

外贸实战资料库 / 06

制造企业出海诊断表

用 15 分钟判断企业当前阶段与下一步增长重点

适用对象：制造企业负责人、外贸经理、平台运营与销售团队

版本：2026.07 | 本资料用于业务学习与内部执行，请结合企业实际情况调整。

使用说明

这不是一本需要从头读到尾的理论资料。建议先完成文末行动清单，再回到相关章节查方法。每周固定复盘一次，把判断写进表格，比收藏更多课程更有效。

01 评分方法

请由负责人、销售和运营分别评分，再讨论差异。每题 0-2 分：0=没有，1=部分具备，2=稳定执行。

结果解释

- 0-12 分：基础准备期。先明确产品、市场与承接能力。
- 13-24 分：渠道验证期。集中资源跑通一个获客闭环。
- 25-36 分：增长复制期。加强数据、内容与销售协同。
- 37-48 分：规模化阶段。布局品牌、多市场和组织能力。

02 战略与市场

没有聚焦的市场策略，会让所有推广素材变得泛化。

评分题

- 我们明确未来 12 个月的 1-3 个重点国家。
- 我们有清晰的目标买家类型和职位画像。
- 我们知道买家选择供应商的前 5 个因素。
- 我们了解主要竞争对手及自身差异。
- 我们为重点市场设置了可量化目标。
- 管理层接受渠道验证需要持续投入。

03 产品与内容

外贸内容的本质是把工厂能力翻译成买家价值。

评分题

- 主推产品不超过 3-5 个系列。
- 规格、认证、MOQ、交期等信息完整一致。
- 拥有白底图、细节图、场景图和工厂证据。
- 卖点包含具体结果与证据，而非空泛形容词。
- 有英文案例、FAQ 和报价资料。
- 网站/店铺移动端体验和询盘入口清晰。

04 获客、销售与交付

推广成功需要市场、销售和交付共同承接。

评分题

- 至少一个渠道能稳定带来有效询盘。
- 设置了访问、表单和询盘来源追踪。
- 销售能在约定时间内首响。
- 团队使用统一的询盘分级与跟进节奏。
- CRM 或表格中记录下一步动作。
- 每月统计线索到订单的阶段转化率。
- 样品、报价、合同与收款流程清晰。
- 核心认证、产能和质控可以被验证。
- 跨部门对交期与异常处理有统一机制。
- 客户反馈会回流到产品和内容优化。
- 团队每周查看渠道数据并采取动作。
- 预算按已验证、增长和实验进行配置。

05 从分数到行动

诊断的价值不在总分，而在找到阻碍下一阶段的最低项。

行动规则

- 圈出所有 0 分项，从中选择对收入影响最大的 3 项。
- 每项只设一个负责人、一个截止日期和一个验收结果。
- 30 天后重新评分；没有提升的项目必须复盘阻力。

优先级公式

优先级 = 业务影响 × 紧迫程度 ÷ 实施难度。不要同时启动超过 3 个改进项目。

执行工作表

六维诊断总表

维度	得分	满分	关键问题	30 天动作
市场战略		12		
产品内容		12		
渠道获客		8		
询盘销售		6		
交付能力		6		
数据协同		4		
总计		48		

30 天改进计划

优先事项	负责人	截止日期	验收结果	状态
1.				
2.				
3.				