

Snovio

教程

10

个

客户开发信

思维模型详解

From: Camron Williamson

To: Sophie Watkins

Subject:

Send

10个 客户开发信 思维模型详解

写一封得到回复的客户开发信并不像看起来那样简单。

开发信的每一行内容都很重要，应该力求做到吸引目标客户的注意力。为此，Snov.io汇编了10个强大的思维模型将客户开发信结构化地呈现。

我们的市场团队汇编的这本电子书，集合了他们在邮件营销领域多年的经验积累，Snov.io实验室团队收集了全球各地各个行业的市场人员在邮件营销领域的最佳做法，诚意奉上。



目录

01

个性化沟通

开发信中的AIDA模型

02

直击要点

开发信中的BBB模型

03

建立形象

开发信中的BAB模型

04

戳中痛点

开发信中的PAS模型

05

学会提问

开发信中的QVC模型

06

表达善意

开发信中的PPP模型

07

突出亮点

开发信中的SCH模型

08

调动情绪

开发信中的SSS模型

09

欲擒故纵

开发信中的BYAF模型

10

经典套路

开发信中的RDM模型

个性化沟通

开发信中的AIDA模型

(ATTENTION - INTEREST - DESIRE - ACTION)

最常见的文案写作模型AIDA，这个模型也是市场营销广告当中的经典思维模型，同样适用于客户开发信。这个模型专注于特定读者。使用这个模型来写开发信，你的邮件将变得更加个性化，更以收件人为中心。此外，基于AIDA的电子邮件看上去不像是群发式的，而是像一个人对另一个人的私人沟通。

下列是AIDA模型元素：

Attention – 注意。用开发信标题或开头的句子吸引客户的注意力。要做到这一点，你首先要对客户画像有一个明确的认知，需要分析你目标受众，才能够确定他们注意到您的信息。

Interest – 兴趣。成功地吸引了客户的注意力以后，紧接着要吸引他们的职业上的兴趣或个人兴趣。突出他们的痛点

Desire – 渴望。列出你提供的所有好处，并描述价值。通过设计社交证明（客户好评），充分利用稀缺性效应，唯一性，让客户感知到你提供的整个报价的价值。

Action – 采取行动。引起了潜在客户的注意，激起了他们的兴趣，并及其了他们的渴望，现在该通过要求采取具体行动来把开发信结尾了。开发信中的语言要简练清晰，不要同时提出太多要求和选项。

我们看一下下面的开发信用了AIDA的思维模型：



Save Time. Get Leads.

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hi Stephanie,

We know it's not easy finding relevant leads.

Staying ahead of your competition, especially in the restaurant industry, is essential. Time as to be spent every single day to make sure you make the right decision and stay on top.

Efficient. Reliable. Trustworthy. These are just a few things you become when you don't have to spend hours looking for leads. [Snovio](#) is here for you. A cold outreach solution you've been looking for.

Let us help you get back into rhythm. Your time and effort deserve to be matched with the prowess of Snovio. [Try it for free now.](#)

← ATTENTION

← INTEREST

← DESIRE

← ACTION

请注意这封邮件的简短性。这个开发信完美地阐释了开发信的一大原则-邮件越简洁越好，从而增加收件人完整阅读邮件的机会。说起简洁，让我们看看下一个思维模型。



撰写开发信

直击要点

开发信中的BBB模型

(BRIEF - BLUNT - BASIC)

邮件越简洁越好。人们喜欢简洁和简单的文字内容。我们应该排除所有不必要的形容词。不要堆砌看起来高大上的英文单词。你可以根据以下原则构建您的BBB邮件：

Brief – 简洁。 邮件篇幅尽可能短。行业调查发现较短的客户开发信可以缩短收件人回复邮件的时间。

Blunt – 直入主题。 列出您必须提供的内容以及这些内容为什么对客户有价值。

Basic – 保持简单。 请勿使用过于复杂的英文单词或句子结构。时刻记住要收到此邮件的人的心理。

客户开发信应该避免啰嗦冗长。本书介绍的客户开发信思维模型能够帮助您撰写简洁的邮件，邮件内的每个单词都必须带来价值。



*LINK: Aral, Sinan and Brynjolfsson, Erik and Van Alstyne, Marshall W., Harnessing the Digital Lens to Measure and Manage Information Work (November 16, 2010).

您的邮件为了体现简短可以如下所示：



Getting tired

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hi Mark,

Lead sourcing can be tiresome.

Let Snovio carry thar burden for you.

Fast access to email addresses along with job positions, email verifier, free email tracker extension and so much more.

[Take the chance](#). You won't regret it.

BASIC

BLUNT

BRIEF

我们用大约40个英文单词表达了自己意识到潜在客户的主要痛点，介绍自己的业务以及我们所做的事情，并激发了潜在客户采取行动。没有其他多余的内容。



使用该模板撰写开发信

建立形象

开发信中的BAB模型

(BEFORE - AFTER - BRIDGE)

BAB 模型用于对你的客户提供一个特别的报价，满足他的需求。

Before – 描述你的潜在客户面临的挑战。一定要只列出你的产品或服务可以减少或解决的问题。

After – 向他们展示这个问题解决了以后带来的价值。如果有特定的统计信息或数据能更好地描述这些价值，可以用数据来说明，更具说服力。

Bridge – 连接。说明你的产品或服务如何帮助他们连接到未来这个状态。

为了获得最优的效果，你现在就可以练习，用上面的每一个元素写一个简短的段落。不要忘记号召性用语。

这个思维模型在客户开发信中很受欢迎。它之所以有效，是因为它基于弗洛伊德式的愉悦原则，根据这个心理学原则，人类本能地寻求乐趣并避免痛苦。这是激励人们采取行动的两个主要原因。



*LINK: Laplanche, J. and Pontalis, J. (1988). The Language of Psycho-analysis.

看一下示例：



Quality leads problem

1 message

Michael Peters Mjpeters@gmail.com

to me

Hi Michael!

← BEFORE

Making sure a lead is good is not an easy task. High bounce rates, invalid emails, and catch-all email addresses are slowly bringing you down?

There is an easy solution to this problem that plagues so many start-ups. You can clean your email lists and verify your leads the moment you find them. ← AFTER

Look no further than Snovio. Easy-to-use, fast, and efficient, [Snovio](#) is a lead generation, verification and tracking solution you need. ← BRIDGE

Make sure to check out [the services](#) if you want to finally leave your lead problems in the past.

CTA ↗

通过使用BAB模型，你可以将以产品为中心的开发信转化为以客户利益为中心的开发信，吸引潜在客户，并让他们做出行动。



使用该模板发送营销邮件

戳中痛点

开发信中的PAS模型

(PROBLEM – AGITATE – SOLVE)

与BAB模型类似，PAS模型核心在于确定客户的痛点。但是，这个模型的不同在于，你没有在为客户的问题描述解决方案，而是在客户的伤口上撒盐。它是这样的：

Problem – 确定客户的一个痛点。

Agitate – 通过具体的例子，个人经验或事实证明来加强描述客户的痛点。

Solve – 在这个阶段，描述你的解决方案，力图成为客户的救星！

PAS公式之所以有效，是因为疼痛比愉悦更能激发动机。人们做一些事情来获得积极的回报，比采取一些措施来避免可能的负面后果的可能性更大。如果能让客户想象他们的问题会变得更糟或影响他们工作、生活的其他方面，将促使他们寻求解决方案。

下面是一个PAS模型的开发信例子：



Been there, have a solution

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hello Lauren,

PROBLEM

Buying leads to jumpstart your new local business sounds like a great idea. It's a bit pricey, but you still order them from one of the mainstream providers, go through the data and start making phone calls. By the time you reach the list, you've probably already realized that the list you bought is useless.

AGITATE

Let us help put your frustration to rest with Snovio. Snovio was designed to help businesses and individuals in need of a reliable, fast and efficient way to generate quality leads and verify them.

SOLVE

Get started now! [Generate leads](#) or [verify emails](#) with our free and easy-to-use Snovio chrome extensions or visit [Snov.io](https://snov.io) for more tools and info.

你提出的问题必须具有煽动性，必须给您的客户带来足够的挫败感，以促使他们采取行动。但是同时注意，要确保你的产品能够完全解决这些问题，不要描述你的产品或服务无法解决的问题激怒潜在客户。



撰写开发信

学会提问

开发信中的QVC模型

(QUESTION - VALUE PROPOSITION - CALL TO ACTION)

您是否知道以问题开头的邮件有助于吸引收件人的注意力？在此模型下，我们建议您将开发信邮件保持在3到5个句子之间。如果您不知道如何管理这项复杂的任务，请使用以下有用的QVC公式。

Question – 问题。这里的问题指的是，在开发信中直接提出问题，并提出与您的报价和客户的痛点密切相关的问题。

Value Proposition – 价值主张。这里的价值即传达您的核心信息，并着重强调让您在其他所有人中脱颖而出的原因。

Call To Action – 号召性用语。邮件的最后一点应该具有很强的让用户产生行动的信号。使用引起呼吁的结束式号召性用语，让用户产生行为。

就像BBB模型一样，QVC模型的开发信应该简洁而富有力量。注意每个英文单词的斟酌使用。让我们看一下这个例子：



2021 is all about efficiency, Patrick!

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hello Patrick,

QUESTION

Do you ever wish there was an easy way to save emails from websites?

VALUE PROPOSITION

Snovio created a Chrome extension that makes saving emails from websites, social networks and search results not just possible, but super efficient.

If you want to find a solution to your lead generation troubles and make collecting emails easy, give Snovio a chance by responding directly to this email or check out all the platform's tools [here](#).

CALL TO ACTION

这是从一开始就吸引您的潜在客户的最有效的思维模型之一。你可以尝试使你的开发信阅读起来更轻松-让它更像是一个友好的建议，而不是拼命尝试引起客户关注。



发送营销邮件

表达善意

开发信中的PPP模型

(PRAISE – PICTURE – PUSH)

PPP 模型之所以有效，是因为心理学再次发挥作用：人即使受到不认识的人的称赞，也会释放多巴胺，从而改善情绪。

Praise – 通过以某种方式真正赞美您的潜在客户来开启你的邮件。听赞美的话会激活人的情绪，这可以让开发信旗开得胜。

Picture – 图片。用图片来建立因果关系，清晰地展示你的产品或服务如何帮助您的潜在客户。当您解释因果关系时，潜在客户会更信任你和你的卖点。

Push – 通过提供简单的报价来激发客户的好奇心，但不要详细说明所有好处。提供足够的信息来激发潜在客户的兴趣并推动他们采取行动就好。



*LINK: Izuma, Keise et al., Processing of Social and Monetary Rewards in the Human Striatum (24 April 2008), Neuron , Volume 58 , Issue 2 , 284 - 294

这是我们使用此PPP模型创建的开发信的示例：



Sales & marketing budget solution

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hi Robert,

PRAISE

Medical device business has become much more crowded in recent years, yet your company seems to have grown and become one of the leaders in the market despite competition. Kudos to you, and congrats on your recent award!

As one of the industry's leaders, your sales and marketing departments are likely to be getting a big slice of the budget. Snovio can help you save money and time by automating the tasks like lead generation, email verifications, campaign sending, and follow-ups. This means more resources, more closed deals, and more profit.

PICTURE

If you're interested, you can [try the all-in-one solution](#) for free now, or get back to me about a demo.

PUSH

我们看到许多营销人员在使用这个模型时遇到的一个常见错误是没有对“赞美”元素投入足够的精力和研究。这是影响您的潜在客户决定的主要原因。一定要确保赞美是真诚的，恰如其分的，而不是空洞的赞美。不要夸大其词—仅指出一两个要点，可以使您的潜在客户脱颖而出的亮点就可以了，不要让人听起来太附和。



使用该模板撰写开发信

突出亮点

开发信中的SCH模型

(STAR - CHAIN - HOOK)

SCH 模型最初是为广告信息设计的。这个模型类似于AIDA模型的元素，但关键部分更具特色。步骤如下：

Star – 介绍你的明星亮点：您的想法，服务或产品。让您的开发积极吸引客户。

Chain – 提供一系列有力的事实，优势和原因，您的明星亮点会改善您的客户的现状。这部分旨在使客户的注意力变成兴趣，然后变成欲望。

Hook – 钩子。用强大的号召性用语抓住客户。

Chain 是您应关注的核心元素。它应该提供足够的信息来支持您的明星亮点和钩子。这些内容可能是唯一的数据，可信赖的数据来源，客户推荐，案例研究或重要的案例。

该模型的运作方式如下：



An improved outreach solution

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hello Peter!

STAR

Finally, an easy-to-use, all-in-one email outreach solution.

Generate leads, verify your prospect lists, send out drip campaigns, and track individual emails, all within a single platform. No more switching between multiple pricey solutions - save your time and budget without sacrificing the quality. Save up to \$20k on outreach, the numbers don't lie ([here's](#) an article they've created with the calculations).

CHAIN

Snovio is exactly what a tech startup like yours needs at the beta stage. And they're offering a lifetime deal on AppSumo right now. What better time to [check them](#) out?

Cheers,
Michael

HOOK

这个模型之所以强大，是因为它可以在您的开发信带来很多创造性，因此非常适合尝试新的非常规创意。为了获得更好的转化，可以添加有关任何当前折扣或优惠的信息，这些信息将说服您的潜在客户更快采取行动。



使用该模板发送营销邮件

调动情绪

开发信中的SSS模型

(STAR - STORY - SOLUTION)

SSS 模型包含下列各元素:

Star – 介绍你的明星亮点。可以是您的想法，产品，服务或新功能。

Story – 故事。在本段中，讨论明星面临的问题。让故事显得连贯，有吸引力。。

Solution – 解决方案。描述事实证明这是明星的制胜法宝。

你描述的故事不需要太过夸张。只需要尝试找出客户的问题并激起他们的感受。这将使你的解决方案脱颖而出。

下面是SSS模型在开发信中的运用：



Can help with the leadgen problem

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hey John,



Our company has just turned two, and, as you can expect, recruiting and outreach are our two biggest focuses right now. Usually, a company like ours would be burning through the budget searching for the best job candidates and potential clients. We know this killed many a startup.



Thankfully, we ourselves have created a solution that doesn't just get the job done, but also helps us save time, money, and human resources. We found a way to bring together everything you might need for outreach under one roof - lead gen, email verification, triggered campaigns, and scheduled follow-ups. We even offer an email tracker that integrates into your Gmail.



This way we found a way to save thousands of dollars and make our outreach more efficient. And we know a solution like this can be useful for you too. Would you be interested in a [demo](#) or a [call next week](#)?

Best regards,
Michael Peters from [Snovio](#)

如果你没有很多文案或邮件营销经验，可以对邮件内容进行测试，让同事提意见，获得他们对Story元素的反馈，以确保故事具有说服力和真实性。



发送营销邮件

欲擒故纵

开发信中的BYAF模型

(BUT YOU ARE FREE)

BYAF是一种非常简单但非常有效的获得客户回复的心理战术。

要使用这个心理方法，只需要在开发信中表达出客户可以[自由拒绝](#)您的报价或请求。多项独立的心理学研究在22,000*多名参与者中证明了心理策略的有效性。其实，通过让客户有说“不”的自由，你可以获得更高的客户回复几率。就是这么简单！



*LINK: Christopher J. Carpenter (2013) A Meta-Analysis of the Effectiveness of the “But You Are Free” Compliance-Gaining Technique, *Communication Studies*, 64:1, 6-17.

BUT YOU ARE FREE

BYAF模型非常简单-只要添加“BUT YOU ARE FREE”元素，你的开发信就可以按下面的方法来写：



Just the right thing for your startup, Marissa

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hey Marissa,

Your company is one of the most promising startups we've ever come across and we really hope you succeed. To help you with that, I want to tell you about a great way to find verified leads and turn them into clients faster to help your startup keep outreach efficient.

Snovio is an all-in-one email outreach service with multiple tools for all your marketing and sales needs. We can help you save thousands by offering tools like email finder, email verifier, triggered drip campaigns, and email tracker under one roof and one affordable plan.

If you're not interested, no worries! If you want to explore what else Snovio has to offer, you can visit [our page](#) or reply to schedule a demo. We'll be happy to answer any questions.



BUT YOU ARE FREE

这是我们自己最常使用的模型。它不需要太多的详细计划或结构-BYAF元素不会在客户开发信中引来客户的反对，因为它减轻了客户正面回复或对你的要约采取行动的压力。这也使你在潜在客户的眼中更加友好。



使用该模板撰写开发信

经典套路

开发信中的RDM模型

(THE READER'S DIGEST MODEL)

这个模型基于约翰·卡普尔斯（John Caples）在经典著作《Tested Advertising Methods*》中对《读者文摘》文章结构的研究。

据他介绍，最好的文章都有一些共同点：

- ✦ 事实为先 (fact-packed)
- ✦ 言之有物 (specific)
- ✦ 不过度使用形容词 (few adjectives)
- ✦ 具有对话性 (telegraphic)
- ✦ 能够引起客户好奇 (arouse curiosity)

确保你的开发信符合上面的所有要求，虽然这些标准在英语表达中是老生常谈，但的确非常有效。



*LINK: Caples, John. Tested Advertising Methods. 1974.

下面是用于RDM模型用于开发信的方法：



Your business deserves the best when it comes to email marketing

1 message

Michael Peters mpeters@gmail.com

to me

Hello Diane,

Success in marketing can make or break a business. Time to make the switch to Snovio, an outreach service to help with all of your email marketing needs.

With Snovio you can:

- Improve your leadgen process with fast access to email addresses with job positions
- Verify emails by one, in bulk, or through API
- Discover company profiles
- Send drip campaigns and automated triggered follow-ups
- Find out when your emails are opened right in your Gmail

Snovio is the only service on the market that takes care of all your marketing concerns. Trust us to take your business to new heights. Are you open to a [call](#) this Thursday?

Best regards,
Michael Peters

TELEGRAPHIC

SPECIFIC

FACT-PACKED

FEW ADJECTIVES

AROUSE CURIOSITY

在使用这个模型写开发信的同时，别忘了加入号召性用语（CTA），以最大化客户回复邮件的几率。



使用该模板发送营销邮件

写高转化的客户开发信并不简单，但其实你不需要重复造车轮子。

使用下面的10个经过验证的模型来提高你的客户开发信的可读性，带来更多客户询盘，与客户建立深入的关系。

祝你好运！



[查看所有开发信思维模型](#)

感谢您下载本电子书。我们投入了很多时间和精力编辑本书，如果您喜欢，请分享给您的同事和朋友，并关注我们的社交媒体账号：



© 2021 Snov.io

