

# 机器人打电话开展商业营销外呼

|      |                                      |
|------|--------------------------------------|
| 产品名称 | 机器人打电话开展商业营销外呼                       |
| 公司名称 | 杭州黑斑马信息技术有限公司                        |
| 价格   | .00/个                                |
| 规格参数 |                                      |
| 公司地址 | 杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址） |
| 联系电话 | 13386531520                          |

## 产品详情

这种集中处理的方式看似完美，从源头杜绝，但有一个绕不过去的难题——举证难。

如果对每通电话都录音，则手机存储是瓶颈，而在接电话之前并不知道是否是营销电话，挂了电话之后又无录音提供证据，“证明是”成了新的难题。

后者，以呼叫数量和价格差异甄别在技术上实现鉴别，

2018年5月，浙江省宁波市海曙区检察院委托统计事务所，开展“宁波市居民受广告推销电话影响情况”的专项社会调查，调查者认为“运营商在后台是不难识别出的，一个号码天天呼出几百、上千次，肯定不是正常的业务；另外，从结算费用异常上也能进行识别，结算费用比普通电话往往会高出很多”。

呼叫过于频繁的号码，目前已是监管部门要求电信运营商关注的对象。这一标准或甄别方法仍需要具体分析——过于频繁如何界定？一对异地恋人闹别扭，多打几通电话也是骚扰？一家有众多客户的公司，经客户同意频繁发送信息，并与电信运营商有价格优惠协议，也能算是骚扰吗？

用一个标准，一刀切，同样会伤及无辜。

《整治方案》也提出要求，开展商业营销外呼的，应当征得用户同意，建立用户白名单并留存相关依据资料，规范外呼时段、行为等，不得对用户正常生活造成影响。用户明确表示拒绝后，不得继续向其发起呼叫。

如何标记用户明确拒绝，一家广告主拒绝了，还有其他广告主，如何实现数据联动？

一切行为皆有因，一切行为可追溯。这一点，目前的电话机器人反而是一种优势。

回归到营销电话区别于的三个要素：用户意愿、营销内容、拨打频率。

依托大数据和人工智能技术的电话机器人，将用户信息、营销内容、通话情况，全部在线化、数据化，从而使得标记用户意愿、定向营销内容、监控拨打频率成为可能，也让监管举证变得更容易。

电话机器人厂商之间数据脱敏、联动，实现平台级、行业级、公司级的三级频率控制，另一方面根据存量数据提取用户标签，让电话打到真正需要的用户那里，减少资源浪费。

行业内一些有底线、有责任感的电话机器人厂商，在电话机器人底层平台上增设反骚扰过滤措施，同时也在积极寻求政策的监管。

毕竟监管规范电话机器人厂商，比监管每个广告主要容易的多。

电话营销，是商业手段，是一种产业，有市场需求，能带来客户。电话营销能成为一种行之有效的营销方式，从经济角度来讲，这是供需双方的共同选择。