国内工厂与贸易商 · AI 询盘接待与初筛

咨询太多太杂？让 AI 先聊先筛，再交业务员。

通过 AI 自动接待和持续沟通，从大量混杂咨询中识别值得跟进的采购需求，把判断依据、客户信息和跟进任务交给业务员。

咨询来源多，辨别意向耗时

共同难题是逐个聊天、逐个判断

- 社媒矩阵、官网、线下铺点、广告等
- 问价、目录、闲聊与采购需求混在一起
- 业务员需要时间辨别谁值得跟进
- 当前接待场景：WhatsApp

询盘接待与跟进流程

AI 在聊天中初筛，业务员带着依据接手

- 咨询进入：AI 答疑、了解需求
- 初筛分层：采购条件与原话依据
- 团队跟进：交接、认领、记录进展
- 再次建联：历史需求与采购时机

30 亿+ WhatsApp 月活跃用户

平台背景：Meta 2025 年第一季度披露的历史节点。

来源：Meta 2025 年第一季度财报电话会（点击查看）

产品演示 · 从聊天到有据可查的询盘

先聊清楚需求，业务员再带着依据接手。

先回答，再聊清楚采购条件

采购客户

想了解纸盒包装。

AI 接待

您需要什么规格，大概多少件？

采购客户

预计 2000 件，下月采购，尺寸还在确认。

需求记录

数量 2000 件，采购时间下月，尺寸待确认。

客户画像与有据初筛

已知信息：采购数量、计划时间

待核实：具体尺寸、产品适配、交货要求

建议动作：补齐关键条件后按企业标准分流

客户卡片汇总需求摘要、优先级、支持依据、缺失信息与建议动作。信息不足不等于无效；排序分数不作为成交概率，客户礼貌回复也不直接算采购机会。

企业专属规则 · 业务员协作

懂你的产品，也懂你的筛选标准。

企业专属知识与训练

由有经验的业务员确认接待标准

- 搭建台：产品知识与回复要求
- 训练场：有效询盘、补问与接管规则
- 用正反案例试聊并修正判断
- 确认和测试后发布，支持回退

每家企业独立管理知识、规则、案例和发布版本。资料先整理成可确认内容，批注先形成修改草稿，再完成测试和发布，不会未经确认改变客户接待。

草稿 → 确认 → 测试 → 发布 → 回退

团队分配与统一沟通

值得跟进的询盘，交给合适的人

- 按产品、语言、归属或负载分配
- 老客户再次咨询衔接原负责人
- 原话与译文、备注和待办统一查看
- 接手后停止冲突的 AI 自动发送

业务员接到的是需求与依据，不只是一串号码。工作台记录分配、认领、接手、超时和退回补充，支持查看回复人及处理历史；高级分配和团队管理按版本配置。

人工接手、客户归属、意向优先级和消息结果分别管理。分配完成不等于业务员已经接手。

持续跟进 · 老客激活 · 数据管理

每一次重新联系，都有具体的业务理由。

未回复跟进与老客激活

针对不同阶段，安排不同的联系理由

- 新咨询中断：围绕未完成的问题跟进
- 已成交老客：了解续单与补货需求
- 历史未成交：结合暂停原因重新破冰
- 回复、拒绝或人工接手后调整任务

跟进有范围、次数、时间和预算限制。老客激活依据可核实的历史，不能把未成交询盘当成已购客户；收到新需求后建立新的采购记录，再进入接待与交接。

客户数据与经营看板

看清筛选质量，也看清团队跟进

- 接待、初筛、接手与后续进展可追踪
- 人工复核有效询盘与漏筛情况
- 客户、知识和规则按企业独立管理
- 权限、号码脱敏、交接与操作记录

看板从实际询盘和事件汇总，显示观察期及数据覆盖。后续扩展报价、样品和订单阶段；成交以确认的订单事实记录，不凭聊天预测收入，不用无依据的漏斗数字充当效果。

共同观察：初筛耗时、人工确认的有效询盘、漏筛情况、业务员接手时长，以及激活后形成的新需求。

版本能力规划

基础接待完整保留，团队能力逐级增强。

标准版 · 先把询盘筛清楚

- AI 自动接待与有据初筛
- 客户分析、历史与专属知识训练
- 基础人工交接、老客激活与看板

专业版 · 让团队持续跟进

- 包含标准版能力
- 自动分配、未回复跟进与协作待办
- 进阶老客运营、销售阶段与团队分析

企业版 · 管理更多号码与流程

- 包含专业版能力
- 多号码、高级权限与复杂工作流
- 系统集成及可选渠道扩展

三个版本均保留基础接待、初筛、知识训练、人工交接和安全控制。套餐按 AI 用量、席位、号码与增强能力设计，具体额度、功能安排和费用在企业方案中确认。

版本能力规划，具体范围与费用在企业方案中确认。基础数据隔离、人工停发与停止联系控制不会作为付费解锁项。

首批 10 家工厂与贸易商 · 体验与共建

一起把第一轮初筛，做成业务员趁手的工具。

产品体验与能力扩展

先确认适合自己的场景，再安排接入

- 产品演示：新客初筛、训练与老客激活
- 企业共建：业务员确认规则并复核案例
- 业务试用：按约定范围分阶段安排
- 能力扩展：多号码、账号共存与可选渠道

现阶段从产品演示和业务规则共建开始。多号码、账号共存、Instagram 与 Messenger 属于扩展方向，需要单独确认支持范围和账号条件，不因展示规划就自动包含在本次体验中。

- 看一次约 20 分钟的产品演示
- 安排一位熟悉业务的人参与规则复核
- 共同观察询盘质量与业务员投入

适合咨询来源较多、人工初筛负担明显，并愿意安排业务员参与的企业。首次沟通告诉我们主营产品、最耗时间的咨询类型和希望优先解决的场景即可。

回复邀请人：想看演示

具体体验范围见配套《体验与共建说明》。首次沟通无需账号权限或客户资料。