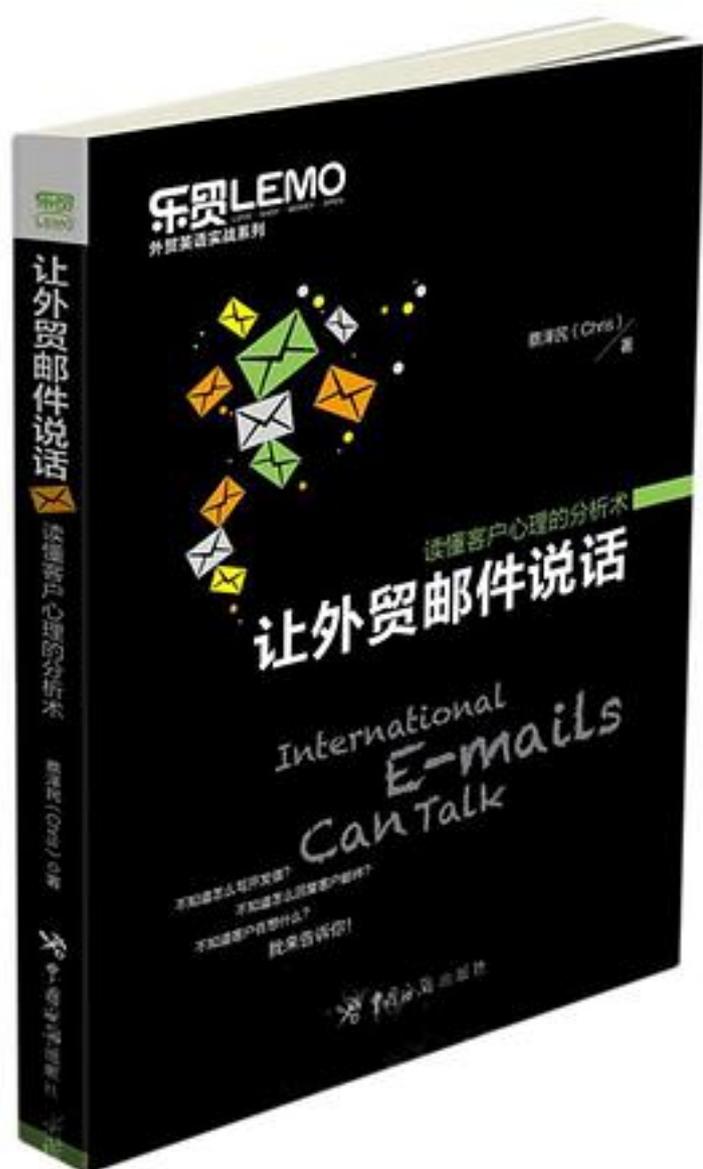


让外贸邮件说话



[让外贸邮件说话_下载链接1](#)

著者:蔡泽明

出版者:中国海关出版社

出版时间:2016-12-1

装帧:平装

蔡泽民著的《让外贸邮件说话(读懂客户心理的分析术)/外贸英语实战系列》一书主要的读者是广大刚进入外贸领域的新人，以及在邮件开发、邮件回复等方面遇到瓶颈的外贸“老鸟”，希望在外贸人遇到同样问题的时候可以给大家在思路提供借鉴，让大家的条理更清晰，表达更到位，把控更全面，进而规避谈判中的风险，把握客户心理，提高订单成交率。

作者介绍:

蔡泽民，Chris，“80后”，福步热帖作者，有多年外贸从业经验，在B2B平台开发客户有独到的心得，擅长询盘、客户邮件分析，价格谈判等，是福步论坛、外贸圈备受推崇的外贸达人。

目录: 第一章 E时代外贸的中枢——邮件

第一节 邮件——展会的最佳助攻

一、邮件邀请——展会准备必不可少的工作

二、邮件确认和补充——辅助面对面的沟通

三、展会后的跟踪是争取合作的关键

第二节 开发客户，邮件是永恒的主题

一、邮件——网络时代节约、高效开发客户的首选工具

二、邮箱是e海里唯一的身份标志

三、邮件改变了业务员被动等待的宿命

四、邮件开发的优势

第三节 B2B与邮件的密不可分

一、B2B的产生与现状

二、免费B2B——不花钱的引流工具

三、B2B——产品网络市场的展位

四、邮件全面展演B2B外贸中的产品与服务

五、邮件水平的高低决定订单走向

第二章 外贸人如何在行业不景气的情况下抢占商机

第一节 推荐产品型号的精与巧

一、推荐产品要“精”

二、推荐产品要“巧”

第二节 主动制造“分歧”寻求希望

第三节 用海量的知识储备勾起客户关注的欲望，突破零回复

一、客户为什么不理我

二、如何与客户保持良好的沟通

第四节 信任感来源于专业，只有成熟的心态才会拥有专业的形象

一、珍惜客户的每一句话，每一个眼神，每一个期望

二、永远不要有“大客户”和“小客户”之分

三、永远保持激情，保持耐心

四、永远保持感恩的心

第五节 从生意伙伴发展到朋友才是最完美的生意

一、坚持一定会有回报

二、是我的，终归是我的

三、为朋友，有泪不轻弹

四、互相理解，互相祝福

第六节 听客户七分意思，给客户十分服务

一、I think it's OK

- 二、Is it possible that you can reduce the MOQ
- 三、I am waiting for my client's reply
- 四、Have you sold to EU before
- 五、If not, I have to find some one else
- 六、Your price is nearly my landed price now
- 七、How about air shipping

第三章 用不一样的思维找客户——Chris的开发信秘诀

第一节 如何让客户在茫茫人海之中多看你一眼

- 一、邮件标题
- 二、邮件形式
- 三、关键人物
- 四、邮件的语气和节奏
- 五、不同国家客户的邮件习惯
- 六、多语言
- 七、时差因素

第二节 如何写开发信报价

- 一、Chris的开发信
- 二、开发信要注意的问题
- 三、开发信的发送时间及客户习惯
- 四、如何巧用邮件签名让客户印象深刻
- 五、不同情况下的邮件措辞如何把握

第三节 来自身边的案例

案例一 卫浴产品关于配件 (accessory) 的一个小问题

案例二 由货盘 (pallets) 展开的服务意识问题

案例三 太阳镜的问题

第四节 邮件风格塑造

- 一、邮件第一阶段——用简洁的文字清楚详尽地描述
- 二、邮件提高阶段——学习客户风格，模仿客户用词，尊重客户习惯
- 三、邮件高级阶段——结合自己的性格塑造出属于自己的邮件风格
- 四、形成个人邮件风格，促进业务达成

第四章 精准把握客户心理，高效成交订单

第一节 从邮件分析客户性格——经典RAZOR的故事

- 一、询盘分析
- 二、客户回复报价
- 三、外力影响怎么处理
- 四、客户付样品费
- 五、HelloChris
- 六、回复样品问题
- 七、客户初步确定款号 (ACTUALSTAGE)
- 八、回复客户对样品的评价——化腐朽为神奇
- 九、客户不同意起订量
- 十、回复起订量问题
- 十一、报价
- 十二、价格谈判
- 十三、付款方式
- 十四、确定价格

第二节 如何赢得陌生客户的信赖感——来自TradeManager的询盘

- 一、来自小水滴的询价
- 二、线上到线下的转变——在线沟通转到邮件沟通
- 三、样品PI
- 四、MOQ&包装方式的确认
- 五、给客户的选择题
- 六、剧情反转，客户选择自己做包装

第三节 巧妙处理订单问题——欧洲大买家来访

- 一、欧洲客户专业的Enquiry
- 二、确定来访时间
- 三、正式会面
- 四、按客户要求采购
- 五、正式报价
- 六、样品
- 七、欧式还价
- 八、价格回复
- 九、Proforma Invoice
- 十、付款户名错误
- 十一、包装袋印刷错误
- 十二、印刷问题解决

第四节 完美分析客户的情感诉求——不一样的中东客户

- 一、询盘价值分析
- 二、报价回复
- 三、详细回复
- 四、样品清单
- 五、在发样以前讨论MOQ
- 六、最直接的样品反馈
- 七、报价
- 八、中东式还价
- 九、接受价格
- 十、水单和返单

第五节 友谊的魅力——与一位76岁高龄买家合作的难忘经历

- 一、询盘价值分析
 - 二、报价
 - 三、客户主动电话沟通
 - 四、选中款式
 - 五、快递费的谈判
 - 六、主动申请免快递费
 - 七、收到样品以及样品反馈
 - 八、确定价格
 - 九、接受价格确定订单
 - 十、除了生意，还有友谊
 - 十一、最美的结局
- • • • • [\(收起\)](#)

[让外贸邮件说话_下载链接1](#)

标签

外贸

商务谈判

邮件

英语

B2B

专业技能

2018

评论

最后一个实际案例，说得还行。

有点启发的

[让外贸邮件说话 下载链接1](#)

书评

[让外贸邮件说话 下载链接1](#)