将出口到该国市场的供应商们按金额排名，这样能直观反映竞争对手的情况。

供应国排名分析：随着中国经济的发展，中国的商品近些年走遍了世界，全世界几乎所有的地方都有made in china的商品，所以这方面的数据应该很多，业务员可以通过我国产品在供应国占比排名做分析，侧面反映该国对中国产品的接受程度。对于排名靠后的地区和国家，无疑是一把双刃剑，一方面可能由于产品附加值等因素影响;但从另一角度上来看，也可看做是中国产品在当地的市場还没有完全打开，有非常大的潜在开发空间。

进出口岸与运输方式分析：产品不是签了订单就完事，所以在推广产品的时候一定要考虑后期的事情。成熟的业务中都会结合采购商的地理位置，了解采购商运输习惯，合理安排运输。在大数据时代，面对庞大的数据，不能简单的认为通过数据就可以谈成客户，更不是通过一通电话，一封邮件就能简单的确认对方所有信息的真实性，所以常常看到有些人根据数据，找到采购商电话、邮箱，千篇一律的发开发信，在得不到回复后，就认为数据无用，这是很不负责任的做法。数据分析过程其实也是一个找规律的过程，越深入越发现奥妙无穷，离订单就越近。