

TradeCubic 定制 Pack 导入指南

如何把企业外贸经验变成 AI 可调用资产

适合：已经对 TradeCubic 有兴趣、准备导入 Company Pack 和 Industry Pack 的客户

这份指南解决什么问题

很多企业第一次使用 AI 外贸工具时，会期待 AI 直接写出“像老业务员一样”的邮件。但 AI 想真正像企业自己的资深业务员，必须先理解企业的产品、客户、优势、禁区 and 行业判断规则。

定制 Pack 的目的，就是把这些隐性经验整理成 AI 可以调用的结构化资产。

定制 Pack 的一句话定义

定制 Pack 是 TradeCubic 的企业知识底座。它把 Company Pack、Industry Pack、Risk Guard 和 CRM 复盘规则连接起来，让 AI 在生成邮件前先理解“我们是谁、我们卖什么、客户是谁、什么能说、什么不能说、遇到风险怎么办”。

Pack 不是资料库，而是判断规则

普通资料库回答：“我们公司有什么产品？”

定制 Pack 回答：

- 面对经销商，优先强调什么？
- 面对 EPC，应该避免什么低级话术？
- 哪些认证可以说，哪些认证不能承诺？
- 哪些产品适合主推，哪些只适合配套？
- 哪些客户回复可能是 BEC 风险？
- 哪些沟通结果应该进入 CRM 复盘？

Company Pack 要收集什么

- 企业基本信息：公司介绍、品牌定位、目标市场、主要客户类型。
- 产品结构：主推产品、配套产品、禁推产品、典型应用场景。
- USP：工厂能力、研发能力、认证、交期、售后、案例、价格区间。
- 证据材料：产品图、项目案例、认证证书、测试报告、交付案例。
- 沟通红线：不能承诺的交期、不能乱说的认证、不能随意报的价格。

- 品牌口径：正式、专业、简洁、技术型、顾问型等表达风格。

Industry Pack 要收集什么

- 行业客户类型：经销商、进口商、EPC、OEM、系统集成商、终端工厂。
- 客户识别信号：官网导航、产品结构、案例、社媒、职位、采购记录。
- 应用场景：客户在什么场景使用产品，谁是最终用户。
- 采购逻辑：看价格、看认证、看交期、看技术、看售后，还是看供应稳定性。
- 常见异议：价格高、认证不匹配、MOQ、交期、样品、售后责任。
- 推荐切入角度：产品缺口、项目配套、供应链替代、渠道利润、技术支持。

Risk Guard 要收集什么

- 高风险邮件信号：改收款账户、第三方付款、假水单、陌生货代、钓鱼链接。
- 财务复核规则：哪些情况必须主管确认，哪些情况必须电话或视频核验。
- 禁止动作：不能通过邮件确认新账户，不能凭截图发货，不能跳过财务审批。
- 安全回复模板：遇到风险时如何礼貌暂停、如何要求复核、如何保护交易链路。

CRM 复盘标签怎么设计

建议先从少量标签开始：

- customer_type：经销商、EPC、OEM、进口商、终端工厂
- evidence_strength：强、中、弱
- outreach_angle：产品缺口、项目配套、供应链替代、渠道利润、技术支持
- cta_type：目录、样品、视频会议、技术资料、报价、案例
- risk_tag：bec_risk、payment_change、third_party_payment、phishing_link
- outcome：未回复、正向回复、询价、压价、约会、风险暂停

30 天导入计划

第 1 周：完成 Company Pack

第一版。先不要追求完美，只要能覆盖主推产品、USP、认证、案例和红线。

第 2 周：完成 Industry Pack 第一版。选择 1 个核心行业或 1 条产品线，先定义客户类型和开发角度。

第 3 周：用 20 个真实客户测试。每个客户都记录客户类型、证据、开发角度、邮件结果和后续回复。

第 4 周：复盘并更新 Pack。把有效话术、错误判断、客户异议、风险信号补回 Pack。

第一次导入时不要做什么

- 不要一开始就试图覆盖所有产品线。
- 不要把官网介绍原样塞进 Pack。
- 不要只收集“我们有什么”，要收集“面对不同客户应该怎么说”。
- 不要让 AI 自己猜企业红线。
- 不要忽略 CRM 复盘，否则 Pack 不会越用越准。

最小可行导入清单

如果时间有限，至少准备以下材料：

- 3 个主推产品
- 每个产品 3 个核心 USP
- 3 个典型客户类型
- 3 个成功案例
- 5 条不能承诺的红线
- 10 个真实客户网站
- 5 封历史优秀邮件
- 3 个常见风险场景

导入完成后的标准

一个合格的定制 Pack，不是资料填满，而是能让 TradeCubic 完成以下动作：

- 看到客户网站后，能判断客户类型。
- 能说明判断依据。
- 能推荐开发角度。
- 能调用企业自己的 USP。
- 能避开企业沟通红线。
- 能识别高风险邮件。
- 能留下 CRM 复盘标签。

结论

定制 Pack 是 TradeCubic 的长期价值核心。它让 AI 不只是“会写”，而是越来越懂企业的产品、客户、市场、风险和团队经验。