

# 外贸 SOHO 创业指南

作者： 梁易



## 作者简介

16年 B2B 外贸创业者  
谷歌 SEO 优化实战者  
100 个不同行业的产品创业者  
拥有 1 家实体工厂, 1 家外贸公司, 5 个不同行业的项目公司  
至今依然奋斗在创业的第一线

## 为什么写外贸 SOHO 创业指南?

16 年的创业经过, 见过许多企业的老板, 其中有很多企业的产品都非常有特色, 但是他们大多数都不懂如何做营销, 主要的手段都是参展, 做阿里国际站或中国制造网, 加上现今许多信息平台的出现, 销量并没有太大的变化。也有很多工厂做 TIKTOK, Facebook 等新兴的渠道, 但仍然改变不了困局。那怕我已把具体的实施方法告诉他们, 他们依然没办法坚持的做下去, 基本上都是中途放弃了。年轻人学习能力强, 可以帮助这些企业更好实现询盘自由, 摆脱传统的营销模式, 帮助企业打开新的局面。

中国的产品种类非常齐全, 每天都有新发现, 有些产品非常好推广, 但个人的能力和精力毕竟是有限的, 那怕现在有个小团队, 面对如此庞大的蓝海市场, 能力和精力依然十分渺小, 因此, 把自己的心得和经验分享给大家, 共同进步。

作者是从 SOHO 创业开始的, 历经 16 个春秋, 深深的明白 SOHO 外贸创业的艰难。希望我的经验能够帮助到有需要的人。

## 外贸 SOHO 创业的禁忌

作者身为实体工厂和外贸公司的老板, 十分痛恨那些“身在曹营, 心在汉”的人。如果决心要创业, 那么就请离开公司, 全身心投入外贸创业, 绝不可一边创业, 一边窃取公司的商业机密谋取个人私利! 要创业, 就要大大方方, 明明白白去干, 好产品多的是, 偷鸡摸狗干不长远!

## 本指南的适用人群

**小白:** 外贸创业小白, 外贸小白  
**外贸中高层:** 更深刻的理解如何实现源源不断的手段  
**工厂和外贸老板:** 更清楚如何战略性实施未来的布局

## 外贸 SOHO 创业指南的配套课程

外贸创业课			
1 创业思想课	4 产品选择	8 询盘检验	11 供应商筛选
2 公司创建	5 外贸建站课	9 业务谈判课	12 报关及物流
3 收款渠道	6 网络推广课	10 单据制作课	13 产品售后
	7 谷歌 SEO 优化		

# 目录

- 1 创业思想课
- 2 公司创建
- 3 收款渠道
- 4 产品选择
- 5 外贸建站课
- 6 网络推广课
- 7 谷歌 SEO 优化
- 8 询盘检验
- 9 业务谈判课
- 10 单据制作课
- 11 供应商筛选
- 12 报关及物流
- 13 产品售后
- 14 总结

## 1 创业思想课

如果从思想的根本上没有创业的决心和思维，那么，所谓的创业基本上是没有未来的。这里从三个方面讲述。

### 小白

这部分人大部分都是刚毕业的学生，或者从别的行业转行过来的，比如，因受校外培训禁令影响，很多培训老师转行人事外贸相关的岗位工作。有部分人想做外贸创业，但无从下手。这么年的面试过程中，也遇到过许多自个创业失败的，基本上都热血冲动创业，最终都是坚持不下去而失败的。他们基本是关注“短、平、快”的模式，短期内看不到效果就灰心了。殊不知，创业打的是持久战，活得越久，才会有成功的概率。当然，有一些人，刚从事这行，就获得成功的，但是这部分人占的比例是极少的，不在我们讨论的范围内。

### 外贸中高层

这类人在原公司做得很好，因为他们做了多年的传统营销方法，多年的积累，使用思想固化，面对新的形势，转不过弯来。在招聘过程中，许多在别的公司做小领导的，中层干部的，来到一个创业型的公司，让他支撑起这个外贸部，他却给出几十万的年营销方案。一个小微公司，没有办法一下子这么多的费用做推广的。最后，只能是双方都不满意，浪费大家的时间。所以，很多经验十分丰富的外贸人士，依然不敢轻易走上创业的道路。打破固化的思维，吸引新的认识，是这类人必须要做的。常言道：你永远赚不到超出你认知范围之外的钱。

### 工厂或外贸老板

作为小工厂或小外贸公司的老板，最好的方式是亲自抓营销。已成规模的，不此讨论范围内。但是小微企业才是经济发展中的中流砥柱！作为小微企业，想请到别说是专业的，就算稍为精通推广的人，也是十分的困难。招聘费用极高，来的人未必是你想像中那么好的。而且这种人，市场上是稀缺的。三年的疫情，很多工厂都垂死挣扎，叫苦连天，倒闭也有不少数。也有碰上机遇，一飞冲天的。

和这些老板的交流中，都在关注，别人的业绩怎么样，怎么做的。他们的眼里基本上只有展会和阿里巴巴。疫情期间，展会是搞不了的，一窝蜂的挤入网络推广里，但是除了头部几个公司，大部分都在吐苦水：效果实在太差了！第三方的代理公司，又向他们鼓吹谷歌 SEO 优化，出海无忧。又做了一轮韭菜。就像三军统帅，不知道排兵布阵，怎么去打仗？怎么可能打胜仗？所以，必须要打破认知，主动学习，才能掌握未来的发展之路。

不管是那一类人，想创业，就必须有打持久战的准备，必须有坚持到底的决心！

## 2 公司创建

这一课非常非常关键，涉及你未来的品牌。很多人注册公司的时候，并没有考虑商标的事情。16年前，我注册第一家公司的時候，没有经验，当所有的东西都准备好了之后，才发现，不能注册商标，更要命的是，域名 com 被一位炒家提前一个月注册了。最后，没办法，只能勉强使用了。到今天为止，该炒家依然每年想把 com 卖给我，从 5000 美金涨到 5 万美金，其中有几年说好了价格，最后又不卖了。这种事，真是如梗在喉，不吐不快。所以，必须从公司注册那一刻起，品牌保护一起考虑！最佳的方式是：公司名称，商标名字，LOGO 设计，官网域名，4 者统一形象！举例：华为 HUAWEI, huawei.com

一般的人，都是先想公司名字，最后才做网站，然后域名是公司名字的首字母组合，这样做极为不利于品牌形象及其宣传。有很多年大厂都这样干的。举例：郑州市夕阳红五金制品有限公司，然后网站是 www.xyhwjzp.com（注：公司名字随便起的，不知道当地是否有这个公司，如有，纯属巧合！）试问：外国人能记得住这个 Xyhwjzp 品牌名字吗？

所以，公司的创建必须反过来，首先解决品牌名字，网站域名，LOGO 设计 + 商标注册，最后才是公司中英文名字。商标未必一开始需要注册，但，强烈建议，把商标也注册了。很多厂家是不注重这些必要的条件，导致营业几年后，被迫更改品牌，网站和商标，这样对于整个公司的营销活动来讲是毁灭性的打击。有这样一个案例，一个亚马逊的卖家，生意是非常火爆的，但是他的店铺名字却被他人成功地注册了 .com, .net, .cn。滑稽的事情来了，这个店铺被投诉盗用他人商标，整个店铺被注销了。从 0 到爆单可能需要几年时间，但从爆单到归零，一个投诉就可以了。商标拥有者，还会倒逼卖家以高价买回商标，或者每月以几千美金购买使用权。

公司创建流程如下：

- a. 想一个可以注册 .com 的品牌名字
- b. Logo 设计
- c. 商标注册
- d. 公司中英文名称起名
- e. 交由代理进行工商注册
- f. 进出口资质办理（可以后面补办）
- g. 租用办公地点
- h. 开张营业

在公司创建过程中，有一些事情是必须要注意的，否则会将来埋下很多坑。对待公司，就像对待自家孩子一样，要细心护着它成长，免受一切不稳定因素的干扰。对于初创企业什么是不稳定因素？有两个：1. 股权结构。2. 股东关系。不同的注册地，对这两个因素又有不同的应对方法。注册地又是什么呢？在中国注册或者在海外注册公司。

关于注册公司费用问题

不管是注册国内公司还是香港公司，费用约 2 千元人民币。如果要注册商标，大概 700 元一个类别，注册 7 个类别也不到 5000 元。因此，成立公司是非常容易且成本是非常低的。

关于注册公司的时间问题

注册国内公司，大概半个月左右，加上银行开户约一个月左右。注册香港公司，约一周时间，银行开户大概要一个月。

### 3 收款渠道

为什么单独讲这一块呢？因为现今的收款渠道实在太多太方便了。以前国内公司收外汇必须要很多证明，才能在国内的银行开立外币账户。现在呢？只需要有个公司，就可以申请使用其它的收款渠道，比如：XTRANSFER, PING-PONG, 万里汇 等等。因此，只要是正常开展业务，就完全不必担心收款的事。

### 4 产品选择

这个是一个很重要的环节，关于于接下来你怎么展开网络推广的问题。不同的产品，不同的行业，推广的方法是有差异的。对于创业的第一个项目，其实相当于练手的产品了。从身边发现，比如：朋友们在做什么产品，家族企业里做什么产品，自己喜欢什么产品，平时能接触到的有什么产品，都拿出来——分析，看看能不能做。参考文章 <https://seosaleslead.com/b2b-trade-for-product-selection/> 怎么去分析呢？课程里有详细的讲解。

### 5 外贸建站课

公司成立后，第一件事就是把网站给做好。网站是你的门面，对外的窗口。你的客户，供应商，合作伙伴都会从网站上对你有个基本的了解。很多人认为，网站建设是一件很复杂的事情，Seosaleslead.com 提供简洁大方的模板，让你极为容易地制作一个很好的网站，你仅仅需要替换图片和文字，就可以成为你自己独特的网站。在配套的课程里，有详细的教程。

### 6 网络推广课

为什么推广课要排在谷歌 SEO 优化前面讲？这里有一个非常重要的点。很多人都不注意，但它确实非常重要。谷歌 SEO 优化是网络推广的方法之一，还有很多推广方法，比如：短视频，长视频，图片推广，广告推广（谷歌广告，FACEBOOK, TWITTER, 领英广告，电视广告等等），邮件推广，论坛推广，SEO 优化等等。不管用何种方法得来的流量，最终都必须沉淀到网站里。这里讲的网站，是指公司的官网，所以，网站是一个必要条件，而且是底层的东西，不可或缺的。网站是必须要做谷歌 SEO 优化的，这样才能使其它的推广方法得来的流量，巩固和加持网站在搜索引擎的排名，从而获得源源不断的客户资源。但是，非常多的工厂，基本是放弃了底层的东西，直接把流量给了亚马逊，shopify，阿里国际站，为什么？因为他们只在这些平台做了页面。连自个的官网都没有。所以，当他们一旦脱离这些平台，连怎么找客户都不知道！

### 7 谷歌 SEO 优化

官网做好了之后，必须要进行谷歌 SEO 优化。搜索引擎在海外，谷歌是占据 90% 的份额。我们只需要盯着它做优化，就可以实现询盘自由。所有的网络推广活动，都是为了给谷歌 SEO 优化做锦上添花的作用。有人说，做 TIKTOK 业绩已经非常好了，没必要做 SEO 了。这种看法，只是看到眼前的既得利益，眼光没有放长远。平台的规则是变幻莫测的，万一规则变了，没流量了，业绩突然没了，怎么办呢？相对而言，谷歌 SEO 的规则是相当稳定的。当排名稳定了，有可能好几年都能排到前三，这样子，那怕不花钱做广告，纯靠自然流量，询盘依然源源不断的来。谷歌 SEO 的魅力就在这。

谷歌 SEO 是整个外贸创业课占比最重要的一环，只要解决了客户来源，创业就成功了一半！因为，每天都有客户自动来找你。自动上门的客户，成交率是最高的。那么，怎么去做谷歌 SEO 呢？在配套的课程里，有极为详细的讲解。

## 8 询盘检验

检验谷歌 SEO 做得好不好，唯一的标准就是有没有询盘以及每天的询盘量是多少。越是热门的产品，按道理来讲，询盘量是多的；越是冷门的产品，询盘量是比较少的。

询盘量：这个数量是与产品，行业，关键词，搜索量和排名情况是有关系的。这个也不是固定的，它会变化的，比如：西方假期的时候，没有询盘是正常的。

询盘质量：这个也是不能保证的。来的客户，他是什么样的背景，我们是无法预计的，但是他一定是有需求才会发询盘过来的。

询盘的语言：网站建议做多语言的，这样就能收到各种语言的询盘。

总之，每天 1-3 个询盘是普通的要求，每天 5-10 个询盘是正常的，10 个以上，就要看你的产品，行业，搜索量，关键词，排名等综合因素了，再加上其它的推广手段辅助，比如：TIKTOK 引流。如果是比较常见的产品，TIKTOK 一个月收上千个询盘是没多大问题的。但是，我们在这里，只讲冷门产品创业，既然是冷门，所以，询盘量不太大的。

## 9 业务谈判课

当收到一个询盘，对客户的基本背景是需要进行调查的。比如：对方公司的规模，年营业额，主营产品是什么，每天从中国采购多少，什么职位的人在跟你在谈判，等等。知己知彼，才能在一来一往的谈判中，提高拿下订单的成功率。业务谈判也是一门学问。对小白来讲，不必有太大的压力，只有在长期的实战中才能提高谈判的技巧。

只要有源源不断的询盘，你就有大量实战的机会，总有一天，你会成为业务高手。

## 10 单据制作课

这里分成售前和售后。

### 售前：

收款前的单据包括 PI, PO, 销售合同，代理协议，授权协议，保密协议等

如果产品不复杂，通常我们发一个 PI 给客户，他们就按指示把货款汇到我们的账上。如果涉及保密的产品，需要双方签署保密协议后，对方采购部发出一个 PO 给我们，双方确认 PO 后，我们发出 PI 指示买方按照已谈妥的条件付款。当然还有其它的情况，但是基本上比较少遇到，不在这里展开讨论。

### 售后：

发货前后的单据，包装 CI, PL, CO, FSC, BILL OF LOADING, AIR WAY BILL 等

有些国家要求有该国驻中国的大使馆认证，或贸促会认证等。

那么，如何制作这些单据呢？在课程里，会提供一些我们常用的单据模板，直接使用即可。

## 11 供应商筛选

一个好的供应商，比客户更重要。供应链的稳定性是创业公司的命脉之一。客户数量永远比供应商多，客户少一个多一个，并不会对整体产生致命影响，但是好的供应商永远都是那么少数几个。供应商筛选需要从产品质量，生产规模，行业口碑，老板为人，研发实力，售后能力等等因素综合考虑的。不能随便在网上找一个厂来供货，要做长期的生意，必须有所筛选。如何筛选？

参考文章 <https://seosaleslead.com/how-to-find-a-good-supplier/>

## 12 报关及物流

如果新成立的公司没有申请进出口资质，可以能过买单出口的方式操作。具体操作由货代实施，无需亲自处理。运输费用与客户沟通好双方各自承担的费用，其它的，交由货代处理即可。不管是客户指定的货还是我们自己合作的货代，他们都有能力处理这些出口事宜。因此，这部分不作详细讲解。

## 13 产品售后

关于售后，这也是一个非常重要的一部分。售后的积极性和及时性，直接影响客户是否复购，未来大订单的合作。不管什么产品，都会有售后这个问题。在销售环节，每一处细节都有可能产生售后问题。比如：发错货了，货发错地址了，货物在运输途中丢失了，货物被烧了，货物被泡坏了，产品有质量问题，产品少发了，货物被某一方的海关扣了，生产周期拖延了，生产出来的产品货不对版，等等。

## 14 总结

外贸创业并不难，难在如何坚持下去。按课程一步一步实操，总有一天会看到希望的。在创业前期，80%的时间必须放在网络推广上面，花上几个月，甚至一年的时间，解决询盘来源的问题，那么在后面就不需要费太多的精力在寻找客户上面。主动找上门的客户，才是最优质的客户。外贸创业课的魅力就在于，解决询盘自由，助力创业更成功。