# 网上外贸开发国外客户的30种方法5篇

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2025-07-19

*第一篇：网上外贸开发国外客户的30种方法网上外贸开发国外客户的30种方法30种利用互联网迅速找到全球目标客户的方法总结如下5大类,共30种方法：第一类：搜索引擎方法1：Importers方法操作方法：在Google中输入产品名称+impo...*

**第一篇：网上外贸开发国外客户的30种方法**

网上外贸开发国外客户的30种方法

30种利用互联网迅速找到全球目标客户的方法总结如下5大类,共30种方法：

第一类：搜索引擎

方法1：Importers方法

操作方法：在Google中输入产品名称+importers。

小技巧：可以用importer替代importers

方法2 关键词上加引号

操作方法：搜索“产品名称 importer”或者“产品名称 importers”，在键入时将引号一起输入。

方法3 Distributor方法

操作方法：搜索产品名称+ Distributor

方法4 其他类型目标客户搜索

操作方法：产品名称+其他客户类型（相关目标客户的词语除了importer，distributor，还包括buyer，company，wholesaler，retailer，supplier，vendor及其复数形式。

方法5 Price 方法

操作方法：搜索Price+产品名称

方法6 buy方法

操作方法：搜索buy+产品名称

方法7 国家名称限制方法

操作方法：在前面6种方法的基础上加入国家名称限制

方法8 关联产品法

操作方法：产品名称+关联产品名称

方法9 market research方法

操作方法：产品名称+market research

方法10 著名买家法

操作方法：产品名称+你的行业里面著名买家的公司简称或者全称

方法11 观察搜索引擎右侧广告

操作方法：搜索产品名称后，查看搜索结果右侧

**第二篇：外贸开发客户**

开发客户点滴

我一般用开发信开发客户，这几天，就找到些潜在客户。以前用阿里的，询盘很多，但大多是垃圾询盘，报了，也没回音。后来就用GOOGLE开发客户，开发了几个客户,也学会了些SEO优化网站，关健字设置，网站还真的收到些高质量的询盘。

举个例子，我的产品关健字：spy cameras/hidden cameras

一。用GOOGLE寻找客户，在google.com 上面点images，到到地址栏里输入你要查找的关健词spy cameras。你就会找到很多关健词的图片，看看图片面的的网址是不是你要的，点开，看到contact，就可以找到邮箱，有的是直接在网站上回馈的。

二.输入google.com 网址，点右边的Language tools，如果你想做法国市场，在上面翻译栏中输入关健词spy cameras。，把它翻译成法语,你就点下面法国的French。在法国的GOOGLE里输入法语关健词spy cameras。，你就会找到很多法国的网站，当然，这些全是法语的网站，就是你的目标客户了，在里面找到联系邮箱，法语的“联系”，你要是不懂，很简单，在上面GOOGLE翻译栏里翻译过来，就OK了。这种找到的当地语言网站，竟争少，客户容易回复。

技巧1：针对一个国家搜索，如你要搜索域名是co.uk或fr的直接搜索： 关键词 site:.uk 或关键词 site:.fr其他国家类似，只需收集后缀。

技巧2：找国外的经销商，那就找国外在线网店：关键词 inurl:store OR inurl:shop

技巧3：想找国外网店： 关键词 “powered by zen cart”

技巧4：搜索指定类型的文件如产品目录，报价单，产品规格书等使用：关键词 filetype:xls或 关键词 filetype:doc或关键词 filetype:pdf

技巧5：搜索产品网站使用：关键词 价格下限..价格上限如 USB $5..$50

补充：几个限定地区搜索的技巧

在google 使用 关键词 site:.域名后缀 各国域名列表自行收集

在 bing搜索使用 关键词 loc:coutry code 国国家代码自行收集

在yahoo按地区搜索 关键词 region：区域 区域常用有africa

asiacentralamericadownundereuropemediterraneanmideastnorthamerica

谈谈邮件开发客户的技巧:

有些做外贸的朋友总是会有这样的困惑，我给客户发了邮件，怎么石沉大海？或者客户给我发了询盘，我回复后没有下文了，发了几次还是没有回应。

造成这种情况有很多种原因。

虽然一封写得比较有煽动性和有看点的邮件有助吸引客户眼球并最终勾引客户兴趣，但由于每个人阅读的习惯和兴趣不同，A认为不错的文字可能B看了不对胃口，所以说我们所能做的也就是根据回复率不断调整我们信函表达的方式和内容以争取提高广大客户的回复率，但有一点很清楚，我们并无法保证哪种方法是最好的，我们所做的只是提高概率，就象买彩票，单式和复式的中奖概率是不一样的，但你买复式就一定会中奖么？未必。因为发这种信函的时候很多非人为因素并非我们能控制得了的--好几道工序是需要老天保佑的：首先是我们的邮件不要被他们的邮件服务器BLOCK为junk mail。（其实被列为junk mail也是我们很多邮件的最终下场，虽然避免群发邮件，尽量不要在第一封信时以HTML格式发送或是不要添加附件等小技巧可以避免被列为SPAM，但来自中国的邮件还是很容易被国外的服务器列为垃圾邮件），其次是客户不要看了邮件标题就直接删除邮件（简单直接的标题对有些客户来说他看了产生兴趣直接就打开了，但有些客户可能一看就是当垃圾邮件删除，这个标题的优劣以否不好说，客户的爱好也是萝卜青菜的，各有所好，也不好把握，只能靠运气由他们选了。），再次就是看你这封信信的人是否在公司里有决定权，如果他不关心的内容可能他就当垃圾随手删掉了，所以说在这个过程中运气也满重要的。因此，我个人觉得邮件式的开发客户模式用一句话归结起来就是要在RIGHT TIME IN A RIGHT WAY TO A RIGHT PERSON WITH A GOOD LUCK。

RIGHT TIME：什么时候发信有关系么？答案是肯定的，而且关系很大。一般来说周一不适合发信，因为通常周一客户的邮箱会充满业务信件或是垃圾邮件，这时候他处理邮件就没那么认真了，也许随便扫一眼就拖进垃圾箱了；对时差相差较大的客户比如欧洲和中东印度的客户比较适合在下午发信，他们可以在工作时间内马上看到信，这对提高他们的回复率至关重要。一般来说发信的时间最好集中在周二周三周四会比较好，周五由于临近周末，客户需要处理的事情会比较多，可能比较忙，这时候客户可能也不会那么认真看你的业务推荐信了，所以发信一定要注意把握时间，这是有效提高回复率的有效手段。

RIGHT WAY：首先保证第一封推荐函一定不要群发。在我们平时以纯EMAIL方式进行开发业务的电子商务过程中，搜寻客户的方式可能有N种，但如何让客户看了你的广告函后回你信，好象也没有人敢可以绝对保证他能做到----但事实上并没有一种方式可以保证你的目标客户一定会理你，我们只能尽量写一封比较对大众胃口的推荐信以提升客户去看信的欲望及打开信后耐心看完信的兴趣并让客户了解介绍的内容后产生某些想法---想法是客户回信的动力，回复才是硬道理。当然，一封写得再惊天地泣鬼神的信发过去如果被服务器列为SPAM那也等于零；如果通过了服务器但客户一看标题感觉有垃圾邮件的味道不看直接删除的也等于零；客户看了以后没什么感觉那基本上也宣布等于零；只有客户看了感觉有点价值，虽然没有马上回复但归档处理，理论上说这还有点搞头，因为等他有需要的时他脑海里想起你后还会翻出来联系联系；当然，唯一有意义的就是客户看了你大作之后直接回复你。所以适当地根据回复率调整信函的内容和方式也是满重要的，记得第一封信最好不要写得太长或是太官样文章，最好有点新意不要跟别人发的广告信一样没创意，那谁都不会有兴趣看下去的。

RIGHT PERSON：你的信谁看了最有效，这是你发信前要考虑的问题，最好直接找到这个人而不是泛泛地指TO WHOM WHO WILL CONCERN，当然如果找不到该家伙的实际姓名只好直接称呼MR+职务了；不过强烈建议联系的时候最好能够搜到他的名字和他的个人邮箱，这样会大大提高信的回复率。如果真的找不到这个家伙的邮箱和个人邮件那只好退而求其次发到该公司的INFO邮箱让他们公司负责处理邮件的人转了，比如你发到该公司INFO邮箱里给MR.MANAGING DIRECTOR or MR.GENERAL MANAGER的信，如果内容看起来不是那么SPAM的话一般人家也会根据你信上称呼的职务帮你转的。不过这时候能帮你忙的就是信的内容了，如果你能在信中提到几句他们公司的实际的东西往往会让你的信避免列为SPAM的下场，可以说RIGHT PERSON 是提高回复率这一环里最重要的一步，找到这个可以自己做决定的人才有办法以最直接的方式打开局面进行顺畅的业务沟通，最好你能在发信之前弄到这个人的名字还有其个人邮箱。

**第三篇：做外贸如何开发客户**

做外贸如何开发客户

如何开发客户？

(转自ＦＯＢ论坛）

一、信息特征法

（1）.语言特征法。

不知道大家每次去逛街的时候有没有注意到那些发传单的人，有房地产的，有海报，有培训，有推销的。。。大家有没有看到麦当劳的广告，全世界的麦当劳的宣传机会都是统一的，只是在各个地区的语言和习惯不同。北京的麦当劳会发给你传单，上面写着什么新口味的巨无霸，什么新薯条；在上海，你也可能收到这样的广告；在广东，你也可能收到这样的广告海报，传单，只是所在的地域不同罢了。

其实寻找客户也是一样的，道理都是相通的。一个客户的询盘就像麦当劳的海报，B2B网站就像中国每个不同的城市。麦当劳不可能因为北京和上海是中国的大城市，而忽视宁波和昆山。同样，客户不可能因为阿里巴巴和MADE-IN-CHINA是中国的两个好点的B2B网站而把询盘放在上面，毕竟中国不可能每个厂家都上阿里巴巴和MADE-IN-CHINA，也不是每个公司都靠这个两个网站。

换个角度如果你是采购商，你会把信息贴在阿里巴巴，然后坐着等询盘吗？如果你这样，你想过是否找到市场的最低价，是否还有盈利的余地。这样做是有局限性的。一个明知的采购商会在世界各个地方把自己买的信息贴出去，然后等着看哪里的采购价格最低，寻找最大的利润空间。

假设，客户的询盘就是阿里巴巴的询盘，B2B网站就是不同的城市和地域。有了这两个假设，我们来讨论最核心的问题，怎么找到客户？

不知道大家有没有仔细的观察过，即使两个人再性格一样，即使说话的风格也一样，他们的语言还是有差别的。因为根据心理语言学，每个人心理结构是不一样的，所以每个人的语言和思维方式是不一样的，这样就形成各自特有的语言特点。这就是为什么，我们经常会听到说，哪个人有个什么样的口头禅。所谓的信息特征法：

1.客户的询盘也一样，每个客户在写询盘时用的语言是不一样的，这就构成了客户语言的特征。有的朋友可能发现有的客户英语差的太狠，写出来的询盘很简单很搞笑。如果你一笑而过，那么就太可惜了。这个询盘是非常有价值的，因为可能没有第二个人会用这样的语言，这就构成了语言的特征。

2.客户的寻盘中用了很特殊的英语单词，包括地名。每个客户的用语不一样，有些客户喜欢用很偏的英语单词，比如说seek，有的客户喜欢说成source。这也构成了信息的特征。

3.由于文化习俗不一样，也构成语言的特征，我相信这个大家都很清楚的。

„„.这些需要我们去观察，看到一个询盘要认真研究一下，养成习惯了练的久了，一看就知道这个信息是否有价。发现信息的特征了，还有个问题，就是如何找到客户的联系方式：

再一个假设，麦当劳会在每到一个城市就设计一张海报吗？回答是否定的，所有的麦当劳的广告都是统一的，这是美国总部的规矩。试想，你有个项目你要去发宣传单，你会每个地方

我换一张海报，这样不仅浪费时间又花费涉及广告的设计成本。同样的道理，客户在世界各个商业网站上发布信息，不可能见一个网站就重新写一个询盘。因为商业网站太多了，每个网站都写的不一样，不仅要花费时间去想死很多脑细胞，而且工作效率也不会高。所以每个客户在不同的商业网站上发布的信息几乎都是样的，先把询盘写好，然后直接粘贴到B2B网站上，这样很省事。

发现一个询盘的信息特征了，就把这个信息特征放在GOOGLE里面去搜，建议不要放在百度里面。虽为国人，百度的英文搜索水平实在是汗颜。

首先，把整个信息打上放在GOOLE里搜索，然后翻个几页，看有没有好的东西，有没看到有价值的东西。至于翻几页，这要看你的感觉。

再者，把信息打上引号再搜一遍。这时你会发现好多了，很多垃圾的信息都没有了，然后顺着往下翻你会发现很多重要的有价值的信息。

下面举个例子：

阿里巴巴上有这样一个埃及的询盘

Detailed Buying Lead Description

We are a big company and willing to place an order every 40 days for 2 0r 3 x 40HQ containers of Phoenix brand bicycle parts , the details as per under :-„„„„.Please give us your offer FOB or CIF Port Said Egypt.Ubon receiving of your offer , I will discuss with you about the payment method.Thanks and best regards.Alaa Araby

这个信息大家看到信息特征没有？有两个地方可以做为信息的特征：

1.Please give us your offer FOB or CIF Port Said Egypt.交易方式两个选一的，再加上一个港口，就构成这个信息的特征。

2.Ubon receiving of your offer。大家一看肯定觉得好笑，这个老外前面的Ubon是什么东东，心里免不了很鄙视这个埃及人。但是这是这个埃及人的可爱之处。

你按照上面的GOOGLE的方法做做看，看是不是有效果。不要把单个单词放里面搜，不然你会骂我的，要整个句群。如：首先Ubon receiving of your offer，然后“Ubon receiving of your offer”。

发现了没有？呵呵。。

（2）实体特征法

现在很多公司为了节省成本，电话去直接联系客户的应该都很少的，打多了没有效果老总会骂的。国际长途是按元算的，不是国内长途，打几个小时才几十块钱。所以很多都是通过E-MAIL的联系方式去做的，而且效果也不比电话来的差。但是可能大家都会发现在在阿里巴巴和made-in-china这样的B2B网站，公司的什么信息都有，就是没有E-MAIL，很恼火的。

如果遇到这样的情况，下面的办法可能非常的管用。

1.公司名字：有的公司的名字很特别，所以你直接放在GOOGlE里面搜索，很快就会会发现这个公司的E-MAIL等有价值的信息。还是先直接放里面搜，然后再加引号搜。如果这个公司的名字很普通，就可以把公司的名字打上引号，然后把公司所在国家放在后面或者前面，再放在GOOGLE里面搜；这个方法最好是在GOOGLE或者YAHOO、MSN等里面搜索，GOOGLE的英文网站做的非常好，相比之下几乎全世界的信息，GOOGLE的快捷性和准确性都是很高的。REGION是对COMPANY的一个精确的定位，一般都能十分准确找出所要的信息。如果还不行，就把电话号码放在后面。如果还还不行，把国名去掉，把电话号码放在后面，这样可能会好多了。

2.公司联系人：同样在阿里巴巴或者TRADEKEY、WORLDTRE等知名网站上找到信息后，可以将COMPANY’S NAME 和 COMPANY’S CONTACT PERSON联合起来搜索；如果这个方法不行，就把公司的联系人和公司的电话号码放在放在一起搜。但是联系人要加上引号。

3.电话号码：电话号码有三大部分组成：国家代码，区号，电话号。世界上的电话号码，应该跟人类的DNA一样都是唯一的，所以电话号码和传真号码对于一个公司或者人来说，就象一个DNA代码。我们可以这些代码查出很多东西，如E-MAIL等。这招本人屡试不爽。有的时候你会发现电话号码中间有个“-”，如“20-66-233627”，不要担心搜索引擎会自动识别的。这个应该是最简单的，而且非常有效。因为电脑对于数字要比文字要敏感和快捷的多，所以搜索起来也非常的快。

（3）.对手法

相信每个人在业内都会遇到很多的对手，有的做的超级好。例如，我是做自行车配件的，原来每次跟客户谈，我都不好意思，因为我们那个质量真是汗颜啊（现在是很好了）。包铁的，铁皮都露在外面。我们业内有很多大的公司，像shimao，捷安特，凤凰，永久„„

这样的公司做的时间很久在世界范围内形成了很固定的信息发布和收集渠道，他们的客户开发肯定是走在我们公司的前面的。所以如果你所在的行业有这样的超级巨星，那么他们会帮助你成长的。直接把他们公司的名字放在GOOGLE里搜，你又会发现很多值得的东西。然后再按照上面的方法来，保证你屡试不爽。

（4）弱肉强食法

现在B2B的网站真是多的不的了，看到马云起来，都疯了。大家可能知道EVCC这个网站，前几天那个客服打电话找我，一直缠着我谈。真是烦人！最后问我有没有计划，要不让经理跟我谈谈，我干脆说没有。那个姓邹的客户代表竟然说，“没有计划你装什么装。。。”。我什么话也没有说直接把她从MSN上删掉，然后直接打她们的客服，直接投诉狠狠地批评了EVCC的客户服务。大家有空了可以去看看这个网站，可以说是个垃圾网站，最多也只能起个宣传的作用，找客户简直是笑谈。

现在很多B2B网站为了发展，先期的都是做的免费的，这样吸引客户注册提高生命力，以免被阿里巴巴这样的网站给淹没掉了。有的时候这些网站会贴出来很多免费的商业询盘，大家

可不要视而不见，要照单全收，留着日后用。

所以我们一定要使巧劲，不管什么商业网站只要碰到我们手里了，就拼命的注册，然后把自己的产品摆在那里面；再就是找它里面的免费信息，会收获不小的哦。

（5）团结法

现在很多论坛，还有很多外贸人自己的博客。大家一定要注意看，注意研究。因为有很多热心的外贸人，把很多自己不需要的客户询盘放在那里，让大家共享。

作为外贸人，我也很希望业内能够团结起来，实现彼此的信息共享。一个人不可能什么都做，所以有些信息对你来说是没有用的，可以拿出来大家一起分享。你的一次善举可能会重塑一个外贸新人的信心，会让这个外贸行业充满阳光的。对于看贴的人大家一定要厚道，一定要热心的回帖，这样发帖的人才会更有信心。

有的时候你可能发现有些信息过时了，觉得没有价值。但是不知道大家仔细观察过没有，在你所在的业内，你看过那个公司今天做机械明天做服装，现在市场经济把社会分工做的非常的细。只有很专业在市场经济里才能找到比较优势，才能活下去，每个行业都是相对很固定的。因此对于客户也是样的，只可能客户需要的产品可能变，但是行业是不会变的，所以一些过时的信息只要不是侏罗纪以前的，都是有参考价值的。

我是做自行车配件的，如果大家喜欢以后可以把一些共享信息贴在我的QQ博客里面，地址是270364777.，也可以贴在我MSN的空间里，我的MSN是song\_yonglin@hotmail.com。我也会把一些共享的信息贴在那里，希望大家一起进步。如果你想骂人的话，直接在后面跟帖就可以了，我一定会看的。QQ博客很私人的，不要在上面乱来。

加我的QQ和msn，请注明是来自跨国外贸论坛的，否则我会拒绝的，还有我希望是交流大家互相交换找客户的心得，不要一上去就一大堆问题，光问我怎么教你。很坦白的说，那样就不要加我，我不是你的拐杖。我很欣赏每次我们交谈的时候，你会跟我说：Mr.Song, I have found another very good way to develop the new market.，那样我会很高兴的也很看的起你。不要一上去就开始挤奶，我不是牛，就算是牛也是一头公牛。

（6）使馆法

这些名字都是我自己编的，主要是为了区分。中国在世界各个地方都有大使馆，而且每个大使馆的网站上几乎都一个栏目——商情或者贸易机会。很多非洲的大使馆都会让非洲的商人把信息发布在上面，有需求的有供应的，这个需要你自己的看了。

（7）海捞法

就是把关键词放在GOOGLE里面搜，然后在里面找自己感兴趣的东西。也会收获不小。„„

好了，我得去睡觉了。以后再有什么新的方法一定会跟大家分享。不过我做了这么久的外贸，如果你把上面这些方法都学会了，用的也很牛叉的话。进出阿里巴巴完全自由，更不要说其他的了，就连那个最恼火的tradekey也不在话下，环球资源也得靠边站。

世界在变，我们的思维也要变。大家都有一个感触，现在的外贸真是越来越难做了，我看到很多人转行做保险了，只是觉得可惜。我们如果爱这个职业，一定要不断的思维，不断的改进自己，提高自己的业务水平。还是那句话，做外贸人就是要有两把刷子！如果你想创业，那就更不要说了。

我很欢迎那些有思想的同行做朋友，共同成长一起做事业，大家互相交流一起成长。这样我们会进步很快的，也可以互相的交流信息，因为有的时候我们可能碰到很多我们不需要的信息，但是有可能别人需要。

**第四篇：外贸客户开发现状分析**

外贸客户开发现状分析

外贸客户开发方式，目前主要可以分为三种：第一种方式是B2B平台营销(被动式)，如阿里巴巴、中国制造等；第二种方式是参加各种的展会（被动式），如广交会、高交会等；第三种方式是搜索引擎开发（主动式），如用谷歌等搜索引擎找到客户联系方式后取得联系。

现在来分析下3种方式的优劣：

B2B平台是目前外贸商家最集中的一个平台，很多国外客户会来到这类平台上咨询，市场比较集中。但是集中也导致了竞争非常激烈，询盘的质量也是非常的低下；同时国外的客户很多并不是终端的经销商，大多数是中间商，同时咨询多个商家，压价比价相当严重。商家基本上是薄利争取多销！

展会是很多实力比较雄厚的商家青睐的一个方式，因为在展会上能够直接与优质客户面谈，效果比较显著。但是与此同时，参加展会所需要的费用高昂、资源消耗大、时间短暂和参展客户数量有限等缺陷也困扰着大多数商家。今年广交会欧美日韩客户大量减少也让参展商苦不堪言！

搜索引擎开发是目前新兴的方式，主动取得联络能够避开B2B的竞争，获得优质的一对一的询盘，并且由于搜索引擎的特殊性，能够获得庞大的信息量。但是搜索引擎检索出的信息鱼龙混杂，手动的去操作效率非常低下，并且这种方式需要一个量的积累，枯燥又繁琐的方式也不容易长期的坚持！目前最有效的外贸客户开发软件是顶易中国外贸客户开发与跟踪系统。

综上我们可以看出，B2B平台已经做烂，商家只是苟延残喘的坚持；展会是把双刃剑，用不好反伤自己；搜索引擎初露头角，但却未现峥嵘。如今众多的外贸商家如果不能跳出这个怪圈，就只能坐以待毙了！所以我们不能坐以待毙，必须主动出击。现在全国外贸商家做的比较好的，基本上都在使用顶易中国外贸客户开发软件，也获得了大量用户的好评：http:///haopin.asp。使用这个软件的商家基本上在一个月内都能陆续的接到一些订单。

**第五篇：金牌外贸业务员找客户--16种方法案例评析**

外贸业务员找客户大概有一下几个途径：

1，通过阿里巴巴，慧聪等成功的B2B网站寻找。也可以通过有针对性的网站。比如做家具贸易可以到中国家具网等。

2，通过熟人介绍。这个效果不错哦。多结交一些从事贸易的朋友，尤其是贸易公司老板。

3，通过展销会。到展销会与外国人答话，送上一张名片。虽然机会很渺茫，但机会总是会有的。我就通过这样的方式找到过一个客户。

4，通过购买数据。购买可靠的数据，然后辛勤的发邮件或打电话。公司条件允许最好是打电话。

5，挖别的公司的客户，这招虽然违背了商业道德，但很多人在用。

6，上国外的网站查询客户信息。

7，参加一个商会，企业协会等。入会费可能要高一些。

8，通过外经贸局。

外贸业务员最关键的还是坚持，就算没有任何意向的客户也要耐心！

金牌外贸业务员找客户--16种方法案例评析

目录

第1种方法:打通你的人脉

如何通过朋友找客户

像阿丁这样的朋友

第2种方法:展览会上找客户

展览会三步曲

通过展览会寻找客户

在展览会上找客户

非官方渠道参加广交会实录

第3种方法:B2B实战

巧用B2B

从B2B起步

B2B网站,你用好了吗

我是这样免费使用B2B网站的第4种方法:通过黄页找客户

第5种方法:利用好专业的信息名录服务商 如何通过康帕斯查找客户

如何利用THOMAS挖掘客户

利用邓白氏找客户

第6种方法:利用行业协会找客户

通过行业协会网站找客户

通过行业协会找客户

第7种方法:如何通过搜索引擎寻找客户

第8种方法:通过在GOOGLE上做广告找客户 第9种方法:从客户走向客户

第10种方法:从竞争对方处找客户

第11种方法:通过贸促会找客户

第12种方法:通过驻外经济商务参赞处找客户 第13种方法:在期刊上找客户

第14种方法:在大街上找客户

第15种方法:在办公室里等客户

第16种方法:通过相关行业寻找客户

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！