

工厂出海增长工具箱

7 份服务页专属资料：获客、销售、AI、品牌、国别、系统和供应链核验。

适合中国工厂老板、外贸负责人、市场和销售团队、供应链与采购负责人。

合集包含

1. 工厂出海获客作战手册 — 从买家画像、英文官网到 LinkedIn 精准询盘
2. 海外销售体系搭建清单 — 客户分层、跟进节点、话术训练与 CRM 管理
3. AI 外贸增长落地路线图 — 从线索研究、客户评级到邮件与 CRM 自动化
4. 工厂海外品牌建设清单 — 定位、证据、内容与跨境一致性
5. 国别市场进入检查表 — 市场筛选、准入合规、客户地图与 90 天验证
6. AI 增长系统实施蓝图 — 数据、模型、工作流、治理和管理看板
7. 中国供应商核验手册 — 实体、能力、质量、报价、付款与持续监控

如何使用这套工具箱

建议先选择当前最影响业务的一项：没有询盘先看获客，询盘接不住先看销售，重复工作过多先看 AI，买家不信任先看品牌，市场不确定先看国别，供应商不确定先看核验。

每份资料都可以独立使用，也可以组合成一次完整的出海诊断。

工厂出海获客作战手册

从买家画像、英文官网到 LinkedIn 精准询盘

适用：有官网/展会/平台，但询盘不稳定、质量不高的中国工厂

把“有流量没询盘”拆成 12 项可检查动作。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

把“有流量没询盘”拆成 12 项可检查动作。

适用场景

- 官网有访问，但询盘数量少、质量低。
- LinkedIn 有账号，偶尔发帖，却没有稳定客户对话。
- 平台和展会成本持续上涨，买家却更早离开平台做独立核验。
- 业务员不知道先跟谁、怎么跟、跟到什么程度。
- 渠道数据散在邮箱、微信和表格里，无法复盘。

方法框架

01 买家地图

明确国家、行业、采购角色、采购频次和决策链。

02 转化官网

让产品、能力、认证、案例和询价路径形成完整证据链。

03 内容引擎

用行业问题、工厂能力和案例建立专业信任。

04 主动触达

用 LinkedIn、邮件和 CRM 多轮推进，而不是只等平台流量。

05 数据复盘

按来源、内容、线索、会议、样品和订单复盘。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 官网首页能在 10 秒内说明“做什么、服务谁、强在哪”。
- 核心产品页回答采购问题，而不是只列参数。
- 每个产品页有明确询价或预约动作。
- 官网有工厂、质量、认证、交付和案例证据。
- LinkedIn 有目标客户画像和内容支柱。
- 每周有固定内容、互动和主动触达节奏。
- 邮件和私信有 3 轮以上跟进设计。
- 客户来源和落地页被记录。
- 询盘有质量评分和优先级。
- CRM 记录阶段、下一步和负责人。
- 每月复盘有效渠道和无效动作。
- 每季度更新买家画像和目标关键词。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成买家画像、官网诊断、LinkedIn 基础设置和 10 个目标客户研究。

60 天

上线核心内容、主动触达和询盘记录，形成第一版数据。

90 天

根据有效互动、会议和样品数据调整渠道、内容和话术。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 你们目前最有效的获客渠道是什么？
- 2 过去 6 个月询盘主要来自哪里？
- 3 询盘平均响应时间和跟进次数是多少？
- 4 买家最常问的 10 个问题是什么？
- 5 哪类客户最值得投入销售时间？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师

海外销售体系搭建清单

客户分层、跟进节点、话术训练与 CRM 管理

适用：已有询盘，但成交率低、跟进断点明显的外贸团队

把询盘到订单的每一步，变成团队可执行的流程。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

把询盘到订单的每一步，变成团队可执行的流程。

适用场景

- 业务员只会报价，没有诊断需求和推进下一步。
- 客户信息分散，换人或请假就出现跟进断点。
- 大客户和小客户使用同一套跟进方式。
- 管理层看不到询盘质量、阶段和卡点。
- 询盘多，但会议、样品和订单转化不稳定。

方法框架

01 客户分层

按国家、规模、采购阶段、潜力和风险分级。

02 阶段定义

明确新询盘、需求确认、报价、样品、验厂、订单和复购。

03 话术与SOP

把需求诊断、价值表达、异议处理和下一步动作标准化。

04 CRM记录

记录客户、联系人、阶段、下一步和证据。

05 周月复盘

用数据复盘卡点、赢单原因和话术效果。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 有明确的客户分层标准。
- 每个销售阶段有进入和退出条件。
- 每个阶段都有标准下一步动作。
- 报价前完成需求诊断和决策链确认。
- 有常见异议的标准回应。
- 客户、联系人、沟通和承诺都进入 CRM。
- 有每周销售看板和跟进检查。
- 有样品、验厂、付款和交付的内部协作流程。
- 业务员接受真实询盘场景训练。
- 管理者会复盘赢单和丢单原因。
- 新业务员入职有标准学习路径。
- 月度复盘会调整目标客户和话术。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成客户分层、阶段定义和 CRM 字段设计。

60 天

完成话术训练和真实询盘陪跑，形成第一版销售 SOP。

90 天

按转化率、响应时间和卡点数据优化团队分工和激励。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 哪个阶段客户流失最多？
- 2 客户不回复前通常发生了什么？
- 3 报价之后的平均跟进次数是多少？
- 4 销售每周用于新客户和老客户的时间比例？
- 5 现有 CRM 是否记录了下一步？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师

AI 外贸增长落地路线图

从线索研究、客户评级到邮件与 CRM 自动化

适用：希望用 AI 提升客户开发效率，但不希望只停留在工具演示的工厂

先找到一个可验证场景，再把 AI 接进真实业务流程。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

先找到一个可验证场景，再把 AI 接进真实业务流程。

适用场景

- 人工查找客户、整理资料和写邮件耗时。
- 市场判断依赖个人经验，无法复用。
- 同一类客户反复写重复内容。
- AI 工具零散，业务员不愿使用。
- 无法判断 AI 是否真的提升有效回复和成交。

方法框架

01 场景选择

从客户研究或邮件准备等高频、可衡量环节开始。

02 数据输入

明确公开数据、企业数据、客户画像和权限边界。

03 workflow 设计

把研究、生成、审核、触达和记录串起来。

04 人工复核

关键客户、报价和承诺必须人工确认。

05 指标评估

用有效回复、会议、样品和成交评估效果。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 找出每周最耗时的重复工作。
- 确认这项工作有明确输入和输出。
- 列出可用数据源和不可用数据。
- 设计人工审核节点。
- 定义一个可量化的效果指标。
- 选择一个真实客户群做原型。
- 记录人工时间和 AI 辅助时间。
- 跟踪回复率、有效对话和修正率。
- 保留操作日志和结果证据。
- 明确敏感数据权限和留存。
- 避免自动发送未经审核的报价和承诺。
- 把有效 workflow 复制到更多行业。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成场景选择、数据盘点和原型设计。

60 天

在真实客户群中验证时间节省和回复质量。

90 天

形成标准工作流、培训材料和效果看板。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 哪些重复任务占用了业务员最多时间？
- 2 AI 的错误结果由谁负责审核？
- 3 哪些数据不能离开企业环境？
- 4 新流程减少的时间是否转化为更多客户对话？
- 5 效果不达标时，如何停止或调整？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师

工厂海外品牌建设清单

定位、证据、内容与跨境一致性

适用：产品不错，但海外买家看不懂、记不住、难以信任的工厂

把品牌从口号变成可验证的信任资产。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

把品牌从口号变成可验证的信任资产。

适用场景

- 官网只有设备、车间和参数，没有客户问题与结果。
- 案例只写“合作愉快”，没有过程、证据和数据。
- LinkedIn 和公众号内容没有统一观点。
- 报价单、邮件和官网表达不一致。
- 买家记得产品，却记不住公司。

方法框架

01 定位

明确服务谁、解决什么问题、凭什么相信。

02 证据

用工厂、认证、案例、交付记录和团队建立信任。

03 内容

持续输出行业问题、方法和项目复盘。

04 分发

让官网、LinkedIn、邮件和行业媒体形成一致表达。

05 一致性

销售、报价、售后和内容使用同一套品牌口径。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 有一句话能说明公司是谁、服务谁。
- 官网首页和公司介绍口径一致。
- 有 3 个以上可公开或匿名化的证据资产。
- 每个核心产品解释客户价值和适用场景。
- 认证和测试信息可以验证主体与范围。
- LinkedIn 有固定内容支柱。
- 内容不只转发新闻，还表达自己的判断。
- 销售材料与官网使用同一套核心信息。
- 案例包含背景、挑战、动作和结果。
- 品牌视觉和语言在不同渠道保持一致。
- 业务员能复述公司定位和差异化。
- 每季度更新一次案例和内容资产。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成品牌诊断、定位表达和证据盘点。

60 天

完成官网核心页、案例页和 LinkedIn 内容支柱。

90 天

建立月度内容和案例更新机制，训练销售使用。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 客户为什么选择你，而不是同行？
- 2 你最希望买家记住哪三个关键词？
- 3 现有案例能提供哪些证据？
- 4 官网内容是否围绕客户问题组织？
- 5 销售在什么环节最需要品牌背书？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师

国别市场进入检查表

市场筛选、准入合规、客户地图与 90 天验证

适用：准备进入欧美、东南亚、中东或拉美市场的中国工厂

先验证市场，再投入展会、团队和库存。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

先验证市场，再投入展会、团队和库存。

适用场景

- 市场选择靠同行消息和个人感觉。
- 认证、标签、税务和进口要求到发货前才发现。
- 不同国家用同一套渠道和销售模式。
- 低估本地供应和区域品牌竞争。
- 投入市场后不知道如何判断继续或停止。

方法框架

01 市场筛选

看进口规模、价格带、增长、竞争和进入门槛。

02 准入合规

梳理产品认证、标签、税务、进口主体和合同要求。

03 客户地图

明确进口商、分销商、品牌方和终端客户角色。

04 渠道设计

选择直客、代理、经销、平台或本地合作。

05 小步验证

用 90 天访谈、样品、询盘和首单验证假设。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 目标市场有明确的进口和增长数据。
- 产品价格带与当地市场匹配。
- 认证、标签和测试要求已确认。
- 进口主体和税务路径已明确。
- 主要客户类型和采购角色已识别。
- 竞争格局和本地供应能力已分析。
- 渠道结构和合作条件已确认。
- 内容、语言和 CTA 已本地化。
- 物流、付款和售后风险已评估。
- 90 天验证目标已量化。
- 有停止或加码的判断标准。
- 项目负责人和预算已明确。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成市场筛选和准入清单。

60 天

完成客户访谈、渠道验证和内容准备。

90 天

用询盘、样品和订单决定继续、调整或停止。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 这个市场为什么现在值得进入？
- 2 谁是最适合的首批客户？
- 3 进入市场的第一张订单从哪里来？
- 4 最大合规和付款风险是什么？
- 5 如果 90 天没有结果，如何止损？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师

AI 增长系统实施蓝图

数据、模型、工作流、治理和管理看板

适用：希望把 AI 从事务工具升级为增长基础设施的企业

设计一套团队每天使用的 AI 增长系统。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

设计一套团队每天使用的 AI 增长系统。

适用场景

- 每个人使用不同 AI 工具，结果无法复用。
- 客户研究和销售判断只留在个人电脑里。
- 工具很多，但没有进入真实业务流程。
- 管理层看不到线索、阶段和转化。
- 数据权限和人工复核没有规则。

方法框架

01 数据层

定义公开数据、企业数据、客户数据和权限边界。

02 模型层

用规则、评分和人机协作生成可解释结果。

03 工作流层

把研究、生成、审核、触达和记录串成标准流程。

04 治理层

明确数据安全、人工复核和异常处理。

05 看板层

跟踪线索、会议、样品、订单和人工修正率。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 有明确的系统目标和第一个使用场景。
- 关键数据源和责任人已定义。
- 客户评分维度可以解释。
- 每个自动化动作有人工复核点。
- 流程与现有 CRM 和邮件系统连接。
- 业务员参与原型测试。
- 有数据权限、留存和删除规则。
- 有异常和失败处理流程。
- 有使用培训和使用频率指标。
- 有业务效果指标而非只看发送量。
- 系统输出能进入管理看板。
- 每季度评估模型和流程效果。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成流程盘点、数据盘点和原型范围。

60 天

上线一个真实场景并记录使用数据。

90 天

扩展到更多场景，建立治理和效果看板。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 系统首先替代哪一个重复环节？
- 2 哪些结果必须由人确认？
- 3 数据权限由谁管理？
- 4 如何处理错误和异常？
- 5 业务效果如何量化？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师

中国供应商核验手册

实体、能力、质量、报价、付款与持续监控

适用：来华寻源、采购管理、供应链风控团队

把供应商介绍变成可验证的采购决策。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

把供应商介绍变成可验证的采购决策。

适用场景

- 销售主体、生产地址、证书和收款账户不一致。
- 供应商自称工厂，但关键工序外包。
- 报价口径不同，无法直接比较。
- 质量系统在样品阶段看不出问题。
- 供应商所有权、诉讼或产能发生变化，买家不知道。

方法框架

01 实体核验

核验工商、股权、地址、司法、信用和受益人。

02 能力核验

确认设备、产能、工艺、认证、人员和出口经验。

03 质量核验

检查 QC 独立性、记录、追溯、校准和不合格品处理。

04 报价核验

统一规格、MOQ、交期、包装、Incoterms 和付款。

05 持续监控

跟踪所有权、诉讼、处罚、产能和出口变化。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 合同、生产、证书和收款主体一致。
- 营业执照和经营范围支持产品与工艺。
- 现场设备、班次和产能数据相互印证。
- 关键工序是否外包已说明。
- QC 能独立判断并停止出货。
- 来料、过程和出货检验有记录。
- 成品可以追溯到批次和材料。
- 认证持有人、地址、范围和有效期匹配。
- 报价包含 MOQ、交期、包装、付款和 Incoterms。
- 付款受益人与合同主体一致。
- 验货和付款节点有明确条件。
- 订单后持续监控供应商风险变化。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成实体和公开记录核验。

60 天

完成远程或现场审核、报价对比和风险清单。

90 天

建立订单后监控、验货和供应商复盘机制。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 谁真正生产？谁承担合同责任？
- 2 哪些工序外包？谁控制质量？
- 3 产能数据如何计算？
- 4 认证是否覆盖产品、主体和工厂地址？
- 5 付款后如何保持质量和交付杠杆？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师