

外贸干货：分析询盘信息从哪里入手？

产品名称	外贸干货：分析询盘信息从哪里入手？
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

1、询盘内容

第一次收到某客户的询盘信息，看了询盘内容之后，业务员需要在心里有一个大致的判断，比如“这个询盘信息的质量怎么样？”“这个客户是不是有实单的？”“成交的可能性有多大？”……那么，单从询盘信息的内容来看，具体应该怎么分析呢？

情况一：当客户在询盘信息中给出了要报价的具体数量、具体要求时，十有八九是有实单的。对待这种询盘信息，业务员要特别重视，需要通过客户留下的信息，进一步分析客户，判断客户潜力，然后制定相应的跟进策略。

情况二：当客户以模板式的问法“ I ’ m interested in your product x x x , I would like more details (我对你的产品 x x x 感兴趣，我想知道更多细节) ” 开头时，虽然询盘质量不如情况一中的询盘质量，但并不代表客户一定没有实单，这时，业务员需要一步步引导客户，通过沟通得出最终的判断结论。

对待这种询盘信息，业务员首先要判断这个客户到底是以个人的名义还是以公司的名义进行询价的。如果是公司的名义，那询盘质量就升一级，若能找到对方公司的网站或其他社交平台账号，则可以作出更进一步的分析。

分析的目的，一是对现有询盘信息作出大致的判断，制定回复策略和后续的跟进策略；二是预测客户的潜力值，为促成合作做好规划。

情况三：当客户没有在询盘信息中提出具体需求，也没有针对某款产品询问更多细节，而是详细地介绍了自己的公司，或者介绍了自己经常采购的产品种类时，那么，他极有可能在寻找备用供应商。对待这种询盘信息，业务员要有足够的耐心，做好打持久战的准备。

这类客户通常会采用群发的形式联系很多供应商，从中选出自己初步满意的，再通过样品、试单，来判断被选中的供应商是否符合自己的要求，优中选优。

情况四：当客户在询盘信息中要求报价的数量极其惊人时，对方很可能并没有实质性的订单，即他所报的数量是虚构的，或者是有水分的。对待这种询盘信息，业务员首先要冷静，不能因为对方所报的数量很大，就立刻给出一个最低价。

就算这类客户有实质性的订单，价格也会是他考虑是否下单的主要因素，倘若业务员一开始就断了自己而降价上的后路，丧失了谈判的主动权，那么极有可能在后续的谈判中被客户牵着鼻子走。

当然，以上只是列举了几种常见的情况。客户发起询盘时，肯定带有一定的目的，或者是有实单，或者只是纯粹地问问价格。

业务员收到询盘信息后，不要只是为了促成这一个订单而迅速回复客户，最好了解一下客户询盘背后的动机，尝试通过此次询盘挖掘更多有价值的信息，判断客户成为“回头客”的可能。

2、邮箱后缀

怎么判断客户是否具有长远价值呢？这里给大家介绍一个最简单的方法，那就是看客户的邮箱后缀。虽然只是一个简简单单的邮箱后缀，却能帮助我们获取不少信息。

首先，若邮箱以公司域名为后缀，业务员就可以轻松地找到客户的公司网站，很多客户会在公司网站上附上本公司其他社交平台的主页链接，一个个点击进去，就能对该公司的背景进行全面的了解，这将在后续的谈判和跟进中起到至关重要的作用。

其次，邮箱后缀可以告诉我们，这个客户到底是在以个人名义谈合作，还是在以公司名义谈合作。当然，也不排除某公司的员工使用个人邮箱进行工作沟通的情况。

总之，通过沟通和了解，若对方背靠的是一家公司，该公司实力的强弱和对卖家所售产品的需求量就决定了以后可能会有的合作的广度和深度。

若对方是私人买家，买卖就很有可能是一次性的。

做生意，想要长久获利，就得长期合作，相比较而言，公司比个人更可靠，且更具价值。

3、客户信息

有时候，客户可能会在询盘沟通中不经意地透露一些个人和公司信息，比如他可能会说：“My name is x x, I'm a Technical Manager from x x company in Australia. (我的名字是 x x，我是一个来自澳大利亚 x x 公司的技术经理。)”通过这句话，业务员可以了解到客户的姓名、职位和其所属公司的名称，那么，接下来就可以通过这句看似简单的自我介绍，结合强大的谷歌搜索，挖掘和分析更多有价值的内容。

首先，客户说自己是 Technical Manager (技术经理)，这意味着他在技术上是很专业的，沟通产品的技术细节时，不会出现一知半解的情况，因此，业务员在与他打交道的过程中，不要试图耍小聪明，尤其是在谈到产品的技术原理时，要表现得专业、负责，不能让客户觉得你是一个什么都不懂的“门外汉”。

其次，既然客户的职位是技术经理，那在选择合作伙伴的问题上，他就拥有一定的决策权，他与谁沟通得最顺畅，谁给他的感觉最好，谁的服务最令他满意，谁就会最终胜出，成为他的合作对象。

再次，可以深入了解一下这个客户有没有其他社交账号。我曾经合作过一个英国客户，在询盘沟通过程中，他告诉我，他是一个工程师，后来，我通过他的邮箱地址，查到了他的个人网站，上面有很多他自己做的工程视频，以这些工程视频中的内容为切入点，我成功地给他推荐了适合他的产品。

最后，可以根据客户所在的国家，筛选在同地区较受欢迎的产品进行推荐，使用客户给出的公司名称，了解该公司的规模和主营业务范围等。

总之，看到客户的询盘信息之后，业务员不要急着回复，先根据客户给出的有限信息，挖掘更多有价值的内容，做好准备再进入沟通，切忌顾此失彼、错失良机。

4、客户签名

很多客户习惯在询盘信息中附上个人签名，内容包括名字、职位、公司、邮箱等，有的还会加上所属公司的网站链接，这些信息帮业务员节省了不少时间，因为只需要将它们复制下来，去谷歌上搜索一下，就可以获得大量信息。

但是，往往越是简单的事情，越没有人愿意去做。获取信息的重要性，前文中已多次提到，这里，我只强调一点，那就是做业务员千万不能犯懒，不然会错失很多原本有希望达成合作的机会。

另外，我想提醒大家一点，对于客户留下的信息，业务员一定要逐一确认和分析，一是看看能不能找到一些对后续谈判有帮助的信息，二是查查这个客户是不是真实存在。

很多业务员都有收到垃圾询盘信息的经历，事实上，有部分垃圾询盘信息，在个人签名上是下过功夫的，编造了很多优质资料，让你看到后眼前一亮，遇到这种情况，如果不进行调查，业务员很容易被糊弄过去，浪费沟通的时间和精力。