

2026 B2B 出海行业特定获客漏斗模板

使用说明

本模板用于帮助 B2B 出海企业系统性诊断自身从“流量获取”到“有效询盘”的完整获客路径，识别不同阶段的流失原因，并据此制定针对性的内容与转化优化策略。模板并非用于一次性填写，而应作为持续复盘与跨部门协作工具，适用于市场、内容、网站、销售及管理层联合评估。

一、企业与行业基本信息

企业名称：_____

主要出海市场（国家 / 地区）：_____

所属行业（可多选）：

- ☐ 高端制造
☐ 医疗器械 / 医疗设备
☐ 工业软件 / SaaS
☐ 新能源 / 清洁技术
☐ 其他：_____

主要目标客户角色：

- ☐ 技术负责人
☐ 采购 / 供应链
☐ 管理层 / 决策层
☐ 多角色联合决策

二、全链路获客漏斗诊断总览

请基于真实数据与实际体验，而非“理想状态”填写以下内容。

漏斗阶段	当前表现是否稳定	是否存在明显流失	主要问题直觉
认知 (Awareness)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	_____
兴趣 (Interest)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	_____
考虑 (Consideration)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	_____
行动 (Action)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	_____
转化 (Conversion)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	_____

三、阶段一：认知 (Awareness) 诊断模板

1. 当前主要流量来源

- ☐ 搜索 (Google / Bing)
☐ 行业媒体 / 内容合作
☐ 社交媒体 (LinkedIn / YouTube 等)
☐ 广告投放
☐ 展会 / 线下活动

2. 用户在此阶段的真实问题

请用一句话描述潜在客户此时最关心的问题：

3. 当前内容是否直接回应该问题

- ☐ 是，内容高度聚焦具体问题
- ☐ 部分回应，但偏品牌/产品介绍
- ☐ 否，内容与用户意图匹配度低

4. 常见风险信号（勾选适用项）

- ☐ 高跳出率
- ☐ 停留时间极短
- ☐ 搜索词与页面内容不一致

四、阶段二：兴趣（Interest）诊断模板

1. 用户是否愿意继续了解

- ☐ 阅读多篇内容
- ☐ 下载资料 / 白皮书
- ☐ 反复访问产品或解决方案页面

2. 当前提供的核心内容类型

- ☐ 行业洞察 / 趋势分析
- ☐ 方法论型文章
- ☐ 技术原理说明
- ☐ 视频 / 演示内容

3. 内容层面的关键问题

请判断以下描述是否符合现状：

- 内容是否过于抽象，缺乏业务语境？ ☐ 是 ☐ 否
- 是否假设用户已理解行业背景？ ☐ 是 ☐ 否
- 是否未区分不同角色阅读需求？ ☐ 是 ☐ 否

五、阶段三：考虑（Consideration）诊断模板（高频断裂区）

1. 用户在此阶段最关心的核心问题

请补全以下句子：

“这个方案是否真的适合像我们这样的企业？”

2. 当前是否提供以下信任信号

- ☐ 行业/地区相关客户案例
- ☐ 可验证的实施路径说明
- ☐ 本地化服务或支持信息
- ☐ 第三方认证 / 媒体背书

3. 内容是否帮助用户完成内部汇报

- ☐ 提供可转发 PDF / PPT
- ☐ 提供 ROI / 成本逻辑说明
- ☐ 提供实施时间线或风险说明

六、阶段四：行动 (Action) 诊断模板

1. 当前主要行动方式

- ☐ 联系销售
- ☐ 预约 Demo
- ☐ 下载深度资料
- ☐ 填写咨询表单

2. 行动门槛评估

表单字段数量：_____ 个

是否要求填写敏感信息（营收/员工数）：☐ 是 ☐ 否

3. 用户是否清楚“下一步会发生什么”

- ☐ 是，流程清晰可预期
- ☐ 否，担心被强销售跟进

七、阶段五：转化 (Conversion) 与销售衔接

1. 市场与销售是否对“有效线索”有一致定义

- ☐ 是
- ☐ 否

2. 销售反馈的常见问题

- ☐ 线索需求不清晰
- ☐ 行业/阶段不匹配
- ☐ 期望与现实差距大

3. 是否存在持续培育机制

- ☐ 邮件培育
- ☐ 内容再营销
- ☐ 行业社群 / 活动

八、断裂点快速自检清单

请标记最符合你当前情况的描述：

- ☐ 流量不少，但页面承接弱
- ☐ 内容很多，但缺乏案例与验证
- ☐ 用户看得懂，但不敢联系
- ☐ 有表单，但行动门槛过高
- ☐ 销售跟进困难，周期过长

（勾选 2 项及以上，通常意味着漏斗存在结构性断裂）

九、行业定制优化提示（示例）

高端制造

强调应用场景而非技术参数

提供设备/产线级案例

医疗器械

本地合规 + 本地医院案例优先

减少直接销售导向 CTA

工业软件 / SaaS

方法论 + 自评估工具

分角色内容路径

新能源

政策与项目案例结合

强调长期稳定性与风险控制

十、复盘与行动计划

当前最严重的断裂阶段：_____

首要优化内容 / 页面：_____

计划测试周期（4-8 周）：_____

建议使用频率：每季度至少完整复盘一次，并在重大市场/产品调整后重新评估。