

外贸展会必备手册

2018 广交会献礼

写在前面的话

最近接到不少客户的私信,想让我们指导一下该如何准备展会、跑展会,起因就是 2018 年秋季广交会马上开始了。

为了满足大家的需求,也刚好借由这一契机把我们 7 年在外贸中摸爬滚打的经验拿出来跟各位聊一聊,我们诚意准备了这篇干货满满的长文。当然,其中也查了一些资料,集百家之长,希望真的能对大家有所裨益、有所启发。

首先给大家做一个科普和公告:

广交会,全称“中国进出口商品交易会”,是 1957 年春周恩来总理亲自定下的展会,每年春秋两季在广州举办,如今被认为是中国目前历史最长、规模最大、信誉最佳的综合性国际贸易盛会,有“中国第一展”的美誉。

此次 2018 年秋季广交会(第 124 届)的整体安排如下:

官方网站: www.cantonfair.org.cn		
排期	时间	品类
第一期	2018.10.15-19	电子及家电,照明,车辆及配件,机械,五金工具,建材,化工产品,能源等
第二期	2018.10.23-27	日用消费品、礼品、家居装饰品等
第三期	2018.10.31-11.4	纺织服装、鞋、办公、箱包及休闲用品、医疗及医疗保健品、食品等

目录

Table of contents

外贸展会的正确打开方式	01
广交会近几年的变化及应对策略	04
参展 Tips	07
展会中常用的商务英语句式	11

年年参展，

但我们**真的**用对展会了吗？！

广交会召开在即，相信此时不少外贸企业都在摩拳擦掌、跃跃欲试了，甚至远途的参展商可能都已经在路上。大家都期待在展会上露个脸，如果能走运地要到几张客户名片、留下几个联系方式，那就再好不过了。

但是你知道吗，**实际上有 95% 以上的外贸企业都用错展会了**。这不是危言耸听。

展会，可以说是中国所有外贸企业都非常熟悉的一种营销方式，谁家一年还不花个十几万甚至几十万参加几个展会呢。而它也的确担得起这样的热度——在所有线上线下的获客手段中，展会依然是最有效的。

这与它的两大特点有关：

一，地缘和行业定位精准，优质买家集中。营销，最重要的是受众。从展会来说，每个展会都有自己的主题，都会辐射地区周边的相关行业买家，将优质买家集中起来。可以说只要是到访的客户，就一定是我们目标市场的下游买家，至少是有需求、有兴趣的。在这种精准定位的前提下，加之有场馆这种半封闭式交易空间，展会的成交率十分可观。

二，买卖双方面对面交流。无论如何，面对面交流都是最有效的沟通方式，可以快速达成信任，把所有相关问题都一次性聊清楚，缩短成交战线。

这是展会的优势，也是这么多年寒来暑往，大家仍然无法舍弃它的原因。

大家有没有计算过自己一场展会的投入产出比，值吗？你可能说：“不值，那又有什么办法呢，总得参加吧？！”

对，要参加，但不能再这么被动地参加了。

在 7 年的外贸中，我们摸索出了一种更巧妙、更划算的方式：与线上营销方式（比如 Google、Facebook 等）相结合，以此来均摊成本、实现展会收益的最大化。

具体操作方式：

1. 展会前

首先，通过投放线上广告，我们会获得很多线索，无论是从这些线索来源，还是在与他们的对话过程中，我们会得知很多信息，包括他们来自于哪些国家和地区，他们的行业是什么，他们有哪些需求等等，这些来自于实践场景的信息都是我们市场调研最宝贵的资料。据此，我们就可以选参最精准的展会（市场好、询盘量多的区域）、针对最精准的客户、展示最有效的信息，而不再是东奔西跑、盲目试错。对我们来讲，这种方式有效降低了投资风险。

再者，我们在线上获得了大量的询盘，这些询盘如果只是在线上跟进是很不理想的，特别是在 B2B 场景下。前面我们也说，如果能够见面，就将极大促进双方的互信和理解，那么我们就可以创造这样的见面机会。比如在展前对客户进行邀约：“我们将在某某日期去往当地，如果有机会的话，双方可以直接就相关事宜进行面谈。”（如果怕邀请到展会中会有竞争对手争抢，那么可以约定展会之后见面）。根据我们的经验，展会前 3 个月是邀约客户的最好时间，当然，不要忘记在前 1 个月甚至 1 周的时候再次提醒客户，以防遗忘。

2. 展会后

把一周的行程拉长到一个月。除了参加展会之外，可以利用这个机会拜访新客户、回访老客户，这样我们花着同一份差旅费，收获的却不再仅仅是几十条询盘了，更重要的是，我们有效促进并维护了与新老客户的关系，均摊了展会成本，极大提升了展会收益。

其实这里面就用到了**整合营销**（**Integrated Marketing**）的思路：通过不同渠道的有效组合，实现优势互补、价值最大化。这才是展会、乃至整个外贸营销的**正确打开方式**。



广交会近几年的变化及参展策略



时代在变，展会也在变。拿广交会来说，虽然这 60 多年来它每年都会与我们相约，以至于我们以为它是永恒不变的，但其实“这个世界唯一不变的真理就是变化”。那么“花甲”广交会近几年究竟发生了哪些变化呢？

1. 展区变了

自第 101 届开始，广交会设立了进口展区并多次扩容；而从第 122 届开始，广交会又新设了“扶贫展区”，一是对全国 839 个贫困县和商务部对口支援的江西省全南县的参展企业免收展位费，继续实施减免 23 项现场服务项目收费，进一步帮助企业减负；二是增设贫困地区特色产品展区。这意味着，将有越来越多的外贸主体获得对外展示自我的机会，广交会紧紧跟上了“脱贫攻坚”的战略部署，以及国家对外贸扶持力度不断增强的时代步伐。

2. 客户类型变了

原来的广交会是清一色的大买家、大客户，近几年客户类型变得多元化了。由于广交会官方在自媒体做了大量的广告投放，吸引了很多小买家参加广交会，于是无论是大的进口商、中等批发商，还是小批发商、甚至小店主、电商卖家，都来广交会寻找产品和供应商。另外由于激烈的竞争，原来在浙江义乌采购小商品，广州三元里采购服装，深圳华强北采购电子类产品的各国小买家，近年也纷纷来广交会寻找供应商。这类客户采购品种多，品类分散，单个产品订单数量小。

3.展示方式变了

传统展会中，外贸企业给客户展示产品的方式一般是通过现场实物模型展示或分发样册来实现，现在展馆里也多了AR、全息投影等虚拟展示方式，科技赋予了外贸更多的选择。

4.客户需求变了

互联网的兴起让大家见识到了数据的重要性。很多国外买家，特别是中小企业或上了年纪的买家，不怎么懂得使用互联网工具来做市场调研，他们往往凭以前的经验来做采购决策。但在互联网时代，市场变化特别快，靠经验判断市场，已经很不靠谱了。

这里建议参展商在摆展前**多做些市场调研，多收集市场数据**，这些数据可以给买家很大的参考价值。如果你的摆展产品是经过大量市场调研，按市场趋势选择出来的，比如谷歌趋势(Google Trends)，那么你尽可以大胆把谷歌趋势图和在线销售平台上的销售数据和价格等信息搜集起来，在展会上提供给客户看。

5.贸易方式变了

传统的贸易方式以大规模定制、大规模出口为主。各国大的进口商、全球连锁店，这些大买家采购量大，按非常正规的贸易采购流程来做生意。传统的贸易流程：展会上认识供应商→询盘→验厂→打样→下订单→打订金或开 LC→ 验货→报关出口→海运空运出货→买家支付尾款→买家进口。

如今展会增加了很多各国小批发商和电商卖家，他们的进出口知识比较欠缺，甚至公司没有进出口权。所以这类小买家非常依赖供应商能提供门到门的解决方案。小买家的贸易流程：展会上认识供应商→下订单→供应商供货并提供门到门服务→买家收货。甚至还有很多电商，要求供应商提供代发货服务。他们先期只要获得供应商的产品图片和信息，然后用这些信息在网络上销售，获得订单后，再让供应商代发货，直接发货到终端消费者。这类电商省去了库存，先销售再买货。展会上遇到这样的买家，贸易方式跟传统外贸区别就特别大。

6.支付方式变了

传统的支付方式以 LC 和 TT 为主。现在展会上多了很多非传统的买家，小买家不像大买家那样需要验厂、打样走非常长的贸易流程，小买家决策很快，产品看上了可能马上就要下订单。小订单金额小，而 LC 和 TT 手续费高，且小买家嫌跑银行麻烦，所以他们一般会选择 Paypal、信用卡、Stripe 等简单方便的、用手机就可以搞定的支付渠道。

Paypal 是非常好的结算工具，而且有买家保障体系，也就是说如果买家收到货发现品质不满意，买家是可以通过 Paypal 申请退款的。Paypal 在发达国家中大型企业的普及率比较高，但是对于微小买家，信用卡可能是使用更加频繁的支付方式。那么，展会上如何收取信用卡支付的款项？解决方案大致是两个：1) 通过 pos 机刷信用卡收款；2) 公司网店有信用卡支付功能，直接用手机打开网站操作信用卡支付。如果做不到这两点，展会上就有可能丢失这部分客户。

7.跟进方式变了

以前，外贸企业在展会上拿到客户联系方式后，往往通过群发邮件的方式继续跟进，但邮件经常石沉大海，以致重金得来的联系方式说没用就没用了。

如今随着数字营销、线上营销的兴起，供需双方有了更丰富的接触方式。我们建议企业，要求销售从展会回来就立刻将联系方式录入到 CRM 系统里进行科学跟进，以防出现销售离职等突发状况时，公司客户资产也随之流失的情况。

而在做客户跟进的时候，除了发邮件，我们上面也提到，企业还可以通过社交媒体营销或投放谷歌 Gmail 广告的方式对其进行培育和转化，从而提高签单概率。

综上，

**新时代，新展会，新外贸，
大家的思路和方法也该随之转变了，墨守成规只能止步不前。**

参展 Tips

1. 展会前

客户邀约

前面我们也说到，展会前的 3 个月是邀约客户的最好时间。对于电商模式下的销售，每个人手里都有一定量的客户储量，如何利用展会盘活这些客户非常关键。一般应在展会前 3 个月集中回访，告知展会具体时间；前 1 个月再次提醒客户，并附上详细的航班、展会日程、优惠活动、酒店、交通等信息；展会前一周应该再次回访，这次回访往往会收获很多“意外”的客户，很可能客户之前一直跟竞争对手联系的。这次过来主要是去见竞争对手，但你的邀请函会使他临时改变行程，这样销售机会就来了。

邀请客户参加展会不能只是简单的告诉他时间地点，要站在客户的角度思考他所关注的事情。比如你们在之前沟通的环节中有哪些问题没有沟通明白，无论技术还是商务，当面沟通都是最有效的；比如客户是不是喜欢旅游，参展的城市有哪些吸引人的景点；比如快要成交的客户，是不是可以利用展会为契机最后再降一次价格促成合同，等等。每个客户情况不同，邀请的内容也应该不同，简单地群发邮件是没有效果的！

材料准备

对于经验丰富的老销售，每个人都会有一块硬盘，所有需要的资料都在里面或者在脑袋里了。对于新销售，材料的准备至少要提前两周。

准备一个平板电脑：里面放上多语言版本的 catalog，方便查询参数；精选一些产品的现场图片和视频，以便遇到相应客户时马上播放；准备不同条件下的商务报价书，以便随时能够报价。展会上遇见的客户，当客户提出要价格时一定要及时报过去，不要让客户等。同时平板电脑还有拍照的功能，及时留下你和客户的合影，客户展会要看上百家企业，没有照片他们是记不住你的。

2.展会中

着装

展会是代表公司和自己形象的，一套得体的西装或者工装对形象气质的提升非常关键，所有人都愿意和美女帅哥聊天。

主动出击

没有任何业务是等来的。不管你在哪里，都要能够主动跟客户说上话。在展会上大家就可以发现，同样在一个展位上，有的销售总能接到客户，有的就只能在一边看着。而且你越主动，越容易练就一双火眼金睛，远远的一眼就能知道是不是我们的重点客户了。

看紧重要客户

几天的展会，人流量可能上万，但是真正的买家可能不足 1%，如果在展位上碰见了一定要特别关注，尽量避免他去跟竞争对手接触，这就是商场上的“狼性”。

白天的展会是谈不了太多东西的，重点在于晚上。重点客户一定要单独约出去聊，甚至可以直接邀请去公司。你跟客户交流的越深入，他再去谈其他竞争对手的成本就越大，短短的三天时间对于客户来说，时间成本是非常高的。

打好配合战

在外参加展会的人要跟总部人员紧密的沟通，如果你能在第一时间响应客户的需求，你就会在一众竞争对手中脱颖而出。一般企业在展会上拿到信息之后回去会有一个录入的过程，如果刚好碰到周末，可能要一周的时间销售才会对客户做第一次回访。如果你能够在跟客户谈完之后马上把信息发到总部的人员，由他们第一时间给客户所需方案或者报价，客户会感到非常震撼。这一点是所有优秀的国际销售人员的共同优点。

此外，在人员搭配方面，可以由有经验的销售或者技术留守展位主谈，新人负责盯竞争对手并去展馆内发单页拉人。这一策略能够避免漏掉客户，并且给全行业留下一个非常优质、有序的企业形象。

穿插互动

除了单调的产品展览和商务交谈，公司还可以结合产品及业务设计一些趣味性强、参与成本较低的小游戏，并针对参与者或获胜者发放小礼品（需提前准备），这样不但可以活跃气氛，还能够留住客户，以便进一步交谈。比如：



Xin Hai 鑫海矿业技术有限公司

鑫海游戏大闯关

第1关 鑫海设备连连看。在规定时间内，消除所有设备。（注意：两个相同设备的连线不超过2个拐角）

第2关 鑫海项目找不同。在规定时间内找出图中5处不同之处。

第3关 鑫海选厂拼拼看。先点击右侧方框内的设备，再点击左侧选厂中该设备放置处的红点，全部匹配正确则通关。（匹配错误累计3次游戏失败）

闯关奖品

- 通过第1关：精美万年历一个（价值28元）
- 通过第2关：保温水壶一个（价值68元）
- 通过第3关：移动电源一部（价值168元）



3.展会后

一个展会的效果如何，还是在于成单数，而不只是图个热闹。功夫都在展会后。比如上面提到的“打好配合”，对于销售来说，在跟客户的“热恋期”，要尽可能多地占用他的时间，传达我们想要传达的信息，一旦这个时期过了，项目的进度变缓，就是各种竞争对手大显神通的时候了。所以展会后的一个月非常关键。

感谢信

记得要给每一位跟你合过影或交换过名片的客户发一封感谢信，感谢他们大老远跑来跟你交流，感谢他应邀跟你共进晚餐，感谢他在数百家企业中选择了你们……由于展会上的客户都是大家是见过面聊过天的，所以在情感上会拉近很多，这种客户的后期跟进格外重要。

报价

在价格方面不要报高价，参加过展会的客户会掌握很多竞争对手的报价，所有公司在报价时都不会报高，有的甚至会报一个超低价先把客户争取过来以后再说。大家在这一点上要特别谨慎。在客户对你和你的公司还不了解的情况下，这个数字可能会让你更进一步，也可能直接把你淘汰了。

线上曝光

展会结束后是客户进行深度决策的关键期，也是促成合作的关键期。此时，客户为了进一步比较产品信息和价格，或者是听到介绍后进行信息的复核，往往会到网上寻找答案，这是你制造“偶遇”的最好时机。哪怕客户不是有意识地上网搜索，想象一下，如果客户不管浏览什么，都会看到你们公司的广告，他是不是自然而然会觉得你们是一家实力非常强的公司？

而反之，如果他怎么搜都搜不到你，反倒是其他同类供应商总是跳出来诱导他，那你们之间的合作还准不准？（这也是我们曾经吃过的亏！）所以，即便是为了保底，你也应该投放线上广告，把竞争对手极易侵入的线上通道堵住。

此外，除了大家熟知的邮件、电话等通讯方式，能与客户取得联系的方式还有很多，比如社交联系就是其中一种。大家在拿到客户信息后，可以试着在Facebook、领英等社交平台上搜索一下，如果能与相关账号取得联系，你们之间的纽带不就又多了一条吗，何乐而不为？



展会中常用的英语句式



语言这种东西，想要真正掌握，还是要日积月累。但特定场景下的句式和词汇，完全要靠临时抱佛脚吸收个八九不离十，然后再在实践中不断磨合和精进。

为了让大家都能够在展会上自信地走上前去与国外客户交谈，而不是躲在 top sales 身后做个唯唯诺诺的小跟班，我们总结了一些实用的展会英语沟通句式给大家。

1.引起对话

(1) 您好，请问您有什么需要的吗？

Hi/ Good morning/afternoon/ Glad to meet you, may I help you?/ anything I can do for you?

(2) 先生/女士，欢迎来到我们的展位，请慢慢看。

Welcome to our booth sir/madam. Please just take your time.

(3) 需要我为您介绍一下我们的公司和产品吗？

May I give you some introduction on our company and products?

(4) 您似乎对我们的产品很感兴趣，需要我为您介绍一下吗？

Seems you are interested in our product, may I give you some introduction?

(5) 您好，欢迎，有任何需求都请尽管提。

Hello and welcome, whatever you need, don't be afraid to ask.

2.互相认识

(1) 请允许我自我介绍一下，我是 XXX 公司的 XX。

Let me introduce myself. I 'm XX from XXX company.

(2) 您好，我是 XX，是 XXX 公司的销售人员，很高兴认识您。

Hello, I am XX, a salesman of XX company. It is a pleasure to meet you.

(3) 为您介绍一下，这是我们公司的市场部经理 XX。

I' d like to introduce XX, the marketing department manager of our company.

(4) 我该怎么称呼您？

May I have you name please?/ How should I address you?

(5) 这是我的名片，我能要下您的名片吗？

Here is my business card. May I have yours, please?

(6) 您的名字该怎么读呢？

How do I pronounce your name?

3.关于产品

(1) 您做哪一行？

What line of business are you in?

(2) 我想向您推荐我们的……

I'd like to recommend our…

(3) 这是我们最新的产品。

This is our most recently developed product.

(4) 我敢保证您会喜欢这个产品的。

I'm sure you'll be pleased with this product.

(5) 如果我是您，我就选择这种产品。

If I were you, I'd choose this product.

(6) 这种产品在国外非常畅销。

This product is doing very well in foreign countries.

(7) 这些产品在国内外都大受欢迎。

They've met with great favor home and abroad.

(8) 让我来说明是什么原因使我们的产品销售得那么好。

Let's move on to what makes our product sell so well.

(9) 我们的产品价格比其他同类产品低，在国际市场上非常具有竞争力。

Our products are lower priced than the competition. And they're very competitive in the international market.

(10) 到目前为止，顾客对我们的服务质量评价都很高。

Our service, so far, has been very well-received by our customers.

(11) 我们一直在提高产品的设计水平，以满足世界市场的要求。

We are always improving our design to confirm to the world market.

(12) 很遗憾，你们所询货物目前无货。

We regret that the goods you inquire about are not available.

(13) 要不要先看下样品？

What about having a look at sample first?

(14) 您大可放心。

You can rest assured.

(15) 大量询盘证明我们的产品质量过硬。

Heavy enquiries witness the quality of our products.

4. 价格谈判

(1) 谢谢您询价。为了便于我方提出报价，能否谈谈贵方需求数量？

Thank you for your inquiry. Would you tell us what quantity you require so that we can work out the offer?

(2) 这是价格表，但仅供参考。
This is the price list, but it serves as a guide line only.

(3) 通常我们的报价都是 FOB 价。
In general, our prices are given on a FOB basis.

(4) 我们给您报的是最优价格，按此价我们已与其他客户做了大批生意。
We offer you our best prices, at which we have done a lot business with other customers.

(5) 虽然感谢您的合作，但是很抱歉，我们不能再减价了。
While we appreciate your cooperation, we regret to say that we can't reduce our price any further.

(6) 抱歉，这是我们的最低价了。

I am sorry, this is our bottom price.

(7) 这个价格恐怕我们不能接受。

I am afraid that we cannot accept this price./ It is difficult for us to accept this price.

(8) 我再确认一下，但我估计这个价格不行。

I will have a check first but I think this will be hard for us.

(9) 我的报价以合理利润为依据，不是漫天要价。

My offer was based on reasonable profit, not on wild speculations ([spekju'leiʃən]).

(10) 我们已经把价格压到成本价了。
We've kept the price close to the costs of production.

(11) 当您在考虑对比价格时，必须把一切都考虑进去。

When you compare the prices, you must take everything into consideration.

5.关于合作

(1) 何不先试订一批货?

What about placing a trial order?

(2) 你们对包装有什么特别要求吗? 这是

我们目前用的包装样品, 您可以看下。

Do you have specific request for packing? Here are the samples of packing available now, you may have a look.

(3) 能否告知, 你们将采用哪种付款方式?

Could you tell me which kind of payment terms you'll choose?

(4) 不知你们能不能接受在一段时间内分批交货?

Would you accept delivery spread over a period of time?

(5) 我认为现在可以先草拟一份临时方案。

I think we can draw up a tentative plan now.

(6) 如果对某些细节有意见的话, 请提出来。

If you have any questions on the details, feel free to ask.

6.会谈结束

(1) 和您谈话真愉快。

It was nice talking with you. / I enjoyed talking with you.

(2) 请重新考虑我们的报价, 恭候您的反馈。

Please reconsider our offer, hope to get your feedback soon.

(3) 感谢您来到我们的展位, 希望我们可以很快达成合作。

Thank you for your coming to our booth. Hope we can begin the partnership soon.

(4) 感谢您的支持, 祝愉快。

Thank you for your support. Have a nice day.

(5) 希望您能安排时间到我们公司详谈。

Hope you can arrange time to visit our company.

(6) 可以让我知道您最近什么时候有时间能来我们公司吗，我好安排一下行程。

Could you let me know when you are free, so that I can arrange a visit for you.

7. 交际用语

(1) 请坐!

Have a seat, please.

(2) 对不起，我失陪一下/马上回来。

Excuse me a moment./ I' ll be right back.

(3) 别客气。

Don' t mention it.

(4) 我没法立马给出准确回答。

I can't say for certain off-hand.

除了 这些可以套用的句式，各位销售在参展前务必抽出时间，参考官网或样册将公司介绍、产品介绍的中外文熟记于心，这个无法投机取巧，毕竟这才是客户最为关注的干货。

以上就是我们为大家精心准备的外贸展会干货，有我们踩过的坑，也有我们的成功经验。

好的展会一定是拼出来的！希望大家把握住每一次参展机会，同时也能够掌握正确的方法，实现收益最大化。

有任何外贸营销需要，
请联系询盘云！

