

## 外贸干货：为什么询盘总是不能成单？

产品名称	外贸干货：为什么询盘总是不能成单？
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

有的人询盘不少，但却极少成单，为什么？其实从询盘到订单，看似只有一步之遥，但这一步背后包含了许多细节关注与服务。一、原因分析：很多客户只询价，不下单，这是很正常的，如果他们不询价或一次询价就下订单，倒真的要小心了！（外贸风险时时存在！不要初生牛犊不怕虎！还是谨慎为好！）除此之外，可以自己分析以下原因：1. 你公司（包括你自己）给客户的信誉度如何？2. 你的产品报价的价位（与市场行情差价相比）如何？3. 你的商贸语言及技巧如何（是否会产生误解或含糊不清？）4. 你可以把自己发出去的传真、电子邮件换个角度看一看？（如果你是买家，你愿不愿意接受去看？）将询盘转化为真实订单：下面是一个较好的回复询盘样本。Dear buyer: It is good to hear from you again. You inquired about my bamboo baskets on September XX, XXXX. I sent you a company catalog at that time. I can send you a second catalog if you need? You are not the only importer in Brazil that has asked us about bamboo baskets. I have also received inquiries from ABC company, Universal Co Ltd in Brazil, but they always inquired another kind of baskets. I will introduce this kind of basket for you if you need. Would you like me to help you by making a special sample for you Brazil market? We are a professional bamboo products manufacturer with 14 years experiences in China, offering over 1500 various kinds of bamboo products and monthly output up to 5 millions pieces. We are the best manufacturer that you can trust in China. The details for the product (as the attached photo) you inquired as following: FOB XXX, Min. Order: 2000, Price: USD1.80/pc, Delivery Time: 30 days after the receipt of send you a sample with catalog together. I look forward to see your reply! 点评一下这封邮件：1. 给买家提供最初查询您产品的回忆参考点。这样有助于买家回忆起他是在什么时候，通过什么方式，对什么产品产生了什么样的兴趣或问题。因为固有的熟悉感会增加买家与您合作的兴趣与信任。买家一天中会发出许多查询，如果您的回复与其它回复相比无任何出众地方，只能陷于一大堆无聊的产品报价，不会吸引买家。这种回忆的参考点有时间，事件或对象等。在本例中，供货商使用的是时间和事件：“您在xx年9月15日曾向我们查询过竹篮，那时我们曾寄过公司目录给您”。2. 给买家适当的增加些许压力。目的在于促进买家回复的速度与认真程度，有些目的甚至在于迫使买家不得不进行采购行为。在本例中，供货商告诉买家你的竞争对手或同行正在与我取得联系，并且我一直协助你的同行抢占你的巴西市场。如果供货商原先的合作客户是A级买家，那么对这位新买家就具有带动作用；如果是同级，这位新买家就

会更加迫切的进入竞争状态中来。当然你不能告诉你的买家“我们原先一直和比你规模小的买家合作”，这样会使他觉得对你的信心不足。原句是：“您并不是巴西唯一向我们查询过竹篮的进口商，我们也曾收到来自巴西ABC, Universal等的进口商的查询”。

3. 企业介绍与实力规模证明。告诉买家作为供货商你是做什么产品的？你能做到如何？买家凭什么完全的相信你？在本例中，供货商用一系列数据证明了自己的规模与实力，如：“十四年专业竹制品经验”、“提供超过1500种多样的竹制品”、“月产量达五百万个”。

4. 切记服务理念。不是我要向你索取什么，而是我能为你做什么。在本例中，供货商热忱与负责的服务态度使买家能够感受到与其合作的良好基础。如：“如您需要我可再寄一次（目录）给您”、“如您有需要，我可以向您介绍那一类的竹篮”、“您是否希望我为您的巴西市场做些特别的样品给您？”

5. 样本传送。不寄样本行不行？行！网络沟通无极限，虽说样品不能电子传送，但样本总归是能够电子传送吧，而且方便，快捷，成本较低。我们说不仅是回复时可以传送样本，而且平时就应该使用这种方式做推广。在本例中，加上上面附的图和后来附的数据，就是一个完整的产品样本。如果你还有其它样品可以推荐，也完全可以一并附上。

6. 记住：吸引买家回复你的回复。本例是如何做到的呢？

A. 我可以再寄样本给您，如果您回复我  
B. 我可以向您介绍您的同行采购的那种产品，如果您回复我  
C. 我可以为您做些特别的样品，如果您回复我  
D. 如果您想知道1500种样品如何，我可以向您介绍，如果您回复我  
E. 如果您想要样品，请回复我  
F. 期待尽快收到您的回复

一封完整的感谢信：感谢+公司介绍+负责人的签字或署名！

二、细节服务：你给客户的细节服务是否让客户满意！

1. 你的行业出口量和前景。本行业内各个企业报价的平均水平和报价趋势，你的产品质量在国内同类产品属于哪个水平面（高中低），以达到报价的正确性。

2. 在我每一个报价和寄样后都必须请求客人有回馈的过程。对价格和质量以及其它问题的意见，大部分都有回复。

3. 在来往邮件中，尽量注意语言的专业性和针对性。

4. 让内行的客人看到你的邮件就知道你是此行业内的熟手。

5. 开发一个新客人的周期是半年到一年，特别是在网络上。别老是去想客人什么时候下单，而是先交朋友，交换有价值的信息和意见。

6. 现在做外贸的人越来越多，竞争也越来越厉害。故特别注意服务，同时也要经常学习，避免出错。

三、区分真假买家：

1. 首先将客人谈判的细节详细记录下来，先判断此客户的购买欲有多强，也就是说，要区分清楚他是“真的买家”还是“打听行情的买家”。有的客户其实他已经有长期稳定的供货商，他其实只是把你当报价的参照物罢了，要特别小心这类客户。对这类客户，我个人的意见：不但不要报价，连数据都不要给。因为在这样的客户身上花费太多的时间精力不值。我不否认也有“精诚所至，金石为开”的客户，但以我做外贸的经验，骗价格骗样品、资料的客户太多，不值得追捧。

2. 关于真假买家，可以通过交谈（面谈、电话、传真、EMAIL）来辨别。真还是假？行家还是生手？只要问他几个关键性的问题，比如：产品的规格、技术参数，希望接受的价位，打算订购的数量，做什么品牌，该品牌在当地是否有影响力，和中国的哪些企业有过生意往来，和中国做生意有多长时间等等，通过这些大致可以区分出客户的真与假，实与虚，大与小。

3. 从外商提供的名片也可以判断客户的实力。如：公司所处该城市的地段，有几条电话线、传真线，有没有自己的网站，是零售商、批发商还是进口商？在当地是否代理过一些zhuming的品牌等等。

总结做外贸其实就是做服务，谁的服务好，谁就能赢得客户，好的服务才能开发并维持长久的客户。服务好包括如下几方面：

A、对客户的任何信息要及时响应并回复：对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但切不可啰嗦。

B、报价恰如其分，不能过低，也不能过高；好东西不能贱卖，普通的产品不要报高。因为客户往往会从你的报价来判断你的诚实性，并同时判断你对产品的熟悉程度；如果一个非常简单普通的产品你报一个远离市场的价位，这说明你的诚实性不够，你根本不懂这一行，自然而然别人会对你的传真不屑一顾。