

外贸干货：外贸沟通询盘的五步骤流程

产品名称	外贸干货：外贸沟通询盘的五步骤流程
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

大家经常搜索各种外贸技巧、干货，其实各位不仅仅着眼于某个环节的小细节，更应该有“宏观”的思考。通过流程化与步骤来梳理外贸工作，是外贸业务中一个非常必要的环节。今天在这按照一般的回复流程，教你一步一步在询盘上拉近与客户的距离。特别是对于外贸新人，看到就是赚到！第一步：辨别客户身份俗话说看什么人说什么话，这是做生意的战术！而海外买家中，有大买家，也有小买家，主要可分为工厂(原料采购)、贸易商、中间商、终端销售、资本货采购商、个人消费者和其它。对于外贸新手而言，好不容易收到1条询盘，必须先从该询盘中获取有效信息，看清楚给你发询盘的人是个什么level的，什么类型的，对你juedui有利无害。如果是个Manager，你就得注意了，身份不对等没事，关键人家Manager没空和你瞎扯淡，因此在回复你要做得周到细致得让他竖起大拇指！他想要的信息一定得满足，而且zuihao能给足200%，把他没想到的部分也给上，比如人家问你price，你把shipping啥的都给上那就完美，Manager一高兴，好，订单就给你了。第二步：明确买家需求先理解后报价：对买家的询盘做详细分析，勿急勿躁，快回复不一定能抓住买家的心只有优质回复才行。不问已经告知的问题：仔细看询盘内容，千万不要再问对方已经告诉你的信息。帮买家多走一步：换位思考，思考买家在什么场景问你这个问题，换做你，希望得到什么样的答复。这里给大家贴一些真实采购商在我们后台反馈的问题：It seems that sellers do not read the buying post carefully or choose to ignore requirements. I was spammed with offers which did not meet my requirements at all and I clearly described my requirements.*卖家似乎不仔细看我的询盘要求，那么多乱七八糟的报价把我淹死了也找不到一个按照要求写的*The replies are not even close to what I am requesting. I am angry about this.*回复根本不是我想要的，我很生气*You people pay no attention whatsoever as to what I requested. Nor do you reply to specific requests as per my recent e-mail to Bill Xu. You are about as useful as a cockroach in a kitchen*你们的人根本不关注我索要的是什么信息，你们就像厨房的蟑螂一样无用*The companies are not reading what I need correctly. Not even looking at my website I sent for clarification.*这些公司都不仔细看 I 写了什么，也不看我的网站来明确我的意思*理解是沟通的基础，仔细看懂询盘的问题和需求比及时回复更重要。第三步：解析买家询盘信息明确买家需求之后，第三步我们要做的是对这条询盘进行分解。千万不要着急，急着回复觉得买家一定会为你的快速回复买单，其实不然。勿急勿躁，真正花点时间静下来好好分析下买家的询盘，再提笔回复他。下面汇总了一些买家的询盘中可能提到的需求分类：1. 目标价格 2. MOQ(最小起订量) 3. OEM/ODM 4. 是否允许寄样 5. 颜色/尺寸等产品额外要求 6. 语言问题(是

否需要支持其他语种，尤其是产品说明书)7.出口经验要求 8.证类 9.付款方式 10.物流问题 11.

公司资质要求针对报价这块，建议如下：(1)当买家询问的产品较多的时候，zuihao列一个excel表格给买家，这样买家一目了然。(2)当买家给出的价格低于你的成本价时候，不要气馁，用专业度和诚恳打动对方。在你无法再降价的时候，是不是就觉得这个买家肯定不会要你的而是选择更低价的那家供应商。不然，在这种时候，要对自己的产品有信心，当然你也得非常知道自己产品的优势在哪里。若你想说服买家，需要拿出各种论据，告知买家市场上此类产品有多少类型，每种价位如何，A价位的原因是什么？B价位的原因是什么？而你给自己产品定价为C价位的原因是什么？看看有没有什么数据可以支持你的观点，例如原材料行情等。所以这类询盘报价的前提是你对自己的产品非常熟悉和自信。(3)是否需要降价？当买家说你的产品价格太高的时候，你是否需要降价来满足他？这个要看，有些国家买家会觉得一旦你降价之后，可能会在质量上减分，如果是这样他们是不会和你合作的。这样的時候，需更抓住机会把握买家，以产品和工厂实力来传递你的实力。可以安排实地看厂，或者直接把你的产品图片，产品操作视频或者工厂图片、工厂视频拍摄传给买家。针对寄样，建议如下：(1)如果客户第一封信就问你样品，zuihao考虑清楚再给予回复。这个买家是否只是想要一个样品罢了，之前有和你咨询过非常专业的产品信息，是否有强烈的购买欲望？此类客户可以选择不寄。但是若买家说愿意付快递费，也可以考虑，没那么多ipin买家只为了一个样品而付快递费的，是否真的是想要样品来测试下产品质量。或者咱们也可以建议先拍照，或者拍摄产品视频传给买家去看，等确实满意之后再决定。当然，若贵公司确实较为雄厚，也可不错过任何贸易机会。(2)买家觉得你寄送的样品较差之前沟通都不错，而一旦寄样之后，买家觉得可能样品较差的时候该怎么把握卖家呢？首先需要明确是你的产品本身的质量问题，还是说样品在运输过程中导致破损。如果是前者试着和买家谈判是否哪一方可以做妥协，而如果是后者则建议再次寄样或者和买家解释清楚，拍前后照片给买家，赢取买家信任。第四步：着手回复询盘第四步其实是最关键的一步，拿到询盘的激动，分析询盘的仔细，回复询盘时候就显得异常紧张了，因为之前你所有步骤的努力就靠这一步来传递了，成败在此一举，加油！回复询盘时候需要关注以下几点：1. 查看是否明确买家目的2. 检查邮件语言是否啰嗦3. 查看回复内容结构是否完整4. 价格和产品是否已经考虑同行竞争5. 是否主动推进，并留给买家再次回复形成互动的空间6. 你的产品行业专业度够了吗？7. 一个询盘究竟多久回复较合适8. 如何写邮件标题自家优势可以体现在以下几点：1、发货期快2、价格有juedui的优势3、有多年生产或外贸经验4、有参加买家当地的展会，或业内zhiming展会，5、有自己的研发团队6、有跟zhiming品牌或企业合作7、有证，品质有保证8、提供OEM,个性化定制服务Q:一个询盘究竟多久回复较合适？A:这里想要对供应商朋友们提个建议，尤其是比较初级的卖家，建议养成工作日查看邮件的形式，建议询盘在24-48小时内回复较好，不超过3天。买家询盘时效需求：1. 希望卖家快速回复：24小时/48小时，至少3天内回复，不然3天后可能已经找到其他卖家了。2. 更愿意选择在线的沟通方式3. 希望平台直接规定卖家必须3天内回复卖家如何优化：1. 尽可能24小时回复外贸邮件和询盘2. 用自己个人邮箱没关系，但是得记得邮箱同步啊3. 常登陆更新查看(一周两次总得有吧)4. 绑定移动通讯工具，及时联系邮件的标题也非常重要，以下列举几个注意事项：1. 邮件标题用客户名称与供应商名称譬如: To David McIntyre from Kevin Wang, 或者 To JC Penny from Blue Sun Company. To... From...结构的邮件标题，可以让买家清晰看到这个邮件的接收人与发件人，此外如果是回复询盘的邮件小编倒是不建议更改太多标题内容，买家对自己发的询盘多少有点印象。2. 邮件标题用产品报价譬如: Preferential quotation for Model 123 at the price of US\$8.99 FOB Yantian 这个标题清晰明了，买家一看就知道某一种型号产品的具体报价。但是当产品型号非常长的时候，需要小心了，可以调整否则容易被服务器当做垃圾邮件过滤掉。3. 邮件标题用客户求购的产品名称譬如：Model 123 digital photo frame in European Market, 或者 Product catalog of digital photo frames with patented designs这个邮件标题既能够突显买家查询的产品类型，也能突出自己产品的优势。第五步：后期跟进以上只是初次询盘的回复，那么回复发完之后外贸员是否就坐享其成了呢？不然，订单可没这么快到手哦，所以我们后续的跟进也非常重要。是不是买家在3天内回复你才是代表你就有戏了？其实不然，只能说明老外有及时查看邮件的习惯。但是，不乏一些国家的买家自己平时非常忙，尤其如果前期买家已经和你沟通了许多，贸易也走了很多环节的时候，千万不要着急，这么长时间的沟通后，客户应该不会轻易推翻一切重来。买家不回复你可能是没有及时打开邮箱，或者暂时比较忙安排其它事情优先，这种情况下建议是对客户表示理解，建议如果长期没收到可再发一封信问一下邮件没有收到答复是不是其它事情比较忙，或者真的就被系统过滤了也不一定，可在信里告诉卖家你会继续等候客户的进一步消息，如果只顾催单反而可能有反作用，过犹不及！来源于外贸营销俱乐部、外贸知识课堂的综合梳理