# 开发信的写作技巧[大全]

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-10-16

*第一篇：开发信的写作技巧[大全]写给客户的第一封信很重要，外贸上称之为开发信。开发信习惯的格式，首先是说明获得客户联系方式的途径，以免唐突，比如“有幸在广交会上得到您的名片”、“经同行介绍”、“在某某网站上看到您的求购信息”等等。接下来，...*

**第一篇：开发信的写作技巧[大全]**

写给客户的第一封信很重要，外贸上称之为开发信。

开发信习惯的格式，首先是说明获得客户联系方式的途径，以免唐突，比如“有幸在广交会上得到您的名片”、“经同行介绍”、“在某某网站上看到您的求购信息”等等。

接下来，简要介绍一下自己的情况，包括公司规模、成立时间（国际贸易商青睐成立时间较久的企业，觉得信用度较高）、产品----特别是主打产品的简介、对双方合作的诚意以及联系方式等。需要注意的是，开发信应言之有物，凸显公司与产品的优势，提高吸引力。但也不宜太过详细，长篇大论。须知开发信不是作文比赛，其目的是引起客户的注意和兴趣，引诱客户回复联系。因此，有收有放，有所保留，“欲知情况如何请联系详谈”才是上着。

以下是一封开发信的例子：

Dear Mr.Steven Hans,We get your name and email address from your trade lead onthat you are in the market for ball pen.We would like to introduce our company and products, hope that we may build business cooperation in the future.We are factory specializing in the manufacture and export of ball pen for more than six years.We have profuse designs with series quality grade, and expressly, our price is very competitive because we are manufactory, we are the source.You are welcome to visit our website http:// which includes our company profiles, history and something latest designs.Should any of these items be of interest to you, please let us know, We will be happy to give you details.As a very active manufactures, we develop new designs nearly every month, If you have interest in it, it`s my pleasure to offer news to you regular.Best regards,Dafu Wong

请注意这封开发信的写法。作为初次联系的信件，它简洁明了，鲜明地展示了自己的特点：工厂、款式多、价格有竞争力，并暗示建议客户绕开中间商直接跟厂家合作。因为不知道客户的详情，特别强调有多种品质，这样无论对方是精品路线还是廉价路线，都有洽谈的空间。此外，并没有谈论太深，而是引导客户去访问自己的网站。最后再抛出诱饵，以不断提供新款设计信息为由吸引客户回复，而客户一旦回复，就极可能确认了应该联系的人----要知道，你原先获得的名称地址很可能只是个打字员的。

这样的开发信，再随附一张展现琳琅满目款式的产品照片，效果会很不错的。

当然，开发信要自己写，而不要抄书或者网上那种固定的范文。古板雷同的文字只会让客户反感。况且产品种类不同，写法也不一样。工艺品还是日用消费品、时尚产品等不妨轻松活泼，而如果你卖的是阀门，那么还是严谨专业些比较好。

如何让你的客户主动回复你的邮件

国外客户信息的真实度。没有窍门，重在信息的获得与筛选。我个人是通过使用“多美丽买卖搜索”和“美国海关提单数据”，首先我能确定的是这些客户是真实有效的；再者我可以确定他是购买我们相关产品的（数据按产品英文名字检索的）；其次，因为这些数据里边有交易量，我能确定出来这个采购商的大小，是否和我们的生产能力相匹配。从这个渠道获得一个真实的客户消息（公司名字），然后我都会通过以下几个搜索引擎了解客户更详细的产品信息，联系信息，市场信信息：

http://

http://等

以我公司玩具（toys）为例子，通过美国提单数据查询WOODY TOYS公司经营此类产品，通

过搜索，可立即获得它的网 英语学习网站

信函

如何给客户写一封规范的业务开发信

外贸英语往来信件，包括传真，电邮，信函等，是当今国际贸易交流中的主要载体，其主要目的就是为了传递商务信息。因此合格的英语往来信件必须是以简洁的语言、明晰的结构来表述完整的内容，同时，最好还要可以体现出成熟的业务思维。

第一： 说明客户信息来源，即如何取得对方的资料。

作为贸易商，个人SOHO者，可以通过驻外使馆商务参赞处、商会、商务办事处、银行、第三家公司的介绍，或者在企业名录、各种传媒广告、网络上寻得客户资料；也可以在交易会、展览会上结识；甚至是在进行市场调查时获悉。

因此我们可以如下方式来表明客户信息的来源：

1）We learned from the Commercial Counselor\'s Office of our Embassy in your country that you are interested in Chinese handicraft.2）Mr.Bowins, Head of Arcolite Electric AG has recommended you to us as a leading importer in Korea of lightweight batteries for vehicles.3）We have obtained your name and address from the Internet.4）Our market survey showed that you are the largest importer of cases and bags in Egypt.第二： 言明去函目的一般来说，我们给客户写信，总是以开发业务，建立市场，拓宽产品销路为目的。

1）In order to expand our products into South America, we are writing to you to seek cooperate possibilities.2）We are writing to you to establish long-term trade relations with you.3）We wish to express our desire to enter into business relationship with you.第三：本公司概述

我这里所说的本公司介绍，包括对公司性质、业务范围、宗旨等基本情况的介绍，以及对公司某些相对优势的介绍，比如：经验丰富、供货渠道稳定、有广泛的销售网等。我们可以用英文如下表达：

1）We are a leading company with many years\' experience in machinery export business.2）We enjoy a good reputation internationally in the circle of textile.3）We have our principle as “Clients\' needs come first”.4）A credible sales network has been set up and we have our regular clients from over 100 countries and regions worldwide.5）Located in Shanghai, we take the advantage to set up our solidified production basis in coasted and inland areas.第四：产品介绍

这一部分最重要，一定花心思去写。如果我们已经知道客户有明确的需求，比如需要某某服装，那么我们会选取某某服装进行具体的推荐性介绍，反正就是针对客户需求的特定介绍；如果我们只拿到客户的名片，不太清楚客户的需求，那么我们就把公司经营产品的整体情况，如质量标准，价格水平，打样速度、交货速度等作为笼统的介绍。

当然附上目录，CATALOGUE，报价单或者另寄样品供客户选择也是经常采取的做法。

1）Art.No.102 is our newly launched one with superb quality,fashionable design,and competitive price.2）We have a good variety of colors and sizes to meet with different needs.3）Our products are enjoying popularity in Asian markets

4）To give you a general idea of our products,we are enclosing our catalogue for your reference.第五：激励性结尾

一般我们在开发信的末尾会写上一两句希望对方给与回应或者劝客户立刻采取行动的语句。

1）Your comments on our products or any information on your market demand will be really appreciated.2）We are looking forward to your specific inquiries.最后：任何可以打动客户的特殊东西都可以随信而发或者随样品而寄。

比如你在展览会上和客户拍的合照，可以随信而发，既可以提醒客户你是谁，让客户一下子就记住你，也可以更加表达你和客户的友好关系。比如客户平常随意说出的某张一直在寻找的CD或者DVD，或者客户一直在找的一本书等等，你可以随着寄样品时一起寄出，让客户知道你一直关心着他们，你的SERVICE一直是最优秀的，你会在做生意的过程中关注任何需要注意的地方，会让客户更加放心你的做事态度。

（11）确认

To confirm;Confirming;Confirmation;In Confirmation of(为确认……，为证实……);A letter of confirmation(确认函或确认书)

（12）高兴，愉快，欣慰

To have the pleasure to do;To have the pleasure of doing;To have pleasure to do;to have pleasure in(of)doing;To take(a)pleasure in doing(something);To take pleasure in doing(something);To be pleased to(with)(by);to be delighted at(in)(with);To be glad to(of)(about);To be rejoiced in(at).（13）随函附件

Enclose;Inclose.（14）迅速，立刻dispatch 派遣，分派，急件

Urgently;Promptly;Immediately;With all speed;At once;With dispatch;With all despatch;With the quickest possible despatch;With the least possible delay;As soon as possible;As quickly as possible;As promptly as possible;At one’s earliest convenience;At the earliest

possible moment;At an early date;Without delay;Without loss of time;Immediately on receipt of this letter;By express messenger;By Special messenger;By special delivery;By express letter.（15）回信

By return;By return of post;By return of mail;By return of air-mail.（16）依照

According to;Agreeably to;Conformably to;pursuant to;In accordance with;In conformity with(to);In obedience to;In deference to;In compliance with;In agreement with;In pursuance of.（17）就……，关于

About;Regarding;Concerning;As to;As regards;With regard to;In regard to;(of);Respecting;Relative to;Anent;In connection with;Referring to;With reference to;In reference to;Re.（18）期满到期及应付之款

To be due;To fall due(become)due(日期将到);Duly(正时，及时);In due Course(依照顺序).（19）每个，按照，通过

Per(=by, through)rail.(post,mail,steamer)(通过铁路，邮政，轮船)

Per pro.= by proxy(由代理)proxy[prcksi]

Per annum(=yearly，每年)

Per mensem(=monthly,每月)

Per diem [daiem](=daily,每日)

Per man, per capital(=per head,依照人数，每一人)

Per piece(每一个，每一件)

（20）表示抱歉（冒昧做了某事）

To take the liberty of doing something;To take the liberty to do something;To take the liberty in doing something.（21）甚感遗憾，请包涵

To regret;To be sorry;To be chagrined;To be mortified;To be vexed;To regret to say;To be sorry to say;To one’s regret;To feel a great regret for;To express regret;To be regretted;To be a matter for regret;To be regrettable;To be deplorable.（22）（我们）对于...甚感荣幸

To have the honour of doing(being);To have the honour to do(be);To do one(oneself)the honour of doing(being);To esteem(regard)it as a high honour to do(be);To appreciate the honour to do(be);To feel honoured to do(be);To owe one a debt of honour to do(be);To be honoured with doing(being)something;To honour one with doing(being)something.（23）请

Please;Kindly;be good enough;Be kind enough;Have the kindness.（24）感谢，衷心感谢等indebted[in’detid]负债的，感恩的To thank;To be(feel)thankful;To be(feel)grateful;To be obliged;To be indebted;To esteem[尊重/敬，认为](it)a favour(privilege);To give(tender, return)one’s thanks;To

express one’s gratitude(appreciation);To tender one’s sincere thanks for;To be overwhelmed with gratitude[感谢的心情].（25）请照顾等

(Noun)(请吩咐)Command;Order;Service

(Verb)(服务)To command;To order;To serve;To be at one’s service;To render service to one;To do one a service;To be of service to one.Render呈递, 归还, 着色, 汇报, 致使, 放弃, 表演, 实施

vi.给予补偿

n.交纳, 粉刷, 打底

render a service to

效劳, 贡献

**第二篇：开发信格式**

一封简单明了的外贸开发信--讨论一下

Dear Purchasing Manager,(别用Sir or Madam, 这样子没有人知道你的信给谁也不会帮忙转达，也不尊敬)

Good morning my friend(问候是必须的,体现出礼貌,另外一点是Good morning永远不会过时)

Thanks for your time to read my email(对于别人的时间要给予感谢)

Glad to know you are in the market of 产品名称或者产品关键词(表现出你对这个潜在客户是经过了解才发的信,并不是瞎搞)

We are a manufacture of 贵公司产品国际通用名称或者客户网站或者客户所熟知的产品名称(点明自己是干吗的，让客户有个心理准备)

Would you mind to visit our website :(使用恳请的语气，谦卑的邀请对方查看网站)

Wish our products will be helpful for your business(表达合作意向)

Any questions, Welcome here

Best Regards

签名：

邮件标题: 一般采用简单的单词组合，比如客户目前网站上所销售的产品名称或者型号 商务信函写作要点

所有您需要做的就是，用简单朴实的语言，准确的表达自己的意思，让对方可以非常清楚的了解您想说什么。他们宁愿写“Your letter has been received”，“Your complaint is being looked into”而不是“I have received your letter”或者“We are looking into your complaint”。简单地说，就是多用一些被动语态。

想象一下，如果您由于无法准时交货而在电话上跟您的合作伙伴表示歉意时，您会怎么说？我想您会说“I am sorry we cannot deliver the goods today”。既然在电话中您会这样说，为什么在信件中要改成“It is regretted that goods cannot be delivered today”？放弃这种所谓的“生意腔”吧，让您的信也象谈话那样简单，自然，人性化。简单地说，就是多用一些口语化词。就象前面提到的，要用简洁朴实的语言来写信函，让您的信函读起来简单，清楚，容易理解。用常见的单词，避免生僻或者拼写复杂的单词。一个单词可以表达，就不要用词组。多用短句，因为短句更容易理解。少用“and”，“but”，“however”，“consequently”这些让句子变得冗长的连词。在同一封信函里，不要使用多个相同含义的单词。比如，您前面写了“goods have been sent”，那后面再提到这件事时就不要再用其他单词如“forward” “dispatch”等。因为这样写会误导您的读者无谓地去考虑这些词之间是否另有含义。

当涉及到数据或者具体的信息时，比如时间，地点，价格，货号等等，尽可能做到精确。这样会使交流的内容更加清楚，更有助于加快事务的进程。

请在邮件中写上对方公司的名称，或者在信头直接称呼收件人的名字。这样会让对方知道这封邮件是专门给他的，而不是那种群发的通函，从而表示对此的重视。当然，如果您无法确定收信人的名字，那就在称呼一栏里写“Dear Sirs” or “Dear Sir or Madam”。

前面我们说过，商务信函不需要用华丽的词句。根据西方的语言习惯，他们更愿意使用简练而朴实的语言。所以当我们跟西方人进行商务沟通时，也要尽量避免华丽复杂的词句。比如“We look forward to a bright and glorious future of cooperation”，还不如直接写成“We hope to have the opportunity to work together with you in the future.”这样才更符合西方人的语言习惯。给买家的回复，千万要迅速及时。因为买家通常只看最先收到的几封回复，从中去选择合适的供应商。如果您的回复不够及时，就可能因为抢不到先机而失去商机。

这一点是特别针对写电子邮件的。也许很多人都没有意识到，事实上，E-mail的标题是很重要的一个部分，您的邮件给对方的第一个印象就是通过标题来完成的。如果标题没有内容，看起来象群发的垃圾邮件的话，很多买家就会直接删除。比如这样的标题“How are you?”，“Can we work together?”，建议您改成“Proposal: Bright Ideas Imports--Zhejiang Textile\'s Pa

如何让外商一定回复你的开发信？？强烈推荐！

这里给大家一个标准的联系函格式,请参考：

邮件标题：客户求购的产品名称

邮件内文：

To:客户公司名称

Attn:客户人名

Re:客户求购的产品名称

We are pleased to get to know that you are presently in the market for产品名称,and as a specialized manufacturer and exporter for this product in China, we sincerely hope to establish business relations with your esteemed corporation.Herewith pls find our competitive offer as flws:

Product:

Specification:

packing:

Quantity: as per yr requirement

Payment /C sight

Shipment: prompt

If the product we offered above is some different from what you require actually, kindly inform us in detail, we will be pleased to re-offer you as per yr actual requirements asap.Pls note that the product pictures will be sent to you upon yr request,and a small sample could also be sent to you for yr final checking if the price is finally acceptable.To konw more about our corporation, kindly visit our website:www.Pls kindly check and revert at yr earliest.B.RGDS/落款

Co: Add: Tel: Fax: E-mail:

几点说明：

1，邮件标题只能是客户求购的产品名称，而不要加其它的任何多余语言，这样，客户打开你邮件的可能性一般可达到100%；

2，开头语简洁带过证明你是专业而老练的商人，可立即拉近与客户的距离，而对商人来说过多的寒喧实在是多余；

不少人喜欢一开始就说从何得知该客户的，我们建议你，一般情况下最好不用提，客户在那里发布过求购信息，客户自己知道，多说多余，不过，如是本网线下转发给你的外商询盘，加一句话也无妨；

3，开头语特忌讳主动过多介绍自己，因为会给人一种推销的感觉，给人的第一感觉就不好，事实上，没有几个客户会有耐心来阅读你的长篇介绍的，不主动过多介绍自己将一定反而会给客户一种很自信、很专业的印象，这种印象对你来说是非常重要的；

那么，“过多”的标准是什么呢？我们认为，介绍性语言超过两句即是“过多”！

4，简洁开头后，你必须立即进入正文，即报价，因为客户最关心的无非是产品规格与价格

而已，你如不能提供客户想要的东西，客户回你干吗？立即进入报价，证明你是专业做该行的，你是有诚意、实实在在想做生意的，大家的时间都很宝贵，都不想浪费时间，特别是欧美商人更是如此；

有人说，客户询盘中规格说的不全，无法报价，事实上，没有那个外商会在询盘中一次就把要求说完的，你可估摸着试探性报，报错了没关系，这只是证明你是专业的、多年做该行的，如所报的规格与客户所要的不符，客户一般会很快回复你并详细告诉你他所需产品的具体要求的；有人总喜欢第一次联系客户时就问东问西的，有些国家的客户（如印度、韩国）可能会耐心回你，但对大多数欧美客商（如美国）来说，他们一般是不会回复该类邮件的； 5，所报的价必须是实价，必须与现有的市场行情相吻合，价太低，客户知道你不是做该行，不会理你；价太高也会吓跑客户，客户也不会回你，所以，切勿乱报价，应了解清楚了、多比较后再报，对新产品、对外贸公司来说这点尤其重要；

6，第一次联系客户时，除非客户在询盘中提出，最好不要主动附上图片，以免被删或被国外反垃圾邮件软件拦截；

7，与客户第一次联系最好用HOTMAIL邮箱，或在邮件中另附上你的HOTMAIL邮箱，因为垃圾邮件泛滥的原因，中国越来越多的邮件服务器被国外打入黑名单，你发的邮件可能最终进不了客户的邮箱，或客户回你的邮件你也收不到，这种情况已越来越严重，而用HOTMAIL邮箱一般不会有这方面的问题；

8，强烈建议：如你想与本网公布的某外商（特别是C类询盘）联系，如你不能报出有一定竟争力的价格，请最好不要联系客户，既然报不了价自然就成不了，不仅客户很可能不会理你，你又何必浪费你及外商宝贵的工作时间呢？对外贸公司来说，何不在货源上多下点功夫，效果一定好很多！

总之，你联系客户的目地无非是为了争取能最终成交，而要能最终实现成交的目地，你起码总要迈过产品规格相符、出口报价适当这两个槛，直接洽谈这两个最重要的问题，不仅外商喜欢，也必能大大缩短成交的进程，大家何乐何不为呢？

**第三篇：开发信**

一.什么是外贸开发信？

顾名思义，开发信就是你第一次写给潜在客人的邮件，信函。而外贸开发信，则是你写给你的潜在客户的第一封信件，其目的是开发这个潜在客户，希望建立业务合作，收获订单，扩展业务。外贸开发信抛送的是希望建立友好合作关系的橄榄枝，带来的可能是滚滚不尽的金钱流，发出的是希望，期待的是回复。最最最值得研究的还是电子邮件传递的开发信，这个是一种最快捷，最省钱，最充分，又不容易产生误解的有效沟通方式。

在分析探讨影响外贸开发信回复率的因素之前，让我们先来侃侃你所熟悉的，津津乐道的“写情书”，因为外贸开发信和第一封情书这两者之间有很多的共通的东东。

二.你熟悉情书么？

网友对情书的精彩定义列举如下：“情书是一种对于爱情的勇敢表现，即使情书送出去后没有得到对方的认同，也没关系，那代表老天帮你安排的人不是他/她，你反而可以感到开心了，因为那代表你可以不用浪费时间在他/她身上了”，“一个人写给另一人的表达自己对他的爱慕之情,想追求别人的信”......作为外贸人，哪怕你刚走出校门，可能对情书已经不陌生了，甚至还写过，用过，成功过，最终抱得美人归或钓得金龟婿。啊，你说你没写过没用过没尝试过，那，无语......俗话说，没养过猪，也见过猪，没见过猪跑，也吃过猪肉吧？实在不行，只有上网相关搜索一下，补下功课，不然，对下面的内容，可不好理解哦！建议最好现在就开始动笔，给你心中那个他/她写一个，等几天再回来看这篇文章，说不定会更有收获哦。

三.情书与外贸开发信

好了，对情书有个基本了解了，那么我们就能够由大家熟悉的，相关的写情书开始展开思考了。

3.1 外贸开发信写给谁？

还是先说情书，你写情书会写给谁？

路人甲：我要写给我心目中那个他/她，AIHONG，俺想你！路人乙：我是墨家传人，主张“兼爱”，只要是异性，从年方二八到龄已八二，我都写，[摇头晃脑状]，这叫做，全面撒网，重点逮鱼。

裁判：路人甲，姑且算正解，+10分。路人乙，你知不知道你那样子，真的真的好“傻”也......[本来想说很“蠢”的，算了，对年轻人还是要爱护的] 现在说外贸开发信，对方能够被你评判为你的潜在客户，那么你一定通过某种渠道对其有所了解。如果毫无了解，那么就是典型的路人乙了。

当然，这种了解，是有成本的，主要是时间精力成本和渠道投入成本。如何在成本的投入基础上，获取收益，就要争取提高开发信的回复率了。

既然有成本，当然要控制，才能追求利益的最大化，所以不得不说下渠道。

我们外贸人了解客户的渠道主要有以下几种：展会，收费B2B网站，免费B2B网站，“发布产品信息，让客户主动来找你”，搜索引擎，政府机构，黄页，国外相关BBS或社区，对方公司网站......买卖买卖，一方买，一方卖，买卖方成。现在是买方市场，有需求，才有购买意愿，才会调查市场，产品对路，质量价格服务合适，才容易成交。而要评价潜在客户的质量高低，则应当从产品是否对路，是否有购买意愿，质量价格服务基础上结合可能成交量所产生的可能利润大小等因素分析。

一般来说，展会上获得的潜在客户，质量最高，对方对你的产品已经有所了解，并且对方的渠道投入也挺大的，购买意愿应当相当强，量也较大，应当重点开发。

收费B2B网站，免费B2B网站，一般能够从此获得最新的求购信息，然而要具体情况具体分析，进行综合评价。根据笔者和广大外贸网友商友自己使用这些网站的经验看，B2B网站上的求购信息要慎重对待，有专门行骗的，有调查市场的，有广告宣传的，当然，也有诚心想做生意的。所以，这个要结合自己的经验、产品和B2B网站所覆盖的地域，求购信息发布者的国家地区和所留信息的详细认真情况分析，当然，你首先要关心的还是产品是否对路，对路了再仔细看吧。

“发布产品信息，让客户主动来找你”，这个其实很不好讲，你都在什么地方发过信息？你发的信息内容是怎样介绍自己公司或产品的？因为当对方联系你时候，可能你对对方一无所知。所以赞成主动出击，知己知彼，百战不殆。

政府机构，公司黄页，这个上面收集的客户信息可能不那么详细，可能是三“没有”，没有联系人姓名，没有邮箱，没有产品细分，所以最好能够结合其他网络工具，稍微深入点进行了解。

搜索引擎，这个是我最爱，也希望能够成为广大外贸同行的最爱。个人认为，电脑不上网，等于文件箱；学习电脑应用，首练搜索引擎。这个东东真的太好太有用了。通过搜索引擎，或结合搜索引擎，可以最好的遵行鲁迅老先生倡导的拿来主义，你那里有好东东，拿来我免费用用，呵呵。至于怎么使用搜索引擎，已有好多网友商友撰文总结，本文不赘述。

对方公司网站，呵呵，找到，打开，客户，客户，让我细细瞅瞅你。

3.2外贸开发信怎么送？

我们写情书，辛辛苦苦写了，当然希望“心目中那个他/她”能够打开好好看，自己当年曾经使用过的小手段有：1.转交 收买心仪对象的好朋友，嘿嘿，怎么收买，山人自有妙计，佛曰：妙，不可言；老子说：道可道，非常道。2.观察 密切观察心仪对象的生活习惯，放在其经常使用的物品里面 不放在外面，避免被别人打开，到时候不仅自己尴尬，还连累那个他/她3.制作介质精美，比如使用彩色带香味的信纸......外贸开发信也一样，写的目的当然希望潜在客户能够收到并打开。这就要求你对所采用的传递方式，传递方法熟悉并用好。1.转交 老朋友或老客户推荐，注意，千万别引起“吃醋”现象哦，醋坛子一翻，你麻烦就大了，说不定还失去老朋友或老客户。所以，一定要注意保证的是，你和潜在客户建立新的友好合作关系，不仅对现有的老朋友或老客户不造成有害的冲击，还能带来“好处”。什么“好处”，呵呵，多动动脑筋，好好“收买”吧。2.观察 了解潜在客户，要发送到潜在客户经常关注的地方3.制作介质精美 对最常用的外贸开发信传递手段来讲，就是电子邮件，而一个好的发送邮箱和一个细细斟酌的邮件标题对潜在客户是否打开你的邮件是很关键的。其他的待补充，呵呵，本来就打算是抛砖引玉的。

3.3外贸开发信怎么写？

到这里，如果你写的情书被打开了，恭喜，万里长征第一步，你迈出了！可是如果你错字连篇，粗话不断，言语空洞，哦呵！没戏了。记得有句叫什么“言语无味，面目可憎”，可千万注意别让“你心目中那个他/她”把你的情书划归为这样的评价啊。

对外贸开发信来讲，也是如此。你的信件被打开，你的意愿才能被了解：

称呼，每个人最喜欢听的就是名字，所以，能不用Dir Sir./Madam就最好别用，尽量使用对方的名字；尽量别让客户一眼看出你在邮件群发，把客户的信箱对在一大堆收件信箱地址里面。

内容，既要言简意赅，又要言之有物；既要注意格式，又要言语得体；因为开发信内容的撰写要根据对潜在客户的了解分析和评价不同而不同，而且也有诸多文章进行总结，本文也不赘述。

3.4外贸开发信怎么写了后怎么做？

你写了发了情书，然后就是等了。写和发情书一般不会象路人乙那样的“全面撒网，重点逮鱼”，是一对一，所以患得患失，心中忐忑，在所难免。

而外贸开发信写了发了也要等，不过一般不必那么担心。如果对这个潜在客户评价比较高，而且自己的开发信有信心，就稍微等个两三天，给对方个思考空间，然后还没回音，可以再发个邮件或打个电话，询问一下，对方是否在什么时间收到自己的去信。机会都是自己把握的，所以对重点潜在客户，要努力争取。一个追踪，充分体现了对对方的重视，也很能引起对方的好感和重视，当然，追踪信或电话同样要言简意赅，言语得体。

四.外贸开发信石沉大海或遭遇退信的常见原因：

1.邮箱地址出现拼写错误；

2.对方邮箱已经弃用；

3.发件人自己的邮箱已满，导致接收不到客户邮件；

4.信件有可能被对方的邮箱默认为垃圾邮件，而潜在客户没有定期审查垃圾邮件的习惯；

5.网络原因，或者邮箱的稳定性不好，导致发送失败；

6.客户国家过节，导致回复延迟；

7.邮件的标题引不起客户兴趣；

8.带有附件，客户担心病毒，不敢打开；

9.附件过大，不便打开，耗用资源，客户直接删除；

10.客户可能不愿意相信免费邮箱发的邮件并与其有邮件往来，担心信息被窃取；

11.对客户无丝毫了解，产品不对路；

12.误读客户的求购信息，产品不对路；

13.客户的求购信息发布已久，目前无需求；

14.给予对方的回信不够及时，对方已经找到好的买家；

15.不了解自己的优势产品和没有把握好目标客户，大海捞针，开发信无针对性和目的性；

16.开发信文字格式大小不合适，阅读吃力；

17.错别字，语法错误太多，理解困难；

18.开发信行文措辞不够专业；

19.信件内容没有做到言简意赅并体现自身产品的价值；

20.对方国家担心中国人的产品倾销，给予高关税以制约进口，而客户无意从中国进口产品；

21.对方公司已有自己固定的供应商；

22.某些客户发布求购信息的目的单纯只是为了考察市场行情；

23.开发信的内容无吸引力；

24.某些客户可能不愿与中间商（外贸公司）谈合作事宜；

25.产品价格无竞争力，报价过高，价格不在客户的期望范围之内；

26.对方对你的公司与产品缺乏了解，有心理防范作用，担心上当受骗； 27.某些客户由于对产品的需求时间较急，喜欢更直接的联系方式，例如电话，传真等，但是开发信上没有标明这些联系方式；

28.全角半角影响，开发信在不同语言不同版本的操作系统浏览器中出现大量乱码，阅读困难；

五.建议：

要想提高开发信的回复率，1.要多了解你的潜在客户，进行分析评价，每天重点开发的客户不要过多，否则，呵呵，太辛苦啊！建议每日3-5封为佳；

2.重点开发和广种薄收相结合，重点开发的客户要针对需求，开发信内容因人而异；广种薄收可以使用事先准备好的模版，能得知对方联系人姓名的，单个发，更改称呼；不能的，没办法，密件抄送；

3.多熟悉产品，产品知识决定你给客户的第一印象是否专业；

4.重视价格（虚盘），适当的价格决定了你的开发信，你，你的公司，你的产品对客户的潜在价值；

5.尽可能避免四中列举的的情况发生在你的开发信上。

6.重视跟踪！！

7.细节决定成败，思考才有长进！

**第四篇：如何写开发信**

如何写开发信

开发信的成功分两大部分。其一是开发信的写作，这个是基础。其二是开发信的发送，能否成功发送到潜在客户的邮箱中，而不是成了垃圾邮件，和客户见面的机会都没有，那么我们的准备工作就全部前功尽弃了。

首先，谈一谈开发信的写作。

1）.开发信邮件主题

首先您先得了解客户来自哪个国家，查看方式：

1.客户网站-About Us；

2.Google客户的公司，地址，邮件，电话（1是美国的，44是英国的，45是丹麦的....），名字等等一切有用信息；

3.邮箱尾缀,例如：xxx@xxx.ca明显是加拿大的。

Re的用很大（一定要用起来），这招可以迷糊客户：你到底是不是之前和我联系过呢？每个人都有好奇心，看到自己的回复有很大的敏感度。

以下为各国客户回复邮件的主题：

A.德国客户：Re:AW:Re:+具体主题

B.挪威客户：Re:SV:Re:+具体主题

C.丹麦客户：Re:Vedr:Re:+具体主题

D.巴西客户：Re:Res:Re:+具体主题

E.意大利客户：Re:I:I:Re:+具体主题

2）发的时间

周二~周四之前是最佳时间，而且考虑到时差的问题，最好是刚上班的时候要在上班前发到，因为一般都是上班先查邮件。

3）开发信内容

事先要编辑好邮件模板，复制，黏贴，要带上客户网站上的图片，如果有的话（产品必须是客户有卖的，贵司能提供的。内容要简洁，不要废话。

开发信最忌讳的几个错误

1）邮件写得过长。客户每天有许多事要处理，面对邮箱几百封相似的邮件，而那些个又臭又长的陌生邮件，说不定还有许多个关于公司介绍的附件，怕是他没看就直接删除了吧。换个角度想想你自己会不会看呢？况且老外往往时间观念强烈。我了解到客户一般都会预留几块固定时间来处理邮件，长的，陌生的，很多时候都不会看。除非你的邮件非常吸引人。一些西欧客户，处理邮件的时间一般是2-3秒。大致上就是随眼一看，找到几个关键词，有意思的就看下去，不重要的，会在outlook里标注上要处理的具体时间，然后从inbox拉到相应的子目录里。换句话说，只要客户的邮箱地址是对的，也是你要找的right person，你的开发信只能停留在他眼前2-3秒，就是决定命运的时刻了。这种情况下，试问你敢不敢把邮件写得很长？

2）主题不明确。一个主题不明确的邮件，会让客户根本没兴趣去打开陌生人的邮件。试想一下三秒钟后还看不出来你是做什么的，卖什么产品的，客户还有心思看下去么？所以邮件最好是言简意赅，直接吸引客户通过主题去点开邮件，目的就达到了。至于他看了以后有没有反应，就要看客户需求和你内容的功力了。

有些人写邮件会这样设置主题：“we are the manufacturer of lights”，又或者“need cooperation”，或者“Guangdong \*\*\* trading company ltd”，或者“price list for lights-Guangdong \*\*\* trading company ltd”等等，一看就知道是推销信。如果你一天收到N封推销信，当然会很讨厌，直接删掉算是客气的了。

3）基本上都是广告信息。工厂的业务员，开发信实在叫人不敢恭维啊，简直可以说是惨不忍睹，“我们是某某照明灯具厂，地处美丽的长江三角洲东南，交通便利，风景优美，离上海和杭州仅仅2小时车程，我们公司成立于2024年，具有丰富的太阳能灯生产和开发经验，享誉全球，我们工获得ISO9001：2024质量体系，严格按照5S管理，真诚欢迎您来我厂参观拜访，希望和您建立起长久的业务关系，我们以真诚和服务赢得客户„„”诸如此类的话，客户会看得很不耐烦，即使你是一个很好的公司或很好的工厂，第一次就收到这样一封邮件，任谁都会感到厌烦的。

4）爱炫耀英文水平。不要总是喜欢把文字写得很出彩，各种语法从句层出不穷，还喜欢用冷僻词，让人理解都需要老半天。如果是英语为母语的客户或者德国、北欧这些英语很棒的客户还好一点，如果你写给韩国人日本人中东人法国人，那就要他们老命了，看一封邮件还得用上字典或翻译工具，还是半懂不懂，你说客户会对你印象好么？

要多学多模仿客户的邮件，用最简单的词汇来表达你要表达的东西。外贸函电的精髓就是，“简单简单再简单”，能用一个词表达的绝对不用两个词或短语，能用一句话写清楚的，绝对不写两句。谁能用最少的句子表达同样的意思，那就是最厉害的！

然后聊一聊开发信的发送。

一般的外贸公司都会有自己的企业邮箱，在这里我告诉大家网易企业邮箱发开发信的规则。

一般的无论您使用的是免费邮箱还是收费的企业邮箱，一个邮箱帐户每天最多的发送量要求是【不能超过1000封】，强比科技和网易企业邮箱都是反对群发垃圾邮件的，但对于应用型的邮件和向会员发送邮件，就不在此列。

注：网易企业邮箱是防垃圾邮件协会的主要倡导者，对于发送垃圾邮件并没有特权，使用企业邮箱并不会让您的应用型邮件发的更多更广，但我们会告诉您一些规避被认定为垃圾邮件的规则

1、单邮件单发，收件人里不要一下填上两百个收件人帐号。保守的建议：收件人、抄送、密送栏，每栏都不要超过10个以上的收件帐户

2、您发送的收件人是否准确？如果您发送的收件人帐号有错误，请一定要注意将其从列表删除，如果服务器收到太多的退信，会对您的帐户进行监测或被认定为发送的是垃圾邮件

3、群发邮件主题及内容最好每次有所变化和注意相关的垃圾词汇

群发邮件时，一定要注意邮件主题和邮件内容，很多邮件服务器为过滤垃圾邮件设置了垃圾字词过滤，如果邮件主题和邮件内容中包含有如：大量、宣传、赚钱等字词（当然发票，枪支等更是不行的），服务器将会过滤掉该邮件，致使邮件不能发送。因此在书写邮件主题和内容时应尽量避开你认为的有垃圾字词嫌疑的文字和词语，才能顺利群发邮件。另外标题尽量不要太商业化，内容也不宜过多（尽量小于7k），如果一看就是推销邮件，效果就不会太好（有可能直接delete了），而内容过多就会使阅读者不耐烦甚至根本不看。

4、会员广告邮件最好能在标题中标注（AD）这个网易等邮箱会直接发送到广告邮件夹里，5、使用的发件帐户，建议每天发送不要超过200封邮件,可使用不同的邮件帐户进行发送，如果连续向比如@163.com, @sina.com这样的帐户发送超过1000封以上的邮件时，如果您洽好使用的是ADSL上网，请重启adsl，便更换IP进行发信

6、对方最好能有一次以上和你的回复（一个邮件来回）

7、如果是广告邮件和会员邮件，邮件中一定要有“退订”按钮和链接。

**第五篇：开发信**

外贸开发信一直是比较头痛业务员的话题，可是开发海外客户很大一部分是依靠外贸开发信的，你知道你的外贸开发信出现哪些问题了吗？下面就和苏维博欣一起讨论一下外贸开发信的写作重点吧。

1.外贸开发信是不是可以加图片

可能我们很多人当中都会觉得外贸开发信不适合有任何色彩和图案，基本上都是黑白文字版的。你害怕因为文件太大或者是过于花哨引起对方的反感。那苏维博欣今天想告诉大家的是：你知道怎么样才可以吸引对方的眼球而且不会引起对方反感吗？那就是在开发新邮件中带插图，用图文并茂的形式来突出展示自己的表达，这样是不是绝对的超越您的同行呢？而且还会吸引对方的注目对不对。不过你要注意的是，除非对方已经知道和信任你的邮件，图案一般不要以附件的形式出现。因为对方害怕是病毒，所以这样有附件的外贸开发信会被直接删掉。其次，使用的颜色和图案要适宜，朴素为主，不要过于花俏，从而喧宾夺主，引起反效果。

2、外贸开发信是不是越短越好

曾经有不少学员问苏维博欣说外贸开发信是不是越短越好呢？其实我想说的是简单明了是任何开发信的写作原则，但并不是说越短越好。外贸开发信简简单单，只有一两句话，可以是一种形式；外贸开发信长篇大论，详细介绍你的产品和服务的突出优点，并且始终突出对客户的利益和好处，也会给人留下深刻印象。这里的关键在于：你是不是能够始终紧扣WII FM法则，让对方饶有兴趣地从头尾读完你的外贸开发信。有很多外贸开发信，尽管写得不长，可是其中语句拼写错误、文字不通顺、内容假大空，可以让对方看的火冒三丈，逼迫他跳起来写骂人的回复，让你不要再去打扰他。可悲的是，写这样开发信的外贸同行往往还以为自己是对的、自己的水平很不错。不反省自己，却总是认为是对方没有礼貌、对方是错误的。而且更多的时候，我们看到的国内有些外贸企业的开发信总是啰啰嗦嗦地说上一大堆文绉绉别扭扭的空话。大体归结起来，无非就是说：我们价格低廉、我们质量高、我们是生产商三句老生常谈的话题。如果你的公司、产品、服务等真是那么回事，那你还不如直截了当说上这三句，并以确凿图像或数据证明一下：“WearemakingXYZherein China.Ourpriceisthelowestandourqualityisthehighest.Hereistheproof.”可惜，又有几家能以这样的气势说话呢？

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找