

企业短信培训逐字稿

原始口语转录版（尽量逐字保留）

说明

本文档为逐字稿，尽量保持原始口语表达、重复语气词与现场互动顺序，不做可学习化重写。若与“修订版原文”存在措辞差异，以逐字稿记录为准。

目录

第一章 原始逐字转录	3
------------	---

1 原始逐字转录

这个啥重要？我不是。

哈哈哈，行字啊。

那先科普一下，是税率的问题。啥意思呢？

那不知道，那个得等财务通知，就是针对短信行业的，税从 6%。

要走了。等到 9%。突然一下就。

有 22 年新的政策应该是。

大家都进来了。

那咱们签的合同都是含税的呀。对呀。价格。对。是开完票对甲方有影。

讲。没有。咱。就咱们。我。今天先开会，先培训。

建哥不来。

你问问他。

这个。

做，可以做，没人。

你们在线上的能看到我的这个投屏吗？稍等，我看一眼。

能。

可以，没问题。

线上的小伙伴，大家好，然后咱们这个培训也在那个咱们的这个公司的群里发了公告了，

→ 我们差不多用 2 月，可能是主要是这一周，

→ 然后因为前后就是过年的这个前后两周可能涉及到大家，就是人员不齐，

→ 所以我们把这个前后两周空出来了，然后等 3 月份开始的时候，我们再继续按照。

我们的那个培训计划，然后来执行我们的这个授课，然后基本是整个 3 月份都会贯穿，

→ 然后每天的时间都是晚上的这个 5 点到 6 点半的左右，

→ 然后感兴趣的小伙伴都可以来线上来听。然后那我们就是从第一部分开始，

→ 我们差不多要用四天的时间来讲一下我们的这个基础的，这个短信业务的一些最基本的，

→ 这一些业务知识，然后第一块就是什么是企业短信，

→ 那首先在讲之前大家一定要了解一个事情，就是我们之前很多的这个短信，

→ 最早的时候可能没有微信的时候，我们是比如说两个人之间我们是发这种点对点的短信，

→ 你都是一种个人的行为。比如说我要联系谁，我跟他沟通什么事情，

→ 那我们之间是自己编辑短信，我发给对方的，那现在这。

→ 种个人的之间的这个点对点的短信其实已经逐步被这个微信所取代了，

→ 大家无论联系什么事情、沟通什么，都更多的是采用微信了。

然后很多人可能觉得这个短信可能已经在大家的日常生活中，就是已经不太常用了，

→ 但是有一类短信，那也就是咱们公司做的这种短信，我们称之为是企业短信，

→ 这些短信大部分是你们被动接收到的，尤其是就是这种企业，它为了给它的客。

→ 客户一些通知来给他的这个用户发的短信，我们日常最常见的，比如说我登录一些 APP

→ 的时候，或者是我登录网站的时候需要让你获取验证码，

→ 那这个时候如果你点了获取验证码这个按钮，你就会被动地接收到一条短信，

→ 那这个短信对于终端用户来说你是不需要支付费用的，但是这个企业，

→ 比如说它是这个爱奇艺，那爱奇艺是需要给运营商来支付这笔短信的。

费用的这条短信的费用，那这个就是指企业短信，其实就是一种 b to c 的，
→ 就是企业为了给他用户的一些通知需求，他发的短信，
→ 那我们就是承接这一些企业的这些短信需求，来帮助企业对他的这个最终用户来发送短信，
→ 就是这个概念大家一定要理解一下。然后我们看这一页就是整个企业短信的一个构成，
→ 从最上面说，然后我们所有的用户，你们收到的短信，大家。
→ 都可以看见上面是有这个可以叫子端口也好，然后或者是叫码号也好，或者叫通道号，
→ 就是它的叫法会比较多，然后这一块它的位长，我们先说一下这个位长，
→ 前面就以这个码号为例， 10690928 这前八位是我们的这个每个企业它都有一个码号证，
→ 那这前八位其实是一个固定的码号，每。

每个企业只能申请一个固定的这个码号，但是这个码号后面的位长我是去可以去扩展的，
→ 比如说我可以按照用户的要求，比如说这个海南航空，
→ 他说我想要的这个后面的扩展是95339，那这个是可以的，它是一个 5 位的扩展。
→ 那有的用户说我可能要一个 01124 位的，这也是可以的，
→ 就是除了前面的8位是固定的以外，后面我们都是可以扩展位。

位长的最长，这个码号的位长可以是 20 位，那这一点就是我们在跟客户沟通的时候，
→ 有些时候客户发短信，然后可能需要一些价格或者报价什么的，
→ 一般小的客户就是小企业小客户，他对这些码号或者是他后面的扩展他是没有要求的，
→ 基本上他的诉求就是我这条短信能发下去就行。但是有一些大的企业或者是这种国央企，
→ 他对。自己的这种品牌形象是很在意的，他基本上是要求我后面是有一个固定的，
→ 就是比如说我这个 95339 是要求一个按照我的这个客服电话是有一个固定结尾的，
→ 或者是有一些他对整体的这个位长也是要有要求的，
→ 所以这一块就是如果销售人员跟客户去沟通的时候，
→ 尤其是这种大企业一定要确认一下他的这个需求，对这个前面的码号有没有要求。
行，对后面的这个扩展有没有要求？甚至说对它的这个整体的位长的长度有没有要求？
→ 像我们之前就是接触到的一些客户，因为我刚才说就是整个码号它的前八位是固定的，
→ 那有些客户就要求我整体的这个码号不要超过 12 位，
→ 那你可能后面最多就是只能接4位的扩展。那还有一些用户就要求，比如说是你这个是
→ 95339 结尾的，但是你整个码号也不能超过这个。

12 位，那你就得找一个是，我想想是 9 结尾的版号才行，然后你后面接他的这个扩展，
→ 所以这个大客户他的有时候他的要求会比较多的，他大部分的诉求就是越短越好，
→ 而且是要固定的这块就是整个子端口的。
→ 然后就是我们现在可能经常在日常的工作中会听到运营侧说这个客户的签名报备、
→ 子端口报备这些，那指的。就是除了，就是我说的这些，它要跟它这个，
→ 就上面的这个子端口，它要跟它的这个签名是对应上的，
→ 然后这一块它是有一个一一对应的关系的。比如说这个子端口 169.0.2895339，
→ 这个子端口我如果报备给海南航空来使用了，那我就只能发海南航空这个签名，
→ 比如说我再想发一个昆明航空，那这种是不允许的，它必。
→ 必须是对应上一对一的对应的关系，那比如，再比如说海南航空我报备了这个 95339
→ 的这个子端口，他说我还想要个 95338 的子端口，那这种是可以的，
→ 就是反向一个签名我可以报备多个子端口，但是同一个子端口我只能对应一个签名，
→ 这个概念大家能理解吗？

可以。

这块就是一定要注意一下，它有一个反向的操作。操作，因为有些客户，
→ 尤其是现在有引流的这些那个信息的报备，
→ 你们应该也知道每个子端口是只允许有一个引流，那个一个链接和两个号码的，
→ 那这客户如果发很多的不同的这个链接号码，那我就需要给他报备很多个子端口的。
→ 但是我一旦报备下来，这个子端口就是里边的引流信息也要固定，
→ 然后我对应的这个签名也是要固定的。

逻辑就是这个签名后面它的。一个主体可以有好多，那个发不同的短信也有可能。

对，是的。

营销类的、通知类的验证码都有可能。

如果 95339 给一个小企业报备了。嗯，之前就包好了。

→ 海南航空他想要这个固定的那什么子端口号那。

可以换，嗯，这个后续如果运营给咱们就是讲这边报备的时候可以再详细地给我们说一下，

→ 是可以换的。嗯，然后这个就是上面这个子端口的概念，然后。
→ 就是一个企业只有一个码号证固定的，比如说金楼12690341，那这个就是金楼的码号证，
→ 它只能申请这一个，然后再拿着码号证去运营商的落地，运营商落地我后续再具体地讲。
→ 然后再看这个码号，
→ 说完了之后就再说下面这个方头括号里面显示的就是我们最主要的经常说的这个签名，
→ 然后这个国内的短信。你的签名一定是这个符号，那就叫方头括号，
→ 然后里面是客户的这个签名的内容，由内容和这个方头括号来组成。然后签名现在就是因为
→ 为这个报备以后他对签名现在就是各大运营商也是有越来越严格的要求了。

首先企业的全称可以作为这个签名来使用，比如说北京金楼世纪科技有限公司，

→ 我这个全称指的是什么？指的？是跟我营业执照上一模一样的这个名称，
→ 那这个全称一定是可以作为这个企业的签名来使用的，这个报备是没有问题的。
→ 然后还有就是简称，就是很多时候我们跟客户说是简称也是可以报备的，
→ 但这个简称不是简单地说，你觉得比如说北京金楼世纪科技有限公司，
→ 它的简称是金楼世纪，就是可以去报备的，简称也是有一定要求的，
→ 首先是不可以跳字的中间。比如说我金楼世纪科技有限公司，我叫金楼科技，
→ 我跳过了世纪两个字，这个首先是绝对不允许的，然后第二个就是这个简称一定要唯一性，
→ 然后这个唯一性一般是怎么判断呢？就是我们登录这个企查的这种平台，
→ 就是这种我们去搜一下，比如说搜金楼世纪，那搜出来之后有北京金楼世纪，
→ 可能还有这个山西金楼世纪，那就不具有唯一性。如果你发了这个金楼世纪这个签名，
→ 那我也不知道你。是北京金楼世纪这家公司发的，还是山西金楼世纪这家公司发的，
→ 所以这个就是简称是不成立的。但是我如果叫北京金楼世纪，
→ 不在企查的这个网站上搜索的话，它只有对应北京金楼世纪科技有限公司一家，
→ 那这个就是没有问题的，这个就是简称的唯一性和不可跳字的这个要求。

如果我们销售人员在跟客户沟通的时候，因为客户可能不太清楚这里面的规则，

→ 我们可以给客户查一下，然后引到他去就是去报备符合规定的这种签名的要求，
→ 然后第三个可以来报备的就是一个注册的商标，然后这个注册的商标大家一定要注意，
→ 有一些客户说我这个商标已经在申请中了，已经在走流程了，
→ 因为大家知道这个注册商标可能需要个一年半载，就是时间是比较长的，
→ 那这种是不认可的，我们要求的一定是在这个商标网上，这个商标是完完全全。

已经注册成功的，已经是获取了这个商标的才是可以的，它整个是在审批中的，
→ 申请中的这种是不允许的啊。必须是商标证。对，必须是完整的，
→ 这个商标证已经是得到了这个商标证的，就整个流程是完事的。
→ 然后第四块还有就是以前是支持的，比如说这个企业它有 APP 或者是小程序，它在这个
→ ICP 网站也进行过备案了，那之前是可以来报备的，
→ 那目前咱们公司这边是只有移动是可以报备的，联电暂时针对这个 ICP
→ 备案目前是报备不了的。然后这个如果有客户有要求的话，可能也跟客户沟通和引导下，
→ 如果他有对某个这个 APP 小程序的这个签名要求特别强烈的话，可以先告知他，
→ 我们移动是可以去报备的，然后联电或者是怎么样，我们可以再给他报一个其他的签名，
→ 可以去迂回一下。嗯，然后这个就是签名。

的要求，那签名这块后续我们的运营侧，就是马庆这边会给大家详细地去，
→ 就是专门针对这个签名报备，再去给大家做这个培训，
→ 因为确实现在就是整个签名报备的规则是越来越严格的，然后签名完事以后，
→ 签名一般都是在这个短信的最前面，在整个短信正文的最前面，然后签名完事以后，
→ 那下面就是我们短信内容中的正文了，正文。

的内容基本上有几个要求，

→ 第一个就是你发的这个正文的内容肯定是要跟你的这个业务跟你的公司是相关的。
→ 比如说你这个签名是海南航空，你里面发了一个爱奇艺的会员注册，有什么什么优惠？
→ 那这个是不可以的，你的签名和内容肯定是息息相关的，这个是一块，
→ 然后还有就是针对营销类的短信，我后面会说什么是营销类的短信啊？就是营销类的短信，
→ 我们是有一个固定结尾要求的，就是这个拒收请回复 r，这几个字，
→ 这个是完完全全的就是工信部的一个要求，就是所有的营销短信你必须以这几个字拒收，
→ 请回复 r 结尾，有些人偷懒，什么拒 r，什么拒收退订什么以前是可以的，
→ 那现在就是新的政策出来之后，那陆陆续续的，现在就是整个退订，只允许是这几个字，
→ 是一个统一的要求。求和一个标准。

引号不是必须的。

不是，嗯，然后这块整个短信的内容，正文内容其实就没什么了，我们正常的这个汉字、数字，
→ 还有一些标点符号、链接什么的，换行符这种空格什么就是等等的这些内容我们都是支持的，
→ 包括我们的那个 EMO 的这个表情符什么的，我们全部都是短信正文，都是正常可以支持的，
→ 这个就是整个一条文。

完整的企业短信它的一个展现样式和它的大概的这几块的组成，然后这块我再说一下，
→ 就是最早的时候我们是做子端口的实名认证，然后后来要之前是后置，我先发，然后报备，
→ 然后现在是签名必须先报备，然后去年年底的时候开始，就是所有里面带这种引流信息的，
→ 也要先报备引流信息主要包。

包括两块，一块就是链接，然后还有一块就是用户的这个电话号码，就是这两块也是需要报备的，
→ 后续也是运营侧就是会给大家具体再讲一下，就是大家先知道一下，不仅签名要报备，
→ 我这些所有的引流信息也是需要去同步去报备的。
→ 其实就是可以理解为整个短信行业它目前的规其实是越来越规范的，越来越正规化的。
你的信息就是链接，是吧？

一个是链接，一个是号码，电话号码。码你一些 400 的号码，一些手机号码什么的，
→ 然后这个是啊，我们国内就是国内短信的样子，
→ 然后可以给大家看一下这个是国际短信的样式，
→ 国际短信就是最大的区别就是在于国际短信的没有强制要求签名的这个概念。
→ 你像国内短信，我们刚才说前面必须有个方头括号加一个签名，国际短信不是这样的，
→ 国际短信。也是以这个上面这个 send ID，一般是以这个 send ID 为标识的，
→ 如果用户你也想发自己的专属的这种短信，就是让别人知道是谁发的短信，
→ 一般是申请这个专属的 send ID，它是从这来给这个企业来做识别的。

那你看这个正文内容中你愿意加签名也行，你有一个标识，这好多这种国内出海的企业，
→ 它习惯性地在这个短信内容中还加了这个。个签名，这个是你随意加不加都可以的，
→ 它没有硬性的规定，但是这个 send ID 如果你想有企业的标识，那就是以这个为基准，
→ 那这些 send ID 就是因为国际上有 200 多个国家，它每个国家的要求不太一项，
→ 不太一样，有些是纯数字的，像中国就是很明显，刚才咱们说 168169
→ 这种开头的是一串纯的数字，那有些国家它可能是纯的字母的，那可能。
→ 还有一些国家是字母和数字组合的，这个各个国家是不一样的。然后如果你需要报备散的
→ ID 的话，那需要去每个国家都分别，就是每个国家的政策也是不一样的，
→ 要提交的资料也不完全一样，但是大体上都是围绕着这个企业它的一些资质证件，
→ 然后它的一些应用场景我们去给它报备，那报备的周期可能也得一个一到两个月左右，
→ 整个周期也是比较。

较长的，当然了，客户如果说我没有这种特殊的需求，你只要能给我发下去就行。

→ 那我们一般的供应商他会有一些通用的三大 ID，就是我也是能保证你这个短信，
→ 起码你的验证码和通知类的短信基本上都是能正常下发的。嗯，这个是国际短信，
→ 然后国际短信这些签名是可有可无的，正文也是这种各种格式都是可以支持的。
→ 然后它的这个退订的方式也是每个国家是不太一样的，有些国家。他可能是强制要求你，
→ 比如说这个有些国家强制要求你必须写一个 stop 或者是怎么样，
→ 然后有些国家可能是没有这些硬性规定，
→ 但是有些他是可以在用户你可以在我的官方网站上去申请，
→ 就是比如说我是假设是国外的这个移动运营商，那我可以去申请，我就通过，
→ 你这就不要给我下发这种营销短信，我可以去找运营商去申请，
→ 这种就是各个国家的规则也是不尽相同的。

这个是国际短信，然后这一块就不多说了，我们国内短信一般是 70 个字计费，
→ 就是这个计费这一块有些客户我们日常经常会问到是什么呢？
→ 他说你的签名占不占这个字数？我相信销售应该大部分都遇到过，他会问你签名占不占字数，
→ 然后还会问你签名的代表的这个方头括号，这两个括号占不占字数？这个。

都是客户的疑问点，他们可能不太清楚，那这个大家要记住一点，

→ 但凡在我的短信里面出现的任何东西，我都是要记的，无论你是空格也好，
→ 无论你是签名也好，无论你是。谢谢，哎呦，我这有。然后无论是标点符号，
→ 只要是在这条短信内容中出现的字，我都是要去计费的。然后计费的话短信就是 70
→ 个字以内，小于等于 70 个字，我们就是按一条短信计费，那如果。如果你是大于 70
→ 个字，以后我们是按 67 个字计费，我打个比方，这个大家应该其实比较清楚了，
→ 比如说我发了 140 个字，你不要按照短信是两个字计费，就这一块其实也是很多客户，
→ 就是不是我们这个行业的客户，他不太懂的，他就以为 140 个字就是两条短信计费，
→ 那其实长短信我们是按 67 个计费的，如果你发 140 个字，
→ 那你其实要按照三条短信计费的。这些都是我们日常跟客户沟通中会经常遇到的，
→ 客户不太清楚的这些点，这里要跟客户解释清楚。

然后就是短信的这个类型，大家可以看一下，我其实刚才也大概说了一点，

→ 我们很常见的这个验证码，基本上你去注册或者是登录任何一个移动互联网的产品，
→ 或者是网站的这些产品都会用到这个。验证码，
→ 所以这个是在我们日常生活中可能手机里面接收到的也比较的多的，那除了验证码，
→ 包括一些密码的找回密码的设定，我们都会收到这个客户给的这个短信，
→ 那验证码的这个短信它比较大的一个特点就是你们在日常收到短信的时候，
→ 你们应该也有这种亲身体验，它比较大的特点和它的这个诉求，
→ 可以说它就是这个时效性要求是比较高的。

如果你点了这个获取验证码，你可能 10 秒、 20 秒，或者是 30 秒，一分钟你都收不到，

→ 你就会觉得很，就是对这块验证码，整个我们在接客户验证码的时候，
→ 最重要的一点就是这个时效性要求会比较高，比如说至少要 3 秒、 5 秒，
→ 这个验证码短信就要发到用户的手机上，如果用户等的时间长，
→ 他就会可能会有这种情绪在，这个是验证码的。

短信，然后还有一类我们称之为通知类的短信，那通知类的短信也是比较多的，

→ 首先就是我们日常用到的银行，你银行账户里面你支出一笔钱，或者是你收到一笔钱，
→ 那我都会，银行基本都会给你发一条短信，我们叫做这个动账通知，
→ 这个是日常大家生活中经常会用到的。然后你可能是注册一些业务，或者是你开通一些功能，
→ 包括我们说的你开通一。个会员你都会收到这个企业给你的一种通知类的短信，
→ 那这些都是企业为了及时将这个信息传达给他的用户，然后我发的一些这个通知类的短信，
→ 那这种就是验证码和行业通知的短信，可能就是首先验证码的短信肯定是这种点对点的，
→ 这种单点触发的会比较多，一般都是用户点击获取验证码，我才会收到一条验证码短信，
→ 对。给它整个的这个流速 QPS 不会太高，
→ 所以的这个流速就是同一秒内可能不会需要我的平台哇哇下很多短信，
→ 因为它都是用户的单独的个人行为，可能不会存在大批量的这种情况。

然后一些行业通知的短信，有一部分像我说的这种银行的动账通知，那它其实也是点对点的，

→ 只有这个用户转账了，或者是收到了这个钱之后，它才会有这个通知，它可能整体的这个流。
→ 流速、 QPS 什么的它也不是特别高，但是如果我这个企业是给我的用户批量发了一些通知，
→ 比如我这个系假设咱就说这个系统要升级了，可能这段时间用不了了这 5 个小时，
→ 那这种可能就是也是需要有一定的批量的这个短信数量要求的，可能也是要群发下去的，
→ 然后我们这个行业通知我们经常还能收到的就是物流的你。

应该之前大家收到过很多这种物流的通知，你的快递放门口了，或者是说你的快递放快递柜了，

→ 你的取件码是多少？这种物流的通知也是比较多的。然后还有最后一种，

→ 就是我们要比较注意的，也是其实整个发送量也是比较大的这种会员营销，

→ 首先就是不是单纯的营销，一定是会员营销，这个就限，我可以给用户发的短信，

→ 这个用户一定是我会员，一定是注册过我的这个 APP 也好，

→ 或者是他是在线下各种渠道都可能，他肯定是已经成为了我的会员，

→ 他有诉求在接收到我这个产品的一些促销信息也好，我的一些优惠打折的信息也好，

→ 那这个比如说是我们日常生活中经常能用到的。

就是比如说你在这个天猫的旗舰店。比如说你买了一个牙膏，你可能今年买了一个牙膏，

→ 那可能到年底双十一双 12 促销的时候，你会收到这个旗舰店给你的一个促销的短信，

→ 告诉你，比如说你 10 十一月十一号买这个牙膏的时候，买 5 送一，

→ 假设就是这种促销活动的短信，或者是你蹲很多的这种直播间，也好像李佳琦的直播间，

→ 是吧？他在那个直播之前，他可能也会发这种促销通知所有。

做的这种会员营销，基本上都是为商家为了促使他的会员进行再次消费，让你去买一些东西，

→ 然后来做的这种促销的活动也好，然后给你的一些会员营销的通知。

→ 那这个会员营销的通知呢？可能讲这个验证码也好，行业通知也好，

→ 它可能就是大批量的下发，你比如说我这个店铺我有活动了，或者是我这个，

→ 我这个产品我有活动了，我可能。有会员有一些标签，我可能打一些这种标签的用户，

→ 比如说我可能去捞我的这个平台上 2023 年以来注册的用户，

→ 我全部都给他发这条促销的活动。

那如果这个会员，如果这个企业的会员用户量比较大的话，

→ 那他就是一个批量群发短信的一个过程，

→ 那这个就是往往是对这些流速什么的要求会高一点，但是会员营销跟验证码和通知相比。

→ 它比较好的一点就是它对时效性的要求没有那么高，因为我这条促销活动，说白了我 10

→ 点给你发，和我十点零五分给你发，你其实是没有太大的感知的，

→ 你也不知道这个企业是什么时候给你发的这种促销活动短信。

→ 所以就是如果流速特别大的时候，我们平台是有这种处理能力的，我可以，

→ 就是我可以让这个，对，我可以让这些短信就是分。

批次的慢慢的给他发，但是时间也不能太长，但是跟验证码通知比什么的我可以稍微缓一点，

→ 所以我整个这个队列肯定是验证码是最及时性要求最高的，再是行业通知，

→ 然后最后才是这个会员营销的这个短信，那我们经常就是我们平台运营的这些就是客户，

→ 大部分客户就是可能这三类短信都会有，那可能只有一些。就是可能是那种纯的国央企客户，

→ 他可能只有验证码或只有行业通知，不需要发任何的这种营销活动的短信，

→ 那大部分这种像我们接触的这种互联网的企业什么的，

→ 他基本上这种三类短信都是需要大家看看这个使用场景这块还有没有什么问题？

文本类的短信，对吧？对。没问题。

那个营销短信里边那个会员营销一般是带。占大头还是小头？

就我们是只接，就是。只接你的。对，这个就是这个，这个叫什么呢？

→ 信息安全这块就是只允许给你的会员发。就是他的私域。对。他的私域。

→ 你想就是现在不是各种隐私保护、信息泄露，如果他不是你的会员，你给他发短信，

→ 那你的手机号是哪来的？

就侵犯他隐私了。

对，那他就是可以去投诉了，就是比如说你这个全棉时代，你给我发短信，
→ 我根本就不是你的会员，你从哪要到我的手机号的？这相当于一个数据泄露了。
→ 所以这个前提就不是单纯的营销，我刚才说必须是你的会员，
→ 你是真真正正在你的全棉时代这个平台买过东西的，或者是注册过的，
→ 就是大家以后在注册产品，就是注册某一个 APP 的时候，你们可以看一下，
→ 就是它不都是有用户协议和隐私政策嘛？我不知道你们有没有注意过，它会让你勾选上，
→ 就你一定要勾选上那个，其实基本上所有的这个隐私政策里面就会有一条说。
你就是同意你如果注册成为我的会员，
→ 你就是同意我通过一些方式向你发送这些营销的这些活动，你就包括不限于邮件、电话、
→ 短信，就会有这个短信，就是你只要注册成为我的会员了，我就默认你如果勾选了这个协议，
→ 就是默认你允许我给你发促销短信，那这个就是有时候比如说客户来投诉了，
→ 我们就会也找这个企业要他企业的这些会员证明和。
这个隐私协议我们去申诉，那他已经注册成为全民时代的会员了，
→ 注册的时候这个会员也同意接收这种短信了，所以我是合法合规给他发这种促销活动的。
→ 对，这个就是大家一定要注意，一定是会员营销的，这种其他的乱七八糟的我们是不发的。
→ 还有什么问题吗？没有。那我们接着往下了啊。
→ 这个是整个短信的一个下发和回执的这样一个流程，
→ 就是首先就是我这个是以爱奇艺来举例了，然后左侧这个可能是爱奇艺的APP，
→ 也可以可能是它的网站，那这些可能是用户触，就是用户的一些行为，
→ 可能是触发了这个发送短信的请求，比如我刚才说的，他可能点了一个获取验证码的请求，
→ 那或者是他在爱奇艺的这个网站上通。
充值了一个会员，那爱奇艺需要给他发一个这个会员通知，
→ 注册成为会员有效期到什么时间的这个短信，
→ 那可能是用户的一些主动行为触发了爱奇艺的这个请求。
→ 短信的一个条件就是左侧这块是可能有的，也可能用户没有这些行为。
→ 就像我刚才说的那爱奇艺，我下周有一个新剧要上线，我就是单纯的给我的。这些会员用户，
→ 我想批量发送一个营销活动的短信，让他们都来我的平台看这个新剧。
那这个时候就不是这个用户触发的请求了，就是爱奇艺针对他的客户，他想自主地发一个，
→ 发一系列的短信，那这种都是可以的，无论是客户的请求，还是爱奇艺本身他的要求，
→ 那都是有这个发送短信的这个诉求的，爱奇艺会发起这个发送短信的请求，那我们。
→ 跟用户之间是用这个接口协议来对接的，那月星云平台就是指咱们公司自己的平台了，
→ 那我们跟客户对接的方式基本上就是 HTTP 或者是 HTTPS，或者是 CMPP，
→ 就是这种接口协议的对接，然后基本上就是这种非我们行业内的用户基本上都是用 HTTP
→ 这种协议来对接的，然后有一些隐私安全要求的，可能用 HTTPS，那如。
如果是我们的同行之间的，或者是他，比如说他有 95 的号码，他之前落地过运营商的，
→ 那我们可以用 CMPP 来对接，大部分用户都是用 HTTP 的，
→ 这个可以根据用户的情况去问一下用户，然后我们通过这种接口协议的形式对接爱奇艺，
→ 把这个短信提交到我们悦信云的这个短信平台，
→ 那悦信云的这个短信平台我可能进行一系列的这个业务的这个处理，
→ 然后包括他我们经常能。

知道的，我可能对他的这个内容，是吧？我可能要看他的内容是不是合规的，

→ 然后包括现在我他发过来的这个签名是不是报备了？

→ 然后他的这个引流信息是不是报备过了？他发的如果是营销账号的话，

→ 他是不是结尾用了拒收？请回复啊？然后这个是可能是这个内容方面，

→ 那可能他还有一些他发过来的这个号码，可能就是我的这个黑名单用户。

用户那本身就是可能我是不会给他下发的整整一系列，

→ 或者是他内容中有一些关键词触发了我平台的这个关键字库，都有可能，

→ 所以我们这个平台是一个你们可以理解为很庞大的一个业务处理的一个中心，

→ 我需要把接收过来的短信在极快的速度响应下，就是接收到，响应到了，

→ 然后极快地进行这些处理分析，然后再往下发。

我会把这些我处理过的、我识别过的，我觉得是没有问题的，可行的，我去再往这个网关去发，

→ 然后这个网关就是我们经常说的移动、联通、电信，

→ 我会根据这个客户的情况把这些所有的这个短信内容我过滤好的，

→ 我筛选过的就是约信云的平台，我本身就会拦截一部分信息。

→ 比如说你这个短信内容涉及到了违法违规的字眼，那我是一定不会往运营商那。

去送的，然后你发的这些短信里面可能触发了我的这个黑名单，那我也不会去往下发的，

→ 或者是说你大于我的这个单号码日上限，或者是验证码轰炸等等，它会，

→ 我们平台会有很多处理机制，那到这我就给它拦掉了，我就根本就不会去往运营商那下发，

→ 在这我就其实你可以理解为我就驳回了，就回去了，我就没有下一步的流程，

→ 我从这我就把这些短信驳。

驳回了，发送失败，其实就是返回一个失败的状态，这些短信我根本就不发，

→ 那如果你提的内容基本上是没有什么问题的，我会接着把你这一批次的短信，

→ 你这些号码什么的往运营商那去送，有，我们有移动、联通、电信，

→ 然后我们可能还有我们的资源供应商，

→ 就是我们的合作伙伴可以也给我们供这些通道的资源，然后我再去把这些短信发给他们，

→ 然后他们经过他们之后再。

把这个短信发到最终的用户的手机终端上，然后用户的这个手机终端上接收完之后，

→ 就是我们会把这个状态再返回给这个爱奇艺，就是我们经常说的这个状态报告。

→ 那状态报告这就是有两种状态，一种是成功，一种是失败。就是如果这条短信发送成功了，

→ 用户的手机终端接收到了这条短信，那整个这个状态就是成功的，我会。

把这条状态返给爱奇艺，我会告诉他，你这条短信是真实地触达到用户的手机终端了，

→ 用户发送成功了，那可能还有一些呢？就是发送失败了，那这个发送失败，

→ 我刚才说的有可能是我的平台直接给拦截了，我就返失败了，也可能是下发到网关，

→ 那网关去判断，或者是我这个三方合作伙伴，他们就比如说这种资源供应商，

→ 他们也会有自己的短信平台，那他的平台可能也。

有一系列它的这个处理机制，举个例子， 13812345678

→ 这个手机号假设在我约信云是不是黑名单我下去了，那在这个供应商，

→ 这就是在我们的这个三方资源它的平台上，它可能是个黑名单，那这它也会拦截，

→ 也会给我们返回失败的。所以就是各个这个资源供应商它有自己的平台，

→ 它可能也有一些业务处理，然后它根据自己的平台情况。

→ 情况他也会做这个相应的这个触达，然后相应的成功失败。

那如果是运营商这块，那大部分就是运营商来直接处理的，

- 所以就是整个这个成功失败的这个状态我们会返给，就是最终会返给客户，
- 有些客户是不要状态报告的，那他就是发下去，
- 就发完之后他其实是不知道这些短信有多少成功，有多少失败的，
- 但是大部分大的企业他都是会要求这个返回这个状态报告的。

他要知道，比如说这一批次我发了1万条短信，我成功了多少？失败了多少？

- 那这个是他是怎么知道呢？就是靠这个状态报告，我们返回的状态报告来识别的。
- 那还有一种情况就是这条短信运营商那就是没有给我返状态，我们称之为未知，
- 就是我不知道这条短信是成功了还是失败了，没有任何状态的情况下叫未知，
- 就是这一块大家一定要注意，很多人会以为。未知是一个状态，其实不是，
- 就是短信里面只有两个状态，一个是成功，一个是失败。
- 所谓的未知是指没有状态的时候是未知，那就是什么情况下是未知呢？
- 就是运营商这他也触达不到这个用户手机终端的情况，这个手机终端没有给他任何响应，
- 他不知道这条短信到底是成功了还是失败了，所以这个时候他整个状态就是未知的，
- 那这个未知不会是一直。

成不变的，你可能是 10 点的时候下发了这条短信，你在 10: 02 的时候查的时候，

- 这个短信可能是，这条短信可能是未知的，那在 10: 03 的时候，
- 可能用户的这个手机有了信号，有了响应了，他给运营商反馈了回执，可能是成功，
- 可能是失败，那这条未知它就会变成了一条成功或失败，它就是一条有状态的，
- 它就不再是未知了。所以很多时候我们在。

平台上查询或者是我们给客户反馈数据的时候，

- 这一刻和下一刻你的成功数和失败数是不一样的，大部分就差在了这个未知上，
- 就是你上一刻查的未知，可能下一刻已经返回来了成功和失败的状态，
- 所以很有可能你这个未知数变小了，但是你的成功或者是失败数增多了，这个能理解吧？
- 然后就是未知这一块，就是一般 72 小时内。

运营商返回的状态就是 72 小时，就是三天 72 小时之内这个状态返回了，有成功有失败，

- 我们都正常接收了，然后把这个状态回执再反馈给客户，那 72
- 小时之后那就是基本上不会再有了，所以我们跟客户对账的时候，一般也是 72 小时之后，
- 或者是用户有时候觉得不准确或者怎么样，我们基本上都是以 72
- 小时之后的这个状态为准的，就是 72 小时之内它会有一点点小。

小小的这个波动，当然了这个整体的这个未知的数量不会是很大的，

- 正常的未知都就是如果这个客户提供过来的这一批次的短信，正常的未知都不会超过 1%，
- 如果这个客户的这个未知特别高的话，那可能要么就是他提的这批次的终端有问题，
- 要么可能真的就是通道侧或者怎么样会整个连接出哪有问题了，
- 才会出现大批量的这个未知。这个下发这块和返回状态回执你们还有什么问题吗？

销售没有问题了，是吗？都没有问题吗？那我问你们一个问题，如果这个客户有需求，

- 说你给我返回状态的时候能不能。配置一下你返回的，因为状态，
- 就跟他整个状态报告的反馈跟他的这个下发可能是有关系的。比如他说我提了 10
- 万条短信，这 10 万条可能有 99, 000 条，就是很快有状态了，
- 那个状态给我回推的时候能不能慢一点推给我？

可以。

你觉得可以，你觉得呢。

可以。

可以吗？反状态不是实时的吗？

对，人家就说你可能定时或者是压着流速给我返，可不可以？对，就是有很多这种细节的功能，
→ 就是我觉得销售侧在跟客户沟通的时候，你们大体上可能要了解一下我们这些能力，
→ 我们是可以配置这个状态返回的这个流速的，这个是没有问题的。这我可以给你们举个例子，
→ 就是还是爱奇艺他的他这个客户就是他基本上每年因为他也算是一个这种。
→ 类似于互联网的企业，它每年的双十一、618 它也是有大促的，它会有活动，它的 QPS
→ 应该是到两千多，就是每秒发 2,000 多条，它会持续发，它可能一天会发个几百万条，
→ 那这个爱惜这个客户就是要求这个状态的回执压着发，他接收不过来，就可能是我 618，
→ 比如今天我的给他发的短信，我明天状态还没回完，就是他就是要求你慢慢地压着，
→ 可能每秒比如说 200 条。

回执给我往回这个就是他这个客户很大的一个特点，他的平台状态回执，那接收处理不过来的，
→ 不允许你一下子我 2,000 条的 QPS，你也回 2,000 条的这个回执。
→ 所以这个就是你们要知道一下，我们的平台是支持的，我可以慢一点把这个流速回给你。
→ 然后有些客户他可能对状态报告的这个，就是状态的这个要求说你不要返给我。我去你那取，
→ 可以吗？拉取。可以。可以，那就是什么样的客户我们都会给他，允许他来拉取吗？
肯定不行，不是有个申请函嘛。

也不是，就是可能还是看客户的这个情况和这个客户的重要程度和客户的这个体量。因为他如果，
→ 就是如果是我们的这个大直客，什么我们的重保客户是没有问题的，但有一些小的。
→ 客户我们尽量还是规避一下这个，因为如果是他的拉取，
→ 他就会实时地不断地来访问我们的这个接口，就是来调他的这个叫。耗费资源。

对，然后可能安全性方面我们都会有诸多的考虑，
→ 所以其实在整体的运营过程中去主动获取的客户，
→ 就是我们允许他主动获取的客户是比较少的，我们可能从各方面的考虑尽量，
→ 如果是这种小。客户的话就是还是建议他对推的这种方式，
→ 如果是你像纪美的这种大的客户，那他来主动拉取是没有问题的。

当然我们之前还碰到过一个，是什么这个客户做了很多的，他就是主动拉取的，
→ 他做了很多的压力测试，就测试了一两千万条，这个状态他不取走，
→ 就是他承诺的是他来主动拉取，所以这个状态报告是在。我的平台堆在我这了，
→ 我等着他来取这个状态，他取走了我就没有了，但是他不来取。
→ 所以他又做了大批量的这个测试，所以就导致可能几千万的，这个几千万的，对，
→ 全都压在了我的这个状态的这个库，可能具体技术不太懂，但大概的情况就是压在这了，
→ 然后就导致其他也需要来拉取的客户访问不到了，因为他占了他大量的。的资源，
→ 当时就是纪北，我再来拉取的时候访问不到了，那这个其实也是有很大的影响的，
→ 他承诺了他来拉取，但他其实也没拉取，但是这个我们技术上是应该是做了这个优化的，
→ 就是把客户之间是现在是隔离开的，就不会因为他去影响别的客户，
→ 但这个当时确实是真真实实影响到了纪北的这个客户的。

你这块看看还有没有什么问题？你们或者是你们在日常跟客户交流的时候，
→ 有没有遇到什么客户？客户侧的什么问题都没有，是吧？那行，那咱们就继续了。
→ 然后我们刚才其实上面介绍了比较多的都是这种文本，就是最简单、最普通的，
→ 当然也是我们现在最主做的这种。文本的短信，但是除了这种文本类的短信，
→ 其实现在也有很多，无论是早些年还是包括现在，其实也很多各式各样的其他类的短信，
→ 就是大家比较知道的一种就是富媒体短信，它就是一种图片和文字组合的形式，
→ 这也是很多年前就有的这种短信的类型。
→ 然后还有就是现在我们说的这种智能的短信是通过一个。

解析，然后由手机终端来做这个链接的解析，然后发到用户的手机上面，
→ 是这种图文形式的这种短信，然后还有就是语音类的短信，就是这种语音类的短信，
→ 现在很多企业它是作为这种文本短信的一个补充，就是我不知道你们有没有见过，
→ 就是你在好多 APP 上，你获取验证码的时候，它底下会有一行字，就是如果你不方便接。
收这个验证码的时候，你可以用语音验证码的形式，然后你如果选了这个语音验证码，
→ 它就会给你打过来，就是比如你点获取验证码，它会给你打过来一个电话，
→ 你手机如果接听的话，它就会用语音播报的形式告诉你的验证码是什么，123456，
→ 那这种是语音验证码的一种形式，然后还可以是有一些内容是通过语音播报的形式，
→ 那这个语音短信我们也是支持的。然后还有一种也是很。

早些年就有的了，这个闪信就是可以让用户就是手机上自动弹出一块，这个叫什么？

→ 就是自动弹屏一个东西可以，就是好多时候是比如说有人给你打电话，
→ 比如说中国邮政给你打电话，他怕你不接这个短信，对吧？他怕你觉得是垃圾短信、
→ 垃圾的语音或者什么，他你不接这个电话，他会先给你发一条闪信，告诉你就是弹。
→ 屏你的手机上弹出来说中国邮政即将来电，请注意接听。

我不知道，应该大部分人都会接收过这个东西，然后这个时候提醒你之后他再给你打电话，
→ 你就知道了，这个是中国邮政给我打的电话，你如果是正好有快递什么，你一般就会接听。
→ 所以这种也是一种闪信的方式，但闪信就是它具有一些时候它具有不稳定性，
→ 有些时候它是会接完电话了它才闪出来，才弹出来，就尤其是。
→ 是这个苹果手机上会经常性地发现这种问题，然后呢我们接下来说一下这几种短信，
→ 我在这里面简单地给大家说一下，就是后面我们在第二，应该是第二部分的培训，
→ 就是整体的这种 5G 消息什么的都会给大家，包括我上面说的这些国际短信都会给大家，
→ 就是单独拆开作为单独的这个一个模块给大家再详细的。

的进行讲解，然后富媒体短信这块基本上就是大家可以看到左侧的这种展现形式，
→ 它基本就是一个图文的形式，它一定是文字，一定是有，然后它文字可以搭配什么呢？
→ 可以搭配一个图片，可以搭配一个视频，也可以搭配一段音频，都是可以的。
→ 它是一种那种图文组合的形式，那整个展现的效果上来看它就是。是，
→ 可能就是更加地吸引眼球，然后呈现的这个特点也是比较多元化，就是丰富多彩的，
→ 可能比我们这种干巴巴的短信更有吸引力。

当然了，那这种短信的话，它肯定是在特定的场景下才会是吸引用户，才是有用的，
→ 比如说你发了一个验证码短信，你一带图文就是没有什么意义的，
→ 用户只是需要那个验证码而已。但是如果你发一些营销类的短信，
→ 尤其像我们接触到的这种商超类。类的这个短信或者是大型的这种 shopping mall 的，
→ 它可能用一些奢侈品，比如或者是一些比较漂亮的这个模特的这种图片，它去吸引你的眼球，
→ 让你对这个活动感兴趣，你去点击进去看，那这种呈现效果可能会更好一点。

当然了，这种图文的它呈现的效果转化率好的同时，那价格肯定是高的，
→ 它比普通的文本短信基本上是要贵上 3 倍左右的这个价。价格的，
→ 那这个就是这也是很多年前就有的这种富媒体的短信，
→ 那这种短信咱们公司现在也是支持发送的，像我们接了几个都是这种商超类的客户，
→ 就是对这种需求还是比较 ok 的。
→ 然后大家可以根据这个企业它的这个类型和它要发的这个短信类型，
→ 就是有针对性地来推荐，那这个就是这种整个的富媒体短信，然后还有一个呢。

就是再说一下这个富媒体短信，它支持的终端整体是比较广泛的，就是无论是你的这种安卓机，
→ 还是你的这个苹果手机都是可以的，就是你只要不是特别古老的那种老人机的话，
→ 它基本上就是能收图片什么的，它大部分的这个手机都是可以支持的，它现在应该是。
→ 是有大概 8 亿多吧？8 亿多还是 10 亿多的？这个手机终端都是没有问题的，
→ 它不受这些机型的这个限制。然后在下面就是应用短信，就是我们说的这个月信也是，
→ 然后它这一块就是大家可以看到先看右侧其实用户下发的短信是一个文本形式的短信，
→ 就是它是一个文字内容，带了一个链接。
→ 这个链接是我们提前给客户报备好的这个解析的链接，
→ 如果你的这个手机终端是支持解析的，那我用户发了这条短信下发到手机终端的时候，
→ 它会解析成左边的这种卡片信息，这个就是整个月信的这个展现的形式，
→ 我首先要给客户去配置一下，就是这个月信它的这个模板可能也是有几十种的，
→ 就是你可以跟。

根据你想展现的这个短信的形式选择适合的模板，比如有这种类似于这种图文的，
→ 然后它还有红包形式的，或者是那种短视频，
→ 就是整个冲击力比较大的这种视频的展示形式的。然后还有一些就是像那个火车票航班，
→ 它有那种起飞时间、落地时间，是，也是那种通知类的短信，它就是模板比较多，
→ 可以看根据，我们可以根据客户要发什么类型的短信，我们帮他。

推荐和选择适合他的这个模板，然后当然了这些里面的这些图片文字的内容是需要客户去提供的，
→ 然后我把这个整个模板给他编辑好了，申请生成了链接之后，
→ 用户你只需要提交一条文本短信，加这个链接到我的平台上，
→ 我给你做这个短信的下发到这个手机终端上，如果这个手机终端是支持这个解析的话，
→ 那它自然就会展现成我。

申请的这个模板的形式，这个就是整个月信的这个过程，然后月信还有一个好处，
→ 不仅是这个图文，就是这个元素比较多，它是可以跳转的，你看到了吗？它有一个，
→ 它是可以做按钮，可以做这个跳转的，你可以跳转到你的APP，你可以跳转到你的小程序，
→ 你可以跳转到你的网站，甚至是你可以跳转到你的客服电话，
→ 就是点击这个就呼叫客服电话，这个都是可以的，所以它是有一个二次转化。

的这样的一个功能的，所以就是这一块，就是整个比短信也是更加的丰富了，
→ 就是好多去根据这个二次跳转，它可以更延伸出来更多，就是不是单纯的一条通知了，
→ 可以做一个业务的这种交互是没有问题的。然后这种就是整个月信它，就是对不起，
→ 我刚才说错了，富媒体应该是支持 13 亿左右的终端，我这。印象中应该是 13
→ 亿左右的终端都是可以的，然后这个月薪它现在最大的问题就是它不支持那个苹果手机，
→ 这个是它最大的问题所在，它不支持，但是它是可以下发布的，因为它本身就是一条文本短信，
→ 只是到了苹果手机的用户终端上，它长的还是右侧的这种文本形式的这个短信。
→ 然后但是苹果手机的用户，你如果点了这条链接。就会生成一个网页版的左边的这个样式，
→ 它就是你可以理解为就是又多了一层操作，你不是说这条短信是完全下发不下去，失败了，
→ 它只是这种文本形式下去了，你得点一下这个链接才能生成左边的这种形式。
→ 但如果你是支持这个裕清的这种安卓机，它直接打开了，就是左边的这种形式了。
→ 所以这个好多用户就是可能会比较在意苹果终端这个不支。

支持的问题，嗯，然后这个月限是支持八亿左右的终端，这个就是整个大部分支持月限的，
→ 这种安卓及华米 OV 什么的，基本它大部分的机型都是覆盖和支持的。
→ 然后我不知道销售有没有遇到过很多客户是需要这种 LOGO 认证的啊？
→ 什么会问你这些东西的？其实我们包括这个上面的 LOGO 认证，还有这个底部的菜单栏，
→ 就是都是可以单独去作为一项。产品去销售给那个用户的，这个都是支持的，
→ 都是没有问题的，不是月信支持，是这是另外的功能，
→ 就是月信还是这个正常的显示它的码号，就是我下发的码号是啥就是啥。

然后这块问你们一个问题，就是我生成的这个解析的链接需要报备吗？

分成类是否需要的？

问你呢？需要。对，对，是需要报备的，就是它像一个普通的文本一样，它只是一个链接，
→ 只是具备解析功能而已。但是这个链接该去运营商那报还是得报的，
→ 它首先是得通过运营商的这个报备的这个引流信息的这些政策功能什么的，
→ 包括这些签名都是得需要报备的，你只能报备完成之后才能正常地下发下去，
→ 然后终端支持。

是的话才可以去解析的，然后包括阅信这块，就是它是可以提供一些数据支持的，

→ 比如说有多少用户解析成功了，那有多少用户打开了这个按钮，
→ 就是它整个的这个链路的追踪会更好一点，
→ 然后包括它的这个普通文本的这个点击率和这个阅信相比，就是整个阅信的这个点击率，
→ 它的这个整个点击率是要更高的阅信。应该是能到 5% 到百分之十几都是有可能的，
→ 看你这个模板和你这个吸引眼球的程度，那可能普通的这个文本短信的话，
→ 它的点击率可能就是只有零点几了，或者最多可能 1% 之类的，
→ 所以它应该是普通文本短信点击率要高出很多倍。

→ 如果你这个客户需要有这种交互的这种需求，这种特定的这种应用场景的话，都是可以。给用户来推荐我们的这个阅信的，当然了就是这个阅信跟上面说的多媒体一样，它虽然好，
→ 但是它价格肯定是要贵的，就是这块呢？它其实就是有两部分组成了一部分，
→ 就是说我发了这条文本短信，我要给这个文本的短信通道一笔费用，
→ 就像我们正常发这种文本短信的，我可能需要客户支付，比如说 3 分二、三分 5
→ 的这个价格，这是一笔费用。然后如果客户解析成功了，还要掏一个解析的费用，
→ 所以这整一整条月线钱是 double 的，你就是需要掏两份钱。

有些客户就是给客户报价的时候，分别报价文本多少钱，解析多少钱，

→ 那有些客户可能月线你给我揉在一起，就是整体你给我报一个 6 分、7
分这样的价格也是可以的。然后这个就是阅信的形式了，
→ 然后最后一个就是我们现在很多客户也一直在问的这个 5G 消息的整个的展现形式，那 5G
消息跟阅信它可能是类似的，它有很多的这一种展现形式，它可以是图文的，它可以视频的，
→ 你像这种就是有点类似于这个公众号的这种形式，然后它还可以有聊，
→ 就是申请这个chatbot，这个聊天机器人，你可以企业可以预设置一。

一些这种问答的这种形式，如果用户触发了什么，这些关键字或问题什么的，
→ 也可以给这个用户去回复等等。那 5G 消息现在就是整个它主要是受限于这个终端，
→ 就是现在虽然宣传的是说有2亿，差不多 2 亿多的这个终端手机是支持 5G 消息的，
→ 但是实际可能下来就是我们能找到这个寻址的可能 1 万八左右，可能就是。不到两一万，
→ 1.8 亿左右，它是不到2亿的，所以它整个就是 5G
→ 消息的普及可能受到很多终端的这个限制，就是真正能发到手机上都支持这个 5G
→ 消息的终端型号又少之又少了，然后这块 5G 这块就不多介绍了，然后这就是几种形式，
→ 其实我们现在比较推荐给客户用这种，可能客户也比。
→ 比较好操作的就是这种智能短信的形式，需要用户做的事情是比较少一点的啊。

从用户侧来看，他还是发一条文本短信，只是我们在后台给他生成了这些模板解析的能力，
→ 让他触发到这个用户的手机终端上，
→ 而但像这种富媒体什么他都会需要自己去这个拼凑这些模板，什么这所有的短信，
→ 富媒体类的、 5G 类的，然后包括这种阅信类的都是需要去。审核的都是运营商去审核的，
→ 然后这种 APP 短信就是不仅运营商要审核，手机终端厂商也是要审核的，
→ 所以它都是整个模板需要报备好的，
→ 审核通过之后才可以发整个这个上面就是整个业务介绍这块，大家现在还有什么？
→ 大家看看还有没有什么问题？

月。信是不支持苹果手机，但是安卓机是能够做到自动解析的，
→ 还是需要有一些开关按钮的操作。

有，他要开一个，你开一个东西也是。

试信的话就完全是。

是试信是不需要的，他只要不是那种老人机型就可以。所以他们那个就是很多时候你在问，
→ 就是能支持的手机终端，它理论上是一个数字，但它实际能讲的，
→ 它会告诉你我实际能寻址的，它又是另外。的数字它会少，
→ 就是受理解你刚才说的它可能手机这个手机型号支持，但是它可能把这功能给关了，
→ 那它就是有可能就是收不到的，是这样子的。所以就会多多少少的还会有点水分，
→ 它大部分可能会再给你一个我能库里能知道的真实的，能解析成功的，
→ 但这个就是预约性的解析，有一个最大的，还有一个比较大的问题，
→ 就是你不知道哪些用户是解析成功的，哪些是你。

没解析成功的，它就有一个数据，就是比如说你提了1万条短信，我告诉你解析成功了 5, 000
→ 条，但你不知道这 5, 000 条对应的是哪些手机号码，它是没有这个具体的明细的，
→ 它只是能告诉你 total 的这个数量。然后点击率这些PV、 UV 什么的都是支持的，
→ 这个都是没有问题的。然后它这个整个就这个点击，它也是有一个时效。

空的，你可能发下去这个短信不是瞬间，你不要今天刚发的，一个小时內，
→ 你就去看这个短信的这个点击，那他有可能还没有打开这个手机，
→ 可能这会他就没有看手机，那他可能就没有打开，你就不代表他后面不会去打开，
→ 所以他这个就是跟有些时候，就是我们跟客户沟通的时候，一般就是说你要看这个解析数，
→ 你一般发完之后，你两三个小时之后你再看。然后可能是，你可能三天之后再看这个， 3
→ 到 5 天之后看这个效果才是。你用业务中台吗？我们升级啊。什么？

你展示业务中台吗？演示业务中台。

我不演示业务中台，你升，然后可能三五天之后你再反过来看前几天的数据，
→ 它可能是更加准确和真实的。

这个一般打开率是多少啊？

曝光一般是百分之五十五、六十就有。对。对，有人能打开。

那实际那个反馈。就是那个点击之路跟我们正常发文本那个点击能差多少？

就是我刚才说的，一般这个月信它可能到，就是官方给出的数据可能低的也有5%，

→ 然后高的话可能会有到十几，就是可能跟他发的那些内容图文有关系，

→ 但是我们普通的短信一般就是零点几能最多不会超过 1% 了，它差距还是比较大的。嗯，

→ 你们，我不知道你们用什么手机会现在，但应该有。越来越多的企业，就像我们接触的客户，

→ 越来越多的人都在咨询这个 5G 消息，IMIM 短信什么月信什么的，好多企业都在尝试。

你那转化高吗？

对，像咱们有一个做蛋糕的客户派悦坊，我不知道。你知道不知道北京有很多店，

→ 他就是也是向我们咨询这个，他觉得他这种蛋糕可能是展现效果什么的，

→ 这种月信的要比干巴巴的一条文本的这个促销的这个短信，可能。更加吸引眼球一点，

→ 他跟他的行业整体还是会有一定的，那个什么的会有一定的关系的。

所以给用户那报告的时候，需要给他那个CTR，那链接的CTR。哪个呀？就那个现在链接不是只有

→ 1% 或者 0% 点几嘛。然后这边这个是百，可能是个 10% 之类的百分之多少的。

不一般。不会给是吗？对，因为我咱们也发，其实这就看销售的策略了，但咱也发文本就，

→ 除非他问的特别详细的话，那个。

你左边 CTR 高，而且左边我理解，我们收费可能价格会高一些。那你不应该给他一个说我这个

→ CTR 高，然后你去买我这个更贵的产品。

但是他就是有些客户，就像我刚才说的，他很在意苹果， he 觉得苹果就是从大家的概念里面，

→ 苹果手机的客户是高端的客户， he 觉得我没有， he 没有覆盖到他的这一类人群。

但是我们左边右边这个短信是苹果的用户也是长这样的，同样一条短信，只不过是苹果的用户，

→ 是那个样子。

然后他还要再点一次，就是你看他这点一次生成左边这个了，左边之后他要再点一个查询详情，

→ 点两次。但是如果你是一条文本，我可以点一次就跳转到这个查询详情，

→ 点开的东西能理解吗？

他点一次不是跳转到左边。

对，点一次是跳转的，我如果说的是他，如果是发了阅信的话， he 点一次跳转到左边，

→ 然后比如说我想让用户直达我的这个APP，我。还要再点一次查看详情才到我的APP，

→ 但是如果我发苹果就发普通的文本，我只要点这一个链接就到我的 APP 了，嗯，它是。

不是，我有点晕了，就是个这种短信，如果是安卓机支持的话，它一打开就是左边。

左边的是吧？对对对。

但是因为也有可能有一些安卓的手机不支持。然后我要点一个链接，点完链接展示上左边了。

对。

然后对于苹果手机来说，点这个链接可能跳浏览器了。

不是，苹果手机也是点这个左边的，也是左边，我是给你。解释，刚才你说为什么不都推荐这种？

→ 就是屏蔽掉文本，但是文本就是我说如果你苹果单纯的只发文本，不是这种解析，

→ 那我点这个链接一键就跳到我的 APP 了。就那他是有一个二次的，

→ 这个事情就会更流失一点。

针对这种用户的话，那就是苹果 he 应该可以按，苹果跟应该不行，是吧？不能按那个终端来区分。

→

对， he 就是只是说解。析成功和解析不成功。 he 去他的寻址库里。

所以他如果再顾苹果用户占比较大的话，这个价高 he 可能就觉吃亏了。

对，所以还是跟行业有关，如果这个行业 he 觉得 he 或者是这个产品，

→ he 觉得他的受众都是苹果那种高端，再给他设作高端一点， he 可能就会比较在意这个事情。

所以你们再跟他聊的时候，可能还得问一下他用户画像，他说我，你用户画像谁啊？对，因为。

→ 如果说安卓这边可能占比个百分之八九十。对。然后给他推这个。对。然后那个 Dr

→ 跟他一说可能。他就愿意买我们的贵的产品。

对，是的，而且毕竟这个短信是贵的，

→ 他的这个因为就是我没有办法保证你的这次用户到底是什么样的，就是我不知道你这批」

→ 你的用户受众群支持这个解析短信的这个终端是我只能给你大概的这个情况，

→ 我能覆盖多少，但你的用户跟我的匹配度多少，你可能还是得发发看。

那解析状态。是我们推送的吗？

对，其实是这个叫什么？有就我们的供应商告知我们的，他不是一个，他不叫解析状态。

→ 就我刚才说的，他只能给你这个数，就是你只能知道这1万条短信有 3,000 条解析成功，

→ 5,000 条解析成功了，我没办法给你推是 138 这个手机号成功了还是怎么着，

→ 我只能告诉你 138 这个手机号通过这条文本下发的，这。

个右边这条文本短信是成功了还是失败了？如果它失败了，它是 800% 发不到手机上的，

→ 它不可能解有解析这个事了。就比如说它是一个空号，那肯定是发不下去的，

→ 我直接给它返失败的状态。那如果它是正常发下去了，我只能告诉你，

→ 从文本的角度告诉你这条短信是成功的。然后我再告诉你一个你能解析的占比，

→ 但我告诉不了你哪个手机号是就没有这个状态，哪个手机号是成功的，没有它。是两个概念，

→ 你收到的是我这条文本短信的成功和失败。解析是另外一个统计的维度，

→ 是另外你可以理解为另外的一个报表。

那怎么证明？

对，这个就是你必须就是像我们，我就得相信运营商，对吧？那你也要相信我是一样的。嗯，

→ 你除非你可以拿真实的这个手机号码去测试什么的这种。

线上的小伙伴有没有什么问题啊？

我其实还是不太理解那个码，那个。你说。那个端口子端口。

你按子端口是正排。

对，之前那个你给我讲了好几次。这个子端口对于咱们来说，前面8位是咱公司的，那这个 106

→ 是。对，必须。

是每一个这种有获取，这个就是你首先企业得有这个增值电信业务许可证，就是你有这个资质，

→ 你有这个增值电信业务的这个经营的资质，然后你可以去申请这个码号证。

那个 10690928 就是咱公司的那个唯一的一个资质。

不是，咱们公司金楼是 0341，他这只是举了一个例子。

不，我的意思我就说这个，咱们是这个第八位，还是说 106 之后的 90928？是的。

就8位，他是这个。码号证是8位的，就整体看前面的10690928，因为码号证都是8位的。

你刚刚说那个，就是有些公司他希望他这个整个那个端口号是全的。是，可能是正常，

→ 你现在就是 13 位。希望是 12 位或 11 位。那如果你后面这个是固定，就是已经是 5

→ 位了，因为它对应签名嘛。那没法改，那就得找前面是959。

对。

对对对， 7 位的这种。对。

通道。是的。就是我们以前投一个客户的标，就是假设就是海南航空，它就是要求 95339

→ 结尾的，那你正常8位加 95339 结尾是一个 13 位，那这个客户告诉你，我只允许最长接受

→ 11 位，但我要 95339 结尾，那就证明你找的这个码号必须是一个 95 结尾的，能明白哈。

但是有一点，就这个 95339 是属于海南航空，它可能在很多个这个。通道内都已经备了，

→ 都已经这个备案了，然后他按照他那要求，就是他期望他后面那一串是固定的。

→ 所以你前面因为我报了很多了，那你就去给我找符合我要求的那个短的那个端口。

→ 是这意思。

是的，就是你前面找一定是 95 结尾的，然后后面你再给他申请子端口，就是申请 339 就得了，

→ 加一起就是 11 位了，他有些这种大客户会有一些，当然这种很少，

→ 就是一般你像我们接触到的。银行会有要求，因为大部分这种是他有这个 95 码号的，就像

→ 95339 应该就是海航他自己的这个就是他发短信用 95339，他有一个短号，

→ 然后他可能客服热线也是 95339 这种航空一般都有，然后就是那个银行有，然后电力有，

→ 他就是很多就是大型的这种国央企有这种需求，然后包括有些客户就是要求你是。

→ 三网合一什么的，这种也是有移动、联通、电信，就是所有的这个码号落下去的都是一样的。

→ 但是实际我们在运营的过程中就是这种客户的要求比较少，因为他要求越高，

→ 就证明着他就是我们的报价肯定就是要高的，

→ 那客户他相对应他付出的成本肯定也是要高的，嗯。

那个如果应该那个是后面那一串是跟签名是对应的，还是说是整个这一串都是跟签名对应？

就。就是你去这个通道上去申请的时候，你就申请这个子端口 95339。

这 3 位是。

对，对，但是你下发的时候只要都是连带着，就是你可以在 11690928 这个通道上申请 95339，

→ 你也可以比如介绍这个 11690341 这条通道你也要用，你也可以去申请 95339，

→ 那你下发的时候是前后都要带着，就是这就是扩了这个前后都要连在一起的。

那如果是签名被拉黑了。他那个会有这种情况吗？会签名被拉黑了以后，他其他被拉黑的是

→ 95339 还是那个这 13 位，对吧？

就是整个子端口跟签名，嗯，就是在一起的。

那我的意思是 95339。

就很多时候不，也不能这么说，也不能这么说，就是很多时候你去报的时候，

→ 首先就是反向地来看，你很多时候去报这个签名的时候，他就是一个黑签名，

→ 你是报备不了的。就比如说你这个，咱就说可能。一些金融类的，你经常发一些诈骗短信，

→ 天天被人家投诉，那这个运营商就把你这个直接给你拉黑了，

→ 我就是你报这个签名都报不上了。

他这个拉黑也是分级的，是吧？有的是到通道级，有的就是整个签。

对，有的可能是集团的黑签名，那就谁家有的可能是当地的啊？网关拦截的，

→ 然后像你说的那种就我已经报备好的了，那我去拉黑，其实就是把这个子端口给拉黑了，

→ 对。

他可以再找别的端口去啊。

对。但也有可能就是基本上，比如说这个前面所有字段我都给你拉黑。

就是分期，是吧？对。可能影响比较大。

是的。

这个比如说前边一般 8 位不都是一个企业固定的吗？对。那你大多数来说 1069 和 1068

→ 就是给不同公司的，就是分配有区别吗？

也没有，这个到时候你可以具体问问运营，就是我现在了解到的好像就是从最早以前。

- 前就基本上就是 12691268 都会有。他发的时候也就是随机数字，
- 但是这个就是有客户有要求，像咱们那个兰州银行这个客户就有要求，必须1269，
- 我不要1268。就是大家最认可的还是1269，这就极个别的客户他会有这种要求，大部分是，
- 嗯，不太关心的 12681269 是都可以的，就只有这一个客户必须是1269，不允许有1268。
- 所以就是。

可能你们还好，就是销售侧一般就是跟客户沟通的时候，

- 我们是希望尽可能地了解掌握客户的这些信息，
- 然后我们在报价的时候才更加有针对性地去报。
- 那很多情况下可能就会出现客户跟你说我没有要求，因为客户可能也不太懂，
- 就说我没有啥要求，但结果你实际接回来运营的时候，他就会有各种那种的要求，
- 所以就是这些，尤其是这种。当然小客户确实就是没有要求，但这种大企业像我们接。
- 接触的这些航司、电力、银行基本上不可能没要求他都会有多多少少的有一些要求的。
- 所以就这个码号是不是要三网合一的？码号是不是要未尝要求的？

→ 码号是不是要固定结尾的？那这些一般都是销售需要提前跟客户沟通确认好的。

那个码号三网合一其实就是指的这个通道是否支持三网合一通话了。

不是，拒绝，这个码号是不是在移动联通电？电信都落地了，

- 它原来它只是有一个那个线上的小伙伴，要是大家就是觉得这没有什么问题，
- 我就先挂断了，因为北京这边线下可能他们有一些针对性的，我就再单独说了，
- 不占用大家的时间了，我就结束会议了啊。没有，我结束，我再跟你俩说。

就是相当于是前面那个。灵活搭配是咱。

先找人。

晓冉能听到吗？晓冉笑笑，可以听到吗？能听到。给我说句话都可以吗？

可以啊。

可以。

他们也可以听到丽丽誉博马庆。能不能听到 test？我在测试。

可以。

能听到。

好的，非常好。

销售人呢。

是不是不骂？

嘉玲，可以听到我说话吗？嘉玲，好的，看爱学习的人多好啊。

能听到。

真好。磊磊。付森磊，你离那么近，你不跑我这来干什么？成，你到我这来找我一趟，

- 我有事跟你说。还有两分钟，大家稍等一下啊。

大家要是有什么问题。题可以随时问，随时互动，我答不上来的，让小庆答啊。

哈哈哈，小庆在这的目的是这个，哈哈哈，时刻准备着小庆。

这是谁的杯子啊？

我的给我拿回。

你怎么有那么多杯子？

就是那个出现了。调整一下。

好了，我们不等了，5点钟了，准时开始好不好？那个让我们掌声，算了，不用掌声了。

→ 今天这个受到空间限制，有请宁老师辛苦，宁老师给我们开始第二课。对，把门关上就行了，
→ 王宁老师。

那就是各位的线上的和线下的小伙伴们，然后咱们昨天是用了一个多小时讲了一下，

→ 就是比较基础的这个短信，就是什么？什么是企业短信？然后我们又扩展了。

→ 一些就是关于现在市面上比较主流的这些国际短信也好，然后包括 5G 消息、IM

→ 短信等等，然后今天我们还是花一个多小时的时间，

→ 然后我们主要讲解一下就是短信的一些基础的这种业务规则方面的这个知识，

→ 然后依旧是大家有什么想沟通的、互动的，可以随时交流，希望大家多多交流，

→ 就是我干巴巴地讲，有些时候不确定大家拿。哪里就是没听懂，

→ 或者是对哪些方面更想了解、更感兴趣，所以就是如果有想交流的可以随时打断我。

OK，那咱们就开始今天的培训，第一块就是这个关于这个监管和准入，然后大家可以看一下，

→ 因为昨天我们其实也说了，就是我们要就是开展这个短信服务的话，

→ 首先我们是需要这个企业有一个 SP 证。就是这个增值电信业务经营许可证，

→ 这个就是这一张图，那这个放的就是咱们金楼的啊。首先你这个企业，

→ 你的经营范围必须是有这个增值电信业务的，

→ 然后获得了这个增值电信业务经营许可证的这个证书，这个是首先是第一个原则，

→ 然后获取了这个增值电信经营许可证之后，然后每个公司去申请一个码号证，

→ 这个就是我们金楼的。这个码号证 16610690341 是金楼的这个码号证，

→ 那所有的这个刚才说的这个 SK 证也好，然后码号证也好，它都是工信部下发的，

→ 工信部就是中华，全称中华人民共和国工业和信息化部，这个都是工信部去核发。

→ 都是那个工信部去审核，然后核发的，然后这些。

许可证还有码号证，大家注意一下，它都是有年限的，就到期前我们还要再去续的，

→ 就不是说你申请完了一劳永逸可以一直来使用，然后它还有一些年限什么的。

→ 当然了如果你有不合规的这种经营，它还可能面临着回收的这个风险，等等吧？

→ 那这些我们的这个管理部门都是，就是简称工信部，然后刚才就是说的这个码号证，

→ 大家要。

注意一下，就是你获批了这个 SP 证，你获批了这个码号证，你只是有了这个，

→ 你可以说开展这个业务的资格，

→ 就所以就是很多如果参与过这种招投标的这个小伙伴们应该能知道，

→ 就是一般企业它在招投标的时候就是有一些你的这个它的供应商需要有哪些资质，

→ 一般这个是一个入门级的门槛，就是你得有这个增值电信业务经营许可证，

→ 你得有这个码号证。你可能实际在给他下发使用的时候不用这个码号去下发，

→ 但是这个这些整套的资质是必须有的。然后这个额外讲一下，就是增值电信业务许可证，

→ 就是我们这些企业，那它对应的还有一个基础电信业务经营许可证，

→ 我不知道大家知道不知道基础电信运营是哪些企业会有的？

ICP，对吧？

基础。不对。8个。对，就是对，现在ICP。是7个还是8个？是都已经获批了的，

→ 但是咱们就是比较了解的就是运营商移动、联通、电信，但是还有几个，

→ 就是还有几个也已经获得了这个基础电信经营许可证的这个资质的，

→ 所以有些时候我们在这个看这个企业它对它服务的供应商的要求，

→ 它可能有一条就是你必须有基础电信业务经营许可证，但这种一般其实它就限，

→ 它只跟运营商去合作，当然我们可以作为运营商的这个支撑方来合作，

→ 但是金楼是没有办法直接与这些企业来进行这个投标也好，签署合同也好的，

→ 所以这就是会有些控标项，或者怎么样会做一个限制。

嗯，这块是关于这个ST证和码号证的，我们公司的这些资质在咱们的那个飞书里面都是，

→ 就是在那个有一个专门的这个模块，大家都是可以看到的。然后再说一下这个说。

→ 说几个专有名词，其实昨天也已经说了，然后第三个就是这个码号，刚才说这个码号，

→ 你申请了这个码号证之后，其实说白了你只拿到了一个码号证的一个证书，

→ 它其实没有任何的可以业务使用的这种实质性的这种场景也好，

→ 就是这种功能它是没有的，你可以把它单纯地理解为它只是一个证，它只是一个码号，

→ 它只是一张纸。那我要。需要使用它，就是使用这个码号给客户去发送短信，

→ 我必须把这个码号进行落地，落地之后才形成了我们所谓的通道，

→ 就它之前它只是一个证书，它只是一个飘在上面的码号，我需要给它落地，

→ 落地之后形成一条通道，真实的，我用这条通道才能把客户提交过来的短信，

→ 经过我们平台的处理，我再送到运营商，那运营商通过这个通道才。

才能把它下发到用户的手机终端上，这个大家一定要了解一下，

→ 就是我们需要把这个码号我拿到之后去三大运营商去落地，

→ 然后落地的时候它可能就是又有一些里面就是具体的规则什么的，

→ 就是我觉得大家不用特别了解很深的这种细节，但是你们是大概齐可以去知道一下，

→ 你如果这个落这个码号是需要在三大运营商分别去落的。

比如说我要移动选一个地区去落，联通选一个，电信去选一个，你不可能就是你在移动去落地了，

→ 然后你说我这个码号是不是可以在？比如说我在北京移动落地了之后，我想发全国移动、

→ 联通、电信所有的这个那是不可以的，就是三网的通道是不可以混的，只能是单网发的。

→ 你在你这个码号在移动落地了，那你就只能发移动的这个手机号，在联通落地的，就是发。

→ 联通电信，落地电信，如果你希望这个码号三大运营商就是三网都能发，

→ 那你需要去分别落地这个概念大家一定要清楚一下啊。

那我有个问题啊。

你问。

就是那个税务局那边把那个短信挪到那个基础联系里边了，他们工商局会不会要求变成那个？

那不知道啊。

那个增值电信业务在b证还有没有用啊？我看经营范围里也没有基础电信。

那原来是基础电信和增。充值电信是两部分，是吗？

对，你这个下周问吧，你太专业了。

就是这一块大家一定要知晓一下，

→ 然后就是我为什么就是有些客户接入的时候就说我要一个三网合一的这个码号，
→ 这个可能是包括销售侧也好、运营侧也好，会经常听到这个客户的这个需求，
→ 所谓的三网合一，这个三网指的就是移动、联通、电信那。如果是三网合一，
→ 就是要求你这个码号在移动、联通、电信得是分别落地，就是能够正常使用，
→ 正常来发送短信，然后给这个客户使用的时候也是用这一条码号了，
→ 所以它叫做一个三网合一，就是无论客户的用户他是哪一网的用户，
→ 他看到的这个上面的这个码号和扩展它都是一样的，这个就是一个三网合一的一个概念，
→ 这个是码号，码号一定是一个，就是 1069108 开头这种前八位的这种。

然后就是大家知道一下这个概念就可以了，然后后面还有一个扩展，嗯，行话也叫SUB，那个

→ subid 这个扩展码呢？就是咱们说的子端口也好，一般就是都可以这么叫。

→ 然后它这个之前也讲了，它是跟这个签名是要对应上的一个扩展，
→ 只能是对应唯一的一个签名，我是这个签名，京东买菜，
→ 那它这个扩展就是只能发这个京东买菜，你报备的是啥就发啥。但是我京东买菜，
→ 如果我需要三个、五个的扩展，也是都可以去报的，这个是扩展码的这个概念。

那有的时候客户可能说他提交短信过来的时候，他可能想带上他自己的扩展，

→ 那这种就是我们现在因为有这个子端口的这个实名认证的这个报备，就是看客户的需求，
→ 就是可以跟客户进行这个深入的沟通，有看客户具体是要什么，如果他对。
→ 必须是要这个扩展，我们也是可以给他报备的，那或者是他提过来是一个零一的扩展，
→ 我可能给他下发的时候替换成了——这个扩展，
→ 但是我上行回去的时候能把这个上行准确地推给他，那这种大部分客户他也是认可的，
→ 就是这个客户的需求需要深究确定一下。那有些客户比如说这个扩展就是就比如967798，
→ 就这种，那这种我们报备提前报。报备的时候就要跟客户沟通清楚，
→ 我就要去报备这个扩展对应的这个签名都要一一对应上，
→ 所以这个扩展只要是销售侧跟客户沟通的时候也需要知晓一下。

提问一下，扩展是不是等于子端口？

嗯，对，你可以，一般叫前面马号，可以叫主端口，然后后面叫子端口。嗯，
→ 然后这个扩展也说了，其实它最长是可以支持 12 位的，就是马号前面是占了8位，其他。
→ 整体的位长是 20 位，所以的扩展是你可以扩展两位、 3 位、 5 位、 10 位什么的，
→ 它最长是 12 位的。然后这个短信如果你是下发的短信，我们又称为 MT 短信，
→ 就是一个下行，然后这个上行回复的就是客户回的一个短信，就是叫上行短信，叫 MO 啊。
→ 然后这种用户回复的基本上可以分为三类，一类就。是营销类的短信，就是现在不都有，
→ 这时候请回复，那客户是可以回复这个就直接就是拒收这条短信的，这个是可以回复的。
然后还有一类，就是有些客户他可能发的是一些通知类的短信，
→ 他会告知客户你如果要怎样你就回复1，要怎样你就回复2，
→ 那这种用户也是可能会回复这个一二，或者是按他指定的一些口令去回复的。
→ 然后还有一类就是纯属。属于瞎回复，他可能说一些不雅观的词或者是字什么的，
→ 就是可能是发泄不满，或者是怎么样，就是回的可能是一些乱七八糟的消息，
→ 那这种也是有可能的，那针对我们的客户来说，就一般就是这种拒收的，对吧？就是回复 r
→ 的标准化的一个回复，或者是人家有一二就是再回复一个他的口令的，
→ 那这种他是一定是需要这个上行内容的，所以就是我们。

在给客户沟通的时候，一般状态报告我们会推给他，

- 然后所以用户的这些上行的这个内容我们也是要推给客户的，
- 如果这个客户有上行的需求的话，嗯，这个也要知道一下，就是沟通的时候，
- 如果人家说我要上行，那起码我是要支持这个上行的。然后针对这种拒收请回复 r
- 的这种短信，我们平台是有功能，就是我不知道销售侧。知道这个功能吗？
- 就是如果这个客户回复了，我们是做什么操作呢？

回复他拉黑了，是把他拉黑了。

我问你们，还是你们问我。拉黑。

加入上行功能。

对，加入黑名单。

对，他就会给他加到一个上行退订的一个黑名单里面。那针对这个账号的再下发的这个短信，
→ 他就不会再收到这个类似的这种营销的内容了，这是平台自动化的。一个功能，
→ 如果客户要问到的话，也可以去告知客户，然后下面就是一些，
→ 上面这个就是比较基础的一些了，然后下面这些就是在日常的沟通交流，跟客户也好，
→ 或者是跟运营商也好，我们日常的交流的过程中可能会用到的一些，
→ 就是属于我们短信内部的一些专有的一些名词。

我看看，我先说一个，先说几个重点，先说一些重点，就是大家应该能常听到的三网合一，

- 其实我刚才已经说过了。就是三网合一这块，你们如果就是感兴趣的话可以再去，
- 就是单独再沟通一下，就是为什么三网合一？这个如果客户是需要三网合一，我们的这个。
- 这个保障性，然后包括我们可能实实在在给客户的报价都会更高一点，
- 就是因为这个三网合一的这个稀缺性和这个难度是相对于其他普通通道是要大很多的。
- 这个就是销售侧，如果你们想了解的话，我具体再单独再说就得。

是咱们的优势，是吗？亮点、卖点。

不是，就是如果客户有这个三网合一的要求，我一般我的报价，

- 我的保障什么要比普通的通道是要。高的，因为三网合一的通道，就刚才说它需要在移动、
→ 联通、电信分别落地，而且我要保障它长期稳定，因为我们的通道会有各种那种的情况，
→ 可能就是比如说有可能会有关停的这种风险，或者说这个通道有业务量级的要求，
→ 我可能跑过了这些量我就不让你跑了。它会有面临的缺口，我们就说可能移动不能发了，
→ 那我就三网合不了一了，就大概是这种，所以呢？如果它要用三网合一，我肯定是，嗯。

价格方面什么的可能就要再去谈了，所以就是客户的需求，

- 说白了就是客户的需求一定要清晰地了解，我们才能给他提供针对他的这种服务和报价。
- 然后我们接着说，然后就是这个黑白名单的这个功能，这个就是非常常见的了，
- 无论是在客户群上还是日常沟通，我们都老是听到这个黑白名单的这个概念，
- 然后分成两部分说，一个是黑名单，一个是白名。黑名单，那黑名单呢？
- 就是指就是我发送的短信，如果客户提交过来的短信触发了这个我们的这个黑名单，
- 它是一个黑名单的号码，那这个短信我们平台是直接拦截的。我昨天不是说了嘛，
- 有客户的短信提交到咱平台的话，咱先进行这个整体的业务逻辑的处理，
- 那如果你触发了我的这个黑名单的话，那我可能就是直接拦截了，
- 我认为它是一个危险的号码，我就是。会给他下发这条短信，
- 那我直接就是给客户返一个失败的这样的一个状态报告，那就是黑名单。

但是黑名单这一块就是它是分了很多等级的，首先就是黑名单是分等级的，
→ 有些可能是字面上来说可能是专投户，就是它是一个专业的投诉的，
→ 那它的等级的级别可能是比较高的，那有些可能是普通的这种投诉，它级别是比较低的，
→ 就是我们的平台针对黑名单它有很多。很多不同的类型，这个是大家知道一下，
→ 然后就是针对我们客户要发的这个内容，我们也会去设立设定，去过不同的这个黑名单。
→ 那比如说这个客户他就是一个大的国央企业，他就是发验证码的话，
→ 那可能我不需要给他过什么其他的黑名单，我默认他的业务正规，
→ 那验证码一般客户收到了也不会去投诉，那即便去投诉我们可以也会有一些和。
销的一些机制，但如果这个客户，比如说是一个金融类的客户，他就发一些很高风险的这种重催，
→ 或者是这种营销的就这类型的短信，那我给这个客户的账号过的黑名单肯定是要多一点的。
→ 嗯，
→ 这种的就是如果客户问你们我的这个账号的这个成功率什么的是怎么保障的你的成功率能。
有多少要清晰地给客户能讲出来这些事情？人家问你，你这个黑名单是你这个成功率能不能优化？
→ 那他如果是因为黑名单导致的这个成功率比较低的话，那根据这个客户的实际情况，
→ 我们是可以进行设置和调整的。如果给这个客户接进来的時候，
→ 他我们肯定是最严格地去执行。
→ 那如果我们运营一段时间发现这个客户他的这个投诉率也还好，他的发送。
情况是 ok 的，没有什么问题的，
→ 那然后如果客户对这个成功率也是有比较高的这个要求和需求的话，
→ 我们可以酌情把这个黑名单去给他放开，就这一块以后就不要再来问我了，
→ 我觉得你们完全可以自己给客户讲明白这个事情，就是关于这个黑名单能不能给他优化，
→ 能不能提高他的这个成功率，就这一块我应该是讲过很多次了，
→ 这个就是一个黑名单的这样的一个概念。然后跟它对应的就是一个白名单的概念，
→ 然后白名单的概念基本上就是反着来的，不受一些规则限制的要求。
→ 然后这个基本上就是两大类，一个就是白名单是这种客户的，
→ 就是客户自己的这个测试手机号，他可能是经常性的会测试短信，
→ 尤其是在他刚接进来的时候，他可能就是刚对接的时候，他会频繁地去测试短信的。
→ 的这个发送情况，有没有发成功时效什么的？但这个时候如果你设置的什么单号码日上线是
→ 10 条，他可能 10 条没测完他就发不下去了。
→ 那这个时候大家可以看到运营小伙伴一般就会在群上去说说，如果是你自己的测试号，
→ 我就给你加白，所谓的加白就是把它添加到这个白名单里面，
→ 那他这个手机号就是不受这些规则的限制的影响，他可以正常的进行这个短信的下发，
→ 不受这个。
单号码已上线 10 条的影响，这个就是白名单的概念，然后这个是一个，
→ 然后还有一类就是客户自己的这种告警的手机也是有的，因为一般告警每天可能几百条、
→ 上千条都有可能，那这种的话我们也是可以给他的这个告警的这个手机号码加到白名单的，
→ 他依旧是不受这个日常线的这些规则的这个限制，所以这个就是黑白名单的这个概念，
→ 我们是有专门的这个。
白名单的这个设置的地方，然后白名单的客户。如果是一些重保的，就说的再深入一点，
→ 他这些客户的名单是重保的，就是很重要的这种白名单的用户的话，
→ 我也可以给这个白名单用户配置专属的通道，
→ 就是我可以把这个账号里面其他客户用一个普通的通道，你可以这么理解，
→ 那白名单客户为了重保，我可以给他用更加优质的。

是的，通道它可能是成本更高，但是它的整体的效果什么的会更好，因为白名单不会有特别多嘛？

- 我为了保障这一批白名单的这个短信的发送，比如这个是领导的短信，领导的手机号，
- 可能客户在沟通的过程中告诉你，这是我们几个大领导的那个手机号，
- 一定要保障他们的这个发送，那其实我们是可以给他加到白名单，
- 然后去走专属的这个通道去下发的。

黑白名单。实际上就是在调罚率。

对，嗯，黑名单这块也是，就是跟整体的投诉什么的都有关，

- 因为你黑名单如果拦不住的话下去了，那这些黑户都会去投诉他。
- 你可能会产生比较高的一个投诉。对，因为黑名单主要是拦这个，
- 还有就是我刚才说的这个上行退订，它也是个黑名单组，人家客户都让你别发短信了，你，
- 你不可能再去发。嗯，然后我再问问你们，那如果客户要求解除黑名单的呢？话能解吗？
- 能啊。可以。

必须能，我得看他是那什么。

什么级别？

平台黑名单是解不了的。

对，就是不能上来，就说能，他得看他的情况，他是什么类型的黑名单，

- 然后他要收到的内容是什么？这个都是你可以，其实在群里面你们也可以看到，
- 有时候运营就说解不了这个黑名单，那有的时候他就会说你让用户回复一个解除。
- 黑名单发送到哪？我收到了，就是截图给我，我就是可以给他解除黑名单，
- 这个跟客户发的短信内容是有关的，然后跟他黑名单的级别也是息息相关的，
- 不是说所有黑名单都能解的。举个例子。比如他是个专业投诉户，
- 你发了一个环贝的这个催收，发了环贝的营销，但是收不到，那这种一般你就是不给解，
- 他本来就是专投户，你还给他发这种高危的，那一般可能就不解，那比如说他是一。
- 一个黑名单他发了一，他想现在想收验证码，那你就可以给他解除，
- 就是他跟他要接收的这个短信的内容是有关的。

然后我们一般就是让用户回复一个，就是取消或者是一些上行退订的，他当初上行退订了，

- 他现在要收到这个短信，那你就就可以回复一个解除黑名单，我们是有证据的，
- 你当初是让我们解除黑名单的，然后你要收到这条短信，大概是这样的一个操作方式。
- 然后这个就是黑白名单，然后还有就是整个这个状态就是有提交回执和状态回执，
- 就这块就是我们昨天其实是说了这个状态回执了，就是所谓的状态回执，
- 就是无论他是成功还是失败了都有回执，这叫状态。回执不是说成功了才有状态，
- 回执就是所谓的状态回执，是这条短信我给他发了状态报告，
- 他不管是成功还是失败都有状态回执，所以就是不要混淆它跟这个成功失败的这样的，
- 就是状态的这个概念，很多客户是问你这个回执率是多少，
- 它是不是说是问你成功率有多少，它这个回执是指你的短信下发下去，触达到终端了，
- 终端给了你。

你响应，不论成功和失败，就是你触达了这个短信，你能及时地把这个短信下发下去，
→ 它可能是成功的，也可能是失败的，但整个这个回执是有状态的，这个叫状态回执。
→ 然后提交回执是指，一般是指客户提交给咱们的短信，
→ 咱们先要你先要给客户一个响应回执，就是证明我接收到了你这条短信，
→ 你的短信正常提交到了我的短信平台，先提交，先给一个回执，然后我再。在进行，
→ 就我接收到了你的短信，我再进行这个一系列的这种处理，我再进行下发，
→ 下发完之后再有一个状态的会议室，然后成功失败，未知的这个概念之前也已经说过了，
→ 然后就是一般如果是发送失败的话，会有一个错误码，或者叫状态码，也可以，就是失败了，
→ 一般运营商都会返回一个状态码，是。

什么什么什么什么的，然后这个状态码就是两类，一类是咱平台返的，就是咱们不都说了，
→ 咱们平台会先拦截一部分短信，就这部分短信刚到咱们平台，我还没下到通道呢，
→ 到咱们平台就拦截了，那这个发送失败的，就我平台拦的，我会给他返回一系列的这个失败，
→ 那失败对应的就会代表各式各样的错误码，比如是你触发了这个单单号码一上线。
→ 它是一个错误码，你触发了我平台的黑名单，是错误码。然后你是关键字拦截了，
→ 也有错误码，这个咱们平台的错误码一般是以 JD 开头的，比如说黑名单可能是 JD 0028，
→ JD 0026 是不同的这种黑名单组，然后还有一些单号码一上线，我忘了是 JD 00 啥来着，
→ 0025 还是什么，反正它就是有不同的这个错误码的回值，这是一部分，
→ 然后还有一部分就是我下发。

发到了通道，我下发的通道可能是下发到运营商，就是我们直连的通道，可能是直连到运营商的，
→ 也可能是我直连到，就是也可能是我发给我们的这个供应商的，
→ 就是我们的资源合作伙伴的，那这些他们处理完之后成功的、失败的都会有错误码回来，
→ 然后很多时候你们就会遇到客户说把你的这个错误码对应的这个，因为你回去的。
→ 这是一串数字，几个数字或者是一个字母，或者是字母，
→ 数字组合就是很多时候客户是不知道这个错误码是什么意思的，
→ 他就会问你说你能不能把这个错误码对应的这个释义解释，中文解释给到，我遇到过吗？

有给过客户。怎么了？三大运营商的和咱们。对照表吗？

对，那个。对，但是这张表你们要知道不是涵盖所有的。那个表里边。
→ 基本是咱自己的和运营商的，那其实还有很多就是三方的，他就是每家可能跟咱们一样，
→ 他自己也命名了不同的这个错误码。那这些就是一般会要求客户，
→ 就是我们的小伙伴们会跟他说一下，我给你一个释义，我给你一个表，你作为参考，
→ 如果你收到的这个错误码它不在这个列表里面，你就把号码发过来，我们再去核实一下。
→ 有时候你们会觉得为什么客户说了一个，就是说我这个短信发送失败了，
→ 有的时候你们有没有这种感触？你们觉得运营很快就能回复，有的时候就慢。

他等三方给他。

对，就是如果我们平台自己的，或者很明显的这种运营商的这种控关停什么的，
→ 其实我们很好解释，但有些是三方反馈的验证码，就是三方通道给的，
→ 那我们需要去找三方去核实的。你这个失败是什么？那三方，可能它下面还有三方，
→ 也可能是一级，一级的这个下游去核实，所以这个时间就会长一点，所以一般是 GB
→ 开头的这种，或者是我们普遍知道的这种控关停的这种错误码，
→ 是比较快速的能反馈给客户的。然后其他的可能是需要等一下通道的，
→ 这个就是三方通道的这个反馈时间。

映射是，就是。

就是把它映射成它，是它叫什么？把它映射成它需要的这种，一般就是可以映射，

→ 但也不是那么准确的。我可能是把某一类，就是我平台上本来不是应该返回的，

→ 比如说是空关停，我平台上可能有 10 种这个错误码，

→ 我给它打在一起都映射成一个给到客户。

人为去人工，去判断、去配置。

但是运营有那个配置的啊。然后都把，比如说空关停，我都给你配置成是这个给到你，

→ 但这个就是我估计马庆能有百分之七八十的准确率吗？现在马老师他这种，

→ 如果我们映射的话，一般能有百分之七八十的准确率吗？

错。这这这个怎么。说呢，这个得看你用的通道是啥，如果说直连，

→ 那咱们返回的映射后的那个值基本上是，可以说基本上是准确的，除了电信，

→ 它统一都返回的是那个一个错误码，就是电信的失败，

→ 基本上就是返回的都是同一个错误码，不管是终端或者是说关键字拦截，

→ 或者说引流拦截这类，它基本上都返回是同一个，排除这些，其他的是基本上是准确的。

→ 但如果说是三方的通道。通道那可能就不太准确了，因为它可能同一个值在 a

→ 供应商上面它是，比如说黑名单的，可能在 b 上面它是超日限的，这种就不太准确了。

OK，明白了。反正大概率可能也是就得也得跟客户说好了，没办法是 100% 的准确。

→ 就是电信它是一个，就是电信返的那个是啥来着？安迪利物还是什么？它那个就是。

→ 错误码刚才就是忘说了一点，就是可能是空关停，是好多个错误码，就是可能也是 20

个都，它其实都中文释义都是空关停，然后这是一种，

→ 还有一种情况就是刚才晴说的这个电信的这个好像是安迪6，它代表了好多意思，

→ 它可能是手机终端问题，它也可能是假设说关键字拦截，它都给你返同一个错误码，

→ 你就是很难去判断它到底最终是什么情况会有这种情况存在。他多个错误，

→ 用了一个错误码，嗯，然后这个就是错误码的这个。然后失败返还，你们知道是什么意思吗？

→ 我发现姜丞真的很扎实，哈哈哈。

是狡辩，找理由正常的。

就是失败返还给大家，就是简单解释一下，就是针对这种预付类的客户。如果就是客户，

→ 比如说他账号里还剩万条短信，那他提交过来了 1,000 条短信。在他提交过来这 1,000

条短信的时候，我其实就是不知道我的平台是没办法，

→ 因为我这个时候我还没下到运营通道，我还没下到通道，我也不知道他是成功和失败，

→ 我不知道，但是我要先把这 1,000 条从他的这个1万条里面给他扣掉。因为你提过来了

→ 1,000 条，即便他是这种那个成功计费的，我也要先把这个。给他扣掉，扣完之后就是我，

→ 我再去下发那下发了这个 1,000 条短信，1,000 条里面可能有 900 条是成功的，有

→ 100 条是失败的，那人家如果是就是成功了才计费，那你失败这 100

→ 条是不是不应该给人家计费？所以这 100 条我们会把它再返回到用户的账户里，

→ 如果就是刨掉未知的情况，大就是大体上你来理解，他提交了 1,000 条短信，成功了 900。

→

条他的账号里面还应该剩 9,100 条才对，就不是你最初的那个，你扣完了 1,000 条，

→ 你就才剩 9,000 条嘛？就不对，你这个失败 100 条要给人家返还回去。只能是预付，

→ 是吧？对，你后付之后。按成本结算。后值后结账，他后付是在我们的这个账，

→ 就是在我们的平台系统里，他是没有限制的，就是没有预扣的这种。也没有返还的这种，

→ 所以是针对这种预付费的客户，有这个失败返还第几天返，知道吗？

12 小时。

对，嗯，这个就是跟这个未知的状态是息息相关的，因为未知一般 72 小时返回，
→ 如果我们每天都给他返，那这种只能去运营，人工处理就会很麻烦。
→ 所以我们是平台做的功能是统一 72 小时之后，就是在第四天给他返这个整体失败，
→ 因为这个时候未知的这些状态基本上能回的都回来了，不能回的也就不回来了，
→ 所以就是把这一部分失败我给他返还掉，嗯，这个就是失败返还的意思，嗯，
→ 然后还有就是带宽 QPS 这个就是一般可能针对一些大客户，
→ 然后他对这个流速有要求的时候，他会是就是问你这个平台的 QPS 支持多少，
→ 然后这个衍生出来还有一些大客户他会做这个压力测试，就是他要就。
比如说我的平台的这个 QPS 能支持多少？那他需要做压力测试，或者是他会给你一个值，
→ 比如说要求你这个 QPS 能达到多少，能支持多少，就是满足他大业务量时候的一个要求。
→ 对，这个我们一般就是说流速就是客户的，就是如果针对销售侧来说的话，
→ 可能比较关心的是客户对这个流速的要求，其实你们在很多招投标的时候，
→ 基本上所有的客户 90% 以上应该。应该都有这个指标，就是要求你的流速能达到，
→ 大家要求不一样，有的说流速能到 500，有的能到 1,000，对吧？咱见过的 1,500, 2,
→ 000 的都有，那这个就是要求你的流速能到多少？那这一块呢？就是分两端，
→ 一个是客户提交过来的时候，就是首先前侧客户把这个短信提交到咱们平台的时候，
→ 如果他按照比如说 2,000 条每秒，3,000 条每秒提交过来的时候，我的平台。
还能迅速地去接收他的这些 QPS，不会有这个，就是流速上不会有这个问题，保障他能接收过来，
→ 这个时候就是其实一般就是客户他会发这种批量、大批量的这种下发短信的时候，
→ 比如他发一些营销类的短信时候，他会这个流速比较高。
→ 当时应该是咱们之前接的那个货，拉拉那个客户他就做过这个 QPS 的这种压力测试，
→ 包括京东不是也有要求？这个还有顺丰嘛？就这些客户他当时都是有这个 QPS 的要求，
→ 然后这个后面我会讲到就是关于客户接入有这个压测的需求时候，
→ 那我们的平台现在就是因为日常的这种短信，如果不是大批量发送这个营销短信的时候，
→ 它的整体的 QPS 其实是没有那么高的，但是我们可以根据这个客户的要求，
→ 我们可以去把这个平台的这个性能，我们。
去扩容，我们应该是我们现在的大平台是有这种自动扩容的功能的，
→ 就是如果客户的这个业务量增长什么，我平台是可以自动扩容到一定的值的，
→ 如果再特别高的话，可能是需要技术介入去再去增加的，对，这个客户如果有这种要求的话，
→ 你们可以判断一下客户的属性和他的量级，可以提前问一下客户，就是接入的时候，
→ 包括后期运营的时候，就这些其实都是很。
关键的这些指标点，你们跟客户深入沟通的时候，
→ 从他的业务形态你就可以判断他很大概率可能有这种 QPS 的要求，
→ 那这种信息如果能及时地给到运营，给到技术，就防止有些客户不懂，
→ 他可能一下提交了很多，那发现了大批量的失败、瘫痪什么的，
→ 那可能就是我们运营的一个故障了，所以这些信息最好都能提前地了解到。
会有常见吗？比如说他要做多少算是大批量的？
带宽不支持。一般我们的平台现在就，我们现在接的客户都几十几百而已啊。
几十万、几百万的都。

几十、几百条。对。对。**QPS**。对，就只有像阿里这种大促的时候它才能上万级啊。嗯，
→ 平时就是一般就是几百条，一般够客户用了。然后像当年就是爱奇艺的话，
→ 它大促的时候发的**QPS**。就是应该是两三千，应该是没到 4,000 就算是比较大一点的了，
→ 他日常其实他没有那么大的，他不会那么提，他可能会持续地提一段时间，
→ 但他不会一下哗一下来很高的，这种会持续地，可能 2000 QPS 3000 QPS 持续地提，
→ 但是如果这个客户，比如压测，他一般要到 6,000 以上，这种销售注意一下，
→ 一定要提前说，就比如五六千以上了，这个算是比较高的**QPS**，这一定要提前跟运营。能，
→ 或者跟我们这边，或者是跟技术这边要提前打招呼，是提前要做好这个预判和准备的，
→ 但大部分客户是没有这么高的这个留速的。

主要有个问题，是吧？那个就是咱们开账号的时候，他有一个就这个连接数，这个。

→ 这个对客户那边有啥影响？比如说咱们默认连接数应该是多少？

默认是 2。默认认两个，起码咱默认的连接数是几个？马老师叫求助马老师。

我记得好像 2 还是 3。

好像是 2，马老师。

这可以听到吗？

可能在忙。

那连接数指的是啥？

就我们跟客户之间接口那个。

多少个接口？

多少个点？多少个点？对，对，然后他是为了防止其中某一个连接，如果万一出现问题断了，

→ 还有别的连接在连着，不会保证他这个业务能继续是通的。

是两个协议，两个接口。

不是。不是协议，嗯，只不过它是一个链路。

是的。

咱们是配多个。

也就是一个接口，上面分出来几根，是吧？

对，你看他写的是最多允许的通讯连接数，其实相当于我们两。两端的这个链路，对，

→ 就是通道连在一起，它是有可以有几条通道，就几条平行的这种链路一样的意思，

→ 它就是为了。喝到。就有点类似于那个概念。并行一样。对，它是共享它的这个流速的，

→ 比如 1,000 的流速，这些链接是可以共享的嗯。

这个对客户那边会有感知吗？或者说就如果超出他那个上限会怎么样？

没，这个，不太这。这个还真不太清楚，待会下来问问技术吧。

这不应该跟那个 **QPS** 是，应该是差不多的。

不，不是那 **QPS**。

QPS 越大，这连接数应该就越大。

没有，它应该是可以平分的。也就是说。对，我们好像是可以开多个的，就是你如果可以配置要

→ 10 个 8 个也是可以的。如果客户侧是有要求的，

→ 我记得阿里好像就是要连接数是要开到多少个？50 个还是多少，好像是有要求的啊。

京东那边也是有要求。

唉，声音很小，好像那边好像在说话。

没有，他在听那个什么。

那就是也就是说他要求有 2,000 的**QPS**，有两个连接数，这个每个连接数都有 2,000 的**QPS**。

对，你字面上可以这么理解。对。不是，每个连接只有 1,000。是一个乘的关系，对。均了。

→ 恩，对，一会签上线的时候再问他，你再忙。恩，然后咱们继续，然后还有一个。

→ 些也是大家能经常听到的一些关键字，对吧？就比如说你这个短信可能是触发了这个关键字，

→ 然后这个关键字又分这么几类，一个就是很严格的这种，绝对是不允许发的一类，

→ 可能就是比较强制性的这种违法违规、涉黄涉赌这种关键字，

→ 是绝对不可能是绝对不允许他发的。那这个就你这个内容中是带了这个关键。

字的，其实我平台就是直接触发了我的关键字，我直接给你拦掉了，那这种情况呢？

→ 如果客户找过来，其实也是不会给他就是处理的，

→ 因为你这个关键字就是比如说你发了一个代回员工的，那这个是 800% 不会让你下发的，

→ 那这种关键字我们是坚决制止的，所以就是直接就会返回这个发送失败。

→ 那还有一些关键字，就是我们平台是为了就是防止这些违。

违法违规，垃圾短信去下发，我做了比较严格的这种关键字库，关键字跟黑名单可能有点类似，

→ 它也是分了不同的组，然后不同的内容，可能这个组是，

→ 比如说涉及涉黄涉赌的这个组可能是冷军的，就是他有一些很多的关键字，

→ 然后可能还有一些是金融高危的，他也有一些关键字，我也是可以去根据账号去配置的，

→ 那有一些情况下。

他虽然这个短信内容中触发了这个关键字，但是根据他的这个语境和语义，

→ 然后还有一种可能是根据这个客户的情况，我是可以给他放开的，所以你们会在里面，

→ 就是我们的业务群里面就会看到运营的小伙伴说，唉？

→ 这个客户展过来说这条短信发送失败了，我们可以说你触发了关键字，

→ 我已经给你调整优化过了，你再发试试看，那这种就是可能。

能是虽然触发了我们的关键字，但是在那个场景下，在那个语境下它是合规的，

→ 或者是这个客户我们评定的他的这个等级也好，他的这个体量，

→ 他的这个整体的这个是比较优质的，可以给他放开去发这种类型的这个短信，

→ 那这种运营就会在后端去处理。那还有一种可能，就我可以给你们举个例子，

→ 是我经常举的例子，就是可能以前设价的时候有一个百万。

→ 万这个字又涉及到这种中奖诈骗什么的，这个百万可能是个关键字，但是你有一个，

→ 有一条短信说你的这个快递我放在了百万超市，那可能这个超市叫百万超市，

→ 其实在这个语境下它触发了关键字，它其实就不是这个是一个很明显的啊。

→ 然后还有一种情况可能是过了三方的，就是我们这没拦下到三方了，我走的是三方通道，

→ 三方跟我们一样，它也有自己的关键字库，它可能会拦。拿了一道，

→ 那这种就是可能根据实际情况去跟三方沟通，能不能优化处理？

→ 有些时候你看这个客户发了一批次短信，成功率特别低，那就是如果是这个关键字的问题，

→ 就看看是咱品牌的拦截还是三方的拦截。如果咱平台拦截，三方拦截都可以去沟通一下，

→ 看看能不能处理去优化，然后所以这种也是很常见的一种情况，然后。

看看企业号转码，待会说企业号转码后面也有具体的，然后还有就是失败补发，
→ 失败补发应该是大家也常听到的，就是我一般给客户发送短信的时候，
→ 会进行多次的这个失败补发，所谓的失败补发就是比如说第一次这条短信我在 a
→ 通道给他下发了，可能是发送失败了。那我可能我平台收到了这个失败的这个响应了，
→ 我可能从 b 通道再重新给他下发一条，我换一条通道给他发，
→ 因为每个通道他自己的机制是不一样的，尤其是，对吧？如果你之前用的是这种三方通道，
→ 那可能就是之前说过三方通道可能会有一些自己的，就是自己的。个人越早，那不对劲，
→ 你跟就告诉我一声，能不能做这事？他可能有一些自己的机制，自己的拦截策略，
→ 那我就反失败了，那失败之后我可能会用我自己的直连通道再给他补一次，
→ 因为直连是我们直接连接到运营商的中间是，不过这种中间平台的，
→ 它的整体的这个成功率什么的肯定会是更高的。所以我们会做失败补发，
→ 然后失败补发可以是多轮次的，这个失败补发都是可以的。然后这一块涉及到一个问题，
→ 就是长的。

短信的这个失败补发，你们现在可能发现有一些客户他在失败补发的时候对账是跟客户的对账，
→ 可能有的时候是对不上的，或者是有些客户可能对这个如果深究的话，
→ 可能对这个长短信的它的这个计费会产生异议，
→ 就是长短信我们计费的时候也是拆成短信计费的，那如果一条长短信，
→ 我假设说拆成了两条短信，那这两条短信有一条是成功的，一条是失败的。
那整体这条短信其实是下发失败的，但是有一条成功的那个短信运营商是计费的，
→ 我也给客户计费的。就是这个是比较大的，主要就是可能会产生歧义的地方，
→ 客户可能从客户侧他会觉得我都没发成功，用户都没收到，你还收我的钱，
→ 但实际上就是我们，首先我们日常出的这个账单肯定是给他计费的，这个就是，嗯。
→ 大家要知道这一下，因为我刚才刚好跟一个客户在沟通这个事情，
→ 这个客户的是一个什么场景呢？就是你们知道如果一条长短信给客户返状态报告是反几条？
→ 是怎么反的？你们知道吗？

反一条。

姜丞。什么呢？一条长短信拆成两条短信，给他返状态报告，返几条？

5 条。这是盲区啊。两条。

就是正常。长逻辑规则下，一条长短信拆分成几条短信，每条短信回状态就是你说的是对的，
→ 就是它会如果拆成两条是回两条状态的，两条如果都成功，那就是两条分别是成功，
→ 两条都失败，分别失败两条，一条成功，一条失败，我会给它返的状态就是一条成功，
→ 一条失败，就是长短信是这样返的啊。

正常的逻辑规则是这样的，那这个时候跟客户之间的对账计费大概率不会出现什么问题，因。

→ 因为他那接收到的这个条数跟我们可能是一样的啊。
→ 客户顶多就会在意就是你一个长短信没下发成功，但是半条成功，半条失败，也收了一次钱，
→ 然后这个不是失败了吗？我可能再进行一次失败补发，那失败补发这时候两条如果都成功了，
→ 这两条我收钱，就是相当于一条长短信，本来收两条钱，我收了他三条的钱，
→ 他可能有时候会在意这个是一个情况，还有一个情况就是应客户的要求，我的长短。
→ 短信只回一条状态，这个你们知道吗？我们是有这个功能的，就是。

老版还是有的。

好像是，嗯，有些客户他是有特殊要求的，他要求这个长短信你只给我回一个状态，
→ 就不要拆分成短信，回你一条长短信要么成功，要么失败。
→ 那这个时候我们就是跟客户对账的时候就会出现这种差异，
→ 因为他那接收到的是一条长短信的状态。他可能是这条拆分成两条短信，他直接就给乘以 2
→ 了，他那看到的就是两条计费，但是我平台实际是产生了三条的，我你又没推给他三条，
→ 你只推给他一个状态，他乘他的这个短信条数，那就对不上，他会比咱少，这个问题，
→ 就是我刚才在给客户处理的就是这个问题，这个逻辑一定要清楚，
→ 就是如果客户有这个只回一条状态的时候，会存在这个。

问题，那这个是怎么处理解决呢？一般就是看这个占比情况，一般大概率这种都不会太多的话，
→ 我们如果是这个客户很重要的话，他的体量又比较大的话，
→ 我们可以适当地在账单上把他这个给他减免掉，
→ 就是对账的时候我把这个多出来的这个长短信这些条数就可能作为一些其他费用，
→ 我给他减免掉了。嗯，如果占比不是很高的，但如果他全是这种情况，占比很高的，
→ 这个就要在意了，因为我们是。实打实的付出成本的。

3% 以内以我方为准。

对，那种是最好的，对。

如果是写在合同里。

对对对，但有些客户不是，有些客户是要就比较强势的，是以他们账单为准嘛。嗯，对，
→ 这个你们了解一下。然后变量短信你们应该都知道什么意思，就是内容中有一些变量值，
→ 比如说人人的称呼，张先生、李小姐什么的，然后包括一些时间，然后就是我们之前见过的，
→ 比如说约你去，他要约你去那个给你，让你去上课，
→ 那这个是上课的这个时间可能它就是个变量值，然后或者这个。

联系方式可能也是一个变量值，

→ 但是现在有引流报备这个一般变量的这个手机号码其实也是很难发下去了，
→ 还有一些称呼什么的，然后其实很明显的一个变量短信，就是那个验证码，
→ 它其实也是一个变量短信，那个随机的数字它其实也是一个变量推定就不说了，
→ 耦合点就是这个，我先简单讲一下，后续可能把。

像他们讲通道资源，宋敏讲通道资源的时候，大家可以再具体了解一下，就是百投比，
→ 是一般就是短信通道对我们的要求就是百投比，这个百是指百万，
→ 就是你发一百万条短信可以有几个投诉，就可以来几个投诉，这个叫百投比，
→ 一般的规定就是百投比是 0.4 以下，就是你发1万条短信可以有 0.4 个投诉，你换算一下。
→ 是你发 1,000 万条短信，允许来四个投诉，这一般是移动的这个要求。

所以为什么让销售老师去问这个客户的这个百投比呢？就是这样的，因为通道是有要求的，
→ 如果你这个客户的投诉率特别高的话，那会影响我的通道的，
→ 如果发下去哐哐哐来了好多投诉，那会影响我通道没准会关停啊？或者是怎么样的？
→ 或者是罚款什么？他有一系列的这个处罚，一系列的这个东西的，所以。

如果你的客户是发这种普通的客户一般都是没有问题的，

→ 尤其是你像发这种验证码和正常的这种行业通知的话，基本上是没有这个问题的，
→ 只有发营销短信的时候，然后普通的营销短信一般也不会超过这个 0.4 的，
→ 只有那种高危的，有什么我们熟知的金融的、游戏的、教育的，
→ 那他们的这种百投比会比较高，那这种客户接入的时候。

一定要了解清楚，就是但是这一块不能完全听信客户的，就是客户跟你说我没有投诉，

→ 那大概率是不太可能的一种，就是他不了解他的供应商，没有跟他说过，

→ 还有一种可能就是他自己，那什么呢？对吧？他没有说实话也有可能的，对，

→ 这种也不能以客户，就是他如果给你的这个值你评估是在一个合理的情况下，

→ 那大概率可能是真实的，那如果他。

就是给你的是一个很低的数字，那其实是不太可能的，这个就是如果不清楚的话可以问一下运营，

→ 就是我们的运营因为经验很丰富，就是大概率什么样的类型短信，

→ 现在市面上它的白投比大概是能到多少，我们是都比较知晓的，

→ 这个后面运营培训的时候可以再给你们具体的科普一下。

这些应该是，我看看，应该是基本上都讲了子账号实名认证，不讲了，

→ 有一期有一些针对这个实名认证的一个讲解。然后我们就再讲一下这个国际短信，

→ 因为咱们现在陆陆续续也有一些客户就是会发国际短信的业务，然后国际短信这块。

→ 它也会有一些它自己的专有名词，它用的最主要的就是这个 3 的 ID，

→ 昨天我那张图上也发了，就是相当于我们国内的短信上面我们说的那个码号，

→ 就是上面发的那个头，国际它是不以这个签名为识别的，它主要以这个发件人的信息叫 3

→ 的 ID 以这个为识别的，这个也是不同国家支持的不一样，有些可能是那个数字，有些唉，

→ 中国不就数字嘛？然后有些可能是那。那个字母。然后这些就是不同的国家要求不一样，

→ 然后有些就是一般发验证码没关系，就是发营销类的，可能需要报备，有些是，

→ 当然有些国家是不要求报备的，有些是必须报备的，你如果不报备的话，

→ 大概率是发不下去的，就是你可能通用的能发几天，然后一旦被发现了，

→ 他可能也是不允许你下发的，所以这个是有专门的这个三大 ID，就是如。

如果客户大体量的话是可以去，我们可以去协助客户去申请的，然后还有注意一点，

→ 就是看客户发的是哪些国家，如果这些国家要报备的话是涉及费用的，

→ 这个是一定要跟客户沟通好的。有一些国家像美国、加拿大，什么他们申请三代 ID

→ 是需要费用的，包括还有谁？越南有一些国家它是收，可能按月，它有个一次性，

→ 有些是有个一次性的注册费，有些是有一次性注册费加。再加上每月你要付费，

→ 然后有些可能单纯的就是每月你需要 10 美金、20 美金，

→ 那这些对于客户来说都是成本的，一定要沟通清楚的，像之前我们服务的一个客户，

→ 就是沟通过之后客户就觉得没必要花这个钱，这个国家短信我宁愿发不下去，

→ 我可能也就不干，我不出这个成本，所以这个客户的诉求也是不一样的。

然后还有一个就是防骚扰的号码DnD，这个就是相。相当于我们国内的，就是我们称之为黑名单，

→ 他用户的手机号是被运营商列入了，就是黑名单，导致无法收到短信，

→ 然后这个是一个专有名词DnD。然后 Whatsapp 大家应该都知道了，

→ 这个都是专门我们请了老师给大家讲过的，就是 Whatsapp

→ 就是有点类似于微信的一个社交软件，它最大的好处就是不需要添加好友就能发短信，

→ 你只要有他的手机号。他就天然可以，就是给他来通过，就是给他的 Whatsapp 来发短信，

→ 只要他注册成功了，他在线他就可以收到这个短信。

这个就是Whatsapp，然后 Whatsapp 也是在一些国家是它的主流软件，
→ 那只有在这些主流的国家，我们可能用 Whatsapp 去发它的整体的效果和触达率是好的。
→ 那比如说你像在中国它根本就没有普及，那你这个国家你用 Whatsapp
→ 发其实是没有任何意义。意义的，所以他也是有一些自己的这个优势国家的，
→ 在这些优势国家中用 Whatsapp 可能效果会更好的。当然了， WhatsApp
→ 如果用户没有响应收不到的话，我们可以再用文本的通道去做一个发，也是可以的。
→ 就是这个国际上面有一个特殊的这个 Whatsapp 的这个消息，这个也看客户，
→ 有些客户可能人家就不允许你用 Whatsapp 的通道，或者是他之前不了解。
→ 后续他知道告诉你，就是他的客户不要再用这种通道，也有可能国编码都知道，
→ 像中国就是86，美国是一。

嗯，在手机号前面加的这个国编码是用来区分就是这个号码是属于哪个国家的，
→ 然后国际上还经常会说一个回天率，听过，就是这个是什么意思呢？是针对验证码短信，
→ 就是用户点击了获取验证码。之后他实际输入到这个页面上的这个BD，这叫回填率，
→ 就是回填到他的那个验证码框框里面的数量跟他实，比如他有发了 100 条短信，有 10
→ 个客户填回去了，那这个回填率就是10%。明白，那我再问你，
→ 客户问你你们的回填率能到多少？怎么回答？

够不了。

回填率能有多少？

这是根据于客户终端的。

对，他讲的咱这没法保障，只能说能给他升，提升多少。

我们保证到达率。

为什么是回填这个验证频道？

主要说的是验证码。

你们反馈，等会我出个声。

他一直要怎么样？他不回复这国际的。

对，国际的，国际上他说回填率。

咱们国内的没有反馈率。

对，一般不看。不看。就我很少能在客户沟通交流中听到回填率这个词吧。没有问。

→ 但国际上是很回填。国际上像我们就是寻这些通道资源的时候，
→ 通道就会有好多供应商就给你写上，就专门有一列，就是我这个报价回填率能到多少？
→ 我那个报价回填率能到多少？他是专门就是这个是一个国际上很重要的一个指标，
→ 就是基本上如果比较优质的，就是如果就像你说的号码质量也比较 ok 的，
→ 他的回填率大概率能到7585。如果他的号码质量就是一般的话，有可能。比较好的通道能到
→ 70 到 75 以上，但是有一些就像我们之前不是经常说混线什么的，就这种拼凑的通道，
→ 可能它的回传率只有 50 多。

有后续。

就是就像我们自己说的是直连的，或者是混了很多混线的意思，就是有可能有卧擦，

→ 就是混的一种，也可能文本还有一种卡发的，就是各类资源混在一起的，就是混线的通道，
→ 那这种通道。肯定是，价格肯定是更有优势的，那它整体这个回填率可能会差一点。嗯，
→ 你知道为什么是回填率吗？唉，就不。

我想问国际客户，他不要求成功率，只要求回填率吗？

他们基本上就如果是验证码，不以这个成功率来定论你。

- 它的效果就是它一般会说你像有些正规的那种国际的标准，它会杠要求你回填率达到多少，
- 它是这个样子的，它是看真实的用户。他会可能会有一些情况，
- 就是我真实的及时地把短信下发下去，用户没有。填错了，就是我发的是1234，他可能发，
- 他可能输，手一抖多输了一位或输错了一位，
- 或者是有些看到验证码我这个时候又不想注册了，那这个比例也差不多啊，也就5%， 5% ~ 10% 之间，也就这样了，不会有太多用户全都干这个事了。可能你像爱奇艺当时就是7%，
- 他认为他预估就百分。这 7 左右是这种我认可是用户自主的行为，
- 那剩下的他如果还没有回填的话，那就证明你要么就是通道延迟时间很长，你 3 分钟给人发下去了，人家再回填就是没有意义了。一个就是你通道有问题，发送失败了，嗯，
- 或者是你虽然发了，但是通道质量可能不好，没有收到都会有这种问题，
- 所以它也是验证这个通道能力的一个要求啊。

你刚才的问题是啥来着？

我刚才问谁了？

你问我来着，让我岔了一个。

我问你，我都没记住。

他国际如果发那种普通通知的话，这种有指标吗？

没有，那就是成功率的，他没有回填的概念。

国际的成功率。也分通道。

也对，一般也是要分混件跟直件，像我们机箱能到多少？ 80 多，他如果放完正常的话。 80

- 多就很高了。对， 80 多已经很。很不错的。

其实我觉得国际短信应该是主要发验。

对，其实大部分因为咱们好多接的客户都是出海的客户，他现在大概率发验证码的是特别多的，

- 偶尔有一些像吉祥这种，偶尔有一些航班的通知，就营销短信基本没见。
- 我像咱们爱奇艺什么的都是发的验证码，领博这些都是发的验证码。短信营销很少，
- 而且营销不太好，发营销就是好多国家。应该是不允许，就我说你必须去报备三大 ID 的，
- 那一报备就涉及到时间成本和价格成本了，好多客户可能就退缩了。

那个 Whatsapp 有成功率，怎么一个指标？

what？

回填率。

没有单独，我这没有单独，就是针对这个短信，也就针对这个的，按理说他应该也是有的，

- 可以待会下去翻翻，他之前不是 Whatsapp 来培训，给了一个培训材。
- 材料可以看一下有没有。它这种应该是，它如果是主流的话，它应该是触达率会，
- 我觉得比较好的，就像我们用微信的话，可能会接收率也不错的。它是可以有那个read，
- 它是有状态的，可以已读的。就是它可以返回这个Whatsapp，
- 是可以返回状这个读的这个状态的。

它有互动，它就说不售卖。

对，它是在 24 小时之内嘛。如果客户得是客户跟你互动。你跟客户互动没用啊。是是是，

- 客户跟你互动，然后就只收一次费的，可能适合那种交互型的场景。嗯，
- 营销的交互的那种场景会好一点。

你出来。然后就是再把企业号转完。刚讲一下，今天差不多了，然后携号转网这块，
→ 携号转网大家应该都知道是啥意思了，就是手机号码本身不变，但是可能从 a
→ 运营商就是转到了 b 运营商这个手机号。比如说 186 的手机号，他原来可能是联通的，
→ 他可能携号转网到了移动，也可能携号转网到了电信，这是都有可能的，这个叫携号转网，
→ 那这种就是用户，因为之前不是说了嘛，就是你落地。

的这个通道它是单网的，就是你移动的通道只能发，移动，联通的通道只能发联通，
→ 电信的通道是只能发电信的，但如果是针对这种携号转网，就是有两种处理方式，
→ 一个比如说我们的平台我有自己的这个携号转网库，可能是我通过第三方去买的也好，
→ 是怎么样对接的也好，我有这个携号转网库，当用户的这个手机号码来了以后，
→ 就我们平台正常是按照这个。

号段来判断的，比如 186 开头的这个号段，那它就属于联通 189，它就是属于电信，
→ 是根据这个号段来判断的，但是如果你有携号转网库的话，就是号码来了之后，
→ 可以去携号转网库查一下这个号码当前是属于什么网络的，比如它虽然是一个 189
→ 的手机号，但它已经携号转网到移动了，那我通过携号转网库是可以查到的，
→ 查到了之后它既然已经携转到移动了，那我就。

可以用户当前所在的这个运营商去下发短信，我通过我自己的移动通道给他发过去，
→ 那就是正常移动接收到了这个号码是在我移动的库里面，我就给他正常的下发了，
→ 这个能理解吧。然后正常下发之后，这个用户要 MO 是什么？上行。对，
→ 然后如果用户要上行的话，也是正常通过这个通道是可以上行回来的，嗯。

这个就只有携号转网库的这样的一个概念，然后这一块就是即便就是我们没有携号转网库，
→ 比如说有些用户找过来了，说这个号码发失败了，
→ 我们可以去查一下他如果是一个携号转网的号码，我们可以，
→ 就是我们的平台可以把它人工手动地去添加一下。
→ 比如说这个手机号它初始的运营商是电信，它已经携转到移动了，
→ 就是我可以在平台上给它配置好，就是我给它添加上。这样的一个属性，
→ 那下一次再来的这个短信，这个手机号码如果再接收别的短信，
→ 我系统都会自动判断它属于移动的这个运营商，我正常也会给它下发下去的。
→ 所以你们经常看到运营就说这携号转网已处理了，让他重新再发一下，
→ 就会有这样的一个情况。

处理了。咱们现在都没有那个。

对，但是单个号码找。过来，我是可以通过针对单个号码，我可以给他添加的，
→ 就这个号码用户实打实的找过来说是携号转网的。
→ 那你可以就是在平台上它是有这个操作功能的，是它就初始运营商是什么？
→ 然后现在它截转到哪了？是可以这样配置一下的啊。

用三网合一的那个。

不不不，是这个不是三网合一，就是我给他配置好了之后，他再来的短信他就会自动识别，都是。
→ 先走我自己配置的这个地方，看它是不是移动的，如果它不是移动的，它已经携转走了，
→ 那就通过其他的运营商去发，就是这个单个号码是可以这样处理的。然后还有一种就是没有，
→ 然后是不是讲反了？没有？没法，然后第二种就是我们可能就是没有携号转网户，
→ 我们只是单纯的通过这个号段去判断，那这个时候我只能是通过，比如说我看他是 186 的，
→ 他是移动的号段，那我只能不是 186，是联通的，我只能通过就是联通的通道给他下发下去，
→ 那联通的通道下发下去之后，联通会发现这个号。

号码已经携转到移动了，那运营商之间是可以做这个处理的，
→ 他可能他可以去把这个信息送到这个移动，由移动去进行散发，
→ 就是运营商之间的网间他是可以去转发的，
→ 那这个用户最终通过移动也是可以收到这个短信的，这个是没有问题的。
→ 但是上行的时候就有问题了。这个就是刚才你说的姜丞。他就是，嗯，他这个上行，
→ 就是那个谁。同仁。同仁，对，就是同仁的问题。他上行的时候，因为这个通道，
→ 就比如说我这条通道，我在我平台上是一条联通的通道，我发下去之后，
→ 然后他斜转到移动了，他通过移动的通道下发，如果这条移动的通道没在我这，
→ 他上行回来就是我收不到这条上行的我的平台。嗯，然后这个时候为什么就用三网合一呢？
→ 是因为移动。联通、电信这条通道都在我这，你即便你携转到了移动，
→ 你回复上行也能回到我平台上面去，是没有问题的。

所以这种有特殊要求的客户就一定要收到这个上行的，我们可以给客户配置，

→ 就是比如说他针对内这个某一个内容必须有上行要求的话，
→ 我们可以给他配置三网合一的通道去下发。

→ 但是同仁的问题就是在我们的那条三网合一的通道发不了他的钱。因为他是个，
→ 所以他就是有点问题。那我已经约了。

是因为他。

他的移动是，就是我们那条移动的码号是发不了同人的签名的，就我三网合一的那个码号。嗯，
→ 因为他是重保，是不允许发的。

他是原来移动的号转到了联通，他上行的时候就回到了联通，对吧？

对。但是我三网合一呀。我是用1069，比如说随便抓，就讲是10690341这个码号下发的，
→ 虽然我是联通的这个通道下发的，但10690341这个码号移动也是我啊。又回来了。ok，
→ 今天我看，就先讲这些喂。嗯，还有什么问题吗？线上有什么问题吗？没有。那咱们。
→ 今天就先这样，我们明天继续。谢谢李老师。拜拜。大家都来打个一吧。

可以的。异步中吧。可以吧。看谁可以讲得原创。行，没问题。

通过没？好，我们开始今天的培训，昨天我们的那个行业规则讲了一部分，
→ 然后今天继续把这个行业规则讲完。然后后面再还有一些客户接入的，我们再讲解一部分。
→ 就编写常见的这个接口协议，用户在跟咱们就是阅信云对接的时候，基本上有两种方式，
→ 一种就是我给客户提供简单的这种Web界面，
→ 就是一个在电脑前面就是不需要有技术能力的人，
→ 他其实就可以去操作的一种比较简单的这种自服务的平台，用户注册之后登录账号密码，
→ 然。

后，根据这个页面上的这种操作方式，然后还有流程的，

→ 就是在页面上我就可以提交这个短信的模板内容、签名等等，然后可以用Excel
→ 表格的形式，我来上传这个手机号码来进行这个常规的这个短信的下发。
→ 那这个这种主要就是针对这种共享客户，我们可能他不需要什么技术能力，
→ 或者是他没有技术能力，他只是简单的人工的去操作，也可以完成他短信的下发。
发，那对一些就是体量比较大的，然后它本身是有一定的技术能力的，
→ 那我们是采用接口形式跟客户来进行这个对接，
→ 然后在我们对接的过程中就是需要用到这个接口协议，
→ 那我们常用的接口协议就是针对客户侧的，主要是两种，一种是HTTP，一种是CMPP，那
→ HTTP和HTTPS其实它是一样的这个接口。

协议，它只是s，是多了一个加密传输的这样的一个方式，

→ 那有一些企业对这个安全性要求比较高的，然后比较大型的企业，那我们优先推荐客户是
→ HTTPS 的对接。HTTP 这种接口协议是咱们公司就是自己开发的这个协议，所以就是用，
→ 如果用户用这个协议对接的时候，我们需要把这个接口文档，
→ 我们有现成的这个接口文档给发给客户。客户按照我们接口文档上面的这些字段的要求，
→ 参数的要求，他来进行定制化开发。在开发完成之后，然后根据我们的规则，
→ 他就是可以把他的这些短信内容、手机号码等等各类我们需要的这个参数，通过这个 HTTP
→ 的协议传输到咱们阅信云的平台，然后我的平台接收到以后，
→ 再进行各种业务处理和下发等等。所以这块就是，嗯，大家记住一般就是不。
→ 不是我们这个行业的，他可能是，比如说是非通信行业的，我们一般都是用 HTTP 来对接，
→ 然后需要对方的技术人员介入来进行一下开发。

所以有的时候我们在群上跟客户沟通，就是对接的时候，

→ 客户有时候可能就会说我们的开发最近有点忙，可能还需要排期一下，就是这个意思，
→ 需要他们的技术来介入进行一下开发，然后这个接口协议才可以使用，
→ 才可以双方这个账密什么的才可以。对接，然后还有一种我们常用的就是 CMPP
→ 的这个协议，那这种基本上是同行之间，因为 CMPP 是移动的一个标准的这个接口协议，
→ 它不像 HTTP 是各家自己开发的，那 CMPP 是一个官方通用的这个协议，
→ 那这个客户以前如果跟别人对接过，他就是会用 CMPP 的这个协议的话，
→ 他需不需要再进行二次开发了？因为这个协议是通用的，大家都。可以拿来用，然后 CMPP
→ 如果是这种行业内的，其实你就不用再给他这个协议文档了，因为都是现成的，是都有的。
当然了如果有些客户他说你再发我一下这个接口协议，咱们也是有整理好的这个 CMPP
→ 的接口协议文档，然后还有一个就是注意一下国际的，就是有些国际上面发国际短信的客户，
→ 他可能需要用 SMPP 对接， SMPP 这块就是国际通用的这个接口协议。当然了，
→ 就是咱们的平台，如果客户是发国际短信的话，我们也是支持 HTTP 啊 CMPP 的。
→ 我举个例子，就比如说这个客户他的国内短信和国际短信都，就是我们都承接了。然后呢？
→ 他是希望，比如说他的国内短信他已经开发了这个 HTTP 了，
→ 他已经就是正常对接在发送了，他现在增加一个国际的这个接口，就是国际的这个短信，
→ 那他希望也通过h。TPV 的协议来对接，这样他就不需要二次开发了，
→ 就无论国际国内他都用同样的协议对接，那这种我们也是支持的，那如果只是单独的，
→ 国际上的这种客户，他可能需要 SMTP 的，然后其他的那种我们国内国际都承接的，
→ 就是我们可以等一个接口协议。然后第二部分就是投诉，其实投诉咱们之前也讲了，
→ 就是大部分用户投诉就是有以下的这几种方式，就是12321，这个是公。
→ 工信部指定的这个投诉受理的这个中心，用户可能去打这个电话来投诉，
→ 然后包括三大运营商的这个客服热线，也是客户首选的这个投诉的方式。

然后还有一些就是通信管理局，然后地方的这种市场监督管理局 12315 都是客户投诉的路径，
→ 包括有一些就是可能涉及到嗯，诈骗、违规这些，可能客户就会去这个法院、公安局等等，
→ 都。都有可能来进行投诉，就是他整个投诉的渠道是比较的，然后就是针对这块投诉，
→ 就是运营商他也是有。

有要求的，为什么我们一直强调就是我们销售在跟客户沟通的时候，

→ 尽可能地了解客户的这个投诉情况，包括百投比越高，他整个客户的价格什么都是受影响的，
→ 就是因为运营商对这个通道的这个百投比是有要求的，比如说移动，
→ 它是要求单通道每个月你的百投比不能超过百万分之0.4，就是说你发 1,000 万条短信，
→ 我允许你来 4 个投诉，是这样的。

的一个比例，当然了，就是你不能无指定的，就是说我虽然没有超过这个百投比0.4，
→ 但是我咣咣咣来了好多个数上的这个投诉，它也是不允许的，它在限制百投比的同时，
→ 它对个数也有要求，12321 的个数一个月你是不能超过 15 个的，
→ 那一个季度就是不能超过 45 个，同时你要控制这个百投比，就是这两个指标是并行的，
→ 每个都不能超，然后这是移动，然后联电它可能是。

是整体的要求会更高一些，它一般就是考核这个，就是没有这个百投比的概念了，
→ 可能会考核这个绝对值，有的时候可能这个通道来一条投诉，
→ 我可能就是给你做关停的这种处理，就是严电它的要求会更加的严苛。
→ 然后下面我们再说一下这个签名的规则，
→ 签名首先大家就是要记得一定格式是这个方头括号，然后里面。是签名的内容，
→ 那我们现在签名一般是 2 ~ 8 个字，不建议客户太长。当然了，
→ 现在就是因为签名报备的原因，它也是有其他规则要求的，你必须是企业的全称、
简称或者是这个商标，然后这个一条完整的短信里面只有这个签名是能用这个方头括号的，
→ 内容中就不要再出现这个方头括号的这个了，就是有一些客户他可能不太了解这个签名，
→ 就包括这些。

括号的概念，他在这个短信内容里面有一些地方，他觉得需要重点强调的，
→ 他也给加上了这个方头括号。比如我们之前遇到过我发了一条短信，
→ 后面要里面有一个温馨提示这四个字，那可能就给他括弧，
→ 就又用了这个方头括号给他括上。客户是不太懂的，
→ 他可能觉得我认为重要的信息我都给他括上，然后这样显得客户收到这个短信之后，
→ 他能高度地重视，那这种我们会。

需要给客户讲清楚，就是我只有签名是可以用这个的，其他如果你想重点强调的话，
→ 你可以用括弧，或者是用这种中括号的形式，就是换一个符号都可以的。
→ 一个内容中是只允许签名带这个的，
→ 如果你出现了多个这条短信就会被运营商判定为双签名或者是多签名，
→ 这个是不允许下发的啊。然后这一块就是我们平台也是有做的功能的，
→ 如果客户他不方便修。把它的内容，它提交过来的内容，我们是可以给它修改的，
→ 我可以把除了签名以外的这种，它框的这个方头括号，我可以给它变更成其他的格式。
→ 这个我们平台是有功能支持的，然后签名一般就是它支持的字符，
→ 那里面就是看它首先得符合这个全称、简称或商标，那它里面如果就是符合这些的，
→ 它是中英文或者是数字的话，我们是都可以支持的。然后目前签名是只。
→ 允许出现在整个短信正文的最前面是签名，然后后面带着这些短信的内容，
→ 然后关于签名这一块，就是我们有单独的一节课去讲这个签名报备的这些事情，
→ 所以这我就不再做其他的赘述了。

然后下面我们就说一下这个发送限制，就是首先大家要知道我们所给企业发送的短信，

→ 首先大的前提条件下一定是针对他的会员提供的这个短信。

→ 无论他是发行业短信还是营销短信，前提得是这个是你的用户，不涉及到这种用，

→ 就是不涉及到用户的这个隐私安全的这个触发必须是你真实的用户，

→ 然后他同意接收你的这个短信服务的话，我们才允许这个企业给用户来发送短信。

→ 然后时间上的限制就是行业短信这块是包括验证码的，我们就是不限制的，其实就是 24

→ 小时，你随时触发了也好。或者是你有紧急的需求要通知客户也好，都是允许的，

→ 但是这个营销就不是了，营销我们是设定了这个早 8 晚 10 的这个发送间隔，就是在晚上

→ 10 点到第二天早上 8 点的时候，是不允许发这个营销短信的，

→ 就是因为晚上如果你还发这种活动促销的短信，不是非，就是不是必要及时的，

→ 一定要触达到用户的，那这个时间段如果你不停地给客户发短信的话，

→ 就是可能会引起客户的反感。他觉得可能打扰到他休息了，或者是接到了这种骚扰短信，

→ 可能会大大增加他投诉的这种概率。所以我们一般会销的话是早八晚十做了限定。

那如果一些高危行业，比如说金融、教育，就是这种高危行业的营销，我们会限制得更严格，

→ 可能是早 8 晚 6 这样的一个下发的时间，就是晚上的限制的时间又提前了，

→ 然后这块给大家就是。一个重点就是有些客户可能就是说我发短信的时候，

→ 就是虽然你给我限制了早 8 晚 10 这样的一个发送，那我可能这批短信提交过来是晚上

→ 11 点我才提交过来，那这个时候可能客户会问，那我 11 点提交过来的短信，

→ 你们是需要怎么样去处理的呢？那这一块我们是提供两种方式供用户选择的，第一种就是你

→ 11 点提交过来的短信，我就给你平台拦截了，我觉得你触发了我们的。

这个时间限制，我就直接给你返超时间的限制的失败，这是第一种，

→ 然后第二种就是你不是发了这个营销短信提交晚了，我可以在我平台存着，我先不下发，

→ 等到第二天早晨 8 点的时候，你这条短信可以下发的时候，我再给他直接就是早 8 点，

→ 就是到了你这个时间早 8 点我再给他发下去。那这两种方式我们都是支持的，

→ 就看客户是需要哪种。然后接下来是一个频次的限制，我们对单号码是有这个日上线的，

→ 这个频次限制的就是验证码通知，还有普通的会员营销，我们做的限制是一天十条，

→ 就是这个账号给这个手机号码一天最多是发十条的，那这一块是可以进行调整的，

→ 这是我们平台的一个限制的功能，就是可以根据用户的实际的业务。

场景我去给他调整，加大这个频次或者是降低这个都是可以的，可以跟客户沟通，

→ 他具体的这个业务的场景我们来判断，当然了就是如果你是高危类的会销，

→ 我们还会限制得更严格，我可能是一天一条，如果你投诉要再高的话，可能是两天一条、

→ 三天一条，就是大家知道这个是我们平台的一个配置的机制，我可以根据客户的场景、

→ 客户的投诉、客户的实际情况去调整。然后他整个这个限制是针对他整个账号的，

→ 就是他针对他所有的用户都是这个限制，但他有一些个别的号码，就像之前咱说的，

→ 他可能是内部的测试号码，或者是他是内部的告警，

→ 他一天可能普通他的用户的场景可能就一天十条就够了，但这些特殊的号码一天可能要

→ 100 条、200 条这种，那单针对这种我们是不放开这个频次限制的，

→ 我们是单独给这个手机号码加白，就是给他加到白名单上，他不是。就这些限制就 ok 了，

→ 然后还有退订的限制，就是营销短信结尾是必须加上这个拒收请回复 r 的，

→ 这个是工信部的统一的要求，也是这个统一的标准。

这然后还有链接这块，那链接现在短信内容里面的链接也是需要去提前报备的。

- 而且你这个链接发的这个链接，点开里面的内容是需要跟你的短信，跟你的签名是。
- 息息相关的，不能是毫不相干、毫不关联的。然后屏蔽地区是指哪些省份？
- 我可以设置就是这个账号，给这些省份不发短信。然后我们目前的屏蔽基本上就是北京、新疆、西藏，一般只有发高危的金融教育，然后包括可能是游戏类的，
- 就是这种高风险的行业，我们才设置不给这些地区发这个短信，
- 当然这个也是我们平台的限制，可以。可以根据他实际的业务情况，他的摆投比等等，
- 我们也可以适当的，如果客户对成功率有很高的要求的话，
- 我们也可以适当的优化调整去放开。

然后还有一个就是验证码的防轰炸级别，这个是指什么呢？

- 是针对一个手机号码给他发不同签名的短信，我一分钟之内只发两条，3分钟也三条，5分钟也是三条，这个就是我们认为针对这个验证码短信一。一个用户，
- 他在正常他的操作场景下，一分钟内他去登录或者是注册一个APP，
- 他可能登录注册一个或最多两个，他不可能一分钟内一会注册这个，一会注册那个，
- 一会注册另外一个，我们认为这种就是非常规的他自己的操作，
- 可能他的手机号码是被攻击了，所以他不停地收到不同签名的这个验证码。

→ 那这个情况是我们系统给这个手机号做了一个保护措施，就是超过我这个频次。

是限制的话，你再发短信，我是直接给他拦截掉的，不给这个用户真实下发，

- 要不然这个手机号码就是我们说的，就是被轰炸了，
- 他不停地收到各种不同签名的这种垃圾短信，其实本身都不是他自己真实触发到的，
- 所以是这样的一个情况。然后还有一个流速的限制，那流速的限制就是根据网关的这个需求，
- 我们可以进行相应的这个平台的这个流速的这个限制。如果用户可能提了短信，
- 但我网关如果有速的限制，我可能适当地去压着流速去给他发，
- 就防止你全提过去就发送失败。这些都是我们平台功能的一些限制。

→ 然后再说一下这个有效号码，就是我们经常会遇到客户说你的成功率能保障多少啊？

→ 你的触达率能保障多少？这个就是。不是说你一句话就是能说的，

→ 就比如说你说我成功率能到97%，我成功率能到98%，我成功率能到100%，

→ 这个是根据号码质量，是息息相关的，就是只有在他发的这些号码都是有效号码的前提下，

→ 我才能给你保障，你的成功率是很高的。

那什么叫有效号码呢？就是刨除以下这些无效号码，

- 比如说这个用户他本身就是一个空关停的号码，那这个号码你我。我再怎么通道，
- 不就是我的通道能力强，我的通道资源强，我也是发布成功的第二个呢？就是这个终端号码，
- 正好这时候比如说上飞机了，开了飞行模式，或者他那个欠费了，
- 或者是你到了地方信号不稳定不好，那是不可能收到这条短信的。

或者是这个是一个黑名单号码，他已经明确写了，就是明确回复过说要拒收这个短信，

→ 那他这种号码是一些客观原因导致他。他根本就不可能发下去，如果一个用户提了100

→ 条短信，有50条都是这种不可抗力的这种号码，那我的成功率最多也只能到50%，

→ 我也到不了90%，100%，对吧？所以我们一般给客户沟通的时候，

→ 就是说排除了你的这些无效号码之外，你如果提供的号码质量是ok的，

→ 提供的都是有效号码，我可以保证你的成功率到99%以上，就之类的类似的，不是说1到10。

贴的这个也需要注意一下，然后还有就是大家比较关心的这个计费方式到底是怎么来计费的？

→ 那首先就是看字数，如果这个短信是一条短信，所谓的短信的概念是小于等于 70 个字，
→ 如果在小于等于 70 个字以内，我们就是按一条来计费，那如果这条短信大于 70 个字了，
→ 我们是按每 67 个字拆成一条来计费的，比如说这条短信。

是 140 个字，那这条短信是 3 条计费，不是两条计费，因为它大于 70 条的时候是按 67 条计费的，所以它拆完了之后是 3 条短信。有些客户可能会认为 70 个字计费，一条 140 个字就是两条，就是这有个误区，大家知道一下。然后还有一些用户问，
→ 就是我短信里面因为有签名，有内容，什么什么样的字，我是需要占这个字数的，那这个。
→ 大家记住一点，所有出现在短信里面的任何的内容、文字符号全部都要计费。
→ 常规我们的客户总会问的就是签名要不要计费？签名对这个方头括号要不要计费？
→ 这是问的会比较多的，但实际上就是签名或签名方头括号肯定是记的，
→ 然后这些任何的标点符号，包括你有空格、换行符都需要记的，
→ 然后还有营销短信的拒收请回发，包括一些网。网址链接那就不用说了，
→ 这些都是肯定是要计费的，正常来说这些字符就是全部都是占一个字的，只有这种 EMO 表情，一个 EMO 表情它是占了两个字符来计费的，这个是以上就是计费的一个规则。
→ 然后我们下面再看一下我们日常就是运营的重点，我们先看一下前端，前端就是我。
→ 我们的客服人员，我们的运营人员，包括我们的销售人员，就是等等我们面向客户的时候，
→ 我们都会有哪些运营服务上面的支撑呢？第一个就是客户接入的时候，
→ 我们肯定是要给客户来开通账号的，我们需要根据客户的要求协议要求我们开了账号，
→ 然后做一些账号进行一系列的这个配置操作来符合客户的这个发送的要求，这个是第一个。
→ 然后还有就是我们要协助客户。陆续测试，一般开通账号之后，
→ 客户可能会进行一些有可能是点对点的测试，有可能是批量的测试，有可能是压力测试，
→ 就是多种形式都有可能这个是根据客户的需求来决定的。

然后还有就是我们现在的报备，一个是签名的报备，还有一个是引流信息的报备，

→ 现在这些都是前置条件，只有报备成功了，整体的这个短信才可以进行下发的。
→ 然后第四个就是审核。那我们所有的这个短信内容，
→ 就是我们也需要协助用户来进行模板的审核，还有就是统计，
→ 有些客户可能有时候需要就是统计一下我最近，对吧？就是某个时间段也好，说某天也好，
→ 我的短信的发送情况基本上就是短信的这种成功率、失败率，
→ 然后一些失败原因等等的统计，然后还有就是查询大部分可能会查询这个短信失败的原因。
可能会提问一个号码为什么发送失败了？那这个也是我们运营的小伙伴需要去配合客户谈，
→ 比如说你是一个空号，或者是你是一个黑名单，那黑名单可能又会有，
→ 是否能解除这个黑名单？然后可能是一个携号转网，那我能不能支持携号转网的下发等等。
→ 还有一个就是投诉，那这块呢？就是如果客户产生了投诉，我们需要就是跟客户沟通，
→ 要到这个客户的这个用户。用户如果投诉了，我们需要跟客户沟通，
→ 要到这个用户的会员证明去证明他是客户的真实有效的这个会员，
→ 我们才给他下发的这个短信。还有一些就是充值对账了，然后这个是两块，
→ 就是我们的付费方式分了两种，一种是预付费，一种是后付费。
→ 但针对预付费的话就是他账号快没有余额的时候，我们会有系统提醒，
→ 然后用户可能按照自己的这个日常的发送。短信的需求可以去进行充值，
→ 还有一种就是后付费的客户，后付费的客户是每月初 3 号我们的系统自动出账单，
→ 然后我们来发送账单给客户，跟他进行对账，如果双方都无异议的话，我们再给他开票、
→ 付款等等，就是一个是前置，一个是后置，那这个就是日常前台需要运营的一些重点。

然后我们下面再看一下后台，后台有一个很重要的一块，

- 就是我们整个资源的调度资源这块就是指我们的通道的调度，客户在接进来的时候，
- 从他的接口对接测试开始，那大部分他测什么呢？
- 他基本上就是测这个短信能不能正常地发下去，能不能真正地触达，
- 这就是整个短信的一个重要的环节。那这个时候就是测试是一块，
- 然后测试完上线也是一块。那我们。

我们需要就是运营的小伙伴们这边就是给客户配置他相应的这个资源池，

- 所谓的资源池就是一个池子里面我可能配置多条通道，然后这些通道根据不同的要求，
- 我可能配置不同的这个权重。那这个多条通道简单来说肯定是要有，
- 如果客户是一个三网用户，他肯定是要有移动的通道、联通的通道、电信的通道，
- 至少给三网的通道。你是必须的，得有的，当然了，如果你接的是一个三方的通道，
- 这个三方通道是支持三网的，你也可以配置这个一条通道，
- 那整个资源池它是不断的根据我们的通道资源情况它去配置调优的。就比如我举个例子，
- 我今天接了一个质量更好的、价格可能更优质的通道，那我可能把它我测试完没有问题了，
- 我可能把它加到这个资源池里面，那我可能先分流一部分客户的量到。这个通道上面，
- 如果这个通道表现得 **ok** 优质的话，我可能在不断去增加它的比例、配置等等，
- 那如果有某一条通道它出现了问题关停了，那我肯定要在这。

Actually, but we're talking about that. Yeah.

是，等等，他是不断地这个运营维护的，然后通道资源这块我们也是有监控报警的，

- 每个通道资源是什么情况？比如说这条通道如果是近期成功率会非常低，
- 那大概率这个通道是出现了异。常，我们有这种监控报警，能及时地发现和处理问题。
- 然后呢？所有的通道我刚才已经说过了，还是有投诉指标要求的，
- 那这些也是运营分析的重点，不能超了，我的这个一个是百投比，一个是个数，
- 这两块肯定是都不能超的。对，这个日常的投诉，包括投诉来了，
- 我们也得去协调协同这个监管部门去处理这些投诉等等，就是这个是整个资源上。
- 这一块主要就是运营的小伙伴在后端进行支撑，
- 我们销售侧可能大概了解一下整个的这个流程场景就可以了。

然后就是运营还有一个后台的重点就是我们的平台，其实我们现在的平台有很多个了，

- 我们日常给客户开账号配置资源池，我们用的这个阅信云的上海平台是一个，
 - 然后包括我们有这个统计用。用统计的这个数据中心用来判统计的，
 - 然后用来看一些明细的，然后包括我们的这个业务中台可能是跟费用，
 - 然后跟我们的这个对账等等息息相关的合同等等。
 - 那这些平台就是它肯定都有一些系统性的、常规的设置和管理，
 - 然后还有一些日常的可能是平台需要升级，对吧？我有新功能上线了。
- 需要升级，然后出现了什么 **bug**？我需要修复，然后包括我们的平台，
- 如果客户有一些定制化的需求，我们也是，嗯，需要满足就更新迭代的，
 - 然后包括我们还有对，我们还有一个监控报警的一个平台，
 - 那这块就是主要是几方面的监控，一个是客户账号侧的一些成功率位置，
 - 一些流速等等的监控，然后还有一部分是对通道侧的监控，通道的这个成功率余额等等。

等等的这些监控，然后还有一个我们整体平台的这样的一个监控，

- 那这些都是主要是产研侧还有一些需求，或者是有一些客户体外的要求等等，
- 或者是为了我们自身更加降低我们的人工成本，我们去不断地优化调整的一些功能，
- 主要是由产研侧来实现的。好，以上就是我们第二部分，就是业务规则这块，
- 然后下面我再给大家讲一下。关于客户的接入这块，
- 首先是一个客户合作的这个全生命周期，从销售侧发现商机到最终合作终止，
- 就是每一块都需要可能有多方地去协调配合，然后才能顺畅地把这个流程走完。
- 那首先就是前面一直到这个签约这块，可能其实前面都是以销售，以商务为主，
- 那包括这些。商机的这个确立就是主要是销售侧跟客户去沟通，客户的一些诉求，
- 客户的一些痛点，我们能给客户提供的一些解决方案等等，就是针对客户进行需求的确认、
- 需求的匹配和我的这个解决方案，
- 那这一块就是基本上大中客户现在就是就招投标的其实是越来越多的，
- 然后如果有招投标的需求，可能需要商务侧介入，就是。

协助客户来进行一个投标，然后中标之后才有下面的签约合作这些，

- 然后这一块有可能就是在签约之前，就这有一个客户测试，那这个就是不确定，
- 就是有些客户是这样的，就是我必须先测试，你只有测试通过了我的这个测试要求，
- 我才会给你签署合同。那这个测试期也不一定有的是，可能就是进行一个简单的压测，
- 那有些可能是我要。协议小部分的这个业务量，我可能跑一个月、半个月，
- 我看看你真实的这个触达情况，真实的这个奖能时效等等，
- 你满足了我的这些要求我才跟你签合同。

所以呢？这块有些是这样的，那有些可能是先签了合同再测试，所以后面就是正式合作，

- 这没有一个客户测试，所以这个就是根据客户的实际情况，一客一议了。
- 然后如果前面的商机需求什么都没有问题，我们建立了合作之后就是签合同，
- 合同签署完之后，其实我们就是一个正式的合作，我们就需要给客户来开通账号，
- 双方得去联调测试，包括我们给客户进行签名、引流、信息的报备等等都没有问题了，
- 我们正式开始使用，客户可能会逐步切量过来，然后在整个运营的过程中，
- 我们日常有一些客户群，客户有一些问题，可能是一些就是短信下发的问题，或者是一些。
- 些接口功能上的一些咨询，然后可能也是对账结算等等各方面的问题，可能都有，
- 这个需要大家协同去配合，然后包括客户的一些日常的监控，
- 客户的如果他的这个成功率有异常了，是吧？然后包括如果是预存客户，
- 他可能是没有余额了，那这种都是监控，都是需要我们去跟客户反馈的，
- 然后可能客户的日。

常的合作过程中他还可能有一些需求，那这个我们就是根据客户的情况，

- 我们去看是不是给他做这种定制化的这种开发的需求，这个也是需要一客一议，
- 就是进行评估的，不是什么样的客户，什么样的需求我们都得都接了啊。
- 然后日常还有一个销售侧和客情的日常的维护，然后还有就是充值的结算，
- 不同的客户可能有预付后付这个结算方式，也是在。一样的。
- 然后后面如果有各种原因导致这个合作终止的话，
- 我们比较主要的一块就是尽可能的就是如果他是预付费的，
- 尽可能把他的这个账号里面的余额消耗完毕，我们再终止合作。
- 然后如果终止合作以后就是还有一个动作，
- 是把我们的客户在我们平台的账号先进行关停处理，以防就是有什么问题触发这个账号，
- 又进行短信下发。对。那这块有一个关停账号的一个操作，
- 这个基本上就是客户整个合作的一个全生命的周期。

下面是给大家列举了一些客户的场景，我们经常说这个客户有发送短信的需求，

→ 那到底是哪些客户？他在什么场景下有一些这个业务需求呢？就是我们的金主爸爸在哪？

→ 给大家列了一些，第一个就是这种电商平台，我们熟知的天猫、淘宝、京东等等的。

→ 那这些首先它是在这个用户注册的时候肯定是需要发验证码的，然后它有一些支付的时候，

→ 然后包括它购买了东西，它的这个订单的确认、物流的状态等等，它都会发通知短信。

然后电商平台还有一大块就是这个活动的促销，我们熟知的这个 618 双十一它会发生大批。

→ 这样的这种营销活动，营销短信，然后把他的这个活动通过短信的形式告知他的会员，对，

→ 这一块就是电商这一块营销的短信体量也是非常大的。第二块就是物流这块，

→ 那物流就是基本上营销短信是非常少的，大家应该是也都了解到，

→ 其实你们很少能收到物流的这个营销活动的，就是这种短信，它基本是。

→ 没有什么促销活动的，物流短信体量之所以很大，是因为它主要发这些订单的通知，

→ 因为每每天这个就是这个物流的件数是非常多的，

→ 那给每个用户他都需要发这种订单发货的通知，包括这个快递送达以后，

→ 他可能会有一个取件码的这种通知，所以整个物流的体量是在通知这块物流，

→ 通知体量是比较大的。然后银行保险这块，金融银行这块整个动账信息是它。

→ 很主要的一块就是你无论你的账户里面进钱了还是出钱了，你的整个账户余额的这个变化，

→ 基本上所有的银行都会给他的用户发通知，然后当然了就是你如果注册APP，登录APP，

→ 包括现在很多银行你如果支付的时候都需要进行这个验证码，

→ 所以它的验证码体量也是比较大的。

然后银行还有一个特点，就是发生日祝福，这个应该是所有。办了银行卡的小伙伴们，

→ 应该你们都会收到，就是你生日的当天肯定会收到各个银行给你发的这个生日的祝福，

→ 然后银行这块也会有一些营销的短信，就是他的这种信用卡的一些活动，

→ 然后包括他可能有一些催收的短信也是会有的。像保险就更是了，

→ 保险可能就是除了日常的这种保单的这个就是你，你是购买了某个保险，

→ 他会发这个保单的这个。

通知，然后他有一些新的这个保险活动的时候，他营销短信也是会占一部分的，

→ 尤其是他有定时了，一般保险就是定期，他有什么活动，他就会发大批量的这个营销短信。

→ 金融证券这块其实是属于这种高危行业了，就是股票这一类的，就是我们可能做的比较少，

→ 然后他日常可能就会有一些股票交易的一些通知，我们也有这些这种客户，但是不算太多。

→ 然后能源咱们做的是比较多的了，冀北电力、华北电力，包括海南电网、能源集团等等，

→ 像电力这一块一个是内部的系统的通知，还有就是与电力这块，

→ 就是我们散户的这个付费的这个提醒是比较的，你的电费余额不足了，它会提醒你，

→ 然后你充值了，对吧？然后你充了多少钱？它会提醒你这个整个电费这一块是。

→ 发的比较多的，然后还有就是一些工单，就是比如说你这一块电路有问题了，我们正在抢修，

→ 这种工单也是比较多的。然后还有就是节假日的这个客户关怀，大家应该也都能收到。

然后呢？电力整个它的营销活动其实是比较少的，

→ 就是我们目前很少能发现电力有大尺度的这个促销，

→ 一般就是正常大家缴电费什么通知类的会比较多一些。出行这块那就是。

→ 我们做的比较多的就是航司类的，它的这种出行时候，

→ 用户购买这个机票的这些订单信息是非常多的，然后它有一些活动的话，它除了订单信息，

→ 还有一些航班延误，然后什么航班就是取消等等。那这些短信是需要及时性，

→ 是要求是比较高的。比如这个航班延误了好几个小时，提前他们知道了通知用户没收。

→ 收到短信又一大早跑到机场去了，是吧？那这个就是容易产生客户投诉的，

→ 所以这个及时性还有到达率是要求比较高的。

→ 然后这种航司这块它还会有一些就是升舱的一些活动，或者是值机的一些活动，

→ 那这种优惠活动也会发视频类的，就是我们做的比较多的，像爱奇艺这种，

→ 它就是会有很多营销短信来。促使用户去购买他的这个会员，然后他日常因为他体量比较大，

→ 他的这些验证码就是用户注册登录的验证码，体量也是比较多的。

商超类的是以可能是以活动为主，就是尤其这种超市类的，他每天可能有各种各样的活动，

→ 然后包括这种百货类的，他定期都是有很多的这种促销活动的，

→ 那这种活动他基本上都会给他的会员不定。历史的是去发送短信的，

→ 所以它反而是营销活动是最多的，然后通知类的可能就是有一些线上可以购买东西的，

→ 可能就像盒马这种可以线上购买，然后我可以去有配送的话，会有一些订单通知，

→ 配送的通知，当然了它如果有 APP 小程序，还会有一些注册登录的验证码的这些短信，

→ 生活服务类的，像货拉拉我们做的比较多的，那它就是有通知，有营销。

就是他的通知类的短信，就是一些有客户下单了，对吧？那我会通知你这个快递，

→ 这个拉货小哥已经接单了，多长时间内到？然后到了的时候也会短信通知你，

→ 他五分钟就到了，让你准备好你需要搬的东西，然后他也会有一些优惠活动，

→ 就是给这些客户发你今天用我的这个货，拉拉拉货，是吧？你可能有什么折扣，

→ 可能有什么优惠等等他的这个营销和通知。

都会有，然后汽车这块也是分两大类，一个就是用户购买汽车之后，他的一些售后服务，

→ 他的一些保养通知，不保养类的通知会比较多一点。然后还有就是如果有什么新的活动，

→ 他也会发营销短信，然后包括日常的这种客户关怀也是有的，党政机关这咱做的也比较多，

→ 那这些基本上就是通知类的。

的政务类的短信、日程类的短信会比较多一点，可能还会有一些验证码，

→ 反正都是一些重要的事务类的短信，可能营销啊什么的，这种就是非常少的了。

→ 还有一些是有那种办事大厅的，可能是办事大厅的一些通知，就是预约也好，

→ 或者是排号也好，都是告知你，比如说这个排号快到你了，

→ 你前面还有几个人等等这种现场办理事务的这种通知。短信也比较多，

→ 然后社交游戏咱们倒是做得不多，但这种比较大型的就是合法合规的，也是 ok

→ 的一些用户的行业营销等等。然后线上教育这一块，

→ 我们现在做那个学而思也是一个比较大的这个线上教育的这个平台，

→ 那它基本上也是分两大块，一个就是它的这个上课通知，就是这个用户买了这个课程之后，

→ 它会告。用户，比如说你每天下午几点有课，就提醒用户来上课，然后或者是你买了之后，

→ 他告知你你的老师是谁，你记得跟他去联系排你的这个课，通知类的会有，

→ 然后还有一类就是他线上教育，他有任何的活动促销，他也会给用户发这种活动的短信，

→ 基本上就是可以说各行各业基本上都会涉及到短信，只不过是看他。

发的短信是什么类型的？可能有些是偏营销居多的，有些是偏通知居多的，有些是偏验证码的，

→ 那还有的可能就是各类的都有，这个就是根据客户的实际情况、

→ 实际的业务场景再去进一步地沟通，然后下面说一下客户的分类，

→ 就是我们主要把客户分成三大类，直客和渠道。客户直客是最好理解的，

→ 就是跟我们金楼直接签约的客户。这个客户接到我们阅信云的短信平台正常跟金楼签合同，

→ 然后那个我们负责整个的客情平台的对接，日常的运营和技术支持等等，

→ 我们直接合作的客户叫直客，那还有一部分是类直客。为什么叫类直客呢？

→ 他中间可能有代理公司，或者是有这个中间商这块他可能签约的主体是跟金楼，

→ 就是他可能是跟金楼签约了，但。我中间有一个中间商，我收到客户的钱之后，

→ 我可能是需要给客户支付一部分的这个代理费的，这种是有可能的，

→ 还有一部分是过了这个中间平台的，比如说我们跟这种集成类的客户服务什么的，

→ 都有可能过了客户的中间平台，让客户就是中间平台不做任何操作的，

→ 他只是面向前端去对接这个客户，那后面实际的运营的主体，实际服务的主体。

也还是咱们金楼那这种客户也是有的，这是我们销售侧目前主要做的就是这种直客和类直客，

→ 那还有一些是渠道客户，渠道客户这一块主要其实说白了就是咱的同行，

→ 可能同行之间主要是靠资源去运营，他可能不是靠这种客情技术支持，

→ 还有这个平台的能力等等，他主要看资源情况，今天 a 公司就是有合适的资源，

→ 那可能就是我的客。

户可以用 a 公司的这些资源来发，那明天 b 公司有合适的资源，或者是金楼有合适的资源，

→ 对吧？那这些渠道客户就可以跟金楼来合作，最主要是跟我们的资源层面是息息相关的，

→ 所以渠道客户这部分主要是由我们两个资源的运营这一块来主做的。

→ 那销售侧我们主做的是带宾直客，就是前两块。然后再。来看价，这个就是大家做参考，

→ 就是大体上大家了解一些大概的原则，

→ 比如就是营销的短信一般就是比通知和验证码的短信要贵，

→ 然后普通的行业的短信一定是比其他这种高危特殊行业的短信要便宜，

→ 然后有码号要求的一定是比午马号要求的要贵，这个是几个大的宗旨，

→ 就是大家在接触客户在。

报价的时候，当然我们现在基本上是一客一议的，就根据这个客户实际的体量，

→ 然后他发送的内容和他的现有的供应商情况等等，我们需要多方面的沟通去了解，

→ 才能给客户一个准确的报价，但大体上这些原则是不变的。还有一个就是需要注意，

→ 现在很多大众直客是行銷一口价，可能他无论发验证码还有通知还是营销，

→ 他可能价格都是一样的。那这种情况下我。我们可能需要跟客户沟通，

→ 他每类短信的比例大概是多少，然后我们再根据这个实际情况去测算他的这个所需的成本，

→ 再给他去精准的报价。然后还有就是如果是对码号有要求的话，一定要提前沟通好，

→ 因为就是码号要求越高，那肯定这个成本也是越高的。

除了普通行业以外，有哪些特殊行业啊？金融的、教育的交友直播？多的招聘，还有游戏二类、

→ 电商等等，这些都是一些就是在行业内，就除了普通行业之外一些特殊的行业，

→ 这些客户都是，如果有这类型的客户，我们可能正常的都是先去单独去沟通，

→ 明确客户的需求，我们来再进行针对性地去报价，这个价格大家就了解参考一下就行。

实际的还是卡，根据客户的情况不必再去单独报，然后下面再说一下，我们在打单的时候也好，
→ 在跟客户沟通的时候也好，那我们都比较关注客户的什么啊？一个就是客户的基本情况，
→ 对吧？他的企业的规模，他是什么行业的？他公司现状是什么样的？那我跟他合作了之后，
→ 他的口碑，他日常有没有回款风？东西或者他在行业内是不是口碑很差，经常欠供应商的钱，
→ 这些都是需要考虑的啊。然后还有就是客户的组织架构，
→ 可能一些大的公司一般采购层就能决定我到底要不要采哪家供应商作为我的短信供应商，
→ 那可能一些小的公司可能就是公司的老板，
→ 或者是这个高层有特别高的决策层拍板去用哪家公司，然后还有就是客户的。
→ 这些基础的业务场景量级什么一定要搞清楚，按什么类型的短信，对吧？
→ 这个类型的短信有没有安全风险？它的签名是什么？它的模板是什么？
→ 客户的量级是怎么样的？行销占比如何？客户他的在这块每年的费用预算是多少？
→ 这个都是销售侧需要了解的基础内容，只有把这些基础信息我们了解得清楚透彻，
→ 才更方便我们去跟客户进一步深入的了。

解，给他提供一些定制化的这个解决方案，然后包括客户现在的情况，对吧？
→ 他现在是不是有供应商的？哪家供应商？那现在供应商是有什么问题导致他可能想换？
→ 当然了，这个不一定啊，有些是可能现在的供应商比如表现不好，那哪里是表现不好？
→ 有他们的痛点，他希望换。

还有一些是可能他原来就有一家供应商，一两家供应商，他可能想扩充一下自己的这个平台的。
→ 对，扩充一下自己的这个供应商的数量，万一原来的供应商有问题，
→ 或者是他想把鸡蛋放在不同的篮子里，对吧？他想，可能想均分一下这个风险，
→ 所以他可能找多家供应商，那这种多家供应商的就很有可能是哪家表现好，对吧？
→ 他关注的点哪家表现好，他就会把量级更多地切到谁的地方去，他会有一个对比，
→ 所以这些事情我们是都要了解清楚的。然后我们在日常的时候，就是我们还关注哪些啊？
→ 就是这个其实上面也基本说了签约的主体他所属的行业是什么，
→ 然后他日常这个什么业务场景下来发表线量级是怎么样的，这些等等啊，
→ 这些情况我们是有一个客户评估表的，那这边，这里边还有一点就注意了，
→ 可能是客户有定制化开发需求，那针对有定制化开发需求的。

那我们其实是需要技术侧来评估的，首先是我这个需求能不能满足，我如果能满足他这个需求，
→ 我在现有的基础之上我要投入多少人日来进行这个定制化开发？
→ 你这些人日我都需要折算成开发成本了，我来评估这个项目是不是就是符合我的预期，
→ 对吧？就比如说拿这个举例子，开发成本 15,000，我发现这个客户一年我可能只有 1,000 块钱的。

的利润，那这个客户其实可能就是不在我们的考虑范围之内，所以这些所有的事情了解得越详细，
→ 才能让我们更好地来决策是否接入，怎么接入？还有一个就是大家了解一下影响利润，
→ 对吧？我们做短信肯定是为了盈利的，那这个影响利润的因素有哪些呢？
→ 最简单的一个就是客户的价格肯定是单价越高利润越高的，然后第二个。就是计费方式，
→ 这个是从上到下就是越来越优质的，最基本的就是成功计费，
→ 这条短信发成功了我就给你计费。

第二个就是失败不计费，所谓失败不计费的意思就是跟成功相比，就是加了一个未知，
→ 这个失败不计费是指成功加未知都计费，就多了一个未知。第三个是最优质的提交计费，
→ 只要客户提交了短信到咱短信平台上，我都给他计费，这是从上到下越来越优质的，然。
→ 还有就是通道的要求，这个是从上到下越来越严格的，如果他们没有任何要求，
→ 那肯定我的可以用成本就是最低的，因为他没有任何的要求，
→ 我有什么样类型的通道我都可以给他用。但是后面就是他可能有扩展的要求，
→ 有固定结尾的要求，有整个胃肠的要求，甚至是可能有三网合一的要求，他整体的要求越高，
→ 他整体的要求。

越高，所以他的这个通道的这个成本可能也是越高的，那最后一个就很好理解了，
→ 成功率我发的短信条数越多，我获得的这个利润也是越多的，
→ 因为我们的成功率受到了很多客观因素的影响，
→ 一个就是最初从客户侧可能就是他的号码质量，如果他都是空关停，我是肯定发不下去的，
→ 那还有一些我们的关键字的拦截，日上限、下发时间、频次的限制等等，那这些就是我们跟。
→

根据客户的情况，我们尽量能优化，我能协调的尽量去协调沟通，我们尽量是保障他的成功率，
→ 他肯定是成功率越高对咱是越有利的，对吧？就是对这个是成功率的要求。
→ 还有就是我们是做什么的？可能销售侧在跟客户沟通的时候了解客户的需求，
→ 客户同时也需要知道我们公司的情况，就是金楼这家公司你的一个背景情况，
→ 你的公司的规模，你是否具有这些短信运营的资质？你整体的这个财务状况是什么样的？
→ 然后包括你现在你的哪些优质客户，对吧？我们有哪些大客户的这个背书？
→ 我们长期合作的这个合作伙伴，我们的这种样板工程等等，还有是我们的优势，
→ 我们可能跟其他人比，我们有哪方面的优势？我们通道的资源的能力等等，
→ 我们如果有定制化开发。

那还有我们的技术实力，对吧？我们的交付，我们日常的售后运维能力怎么样？
→ 你客户会关心这一些方面？价格可能也是客户，有些客户就是会关心的一点，
→ 尤其这种互联网客户，他可能对价格也是会比较敏感的，那可能一些大型的国央企，
→ 他对这个你企业的这个技术能力，你的这个运营能力、服务能力可能是更加在意的。

那下面我们再说一下，就是我们跟运营商对比，跟云厂商还有同行对比，我们可能会有哪些优势？
→ 首先跟运营商对比，就是先说一个账期，可能运营商一般大部分是要求预付费的，那我们这，
→ 我们对大众客户可能是要求后付费的，可以是月付，
→ 甚至有些体量大的我们可以是季度付款的。然后还有就是价格方面，运营商一般报价。
→ 都会高于我们这些，就是日常的这些供应商的，
→ 然后包括我们可以给客户提供的这种一对一的这种服务流程等等，都较运营商相比，
→ 可能我们更加是优势的。然后云厂商这边，云厂商可能就指阿里云、
→ 腾讯云这边这一块主要就是除了是我们有比较优质的服务和流程以外，
→ 还有就是客户的一些定制化的需求，我们基本上像我们这种 POP1 的。
→ 客户这种定制化的需求我们是都需要去满足的，
→ 那可能云厂商这块它更多的是售卖它的这个标准化产品可能会多一点，跟同行相比，
→ 就是这块大家也要知道一下，就是咱们公司可能主打的就是我们的运营服务，
→ 我们的技术能力，就是我们可能不太打这个价格战，
→ 就有很多互联网公司现在价格可能是越来越低了，那就是这个说白了。

了，你低价格可能就会带来这个通道质量的，一就是肯定是有差异的，
→ 就是价格越高可能我能匹配的资源肯定是更优质的，所以我们一般不去打这个价格战，
→ 我们可能是更多的是注重这种运营服务的，注重这种技术的，
→ 包括我们在行业内的口碑的等等，我们可能从这方面更加有我们自己本身的优势。OK，
→ 那今天就是讲解到这一块，然后还剩下一些客户接入的，我们在明天再把这一块讲完，
→ 就整体的这个业务培训基本上就是完事。OK。

也是，这个他还能。

明白，你就这几个人，还都是这个屋里的人，那边没结束的。

对，都在产研那一侧。

我也要去讲，我就不见了。对，正常，然后最后才。

嘉玲，可以听到吗？嘉玲。

可以听到。

那你不用听了，嘉玲比。

嘉玲需要听，嘉玲，特别好。

比我懂得多。

红梅可以听到吗？红梅你在哪？红梅你在那边，是吧？丽丽，我们自己，

→ 我们那个综合服务部的都听了，张佩佩佩。

我也一会他们建个那个。

微微群。

对，怎么了？他那个成哥问森磊发的那个 VPN，一会让他搞啊。

那边那个结束了，刚好。行。

行，咱们今天业务基础知识业务培训，我们的最后一堂课分到四天，基本给大家讲完了。

→ 然后今天我们来一个比较好的ending，然后那个今天主要再说一下整个客户接入的流程，
→ 然后包括一些客户案例的分享，首先客户接入这一块，
→ 我们就是如果客户就是你基本上商机详情沟通得都差不多了，
→ 或者也有可能是你已经签署了合同了。对吗？我们可以给客户来开账号进行测试，
→ 这个申请的这个动作是由销售侧开始的，因为是销售最知道客户的这个进展和情况，
→ 销售提交这个申请测试账号的这个流程，然后由运营的小伙伴来把这个账号给我们，
→ 按照销售提的这些要求把这个账号开出来，开出来之后把这些加密的信息给到客户，
→ 然后客户我昨天也就说了，他可能会如果。

些接口对接，他需要进行一些定制化的开发，那我们基本上称之为联调测试，

→ 客户需要开发一下联调一下，测试一下，那这个过程中可能有各种那种的问题，
→ 我们首要的是先把这个接口能调通了，就是双方的这个接口把它调通了，
→ 客户从他的平台提交了短信之后，到能正常到我们平台，
→ 然后我们平台能把这条短信给他往通道去下发，最后能。

发成功状态报告能顺畅地返给他，然后这个整个联调的过程中是涉及到一个问题的，

→ 因为现在都需要签名报备、引流信息报备，那可能因为报备是需要一定周期的，
→ 那在这个过程中我们其实是可以跟客户沟通同步来进行的。就是你签名该报你的，
→ 我可以给你一个我已经申请好的签名，比如我给你一个阅信云，我们自己的签名，
→ 你先用这个签名模拟一条短信先来下发，我们先把这个。整个链路给它跑通了，
→ 然后后续如果整个连接没有问题了，你后续等你签名报备下来，你再用你的签名去测试，
→ 去发短信，都是 ok 的，所以这两块是可以同步进行的。

因为我们在整个联调的过程中难免就是客户可能对一些字段的理解，

- 然后对整个过程的传输难免有各种那种的问题，然后一般基础性的问题运营都可以解决，
- 如果真是涉及到技术层面对接有困难的，我们也可以。可以把技术拉到群里来协调这块，
- 如果就是整个链条打通了没有问题啊。然后就是涉及到测试了，
- 测试又根据客户的情况分成几种，一种是客户可能要进行压力测试，
- 然后一种可能客户是进行小批量的，这个批量测试都有可能，这个根据客户的需求，
- 然后一般就是整个测试，我们配合客户的情况，测试通过之后我可以给他把这个账号，
- 我可以再重。

新申请一个正式账号，或者是我把他原来的一个测试账号转为正式账号，都是可以的，

- 没有问题。之后我们再正式的来使用，这是一个大的流程。然后就是客户接入这块，
- 如果是我们的大客户，那我们可能需要一系列的这些工作和配合啊。
- 第一个就是需求的沟通，这个是最基础的客户，你的量级，你需要发送什么类型的短信？
- 你的业务。场景表还有一点就是你对码号是否有什么特殊的要求，这个一定要提前沟通好。
- 咱们可能出现过几次客户当时说没要求，结果运营之后，上来之后各种那种要求，
- 就是我们就是比较被动了。所以就是这一块一定要详细沟通好，
- 客户可能有时候不懂他理解的没要求，不一定是真的没要求，
- 所以要把客户的这个需求给他挖透了。然后如果这块涉及到招投标的，这个主要是。
- 商务和销售共同配合的，根据客户的要求，我们进行招投标的工作就可以了。
- 然后整个对接的测试，然后账号的开通，这两块需要运营、销售、商务多方地去配合，
- 我们把客户的这个联调给他调通了，然后最终可能就没有问题，
- 最后就是按照我们的要求来签这个合同就行了。

诶，不是先签合同才去走这个啊。

不一定，就说我今天说，对，这个测试可能是在前面，也可能是在后面这个。

签合同更好一些，对吧？对。风险更小一些。

对，就是有一些大客户，他可能对这个合同是有要求的，你必须先通过了，对你测试就达不掉，

- 达不到我的 SLA 标准。我是，嗯，可能没办法把你纳入我的供应商库，嗯，
- 然后这块就是大客户，然后小。客户，这基本差不多，
- 他们两个的区别可能就是这个账号开通对接测试这个这些的先后顺序，
- 这个也不局限于大客户和小客户，是可以根据客户的这个实际情况和要求我们来协助配合。
- 你刚才说啥？然后客户接入这一块，大家要善于用这个自服务，就是我们一些小客户、
- 小微企业，他首先从客户的角度，他没有技术能力，他可。能，
- 整个公司连个技术人员可能都没有一两个，他们不具备这种开发技术的能力，
- 所以这种客户一般就是他对短信的发送的要求低，然后他发送的量级也小，体量也小。

那这种客户我们可以推荐用户去申请自服务，因为自服务是这种 Web 界面的这种一站式的服务，

- 客户你即便没有任何的这个技术能力，你只要会操作电脑会登录网站，你注册。之后，
- 那就正常的，你可以在页面上进行这个签名模板的报备，然后手机号的录入，手机号的导入，
- 然后短信的下发等等，就是整个界面上就可以完成你整个短信的这个发送的操作，
- 然后你在界面上也可以看到具体的这个统计信息也好，然后发送的明细也好、
- 状态也好等等，这个界面上都有，它是一个比较标准化的流程，适用于那些没什么。

什么技术能力的客户？这个是针对小微企业，我们可以推荐的服务，然后还有就是接口对接的，

- 那这种可能就是一些大一点的客户了，他本身有自己的技术能力，
- 他很多客户他本身还有自己的短信平台，那这种客户呢？他肯定是接口对接的，
- 像我们的很多客户，他是有多家供应商的，那这种情况他一定是有自己的这个短信平台。

来的，他可以在他的平台上智能调度，我今天分给金楼 10% 的量，我分给梦网 10% 的量等等，
→ 就是他可以去自由调度，就像我们平台去调度通道一样，在他们眼里我们就是一个通道、
→ 一个供应商，他可能也可以监控到，比如说今天他监控到 a 供应商整个的成功率很差，
→ 那我可他可能就直接就是分流走了，把这个，把这些量级，
→ 那直接可能是分流给表现好的这种。

b 的供应商，那这种大客户他是有这种平台能力的，我们就推荐这个 API 接口的对接，我们
→ API 接口的对接也支持就是接口协议。80.80. 然后我们的这种国际短信我们可以发，
→ 然后那个普通的文本我们可以发富媒体、估计消息等等，
→ 我们这些短信现在都是可以支持的，各类型的都是没有问题的啊。

富媒体也可以 AP 接口调用。

可以，一直是可以的，但是它就是操作得不太顺畅，它所有的都是需要传输过来，就是没有这种，
→ 其实整个是页面操作，对于它来说更直观、更方便。
→ 这个我后面讲富媒体的时候会给大家再详细地讲。

瑞幸也可以，那个接口。

瑞幸本来就是接口，它发的是文本分解析，它本身就。就不需要改变它的任何，
→ 它只需要改内容就得了。

编辑模板。

对对对，咱们去协助他编辑，然后客户接入一个很重要的就是测试，测试分为几种啊？

→ 我们先说普通的测试，那这种一般就是一些小客户点对点，很简单的测试。
→ 我测试的时候你不是把这些接口协议给到他了吗？他定制化开发完以后，他就很点对点的，
→ 很简单的测一下，发一条长短信。唉，能不能收到？发一条短信？能不能收到？
→ 收到完之后回复个上行，能不能收到这些状态报告？是不是及时回给他了？
→ 上行的这个状态是不是也及时回给他了？就这些很基础的，
→ 他可能操作个十条八条就完事了，他就觉得通了就是 ok 的了，他就是可以直接去上量了。
→ 那这种就是客户他只做这个普通的测试，这是最简单的啊。大家知。知道一下，
→ 就是在测试阶段，我们基本上都会配置直连通道的，保障客户的这个下发。

然后还有一些客户，就是咱们刚才我不知道你们应该也经历过吧？

→ 这个压力测试是一般只有大客户会有这个需求，在接入初期的时候，
→ 或者是在大促之前要进行压力测试，压力测试这里面一定要跟客户聊清楚客户的需求。
→ 压力测试分了两端的，一个就是有些客户认为他的。短信提交到咱平台上就完事了，
→ 就我的平台能接收他，比如 10000 QPS 的这个提交就可以了，他觉得这个压测就结束了，
→ 这是一种只是对我们平台性能来进行一个测试，那这个到咱们的平台就完事了，
→ 这个时候我们怎么办？我们会给他的账号的通道配通，能理解吗？什么叫配？通道配空。
就是不给他正式下发。

对，就是这个账号是没有通道可以下发的。所有的短信到我的平台，就是通过这个账号到我这，
→ 我全返失败了，因为我没有通道可以下发，不往下游再下了，那这个时候只测试我平台，
→ 他每秒提交过来 5000 QPS，10000 QPS 我能支撑就结束了。
→ 这个时候最简单的就是通道配空，然后这个就完事了，这是一种，然后还有一种客户是不行，
→ 你。到你平台不行，你下游你能不能顺畅地下发到通道？能不能及时地给我返状态报告？
→ 这些状态报告你能不能及时地推给我？它需要整个链路的这种压力测试，那这种怎么测？
→ 谁知道？返，失败。2 个销售有人知道吗？

返，失败了。

怎么返？失败？不啊。怎么失败？

退过来，直接就返，失败。

那是通道，是空啊。是到咱们平台了，我刚才说的是第一种，就是到咱们平台，只测咱平台性能，
→ 到咱平台我直接返失败，你说的是没有错的，第二种我说的是他要求咱们还得下发到通道，
→ 我要测你通道的性能，通道是不是我每秒1万的 QPS 提过来了？你能不能下发到通道？
→ 通道能不能给我返状态报告？空号，空。对，就是这个时候大批量的提空号就对了。
→ 我可以把这个空号全部。

提给运营商，然后这些空号在运营商那肯定是发送失败的，但是它会生成正常的状态报告，
→ 运营商会推给我可能是 MK 什么什么的这些错误码，那我们正常地推给客户，
→ 这个是整个链条完整的测试，就需要用空号去测试，空号尽量让客户去准备，
→ 如果客户实在准备不了，我们再议，看我们能不能因为我们平台也会有一些空号，
→ 看看我们能协助客户去准备。那这种一定提前沟通好，用哪种方式要沟通清楚，
→ 首先这是两种完全不同的处理方式，第二个就是客户的要求，我不说，
→ 你们知道还要问什么吗？还要问什么？除了这个压测方式，还要问客户什么？他要做压测。

返回的那个状态是不是实时返？

这个完了，还有要问的吗？

返回状态。

客户说。我现在要做压测，你还应该去沟通什么？

肯定就流量测多少流量嘛？

对，还有。

响应速度。

响应。

就是流量这事。

压测一样是一回事，QPS。

对，对，是这个一定要问，他就测一千，测 2 千，测一万，测 2 万是一定要问的啊。

返到哪？

返的码，就刚才其实已经说过。

就是返到哪？

时间什么时候测？对，你果然功底很扎实。你要问清楚什么时候测，还有一个就是测多久，

→ 你测什么时候？测多久是很重要的。你大白天的测，跟我说，我白天高业务高峰期测俩小时，
→ 我1万的 QPS 压，那平台是承受不了的，所以就是尽量这种压测要跟客户沟通好时间，
→ 如果他。他测的就客户认为的 QPS 和我们认为的可能不太一样，他可能觉得他 QPS 很高，
→ 可能就五百一千他就要测，但是可能五百一千对于我们来说是 ok 的，
→ 那这种他可能白天持续测一段时间是没有问题的，但他如果真的是上了 5 千一万这种 QPS，
→ 还要业务高峰期，还要大批量地去测，那这种大概率我们是要跟他沟通，
→ 他是需要一个是在业务的低谷期去测，要不然平台我资源就这些，我。

别的正常的客户在大批量的这个测试的话，那这个是很有问题的，一个是这个，

→ 然后一个就是这个时间一定要把握好，一般可能你测个 10 分钟，半小时就完了，
→ 你持续性的很长的时间测肯定不行的。然后还有就是如果要做压力测试，一定跟运营，
→ 一定跟技术同步。好，有必要就是拉个会，我们把这个测试方案时间什么都敲定了，
→ 如果需要技术，真的是你，比如压 1 万什么的。要技术去扩容的，那这些都要说清楚的，
→ 然后就是就有很多细节的东西，那这一块就是拉上技术就别怕麻烦，拉上技术量说清楚，
→ 一个是保证我们能通过客户的压力测试，一个就是说别影响我们正常业务，
→ 就千万别让这种客户冷不丁地提过来，也不告知你。咱以前遇到过这种客户，
→ 对接完了也不说，然后夸上来就几百万、几千万的压。压测，那谁家平台也受不了？故意是。
→ 唉，也不是客户不懂，就他不一定是故意的，他可能不太了解这些事情。

压测客户很少。

对，很少我们遇到过的，我想想顺丰压，顺丰、京东，然后之前的货拉拉压，然后公安部压，
→ 其他的好像很少，这个是压力测试，然后这一块，这块你们如。如果真是遇到了，
→ 可能跑一两个客户你们就知道了。然后还有一块就是说有些小客户是批量测试，
→ 他会切一小部分，就是他觉得你可能你说是一种说压测，也没有真实的业务，你也是，
→ 你可能平台或者怎么着也都是一种说法。那有些客户他怎么测呢？
→ 他会小批量地把真实业务切到你平台上跑一段时间，那这个一段时间可能是一个星期、
→ 两个星期。十天半个月都有可能，
→ 他测一下你我真实的平台的业务量在你这个通道上跑的时候，你的这个成功率，
→ 你的这个触达的时效是怎么样子的？他需要用真实的业务去观察一段时间，
→ 那这个时间我们肯定就是要是我们重点保障的，一定不能在这个批量测试折在这个上面，
→ 那这个时候我们可能就是从我们运营或者是销售的角度就要勤沟通，因为怎么说呢？
→ 每个客户接进来说实话都会有一定的磨合期的，
→ 就是他不是说上来我就一下能达到他的这个要求，我可能也要观察他发送的情况，
→ 他的量级，他的内容我去不断地优化和调整的。

那就比如说我最近在接的一个客户，那他是有，我想想他是有 8 家供应商的，
→ 他每天就会看这些供应商的成功率什么的排名，那刚接进来的时候我们肯定就是垫底的。
→ 因为我客户新接进来的时候，我肯定是上了各种规则限制，我肯定都是打满的，
→ 因为我也不知道他提交过来的号码质量是怎么样，情况是怎么样。
→ 那随着我不断地这个运营，对吧？我可能观察他每天提交的量，也没有什么投诉，
→ 然后感觉提的内容也是比较合规安全的。那我可能是逐步会放开一些我的黑名单，
→ 我可能会放开一些我的这个屏蔽省份，我这个是个金融客户啊。我可能会放啊。

我一听就是金融。

对，我可能会放开一些屏蔽省份，我逐步地去优化，那这个客户都是可以理解的，对吧？
→ 但凡是懂一点的他都会清楚这个事情我们不断地双方磨合调整，
→ 包括他可能有一些发送的内容也不合规，那这些我们都会去跟他沟通优化的，
→ 然后可能大概磨合个一两星期，其实就没有什么问题了，
→ 我们一般正常都是可以顺利通过客户的测试的，那这块呢？如果销售有需要，
→ 我们是针对这种。

重要的客户，我们是给客户可以出这个测试报告的，我们可以从多维度，从我的成功率，
→ 我的这个占，那叫什么？运营商的占比，然后省份的占比，然后目前失败的原因的分析，
→ 我又做了哪些优化的操作？我给他的建议等等，我们可以从多方面给他出。
→ 就咱们公司的这个报告你们应该也看过，其实我们给一些客户出过，客户都是很满意的。
→ 是。就分析得很全面，他有这份报告，他。也方便他去跟他的。工作汇报。领导，对，
→ 做汇报，对吧？金楼接进来持续一段时间，是，现在是个什么情况？我是不可以继续加量。
→ 是。这都一个意思，所以就是这种针对批量测试这一段时间就是沟通勤一点，
→ 然后尽量跟运营也要沟通勤一点，看一下客户的这个失败原因是什么？
→ 哪些是我们的红线不能触碰的，如果哪些是在非红线之上，我们可以适当的去，
→ 为了保证完成测试，我们去可以。

优化的大概就是这，就是你们可能没有遇到有些客户，他确实是测试不通过就不签合同，
→ 就我们之前就遇到过爱奇艺这个客户，他上国际的时候差一点都不行，
→ 就必须达到他那个标准才可以去签署合同，这个是批量测试，然后测试大概就是这些了，
→ 然后我们再说一下我们的这些客户的一个服务重点吧。

大宗直客就是我们的门面担当，是我们可能非常重要的这种战略级别的这种合作伙伴，
→ 那这些的特点肯定是他这个发送体量肯定是大的，单价一般可能不会特别高，
→ 然后他整体一般都会走公开招标的这样的流程，然后可能我们是有一些我们是独家支撑的，
→ 那有一些可能是有两三家的这种供应商，这种倒是都有可能的。
那整个这个要求肯定是对我们的服务就各个方面要求都是比较高的，对我们的服务质量，对吧？
→ 对我们日常的响应，对我们安全这一块，很多客户对这种大客户对安全性要求也是极高的，
→ 包括我的技术能力等等。那这种其实就是我们说了一个什么什么服务管家式的贴身服务，
→ 但这种客户一定是我们重中之重，无论是什么，比如说他的需求。原则上都要满足，
→ 不能出现满足不了的这件事情，然后一旦出现了什么问题异常，或者是有新的规则，
→ 就是我们行业有新的规则，什么这种出现一定是要第一时间通知的。
那作为销售，如果他是你的大众直客，那其实说白了你日常的这个沟通频次，
→ 那肯定是跟小客户是不一样的，对吧？大众直客可能你每周都要主动去沟通，你可能恨不得。
→ 每个月都要去面访一下那小客户，可能就是每个月主动沟通一两次，可能半年季度，
→ 或者有些客户可能服务一两年你都没见过面，但大中直客肯定是你们要去主动沟通，
→ 主动去维护的。然后这个是大中直客，然后小小客户这些就是不知名的，这个就再说一句，
→ 就是你们谈的时候尽量去谈那种预付费，就这种小客户单价一定要高，
→ 然后一定注意这个预付费就。
如果你单价再低，还是个后付费，我们这个利润一方面，还有就是我们耗的这些人工成本，
→ 你们也知道，我们接入一个客户，对吧？我每月再给他对账开票，
→ 就这些繁琐的时间都是我们的人工成本，所以小客户这边建议大家就是单价要高，
→ 然后就是尽量谈成预付费的，减少我们的琐碎的环节，那小客户一般他在意什么？
→ 便捷方便就是方便，他发送短信就可以了，他对。对这些成功率、
→ 触达率什么他不是很敏感的，他本身体量就很小，能够正常给他发下去就可以了。
嗯，然后这边就是也是建议可以用自服务，让客户去自助地去发送短信，自助地去查询这些信息，
→ 尽量能减少我们这个人工的参与。然后就是这个直客是我们主要服务的，
→ 然后我们可能还是有一些渠道的，有一些大渠道，就是这些。阿里云什么啊？京东、
→ 阿里云这些云厂商，他们量级是非常大的，然后单价可能是低的，他的要求是也很高的。
→ 像阿里云这些，那整个我们的这个资源的能力和稳定性要求也是比较高的，
→ 那这一块和包括这个小渠道可能就是主要是运营在做，
→ 然后小渠道这块主要是我们的同行了，同行之间可能就是，主要是做一个资源的置换，
→ 今天谁的资源有优质的资源大家可以用，那明天别人有，
→ 就是我们互相之间是一个同行之间的这个资源协助的事情了。
然后客户的日常服务，我们基本上每个客户都是一个沟通群，微信也有，钉钉也有那个飞书。
→ 书也有，嗯，然后还有个别客户，你们可能接触得少，个别客户是用他自己的，
→ 就他用自己的产品。你像我们当年接苏宁的时候，他用的是自己的那个产品，叫豆芽，
→ 百度也是自己的产品，如流是叫如流，是百度的，他都对，他都是用自己的产品，
→ 那这个就是运营的小伙伴，包括销售，反正你自己的客户，你肯定都是要在群里面日常。

积极响应的，然后这还有就是投诉的处理，如果产生投诉了，需要销售协助，
→ 向客户要这个会员证明一些材料，或者是要销售去跟客户核实。比如我发了一个验证码，
→ 为什么这个客户投诉？比如我发了一个反馈的通知，欠费的通知，这个客户为什么要投诉？
→ 对吧？那肯定是一些深层的原因，我们需要解释解释，就是需要给这个通道来解释的。
→ 然后节假日的时候我们正常都是有值班人员的，然后不仅仅是运营人员的，
→ 我们的运维人员也是有这个值班安排的。然后大促这块就是可能主要就是电商这块的大促，
→ 那这个就是我们前期需要做很多准备工作的，对，
→ 我们相应的这个就是跟大家的关系可能不太大了，就是销售侧这边顶多是大促前，
→ 你们如果有这种互联网的客户需要问一下。这个我不知道。

然后你们问的就是比如说 618 双十一，你们比如培良你接的这个学而思这个客户，
→ 他正常来说他 618 双十一就是有应该有活动的。那这种客户是要提前去问的，你有没有？
→ 当然了，是发，我指的是营销，他如果营销短信在咱家发，你是要去问他你这个 618
期间有没有活动？他的活动用短信下发就是一个大批量。这个就是需要提前给到运营的。
→ 就是不要跟我们其他的业务就不要冲突了，就或者说我们做好保障。
→ 然后其他的有些你看客户，有些客户他是不可能有大促的，你就不用去问了。
→ 有些可能有大促的，只要你们自己对客户给客户有了解，需要问一下他，
→ 如果像杰尔斯这种他真的有，那就是你要，就是刚才说的你的 QPS 是大概到多少，
→ 你是哪天要发，持续得大概多长时间，什么时候发之类的。

充值结算不说了，咱们已经说很多充值结算的，我说一句就是尽量跟客户沟通，用咱们的模板，
→ 以咱们的数据为准，这样我们的工作量是最小的。当然了有一些客户他就是他强势也好，
→ 或者是他有自己的这种结算平台，那这种就单说了。我们是肯定是以客户为基准的，
→ 那有些客户没要求的就尽量以咱的为准，这样我们整个系统操作下来是比较便捷的。
→ 然后还有一些服务就是通知这个你们应该都在看过我们可能平台的升级，
→ 或者是运营商政策的调整，对吧？或者是网关有一些升级等等，可能对客户有影响的，
→ 或者是整个行业政策的变化。我们都是需要通知客户的，
→ 那这个通知的原则就是有影响的客户先通知，然后再有一些比较棘手的，由销售先通知，
→ 先打声招呼，然后再群上通知，这个是都是不太一样的，
→ 这个每次有什么问题是我会去跟你们去沟通的，什么样的情况，哪些对客户不太好的影响？
→ 可能销售先要介入，因为之前就出现过不打这一声招呼，咱就把一个事情。

行，扔到群上这个客户感觉是不太不受重视，就觉得你很那什么，通知我一下。
→ 所以这种一般是销，因为让销售打个电话，你先说一声，他觉得他已经了解，
→ 因为你很多时候你说了这么一嘴，他也不太清楚是什么事情，
→ 他其实不能完全了解到这个到底有什么影响。
→ 所以就这些我们的重要客户都是如果有大的变动的时候，都是先私下沟通，
→ 沟通完了我们再走一个形式，把这个通知发到群上，然后如果有，嗯调价，
→ 这咱们一般涉及得比较少，因为我们大客户一般签署完不会变价格的，
→ 那可能有一些渠道或者是一些小代理会进行价格的调整是一方面。
→ 然后还有一些就是比如原来的合同，他只签了这个行业的，他现在要发营销的，
→ 那可能我要需要补一个补充协议，如果是很小的客户的话，我可能就直接补一个邮件，
→ 双方确认的邮件就可以了。和。不用续签，不用说了，你们都很清楚吗？OK，
→ 上面就是整个客户接入这块，你们看看还有没有什么问题？
→ 这个是跟你们关系还是比较大的。

就是昨天的那个问题，我们给哪个客户开发票？所以签的合同的主体就一定是这个客户，
→ 那如果一个集团的。总公司下边会有很多种公司开票的情况。

什么意思？

就是他会，就是就比如说一个控股的企业下边有很多很多个账号都在发，然后是不同的子公司，
→ 然后那每一个公司开发票都需要走一个合同跟总公司签是不可以的。

如你以前遇过那种问。

还是说一个什么授权的一个什么证明文件就可以？你做这件事。

应该是可以的，就是应该是总分的关系，应该是可以的，这个下来可以问一下。我理解是可以的。

→

就没有关联的肯定是不行，对，分的应该是有的。

对。

那我们以前合同签的时候，会把他的分公司签个列表，盖个章，就。

这种合同里边包含的。

对，附件里头把所有的分公司列出来。

对，咱们。之前跟那个那谁签也是，就你说的这种情况，跟那个苏宁金融也是，

→ 就是像金姐说的全列下来了，这些企业跟等同于我上面签约的这个企业是享有一样，

→ 咱们当时就给很多分公司开了合同是可以开的，他不是开了发票是可以开的，还有吗？

→ 没有了。说一下客户案例，我们很重要的一个大客户，冀北电力。

→ 里冀北电力是咱们给他做的这个短信平台，部署的短信平台，

→ 然后我们这么多年一直也是冀北电力的这个独家的合作伙伴，

→ 这个月发送量现在肯定是不是这些了。

冀北这个客户他基本上就是我其实也说了，他基本上就是发一些跟欠费呀。然后缴费，

→ 然后停机预警，就是这些余额不足等等，就是这些电费的通知，

→ 然后还有一些这个工单的通知，然后他整体的优惠活动有，但是很少。

→ 然后这个客户也是整体我们就是电网类的合作，也是我们合作。你看 2012 年到现在已经

→ 12 个年头了，而且我们一直是他的啥 2014 年 201。

12 年。

然后一直是他的这个独家的合作伙伴，所以这个是我们很优质的一个客户。

我问一下，像他这么好的客户，他有那种什么 101，什么那种短号吗？

没有，但冀北的要求是固定码号。

就是必须得用咱们那种 16690 那种。

对，然后是三网各固定了一个码号，而且是诶，他是多少来着？ 9598 结尾他是有这个要求，

→ 就前后都固定。

9598 是吗？

是吧？电网的那个客服，我忘了是啥了，就是那个电力的。

我想问一下，就是我有个建议，因为经过汉口银行这个事以后，我就觉得如果有他们 1698

→ 资质可以允许的话，就咱们也给他申请一个属于他的 1698，

→ 然后我们来落地到比如说河北移动，就河北联通、河北电信这样的话就能稳定很多年，

→ 在招投标的时候会自动屏蔽掉一些，你像梦网和那个国通，它的量不够，是吗？

这是咱们自己评估说量多少。

不是，他，其实运营商的自己的量不够。

可惜，但是你知道这回人家那个好多那些国都没敢申请第一标，就是觉得没戏，自动屏蔽好多。

阿里我不用多介绍了，电商就是每年的大促大家也都经历过，我就不多说。了，

→ 然后他这个客户的特点，嗯，就对这个。

96 的。

业务量就是他的比较大的特点是业务量很大，然后如果是大促的时候，他对这个 QPS
→ 的要求是很高的，可能是万级以上的，肯定是肯定有的，
→ 所以对整体的这个平台性能要求是比较高的。然后每年他的这个 618
→ 双十一也是我们作为他的一个重要的核心供应商，也是给他做这个重保支撑的嗯。
→ 它主要是营销类的，可能会偏多一些，它除了自己的这个电商类的，
→ 它还有很多阿里系的这些短信也是我们来支撑的，比如说蚂蚁金服、支付宝，
→ 然后包括高德地图，就这些都是它收购的这些，它就是体系内的，
→ 阿里系内的这些我们都是会给它来做支撑的。

公安部的这个就是我们其实经历了。公安部的 w 工程也是在 2022 年，对， 2022 年 4
→ 月份我们做了公安部的这个 w 工程，然后包括现在在做的中盾的这个 CTID
→ 的工程都是衍生，就是都是他这个一个体系的，然后包括他现在还在对接的一个新的，
→ 就是新的一个项目，就都是咱们支撑的，然后他这块也是咱们独家支撑的，就他们纪委。
→ 一样，这么多年都是咱们来独家合作、来运营的。
→ 然后咱们的公司他们这边可能是以这个叫什么验证码发送为主的，验证码发送为主，
→ 然后他整个对这个安全性，然后有效性要求整体也是比较高的。

这个公安部就是公安部这块，中政这块就是整体在咱们平台上的成功率，这个客户应该是最高的，
→ 因为他整个号码的质量什么的都是一些办这个。电子身份认证什么？
→ 这些客户及时下发的短信，所以它的成功率 99% 点几以上是没有问题的。
→ 咱这也就是私有部署的，对吧？就是阅信云，还不是，然后京东这块是我们在 2019
→ 年的时候给京东进行了定制化开发的一套短信平台，这个是卖给京东的一个短信平台，
→ 对不对？ 2019 年的时候，这个也是在很多家，这个很多应该是怎么说很多同行呢？
→ 参与这个投标，然后我们也是就是唯一一个中标，就是京东这块，
→ 它整个就是它用的这个短信平台，到现在用的也是咱家这套短信平台，就是 2019
→ 年我们卖给他的，那他这一块就是一个是用于他自己内部，京东内部用。

有一些短信的发送需求，然后他不是还承接了好多？对，他就是跟阿里一样的京东云这块，
→ 他承接了好多他的这个客户，然后他的这个平台也是性能要求是极高的，
→ 就是我们为什么能中标脱颖而出？就是我们整个技术能力是很强的，
→ 一方面是我们的技术实力过硬，一方面就是说我们的短信经验丰富，
→ 可以这样说他所需要的这些短信平台上的功能，我们。

是给他做的这个开发，是从我们基于我们多年对这个短信行业的理解和运营，
→ 我们给他做的这些短信功能的开发，满足他日常的这些短信发送的需求也好，
→ 统计的需求也好，财务的需求等等，包括监控、运维等一系列，
→ 就是一个大而全的这个平台。这当时很多家跟我们竞争，那我们是唯一中标的一家，
→ 我们把这个平台卖给了京东，这个。让我们大家知道一下，
→ 这个也是我们技术和实力的一种体现。能问一下咱们平台大概多少钱？我猜都差不多。
→ 然后买宁夏人民医院，这个也是我们的老客户了，我们应该也是服务了七八年的了。
→ 然后这个是给他私有化部署的一个 mass 的短信平台，
→ 然后他现在就是他这个用户体量不是特别大，但是也是宁夏那边的一个三甲医院。
→ 然后目前也是很稳定的这个合作中，其实这种平台类的，我们其实合作的客户有挺多的，
→ 我们现在越来越多的昆明航空、兰州银行，然后中联航国家能源集团中组部。
→ 就是私有化部署的。对，这些都是私有化部署的这个短信平台，其实就是这些客户，
→ 整个如果我们是私有化部署的，对我们的这个依赖。

粘性，我们的粘性远远高于这种普通用户的，那普通用户可能，对吧？你可能有什么问题？

- 或者是有些看价格的，可能别人家价格低他可能就跑了，
- 那这种私有化部署的对我们的依赖性和我们的粘性，因为一般私有化部署的平台，
- 那它的通道基本都是咱家来提供的，而且绝大部分是咱家独家提供的。
- 所以这个如果是私有化部署的客户，整体的这个粘性度是。

比较高的，然后还再给大家说一个Rio，知道Rio。酒。想说啥？这个结束。 Rio 鸡尾酒，

- 这也是咱的客户，那这个客户是给他做了一个链接的一个小，
- 就是这个链接跳转到他的小程序，
- 然后从这个小程序我们可以反向地去追踪他的链接的这个UV、PV 什么的，
- 这些是给他做的一个短链的这样的一个点击追踪的一个功能。嗯，这。这个是 real
- 这个客户，其他就是客户案例，这个可能是之前的了，也不太全了。
- 然后大家可以看最新的这个公司介绍，
- 上面其实我们陆陆续续也接了很多这种国央企的客户，就是国央企的金融的、互联网的，
- 而且包括行司的，是吧？我们都是接的也是比较多的。OK，那整个业务介绍就这些了，
- 然后我们都会生成这个。回放，大家在那个培训计划里面都可以去看，
- 然后有什么问题也可以随时来找我，OK。谢谢丽娜老师。

讲讲真好