

外贸实战资料库 / 05

外贸询盘跟进 SOP

从首封回复到二次唤醒，让每一条询盘都有结果

适用对象：制造企业负责人、外贸经理、平台运营与销售团队

版本：2026.07 | 本资料用于业务学习与内部执行，请结合企业实际情况调整。

使用说明

这不是一本需要从头读到尾的理论资料。建议先完成文末行动清单，再回到相关章节查方法。每周固定复盘一次，把判断写进表格，比收藏更多课程更有效。

01 先分级，再回复

同样的询盘不应使用同样的资源投入。

A 级机会

- 需求具体；公司与市场可验证；采购时间明确；决策链清晰。

B 级机会

- 产品匹配但信息不全；需通过提问确认数量、标准和时间。

C 级线索

- 需求模糊、明显群发或短期不匹配；进入低频培育，不消耗核心销售时间。

02 首封回复公式

目标不是一次讲完，而是让买家愿意回复下一封。

五段结构

- 确认：感谢并准确复述核心需求。
- 判断：说明可以支持的范围，以及需要确认的变量。
- 提问：只问影响报价的 3-5 个关键问题。
- 证据：提供一个最相关的案例、认证或能力信息。
- 下一步：给出明确时间和两个可选动作。

时效建议

工作时间内尽量 2 小时首响；无法立即报价时，也要先确认收到并说明完整回复时间。

03 7 次跟进节奏

持续跟进不等于重复问 Any update。每次都应提供新价值。

建议节奏

- D0：确认需求并提关键问题。
- D2：补充相似案例或选型建议。
- D5：提供方案 A/B 或价格影响因素。
- D10：补充交付、质控或认证证据。
- D20：询问项目时间是否变化。
- D35：分享相关行业资料。
- D60：礼貌确认是否转入长期跟进。

渠道组合

邮件用于正式信息；WhatsApp 用于快速确认；LinkedIn 用于身份与关系补充。避免未经同意频繁跨渠道轰炸。

04 销售复盘与失单原因

没有记录的跟进无法被团队优化。

每次必记

- 客户角色与公司类型；目标产品与应用；数量/预算/时间；关键顾虑；下一步及日期。

失单分类

- 价格；规格不匹配；交期；认证；信任不足；项目取消；竞争对手关系；无回复。

复盘动作

每月统计阶段转化率与平均停留天数，优先解决最常见的一个流失环节。

执行工作表

询盘资格判断

维度	需要确认的问题	答案/证据
需求	具体产品、规格、数量？	
客户	公司类型、市场、角色？	
时间	样品与批量采购时间？	
能力	认证、工艺、交付是否匹配？	
下一步	双方承诺的动作和日期？	

跟进记录

日期	触达渠道	提供的新价值	客户反馈	下一步/日期