

电话机器人录音后续的转化流程设计

产品名称	电话机器人录音后续的转化流程设计
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

果说，上面两类凉了的客户是出于天灾人祸，不作不死，那么接下来的故事，可能会让你更加认清电话机器人的本质。从上面两个例子你看到了，电话机器人虽好，但也不能包治百病，如果你本身所处夕阳行业，自己又不守规矩，那么别说机器人了，超人都不好使。。但有这么一类行业，属于朝阳行业，国家也特别支持，但依然吃力不得好。。。这个行业就是教育。按理说，教育客户应该是非常适合使用电话机器人去自动筛选意向的，话术无非就是“我们这边有清华北大的老师开了个xx课，您家孩子是否要试听看看？”从我们后台的对话结果来看（我们会提供这则录音），效果其实还是非常不错的，不少通话都打出了1分多钟的通话时间，这说明，家长不仅不排斥，反而还有那么一些兴趣从黑斑马电销后台截取的通话结果

这样看来，教育行业的效果并不差啊，问题出在了哪呢？

其实问题显然不在这里，黑斑马电话机器人的确能给教育客户供应稳定的教育客户线索，但客户更多的只是不排斥试听 但至于会不会报班买课掏钱，还离着十万八千里远。我们曾经亲眼见到有一个线上班接待了超过200名家长的试听，而*终报班的家长只有一位。。。我们想来想去，除了课程质量糟糕、老师不行、或者家长太挑以外，更可能的原因是缺乏长期的有效跟进策略，因为现在教育行业竞争这么激烈，家长的报课选择其实很多，所以各家的课程差异化就很重要。由此可见，教育行业想要成单，光有前面的引流还不行，能不能吸引、留住和转化家长用户们，也要看各家的本事。单纯的打个电话约个时间试听还不够，远远不够。这个行业需要更精细化的运营手段。所以现在所有的教育行业类客户，在电话机器人打完线索之后，都会先加上微信，唠上一阵子，期间各种资料、案例和试听课程自动定时分发给家长，每一次家长的咨询、点击以及回复等行为都会被自动记录，再*时间对其进行转化，这种即时性的、基于家长行为的转化方式显然比之前简单的试听高明的多。但能认识到转化流程问题的教育类公司并不多，多数还是依然一心死磕引流而无视运营留存，这些教育公司，在我们这里也凉了不少。从上面的3钟不同行业公司的特定“凉”法，你可以看出，电话机器人仅仅在引流环节能发挥奇效，但也仅仅是引流环节，留存和转化就是另外一回事了。所以很多客户在和我们黑斑马接触的时候，也对我们的机器人抱有不切实际的幻想，以为有了我们的机器人，就可以全自动、全流程转化客户，自己躺着收钱就完了。实际上，电话机器人的确可以非常好填补你的客户流量池，作为冷启动是手段，但后面的运营和跟进转化，则非常考验各家团队的综合能力。我们黑斑马作为电话机器人厂商里头比较实在的，和

大家说句大实话，电话机器人这东西，代替人工能的确省不少功夫，个别行业也的确有奇效（比如金融、医美、游戏、电商、B2B和培训），为什么这些行业可以？因为这些行业的人群需求相对明显，比较容易挖掘，无非吃喝玩乐个人成长花钱变美，我们的人群资源库里有非常清晰的标签可以进行用户画像的定位，所以说到底，电话机器人只是个效率工具，如果你的客户电话本身没需求，或者你自己的转化流程也很低效，那么不要指望抱一个机器人的大腿。。。但这个问题并非无解。读到这里的朋友，我相信绝大多数人都应该意识到了一点：机器人虽好，但人群号码和后续的转化流程设计更重要，否则再好的机器人也是白搭。电话机器人只是交个朋友，要实实在在的增长，除了引流之外，留存和转化同样重要。别问我为什么知道，因为我们自己吃过这个亏。。