
颜 sir 学员独立站出单秘籍

附实操干货、成单案例

在颜 sir 开的 50 多期线下课里

那些好好经营独立站的学霸

早已靠独立站不停出单

赚回几十倍学费

从询盘自由进阶到财务自由

普通外贸人想靠独立站赚钱

方法都藏在这些文章里了

反复阅读，必有收获！



目 录

我是如何 20 个月将网站 从 0 做到细分行业 TOP?	3
SOHO 新行业, 做独立站 4 个月, 一个询盘赚 10W	10
被老婆卖到米课的我, 成就了她月询盘过百的梦	18
如何用 18 个月把网站从 0 做到 10K 的流量?	23
精打细算, 我把谷歌广告转化率做到 20%	26
5 年外贸牛马人裸辞 SOHO, 颜 sir 6 个月助我翻身	32
颜 sir 助力我收获世界 500 强的询盘	37



我是如何 20 个月将网站 从 0 做到细分行业 TOP?

作者: MrLv

近日 听闻颜 Sir 要建立一个月均过百询盘俱乐部，很感兴趣。我是 2020 年 8 月底参加的颜 sir 线下建站课，以及当年 10 月的 SIO 课。分享一下我的建站经历。

现在先了解一下网站的基本信息。

上线时间: 2021 年 1 月

主营产品: 农业种植防护类产品

目标群体: 国外农场（大中小型），种植户

业务模式: 非标产品，项目制，定制化订单

网站收入: 目前带来的直接成交转化订单收入**近 30W 美元**。同时有大批送样及推进中的项目。

01 结果展示

之前看到有大佬 月询盘达到 3000，惊到下巴掉下来。这怎么做到的？仔细一想，可能行业体量不同，同时网站累积不同，所以没有可比性。

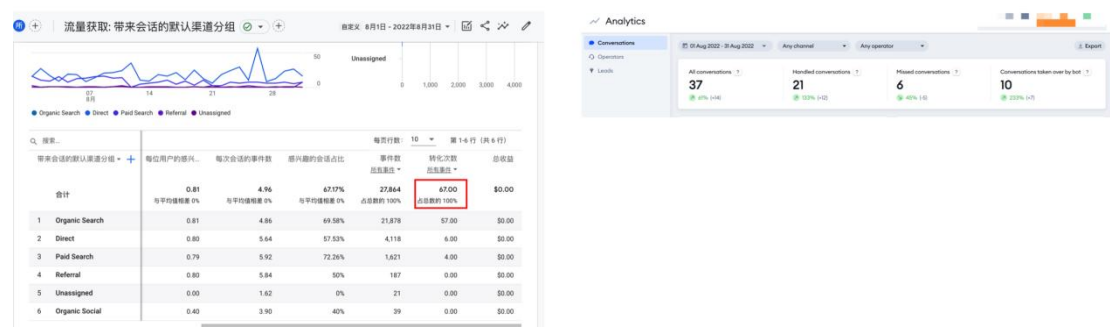
我们从 0 走来，亦可谓一路艰辛。

先直接上结果吧，下面是网站从 0 开始，每月的真实记录。



序号	时间	SEMrush 排名	新增页面	收录页面	询盘总量
1	2021.1.1 ~ 2021.1.31	-	-	-	-
2	2021.2.1 ~ 2021.2.28	53.1M	16	12	-
3	2021.3.1 ~ 2021.3.31	23M	6	14	29
4	2021.4.1 ~ 2021.4.30	51.5M	13	25	48
5	2021.5.1 ~ 2021.5.31	14.9M	4	28	41
6	2021.6.1 ~ 2021.6.30	11.1M	7	53	58
7	2021.7.1 ~ 2021.7.31	10.0M	8	72	30
8	2021.8.1 ~ 2021.8.31	9.80M	22	92	53
9	2021.9.1 ~ 2021.9.30	7.34M	31	82	37
10	2021.10.1 ~ 2021.10.31	5.93M	47	98	47
11	2021.11.1 ~ 2021.11.30	4.21M	31	128	38
12	2021.12.1 ~ 2021.12.31	2.91M	23	143	47
1	2022.1.1 ~ 2022.1.31	2.76M	11	193	55
2	2022.2.1 ~ 2022.2.28	1.96M	12	217	45
3	2022.3.1 ~ 2022.3.31	1.75M	17	238	66
4	2022.4.1 ~ 2022.4.30	1.60M	12	242	31
5	2022.5.1 ~ 2022.5.31	1.41M	1	318	74
6	2022.6.1 ~ 2022.6.30	1.32M	11	317	98
7	2022.7.1 ~ 2022.7.31	1.11M	9	317	51
8	2022.8.1 ~ 2022.8.31	1.08M	12	321	106
9	2022.9.1 ~ 2022.9.13	990K			

自己统计的数据不可信？那下面是 GA 的数据和 Tidio 的询盘统计：



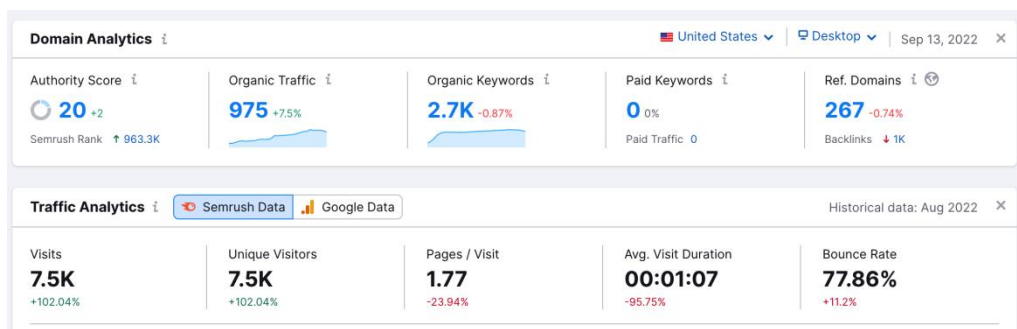
到上月刚刚满 100，有部分是询盘直发到 info 的邮箱。

由于之前广告开的一直不理想，单个询盘成本过高，投资回报太低；最近关停了一些，并在调整广告，所以广告的询盘较少，**大部分转化询盘 都是来自于自然流量。**

SEM Rank 排名是一个客观反应关键词收录以及自然流量的排名参考。本 SEM Rank 排名终于杀 990K，去掉了 M 到了 K 位，年初制定的一个目标 也算提前完成。

下一个小目标是：流量破 10K，月询盘破 200（附图目前的流量数据）





02 业务背景

为什么要建这个网站？

外贸人，相信很多都梦寐以求希望拥有自己的网站，我们也不例外。

自己掌握流量，业务内容变更了 也能按自己的意愿，随意更改。

但为什么要建这个新网站？ 它的定位是什么？ 客户画像又是谁？

交代一下我们的业务背景。

本人从事外贸 16 载，也算是一个老外贸人了。

父辈携改革之春风 早早建立工厂。

那种典型的外贸出口工厂，做着进料加工形式的加工贸易，OEM 贴牌代工。

没啥议价权，简单的原料+加工费报价。 凭着勤恳，业务还算稳定 但也没怎么发达。

名义上 Manufacturers & Suppliers，充其量 Workshop 性质。

如何破局？从一开始 就始终困扰着我。

2015 年无意间发现并入坑米课。看了创业手记，有感于同龄人老化的才华和执行力。

萌发了按自己想法独立创业的念头。

将困局的解题关键，聚焦到了 研发产品，然后到产品流通链后端 目标客户的应用 solution 上面。挑选了一个细分的刚需行业 作为突破口。

业务层级 是定制化 项目制 避开国内同业竞争，直面后端国外的同行竞争。

也就是建这个网站的初衷 。

经过 20 个月的努力。这些国外同行的网站 都在我们脚下了，好像不经打。

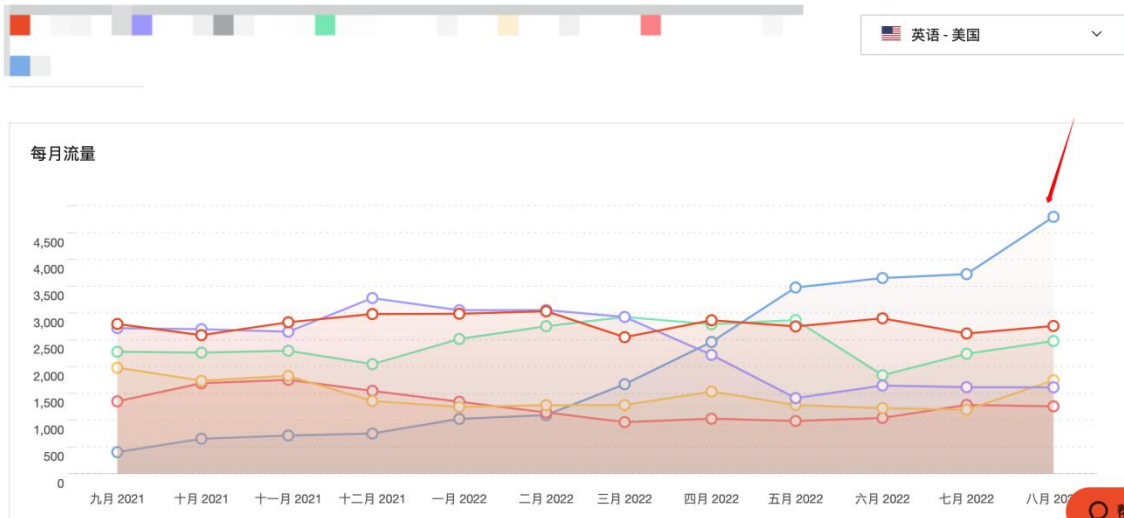
(此处应有掌声，颜 Sir 的方法厉害)

下图是我们竞争对手网站追踪（箭头所指为我们网站）



竞争对手追踪

下列是您的竞争对手域名



我们的行业是一个相对冷门的细分行业，国内应用很少 市场基本在国外。流量总体不算大。

03 如何吸引客户？

网站建设初期，一切从 0 开始，0 流量，0 客户，有的只是对行业的一点认知。

如何开始？

我们的做法是先教育潜在目标画像客户，
写各种 tips，以及产品的各种知识普及。然后穿插各种应用解决方案。
只要内容足够深刻到位，总会有流量。排名也会慢慢提升。

下图是 关键词平均排位, 32 个已经突破到谷歌首页 (这些关键词是有流量的交易型商业词, 不是很长尾没流量的词)



04 网站花销有多少？

可能很多人受够了某巴巴的 B2B 平台，每年的持续投入不小 但见效甚微。
仔细统计了 快 2 年的独立站花销，供大家参考。

序号	项目	金额 元/年	备注
1	主机空间	1300	必须
2	网站加速	1311	可选
3	页面分析	780	可选
4	多语言	2470	可选 50多种 小语种 可被谷歌收录
5	工具 编辑器	370	建议必选, Element Pro
6	工具 防垃圾询盘	228	可选
7	在线聊天机器人	2527	可选 提高页面留存转化 尤其夜间
	合计	8986	

同时大量的内容创作，费时费力，花钱买时间，所以留出一部分预算用于雇佣写手也是必须的。

文案外包总结

□ 标题	# 总字数 words	# 总花费 USD	📅 截止日期
外包小结 2021	336,296	\$8,232.64	2022/01/08
外包小结 2022-1	94,500	\$2,363.00	2022/06/30
+ 新增			

总和 430,796

总和 \$10,595.64

内容创作是一次性投入。当然找写手大多写的口水文，你要让他写多少深入的文章，还需具有行业经验的自己动手参与。

05 通过新网站，有什么想分享的？

【新网站给我们带来了什么？】

一旦流量起来了后，新的变化随之而来

1、主动寻求合作

行业国外同行客户主动寻求合作

他们可能觉得打不过 转向合作是否可以？当然可以，我们同时也是 Manufacturer,不排斥任何合作的可能性

2、国内工厂寻求合作



国内工厂也会联系我们寻求合作，虽然我们也是 manufacturer，和有些国内工厂总会具有潜在竞争关系，但也不排斥。一直秉承，同行不是冤家，枪口抬高一寸 一致对外嘛。

3、更多选择的权利

不是所有的询盘都是有价值询盘，去伪存真，有个更多选择的权利，构建目标客户池，方便后续持续跟进。

没事干了。持续去搅动一下那个池子，上次的项目推进的怎么样了？有没有可提供帮助的？新的季节来了 有没有新的项目？一圈下来 总能钓起几条鱼。

何况我们的池子 每年还在不断的增加。

(下图是去伪存真后，留下的有价值的客户池样例)

4、回不完的询盘

No.	询盘日期	客户名	国家	客户类型	公司名	产品名	来源	客户等
29	2022/03/06		美国					★★
30	2022/03/07		南非					★★
31	2022/03/16		美国					★★
32	2022/03/16		法国					★★
33	2022/03/11		智利					★★★
34	2022/03/18		新西兰					★★
35	2022/03/20		美国					★★
36	2022/03/22		塞浦路斯					★★
37	2022/03/23		美国					★★★
38	2022/04/12		美国					★★
39	2022/04/18		南非					★★
40	2022/04/25		保加利亚					★★★
41	2022/05/05		澳大利亚					★★★
42	2022/05/16		印度					★★★★
43	2022/05/16		哈萨克斯坦					★★★★
44	2022/05/12		美国					★★★
45	2022/05/16		匈牙利					★★★

5、未知新兴应用市场

意料之外的客户询盘，产品未知，新兴应用。

新应用相对竞争小，可以带来更高利润率，同时可以围绕这个新应用构建一圈话题。抢占流量高地，持续霸榜。

这个也是前在垂直领域持续深根。你会看到 时间的玫瑰：)

【网站刚建立，第一步需要做些什么？】

确定关键词和方向后，先给自己定个小目标吧，也就是 OKR 中的设定几个关键结果，先不要考虑结果，闭眼先上 100 篇文章。等你上完这 100 篇文章，后续很多工作就会有灵感。没什么内容可写？不知道怎么写？那先来上颜 sir 的 SIO 线下课吧。不要光说不练，赶紧



行动。

【一些技巧和窍门】

20 多个月的建站，每天总要抽出时间倒腾，踩坑无数，也困扰了无数个日夜。好在耻下问，大多困惑都爬出来了，总会积累并领悟一些比较特别的技巧和窍门，没吃过猪肉，也见过猪跑。

比如：

- 招聘写手的建议，哪里的写手 便宜又好用？
- 在短期内如何将细分行业的关键词排名 提升到谷歌首页 占据流量高地？
- 新客户来的询盘回复后迟迟没反应，是否准确到达客户邮箱？如何避免进入他的垃圾箱？
- 这些有机会，以后在询盘 100 俱乐部中做分享。

【不足和遗憾】

广告开车开的烂的一批，广告回报率 ROI 很低，从目标定位，Landing Page 页面设计，煽动性文案设计 都要从头捋一下。

前期关键词页面布局的时候，(Informational)信息词过多，忽略了商业词，也就是能产生交易的词 (Transactional) 较少，导致询盘转化率低。

同时积极布局视频赛道，正如一位朋友说的 成年人不做选择题，这些流量我们都要。

以及后续如何获取高质量的外链，这些都有待今后慢慢加强。

06 总结

这篇文章也是对之前 20 个月 建站过程的总结回顾。希望有些经历可以对有相似困惑的人提供一些帮助或者灵感。

同时谷歌在 2022 年 5 月更新算法后，更多偏向竞价广告流量，向 Amazon 学的创收嘛 可以理解。对 SEO 则没之前友好了，自然流量起来的时间又拉长了。

以前可能半年一年能见到成效的，现在时效会更长，内容质量要求更高过程更加痛苦。

所以有建站意向但还没行动的小伙伴，建议越早建，越早占坑越好。建了站的小伙伴，赶紧布局内容吧，让时间慢慢发酵。



SOHO 新行业，做独立站 4 个月，一个询盘赚 10W

作者：美汐

6 年外贸老业务员裸辞 SOHO 创业，无背景无资源，0 供应商 0 客户 0 平台，一切从零开始。虽然这条路很难，但是从来都没想过要放弃。上了这条贼船就没有回头路了。如果再让我重新选择，我一定会在上班期间抽空学习米课，等再强大点再出来。

人生没有如果，以当时的认知是想不到这么多的，当时的自己其实有点盲目自信了，我以为凭自己的业务经验做 soho 肯定没有问题，但是 soho 是创业，除了负责前端的销售，还要做后端的营销，产品研发，设计，采购，财务，和一些杂七杂八的工作。创业需要多元化的技能，也就是说一个人要顶一个公司。而我除了擅长阿里国际站运营，跟进客户和处理订单，对其他的一无所知。如果不开通阿里国际站，我竟然无从下手，不知道从哪里撕开一个口子。就这样浑浑噩噩地虚度了许多光阴。

2020 年六月份，我报了颜 sir 的询盘课，仿佛抓住了救命稻草。七月份网站建成，因为其他事情耽搁磨磨唧唧的拖到九月份才上线，上线四个月之后，也就是 2021 年的一月初收获了网站的**第一个询盘**。



Subject: [your-subject]

Message Body:

I would need logo and branded boxes.

We would be ordering 500 units each month Jan- July

Thanks

Product	Price	Quantity	Total
[REDACTED]	\$0.00	1	\$0.00
[REDACTED]	\$0.00	1	\$0.00
Cat [REDACTED]	\$0.00	1	\$0.00
C [REDACTED]	\$0.00	1	\$0.00
Diy Airplane, Electric Wooden Flying Aircraft,	\$0.00	1	\$0.00
Wo [REDACTED] Diy Electric Kids Toy Car	\$0.00	1	\$0.00
Fru [REDACTED] Project	\$0.00	1	\$0.00
Sol [REDACTED]	\$0.00	1	\$0.00
Diy [REDACTED] Toy	\$0.00	1	\$0.00
C [REDACTED]	\$0.00	1	\$0.00

Inquiry URL: [REDACTED]

经过一个月的跟进，客户在2月份给我下了**第一个订单**，三月份四月份陆续下了**第二个第三个订单**，**加起来利润有10w左右**。在跟进过程当中，能够感觉到客户的兴奋。为了让我快速回复他，他告诉我要放弃现有的供应商和我合作：

时间: 2021年1月20日 (周二) 22:58 49

大小: 66 KB

Hello

Can we get an update on the pricing as we would like to move forward with your company and drop our current supplier.

[REDACTED]

[REDACTED]

对我们的第一次合作感到很兴奋：



发件人: [redacted]
收件人: [redacted]
时间: 2021年3月2日 (周二) 20:15
大小: 10 KB

Good Morning

Thanks for the update everything looks great. We are excited about the partnership our last supply we were order around 7500 of each kit every 3-4 months

Thanks
[redacted]

第一个订单还在生产中，准备下第二个订单:

大小: 31 KB

Good Morning [redacted]

Do you have everything you need for this shipment?

We are placing a second order this week-FYI will update you after the order is in and under way.

对我做的设计图赞不绝口: You guys rock! These look great.

时间: 2021年4月21日 (周三) 20:54
大小: 6 KB

You guys rock!

These look great. I'm really looking forward to growing these brands for you as we are in 400 [redacted] in the US and we had a late start using your product. Just wait for next year.

Also I wired the other funds you should have them today for the other two orders-

Thanks

[redacted]
President

其实我的网站迄今没有光鲜亮丽的数据，没有询盘过百，所以我觉得这个订单一部分靠的是运气吧，越努力越幸运，不是吗？接下来我会把建站以及接单的心得分享给大家。



【选品】

选择大于努力，选择“对”的产品相对来说会轻松一点，通过各种渠道，找到几款备选产品，然后从多个维度进行分析是否合适。道理和方法大家都懂，但是我最终还是靠兴趣和感觉选品了，哈哈。我选择的是 diy 科教玩具，在国际站闲逛的时候看到这类产品觉得很有趣，同时也有教育意义，结合自身 soho 的身份，小件产品适合买样品在家 DIY 和拍照拍视频。愉快地决定就它了。

到 1688 上去找供应商的过程中发现这个领域的分类挺多的，按照学科分有物理化学生物地理艺术等，由于是陌生行业无法找到合适的定位，不管三七二十一全部上架到网站上再说。虽然颜 sir 在课程里说不建议上传太多产品，会产生很多重复页面影响网站权重，但是我始终无法摆脱固定思维的限制，我的想法是这种消费产品这种小玩具，款式肯定是越多越好，越多显得实力越大。现在重新思考了生意模式之后，发现其实完全可以用另外一种方式来展现。

【素材】

如果说网站结构是树干，素材就是枝叶。丰富的素材可以让网站枝繁叶茂。素材准备好了后面的网站搭建就很快了。素材分为文字、图片和视频。

和供应商沟通之后对方不提供任何素材，于是我在 fiverr 平台花了 15 美金找外包人员用爬虫去供应商网站上爬取产品信息。对方按照我的要求把内容放在了 Excel 表格里。但是表格里呈现的只有文字信息和图片的 URL 链接。由于有好几百种产品，即使对方把图片帮我下载到了文件夹里面，在后面上传产品的时候也无法快速地把图片和产品一一对应。怎么办呢？用 Excel 的函数和宏代码可以解决。

1. 用掐头去尾（MID 函数）方法从长标题提取产品名，翻译成英文

2. Excel A 列放英文产品名（图片名）假设叫“番茄”，B 列放图片 URL，运用 VBA 宏代码批量下载 B 列图片并以对应的 A 列名称命名。下载后的图片被自动命名为“番茄”，用同样的方法下载同一个产品的其他详情图，名称分别是“番茄 1”“番茄 2”“番茄 3”，上传产品的时候可以快速为“番茄”产品匹配它的图片。宏代码还有另外一个功能，可以把图片 URL 链接转化成图片填充在 Excel 里面，方便我做价格表和 catalogue。



一、把excel里面URL链接的图片下载到文件夹，并批量重命名

使用条件：A列放 图片名；B列放URL C列留白， 结果：批量下载B列图片并以对应的A列名称命名

```
Const FolderName As String = "P:\Test\" '修改此路径后删除本中文

Sub downloadJPGImages()

    Set ws = ActiveWorkbook.Sheets("Sheet1") '修改目标sheet后删除本中文
    lLastRow = ws.Range("A" & Rows.Count).End(xlUp).Row

    Set oXMLHTTP = CreateObject("MSXML2.XMLHTTP.6.0")
    Set oBinaryStream = CreateObject("ADODB.Stream")
    adTypeBinary = 1
    oBinaryStream.Type = adTypeBinary

    For i = 2 To lLastRow
        sPath = FolderName & ws.Range("A" & i).Value & ".jpg"
        sURI = ws.Range("B" & i).Value

        On Error GoTo HTTPError
        oXMLHTTP.Open "GET", sURI, False
        oXMLHTTP.Send
        aBytes = oXMLHTTP.responsebody
        On Error GoTo 0

        oBinaryStream.Open
```

优秀的文案是网站的灵魂，它是你公司实力的包装，是促使客户发询盘助推剂。那么网站文案怎么写？根据你对行业的理解和生意模式画出用户画像，根据用户画像写出对口的、有用的、有趣的文案。如果对新行业不熟悉怎么办？最快的方法是模仿，找两三个同行，把他们的网站文案拆分成小模块，进行删减和取长补短，然后遵循着 AIDA 原则把可以用的模块像搭积木一样搭成自己的文案。

【学习产品知识】

学习产品知识的途径主要有各个 B 端平台 C 端平台社交平台，比如 1688、阿里巴巴国际站、淘宝、亚马逊、B 站、抖音。刚开始就是到处学习对新行业有个大概的了解。从各个渠道获取到的零散知识，应该怎样归纳到知识体系里呢？我运用了结构性思维，按照 MECE 原则、自下而上进行分类整理。就科教玩具行业来说，我把产品知识分为创意篇 技术篇 市场篇，涵盖的内容太多了，这里就不赘述了，如果有小伙伴对这方面感兴趣的话记得点赞评论，我单独写一篇文章分享。



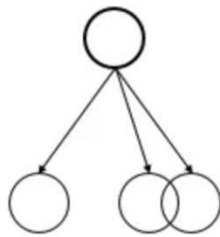
MECE分析法

Mutually Exclusive

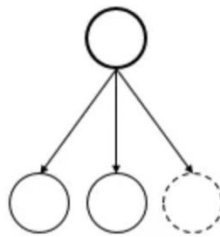
相互独立

Collectively Exhaustive

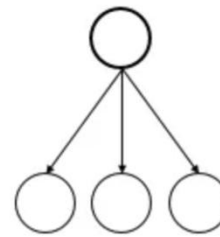
完全穷尽



不独立



未穷尽



MECE

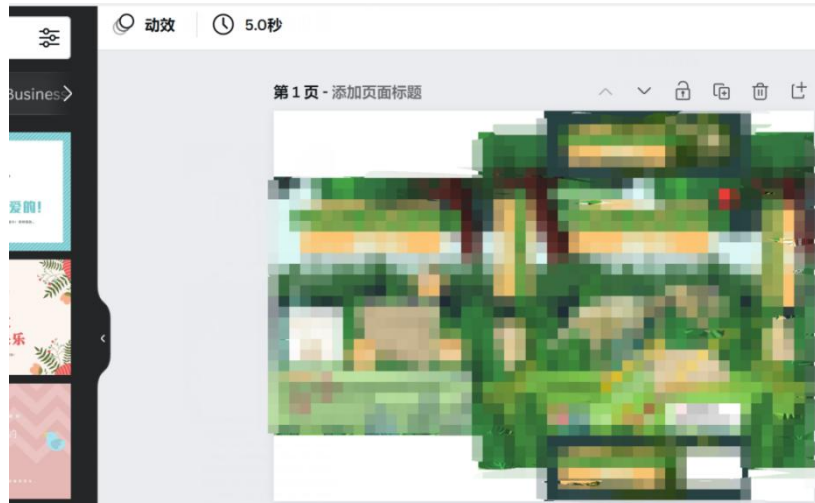
除了理论知识，我还学会了做翻模用的手工硅胶模具，累并快乐着。DIY 做手工的过程中我对产品的生产工艺流程有了更进一步的理解。当客户询问的时候，我的回答就会显得专业许多。或者客户有需要的时候，我自己都可以做产品的小样。

【学习 packaging design】

大部分的玩具产品都是使用彩盒来包装的，包装设计是重要的一环，这对于我来说完全是陌生的领域。花钱请人做一个包装设计就要至少¥400，尤其是客户没有下单的时候，免费给客户做设计的这个成本就得自己承担。一款¥400，十款就是4000。

那就自己研究吧！在知乎上找各种文章学习后大概知道了彩盒设计的几个要素，生产流程和行业内常用的盒子版型和材质。本身有一点PS的基础，但是ps这个软件不适合做包装设计，从零开始学习adobe illustrator肯定不现实，那应该怎么才可以低成本高效率的做出来呢？想这个问题到了废寝忘食的地步，有时候做梦都在想。很快我就想到了解决办法，真的要感谢**颜 sir 在建站课里推荐的 canva 工具**，当这个工具名字出现在我脑海的时候，怀着激动的心颤抖的手打开了电脑马上验证我的想法可行。





颜 sir 老师推荐这个工具的本意是让我们用它来做网页的预期效果和一键抠图，也许我是米课圈第一个用它来做包装设计的吧，哈哈。或许你会问为什么要费劲巴拉的自己做包装设计？自己做的专业吗？直接外包不香吗？1. 我的目的就是在客户下单前的咨询阶段发给他效果图以提供附加价值，给他眼前一亮的感觉。2. 在不确定客户是否会买的情况下，不想投入太多金钱。创业初期真的要抠门一点，因为我是吃过大手大脚的亏的。3. 自己做的包装设计只能算个小样，客户下单后要请专业设计师完善。

【建站】

建站前要想好你的网站结构是什么样的，由什么页面组成，每个页面由什么模块组成，最好使用 canva 画一个草图，这样不论是自己建还是外包，都会有明确的方向，就像装修有了效果图才更方便施工。因为是第一次建站对工具的使用不熟悉，所以我没有创新，就是简单地一边学习一边跟着课程照葫芦画瓢操作，同时把准备好的素材填进去。

上传产品：虽然我前面爬取了好几百个产品信息，但是工作量太大了，我打算只上传 100 个。把前面用宏代码下载下来的图片全部拖到 wordpress 后台的媒体库，根据图片创建对应的产品。用 Excel 批量制作标题和关键词，然后一个一个地优化产品描述。虽然利用工具大大提高了效率，但我还是建议大家不要学我上传这么多产品。除了方便客户在线选择，其他没啥好处。

【客户哪里来】

网站建好了，接下来最重要的是获客。获取客户的方式分为主动和被动。主动的主要是谷歌开发和 LinkedIn 开发，被动的主要是内容营销、EDM 营销和投放 Google ads 广告。短期获取客户靠主动方式，长期持续获取客户靠被动方式。



在网站沙盒期我尝试了每一种方式。结果第一个订单是来自网站自然流量带来的询盘。虽然是自然搜索带来的，但也可能是投放 Ads 广告之后，网站排名上升从而加持了自然流量的增长。我看到有人建议新手直接谷歌开发，也有人说多写文章，我的建议是作为新手，什么样的方式都要尝试一遍，因为你对行业还没有足够深的了解，实践才能出真知。不用担心会白白努力，因为你走的每一步都算数。当你还不知道往哪走的时候，那就跑起来，风会告诉你方向。

【订单谈判】

终于进入了最让人激动的与钱有关的环节。根据我多年的经验，有 3 点最容易促成订单转化，第一，提供丰富的专业的资料，第二，提供超预期的服务。第三，知道客户需要什么。

这是一个来自美国的客户，他的要求是定做带有他们品牌信息的科教玩具产品。他从网站和我目录册上选择了十几款产品，我从中选择了五六个来做包装设计效果图。等我把效果图嗖嗖发到他邮箱的时候，我想他一定感到非常的惊喜。相信没有其他供应商可以如此快速的并且二话不说就免费做了五六个设计图（如果有的话就是我孤陋寡闻了）。我的这一个动作同时满足了我前面提到的 3 点：提供客户需要的资料、超预期的服务。

到了这一步，其实还不够，接下来的临门一脚引用了汪晟老师的金句“Let's get the ball rolling”，当天就收到了回复“Let's get rolling. I can wire the deposit today.” 此时正是过完年开工第一天，是一个美好的开始。很快，客户就发邮件来说，他已经付款了让我查收，并安排订单生产。用同样的方法，在后面的几个月陆续又成交了几个客户。

	付款人	金额/币种	业务员	收款账户	状态
5 09:44:36		8,444.40 USD	未分配		● 已入账
3 09:44:36		15,357.50 USD	未分配		● 已入账
2 09:45:10		3,375.00 USD	未分配		● 已入账
3 09:44:10		1,995.00 USD	未分配		● 已入账
5 09:44:50	B.	5,975.50 USD	未分配		● 已入账

【经验分享】

- 用户画像：用户画像真的很重要，有了清晰的用户画像你才可以做出精准的子弹
- MVP 极简模型快速验证：MVP 可以让你快速地把流通流程跑，快速验证可行性。
- 学习是有方法的：要有目的的学习，漫无目的的学习只会越来越焦虑越来越迷茫。



-
- 借力思维**：遇事想想有没有更高效的方法，比如借助 AI 工具，未来是人工智能的时代，要学会利用人工智能。
 - 不要追求完美，先毛坯再精装，追求完美是我一直在努力克服的一个弱点。
 - 遇到技术问题不要纠结，直接重来

成功需要天助+自助+人助，大部分人没有超出常人的天赋（天助），那么就需要找到一个领路人（人助），通过刻意练习（自助），实现自我价值的提升。米课老师和优秀的米友们都是我们的领路人。真心感谢颜 sir 老师用形象具体的比喻把一个个难理解的建站知识讲的通俗易懂，要是早点学习就好啦。soho 创业不容易，愿每一个努力的人儿都能够收获那个属于他的幸运。

打算忙完手头的事情就参加线下建站课，早日实现月询盘过百梦！



被老婆卖到米课的我，成就了她月询盘过百的梦

作者：stephensy

因为我老婆，接触了米课，结识了颜 sir。事情还得从 2021 年春节后说起，因为疫情，客户没办法进入中国，各大平台也都在拼命招揽生意。那时候，贱内跟我说，**为什么要去平台里面挤得头破血流？自己做自己的网站，不香吗？**

那时候的我说她，做人脚踏实地的好，前几年你买了模版自己套，自建站不是失败了吗？她很不服气。后面她也找了些建站公司，试图展现她的宏图大业！

2021 年 4 月

我老婆好像看出来我就适合去上建站课，软磨硬泡地把我推进了米课。

2021 年 5 月

报了颜 sir 自建站的线下课，跟我说，去吧！报好了，五星级酒店，让我不需要感谢她送我去南京深造。

就这样，我去了南京。三天两夜下来，我那组离第一名跟颜 sir 共进晚餐也只有一名之差。千年老二的定律…上过自建站线下课的伙伴都知道，**搭建一个网站真的不难**。所以，属于她的网站就出现了(她才是老板)。

【自建站线下课程体验】

Day1: 颜 sir 从理论扫盲开始，再一步步现场实操

我觉得被推到自建站线下课是对的！在颜 sir 的线下课，并不会枯燥无味，就像积木搭建地简单。





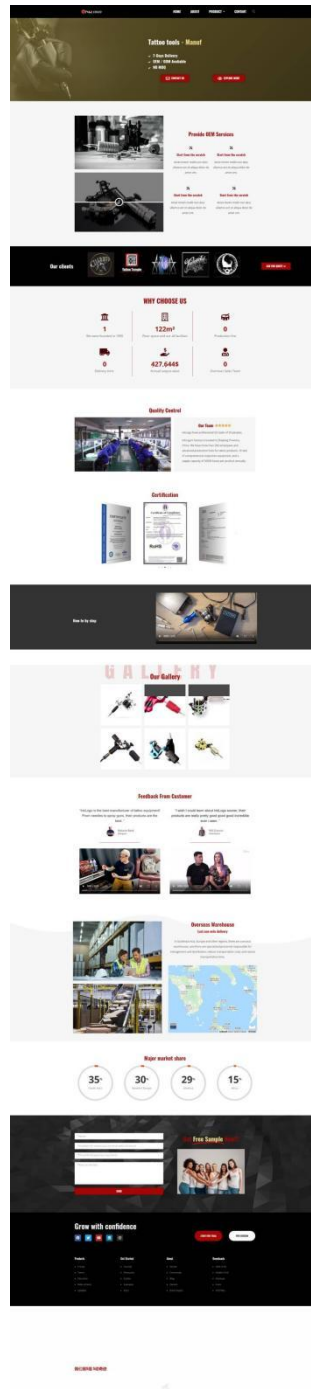
Day2: 利用工具，用好工具，三天两夜建出属于你的网站

小组成员齐心协力建站，没到凌晨 1.2 点别想睡。助教、颜 sir 陪着我们。当晚我们小组拼到 2 点，等着第二天的“亮剑”。从学搭积木到搭出漂亮的积木，有工具再到用好工具，在这一天有了更深层次的理解。

Day3: 成果展示，最后一天，有点不舍

来，炫一下我们小组的成果吧！





带着不舍的心离开了南京，但米课与我一路同行。同时也带着激昂的心情回家，给老婆交答卷。听老婆的话，会发达！！宝子们。

上完课之后觉得老婆的想法是对的，**自建站不用受制受限于平台**。加上目前谷歌的流量是全球最大的，**自建站才是未来的主道**。

我也明白了为什么前几年她买的模板，后面并没有做好。虽然套模板可以轻松建站，但是网站太死板，而且稍微改动，就要加价。另外，源代码的掌控者不是你，而是建站公司，这点



很容易泄露你的客户信息。

基于上述的种种，自建站是必行之路。也许是她后面找了建站公司，应该也是了解到很多“坑”，才把我“卖到”米课的吧！

2021 年 6 月

依葫芦画瓢，给我报了 SIO ……但由于当时广州疫情，延期了。

2021 年 7 月

整装待发地，但是南京疫情了，再一次延误。

2021 年 9 月

终于又成功把我送去了南京。这一次，整整多等了 3 个月。而这三个月，自己也胡整地搭建了好几个网站，域名不贵，就多闹着玩。

颜 sir 的 SIO 线下课，怎么说呢？就是让你当场出询盘的地方！后期形容，就是用更低的价格争取更多次转化的地方！

吹嘘了那么多，是时候晒出给老婆拿到的询盘了！

	费用	点击次数	转化次数
			991.00
			129.00
			9.00

这是当时 SIO 在小组第一个当场出询盘的我~



都说数据不会骗人，跟着颜 sir 建站做好 SIO，这些转化看起来还可以吧？

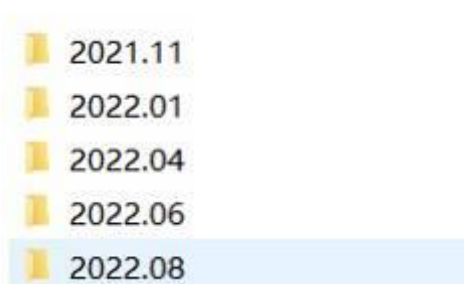
有一天，贱内跟我说，她**现在客户都是挑着来做**，对有些客户有种爱理不理的感觉，被我批评了一顿。我说询盘来之不易，且接且珍惜。跟不来询盘可以直接送！

这是近一年来网站的自然流量数据：



真正的客户转化，还是可以。毕竟由量来取质，客户的黏度也够，**一个客户来试单一次，就会有第二次第三次第 N 次**，目前**返单率最高的一个客户是半年 4 次**，并且成为我老婆的忠实粉丝，不仅返单次数多，**还愿意给她做推荐人**。毕竟你要知道，素昧平生的客户凭什么把钱交到你手上任你处置呢？

这是一个黏度极强的客户的返单记录：



取得客户的信任很重要，毕竟外贸不仅仅是简单的买卖关系，更需要有伙伴间的默契；成就了客户，才能成就自己。这一点，我老婆拿捏得挺好！

分享一个挺奇葩的客户，也是目前我老婆说是最大的客户，计划**每3个月一次订单**，然而这个客户最绝的一点是，一定要有当地的客户给我老婆做推荐人。

给推荐人打电话还不行，直接就跑到推荐人的办公室去（还好两人是不同行业，不是竞争对手）确认一切属实后，才放心把订金汇过来。所以我说获取客户的信任很重要！

这是客户的订金单：



客户并不大，但是成交的客户还挺多，因为跟客户保持的黏度好，客户的返单率很高。我老婆说，她就喜欢这种一次来个三五万刀的订单，跟起来也不累。

总之，这一年，成功把我包装成她网站的唯一运营人(其实是离不开我啦)。而我，成为了苦逼的 IT “难”。

其实我也遇到过好多难题，不算都能马上迎刃而解。幸运的是，**颜 sir** 和助教都跟我一路前行，并教会了我很多，我也还一直在学习的路上。

如何用 18 个月把网站从 0 做到 10K 的流量？

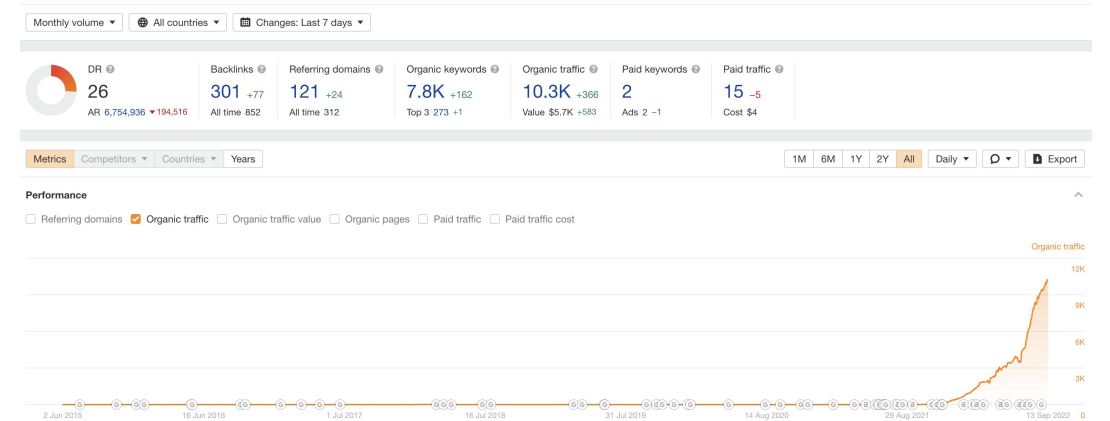
作者：诗酒伴年华

这篇文章将讲述我怎么用 18 个月将网站从零做到 10K 流量，月入询盘 100+。从这篇文章中你可以大概了解我做 SIO 的工作流程以及 SIO 的效果时间表，让你知道有哪些事情可以干而且不焦虑。



先交代一下背景，我是 15 年就入手了老华的课程，从那时候开始就跟着老华的线上课捣鼓网站。所以对网站和用户体验有基础的理解。2020 年颜 sir 有线下课之后我就立马报名参加了建站和 SIO 课程。颜 Sir 的课程让我更全面和深入的理解了**搜索意图**这 4 个字，以及建站和 SIO 的具体操作。

文章讲述的这个案例就是 2020 年学习颜 sir 线下课之后做的网站，网站是在 2021 年 3 月 1 号上线的，至今刚好 18 个月。下面是今天来自 ahrefs 的分析截图以及我对网站询盘的登记表格：



A	B	C
月份	询盘数量	2021
3	0	
4	0	
5	0	
6	0	
7	0	
8	2	
9	13	
10	17	
11	25	
12	38	
月份	询盘数量	2022
1	30	
2	44	
3	68	
4	52	
5	60	
6	75	
7	112	
8	121	

做网站和 SIO 说简单也简单，说难也难，下面我将重点讲述我自己的工作流程和一些建议。

好的工作流程可以极大提高生产力，好的工作流程并不是凭空想象出来的，必须通过实践不断的总结和优化才能形成。以下是我做 SIO 的工作流程中的几个重要的环节：

1，关键词调研

关键词调研是 SIO 的第一步，通常我会根据产品的主要关键词结合 ahrefs, semrush,



keywords everywhere 以及谷歌的关键词工具结合进行分析，找出尽可能多的跟产品相关的关键词，然后根据用户意图进行分组，每一组代表一个用户意图。关键词分析是 SIO 的基础，也是重中之重，这个将决定内容的方向和形式。

2, 招聘写手

通常我建议写手从 upwork 和 fiverr 上去招聘，上面有来自世界各地海量的写手，我们可以按需选择。在选择写手的时候我重点会关注以下几点：

- 写手的背景：写手如果写过行业相关的文章可以缩短写手的学习时间。
- 写手的评分：我一般会挑 Top-rated, 或者评分在 4.8 以上的写手合作，重点也要看看
- 写手的历史订单，成交金额大的可靠性更高。
- 写手之前的 samples：重点关注写手的排版，内容风格，以及内容的深度。

3, 分发文章

招聘写手并且测试通过之后，我会根据前面做的关键词调研，把类似的文章归类，争取同一个类型的文章发给同一个写手，这样可以保证写手的熟练度，进而提高写手的产出质量。文章主要分 3 个类型，颜 sir 在 SIO 课程都有详细的介绍，也有炒鸡专业和详细的 writing guide，如果有需要的可以去找米课，在这里我就不慷他人之慨了。

当然在颜 sir 的 3 个主要文章类型之外，我也根据不同的情况总结了其他类型文章的 writing guide，这些 writing guide 经过了多次的迭代和升级，也让我获益不少。

4, 审核文章

审核文章是一个很基础的事情，但是非常重要，而且非常耗费时间。通常我会重点审核文章的抄袭率，以及文章的可读性。对于新合作的写手我会每一篇文章都审核，对于合作很久质量很稳定的写手我也会进行抽检。发现明显抄袭的写手我是直接弃用，不再给任何机会。我一直认同成年人只能通过筛选，而不要妄想改变。

5, 配图，内链，上传

这部分工作虽然相对比较枯燥，但是也相当重要，好的图片可以增加文章的阅读体验，对于技术性的文章更是一图胜千言。前期这部分工作都是我自己做，效率非常慢。后面我逐渐就交给了团队的小伙伴去完成。针对每一点我都会跟她们讲解清楚，以下是我们的协作表格截图：



内容	白千禧	链接	5200	400
标题	内容摘要	内容	链接	链接

团队的协作大大的提高了我们内容产出的效率，这个也体现在我们今年流量的上升曲线上。在此我得感谢我们的小伙伴。

【三点建议】

在过去的 18 个月我们走了很多弯路，也收获很多经验。下面我将提供几点免费的建议：



1, 完美主义是建站和 SIO 的大忌

追求完美是一个好事,但是完美主义是大忌。我经常会跟身边的朋友一起沟通建站和推广的技巧和心得,我发现很多女孩子的通病就是太过完美主义,经常跟一些样式过不去,甚至有2020年学的建站课到现在网站还没上线的同学。其实在我看来她们的网站已经超越大部分同行,但是因为完美主义作祟,迟迟没有上线,白白的浪费了2年时间。

2, 切忌单打独斗

SIO 的路是一条极其漫长和枯燥的路,也是一条需要一直探索的路,谷歌并没有公布他具体排名的机制,只是强调了用户体验和一些基础规范,但是每个人对用户体验都有不同的理解,每个用户也有不同的喜好,所以如果有朋友可以经常沟通和切磋,效果不言而喻。

3, 安全大于一些

一定要重视网站的安全,安全插件的投入不能少,服务器的备份也不能少,本地的备份也不能少,在储存备份这个领域,二等于一,一等于没有。没有备份的网站肯定活不到最后。

我们主要做灯具工程,包括室内,户外亮化,和庭院照明。网址: rclite.com 公布网站有利有弊,不过在米课圈这个高质量学习中心,我相信利大于弊。我有三个期待:

欢迎同行进行交流,合作;也可以给我们介绍客户,哈哈哈哈哈;欢迎大家来找茬,提建议。

上述的流量和询盘是指自然流量,除了自然流量之外我们也投 ads,成年人不做选择,全都要。以下是最近一个月的截图:



8个月这个时间拿到10K的流量100+的询盘在颜sir的海量学员中并不是特别优秀的成绩,但是至少拿到了结果,有正反馈才容易坚持。

精打细算, 我把谷歌广告转化率做到 20%

作者: 弹剑吟歌

一, 开门见个山

写文章前,先猥琐地偷瞄了好几回@黑方兄的高山,以及各位大佬们的绝凌顶,然后河伯见



海之感油然而生，高山仰止之意被拉得满满的。

在夜不能寐，昼不能寝，犹豫再三之后，还是决定厚着脸皮在“询盘过百俱乐部”门口耍个斧，凑凑个热闹。反正主场上耀眼的大佬那么多，谁会察觉到一个无名之辈在夸夸其谈呢。

二，开宗明个义

从前我开发客户主要只有一个渠道--开发信。没玩过 B2B 平台，没参加过展，也没出过国拜访。日常是“坐井观天模式”，捂在房里手动收集潜在客户信息，拼命从有限的信息里挖出无限的情报。

做的有效果么？有（做到最终也就是大约 5% 开发信回复率），但是挺累的，感觉还颇有一点儿上门乞讨之意。因为**一旦停下手动模式，新客源也就断了**，老客源们也会在富有愚公移山精神的同行们，以及有在月黑风高夜，专注发展挖墙脚爱好的合作厂共同努力下，不断地“移情别恋”。然后，再在彼此内耗折腾一番，当利润已经被啃成鸡骨头后的客户再次回到手边时，啃起来挺泛然无趣，味同嚼蜡。

终于在做了好几年辛苦的“好人牌”嫁衣生意后，烦了。毕竟像我这么要脸，又有自尊有品位有格调的“三有”好青年，怎么能继续在内耗中抢来抢去了呢。遂决定登船去研究 SEO 和网站推广，试图掘开堤坝，让滚滚的询盘洪水一波又一波拍向我。想象着从此就能开启询盘自由的新生活，我开心的上路了，满心欢喜。

然而，但是，花了很多时间，费了好大劲，学了一脑子，又装了一肚子所谓 SEO 技术，最后玩了个灰头土脸。流量没起色，询盘没踪迹，春梦一场空。

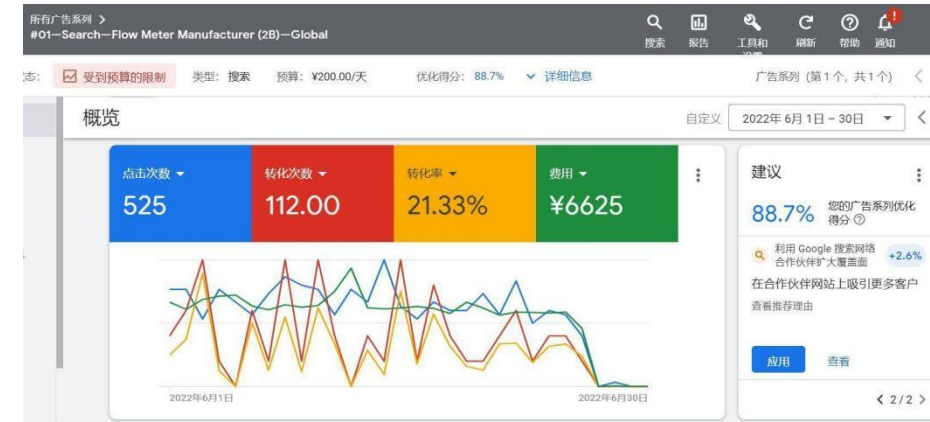
三，蓦然回首，那门在灯火阑珊处

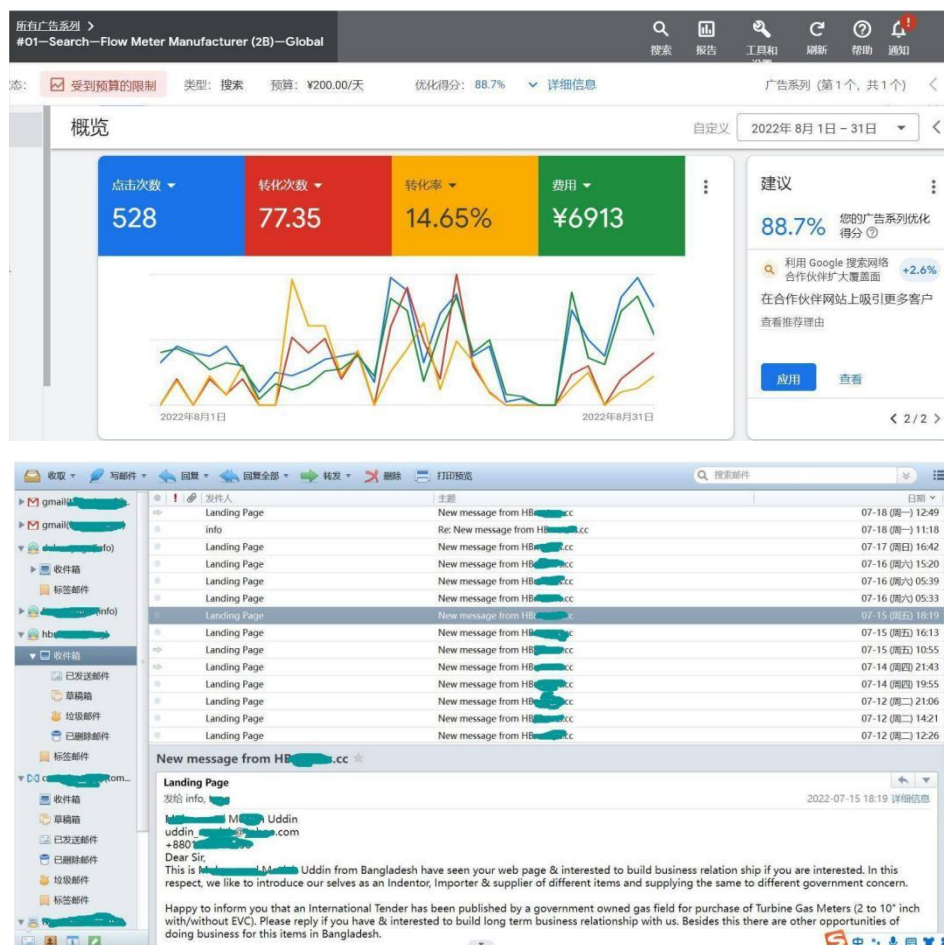
在我百念俱灰，觉得 SEO 就是门玄之又玄的玄学之际，米课小姐姐温柔地向我轻轻招了招手，又婀娜多姿地挥了挥衣袖，我目眩着立马跳上了一艘开往南京的黑船。然后，在金色大厅里跟着同是天涯沦落人的五六十号知己们一起接受了 SIO 线下课的认知暴击。

再然后，我回来后，不久就骑了一匹马，踩着青石板，在哒哒的马蹄声中，开启了一朝看尽了长安花的美好新生活。

四、来不及解释了，快上车！







- 5 月，6 月份询盘 100 ， 达标了。
- 7 月份广告投了 19 天，从 19 号到 31 号停了。
- 8 月份，因为中断时间太久，Google 机器重新开始学习，下旬又进行调整去测试偏方(结果步子迈太大，把裤扯叉了)。

备注：我用的是单个着陆页投放，整个网站只有一个着陆页，产品属于定制化的工业流体测量仪。

好了，开始聊点儿有营养的，有品位，有内涵，大家有感兴趣的“四有”话题。

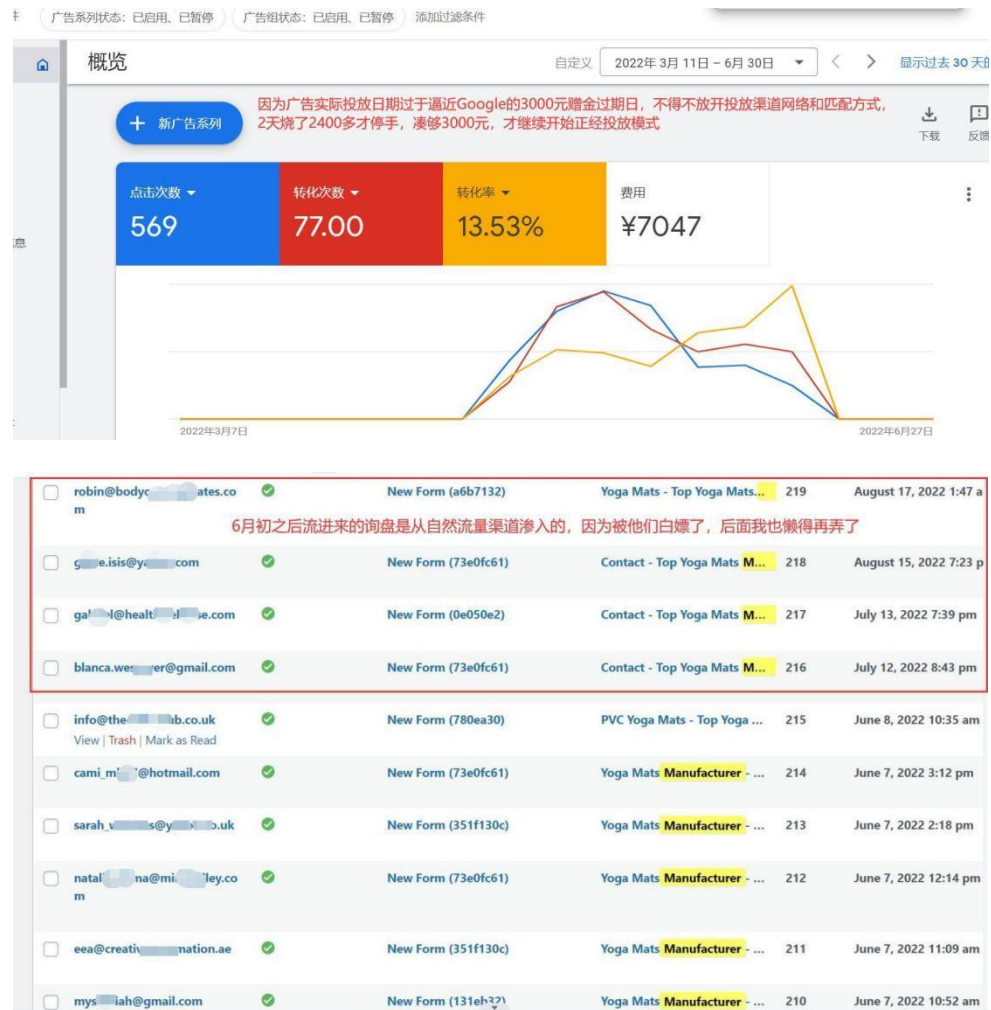
对于月精准询盘 100 ，我觉得行业不同，商业模式不同，投入预算不同，没有太大横向可对比性。比如有的行业可能月询盘 30 封，就惊为天人，有的可能即便 100 封也就是入门级。我最在意的是“转化率”这指标，因为我老是想把 1 块钱花出 10 块钱效果来。

其实我除了自己投之外，为了积累更丰富的实操经验，也有帮几个朋友公司投广告，目的是花别人的钱，练自己手，还顺带赚个友情，倍爽的结局。

通常我操作的广告，投放**第一个月广告转化率都会在 10 %左右**（开始投放前我会花大量精力时间深入研究和学），然后不断调整改进，不断提升效果，愈到后面转化率越好，其中最好的差不多**连续 10 天左右达到 25%-27%**的。下面是前段时间做的瑜伽垫广告案例：



PS: 我弄了两个广告组对比, 一个投到专门制作的着陆页, 另一个投官网产品聚合页测试。



<input type="checkbox"/>	aniel.amar@gmail.com	✓	New Form (d7b336a)	Yoga Mats Supplier - Top Y...	182	May 14, 2022 8:41 pm
<input type="checkbox"/>	jayn...nd@yahoo.com	✓	New Form (73e0fc61)	Yoga Mats - Top Yoga Mats...	181	May 14, 2022 9:16 am
<input type="checkbox"/>	geor...a...is@gmail.com	✓	New Form (131eb32)	Yoga Mats Manufacturer - ...	180	May 13, 2022 7:43 pm
<input type="checkbox"/>	M...ca.mej...s@yahoo.com	✓	New Form (8478cc1)	Cork Yoga Mats - Top Yoga ...	179	May 13, 2022 5:08 pm
<input type="checkbox"/>	mc...a.n...a56@yahoo.com View Trash Mark as Read	✓	New Form (b494257)	Waffle Yoga Towels - Top Y...	178	May 13, 2022 5:06 pm
<input type="checkbox"/>	hie@delic...don.co.uk	✓	New Form (f33e5c7)	TPE Yoga Mats - Top Yoga ...	177	May 13, 2022 12:54 pm
<input type="checkbox"/>	victori...ow@live.co.uk	✓	New Form (f33e5c7)	TPE Yoga Mats - Top Yoga ...	176	May 12, 2022 3:05 pm
<input type="checkbox"/>	info@win...com	✓	New Form (351f130c)	Yoga Mats Manufacturer - ...	175	May 11, 2022 9:19 am
<input type="checkbox"/>	mik@liqu...n.com	✓	New Form (131eb32)	Yoga Mats Manufacturer - ...	174	May 10, 2022 6:54 pm
<input type="checkbox"/>	s.lo...ts@sr...-... in...com	✓	New Form (131eb32)	Yoga Mats Manufacturer - ...	173	May 10, 2022 6:27 pm
<input type="checkbox"/>	ad...s.sou...y@sr...to... s.ca	✓	New Form (a6b7132)	Yoga Mats - Top Yoga Mats...	172	May 10, 2022 6:10 pm
<input type="checkbox"/>	ilo@ns...z.com	✓	New Form (73e0fc61)	Yoga Mats Manufacturer - ...	171	May 10, 2022 11:36 am

五，言归正传

需要事先严肃强调一下，我是个稳重而正经的人(工作上稳重，生活中正经)。不喜欢搞那种贴图辣眼睛，写篇小作文还爱给人上眼药的事儿。

本着吹牛讲证据，扯淡有逻辑的科学态度，我觉得还是有必要说点儿真话给大家的，以防万一哪天走夜路挨一记闷棍儿自己都不知道咋回事儿。

我的思路是穷人玩法，不光想要把一块钱掰成两瓣花，还想 1 块钱花出 10 块钱的高大上效果。

具体操作其实细节比较多，行业不同有些不适用。简单讲 3 个点儿吧，比较通用的关键点，希望对于那些想少花钱又追求花出最大效果的朋友们有点启发。(基础性的东西，我直接略过去了啊)

1、投放广告的流程精准度

精准度高，就代表流量质量高，就意味着转化的可能性越高。

我的穷人玩法思路是，必须从一开始就确保涌进来的流量中杂质含量一定要低。怎么搞？利用**否定词**！

它其实一张流量的过滤网，是你唯一能具有完全控制权的元素。你要在广告正式投放前，花点时间和精力，手动一点点编织，你编织的越精细，过滤的效果越好。



我的操作是，利用关键字规划师收集尽可能多的关键字（最夸张的一次，我好像一口气收集了 2500 多个，后面断断续续又从别处零碎刨出一部分），然后开始一点点筛选和甄别，找共性，用不同匹配方式排除，确保不误筛，也不筛过度。

做到这一步，即便是广泛匹配进来的流量，从一开始，它的杂质含量也是相对较低的。

2、高效的广告文案创作

我拿自己不熟悉的行业举例，为了写出高质量文案，我通常会先利用不同国家的 Google 模拟搜索不同关键字，以尽可能收集那些正在投放的广告信息，以及自然排名中展示的有价值信息，汇总后深度分析，精细化模仿抄袭，再超越它们一点点儿。原则上要做到“青出于蓝而胜于蓝”。并且投放后，也会不断地调整测试。

3、通过不断改版去制作出具有高转化率的着陆页

如果说广告设置部分控制的是流量的精准度，那么着陆页决定的是流量的**变现率**。你能不能把这些高价值流量变现，转化成高质量询盘，就取决于你着陆页。

具体怎么设计一个优秀的着陆页，这是一个比较深的话题了，我也还在学习中。这里我简要讲一下自己的方法——“观千剑而后识器”。它实践起来比较费事费力，但是坚持下去效果很好。

我会反复地观看监控到的**用户行为视频**，一遍又一遍，有的着陆页甚至前后改了 7 版，保守点说观看上千次视频，实际应该可以达到 2K 次或者更多吧。看多了就有感觉，就能知道哪里的设计不符合逻辑，然后调整，再测试，再观看，一遍又一遍。这中间也需要你不断跟经验丰富的从业者沟通，一遍又一遍的去看目标客户的网站文案挖背后关注点是什么等等等等。看多了，感觉就来了，毕竟听千曲而后识音了嘛。

这个过程完全没有捷径可走，另外贯穿一个“师夷长技以制夷”的思路，多向你的客户群体学习，多分析了解他们，才能不断增强你着陆页的威力！

以上就是我的穷人玩法：如何从一开始就精打细算，起步高一点点儿，在有限的广告预算和有限的流量中，搞出你无限的询盘潜力来！（这种办法针对小公司和 SOHO 可能实用性强点儿。毕竟一天基于二三百广告费的情况下，有的 B 端词可能点击一下，三四十块就没了，钱就那么点儿，能买到的流量就这么一小丁点儿，不赶紧把转化率弄高点儿，还咋玩啊，兄弟？）

另外，在这里爆个小技巧，对于那些广告运行和转化都比较稳定的账户来说，有没办法进一步压低转化成本？

除了提高质量得分外，还有一个小偏方。如果你的出价策略是“转化次数”，并且设置了目标转化成本，留意的话，基本上每个月的平均询盘成本都在整个目标值上下浮动，比较规律。每月广告费不变情况下，甚至每个月拿多少封询盘都在某个值左右浮动。想要压低成本的机巧就是，对你的目标转化成本进行微调，假如目前是 100 元一封，你的终极理想目标是 60



元一封，保守做法是，每 10 天或者半个月，将之下调一点点儿，90 元，80 元，70 元，60 元（如果调到 60 元后，观察一段发现效果下降明显的话，那么就需要回调到 70 了，说明可能这是你的极限阈值了）。

当然可以更保守点，每次下调 5 元试试。每次不要步幅太大，否则容易扯到蛋的，影响到数据模型的稳定性，不关我啥事儿哦。

把转化率做到 20 %，其实并没有什么神秘技巧，都是大家日常熟悉的东西。只是我觉得，再简单而平淡无奇的东西，只要你认真做了，做到极致了，就能炼成一门绝技。有时候，最佳的捷径可能就是用最笨最慢的方式一点点加速，最直到跑出最有效率的疾速状态。（据说慢慢来，其实是很快的哦💎💎）

上述内容就是我的一点儿旁门左道小伎俩，纯属班门弄斧，有不完善的地方还望大佬们不吝指教！

在这里，真诚的感谢颜 Sir 将我从 SEO 的迷途上拉回来，将我引向正确的方向！就是那种听君一席言，胜读十年书的感觉！希望有机会入圈，学习更高层面的实践知识和经验~

5 年外贸牛马人裸辞 SOHO, 颜 sir6 个月助我翻身

作者：就这

本人是个极其平凡的 90 后，生活在 3 线城市，没有很高的学历，也没有很厚的钱包，唯一值得炫耀的可能是拥有一颗发自内心热爱外贸这个行业的心。在离开工作 5 年的外贸公司后，我毅然选择换行业 SOHO！**然而，供应链和客户都要从 0 搭建...**

第一章：裸辞

21 年底，我背着电脑，手拿水杯，抱着键盘，胳膊夹书的离开了我工作五年的外贸公司。主要原因有二：

- 不太喜欢当前这个产品



· 老板讹我钱...

我的想法很简单，老板要我命可以，但不能讹我钱。

起因是一笔欧洲老客户的订单，订单金额很大，从谈判，生产，发货一切都很顺利，但由于贸易条款是 OA，当客户打开集装箱发现部分货物存在直观且严重的质量问题，当即要求索赔 5w USD。否则将终止未来的合作。

老板找到工厂，进行了磋商，并最终给出了各承担索赔一半的协议。

老板找到我，进行了磋商，并提出我要与公司共同承担索赔一半的一半要求，原因是我参与的验货没能及时的发现问题。

周旋过程冗长且无语，就不做过多描述。不过最终，我还是安全的离开了公司。

第二章：开始 Soho

牛马虽贱，犹有草吃。现在站起来了，得想办法让自己吃饱。

得益于老东家不舍得扩招员工从事业务以外的工作，我从发主动开发，发布阿里产品，到谈客户，到报价，到联系物流，到单证基本都是轻车熟路——我干嘛不单干呢？

(PS: 这里提醒一下事业已有所成的老板，要想员工稳定，就要把工作内容按照职务进行细分，一两个员工干着大部分的工作，老板只负责开会和签字，这不是省钱，不是降低管理成本，这是在为未来的竞争对手开培训班)

于是我选择了自己感兴趣，但又没有接触过的机械设备行业开始 SOHO...

然，Soho 难度可见一斑，机械设备拥有很强的专业性和客户对口性，没有客户和询盘的情况下，供应商就算住在你家里，你俩平时唠嗑聊啥呢？

所以当务之急就是要想办法找客户，搞询盘！

在没有接触颜 sir 之前，我只看到 2 条路：阿里/MIC 和自主开发

· 阿里/MIC:

我的理解，是个好平台，但对于初创个人和一两个人规模的公司来说绝对不算是最优选择。阿里虽然有着海量的优质客户，而且能为买卖双方搭建一个很好的信任通道，但是**日渐严重的马太效应和枯燥乏味的发布产品**，我想是所有接触过阿里平台的同学们都耳濡目染，历历在目的。



我认为它更适合在公司的青春期或成熟期出现。这个时候的公司拥有更厚的钱包和更多的人手，无论是作为培养外贸新人还是作为公司的另一张名片，都会比前期一两个人的公司有更高的利用效率。

于是我选择了自主开发的 Soho 之路。

有那么一个月的时间，**面对着石沉大海的开发信和没有平台做背书带来的客户的质疑和冷漠**，我曾习以为常的认为，这就是 Soho 起步时必经之路吧？

直到那天晚上.....

第三章：遇见颜 Sir

那天晚上是颜 sir 的一场公众直播，讲的是一个阀门网站。坦克页的概念和独立站的强大和那种设计上的美观首次冲击了我的认知。

那晚我清楚的记着我边听颜 Sir 对网站的讲解，边衡量参加线下课去动手做一个网站的难易程度，边像一个精明的会计一样计算着独立站是否适合于我现在的阶段。

$(E = mc^2, f'(\xi) = (f(b) - f(a)) / (b - a) \dots)$ 很快，我得出结论：去南京！

第四章：南京 3+3

我是线下建站和 SIO 课程同时连上的，我是有信心能渡过这从 0 到 1 的挑战的，因为不论是熬夜还是强烈的脑力活动都打不倒一个 5 年的外贸牛马人。

看到颜 Sir 本人，第一印象是精明能干，有点像丁俊晖还！其他的印象就是：酒店很高端，同学很友善，助教很负责，舍友很卷，早餐很丰盛还有咖啡管够！

关于课程，真的不用担心学不会或者落不了地。在那种环境下，每个人的学习目标都是统一的，加之颜 Sir 和助教的帮助，这种学习环境真的非常适合让一个人完全的投入精力去做一件事。

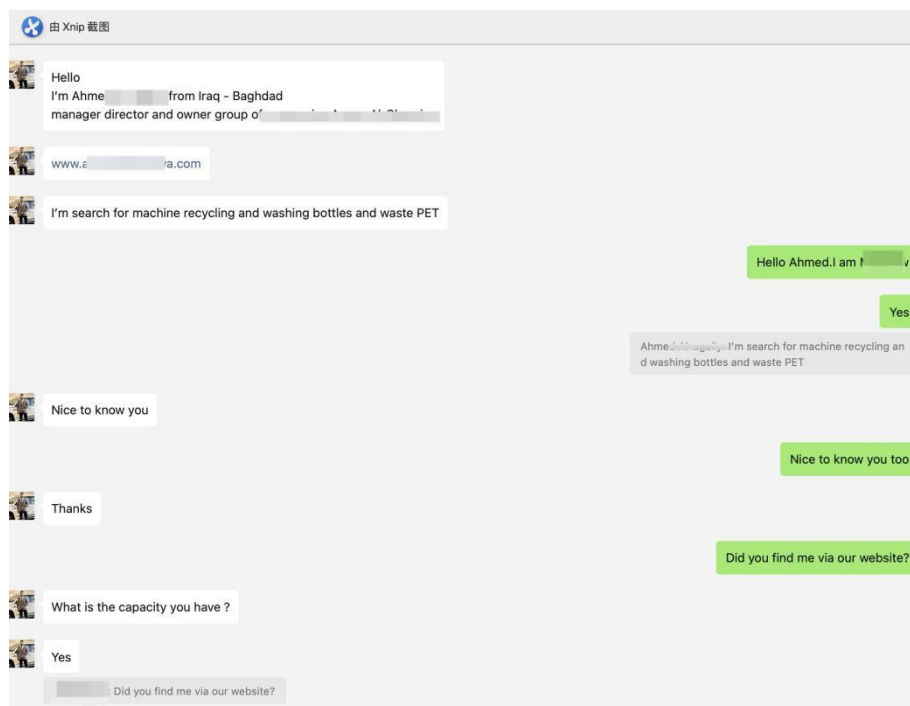
在环境的影响和颜 Sir 及助教帮助的加持下，我顺利的拿着网站毕业了。回味这 6 天，有点类似于回味大学生生活。

第五章：询盘来了？

从南京回来后最的第一件事，就是优化 Ads(谷歌广告) 下的广告系列；添加否定关键词，筛选投放的关键词，优化着陆页...



直到广告开始投放的第 4 天的中午，一条微信好友申请让我意识到：**询盘开始来了...**



怎么会有这么傻的业务？第一个问题不是问产品，而是向对方确认是否从我们网站找过来的？？？说的就是收到第一个询盘的我了

然后，第二封：





第三封:

Name:	Mounir
Email:	[redacted]
Message:	Bonjour, Pour notre projet industriel nous aurions besoin d'une offre concernant les équipements suivants: 1. 10 x Presses balles de déchet plastique 2. Ligne de recyclage PET (incluant la granulation) : - Input : Bouteille de PET - Output : Granulés de PET - Technologie de chauffage à gaz - Capacité 500 Kg/h 3. Ligne de recyclage de plastique souple (PEHD, PP, PVC souple ...) - Input : déchet en PP, PEHD, PVC souple - Output : Granulé de plastique - Technologie de chauffage à gaz - Capacité 500 Kg/h 4. Ligne de broyage et lavage de PVC dure - Input : déchet en PVC dure - Output : PVC broyé et lavé - Capacité 500 Kg/h Dans l'attente de votre retour. Cordialement.

第四封第五封第六封.....



自 Xnip 截图						
<input type="checkbox"/> Main		Actions Status	Form	Page	ID	Submission Date ▼
<input type="checkbox"/>	.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	67	June 29, 2022 5:23 pm
<input type="checkbox"/>	.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	66	June 28, 2022 8:24 pm
<input type="checkbox"/>	.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	PET Bottles Washing Line	65	June 25, 2022 3:06 pm
<input type="checkbox"/>	.i	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	64	June 23, 2022 3:19 pm
<input type="checkbox"/>	.il.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	62	June 22, 2022 4:12 pm
<input type="checkbox"/>	.mail.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	61	June 22, 2022 9:51 am
<input type="checkbox"/>	.il.com	✓	新表单 (3dea7c2)	9 Things You Need to Know Abo...	60	June 20, 2022 5:43 pm
<input type="checkbox"/>	.il.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Crusher	58	June 20, 2022 4:29 pm
<input type="checkbox"/>	@gmail.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	57	June 20, 2022 12:01 am
<input type="checkbox"/>	@gmail.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	56	June 19, 2022 11:58 pm
<input type="checkbox"/>	.com	✓	CONTACT 界面 (28c54cc)	Plastic Recycling Machine	54	June 19, 2022 5:27 pm
<input type="checkbox"/>	.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	53	June 19, 2022 5:26 pm
<input type="checkbox"/>	.om	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	52	June 19, 2022 2:10 am
<input type="checkbox"/>	.made.com	✓	CONTACT 界面 (e9540f3)	Contact	51	June 18, 2022 11:11 pm
<input type="checkbox"/>	.n	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Crusher	50	June 16, 2022 11:40 pm
<input type="checkbox"/>		✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	47	June 11, 2022 8:26 pm
<input type="checkbox"/>	.i.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	46	June 10, 2022 11:25 pm
<input type="checkbox"/>	.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Sample Quote	45	June 10, 2022 5:16 pm
<input type="checkbox"/>	.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	44	June 10, 2022 4:38 pm
<input type="checkbox"/>	.o.za	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	43	June 8, 2022 10:43 pm
<input type="checkbox"/>	.i.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic shredder	41	June 6, 2022 11:15 pm
<input type="checkbox"/>		✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic Recycling Machine	40	June 6, 2022 5:09 pm
<input type="checkbox"/>	.m	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic Recycling Machine	39	June 3, 2022 10:15 pm
<input type="checkbox"/>		✓	CONTACT 界面 (7619ddb8)	Plastic shredder	38	June 2, 2022 8:09 am
<input type="checkbox"/>	.s.com.fj	✓	CONTACT 界面 (7619ddb8)	Plastic shredder	36	May 31, 2022 9:12 am
<input type="checkbox"/>	.nergies.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic shredder	35	May 25, 2022 5:27 pm
<input type="checkbox"/>		✓	新表单 (3dea7c2)	🔗	34	May 24, 2022 11:08 pm
<input type="checkbox"/>	.za	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic shredder	33	May 23, 2022 6:27 pm
<input type="checkbox"/>	.i	✓	Contact Form (2ec4118a)	🔗	32	May 17, 2022 7:33 pm
<input type="checkbox"/>	.i	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic shredder	31	May 17, 2022 7:32 pm
<input type="checkbox"/>	.mail.com	✓	新表单 (3dea7c2)	🔗	30	May 17, 2022 12:00 pm
<input type="checkbox"/>		✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	28	May 14, 2022 12:39 am
<input type="checkbox"/>	.m	✓	新表单 (3dea7c2)	Plastic shredder	27	May 12, 2022 8:51 pm
<input type="checkbox"/>	.om	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	26	May 11, 2022 5:00 pm
<input type="checkbox"/>	.m	✓	CONTACT 界面 (6423df9b)	PET Bottles Washing Line	25	May 11, 2022 12:44 am
<input type="checkbox"/>	.i.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	24	May 10, 2022 8:34 pm
<input type="checkbox"/>		✓	Contact Form (2ec4118a)	PET Bottles Washing Line	23	May 10, 2022 7:00 pm
<input type="checkbox"/>	.-nestle-	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic shredder	22	May 9, 2022 9:47 pm
<input type="checkbox"/>	.gistics.com	✓	Contact Form (2ec4118a)	Plastic shredder	21	May 5, 2022 9:19 pm
<input type="checkbox"/>	.ail.com	✓	CONTACT 界面 (28c54cc)	Waste Plastic Recycle Machine	18	April 29, 2022 1:33 am
<input type="checkbox"/>	.i.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Horizontal Mixer	17	April 28, 2022 12:18 pm
<input type="checkbox"/>	.gmail.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	16	April 28, 2022 2:54 am
<input type="checkbox"/>	.ail.fr	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	15	April 27, 2022 8:47 pm
<input type="checkbox"/>	.s-up.com	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	14	April 26, 2022 4:22 pm
<input type="checkbox"/>	.tion.co	✓	Contact Form (2ec4118a)	Waste Plastic Recycle Machine	13	April 26, 2022 12:53 pm
<input type="checkbox"/>	.tmail.fr	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	12	April 25, 2022 11:00 am
<input type="checkbox"/>	.i	✓	新表单 (3dea7c2)	Waste Plastic Recycle Machine	11	April 24, 2022 11:53 pm
<input type="checkbox"/> Main		Actions Status	Form	Page	ID	Submission Date ▼
Bulk actions ▼ Apply 97 items 2 of 2 Export All to CSV						



四月底到今天其实我**每个月大概能收到来自我独立站的 20-25 封左右相当不错的询价**，部分填写了表单，部分客户是直接复制 info 地址发送邮件，是没有被记录的。

我 Ads 的月预算是 3100，我所在的是中大型塑料辅机及塑料粉碎，清洗，挤出造粒线设备行业。（同行业的工厂或者贸易商可以私我交流哟～）

十分仰慕那些月询盘突百的大佬！！

但就目前来说，日常写文章，回询盘，做报价，联系供应商，跟进客户…。我自己确实有点忙不过来… 是时候招个助理了！！

而且，我为了防止自己出现狗熊掰玉米，掰一个，扔一个的客户管理方式，我还将颜 Sir 的订阅弹窗和邮件组进行了改进和应用。

第六章：写给颜 Sir

没有太多说辞，感谢颜 Sir 在 6 个月内助我翻身把歌唱💎💎

前面 5 章的内容与其说是一张进入询盘精英群的面试答卷，倒不如说是一个热爱外贸并且努力的普通人在您帮助下一步一步成长的记录片。

我觉得像我一样的普通但又渴望成长和进步的外贸人更应该被关注，和给予更多的机会可以与大佬接触，交流和学习…

合抱之木，始于毫末；九层之台，起于累土！相信会有越来越多普通但又努力的外贸人，在米课帮助下，终有一天可以燎原。

同时也祝愿各位的米课同学，询盘多多，订单多多！！



颜 sir 助力我收获世界 500 强的询盘

作者：新安 Evan

大家好，我是 98 年的小哥哥，目前是在做国际站和独立站运营。

01 花两个月工资与颜 sir 的课程结缘

我和我哥是双胞胎。他学的商务英语，而我学的计算机应用。19 年他毕业后就直接找到了一家工厂做外贸业务员，而我晃晃荡荡时而做一下内贸业务，时而去客户工厂给我们销售的产品去做安装工作。由于缺少经验，内贸业务也做得不好，那一年也就是毕业第一年真的是特别的煎熬，那时刚二十岁。

偶然的的机会，我找到了一家工厂上班。原本是想找 1688 运营，结果招聘和面试我的是外贸经理，经过一番交谈之后成功通过面试就去上班了，岗位是国际站运营，我的运营之路由此开始。

我哥也刚毕业什么都不太懂第一年业绩做得并不好，不过长期在米课圈划水白嫖后也想系统的学习提升一下自己，然后通过葵姐的推荐买了毅冰老师的业务课。从此，他日以继夜努力地学习课程，刚好他们公司平台很不错，询盘很多，在各种因素促和下，他很快成为了外贸部的主力甚至是销冠。

于是他推荐我去学一下颜 sir 的建站课，亲哥推荐的总不会错，然后我自费报名了颜 sir 的建站课和社交课，花了我那时两个月的工资吧。

02 我是怎么学建站课的

买课之后每天下班后一个人在办公室学课，每天学到九点多感觉还不尽兴。由于每天高强度的盯着电脑手机，身体受不了了，脑袋整天晕晕的一看电子屏幕人就像要倒一样，然后去医院检查了下没啥问题，就是电脑看久了劳累过度。

说回课程内容，第一章颜 sir 就给了我莫大的震撼，什么 notion、彩云小译、grammarly、印象笔记、幕布等各种实用的工具，还有询盘公式、AIDA 模型以及生意模式从推销到营销的升级转变。颜 sir 幽默风趣的授课方式加上比撒哈拉沙漠还干的课程内容，一时间让我感觉我找到了救命的稻草。

课程内容如此丰富看一遍根本掌握不了，所以我决定系统的看几遍。我制定了看课计划，即



第一遍 1.5 倍速过一遍看究竟讲的什么, 哪些章节理论较多, 哪些章节实操性强要跟着操作; 第二遍跟着实操并且做好笔记把要点记下来; 第三遍查漏补缺将重点难点比如《页面间传参, 吓客户一跳》、《CPT 分类法》、《自定义循环汇总》等等这几节反复的看。

03 跟颜 sir 学到了什么

建站营销方面: 通过努力的学习我确实掌握了建站的本领, 有着这个技能, 我可以较轻松找到一个称心的工作。

读书方面: 我以前没有看书的习惯, 颜 sir 在课程里推荐的书在听课的时候我都会默默记下来然后一本本的买来读。比如《秘密》讲的吸引力法则让我感同身受, 还有《定位》、《影响力》等书让我对营销有了更深刻的认识。现在, 我会主动去找好的书买来看。

心智方面: 从一开始网站出现 BUG 访问不了我会急得像热锅上的蚂蚁, 到现在出现任何问题都安之若素。网站样式出现问题就去解决样式的问题, 网站速度不够快那么影响网站速度的因素有哪些, 一个个去排查。

通过建站我学会了解决大多数问题的方法, 即遇到问题第一时间找到产生问题的原因是什么, 应该如何解决, 不要拖拉, 抱有侥幸的心理。

04 我现在网站做的怎么样

完全跟着课程来做的第一个网站用来投广告, **几千块的广告费换来了超过四十万人民币的订单**。并且模具费就十来万, **后续应该还会有返单**, 记得当时我还在圈里发了动态。

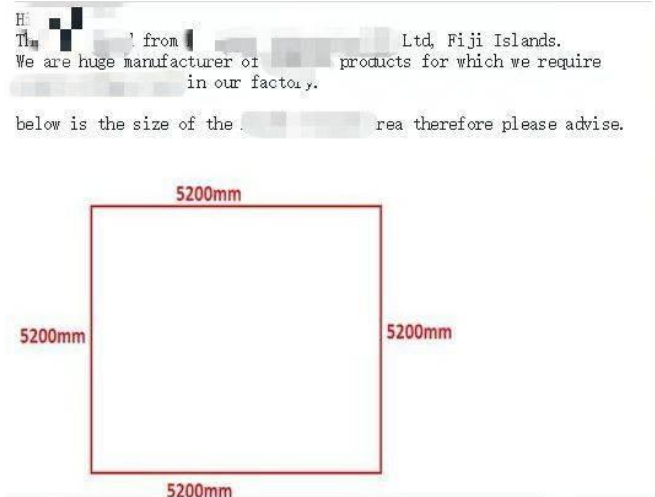
现在在做的第二个 B 端网站, 新注册的域名, 刚开始做 SEO 几个月, 然后也投广告。

7 月前后投广告**一万块点击了三百多次大概收获近三十封询盘**吧, 询盘转化率大概是 8% 左右。主要是我们行业 CPC 太贵了, 平均三十多一次的点击, 按照 10% 较优秀的转化率来算的话, 需要至少一千个点击才能产生一百个询盘, 一个月最少三到五万的广告费了, 稍微没投准那就挺烧钱的了, 所以我还是采取广告和 SEO 的策略同步进行。



有十几封直接发到邮箱的询盘带图纸特别的精准





[redacted].dwg (15 MB)

Dear Sales Manager
I do have projects in Thailand and want you [redacted]
Could you quote me CIF Leamchabang? No. [redacted] and [redacted] battery
Thanks.

Dear, [redacted]ood morning
Please critek the below table of [redacted]
Please send the quotation of [redacted]

Please attached EXW

	[redacted]
	Customizable
	[redacted]
	Green
	Hankering system
	Manual system
	[redacted]
	30" x30" x 30"

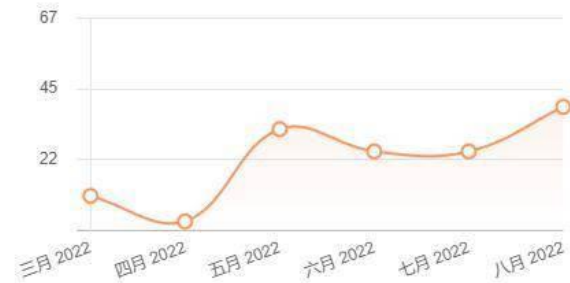
虽然 SEO 很难，但是我一直在实践中，自然流量现在每月时不时来几个询盘还不够稳定，不过越来越多的词开始有了排名，有好几个词也到了首页，下一步继续努力做出更好的成绩来。



流量 39 每月有机访客

三月 2022 - 八月 2022

有机每月流量



SEO关键词排名 271 关键词

三月 2022 - 八月 2022

1-3 4-10 11-50 51-100



当然最令人惊喜的是通过谷歌广告和 SEO 分别都收到了世界 500 强的询盘！

如下图，填表单的是自然流量来的，发邮件的是谷歌广告来的。你问我怎么判断是广告还是 SEO 来的？通过 GA 啊，你可以清晰地看到访客和询盘是从什么渠道过来的，访问了哪些页面，停留了多长时间。还有通过录屏工具 luckyorange 你可以清晰的看到客户在你的网站上做了些什么操作，跟着颜 sir 学习这些你都能学会。





...

