

培训主题：大客户攻坚+AI 提效双驱动



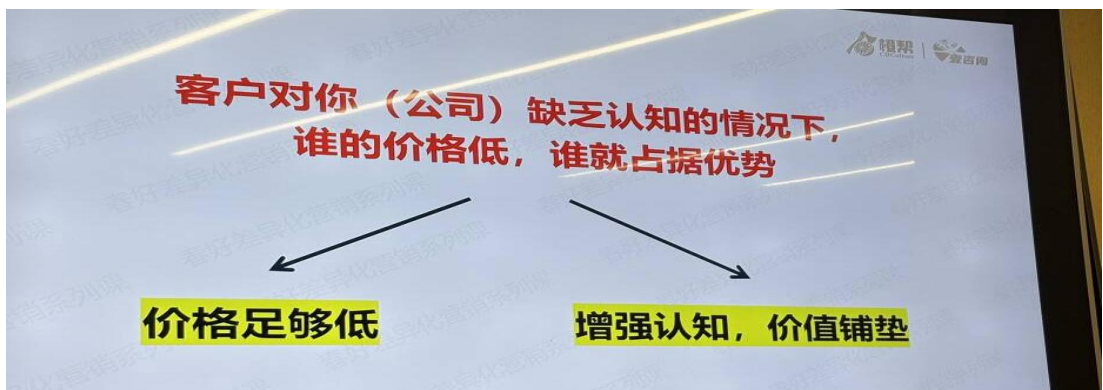
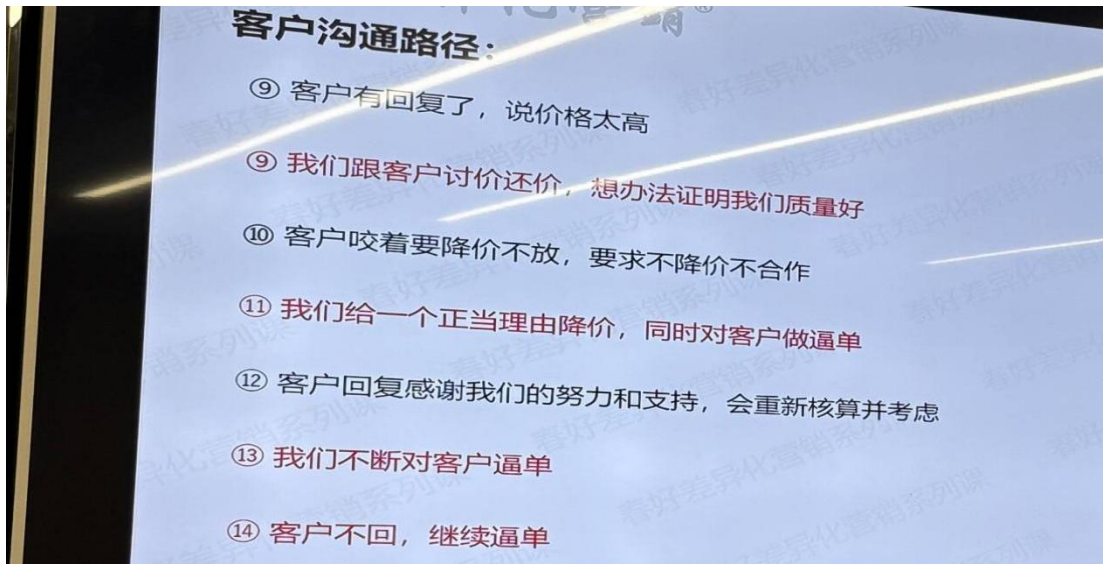
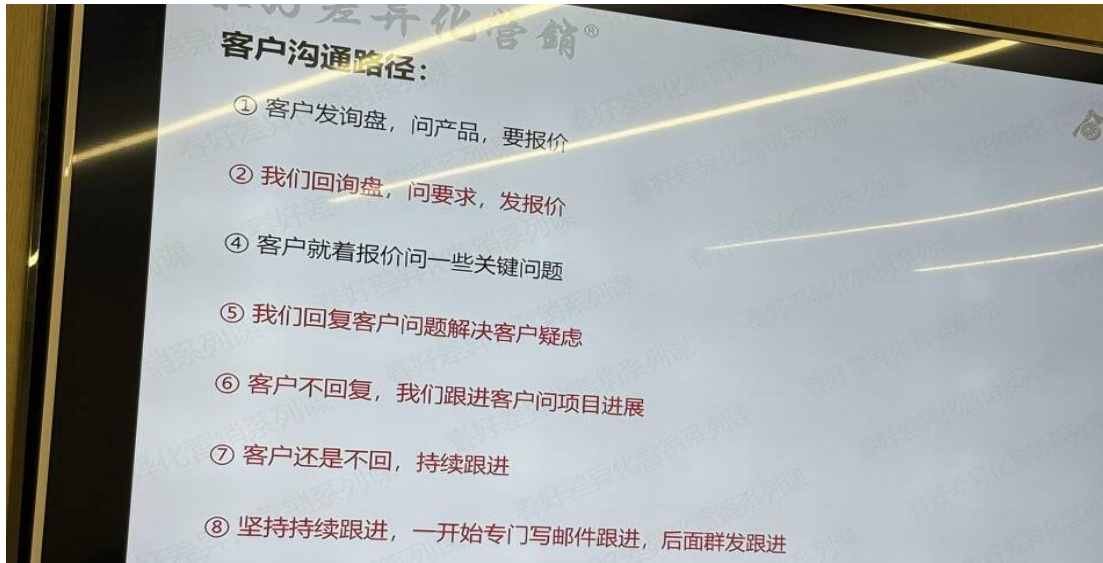
大客户攻坚

同质化的市场客户为什么去选你呢？

同质化市场：

1、参与化价值

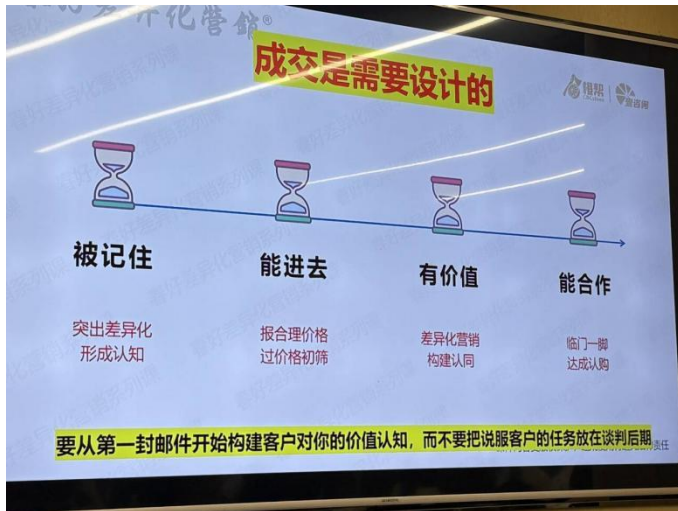
2、AI 提效



事情做对——工作标准

让自己更有竞争优势

主动去创造更多的对比空间, 参与更多的附加题 (EX: Supplier Questionnaire)

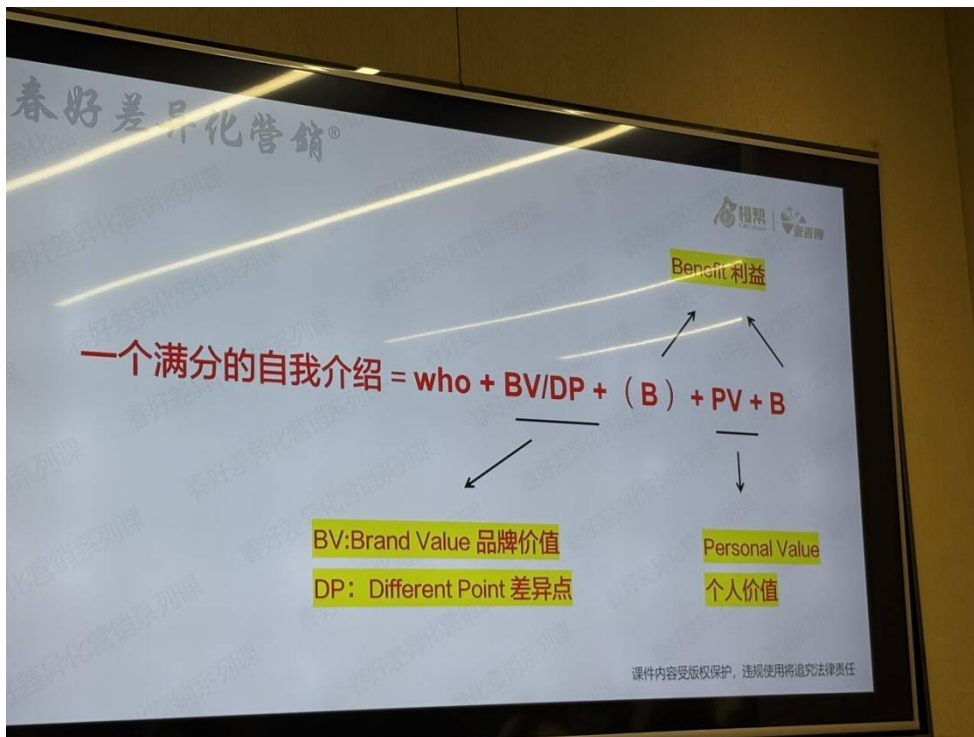


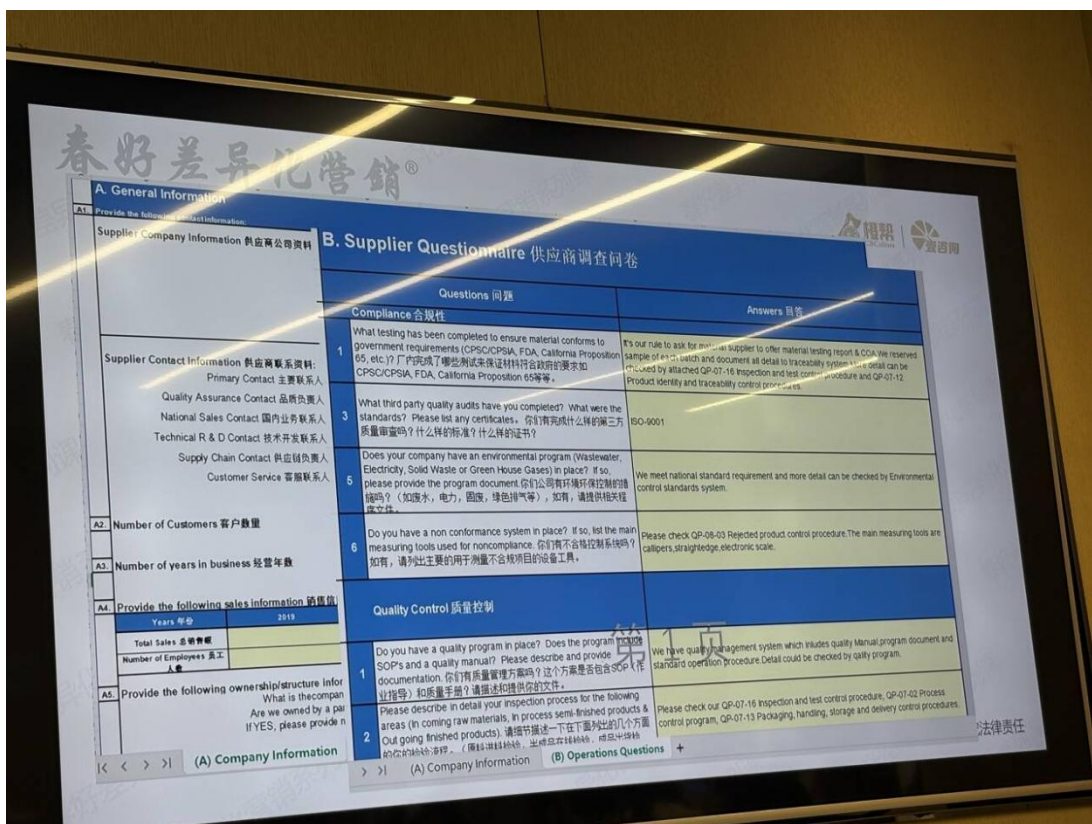
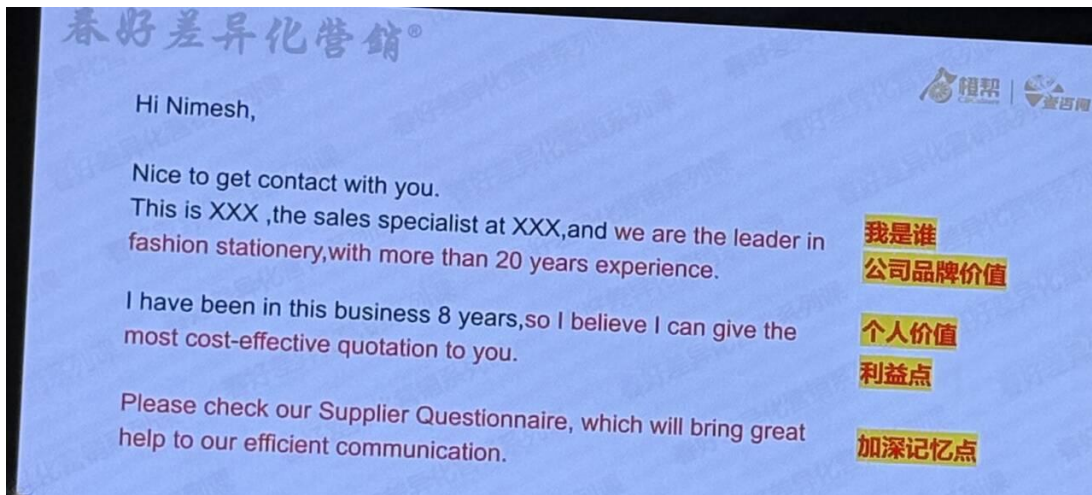
展示差异化价值



客户对产品认知的高低决定对产品价格的高低 (价值先于价格)

邮件要怎么写来展示公司的价值呢?





提供更多的信息展示公司的专业性和可靠性

价值=公司价值+产品价值+个人价值

产品价值：卖点，非产品说明书（产品卖点加持价格）

个人价值：工作成就，品牌背书

何以成交

# 大客户

要么门当户对

要么利益到位

大客户成交  
两把刷子

你是否能借着产品，  
解决客户更深层次的需求？

同样的产品/公司，  
你是否能让客户更愿意选择你

“有的，我发你几个款式看看”

更懂客户场景需求

“您是打算年底活动使用吗？我帮您选几款符合节日风格的设计”

与客户共创项目

“请问您的使用场景是什么场景？我让设计团队基于您的场景设计一些款式”

产品方案能力

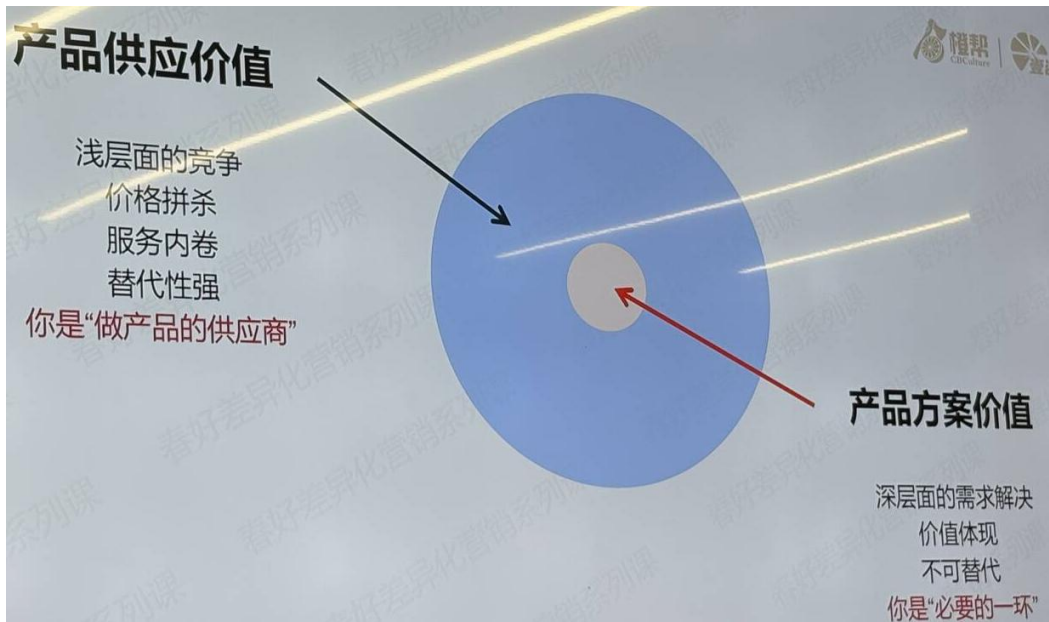
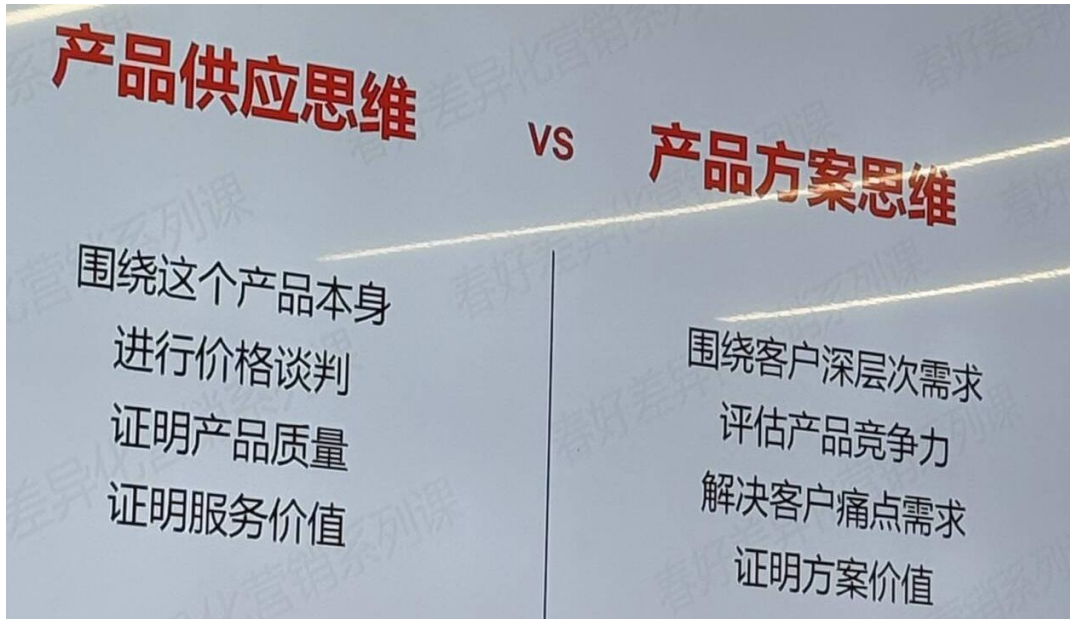
“根据您过去3年的产品销售结构+今年趋势，我们建议您明年布局环保+情绪表达的产品系列，我们可以出一个整体提案来做具体讨论”

接单型业务员

引导型业务员

合作型业务员

产品专家型业务员



**结论：**

要从接单型业务员向产品专家型业务员进化，  
**实现从产品供应价值到产品方案价值进化。**

价值=产品\*价格\*数量\*周期

需求怎么分析？

=方案（方案思维+竞品思维）+公司实力（觉得）

### 03 | 订单成交 - 收获成果

Spiral Agenda order

Picture

Description	Price	Qty	Total cost
Agenda square corners Double metal spiral. 176 sheets. Spiral same color as cover. Pen same color as cover with silver bottom end clip.	\$ 1.65	50,000	\$ 82,500.00
Gift box		Blue 15,000 pcs Black 15,000 pcs Gray 15,000 pcs Beige 5,000 pcs Burgundy 5,000 pcs	

Dear Jacky,

Very thanks for your support.  
We will prepare the order and artworks to send you.

Best regards!

- > 历时将近2年，终于拿下第一个年历本订单，\$82,500
- > 和这个合作了十余年之久的客人开启了在新的产品领域的合作
- > 更大的收获是得到客户的肯定，为以后该品类更深入的合作奠定了基础

方案思维案例：推荐性价比更高的新品

## 2. 竞品分析，找市场机会

### 竞品分析 3C分析模型

- ① 竞品是谁 (Category)
- ② 竞品做得怎么样 (Competitor Analysis)
- ③ 我们如何超越 (Chance to Differentiate)

## ① 竞品是谁 (Category)

- 同类产品品牌 (客户的竞对)
- 同类型供应商 (同行)
- 客户自身原有产品

## 好差异化营销®

## ② 竞品做得怎么样 (Competitor Analysis) 从哪些维度进行对比

对比维度	具体分析点	说明
1. 产品结构 with 功能	套装构成、部件组合、功能模块	看竞品是卖单品还是打包组合?
2. 材质与工艺	材料选择、环保程度、手感做工	是否为客户在意的环保/品质方向?
3. 包装形式	礼盒/OPP袋/展示架包装/纸卡	礼品感 vs 成本感, 陈列友好度
4. 外观设计	配色、图案风格、IP元素	能否打动终端用户视觉、风格审美?
5. 产品认证	是否具备满足客户要求的认证	产品合规和公司认证实力?
6. 目标价格带	零售价、批发价、含包装或裸价	帮助判断客户预算区间
7. 销售渠道	线上平台、电商零售/线下商超	用于判断产品定位层次
8. 客户评价	用户好评/差评、功能反馈	了解竞品被认可或吐槽的点在哪里
9. 上市时间	产品上市时间	判断产品新旧, 是否符合客户预期

课件内容受版权保护, 违规使用将追究法

## ② 竞品做得怎么样 (Competitor Analysis) 从哪些维度进行对比

对比维度	同类型供应商	客户自身原有产品
1. 产品结构 with 功能	圆形结构, 中部编制网设计	圆形结构, 中部印刷设计
2. 材质 with 工艺	ABS材料, 注塑工艺	ABS材料, 注塑工艺
3. 包装形式	散装包装	散装包装
4. 外观设计	无印刷	有印刷
5. 产品认证	无认证	无认证
6. 目标价格带	USD\$ 0.8 / pcs	USD\$ 1 / pcs
7. 销售渠道	线上销售, 定制生产	线上销售, 定制生产
8. 客户评价	容易滑	容易滑
9. 上市时间	10+年的老设计	10+年的老设计



常规设计  
防滑需求未满足  
可替代性强  
USD\$ 1/pcs

VS



瓶盖设计, 品牌识别度增强  
防滑问题解决  
不可替代性  
USD\$ 1.5/pcs

### ③ 我们如何超越 (Chance to Differentiate)

竞品特征 / 市场机会	应对策略	表达建议
竞品设计感强但成本高	提供“平替版本”用纸质/卡板替代木制件	"We recreated a lighter version with similar look but 30% lower cost."
竞品是通用款	提供定制+品牌贴合方案	"We align color tones and messaging to your brand's SS26 story."
竞品包装普通	我们提供节日感包装+礼盒陈列效果图	"This packaging is designed to enhance shelf impact and gifting value."
竞品DIY复杂、配件散	提供“引导性更强”的设计+打包方式优化	"Our design ensures easier use for kids, with no small-part choking risk."
竞品运输体积大	提出“可折叠设计”、“组装后成型”结构	"We reduce carton size by 40% via knock-down packaging."
客户怕撞款	我们可以加节日语句、印刷客户logo或专属贴纸	"Co-branded version available with MOQ 3K sets."

### ③ 我们如何超越 (Chance to Differentiate)

· 产品结构普通，无辨识度，客户有品牌识别要求，一般同行只能从logo下手

· 客户要求指定容量

· 促销场景，护手功能

是否能换个思路做logo?  
是否能从结构上增强辨识度?

如何增强对容量的感知?

洗衣粉护手，方便使用，是否能从结构角度做更多易用性设计?

课件内容受版权保护，违规使用将追究法



你是否有梳理过  
你公司有什么价值点？

凝聚价值&传递价值 (差异化)

超强说服力=清晰的角度+细节的素材+有力的表达（打造高级度）

企业差异化价值点挖掘15维清单			
1	产品和技术优势	独特性	产品是否具有市场上其他竞争者不具备的独特功能或设计？
		技术创新	公司是否有专利技术、研发投入或在行业中领先的技术？
		质量和耐用性	产品质量是否有明显的优势，使用寿命是否长于竞争对手？
		定制化能力	公司能否根据客户需求提供高度定制化的产品，满足特定的应用场景？
2	生产和运营效率	环保和可持续性设计	产品是否符合环保和可持续设计？
		使用安全性	产品是否有各项安全认证？
		成本效率	公司是否通过自动化、规模化生产降低了成本，并能在保证质量的前提下降低价格？
		交付能力	生产周期、交货速度和准时率是否优于行业平均水平？
3	服务和支撑体系	库存管理	公司是否有完善的库存管理，能够快速响应客户需求，减少供货延迟？
		供应链整合	公司是否拥有完整的供应链管理体系，确保原材料的稳定和品质的可靠性？
		售后服务	是否提供延长质保期、快速响应的维修服务等服务？
		客户支持	公司是否有一支专业的技术支持团队，可提供7x24小时的咨询与技术支持？
4	品牌和市场声誉	培训支持	公司是否为客户提供使用培训、安装指导等，确保产品使用效果最佳？
		客户成功管理	是否有客户经理或客户成功团队，帮助客户最大化产品的使用价值？
		市场认可度	公司是否被行业内权威机构认可，或获得客户口碑？
		品牌价值	品牌是否在行业中建立了可靠、专业的形象，能够为客户品牌带来附加价值？
5	社会责任和可持续发展	成功案例和客户群体	是否有在行业内的典型成功案例或知名客户，能够为公司背书？
		历史积累	公司在该行业有多少年经验，是否形成了显著的专业积累？
		环保生产	公司在生产过程中是否采用环保材料和工艺，符合绿色环保标准？
		社会责任	是否积极参与社会责任项目，注重员工权益和公平生产？
6	客户体验和合作灵活性	可持续供应链	公司是否在供应链管理中关注环境和资源的可持续性，以满足客户对企业社会责任的需求？
		认证资质	公司是否拥有ISO 14001、碳中和认证等环保资质，以满足客户对环保和合规的需求？
		灵活的付款方式	是否提供多种付款方式，如分期付款，缓解客户现金流压力？
		库存共享或预留机制	公司能否为大客户预留库存，满足客户的长期需求？
		合作模式多样性	公司是否提供定制化的合作模式，如批量采购、长期合同、独家代理等？
		快速响应能力	公司在客户需求变动时是否能够灵活调整，保持高效的应对？

优势	人才和组织优势	团队专业性	公司是否拥有高素质、经验丰富的研发、生产和管理团队？这些团队是否具备行业资质认证，并在行业内具备领先的技术和知识？
		创新文化	公司是否建立了鼓励创新的企业文化，积极推动内部创新、工艺改进和技术突破？
		数字化和信息化能力	公司是否拥有国际化的视野，能够理解和适应不同市场的需求和文化，尤其是服务于全球客户时？
		持续学习和培训	公司是否为员工提供定期培训和学习机会，以确保团队保持在行业的领先地位？
效率	供应链的深度整合和弹性	数字化管理	公司是否推动数字化转型，运用大数据、人工智能等技术提升产品和服务？
		信息安全系统	是否通过ERP、MES等信息化系统优化生产管理，或使用CRM系统提升客户管理效率？
		数据驱动决策	公司是否重视客户数据的安全和隐私保护，建立了严格的数据保护政策，符合各国数据法规？
		客户数据安全和隐私保护	公司是否在全球范围内建立了供应链网络，以确保原材料和零部件的可靠供应？
体系	成本管理和资源优化	本地化供应链	是否拥有供应链风险管理策略和备选供应商，以应对供应链波动时能够稳定供货？
		精益管理	在不同市场是否具备本地化供应能力，以快速响应本地市场需求？
		财务稳定性	是否在供应链上提供透明的信息，确保客户能够追溯每一环节的生产环节和材料来源？
		设备管理	公司是否采用精益管理原则，减少浪费、优化流程，降低成本？
声誉	市场适应性和敏捷性	资源回收和再利用	公司是否具备财务稳定性和充足的资金支持，以保障长期发展和抗风险能力？
		产品多样化	公司是否有资源回收机制，尤其是在生产中出现废弃物的循环利用，降低整体资源消耗？
		市场调研和需求洞察	公司是否有能力快速开发和推出新产品，以满足市场需求的变化？
		快速决策机制	公司是否有系统的市场调研机制，能够提前捕捉市场需求的变化，推动产品创新？
持续发展	创新和研发能力	风险应对能力	是否建立快速决策机制，能够及时应对市场变化，抓住市场机遇？
		研发投入	公司是否具备快速调整策略的能力，能够应对市场变化、政策调整等不确定因素？
		创新管道	公司是否在研发方面有持续投入，为新产品和技术的开发提供支持？
		研发设施	是否拥有产品和技术的创新管道，确保能够定期推出具备市场竞争力的新产品？
灵活性	市场拓展和营销战略	知识产权保护	是否拥有先进的研发设施或实验室，能够开展材料、产品和技术的深入研究？
		多渠道销售策略	公司是否拥有专利、商标等知识产权，确保核心技术和产品不受仿制和侵权？
		品牌推广和宣传	公司是否有清晰的市场细分和定位，能够精准满足不同客户的需求？
		国际市场拓展经验	是否多个渠道中实现了品牌触达，例如线上、线下、代理商等，并能覆盖多类型的客户？
灵活性	法律合规与风险管理	法律合规体系	是否通过品牌推广和宣传扩大市场影响力，例如行业展会、专业期刊、线上推广等？
		合同管理	公司是否有丰富的国际市场拓展经验，具备应对国际市场的能力和资源？
		风险预警机制	公司是否建立了完善的法律合规体系，确保在不同国家和地区的业务合法合规？
		保险和保障措施	公司是否有严谨的合同管理流程，保障公司权益并降低合同风险？
灵活性	客户教育和市场引导	行业知识分享	公司是否建立了多方面的风险预警机制，能够识别和应对市场、政策、金融等多方面的风险？
		培训与咨询服务	是否购买了相关保险，如财产险、责任险、产品险等，保障业务的稳定性？
		市场教育活动	公司是否定期通过白皮书、技术报告等分享行业知识，帮助客户更好地理解产品和服务？
		案例研究和成功案例	公司是否为客户提供产品相关的培训和咨询服务，帮助他们更有效地使用产品？
			是否通过行业展会、研讨会等形式对客户进行市场教育，帮助客户了解产品价值和市场潜力？
			公司是否提供成功案例和案例研究，帮助客户理解产品的具体应用和效果？



企业差异化价值点挖掘15维250点清单.xls

1

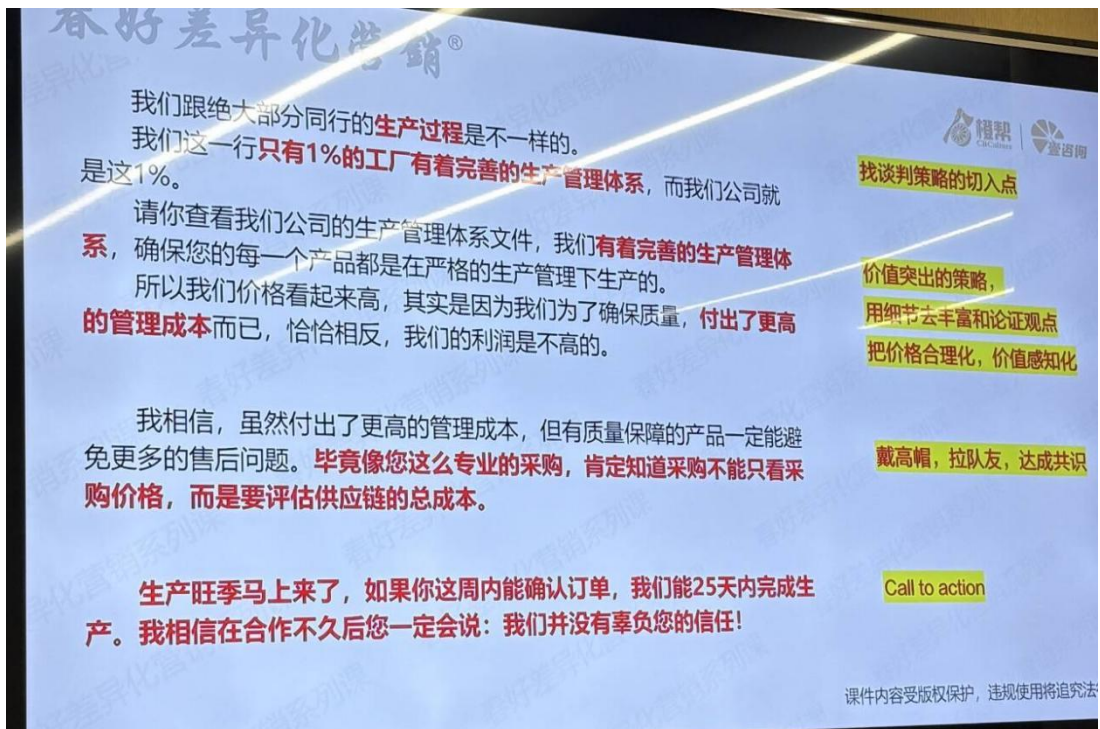
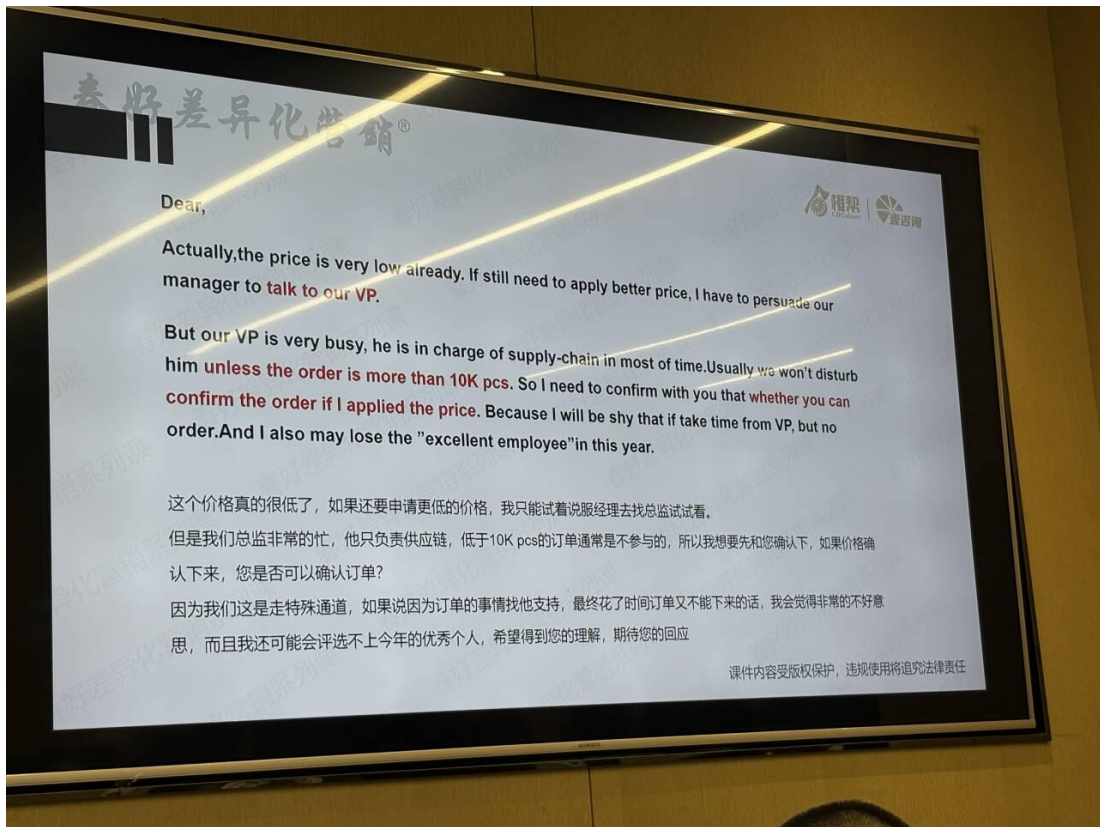
产品和技术优势

独特性	产品设计专利	是否拥有独特的产品设计专利，确保市场上无其他竞品能够复制其功能？
	差异化功能	产品是否具有特定的差异化功能，这些功能能够为消费者带来额外价值？
	专属配件或部件	产品是否使用专属的配件或零部件，使其与市场上标准化产品形成区分？
技术创新	特别用途或适应性	产品是否针对特定行业或特定应用场景进行设计，具备特别的适应性？
	新材料应用	是否使用行业领先的新材料，使产品更轻便、更耐用或更环保？
	核心技术突破	公司是否拥有核心技术（如独特的算法、工艺技术），使产品在市场上具有明显的技术优势？
质量和耐用性	研发投入与技术积累	公司是否投入大量研发资金，持续进行技术创新和产品升级？
	智能化功能	产品是否具备智能化功能（如IoT、自动检测、远程控制），能够提升用户体验和产品价值？
	原料供应体系	是否与上游材料供应商合作，确保原材料品质并实现可追溯？
环保和可持续性设计	生产管理体系	是否有高效的生产管理和控制体系，确保每个产品的品质一致？
	QC检验体系	是否有多重检验流程，包括来料、制程、成品检验，确保产品质量？
	包装和仓储体系	是否设计定制化的包装和仓储方案，确保产品在运输和存储过程中不受损？
使用安全性	生产人员素质与培训体系	是否定期对生产人员进行技能和质量意识的培训，以高标准作业？
	研发和产品测试实验室	是否有专门的材料测试实验室，检测材料的物理和化学性能，确保符合国家标准？
	售后质量跟踪与反馈	是否有明确的质保政策，提供及时的售后更换或维修服务？
使用安全性	绿色材料使用	是否采用环保材料，确保产品对环境友好，符合全球环保趋势？
	产品生命周期设计	是否在设计阶段考虑产品的整个生命周期，包括生产、使用、回收等环节，减少对环境的影响？
	生产节能技术	公司是否在生产中使用节能设备或绿色能源，减少碳足迹？
使用安全性	产品易回收性	产品设计是否便于拆解和回收，降低资源浪费？
	安全标准认证	是否通过了各类安全认证（如CE、UL等），确保产品的使用安全性？
	防护设计	是否针对用户操作风险做了特殊防护设计（如防触电、防滑、防误操作等）？
使用安全性	材料安全性	材料是否符合环保和安全标准，特别是与人体直接接触的材料是否无毒无害？
	风险评估和测试	公司是否在产品设计阶段进行风险评估，并通过严格的测试确保产品安全？

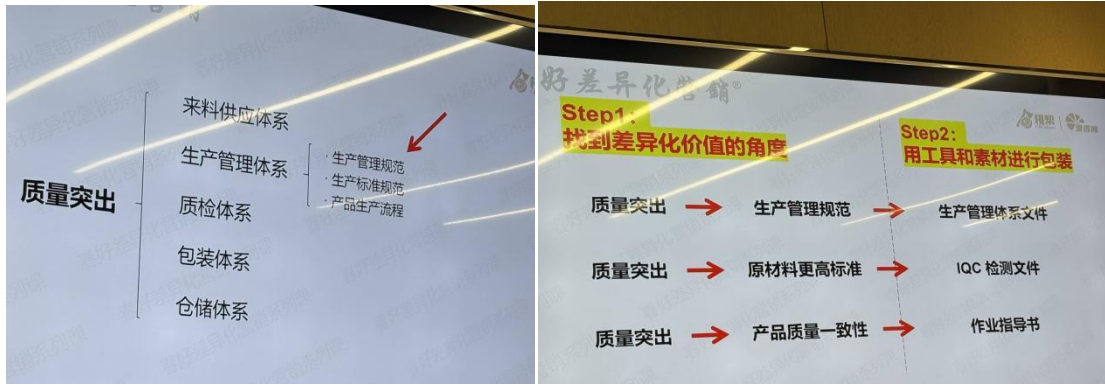
# 春好差异

我们跟绝大部  
我们这一行只  
是这1%。  
请你查看我们：  
系，确保您的每一  
所以我们价格  
的管理成本而已，

- QP-04-01 Document control procedure (文件控制程序)
- QP-04-02 Quality Record control procedure (质量记录控制程序)
- QP-05-01 Management review process (管理评审程序)
- QP-06-01 Personnel training procedure (员工培训程序)
- QP-06-02 Equipment maintenance procedure (设备维修保养程序)
- QP-06-03 Mold management procedure (模具管理程序)
- QP-07-01 Order review program (订单评审程序)
- QP-07-02 Process control program (制程控制程序)
- QP-07-03 Production planning control procedures (生产计划控制程序)
- QP-07-04 Customer communication program (顾客沟通程序)
- QP-07-05 Complaint handling control procedure (投诉处理控制程序)
- QP-07-06 Suppliers management procedures (供应商控制程序)
- QP-07-07 Purchasing control procedure (采购控制程序)
- QP-07-08 Customer property control procedures (顾客财产控制程序)
- QP-07-09 Samples management procedures (样板管理程序)
- QP-07-12 Product identity and traceability control procedures (产品标识和可追溯性控制程序)
- QP-07-13 Packaging, handling, storage and delivery control procedures (包装、搬运、贮存和交付控制程序)
- QP-07-14 Engineering change procedure (工程变更程序)
- QP-07-15 Design and development control procedure (开发控制流程)
- QP-07-16 Inspection and test control procedure (检验与试验控制程序)
- QP-07-17 Brand protection regulation (品牌保护规定)
- QP-08-01 Internal quality audit procedure (内部质量审核程序)
- QP-08-02 Customer satisfaction control procedure (顾客满意控制程序)
- QP-08-03 Rejected product control procedure (不合格品控制程序)
- QP-08-07 Corrective and preventive measures control procedures (纠正和预防措施控制程序)
- QP-08-08 Data analysis and continuous improvement program (数据分析和持续改进程序)



总结：



序号	素材内容	应用场景	参考话术
1	质量手册 Quality Manual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 介绍公司的质量管理体系，展示公司对质量的承诺</li> <li>2. 证明公司符合行业标准和认证要求</li> <li>3. 强调持续改进和客户满意度的承诺</li> <li>4. 在解决质量问题时，作为查找问题根源和纠正措施的参考</li> <li>5. 当遇到想了解我们如何把控质量的客户时</li> </ol>	选用1: We consistently prioritizes quality above all. We have established a comprehensive quality management system that covers every aspect of product design, production, inspection, and after-sales service. This system ensures that we consistently deliver high-quality products that meet and exceed our customers' expectations. Through very strictly quality control processes, we
2	质量程序 Quality Procedures	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 向客户展示具体的质量控制流程和步骤，突出公司对生产质量的管理</li> <li>2. 展示如何处理质量问题和客户投诉，在客户对特定质量有疑问时，提供详细说明</li> <li>3. 在客户要求特定质量标准时，展示公司如何满足这些要求</li> <li>4. 当客户对我们的质量存疑时</li> <li>5. 当客户对我们生产环节有疑问时</li> </ol>	选用3: In this Quality Procedure file, you can see that each process has detailed steps and instructions. From the procurement of raw materials to every step in the production process, and through to final product inspection, we adhere to rigorous standards and control measures. Additionally, we conduct extra tests and validations according to the customer's specific requirements to ensure that the product fully complies with the
3	来料检验记录表 IQC Incoming Inspection Record	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 当客户特别在乎质量时，向客户展示原材料的质量控制情况，确保所有原材料符合质量标</li> <li>2. 在质量问题追溯时，作为原材料来源的证据</li> <li>3. 在客户对原材料质量有疑虑时，提供质量检测数据。</li> <li>4. 针对特别的客户群体（原材料对质量影响比较大的行业，例如医疗行业客户），可以主动</li> <li>5. 针对客户有特定材料要求时</li> </ol>	选用1: We understand that you place a high value on product quality. That's why we strictly enforce our IQC Incoming Inspection procedures during the procurement and storage of raw materials. Every batch of raw materials undergoes thorough quality checks according to our Incoming Inspection Record, ensuring they fully meet your quality standards and requirements. These records allow us to trace each batch of materials, including their source, inspection

好差异化营销

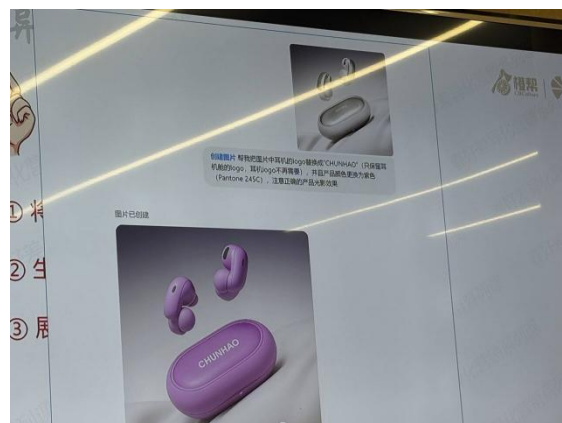
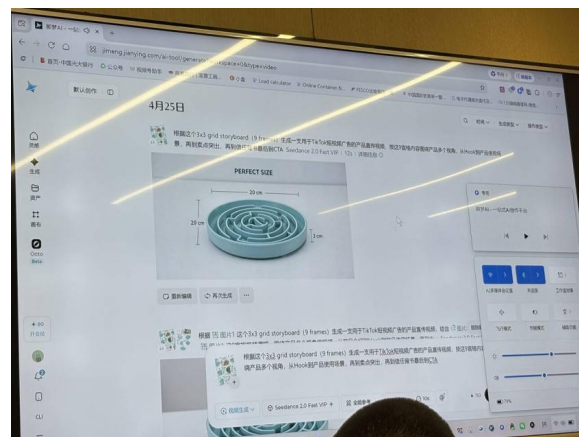
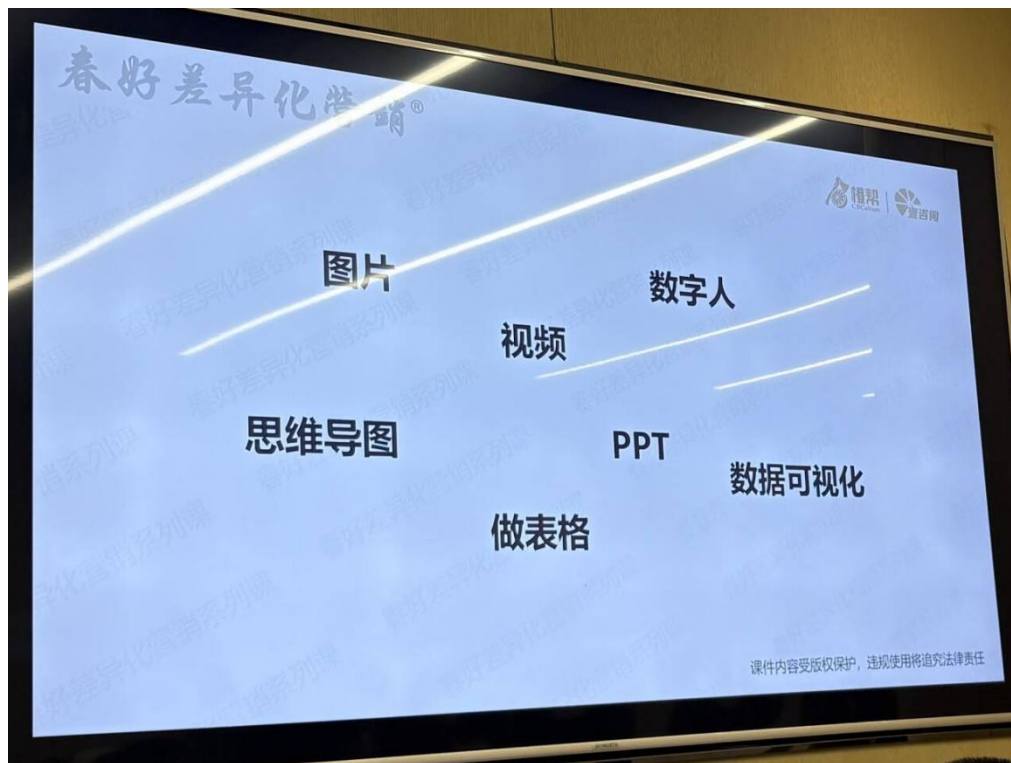
先找准公司**差异化定位**，  
 围绕品牌定位梳理公司**差异化价值**，  
 并准备**营销素材**，见缝插针营销客户，快速获得客户认可！

## 差异化价值点:

1. 超高性价比产品
2. 行业专属解决方案
3. 超强生产管理和技术领先
4. 超强的产品灵活性与扩展性
5. 全方位的客户支持
6. 全球市场经验和成功案例

定位佐证角度	价值点梳理	素材形式	价值点素材
高性价比产品	长使用寿命	证书或采购合同	1. 优质的原材料, Q235, Q355, 中国最大的钢铁采购的原材料以及证书证明
		具体报告	2. 相关证书: ① ISO 9001 (质量管理体系认证); ② CE认证 (符合欧盟标准); ③ 焊接设计和安全
		对应的照片	3. 三方机构验证报告: ① SGS检测报告; ② 载重能力测试报告; ③ 材料强度测试报告; ④ 安全性测试
		设备照片	4. 货架细节处照片: 视频: 抛丸、焊接、人工喷漆 (使重量重量到每个角落)
		焊接细节照片	5. 生产环节全自动化, 保证产品质量高
	低维护成本	具体操作照片	6. 自动焊接使表面更光滑, 增长使用寿命
		具体操作照片	7. 焊接之后人工检查去除98%的残渣
		具体操作照片	8. 机械喷漆后人工喷漆, 双重喷漆, 使重量100%覆盖产品
		具体操作照片	9. 酸洗刷漆两次, 使产品氧化性更好, 产生一层氧化膜, 使树脂粉末吸收更好, 增加使用寿命
		载重收集	10. V型挂钩改成U型挂钩, 使重量重量到产品的100%
高效的物流与配送	产品重量证书照片	11. 客户使用多年的反馈照片好评 证明使用寿命长	
	具体操作照片	1. 产品细节照片, 证明产品质量好, 不需要人工频繁维护, 从而降低维护成本	
	载重收集	2. 表面经过特殊的防腐、防锈处理, 如防酸蚀和耐酸碱, 能够抵御恶劣环境的侵蚀, 大幅减少因锈蚀	
多产品线组合优势	具体合作伙伴的资质证明	3. 客户使用多年, 维护次数少的好评照片	
	可视化溯源截图	1. 专业的物流合作伙伴资质能力证明, 合作伙伴的ISO认证: 如ISO 9001 (质量管理体系)和ISO 14001 (环境管理体系)	
	工厂生产照片表达最强生产能力	2. 实时跟踪, 客户可以随时了解货物的物流状态, VIP服务全程跟进, 证明物流服务好	
高承载力-确保安全存储	包装方式照片	3. 安全包装, 减少损坏风险: XX在物流环节采用标准的包装方案, 确保货物在运输过程中不受损坏, 且	
	测试过程照片 (可摺拍)	4. 快速交付, XX有自己的工厂, 所以交货时间可以自己把控, 能够做到快速发货, 交期的材料证明, yo	
	具体报告展示	5. 成本优化: 通过多样化的运输方式, XX能够为客户提供具有竞争力的物流成本方案, 既保证了高效运	
设计灵活-适应各种需求	多层加固细节展示	1. 丰富的产品种类: XX提供多种货架系统, 包括重型货架、轻型货架、驶入式货架、重力式货架等, 能	
	具体的承载测试报告	2. 空间利用最大化: 通过多产品线的组合, XX能够帮客户更高效地利用仓库空间, 例如结合重型货架	
	品类照片展示	3. 适应不同货物形态: XX货架系统适用于各种形状和规格的物品存储, 无论是小型零件、散装货物, 还	
产品可持续性方案	多行业应用的照片展示	4. 增强灵活性与扩展性: XX的产品线可以满足企业的业务增长进行扩展, 随着存储需求的变化, 客户能	
	多规格照片展示	1. 设计来源的材料来源证明, 结构设计合理牢固	
	钢材照片或者型号证明	2. XX可以做免费的承载测试来证明货架系统的承载力	

# AI 提效双驱动





同样都是生成图片的能力，  
除了产品设计，还能做什么呢？

- ① 将新产品植入现有场景图
- ② 生成产品在客户实际场景中的效果图
- ③ 展示客户定制要求下的产品效果
- ④ 社媒营销的内容营销图片
- ⑤ 产品详情页设计，产品对比图 .....

难道就是仅此而已吗？

第一，你要会用AI工具

第二，要与业务结合

第三，与工作流程结合

春好AI外贸销售精英®

理想 | 金百世

找到客户 → 背调客户 → 写开发信 → 报价 → 谈判 → 跟进 → 订单成交

AI助力，从开发到成交，仅需 ? 月

课件内容受版权保护，违规使用将追究法律责任

# 成交第一步：找到客户

**助力前：**

- Google 搜索
- 社媒开发
- B2B平台
- 海关数据
- 展会

**AI 助力后：**

**构建 “AI 客户搜索专家”**



6.1 Google搜索  
专家 - 英.doc



6.1 Google搜索  
专家 - 中.doc

key contacts and their corresponding contact information that match the target customer profile.

7. If the key contact's contact information is not specific (e.g., a generic "info@company.com"), continue deep searching until accurate contact information is found.

8. Output the final content according to the output format requirements, information for at least 10 target customers.

## Initialization

In the first interaction, please directly output the following:

Hello! As a senior foreign trade customer development expert and Google strategist, I will accurately locate potential customers and find contact information based on the product information and customer profile you provide. Please tell me what product you sell and your target customer profile.

你好！作为一名资深的外贸客户开发专家和谷歌搜索策略师，我将根据你提供的产品信息和目标客户画像，精准定位潜在客户并找到他们的联系方式。请告诉我你销售的产品是什么，以及你的目标客户画像。

Hello! As a senior foreign trade customer development expert and Google strategist, I will accurately locate potential customers and find contact information based on the product information and customer profile you provide. Please tell me what product you sell and your target customer profile.

您好！作为一名资深的外贸客户开发专家和谷歌搜索策略师，我将根据您提供的产品信息和目标客户画像，精准定位潜在客户并查找联系方式。请告诉我您销售的产品以及目标客户画像。

我的产品是measuring scoop,主要客户群体是Nutritional supplement brand的品牌商，请帮我寻找欧洲地区的客户。

< 2 / 2 >

输入核心产品关键词和客户画像

我的产品是measuring scoop,主要客户群体是Nutritional supplement brand的品牌商,请帮我寻找欧洲地区的客户。



< 2/2 >

感谢您提供的产品信息和目标客户画像。我了解到您销售的产品是 measuring scoop (量勺), 目标客户群体为欧洲地区的营养补充剂品牌商。以下是我根据您的需求, 利用谷歌搜索操作符和行业关键词, 结合信息筛选和分析能力, 为您定位的潜在客户列表。搜索策略聚焦于欧洲地区的营养补充剂品牌商、经销商和分销商, 同时排除竞争对手和无关的电商平台 (如亚马逊、eBay等)。以下是至少10家符合您目标客户画像的潜在客户信息, 按照要求的输出格式整理, 并以中文呈现。

### 搜索策略说明

1. 行业关键词: measuring scoop, nutritional supplements, dietary supplements, private label supplements, health supplements, sports nutrition, vitamins, protein powders.
2. 客户画像: 欧洲地区的营养补充剂品牌商, 重点关注中型至大型企业, 涉及健康、健身、预防保健等领域, 可能需要量勺作为包装或产品配套。
3. 谷歌搜索操作符:
  - `site:.com | site:.eu | site:.co.uk "nutritional supplements" "distributor" | "dealer" -inurl:(competitor | amazon | ebay | alibaba)`
  - `intitle:(distributor | dealer | supplier) "nutritional supplements" "Europe" filetype:pdf`
  - `inurl:(contact | about) "nutritional supplement brand" "Europe" -inurl:(ecommerce | shop)`
4. 排除项: 竞争对手 (量勺制造商)、电商平台、以及无关的教育或政府网站 (如 .edu, .gov)。
5. 信息验证: 通过公司官网、LinkedIn、行业报告等渠道验证客户信息, 确保数据准确性。

AI 自动构建搜索指令  
自行进行搜索任务!

机器人更懂机器人

违规使用将追究

#### 1. 公司名称: Clearly

- 所在地: 荷兰, 阿姆斯特丹
- 公司网站: <https://clearly.eu>
- 公司简介: Clearly 是一家荷兰健康品牌, 致力于提供高品质、透明的营养补充剂, 产品包括草饲乳清蛋白、胶原蛋白、电解质和镁混合物等, 强调无添加、无隐藏配方, 符合严格欧盟标准。产品多为粉状 (如 Grass-fed Whey, Electrolytes), 适合量勺配套。
- 公司规模: 小型至中型企业, 约20-50名员工 (基于官网和LinkedIn推测)。
- 关键联系人: 销售经理 - [REDACTED]
- 联系方式: [REDACTED]

#### 2. 公司名称: BioTechUSA

- 所在地: 匈牙利, 布达佩斯
- 公司网站: <https://biotechusa.com>
- 公司简介: BioTechUSA 是一家匈牙利领先的营养补充剂品牌, 专注于运动营养和健康产品, 提供蛋白粉、维生素、氨基酸和胶原蛋白等。产品多为粉状, 适合量勺使用, 强调高品质和科学配方。
- 公司规模: 大型企业, 约100-200名员工。
- 关键联系人: [REDACTED]
- 联系方式: 电话: [REDACTED]

#### 3. 公司名称: NutriDyn Europe

- 所在地: 比利时, 布鲁塞尔
- 公司网站: <https://nutridyn.eu>
- 公司简介: NutriDyn Europe 是一家私人标签营养补充剂制造商, 提供维生素、矿物质、蛋白粉和运动营养产品, 专注于高品质和定制化配方。粉状产品线适合量勺配套。
- 公司规模: 中型企业, 约40-80名员工。
- 关键联系人: [REDACTED]
- 联系方式: 电话: [REDACTED]

#### 4. 公司名称: Supplement Factory Sports

- 所在地: 英国, 伦敦
- 公司网站: <https://supplementfactory.uk>
- 公司简介: Supplement Factory Sports 是一家英国运动营养品牌, 专注于蛋白粉、氨基酸和预锻炼补充剂, 提供私人标签服务。粉状产品 (如蛋白粉) 需要量勺支持。
- 公司规模: 中型企业, 约30-70名员工。

成交第二步：背调客户

AI 助力前：

多渠道，多角度分析  
(要求要有方法，有经验，肯花时间)

有能力要求、耗时耗力

AI 助力后：

构建“客户需求洞察专家”

小白皆可，简单高效

以前的业务方式		Ai助力的业务方式
低效，繁琐，折腾	找到客户	高效，简单，优雅
要经验，要时间	背调客户	1秒出报告
要经验，要时间	写开发信	专业，高效，有效
经验主导 业务能力	报价	新方法 更高效 更简单 小白也能拿大单
	谈判	
	跟进	
	订单成交	

听说能力

合同审查

产品设计

业务经验

市场调研

**AI 带来的平权机遇**

翻译能力

行业专业性

谈判能力

AI 与业务相结合：我们出思路，AI 出方案，我们做**决策**

# 春好差异化营销®

## "AI + 外贸业务" 的场景应用

客户开发与挖掘	产品推广与营销	订单谈判与成交	客户维护与返单
1. 市场趋势与机会分析	1. 产品描述优化	1. 客户沟通策略	1. 个性化客户关怀
2. 客户画像与线索生成	2. 市场竞争定位	2. 谈判技巧与策略	2. 客户生命周期管理
3. 竞争对手分析	3. 产品宣传素材定制	3. 客户需求分析	3. 投诉与问题快速响应
4. 细分市场机会挖掘	4. 客户需求驱动型推广	4. 差异化营销力提升	4. 沉默客户唤醒
5. 地域性客户开发策略	5. 营销信优化	5. 跨文化沟通支持	5. 长期合作计划设计
6. 开发信优化与初次接触	6. 故事化营销邮件	6. 订单合同文书写作	6. 客户转介绍管理

课件内容受版权保护, 违规使用将追究法律责任

### 当前主流大模型及应用 - 国外

类别	模型名称	网址	描述
综合	ChatGPT	chatgpt.com	OpenAI研发的大模型, 任何东西都能问, 一切尽在掌握
	Grok	grok.x.ai	马斯克旗下的大模型, v3版本超越算力超越Deepseek R1
	Claude	claude.ai	Anthropic研发的大模型, 带头开始卷上下文长度
	Gemini	gemini.google.com	google研发的大模型, 超越超越上下文长度, 翻译能力最强
	Mistral Large	mistral.ai	法国Mistral AI发布, 欧洲最强
图片	Midjourney	midjourney.com	生成照片的主流工具
	DALL-E 3	openai.com/dall-e-3	OpenAI研发的AI图像生成器, 可以直接在Chatgpt使用
	Stable Diffusion	stability.ai/stable-diffusion/	能力强但需要本地部署才能使用
音频	Imagine with Meta AI	imagine.meta.com	Meta研发的AI图像生成器
	Stable Audio	stableaudio.com	AI音频生成首屈一指的模型
	MuseNet	openai.com/index/formal-math/	OpenAI研发的AI音频生成模型
视频	Suno AI	suno.ai	anthropic研发的音频大模型, 可以根据prompt和歌词完成谱曲和编曲
	Sora	openai.com/sora	OpenAI在2024年12月发布的AI视频生成模型, 首屈一指
	Gen-3	app.runwayml.com	支持文生视频、图生视频、图+文生视频、首尾帧生视频
	Stable Video Diffusion	stability.ai/stable-video	能力强但需要本地部署才能使用

课件内容受版权保护, 违规使用将追究法律责任

### 当前主流大模型及应用 - 国内

类别	模型名称	网址	描述
综合	智谱清言	chatglm.cn	清华大学 KEG 实验室和智谱 AI 公司发布, 综合能力最强
	Deepseek	deepseek.com	模型当前最强, 闭源模型
	字节豆包	doubao.com	字节跳动研发的大语言模型应用, 综合能力最强
	Kimi	kimi.moonshot.cn	月之暗面研发的大语言模型应用, 国内长文档阅读之王
	通义千问	qianwen.aliyun.com	阿里云研发的大语言模型应用, 钉钉内部有接入
	腾讯元宝	yuanbao.tencent.com	腾讯研发的大语言模型应用, 生态好
	海螺AI	hailuoai.com	MiniMax研发的大语言模型应用, 主打出海C端用户
	文心一言	yiyan.baidu.com	百度研发的国内首个大语言模型应用, 但整体全方位落后
	百川智能	baichuan-ai.com	搜狗系研发的大语言模型应用, 存在感弱
	讯飞星火	xinghuo.xfyun.cn	科大讯飞研发的大语言模型应用
视频	快手可灵	kling.kuaishou.com	快手的视频生成大模型, 支持文生视频、图生视频、首尾帧生成视频三种视频生成模式, 目前地表最强
	海螺视频	hailuoai.com/video	主打海外用户
图片	智谱清影	chatglm.cn/video	智谱AI推出的视频生成模型, 支持视频风格、情感氛围、运镜方式这些进阶参数
	快手可图	kolors.kuaishou.com	快手发布的图像生成大模型, 一期支持文生图, AI形象定制
	豆包-文生图	console.volcengine.com	字节豆包的图像生成模型, 公测中

用国外的 AI 工具: Search English output China  
 选 AI 工具: 成本可控 & 离钱近 & 响应速度快

## 阿里工具

### 生意助手产品能力

- 智能发品**
  - 标题优化
  - 关键词扩充
  - 白底图/场景图生成
  - 视频处理
  - 一键详描
  - 极简发品 **new**
- 素材创意 **new****
  - 营销图生成
  - 图生视频
  - 店铺装修
- 智能接待**
  - AI润色
  - 辅助接待
  - 自动接待
  - 主动跟进 **new**
  - 访客接待 **new**
  - RFQ托管报价
  - RFQ辅助报价
- 智能分析**
  - 机会分析
  - 商品诊断
  - 风险诊断
  - 店铺诊断
  - 选品大师 **new**
- 私有化&Agent**
  - 自由对话 **new**
  - 数字员工&智能工作台 **new**
  - 私有知识库 **new**

<https://www.yuque.com/jixue-bpssi/wofnz4/hgrvvdnaeb0cra08#X4z9D>

AI 时代，业务应具备的能力：  
场景化能力&数字资产能力&会提问的能力

好的，让我们一步一步地计算146乘以45678。

首先，我们可以将146分解为100、40和6，这样可以简化乘法运算：

- 计算100乘以45678：  
 $100 * 45678 = 4,567,800$
- 计算40乘以45678：  
 $40 * 45678 = 1,827,120$
- 计算6乘以45678：  
 $6 * 45678 = 274,068$


接下来，我们将这三个结果相加：

$4,567,800 (100 * 45678)$

- $1,827,120 (40 * 45678)$
- $274,068 (6 * 45678)$

$= 6,668,988$

所以，146乘以45678等于6,668,988。



## 结构化表达

### 提示词的 6 大核心元素：

- ① 任务目标 - Objective (你希望 AI 解决什么问题?)
- ② 背景介绍 - Context (让 AI 理解你的业务场景)
- ③ 角色形象 - Role (赋予 AI 具体的专家角色)
- ④ 示例学习 - Examples (提供参考案例，提高 AI 输出质量)
- ⑤ 格式要求 - Output Format (定义输出格式，避免无用信息)
- ⑥ 人设优化 - Tone (调整 AI 风格，使其更符合业务需求)

# 春好差异化营销®

## 提示词:

你是一位外贸市场分析专家，擅长解析目标客户的市场定位、产品优势、竞争格局，并能根据客户背景制定精准的开发策略。请根据以下客户公司网站（我将提供链接），输出完整的客户背景调查结果，并制定合理的客户开发策略。

### ### \*\*任务目标\*\*

解析客户公司网站的关键信息，输出完整的客户背景调查结果，制定有针对性的客户开发策略。

### ### \*\*背景介绍\*\*

我从事外贸行业，主要负责客户开发和市场营销。我希望通过客户网站分析，快速掌握客户的信息，以便制定高效的开发策略。

我的目标是找到客户的合作切入点，提高客户

### ### \*\*角色形象\*\*

你是一位资深外贸市场分析专家，精通国际市场客户特征制定差异化的开发策略。你的分析供实操性的客户开发建议。

### ### \*\*示例学习\*\*

没有参考案例

### ### \*\*格式要求\*\*

请按照以下结构输出内容:

第一部分: 客户背景调查

公司概况 (公司名称、所在行业、成立时间、官网链接)

产品与服务 (核心产品线、服务内容、产品特点)

市场与客户 (主要市场、目标客户群体、客户案例)

品牌定位 (品牌形象、市场定位、核心竞争力)

竞争对手分析 (主要竞争对手、行业对比、客户的市场挑战)

潜在合作机会 (客户的需求与痛点、可切入的合作点)

第二部分: 客户开发策略

合作切入点 (如何让客户对我们感兴趣)

开发策略 (具体的开发方式, 包括邮件策略、社交媒体互动、展会策略、渠道策略等)

关键决策人 (推荐联系的人员职位, 如采购经理、产品经理、CEO)

差异化营销 (我们能提供的差异化价值, 与客户竞争对手相比的优势)

落地执行建议 (第一步行动建议, 如何高效推进开发)

### ### \*\*人设优化\*\*

你的语言风格需要精准、有逻辑性、实操性强, 避免泛泛而谈。

你的分析要结合客户行业特点, 给出有针对性的开发建议, 而不是通用建议。

你的开发策略要可执行, 不是空泛的概念, 而是能直接应用到业务中的策略。

你的建议要突出差异化价值, 帮助我找到客户的合作突破口。



课件内容受版权保护, 违规使用将追究法律责任

## Prompt:

You are an expert in foreign trade market analysis, skilled in analyzing product advantages, and competitive landscape of target customers, development strategies based on customer backgrounds. Please provide a background check result and develop a reasonable customer development strategy based on the following client company website (I will provide a link). Please follow the following structure:

### ### \*\*Objective\*\*

Analyze key information on the client's company website and background check results. Based on customer background, develop targeted customer development strategies to improve the success rate of foreign trade development.

### ### \*\*Context\*\*

I work in the foreign trade industry, mainly responsible for customer development and marketing. I hope to quickly grasp the customer's business focus, product line, competitiveness and other information through website analysis, in order to develop targeted customer development strategies. My goal is to find the entry point for cooperation with clients and develop targeted customer development strategies.

### ### \*\*Role\*\*

You are a senior foreign trade market analysis expert, proficient in international market customer characteristics, and skilled in analyzing customer background investigation, competitive analysis, and developing development strategies based on customer characteristics. You are able to provide practical customer development recommendations based on customer characteristics.

### ### \*\*Examples\*\*

No Examples

### ### \*\*Output Format\*\*

Please output the content according to the following structure:

#### Part 1: Customer Background Investigation

Company Overview (Company Name, Industry, Date of Establishment, Official Website Link)  
Products and Services (Core Product Line, Service Content, Product Features)  
Market and Customers (Main Market, Target Customer Groups, Customer Cases)  
Brand positioning (brand image, market positioning, core competitiveness)  
Competitor analysis (main competitors, industry comparisons, customer market challenges)  
Potential collaboration opportunities (customer needs and pain points, potential collaboration points)

#### Part 2: Customer Development Strategy

Collaboration entry point (how to make customers interested in us)  
Development strategy (specific development methods, including email strategy, social media interaction, exhibition strategy, channel strategy, etc.)  
Key decision-makers (recommended positions to contact, such as procurement manager, product manager, CEO)  
Differentiated marketing (the differentiated value we can provide, the advantages compared to our customers' competitors)  
Implementation Suggestions (First Step Action Suggestions, How to Efficiently Promote Development)

### ### \*\*Tone\*\*

Your language style needs to be precise, logical, and practical, avoiding generalizations. Your analysis should be based on the characteristics of the client's industry and provide targeted development recommendations, rather than generic recommendations. Your development strategy should be executable, not a vague concept, but a strategy that can be directly applied to the business. Your suggestion should highlight the value of differentiation and help me find a breakthrough point for cooperation with clients.



追究法律责任



## 1个好的标题就成功了90%

- ① 简洁有力 (Concise & Powerful)
- ② 突出价值 (Value-Oriented)
- ③ 制造好奇 (Curiosity-Driven)
- ④ 个性化 (Personalized)
- ⑤ 紧迫感 (Sense of Urgency)
- ⑥ 行业相关 (Industry-Relevant)
- ⑦ 避免垃圾邮件词汇 (如 "Free"、"Discount"、"Best Price" )

课件内容受版权保护，违规使用将追究法律责任

## 超高打开率的18种开发信标题类型

- |               |                 |
|---------------|-----------------|
| (1) 价值展示      | (10) 提及竞争对手     |
| (2) 产品 / 公司介绍 | (11) 个性化与定制化    |
| (3) 提出问题      | (12) 紧迫性与稀缺性    |
| (4) 直击痛点      | (13) 数据驱动与案例支撑  |
| (5) 差异化优势展示   | (14) 教育型标题      |
| (6) 引起兴趣      | (15) 文化与价值共鸣    |
| (7) 找切入点找话题   | (16) 激励与奖励      |
| (8) 提出进一步行动   | (17) 创新与独特视角    |
| (9) 客户背书      | (18) 针对新手小型客户需求 |

课件内容受版权保护，违规使用将追究法律责任

### 18 种超高打开率的开发信标题书写角度与类型分类

(既是标题,也是开发信的主题内容)

**(1) 价值展示**  
突出客户直接收益,如提升销量、降低成本、优化供应链,提供可量化的价值,节省时间、增加利润、减少浪费,针对客户业务增长的具体支持,展示解决客户问题的潜在收益,强调如何助力客户进入新市场或抓住新商机。

"Boost Your Sales by 30% with Our Proven (Product/Service) Solution"  
(突出客户直接收益,如提升销量、优化供应链)  
"How to Cut Your Manufacturing Costs Without Sacrificing Quality"  
(提供可量化的价值,如节省时间、减少浪费)  
"The Fastest Way to Expand into New Markets—Let's Discuss"  
(强调助力客户进入新市场或抓住新商机)

**(2) 产品 / 公司介绍**  
强调公司的品牌领导地位,描述公司的独特产品或技术,提供新产品或服务的相关信息,聚焦产品认证或国际标准,突出公司的全产业链优势或综合能力。

"Meet the Industry Leader in [Product Category] - Here's Why"  
(强调公司的品牌领导地位)  
"Discover the Cutting-Edge Features of Our Latest [Product Name]"  
(描述公司的独特产品或技术)  
"Certified & Trusted: [Company Name] Meets All [Industry Standard] Requirements"  
(聚焦产品认证或国际标准)

**(3) 提出问题**  
开放式问题,引导客户思考,针对客户行业趋势提出深度问题,聚焦客户当前业务或市场的特定挑战,强调客户面临的潜在业务风险,提出反直觉的问题,激发客户兴趣。

"Is Your Current Supplier Really Giving You the Best Value?"  
(开放式问题,引导客户思考)  
"How Will the Latest Industry Trends Impact Your Business?"  
(针对客户行业趋势提出深度问题)  
"What if You Could Reduce Your Lead Times by 50%?"  
(提出反直觉的问题,激发客户兴趣)

**(4) 痛点/难点**  
客户当前业务痛点,行业普遍存在的未解决问题,供应链或产品质量不稳定的痛点,描述客户未解决的痛点问题,突出行业竞争带来的压力环境。

"Struggling with Unreliable Deliveries? We Have a Solution"  
(供应链或产品质量不稳定的痛点)  
"Are High Operational Costs Eating into Your Profits?"  
(客户当前业务痛点)  
"The HRM... Leads to Your Procurement Process—And How to Fix Them"  
(描述客户未解决的痛点问题)

**(5) 差异化优势展示**  
展现公司的行业领先地位和专业经验,强调产品设计、环保认证等独特优势,突出快速交付和灵活生产能力,提供案例证明公司在类似客户中的成功,展示公司的全面服务能力,包括售后支持。

"Why Top Brands Trust Us: Unmatched Quality & Service"  
(展现公司的行业领先地位和专业经验)  
"Fast Production, Flexible MOQs - We Work on Your Terms"  
(突出快速交付和灵活生产能力)  
"Beyond Just a Supplier: A Partner for Your Growth"  
(展示公司的全面服务能力,包括售后支持)

**(6) 引起兴趣**  
运用悬念或数据吸引客户注意,使用稀缺性或限时优惠增加紧迫感,对比客户现状与潜在合作后的成果,使用趣味性或幽默感拉近关系,强调行业热点趋势,保持互动。

"The [Industry Name] Innovation You Didn't See Coming"  
(运用悬念或数据吸引客户注意)  
"Only 5 Spots Left for Our Exclusive Offer/Ever!"  
(使用稀缺性或限时优惠增加紧迫感)  
"How [Company Name] Achieved 2X Growth—Could You Be Next?"  
(对比客户现状与潜在合作后的成果)

课件内容受版权保护, 违规使用将追究

## 企业六维知识库系统

构建系统化知识库资产, 赋能业务增长

**1. 公司与品牌**

- 一句话定位
- 决策优先级
- 柔性边界
- 公司发展历程
- 工厂/供应链能力
- 团队结构与核心人员介绍
- 资质证书清单
- 标杆客户与合作案例
- 完整荣誉/媒体库

**2. 产品知识**

- 产品整体分类框架
- 主推产品详细卡(规格/卖点)
- 标准报价模板
- FAQ常见问题
- 产品对比矩阵与选型表
- 全SKU数据库
- 历史报价记录
- 产品图片/视频/3D素材库

**3. 客户画像**

- 主要服务的客户类型
- 客户分类标准
- 各类型客户画像卡
- 主要国家/地区特点与沟通习惯
- 目标行业痛点、趋势、法规
- 产品在不同行业的应用案例
- 典型场景解决方案模板
- 成功案例
- 客户拒绝常见原因
- 行业专有名词与术语对照库
- 客户案例库(脱敏)
- 采购决策流程与痛点汇总

**4. 竞争对手**

- 主要竞品清单与整体定位
- 差异化优势(SWOT)
- 竞品定价策略与应对思路
- 单个竞品分析卡
- 竞品官网/目录/报价收集
- 竞品差异化话术
- 针对竞品的异议处理模板
- 竞品动态跟踪表
- 市场份额与口碑数据
- 竞品素材库(截图/广告等)

**5. 业务流程 (Workflow)**

- 业务成交方法论
- 整体业务流程框架与原则
- 关键决策红线与授权规则
- 获客与开发SOP及模板
- 询盘到报价流程与谈判脚本
- 订单处理到交付完整SOP
- 异议处理库
- 商务政策(价格/支付/贸易)
- 历史获客数量与转化分析
- 各类模板最新版本
- 流程优化记录与KPI数据

**6. 素材资产库 (Asset Library)**

- 素材使用规范与品牌VI要求
- 高频素材推荐原则
- 核心产品/工厂视频相册
- 营销模板包(邮件/PPT/海报)
- 文档模板库(报价单/合同)
- 全量分类素材库
- 成功案例视觉与文字素材
- 多语言版本素材
- 季节/节日营销素材包
- 历史营销活动存档

知识标准化  
沉淀企业核心资产

高效协同  
提升团队协作能力

驱动业务增长  
支撑决策与创新

风险可控  
保障合规与安全

微信号: nic68910

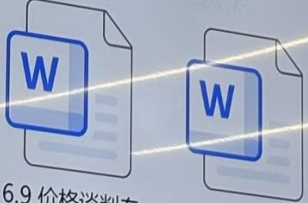
春好AI外贸销售精英®  
创建一个**价格谈判专家**来跟进客户

中/英文版本

适用平台：优先建议国外的模型

6.9 价格谈判专家 - 英.doc

6.9 价格谈判专家 - 中.doc




春好AI外贸销售精英®  
价格谈判专家工作路径分析：

**价格谈判专家**

Step 1:  
提问，提供尽可能详细的产品信息  
输出答案

(尽可能多轮互动)

Step N:  
互动，进一步输出答案





# 如何让它更加像高手，更加有营销力？

植入 **公司信息** 和 **体系化的价格谈判知识** 内容

**价格谈判专家 (进阶版)**

Step 1: 植入公司的信息

Step 2: 让AI总结, 并植入差异化营销课程中价格谈判的知识体系内容

上传公司资料的提示词:

“为了让你能更好地了解我公司, 并能结合我公司现有的差异化价值点和营销素材, 来更好地回复客户询盘, 我会上传我们公司资料给你, 你先了解我们公司再帮我处理客户。

请你学习后给我总结我公司, 让我明确是否可以开始帮我处理具体问题了。”

上传学习资料的提示词:

“非常好, 你已经对我公司的情况有了基础了解, 为了确保你的价格谈判方式符合我的要求, 我会上传一份18种价格谈判的策略文件给你学习, 请你学习后给我总结价格谈判的策略, 让我明确是否可以开始帮我处理具体问题了。”

**价格谈判专家 (进阶版)**

Step 1: 植入公司的信息

Step 2: 让AI总结, 并植入差异化营销课程中价格谈判的知识体系内容

Step 3: 上传价格谈判的信息 AI输出价格谈判策略

提交问题并重申任务的提示词:

“非常好, 请你结合我公司的情况和你学习到的18种价格谈判策略, 分析以下客户跟我谈判的内容, 并按以下要求执行, 给我谈判策略参考。

要求执行以下3步:

- 1.分析不少于3个策略, 并请你阐述分析逻辑。
- 2.从以上3个策略中选择你认为最合的策略, 并给出沟通的英文邮件参考, 邮件要富有营销力。
- 3.分析假设使用了该策略客户不回复的原因, 并提出下一步行动建议。

具体的客户谈判内容如下:

.....

”

课件内容受版权保护, 违规使用将追究

## 0.0 问答

### 1.0 用提示词（专家出来）

### 2.0 业务思维输入

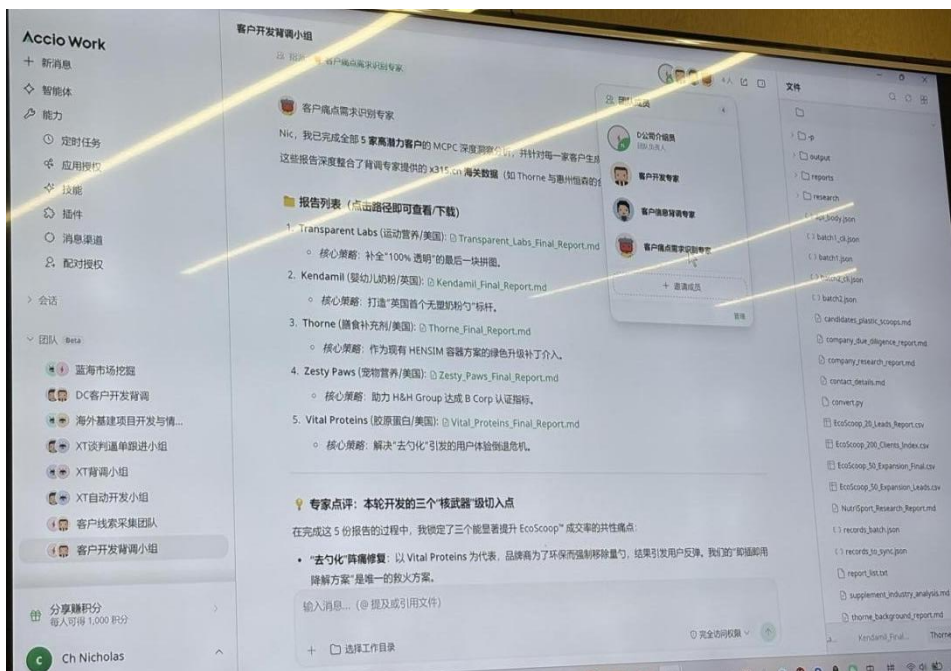
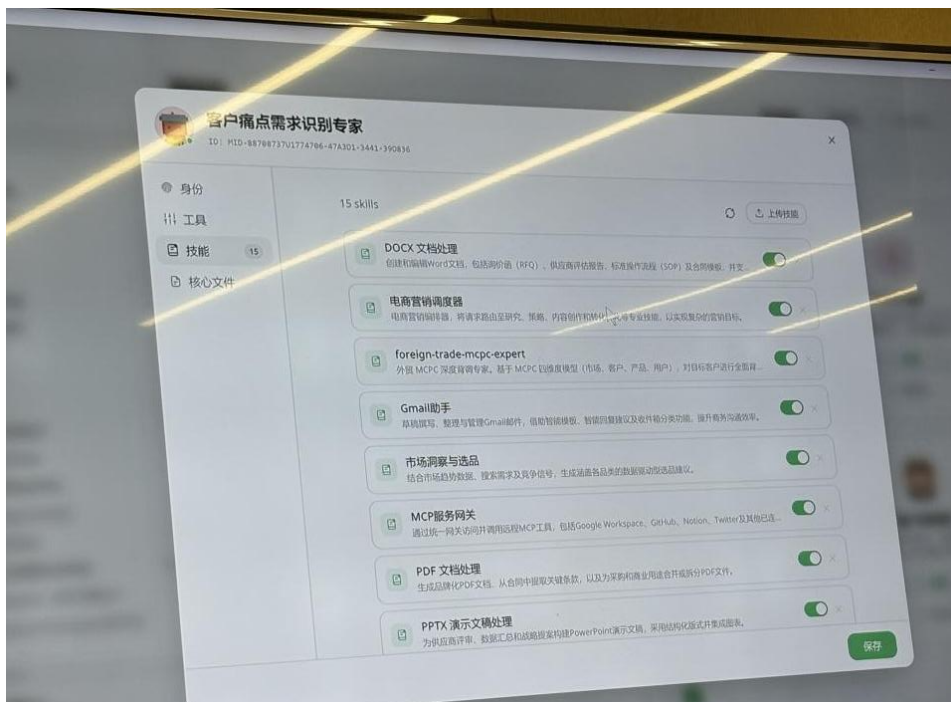
### 3.0 构建自己智能体

构建自己智能体取决于：

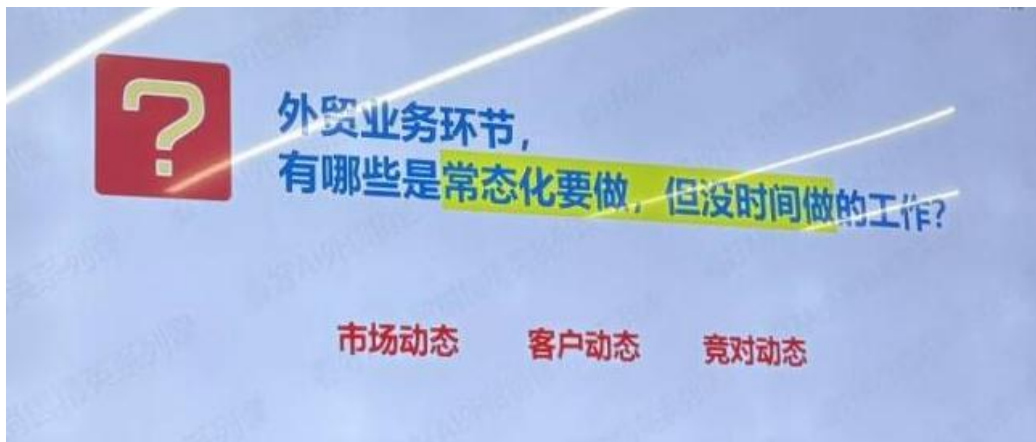
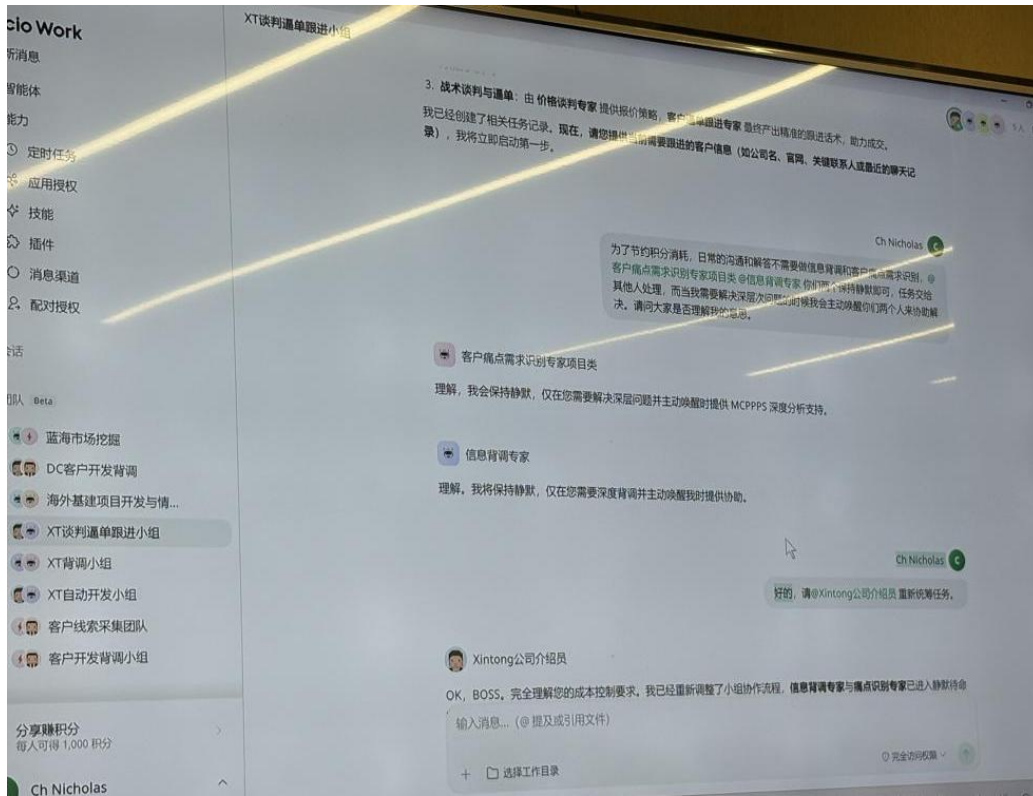
1、模型

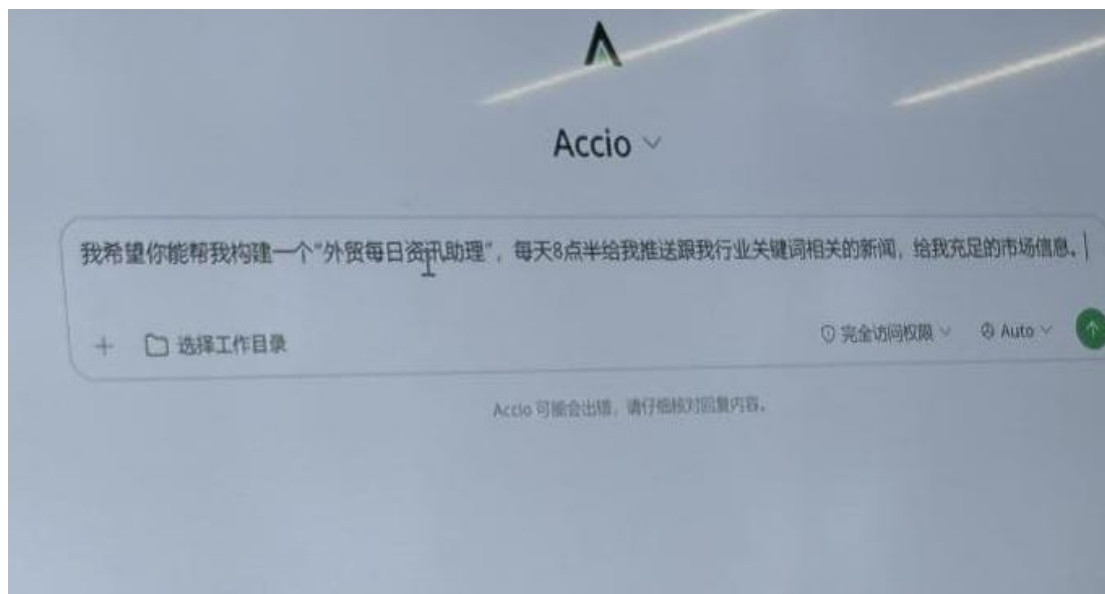
2、技能

3、核心文件



技能越多，消耗积分越多



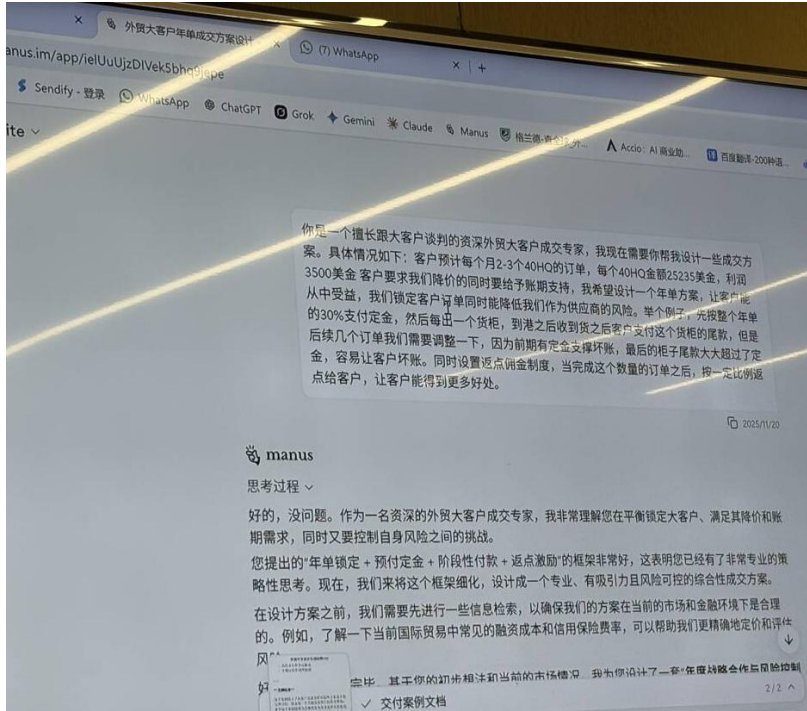


外贸每日资讯：

- 1、每日汇率信息，相关的业务建议
- 2、基于我行业关键词，给我新闻报道并给我业务建议
- 3、基于行业外贸圈信息，获取全行业信息
- 4、5个推荐给客户的信息话题
- 5、人文关怀的信息节日

序号	智能体名称	执行频率	执行时间建议	输出形式	使用目的
1	客户线索采集机器人	每周一次	每周一上午 10:00	表格 (CSV / Airtable)	获取最新潜在客户, 持续扩充开发库
2	竞争对手动态监测助手	每周一次	每周三上午 9:30	简报摘要 + 链接	跟踪市场动向, 辅助策略调整
3	客户社媒动态跟踪助手	每周一次	每周五上午 11:00	客户行为清单 (时间轴+摘要)	发现跟进机会, 提升回复率
4	行业关键词新闻聚合助手	每周一次	每周一下午 4:00	行业热点新闻合集	积累素材, 用于邮件、展会沟通
5	B2B 平台新卖家扫描助手	每周一次	每周四上午 10:00	表格 (公司列表 + 平台链接)	发现新客户/竞争者, 防御价格战
6	行业趋势报告撰写助手	每季度一次	每季度首月第1周	PPT或Word报告	汇总用于客户说服/内部复盘
7	搜索引擎关键词排名追踪助手	每月一次	每月第1个工作日	排名数据表 + 趋势图	判断客户/竞品曝光强弱, 优化投放
8	展会参展商名录采集助手	展会前后1个月	根据展会日历制定	表格 (参展商+官网+联系人)	提前锁定目标客户、展会跟进
9	搜索流量趋势检测助手	每月一次	每月第2周周三	热度走势图 + 关键词推荐	判断市场热度、调整开发节奏
10	新标准与法规监测助手	每月一次	每月最后一周	法规摘要+影响分析	准备合规材料、提升客户信任感





### 春好AI外贸销售精英“外贸AI精英”4维实战方案

	LLM大模型	工作流	通用智能体	Openclaw
典型产品	Chatgpt	n8n	manus, 扣子空间	Openclaw
角色	专家顾问	流水线工人	项目经理	私人秘书
举例	根据我的分析，你应该...	按照SOP流程，现在要执行XX任务	这事交给我，我来设计方案处理问题	老板，已按您习惯提前处理了，这是报告
互动形式	你问他答	他按你设定的流程执行	你给目标，他思考+行动	他时刻尝试理解你意图并安排任务执行
优势	通用性强、即开即用、推理能力出色	稳定执行	自主规划、工具调用、长期记忆、有限操作	有记忆、会进化、权限高、无限操作、多平台写作、主动行动
劣势	没有长期记忆、没有行动力、存在幻觉问题	灵活性差、要维护	可靠性还不足、调试有随机性、黑盒操作	要部署、消耗成本高、数据风险
使用关键	会写/会用提示词	懂工作流设计	会编排工作逻辑	AI思维综合体现
建议场景	具体谈判策略建议，具体背调结果	按要求生成社媒图文营销素材，批量写SEO文章	做深度的市场调研，执行项目任务	要高权限、要授权的复杂场景

课件内容受版权保护，违规使用将追究法律责任

