

外贸与B2B线索初筛工作手册

用客户已提供的产品与目标市场，整理候选企业及其匹配理由。每条线索保留来源、待补信息与人工跟进动作。

STEP 1

先确定理想客户

写清产品用途、典型采购方、目标地区、规模区间和不适合的客户特征。给出两条历史成交与两条无效线索的脱敏例子，让销售说明为什么值得跟进或为什么浪费时间。

STEP 2

建立可核查的检索词

中英文产品词、应用场景词、行业词分别列出；缩写、多义词要写排除条件。记录每个词对应的目标客群，不把搜到很多公司当成质量。

STEP 3

收集企业来源

每条候选必须记录企业官网或公开来源链接、发现日期和看见的业务线索。只用合法取得的公开或企业授权资料；没有联系人许可时只做企业层面的资料整理。

STEP 4

先做客观初筛

检查地区、产品相关性、是否可能使用该产品、是否有明确采购或供应链迹象。把确定事实、推测和缺口分列，不用网站规模或“感觉像大客户”替代购买意向。

STEP 5

交给销售复核

对高相关候选给出推荐理由和下一步该核实的问题。对资料不足候选列待补项；对明显不匹配候选记录原因，帮助修订检索词。等级是工作优先级，不是成交概率。

STEP 6

检查去重与分派

同一企业不同部门和不同地区分支不要仅按名称合并。保留原始链接，核对企业主体和现有CRM记录，再分派销售负责人。任何自动触达、群发或外呼都要作为独立范围验证。

STEP 7

复盘有效线索

销售回填是否找到正确联系人、需求是否真实、报价条件是否可行和失败原因。每周比较搜索词来源与有效咨询，而不把名单条数写成新增客户。

虚构业务示例

示例设备厂目标市场为东南亚中型包装厂。候选A官网展示同类产线，列为待核实生产规模；候选B只是贸易资讯站，不进入销售跟进。两条都保留来源和判断理由。

交付前，检查这四件事

- 每条候选有可复核来源
- 推荐理由与待补项分开
- 联系人信息来源和使用权限清楚
- 人工确认前不触达或写入CRM

配套表格长什么样

企业主体	国家/地区	来源链接	相关产品迹象	已确认事实	待补信息	初筛结果	销售负责人	跟进结论
示例包装公司A	目标市场	公开官网URL	展示包装产线	业务类型匹配	规模和采购计划	待销售复核	销售A	待填写

下载后将示例行替换成你的业务资料。表格可用 Excel、WPS 或企业在线表格打开。

把这份方法用到你的业务

任务：_____ 执行人：_____ 日期：_____

准备使用的资料与来源

本轮希望交付的具体成果

完成后的实际结果与问题

需要补充或重新核实的信息

审核意见与下一次行动

康伴原创工作模板；可结合对应流水线填写与复核。