

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