



鞋盒路灯成交案例分享

汇报人：Eileen

汇报日期：2025/09/05



目录

CONTENTS

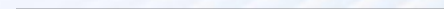
- / 01. 询价洞察
- / 02. 报价策略
- / 03. 打样与转折
- / 04. 首单落地
- / 05. 复购与砍价
- / 06. 拿到什么结果





询价洞察

01



首封询盘拆解：需求六连问

1

客户核心需求

2021年3月26日，浙江外贸商首次询价，提出六大核心需求：能否生产150W鞋盒路灯、指定飞利浦灯珠与松盛电源、青铜/黑色外壳可选、3000-5000K色温区间、CE/ETL/ROHS/DLC四证齐全、含税运价及20天交期，明确表示每单200-500套，长期出口美国。

2

需求背后的意义

客户的需求背后反映出其对产品质量、合规性、成本控制以及快速交付的高度重视。这些需求为后续的精准报价和合作奠定了基础，也暴露了客户对供应商的严格筛选标准。

2021年03月26日 16:23

wuparis

你好，你们有做150w的鞋盒灯吗

你好，有什么可以帮助您？

wuparis

电源驱动是什么的？含税什么价格

问题反馈

wuparis

驱动电源是什么牌子的

wuparis

有CE认证吗

wuparis

含税价多少

问题反馈

我们常规驱动是达尔美

有CE

wuparis

达尔美是哪里产的

深圳品牌

150W 鞋盒路灯 工厂出货含税
价-----430块/个

wuparis

没有明伟或者松盛的？

有，价格贵

wuparis

什么价格

松盛电源-----490块/个 含税

wuparis

我们长期采购的

明伟电源-----573块/个

wuparis

每批数量大概在200-500

嗯，这是按照批量价格报的了

今年原材料涨价很猛

wuparis

哦，那价格很高了

嗯，深圳的价格会比江浙一代，
或则中山肯定是会贵一些

我们主要做北美市场，看重品质

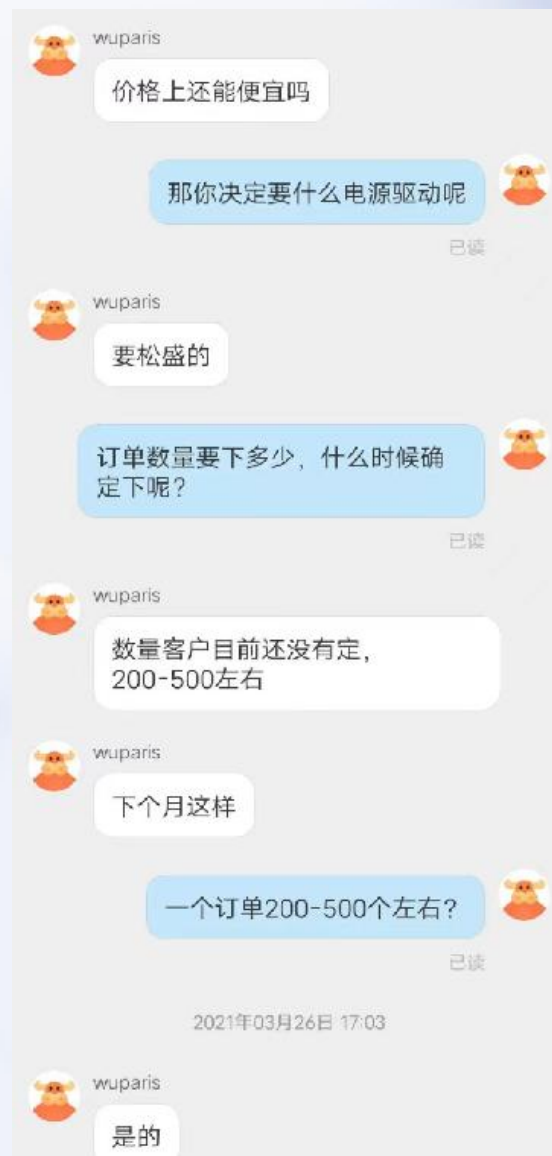
wuparis

嗯，我们出口美国的

wuparis

你们是工厂还是贸易公司？

工厂



客户画像：出口美国的敏捷中间商

1

客户定位

客户是一家浙江外贸商，主要面向美国市场，终端客户包括市政工程和小型工程项目。其采购特点是多频次、小批量、认证要求严格、交期短。

2

客户痛点

客户在采购过程中经常遇到上游工厂缺乏认证、产品配色不灵活、交期拖延等问题，导致其在美国的投标过程中多次失利，影响了业务拓展。

3

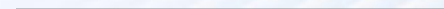
销售策略调整

基于客户画像，销售策略聚焦于“认证齐全、美标配色、现货快交”三大卖点，以差异化优势满足客户需求，为后续合作奠定基础。



报价策略

02





含税运报价：加点的艺术

报价细节

针对国内贸易商性质，报价单单独列出含税运价，税率按10-13个点，运费由出货同事实时核算后均摊到单价。同时，将可选青铜与黑色外壳、定制外箱、丝印、说明书、安装配件等费用逐项列明，确保客户清楚了解成本结构。



报价策略意义

这种透明的报价方式减少了二次砍价空间，体现了公司的专业性，也让客户感受到我们的诚意和透明度，为后续合作建立了信任基础。





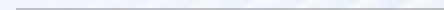
需求澄清：把隐性成本提前曝光

需求确认

报价前，再次与客户确认灯体颜色、电源品牌、线长、包装方式等细节，将可能产生加费的环节一次性明确，避免后续因误解而产生的成本增加。

策略效果

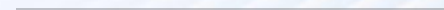
这一策略不仅防止了订单落地后利润被蚕食，还向客户传递出“我们比你更懂美国市场隐性要求”的信号，增强了客户对我们的信任和认可。





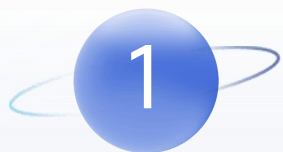
打样与转折

03





样品换色：青铜先行，黑色后补



样品颜色问题

客户坚持黑色外壳，但样品黑色喷漆排期久。所以我向客户提出先用青铜色测试样品性能和品质，获客户认同。随后终端临时指定另一款竞品外观，销售立刻拉技术评估可行性，决定按照客户要求的款式做样。



策略调整

这种灵活的策略不仅解决了样品颜色问题，还展现了公司的供应链柔性，让客户感受到我们的合作诚意和解决问题的能力。



结果

最终，客户接受了我们的样品，并将其用于对比测试，为后续批量订单赢得了机会，也体现了我们“不拒绝任何一次机会”的合作态度。





包装疏漏：支架未归零引发的首轮警告

01

包装问题

5月10日寄出样品，终端25日反馈灯体无PE袋、支架角度未调零、缺说明书。这些问题虽未否定光效，却直接影响了产品的专业印象。

应对措施

收到反馈后我及时即向客户表示致歉并列出大货改善清单，把一次负面反馈转化为展示改进决心的窗口，为后续批量订单赢得信任加分。

02

03

启示

这次经历提醒我们，细节决定成败。在后续的大货生产中，必须严格把控包装细节，确保样品错误不重复出现。

样品5月10日安排发出给客户，客户再发送给美国终端客户，5月25日终端客户反馈收到了样品，但是样品不满意，问题如下：我司样品没有用PE透明袋包装灯，灯的支架没有调整到0°与灯平行，出货没有放说明书



这个灯，下次大货包装要加塑料袋，这次样品没有塑料袋包装



还有大货的话灯光要统一调到0度

2021年5月25日 上午10:01



按这个塑料袋一样包装，上次样品没有这个塑料袋’



按这个塑料袋一样包装，上次样品没有这个塑料袋’



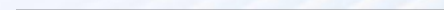
这里要调准，对准0度





首单落地

04





首个批量500套订单：交期20天极限压缩

订单情况

样品虽有瑕疵，但是我司样品的质量是被认可的，经过一段时间评估客户在6月询500套价格，交期从常规30天被压缩至20天。我及时让相关同事沟通核实交期，把物料到齐时间提前5-10天，并用夜班补位安排生产，最终承诺客户20天出货。

信任建立

因为初次合作批量单，客户难免会有些信任顾虑，在签订合同之前，我将工厂视频与营业执照，消除客户对“倒爷”的顾虑，收到30%定金即刻锁定生产，体现了我们的专业性和对客户的尊重。

结果

这种快速响应和透明沟通的方式，成功赢得了客户的信任，为后续合作奠定了坚实的基础，也为后续的复购创造了条件。

大货纠偏：包装细节零复发



生产前准备

生产老化后，再三交代包装部门，将PE袋、支架归零、说明书、外箱唛头、护角、托盘尺寸全部拍照封样，销售亲自跟线首检，确保样品错误零重复。

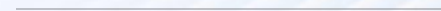
装柜与反馈

装柜当天拍摄批量出货与装柜照片回传客户，让其提前获得可交付证据，降低尾款拖延风险，体现了我们对细节的重视和对客户的负责态度，有确定交期后及时通知客户订舱，可以节省一些船期时间。



复购与砍价

05



船期与发票：首单后的信任续航



01

船期跟踪

货物离港后每周跟踪船期并同步客户，到港前提醒清关资料，确保客户能够及时了解货物动态，减少等待焦虑。



02

发票处理

开票前先发电子版确认抬头与税号，避免因报关单位差异导致退票重开，用细节专业度强化客户“无后顾之忧”的体验，为二次返单奠定心理基础。

从500到700：条件交换式谈判

1

砍价情况

首单到港仅两周，客户即追加700套，但要求降价8%。销售提出“订单量升至20尺柜、接受季度滚动预测、预付款比例降至20%”三条件换取5%降幅。

2

谈判策略

这种条件交换式谈判策略，既锁定了规模采购，又降低了资金占用，体现了我们在价格谈判中的灵活性和对客户需求的理解。

3

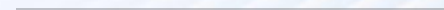
结果

双方当天敲定新合同，验证了“不怕砍价，就怕没条件换”的谈判逻辑，也为后续合作积累了更多的信任和合作空间。



拿到什么结果

06





下单日期	PI#	下单产品信息	下单数量(个)
2021-6-25	BB-20210625-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K	500
2021-12-18	BB-20211218-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K	700
2022-6-22	BB-20220622-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	1000
2023-1-30	BB-20230130-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	1000
2023-2-7	BB-20230207-01EI-方晓玲	300W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	50
2023-7-5	BB-20230705-01EI-方晓玲	300W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	151
2023-9-7	BB-20230907-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	1000
2023-10-7	BB-20231007-01EI-方晓玲	300W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	200
2023-12-16	BB-20231216-01EI-方晓玲	300W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	400
2024-3-22	BB-20240322-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	1000
2024-8-16	BB-20240816-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	1000
2024-8-19	BB-20240819-01EI-方晓玲	300W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	300
2025-1-9	BB-20250109-01EI-方晓玲	440W 鞋盒路灯 S4款, 青铜外壳, 松盛电源, 配5款不同支架	2
2025-1-16	BB-20250116-01EI-方晓玲	150W 鞋盒路灯 S2款, 黑色外壳, 松盛电源 5000K 配扳手	1400
			8703



40HQ背后：质量、价格、情感三维复利

合作成果

通过几年的合作积累，单批单数量从最初的500套增加到现在的1400套（40HQ），过程中也经历了客户几次砍价，我们通过与各原材料供应商沟通，合作共赢的谈判让供应商让利，同时保持节日礼品、船期间候、发票零差错等情感运营。

质量与价格

在价格敏感的前提下，我们通过严格把控产品质量、合理定价，确保客户在成本可控的情况下获得高质量的产品，增强了客户的粘性。

情感运营

通过节日礼品、定期问候等方式，增强了与客户的情感联系，让客户感受到我们的关怀和重视，进一步巩固了合作关系。



案例启示：让每一次纠错成为下一轮订单的门票

纠错与信任

复盘显示，首次样品包装失误未导致流失，关键在于快速认错、清单改进、现场验证，把潜在负面转化为信任加分。

良性砍价

面对客户砍价，销售做的就是不要逃避或则畏惧沟通，砍价属于正常谈判过程，我们需要学会懂得谈判思维，了解客户真实需求目标价，可以通过增加订单数量给与更实惠的价格，用**条件交换原则**谈判，给客户提供更多的额外增值服务来避开恶性砍价。

长期合作

把“诚实+专业+快速”做成可预期体验，就能让中间商客户放心把更大市场份额交给你，体现了长期主义在客户关系中的重要性。





THANK YOU FOR READING!

感谢您的观看

汇报人：Eileen

汇报日期：2025/09/05