



怎样赢得欧美公司的订单

就在不久以前，中国货还是劣质品的代名词。但如今已不再是了。今天的“中国制造”代表着高品质产品。中国制造意味着中国精造

吸引欧美买家的方法有很多。

你可以在贸易门户网站上做广告，如：阿里巴巴（Alibaba.com）和中国制造网（Made-in-China.com）。

你可以在一些大的搜索引擎上做广告，如：Google(谷歌)和Yahoo(雅虎)。

你也可以将你的网站加入到欧美的网站目录中，（这是一种非常有效的营销策略，我在网站搜索引擎优化课程中有详细讲解）。

让你的网站受到关注的方法还有很多，关键是要了解欧美公司在考察产品加工外包业务时，注重的究竟是什么。



第一印象。

大多数欧美公司首先从你的网站获得第一印象。而这个第一印象往往也是最终印象，因为他们不但可以选择其他众多的中国厂家，而且还可以选择许多别国的厂家，如：韩国，越南，印尼，马来西亚，印度，孟加拉国，肯尼亚，尼日利亚，墨西哥，委内瑞拉，土耳其波兰，阿尔巴尼亚，……

因此，你的网站必须出类拔萃。

我为此专门编写了一个课程，就是关于如何提高你的网站效率。不妨去看一下，用一用，绝对有效。

当一个欧美商人访问你的网站时，他想看的是什么？

- 良好的英文（或者良好的德语，法语，日语，或者是你的目标客户所使用的任何其他语言）
- 你的生产和设备的真实情况。（产能是多少，生产一个集装箱的货需要多长时间）
- 出色的产品图片。（一幅图片往往胜过一大堆文字）
- 出色的产品生产过程图片。（尽量展示你最好的设备）
- 客户的推荐信（最好是欧美客户的，这样便于查证）。

欧美商人不想看的是什么？

- 要么全篇汉字，要么是不知所云，让人费解的英文翻译。（翻译一定要准确，否则不如不翻译。）
- 自我吹嘘工厂如何的好，产品如何的棒。（自吹自擂，结果往往适得其反）
- 花哨的动画，无关的图形，结果导致下载速度缓慢。（这让人头疼）
- 炫耀巨大的厂房和仓库的图片。（如同生活中的许多东西一样，大小如何并非关键，重要的是你能用它来做什么，有道是：山不在高，有仙则灵）

欧美商人不在乎的是什么？

- 你的公司名称。（不必为了迎合老外而改名，这对他来说毫无意义。他更喜欢中国名称，所以还是别改为好）
- 你这行干了多久了。（他真的不会在乎）
- 你的扩张计划。（谁都会有梦想）



在跨国商务活动中，英语是使用最广泛的语言。正因如此，许多英语国家来的人都懒得学习其他语言。他们都期望你能说会写英语。

其他发达国家来的人一般也都会英语，所以，要吸引最广泛的客户群，英语必然是你的首选。

然而，如果你的目标客户仅限于某一个国家，那么你显然得懂那个国家的语言，并且翻译务必要准确。

一定要仔细核对译文。可以请教朋友，或者外包给专业的翻译公司，但是，最好有第三方把关，这很重要。只要译文不是太长，你也可以请你的老外客户帮忙核对一下。这不仅显示你对他们的重视，同时也表明你相信他们的眼光，并体现了你尽力维护双方合作关系的诚意。

对欧美客户来说，你的公司名称，工厂规模，员工人数，甚至价格都远不如你的产品质量来得重要。如果质量达不到要求，即使免费，产品也是毫无用处。

在我与一些中国厂家的生意交往中，最让我失望的便是那种一心想着追求短期利润的做法。

我也一次又一次的听说不少欧美公司收到不合格产品之类的事。

这不仅意味着那些欧美公司再也不会购买那个厂家的产品，而且可能最终将业务转到其他国家，使中国丢失今后的生意。

我可以保证那个失望的老外一定会跟他许多生意圈的朋友提及他的遭遇，而他们也会因此避开与中国做生意。

当一个欧美客户向你定一个货柜的产品时，他其实是希望成为你的回头客，与你长期合作下去，也许长达几十年。

你想留住他的生意的唯一办法就是要维持高标准的质量和优越的性价比。

我说的高标准的质量是指欧美的标准。

这意味着要做到尽善尽美。

因为他的客户要求他做到尽善尽美，否则就退钱。所以，如果是你的原因导致质量问题而被筛选掉的每一件产品，都使他有理由叫停后面的订单。

那件被筛掉的产品对你来说也许只是很小的损失，但是在客户那边却是另一番情形。等到货物清了关税，装船出海，运到批发商那头，再卖给零售商，然后零售商再加价卖给消费者，此时这件产品的标价已是出厂时的五倍之多了。

也就是说，每件被筛掉的产品，即使对你只是一点小小的损失，但是你的客户的损失却要比你大得多。

在我写这篇文章时，我刚接到一个苏格兰商人的电话，向我述说他刚从他的中国供应商那里收到一单4000件产品的货，每件产品都有质量问题，根本无法销售。

这对他的生意意味着什么呢？

- 他购买这4000件产品所花的钱全打了水漂，因为他根本卖不出去
- 他浪费了大笔运费。
- 由于这单货没人会买，他只能让等着收货的客户失望（也许会丢掉客户）。
- 他得重新再从别的工厂定4000件产品。
- 这样又得延误至少八周时间，而大多数客户都不可能等这么长时间。
- 他得想方设法说服那些老客户，保证此类问题不再发生（能吗？）。
- 他得给客户一定的赔偿，（也许用打折来弥补延误造成的损失），这样他又要损失很多钱。
- 他得花钱雇人将这些不合格产品销毁，如果被人看见，会损坏他的名誉。
- 最后，他还得花钱处理掉这些被销毁的产品。



所以放松对质量的管理不仅会给你的客户造成巨大的损失，而且还可能，并且已经使得一些本来运作良好的公司因此而倒闭。这种经营中的短视行为正让中国付出数以十亿计人民币的代价。然而，恼人的是，这一切其实完全可以避免。

- 不要对材料的质量妥协。
- 不要对零部件的质量妥协。
- 不要对工艺的质量妥协。
- 不要对最后一道工序的质量妥协。
- 不要对包装的质量妥协。
- 质量上必须坚持零妥协。



千万不要为了省钱以次充好，偷工减料。

劣质品令人作呕。劣质品会随时散架。劣质品经济是一种伪经济。没人会为图省钱去买不能用的劣质品。

物有所值说的就是价格要与价值相符合，即所谓钱要花的值得。

当然，你能够买到同类产品中的便宜货，但是使用寿命长吗，性能好吗，质量有担保吗，省电吗，做工和包装好吗？万一有问题，能很快解决吗？说明书的翻译准确吗，容易看懂吗？

物有所值是指商品的整个配套服务，而不光是商品本身。

正如我在一些课程中反复强调的，你卖的不光是产品本身，还有这件产品给人们生活带来的益处，这才是更重要的。如果你是做产品销售的，道理也是一样。

要向客户力荐与你合作的益处。你还能提供哪些你的竞争对手所不具有的优势呢？

在看了你内容丰富的网站后，一般欧美客户会做的第一件事就是给你发一封电子邮件，表明他有兴趣与你合作。

这时你应该用他邮件里使用的语言作出回复。

不要担心你的英文不够好，一定要努力尝试，花点心思将你的回复翻译成英文，因为如果他觉得与你无法沟通的话，那怎么可能跟你做生意呢。

在我的第二期课程中关于如何创建一个高效的网站一文，详细介绍了电子邮件写作的七条规则。你不妨试试。效果相当不错。

你是否该给自己取个洋名？

我给自己取了一个中国名字—唐贝利，以方便汉字书写。除非你的名字发音比较拗口，一般老外都无所谓你是否用洋名。

就个人而言，我更喜欢我的中国朋友用中国名字，否则会让人感觉少了些中国特征。

好吧，现在我们假设你结识了一个欧美商人，他有兴趣和你做生意。

他希望你能遵守保密协议，尊重他的设计权，版权，以及任何与生意相关的知识产权。

这时，最能证明你遵守保密协议的，就是给他看你的另一位欧美客户的推荐信。

如果他从这个客户那里了解到，你确实是个值得尊敬和信任并具有商业道德的人，这对他来说就是一种最好的担保。

如果你还没有欧美客户为你写推荐信，那就一定要善待你的第一个欧美客户，用你周到的服务，优质的产品和高性价比让他感到满意和开心。然后礼貌地请他帮你做推荐。

如果能坚持这样做，帮你推荐的客户就会越来越多，永无止尽。



在同意跟你做生意之前，欧美客户往往要对你的公司做一番详尽的调查：

- 公司的所有权性质
- 营业执照
- 公司的财务状况
- 其他客户的评价
- 你的出口记录
- 符合欧美标准的产品生产经验
- 对知识产权的了解

有些调查是在你不知情的情况下进行的：

- 从政府机构获得的关于你和你的公司的一些公开信息
- 权威机构的调查结果，如律师事务所。

你还必须符合下列要求：

- 环保规定
- 员工健康条例
- 安全生产法规
- 禁用童工规定

即使你将某个生产环节外包，你的供应商同样必须通过这些核查项目。

当你成为欧美公司的供应商时，你们就构成了一个利益共同体。

你的一个小小的错误倒了客户那边就会造成非常严重的后果。

这也就是为什么欧美公司要求苛刻的原因：

- 工厂必须完全合法
- 运作必须完全正常
- 管理必须完全到位
- 产品质量必须完美
- 包装必须完全符合要求
- 出货必须准时

欧美公司经常会派人专程来中国验厂。

根据我的经验，中方企业的热情款待绝对无可挑剔。中国人的好客是一流的。

如果你的欧美客人来之前补习过这方面的功课，他就会知道怎样礼貌地回应你的热情，怎样与你打招呼，怎样用筷子吃饭。

他很可能带上自己的翻译。如果你也有翻译的话，最好让她先听他们的翻译，如遇到对方出现误译或者碰到难译的术语时，再适时地予以纠正。这也许会让对方的翻译人员感到些许的尴尬，但在西方，这并不被认为是无理之举，而恰恰是职业精神的体现。

欧美公司通常会派遣一名专业经验丰富的独立外包代理。

这些代理一般都铁面无私。他们受雇为客人把关，他们的工作业绩直接关系到他们的声誉。所以他们会对你的产品，你的生产线，你的工厂，以及你的生产和管理部门的骨干员工诸如此类的情况进行全面的审核。他们可能会要求从你的生产线上随机抽取样品做破坏性测试以分析产品质量。为了确保质量稳定性，这样的测试很可能会重复数次。

他们的职责要求他们必须对你的工厂，产品，员工及你本人斤斤计较，吹毛求疵。



这些代理并不在乎你雇有一千个员工，还是只有十个工人。

关键是看你是否有能力保持长期稳定的产品质量，是否有能力按客户的要求履行订单合约，提供优质的产品。

如何与外包代理保持良好的关系

在产品质量问题上，这些代理绝对铁面无私，毫不留情。我就看到过一些代理用榔头将不合格产品砸碎，使之无法修复，只能更换。也许他们会在员工中安插“间谍”，随时汇报你在质量上可能采取的那种瞒天过海的事情。

但是你大可不必为此而懊恼。严格的质量措施有助于提升你的产品美誉度，使你最终尝到业务增长的甜头。

这些外包代理总以为：

- 你会说谎。所以千万别那么做，会被发现的。如果不能按时交货，就跟他们直说。与其拖到不可收拾的地步才说，还不如提前预警以减少损失。
- 你会偷工减料。所以千万别那么做，会被发现的。如果你真的在材料，配件或者包装上“省钱”的话，那么最终付出的将是你省下的千倍之多。
- 你会背着搞一套。所以千万别那么做，会被发现的。如果你为了赚几个小钱，私底下销售客户的产品，最终肯定会被发现的。

在西方有句谚语：你可以相信杀人犯，你可以相信贼，但你绝不可以相信说谎者。

即使一个小小的不诚实行为也会给你贴上不可信赖的标签。一旦你失信于客户，你就给自己带上了坏名声的帽子。坏名声需要好几年的时间才能修复。与欧美客户维持良好关系的秘诀就是诚实和透明。

在中国有三件事情让欧美人感到惊讶：

开车。 如果你需要开车带客人去一个地方，应尽量小心驾驶，安全礼让，顾及其他车辆和行人。遵守交通法规，切勿冒险开快车。因为这也能从侧面反映出你的质量水准。

厕所。 如果无关紧要，我也不想提及此事，但很多中国厕所的卫生状况的确令人震惊。别的厕所暂且不说，但是作为接待欧美客户的企业，把卫生设施搞得尽可能的干净一些，没有气味，这也是一件让客户愉悦的事情，更何况也花不了几个钱。它能从侧面反映你的管理和经营水平。不要忽视厕所这一细节。通常情况下，碰到验货进展缓慢时，客人一般会就近如厕，而有些车间里的卫生设施臭气熏天，实在不敢恭维。所以，还是那句话，这花不了几个钱，但是影响却是深刻的，客人此行很可能还要访问其他几家工厂，因此你为展示高水准所做的一切努力都是完全值得的。

随地吐痰。 这是一种习惯，而习惯是很难改变的。但是，客户在的时候，不妨让你的员工们注意小节，不要发出这种恼人的声音，一吐为快。欧美人对这种陋习极为反感，这会让他产生这样的印象，以为这种事只是在你的厂里才有。



对到访的欧美客户需做以下准备：

- 他可能不习惯像你这样恭恭敬敬地交换名片，也许只是随手往口袋或包里一塞了事，让人觉得有失尊重。但这并非故意，只是说明他此行准备不足。
- 通常他会穿着随便地参加会议。很多老外不习惯中国夏季的高温，如果没有准备合适的衣服，他会一身休闲打扮。但这并非故意失礼，只是说明他此行准备不足。
- 当你通过翻译与客人交流时，不要只看着翻译，应尽量与客人保持目光接触，以便他能读懂你的表情。
- 有时老外客户会显得不自在，不喜欢讲话，就像离开了水的鱼。这是因为巨大的环境落差让他感到困惑和迷惘—完全不同的文化，语言和饮食，也有可能是长途飞行后的时差困扰所致。此时你的热情好客就是一剂最好的良方。
- 在欧美国家吸烟被认为是不健康的习惯，受到普遍的限制。如果你的客户是吸烟的，他会愿意与你享受吞云吐雾的自在和乐趣，虽然这在西方是受到禁止的。但是如果他是不吸烟的，或者近来刚刚成功戒烟，即使明里不表示，心里也会反对这种乌烟瘴气的氛围。
- 如果老外客户当面称赞你的秘书，你的夫人或者你的女儿，千万别见外，因为在西方，恭维女性乃司空见惯的事。这并不表示他想与她约会。
- 如果老外意外地送你礼物，别觉得因没有准备回礼而不好意思接受。在西方，送礼不图回报是很正常的事。
- 笑话的翻译效果往往不太好。即使在讲英语的国家之间，幽默的传达也不尽顺畅。甚至在英国两个地区之间，幽默不为对方赏识或者被误解也是常有的事。玩笑开得不当有时会让你陷入尴尬的境地。
- 在请客人吃饭时，不要以为点贵的菜就能让客人满意。有些在中国很受追捧菜却让老外敬而远之，如：甲鱼，鳝鱼，螃蟹或者那些稀奇古怪的野生动物。其实他们喜欢的就是一些普通的家常菜，如：糖醋里脊，鱼香肉丝，番茄炒蛋，白切鸡，蛋炒饭，以及各类绿色蔬菜。
- 最后的忠告。虽然你的客户看起来对汉语一窍不通并且得依赖翻译进行交流，但这并不意味着他真的不懂汉语。要知道现在很多西方人在学汉语，如果让他碰巧听到一些犯忌的话，对你是很不利的。

我的家族最早接触中国是在1969年。自那以来，中国经历了翻天覆地变化。上述这些经验之谈是基于这些年来我在中国的工作经历，以及从其他与中国有贸易往来的西方公司获得的信息反馈，这其中既有赞扬，也有批评。

如果你想赢得高利润的欧美订单，就必须达到欧美的高标准。企业的规模并不重要，质量才是关键因素。

你必须实行高标准严要求，力争完美，确保产品质量持久稳定。

你必须保证产品卓越的性价比，并贯彻始终。

记住，全世界能生产同类产品的厂家有成千上万。如果你放松对质量的管理，降低质量标准，或者不能保证产品出色的性价比，那么你们的合作关系很可能就此结束，你为此所做的努力也将付之东流。

现在就将你学到的知识付诸实践吧，然后告诉我你在赢得欧美客户和订单方面取得了怎样的成效。

凡通过学习并在实践中取得最佳业绩的企业都将被作为成功范例收录到唐贝利网站。

学习让事业兴旺。