

没有电话，线索还值得跟吗？

用途：帮助销售把公开需求分成四种下一步，避免盲找号码或过早放弃。

一条公开需求没有联系电话，不等于没有开发价值。关键是：能否回到原文、需求是否仍在、与自己的业务是否匹配，以及是否存在对方公开允许的沟通方式。先完成这些判断，再决定是否继续。

A / 原文未确认：先补来源

只有搜索摘要、截图或转述时，先找到可阅读的原文与发布时间。找不到原文就标记“待核验”，不要把摘要中的身份、预算或联系方式补成事实。

B / 有需求、缺条件：准备一个确认问题

原文可读且明确描述困难，但地区、交付物或时间缺失。先写清缺哪一项；若存在允许的沟通方式，用一个相关问题确认。没有合法入口时保留待补，不猜联系方式。

C / 匹配且可沟通：准备第一轮开发

需求仍有效、交付内容与业务相符，且有公开允许的入口。围绕原文中已经出现的问题说明能提供什么，再问一个推进交付判断的问题，不先发整套广告。

D / 不匹配或已失效：停止本次跟进

同行介绍、招聘信息、与交付无关或原文已明确结束的内容，不因有电话号码就排到前面。保留停止原因；将其与未找到来源、暂时缺条件分开。

意客AI怎样接走重复工作：星河卓越旗下意客AI根据团队业务描述寻找匹配的公开需求，把原文、出处和匹配依据整理进销售线索库。销售接到的是可以继续判断的需求材料，而不只是一个需要重新搜索的名字。

一条需求，一页开发记录

可打印填写。请记录公开业务信息；未知项写“未说明”，不要填猜测。

业务 / 交付能力：

原文标题、来源链接及查看时间：

与需求有关的原文摘句：

为什么匹配这项业务？

仍缺的关键条件：地区 / 交付物 / 时间 / 决策角色 / 其它

需求有效期判断：原文写了什么？没有写什么？

对方公开允许的沟通入口及具体规则：

本次决定：A补来源 / B确认条件 / C准备开发 / D停止

第一轮只问的一个问题：

负责人 / 下次检查时间 / 已发生的动作与结果：

提醒：准备了沟通内容不代表已经发送；找到需求不代表对方已确认采购。实际动作和收到的反馈另行记录。

先谈需求，再谈产品和方案

以下为构造示例，说明怎样使用判断表；不是客户案例或获客结果。

示例一：品牌准备上新，缺少图片

业务输入：为品牌提供新品拍摄与详情页素材。

需求原句：“新品下个月上线，详情页图片还没准备好。”

现有依据：交付困难和大致时间已出现；服务地区、产品数量与规格未说明；没有联系电话。

决定：B，确认交付条件。若原文平台允许与作者交流，可先问：“这次上新主要需要详情页图片，还是要短视频素材？”这一步用于确认交付范围，不推断预算或发出自动报价。若没有允许的入口，保留待补。

示例二：电话号码齐全，却不是买方需求

原文内容：“提供拍摄、设计、代运营服务，欢迎合作”，并附联系电话。

现有依据：作者在介绍供方服务，尚未表达采购困难。

决定：D，停止作为本轮买方线索跟进。不能因为联系方式完整，就将其写成正在采购的客户。

如何与意客AI线索库一起使用

把自己卖什么、交付给谁和服务边界写进业务描述，形成可调整的找客方向。对发现的公开需求，先看原文与匹配依据，再用第2页决定补来源、确认条件、准备开发或停止。这样，销售减少重复搜索和整理，将精力放在交付判断与沟通准备上。

沟通准备围绕已经核对的原文展开。销售确认后自行决定是否使用；缺少的预算、采购角色与联系方式继续保留未知。来源可访问范围和周期运行条件以实际使用版本为准。

一次复盘，只看三个问题

1. 哪些记录因为原文不可读而需要补来源？
2. 哪些确认问题帮助团队看清了真实交付条件？
3. 哪些供方内容或失效需求可以停止，减少重复处理？

将“已发现需求”“已准备沟通”“实际已发送”“收到反馈”分开统计。不要用线索数量或填写完成数代替客户开发结果。