

北美市场进入公开资料可理解性检查样板

Public Materials Readability Sample for Canada & North America Market Entry

用途：帮助企业检查英文官网、公司介绍、产品资料和 FAQ，是否能被本地客户、合作方、搜索引擎和 AI 工具清楚理解。本资料属于市场进入准备中的辅助材料，不是网站优化服务。

一、适用场景

- 1 企业准备进入加拿大、美国或北美市场，需要整理英文公开资料。
- 2 企业已有官网、产品页、公司介绍或 Pitch Deck，但本地客户和合作方仍然看不清业务重点。
- 3 企业准备联系 Distributor、Dealer、Installer、Retailer、Integrator 或本地服务商。
- 4 企业需要让公开资料清楚说明公司是谁、产品是什么、进入哪个市场、需要什么合作。

二、检查维度

检查项	需要回答的问题	建议输出
公司身份	访问者能否快速理解公司是谁、所在国家、业务范围和目标市场？	英文公司简介、加拿大 / 北美市场说明、联系人信息。
产品类别	访问者能否判断产品属于什么品类、解决什么问题、适用哪些场景？	产品一页纸、规格表、应用场景说明。
市场进入语境	资料是否说明企业正在准备进入加拿大、美国或北美市场？	市场进入说明、当前阶段、目标客户和合作方向。
合规与进口责任	资料是否避免过度承诺，并说明需要进一步确认的认证、进口和责任问题？	合规状态说明、IOR / 清关问题清单、免责声明。
本地服务准备	资料是否说明交付、安装、售后、退换货、备件和客服安排？	本地服务准备说明、合作资源需求清单。
合作沟通路径	访问者是否知道下一步应该联系谁、提交什么信息、期待什么沟通？	CTA、联系邮箱、提交表单、资料下载入口。

三、25 个快速自查问题

- 1 首页是否在 10 秒内说清企业是谁？
- 2 首页是否明确说明目标市场是加拿大、美国或北美？
- 3 公司介绍是否能被非中国背景的本地合作方理解？
- 4 产品类别是否清楚，而不是只写技术名词？
- 5 产品使用场景是否有真实图片、说明或案例？
- 6 是否说明适合哪些客户、渠道或应用场景？
- 7 是否列出基本规格、尺寸、重量、包装和型号信息？

- 8 是否说明已有认证、测试报告或当前合规状态？
- 9 是否避免使用“已符合北美全部法规”等无法证明的表述？
- 10 是否说明进口、清关、IOR 或本地责任主体仍需确认？
- 11 是否说明保修、退货、维修、备件和客服安排？
- 12 是否说明是否需要安装、调试、培训或现场服务？
- 13 是否有英文 FAQ 回答本地客户常问问题？
- 14 是否有渠道方可转发的产品一页纸？
- 15 是否有清楚的 MSRP、MOQ 或价格沟通逻辑？
- 16 是否有本地展示、Demo 或 Pilot 的说明？
- 17 是否有渠道合作方式说明？
- 18 是否有联系方式、联系人、邮箱或表单？
- 19 是否说明下一步沟通需要提交哪些资料？
- 20 是否使用本地客户能理解的英文表达，而不是直译中文宣传语？
- 21 是否避免过多内部愿景、口号或空泛故事？
- 22 是否有结构化的标题、小标题和 FAQ？
- 23 搜索引擎和 AI 工具能否从公开内容中理解公司定位？
- 24 合作方是否能判断项目当前阶段和可讨论范围？
- 25 看完页面后，访问者是否知道下一步该做什么？

四、建议资料包结构

资料	用途	备注
英文公司介绍	让本地客户和合作方理解企业背景。	避免只翻译中文宣传语。
产品一页纸	用于渠道、服务商和行业伙伴快速了解产品。	建议包含规格、应用场景和合作方向。
合规状态说明	说明已有证书、测试报告或待确认事项。	不要过度承诺。
进口与 IOR 问题清单	帮助内部先厘清进口责任和清关资料。	正式推进需结合专业机构确认。
本地服务准备说明	回应安装、维修、配件、保修和退货问题。	渠道方通常会关注。
FAQ	减少重复解释，让本地读者快速理解。	适合放在官网或资料包中。

五、使用建议

这份样板不要求企业一次性补齐所有内容。更合适的做法是先检查公开资料中最容易让本地客户和合作方困惑的部分，再按市场进入阶段逐步补充。对于认证、进口、税务、保险、合同和专业合规事项，应结合对应专业机构意见确认。

联系：info@ccbonline.ca | www.ccbonline.ca