

你的客户到底想看什么样的邮件

邮件写作中，什么样的内容我们需要尽量避免，什么样的内容又需要我们尽力呈现？今天来说说。

先给大家看一封客户的拟作函件：

Dear Steven Jobs,

How do you do!

Take 2 minutes to examine the offer from a new supplier, might make big difference to your business. we are confident to make great contribution to your better cost, and get you free from quality problems.

- Product passed CE and FCC Certifications, safe to sale across Europe;
- Most advanced machines imported from Germany, same quality as Leemda XII Model;
- A seial of 12 styles, covers 9 differnet colors.

In a separate email, I will mail you our product brochure for your reference. Please don't hesitate to send your inquiries.

Best Wishes,

Nick Ma

下面这封是客户修改后的邮件内容：

Dear Steven Jobs,

How do you do!

Take 2 minutes to examine the offer from a new supplier, might make big difference to your business. we are confident to make great contribution to your better cost, and get you free from quality problems.

- Product passed **CE and FCC** Certifications, safe to sale across Europe;
- Most advanced machines imported from Germany, same quality as **Leemda XII Model;**
- A serial of **12 styles**, covers 9 different colors.

In a separate email, I will mail you our product brochure for your reference. Please don't hesitate to send your inquiries.

Best Wishes,

Neal Han

 **NeoSpaceX Tech**

Add: Room 123, No. 456, Shanxi Road, Xuhui, Shanghai, China.

Tel: 0086-021-12345678

对比以上两封函件，直观地来看，是排版上的区别。

之前我们讲过的大多是邮件内容的写作，但是在邮件送达客户的第一时间里，**整体的邮件排版是否能给客户带来良好的直观感受也非常重要**。以下是几个排版小 Tips：

函件字体及字号

小麦推荐大家使用 Arial, Calibri 等通用英文字体，即使客户使用的邮箱版本不同，也不会造成显示乱码或排版错误问题。

重点字段区分标记

明黄色，**深绿色**做重点字段区分。这样也方便客户在较为冗长的篇幅中阅读。

图片尺寸

一般我们都会在邮件中插入图片。

就多次测试来看，观感最好的图片尺寸介于 600px-800px 之间。手机阅览状态下，图片宽度不超过 420px，宽高比 4:3。

另外，如果大家要插入多张图片，注意需要统一尺寸和明亮度；水印建议放在图片角落处。

模板选择

1. "Email Templates Download"，下载免费模版使用
- 2.
3. "NewsletterDesigner pro"，专业模板制作软件
- 4.
5. "PS",自己设计及使用
- 6.
- 7.

这里小麦还要提醒一下，PC 端做好的模板一定要针对手机版进行再次测试。

另外，模板投入使用前，最好先发给自己或者身边的朋友测试一下，看看是否还需要再进行优化。

Q&A 排版美观的函件是一块敲门砖，但之后该如何更进一步地抓住客户呢？

最终还是要靠内容取胜。

小麦看过很多开发信和询盘回复邮件，格式几乎都是遵循下面这个

套路：

【开头(XX 企业您好)—企业介绍(我们是谁)—产品概述(我们优秀的产品)—卖力推销(你快来买)】

这样的套路真的得不了人心，一封抓人眼球的邮件应该着重告诉对方，**我们可**

以为您带来什么。

以下这些是你可以为客户带去的点：

价格 & 服务

这不就是买家最关注的两个地方，那最先我们就是要朝这两个方向集中阐述，比如：

设有国外分公司，提供售后服务；二次下单返单优惠 10%；提供免费寄样服务；1-2 周交货...

专业，可行的方案

客户为什么要选中你，因为期望你能解决他的需求。

比如来采购防滑装置，可以这样回答：

“铺装快，本装置可为您节省 1-2 小时的铺装成本；表层亚光处理，室内外强光下不反光刺眼。”

数字论证，案例论证

相较简单的观点罗列，数字和事实最有说服力的。

想表示交货期短。就可以说“我厂目前雇有熟练工 18 名，交货期可缩短至 27 天”

想表示设备的高精密度，就可以介绍“我厂这款设备的测量精确度可达 0.05mm±1”

最后，你是否会写邮件的结尾句？

邮件的结尾句段，对客户是否采取有效的回应，其实有着决定性作用。

一个好的结尾句段或者是抛出一个问题，或者是做一个积极地暗示，总

之要给客户一个想要回复的“鱼钩”，比如：

“If you are interested in other products such as, please let us know.”

“Your further requirements will be welcomed all the time”

给一个理由，让客户想要联系你。