

《JAC外贸工具书》

图书基本信息

书名：《JAC外贸工具书》

13位ISBN编号：9787517500538

出版时间：2015-7-1

作者：JAC

页数：285

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《JAC外贸工具书》

内容概要

《JAC外贸工具书：JAC和他的外贸故事》是外贸“大神”JAC首本公开出版的作品，是他多年在一线的外贸实战中积累的经验、技巧的全面整理、总结。

《JAC外贸工具书：JAC和他的外贸故事》语言轻松，可读性强，知识点涵盖面广。全书选取了广大外贸新人和有一定职场经验的外贸人员为关注的热点和难点问题，结合作者的外贸故事，给予读者实用、有效的解决之道。

尤为值得一提的是“旧文新看”模块，从当下的视角，对以往的经验进行了补充和完善，使其更加符合现今外贸形势，是外贸人职场修炼的必读宝典。

内容简介：

《JAC外贸工具书：JAC和他的外贸故事》是外贸“大神”JAC多年外贸一线实战经验的分享，集结外贸业务员关注与困惑问题的解决之道，细细品位，收获多多：

1. 客户开发、维护、交往、谈判方面的独到观点，结症惯性思维误区；
2. 游刃有余的谈判术，掌握商战主动权；
3. 亲历商战实景回放，助你开阔视野，未雨绸缪；
4. 超级外贸工具箱，助你轻松拿订单。
5. “旧闻新看”板块，立足当下再点评当年情事，鉴于往事，以资来者。

作者简介

作者简介：

JAC，外贸福步论坛曾用名相思寸寸，被外贸人称为村长，外贸圈名人，资深外贸高手。擅长谈判、客户开发，善于技巧、方法总结，乐于分享，帮助外贸人解决实战难题，深受外贸人推崇。

- 1) 著有书籍《JAC外贸工具书-JAC和他的外贸故事》，《JAC外贸谈判手记-JAC和他的外贸故事》；开办原创外贸博客<http://www.jacindustry.org/>，其点击量达八千万，精华帖无数，
- 2) 2003年1月份踏入外贸，坚持在一线，有着13年的外贸一线业务经验，八年的团队管理经验，五年的外贸培训经验。专注于客户心理研究，客户谈判，客户跟踪，及信用证操作。
- 3) 曾在化工行业的最佳外贸销售业绩达1.7亿人民币；有着很丰富的成单经验和落单经验。
- 4) 现就职于济南某化工贸易公司运营总监，北京某户外品牌跨境电商运营总监，中国制造网特聘讲师，中建材集团内训讲师。
- 5) 2016年杭州利贸企业管理咨询有限公司创始人。

书籍目录

第一章

新手入门

第一节专家们吓唬新人的常用言论

part 1话术和技巧都是饮鸩止渴，拿到市场的最好方法是提高产品的自身质量和服务质量

part 2要进行品牌竞争，而不是价格竞争和付款方式等的竞争

part 3L/C有风险，其中最大的风险是开证行跟开证人勾结

part 4FOB有风险，万一货代跟客户勾结.....

第二节外贸里永恒不变的真理

part 1学过了不等于懂了，不等于会用了

part 2永远要说客户最感兴趣的话题

part 3永远不要去说服客户，在口舌上战胜客户

part 4永远不要无条件地答应客户的要求

第三节外贸中非常普遍的误解

part 1万能开发信

part 2让客户上班第一时间看到邮件，效果最好

part 3不能在非工作时间打扰客户，客户将工作和生活分得很开

part 4给客户发邮件要跟开发信一样，简单才好

part 5客户就是机器人，输入特定的指令就应该拿到预定的回应

part 6新人的误区

part 7太相信客户的话，不留有后招

part 8老外公道，不会有什么潜规则

part 9做你这个产品的太多了，竞争太激烈，没前途

part 10你太内向了，客户来了你都不知道说什么

第四节要成为外贸高手必须具备的知识

part 1外贸业务员是个杂货铺，要什么都得有

part 2外贸工具，工欲善其事必先利其器

part 3国家政策

part 4基本的心理学

part 5销售技巧

part 6谈判话题

第五节筹划大单需谨慎

做大单的潜在风险

第六节做好外贸要了解同行

了解同行有妙招

第七节新人到底缺什么

第八节外贸小偏方，新人如何快速出单

第二章

准备篇

第一节做外贸需要知道的知识与技巧

第二节JAC的外贸工具箱

第三节工作有道

第三章

客户寻找与挖掘

第一节做SALES必须知道的几件事

第二节获取客户有哪些渠道

第三节为什么客户不理你

第四节与客户沟通的小技巧

技巧

第五节好客户也是需要培养的

第六节如何做能让客户觉得你很专业

第七节如何在展会上开发客户

第八节客户开发与维护

第九节接待客户很关键

第十节巧妙应对客户常问的尴尬问题

怎么说

第十一节如何维护好上下游关系

第四章

JAC的邮件写作及分析术

第一节询盘

第二节开发信

第三节何时回复客户邮件最有效

原因

第五章

心理战202

第一节你必须知道的客户采购心理

第二节买家对卖家心理认可过程的分析

第三节教你如何做出合理的推断

第四节掌握客户的规律，让你玩转外贸

第六章

JAC谈判技巧

第一节关于价格及付款方式

第二节别让合同条款成为订单的最后障碍

第三节谈产品

第四节谈样品费

第五节关于你的谈判对手

请记住，你是在跟人谈判

第六节话术实战

第七节客户意向与谈判风格

第八节如何进行业务谈判

谈判细节逐条梳理

第九节外贸中如何将你的劣势变成谈判优势

第七章

宣传

第一节为什么你的宣传没效果

第二节用炒作的心态做外贸宣传

第三节为什么选择B2B平台做宣传

第四节有独立域名，为何不申请企业邮箱

第八章

网络营销

第一节如何让你的网站在搜索结果中脱颖而出

第二节做外贸如何进行网站的宣传

第三节不要轻易相信网站访问量

第九章

外贸员处理问题的方法和技巧

第一节价格报错或有效期内价格涨幅太大怎么办

第二节外贸公司带客户看工厂的方法技巧

第三节我是如何把套价格的同行变成客户

第四节关于发票的基本知识点

精彩书摘：

part 1 备战广交会，展会细节问题大总结

一、告知客户你去参展

如果你去参展，而且有展位，一定要告知你所有联系过的客户。

告知的内容包括展厅展位、你的电话、参展时间、带去了哪些样品样机、住在什么酒店、展会当场签约有哪些大幅度的优惠，甚至可以设置抽奖环节等，这些都可以吸引客户。总之，要突出你的特点、优势。

二、储备产品知识

在展会上，尤其是在人多的时候，大家都在忙，没人会帮你接待客户，尤其是新人你更不能指望别人在这个时候帮你谈一些细节，你也不可能客户一有问题就跑去找人问，客户来一次展会没有那么多时间等你确认。

所以，你必须自己储备产品知识，一方面不求人，另一方面专业永远是最好的拿单武器。

必须掌握的产品知识如下：

(1) 什么参数影响价格，如何影响价格？

(2) 客户对于你的产品最常见的疑问有哪些？答案是什么？

(3) 你的产品参数你能不看资料就说出来吗？

(4) 你的价格趋势你知道吗？如果你能熟练地掌握你的价格趋势，客户会认为你是专家，因此他会格外看中你，客户可能会向你咨询很多问题，客户的问题越多，你掌握客户的心理就越多。很多人说，“客户为什么不愿意回复我，客户不回复我，我就了解不到有用的信息”，其实很大的原因是你没有利用价值，客户认为从你身上拿不到什么有用的东西，所以他没必要回复你。

(5) 打印产品资料、证书、检验结果等，虽然有样本，但是样本是大众化的宣传资料。你应该自己制定个性化的资料，添加上你的照片、联系方式及一些样本上没有的信息等，这些信息在关键的阶段非常有用。

(6) 专业词汇，尤其是你产品的其他称呼。有些客户会拿着不同的产品名称去询问你，当你不知道这个产品名称时，你可能会认为这不是你的产品，因此错过一个客户。

三、如果你有一个智能手机

(一) 名片扫描软件

如果你有一部智能手机，安装一个名片扫描软件，这个软件虽然大部分都不好用，但是有些还是可以的，扫描名片后直接转成手机通讯录储存格式，存入手机。WhatsApp、viber、kakaotalk、line、facebook立即上（安卓专用）等软件可以让你轻松地找到客户、联系客户。

(二) 开通全球通业务

你要把你认为重要的客户和明确告诉你要参展的客户的手机号码存下来，一方面，可以利用上面的软件联系他们；另一方面，如果客户在展会上迟迟不出现，你可以直接电话联系，以免错过重要客户。

（三）开通wlan业务

如果你是移动客户可以开通wlan业务，展厅里一般有cmcc，这样你在展厅里直接可以连接使用，方便处理很多事情。wlan的网络要比手机网络快很多，即便你不是移动号码，也可以用移动号的用户名和密码登录使用。

（四）清理手机内存

事先清理一下你的手机储存空间，因为你要拍照。

（五）使用手机vpn

建议你使用手机vpn，这样你可以时时刻刻关注客户的动态。例如你可以下载vpn one click手机版，非常方便快捷，你也可以随时用手机登录facebook和推特等，从而了解客户的动态。很多客户可能是第一次来中国，有些客户即便来过很多次，但是每次来还是很兴奋，这些客户会拍一些照片传到他们的私人博客或者微博，这是你了解他们的好机会。

四、准备记录本、订书机

记录本用来记录客户的每一个关注点，不要太小气，为每个客户都单独留上几页。跟客户谈的时候边交谈、边记录，一方面有利于自己的后期跟踪；另一方面，客户会体会到被人重视的感觉。

记录本还需要记录一个编号，即照片编号。你要尽量邀请每一个客户在自己的展厅照相，拍完照之后，在记录本上记录下这个照片在手机中的编号，到时候直接导出来，然后在你跟踪客户的时候发照片给他，直接说这是他在你们展厅的照片。客户其实也很希望拿到照片，因为这是他们开展业务的证明，他们可以给他们的客户浏览。如果你不记录而全靠记忆就容易出错，尤其是展会上人来人往，接待的客户也很多，如果你给客户发错了照片就比较麻烦了。

订书机用来订名片，把你的每一个客户的信息跟客户的名片订在一起，这样做会方便后期整理，不会出现混乱。

五、个人装束

对于个人装束有些公司会要求，但是很多公司都比较随意，我还是建议大家穿比较职业的服装，尤其是女同志，你们穿职业装会展现出别样的魅力。

六、不要贪多，对待客户一定要专注

很多人在参展时有一个很大的问题，就是他想和每一个客户都多聊一会儿，于是这个客户还在这儿的时候，接待人员又跑去接待另外一个客户。

我不建议这样，即便你们参展人员很多，也不要妄图几个客户一起接待，那样做每一个客户你都把握不住。我建议你专注于每一个客户，如果有新的参观人员来了，你可以给他一个样本，让他先浏览，并告诉他，您稍等，我这边有个客户需要接待。

七、独家秘籍

（一）装订样册

客户来到展会，每天都会带大量的样册回去，印象最深刻的是我的一个孟加拉国客户，我们在展会上谈得不错，后来他约我去他的酒店吃饭。吃完饭我把他送回房间，结果一开门我就立刻惊呆了，他住的标准间，一张床睡觉，另一张床上都是样册，堆得满满的，桌子上、地上都是样册，房间里仅仅留了一条路来回走动。

这个时候，即便客户拿走了你的样册又如何？他能不能找到你的样册还是未知数。

所以，在展会上谈判是关键，你可以用你的专业性，语言的冲击力，幽默感给客户留下深刻印象。

给客户留下了不错的印象后，如何让客户从一大堆的样本中找到你的样本？我是这样处理的，我事先在资料上打孔，将名片装订在样册上，同时给客户一张名片。买一些中国结，客户拿到资料要走的时候送给他，并告诉客户，这是我们中国的传统礼品，送给他。他可以把中国结穿到事先打好孔的样册，打个结，然后就像书签那样放入样册的内页，让中国结从另外一端露出来。这么做效果非常棒。

（二）携带胃药，以防水土不服

（三）备好计算器，莫用手机算价格

（四）注意察言观色

不要干扰客户的浏览，如果有客户到了你的展台，看你的展览品，你要首先打个招呼，说一句，“您需要了解什么内容可以问我”，然后跟着他，观察他的表情。这是种敏感度，有些人可能是图新鲜看热闹，其实他根本不需要你的产品，有些人则是很专业，上去就看最关键的东西，一定要注意观察。

（五）公司宣传片

前言/序言：

如果你们公司没有宣传片视频，你可以自己录一段，录一录办公室文化、厂区、车间、仓库等能够提升公司形象的东西。最好是你自己出镜，逐一向客户介绍自己的公司或者工厂或者产品，这样做可以加深客户的印象。

总之，一切对你有用的、你能想到的都要准备，不要想着业务是公司做的，公司不准备自己也不需要准备。你要清楚业务是你给你自己做的，所以即便是需要你花费一些钱，只要能拿到订单，这些投入都是值得的。

旧文新看实事求是地讲，展会效果越来越差，2015年初，参加了几次展会，参展人员比参观人员还多，大多是低头玩手机，这真的是参加展会的目的吗？

实际上除了本篇所提的方法外，展会的运作是一个系统的体系，需要众多细节工作的配合。展会上到底为什么拍照片

朋友们聊天，说到展会的问题，很多人都会带着相机去拍照，碰到客户跟客户拍张合影，可是他们却没有考虑一个问题，你拍合影到底是为什么呢？自己留着看吗？

当然不是。可以说，拍合影不是为自己留着，甚至说，百分之八十的比重不是如此，而是让客户留着

。这话怎么说？客户在展会上会见到许多人，收到许多名片，如何让他对你记忆深刻呢？合影是个不错的选择，拍好照片晚上回到宾馆，然后立马将照片发到客户的邮箱，并且附上一封信。

估计有人又说了，大家都用这招了，这招不就不好用了吗？

也许这也是大家不愿分享的原因吧，只要你愿意想，方法有很多，你不能指望跟着别人的后面学习方法，而是通过别人的经验举一反三想到一些新的花样。

祝你成功！

如果说写了些东西，出了本书就可以称作作者的话，我这个作者也不算是称职的。

我都忘记了中国海关出版社的马编辑第一次联系我是什么时候了，大约是2011年吧，当时工厂正处困局，哪有心思去琢磨出书的问题。但她真的是锲而不舍，一直追着不放，直到2013年，得益于两个好兄弟的帮忙，我才愿意将已经写成的文字印成铅字。所以，感谢马编辑，没有她就不会有这本书。

我的网站，我的帖

我从来不是因为要出书才会写这些东西，这里和博客上所有的文字都是我在一线的外贸实践中一点一点总结出来的，一方面真的是害怕自己忘记，随着年龄的增大，阅历的确是增加了，但是忘性也加快了；另一方面，公司毕竟不能靠我一个人支撑，我还是希望我的员工们能够学到一些，那么写出来，是最好的传授方法了。

不得不说，我是自私的，从来没有想到过要拿出来跟大众分享。某一天，某个外贸企业的老板看到了我写的东西，一脸严肃地告诉我，这些东西，既然成文了，何不拿出来让大家学习一下，以文会友，还可以结交一帮高手，让别人来纠正我现有的意识、方法，岂不美哉。

想想也对，于是开博，进而才有了今天的书。

我为何不爱出书

其实，除了懒之外，还有两个疑虑是我不愿意出书的重要原因。

第一，出版社会不会要求把文章从我的博客删除，这是我绝对做不到的，也不会去做。

第二，出版社会不会限制我新写的文章的发布权限，会不会要求新文章只能留做书稿来出版，这是我绝对不会同意的。

没想到出版社那么通情达理，原有文章保留，新文章可以继续发布到博客，以飨读者！

疑虑全消，动手吧！

我的金牌策划团队

中国海关出版社的编辑团队以及我的两位好兄弟光辉和Neil，强强联合，组成了我的金牌策划团队。

若没有他们，我是心有余而力不足的。

这本书除了文字是我的，其余都是他们的功劳，编辑和我的朋友们一起商量大纲，准备合适的文章，排序、精简、审校，就好像是他们在出版自己的文字，我成了一个旁观者，惭愧。经过几个月的反复沟通，165篇优质文章就这样次序井然地放进了你现在看到的目录里，逻辑严谨，层次清晰，循序渐进

。这是一个漫长的过程，我是真的不知道，他们付出了多少心血，才把要出版的文章从我写的几百篇文

《JAC外贸工具书》

章中筛选出来，把一些“登不了大雅之堂”的文字予以修改，弄成一个体系。这个真的要比写东西难得多，他们要通读我的文章，自己心里有了一个大体的框架，才能做出合适的选择，从这个角度来看，他们作为作者应该更为合适。

新书附加值

这些文章是我多年经验的积累，不同时期读起来总会有不同的感受。于是，马编辑抓住我不放，让我在文中又加入了点评，希望从现在的视角再给大家以启示。我真是“上了贼船下不来了”，所以，在原有文章基础上又有了新的感悟和笔触。这些权当是送给大家的额外大礼吧。

话说回来，这本书，对于我来说算是意外之喜，当然我也希望成为读者的意外之喜。

不敢说书的内容水平有多高，但是我可以这样说这些都是原汁原味，百分之百真实的，当然绝对不是说其中的方法放在各处都有效，但是可以为大家提供一些新的思路。

JAC

2014年10月30日

精彩短评

1、很实用

《JAC外贸工具书》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com