

关于网上开发客户的几点体会与注意点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E5_85_B3_E4_BA_8E_E7_BD_91_E4_c28_33854.htm

1、第一阶段：筛选询问信函 -将询问信函分类，不要收信就回，我们可将信件依可能性分为几类？ a.有称呼的询问信-这是比较仔细，有礼貌的客人，会一一打上收信人的称呼。 b.有提起询问产品的信 -至少他很明白的告诉你他对你的什么产品感兴趣。 c.简单介绍他们公司背景的 -表示他有心引起你的兴趣，愿意多让你知道他一点。 上述这类信函，发信的人比较用心，至少他会对你的回复又反应。可以列入回信的目标客户。 a.没有称谓也没有提到产品名称，只是告诉你对你公司有兴趣的。 标准格式，一定是乱撒询问信的，你只是他碰撞到的其中之一而已。 b.一开始就要你寄报价单和样品。 这种人八成没做过生意，那有一开始就要样品的。 c.任何不情的要求，如给邀请函，投资讯息，合作信息等等。 这有很多是第三世界的刚出道做生意的朋友，如果你只是一个职员，你无法为公司做任何决定，还是不要浪费这个时间。这会添麻烦而已。 第一个阶段大约可以筛选出30%的潜在目标客户，其他的如果觉得弃之可惜，可以放在最后，当练习的目标吧。

2、第二阶段：回复询问信函 -筛选出来的客人，不要马上依他的要求发报价单或目录给他，可以立即回复一封反询问信函，表示你已收到对方来信，但有些不明白的地方，有关产品，款式，才质，数量等需求的了解都可以问，甚至问他的市场，及公司的性质，告诉客人，这有助于你向他推荐你们的产品。回信时，如果知道客人的first name，可以称呼对方的名字，或是MR.姓

。这个动作是增加顾客得回复率，制造多一点的机会与客人互动。这个动作很重要，表示他们如果在第一阶段已经获得他们要的讯息，他就不会回你，如果他回了，那么你下一个报价的动作，成功率就会高一点。

3、第三阶段：报价-报价给有回复的客人，但在报价的阶段至少要对客人有20%的了解。包括客人是那儿的？买什么东西？批发商，还是零售商？如果能告诉你他经常购买的量更好。报价时，请客人不管价格可否接受，都能回复给你，因为这有助于你明白你是否还有地方需要改进（这里要尽量委婉，不是谄媚），如果对方是要找工厂，你可以随报价单附上部分工厂的照片，自己有网页的可邀请客人浏览你得网站，让他更了解你们的产品与规模也是必要的。

4、第四阶段：客人接到报价单有回复并索取样品，可以衡量自己公司的规定回复客人，尽量提到要样品费，或是可提供免费样品，但对方必须付运费，以了解客人的诚意度。通常能依这个程序走到第四阶段，那么客人的成功率就会很高，我们的同仁们大部分都是依这个程序跟客人交流，评估下来，大概的成功率有50%，但是由于客人对我们而言都太小了，所以多半我们只是借以了解市场罢了。网上与未见面或还没成交的客人交流，有些忌讳是必须要避免的。绝对不要跟客人以MSN或ICQ的方式交流，因为如果没见过面以这种方式交流，很容易造成不必要的表错情或轻率，导致客人流失。国内的贸易起步较晚，又正逢E时代的来临，很多进入这个行业的年轻人，应用互联网非常得心应手，因此他们的交流方式已逐渐的E世代化，随意，随性，尽情挥洒感情，但是这在国际贸易的领域里，是完全不一样的。生意是现实的，是残酷的，容易来，容易去的资讯时

代，仍旧需要用心去细细体会，得来不应纯属偶然，失去也不是必然。大家如果不能明白互联网只是一个工具，不是生意的全部。很容易在每次败阵下来的挫折感中失去自己。折刹了年轻的羽翼，是何等可惜的事。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com