

## 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、销售及管理层的联合评估。

### 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。