



• 软件 / SAAS • 获客资料

Demo 日历拆解报告

增长最快的跨境 & 供应链 SaaS，是如何用领英把 Demo 日历排满的

适用于向电商与供应链买家销售的软件 / SaaS 创始人。

China Wins Global 出品 • 赢

深圳 • 广州 • 义乌

SHENZHEN • GUANGZHOU • YIWU

— 这份报告解决的问题

大多数跨境 SaaS 创始人，手里有一款买家会喜欢的产品——却有一个空空如也的 Demo 日历。差距几乎从来不在产品，而在于：创始人的领英形象没能把"关注"变成"预约 Demo"。这份拆解，展示了那些真正把日历排满的人所用的确切结构。

— 第一部分 —— 能带来 Demo 预约的创始人主页

在外联上，你的个人主页效果是公司主页的 10 倍。请这样搭建：

1. 标题 = 结果，而非品类。

弱："Founder at [Company] | SaaS for logistics" 强："I help e-commerce brands cut fulfillment errors 30% — founder @ [Company]"

1. 精选区 (Featured) = 让 Demo 一键可达。

置顶一个 90 秒的产品演示视频和一个"预约 Demo"的链接。绝不让一个热线索去到处找。

1. About 区 = 买家的 before/after (前后对比)。

第 1 行：痛点。第 2 行：达成后的状态。第 3 行：佐证。第 4 行：如何开始。

1. 横幅图 = 你的价值主张 + 一个数据。

这是大多数创始人白白浪费的免费版面。

— 第二部分 —— 为买家"预热"的内容

每周发 3 次，围绕以下三条主线，让买家在你私信之前就已经见过你：

- **洞察类帖子** —— 对买家所处世界的一个犀利观点（如"为什么大多数库存预测都是错的"）。建立权威。
- **佐证类帖子** —— 一个客户成果，带截图或数字。建立信任。
- **产品情境帖** —— 展示产品解决某一个具体痛点（不是功能罗列）。激发渴望。

有效的配比：每周 **2 洞察：1 佐证：1 产品**。

— 第三部分 —— "私信到 Demo"的话术序列

以下序列能稳定地带来 Demo 预约（请替换占位符）：

消息 1 —— 带上下文的连接请求

模板

Hi [NAME] — saw [COMPANY] is scaling [relevant area]. I build tools for exactly that problem. No pitch, just thought it made sense to connect.

消息 2 —— 给价值，2-3 天后（仅在对方接受后）

模板

Not here to sell you. We just published [insight/benchmark] on [their pain] — [link]. Thought it might be useful given what you're working on.

消息 3 —— 温和的 Demo 邀约，在任何互动之后

模板

Since [pain] is on your radar — want me to show you in 12 minutes how [COMPANY] could [specific outcome]? I'll tailor it to your setup, no generic tour.

消息 4 —— 体面的收尾

模板

All good if the timing's off — I'll leave you the [resource] either way. Door's open whenever [pain] gets loud.

规则：消息 1 绝不推销。绝不要 30 分钟——只要 12 分钟。Demo 永远针对他们的具体情况定制。

— 第四部分 —— 6 项自检

给你现在的设置打分（是 / 否）：

1. 你的标题是否写明了一个结果和一个数字？
2. Demo 链接是否距离你的主页只有一次点击？
3. 你最近 7 天内是否发过帖？
4. 你是否有一个带截图的客户成果在主页上？
5. 你的私信开场白是否毫无推销味？
6. 你要的是 12 分钟，而不是 30 分钟？

"是"少于 4 个 = 这就是日历空着的原因。

赢

想让我们把这套东西搭成一个持续运转的引擎——主页、内容、私信序列，让你的 Demo 日历一直排满？回复你收到的这封邮件。