

小裂变SCRM

金融行业私域解决方案



目录

01/行业现状与经营难题

02/金融行业私域解决方案

03/小裂SCRM金融行业应用

04/案例分享

05/服务说明

06/关于我们



专业做私域 就找小裂变

1 / 行业现状与经营难题

行业现状

存量竞争加剧，转型迫在眉睫

金融业包括银行业、保险业、信托业、证券业、租赁业等。2019年，我国人均 GDP首次突破了一万美元，客观上为金融业的持续发展提供了经济支撑，我国金融行业步入存量竞争期。

近年来，随着人口红利的消失与行业竞争的加剧，金融行业面临着新用户增长慢、获客成本高、流量转化率低的难题。重叠用户的竞争非常激烈，促使银行、保险等金融机构，进行业务模式转型，在原有业务基础上，持续拓展线上私域经营阵地，如公众号、企业微信、客户群，对用户实现精准转化。

私域流量对用户的精准转化



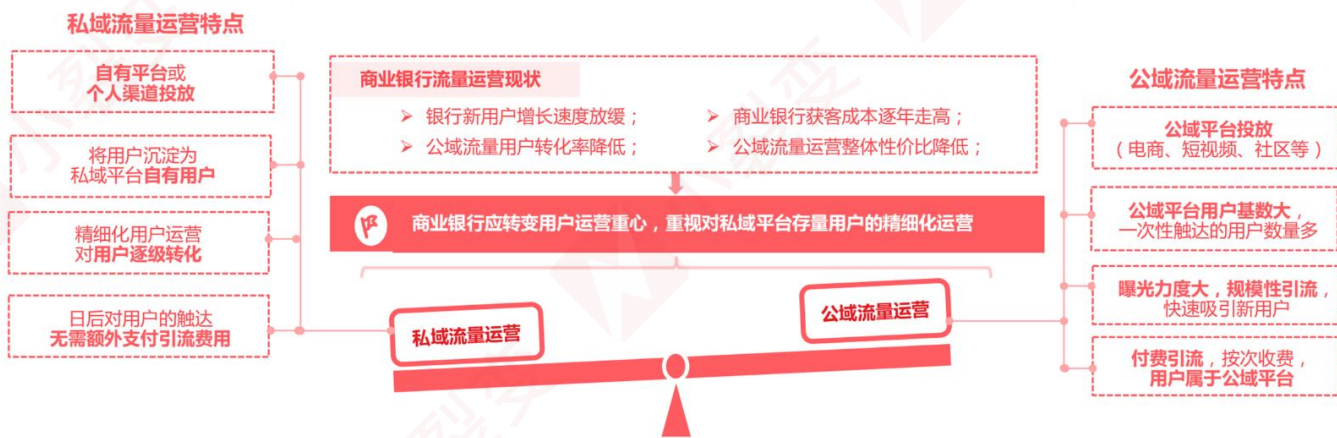
资料来源：艾瑞咨询，小裂变整理

行业现状

随着互联网金融平台的普及、金融业数字化转型的推进，近年金融业务的开展场所逐步由线下向线上进行迁移，特别是受到新冠肺炎疫情影响，越来越多的用户更倾向于在线上渠道完成支付、转账、理财、保险购买等金融业务。

流量运营分为公域流量运营与私域流量运营，其中公域流量运营是指通过公域平台的流量和庞大用户基数，实现规模性引流的运营模式，曝光力度大但需要按次付费。私域流量运营是指对沉淀在私域平台的用户，进行一对一的精准流量运营及转化，用户均为私域平台的自有用户，日后的触达无需额外付费。

商业银行私域流量运营及公域流量运营的特点分析



资料来源：艾瑞咨询，小裂变整理

近年来，随着银行用户高速增长的红利期即将消失，商业银行的获客成本也在逐年走高，公域流量用户转化率和性价比也随之降低。

在多重因素的影响下，商业银行应转变客户运营思路，将运营重心由在公域平台拓展新用户，转化为对私域平台存量用户的精细化运营。如何把握住用户需求，提供精准的产品推荐，如何高效获取客户、引流客户？如何通过精细化运营，赢得客户信任？小裂变SCRM助力金融业私域运营降本增效，通过体系化的运营思维+强大的功能支撑，助力金融业私域蓬勃增长。

金融行业经营难题



获客成本高

广告投放费用高昂

竞价广告成本高，单个新客户成本从百元到上千元

01



客户留存差

缺乏有效的留客手段

客户选择产品而非品牌，对品牌的认知度低、留存差

02



营销转化难

无差别营销转化率低

与客户联动的触点少，有限的渠道转化率难达到预期

03



运营成本高

规模化运营人力需求大

人力资源紧张，缺乏专业的私域运营与用户转化人才

04

私域+数字化经营



金融行业增长新引擎

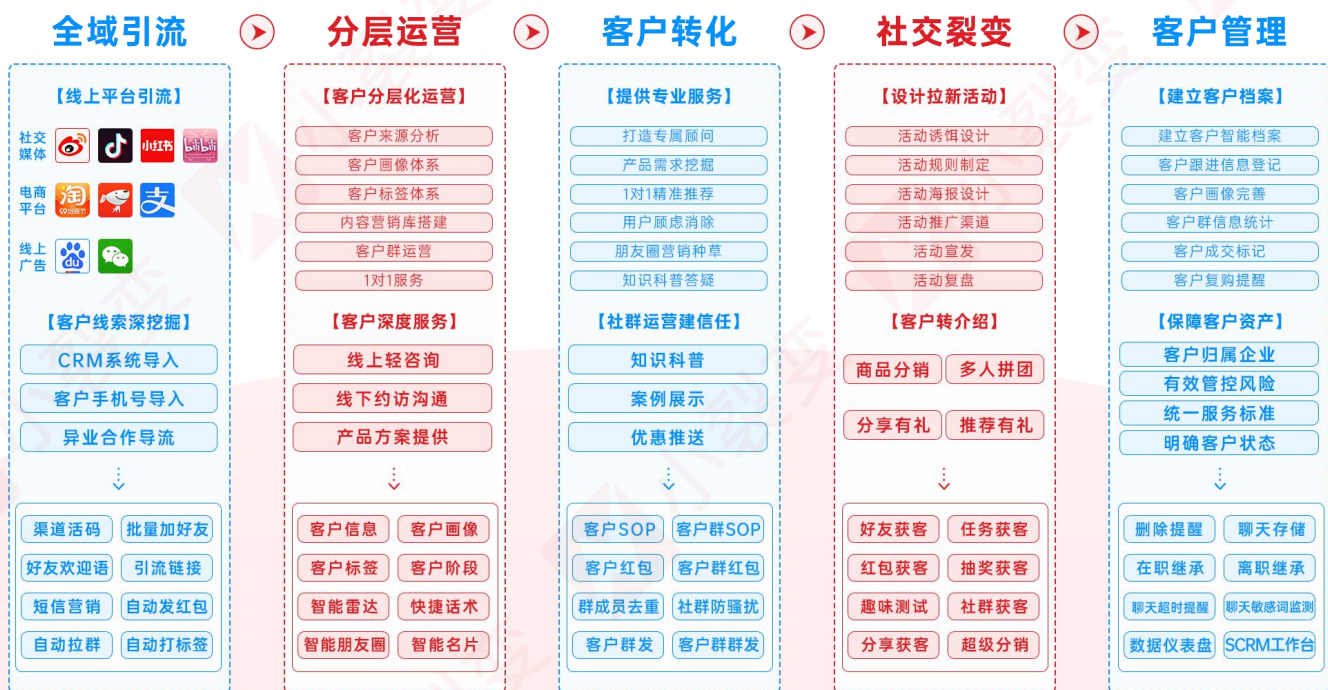
小裂变SCRM，助力金融行业私域经营与数字化增长

2/金融行业私域运营方案

金融行业私域运营体系

金融行业私域运营，依旧是围绕全域引流、客户分层运营、客户转化、社交裂变、客户管理的闭环体系进行。

首先是，通过小裂变SCRM的获客功能，将线上及线下的流量，引流至企业微信为主的私域内，再通过企业微信中1对1服务、社群运营的两大场景，提升用户的留存率及活跃度。



根据用户来源、用户需求、用户阶段等特质，做好客户标签与客户分类，有针对性地推荐产品及服务，并持续搜集、更新用户信息，完善客户档案。

与此同时，要充分把控客户资产安全性，并有效监管员工的对客户服务流程，避免潜在的风险性。

金融行业私域运营方案

1.全渠道连接客户，沉淀私域资产

(1) 打造差异化服务模式，提供贴心服务软种草

不同的产品与服务，适合用不同的私域运营模式进行客户服务与触达，我们将私域运营模式分为4类，分别是种草达人、知识专家、专属顾问、品牌福利官。

金融行业中的产品与服务，兼具了低客单价与高客单价，可打造不同的私域运营模式，进行客户服务。如高客单价类的理财产品、保险产品，因为专业度要求高、客单价较高，适合打造专属顾问与知识专家形象。而一些低客单价产品，则适合打造种草达人及品牌福利官的私域运营模式，进行客户种草，营造客户期待，推进成交与复购。

在实际的私域运营过程中，专属顾问、种草达人2类形象，可添加“品牌福利官”元素，打造更加综合的私域运营模式。

	① 种草达人	② 知识专家	③ 专属顾问	④ 品牌福利官
	场景驱动 兴趣至上 举例：时装、大众化美妆、旅游产品	话题驱动 内容丰富 举例：母婴、教育、高端美妆/护肤产品	服务驱动 全面立体 举例：奢侈品、汽车、家居	福利驱动 简单直接 举例：餐饮、家庭护理、日化
触达方式	• 公众号、微信群、视频号分享 	• 微信群多重互动沟通/延展 	• 企业微信一对一个性化专属沟通 	• 公众号、小程序一对多单向推送 
触达内容	• 品牌官方出品内容与KOC创作 鼓励消费者分享、讨论 -新品、搭配交流 • 场景丰富，社交属性强	• 分享专业权威的干货内容 -功能学习/情感沟通需求 • 内容丰富，参与/归属感强	• 围绕消费者，深入研究需求 -自然、朋友般情感关怀 • 高度定制，针对性强	• 产品与促销为主，商业性强 -促销、活动、新品等 • 标准化服务
适用品牌	• 社交性强，满足分享欲 • SKU众多，产品迭代快 • 毛利率较高，支撑运营创作	• 话题性强，满足共性需求 • 专业性强，深耕单一领域 • 毛利较高，支撑运营创作	• 溢价高，有明确客户偏好 • 重体验，客户忠诚度强 • 个性化，定制产品/服务	• 低价渠道，消费频次高 • 便利需求，服务响应快 • 便利需求，易冲动购买

温馨提示：在品牌私域运营过程中，专属顾问、种草达人这2类形象，都适合添加“品牌福利官”元素，打造更加综合的私域运营模式。

金融行业私域运营方案

品牌实践案例

招商银行



众安保险



中国银联



平安证券



招商银行基于掌上生活APP，引流用户至企业微信，添加萌趣可爱的福利官，基于福利社群开展私域客户运营

众安保险，打造专属服务管家形象，提供陪伴式服务、线上咨询指导，打造亲切、值得信赖的保险顾问形象

中国银联云闪付，打造福利社小助手形象，为用户提供及时的福利、贴心的关怀，基于社群开展私域客户运营

平安证券基于企业微信，打造了官方客服顾问的形象，强调专业度与权威性，为客户提供服务推荐，答疑解惑

金融行业私域运营方案

(2) 全渠道广告投放，沉淀客户至企业微信

在传统的广告投放场景下，金融行业的广告投放，以获取客户手机号信息为主流方式，由销售人员针对投放获取的电话线索，进行针对性联系、转化。

在此环节中，大量潜在的意向客户，因个人隐私保密、首次沟通体验不佳，与企业“断联”，当机构对客户多次进行电话触达与邀约时，非常容易被拉黑、拒接，双方体验感均较差。与此同时，不少员工使用个人微信添加客户，一旦员工离职，客户资产随之丢失，风险较高。

当金融企业转型私域运营，全新的场景下，客户不再是“一次性的生意”，而是“长久的关系”。在此背景下，开展广告投放时，可直接将客户导流至企业微信中，进行深度的沟通，客户资产归属企业，稳定不流失。

您好，我是XX保险的服务管家小王

XX保险双12活动，可以免费领取儿童XX险一份，我给您预留了一个名额，添加我的企业微信，就能免费领取哦

您好，我是XX银行的福利小助手，XX银行正式开放客户福利群，群内每周都会推送XXXXX福利，我稍后加一下您的微信，邀请您进群

1 权益吸引

实用性高，福利与用户或产品相关性强，同时价值感较强。

2 获取方式

极简，用户通过简单1-2步操作即可实现领取，兑奖要快速。

3 精准获客

短期利益与长期利益结合，同步关注引流效率与长期留存率。

引流诱饵设计技巧

设计引流诱饵，引导客户添加企业微信

金融行业私域运营方案

(3) 线上公众号、小程序、视频号引流

微信连接12亿+用户，其中公众号、小程序、视频号等载体，均可作为引流企业微信私域的渠道。近年来，公众号打开率日益下滑，以企业微信、客户群为代表的强私域关系，是企业开展精细化营销的必然趋势。

公众号引流： 公众号菜单栏、关注后自动回复、公众号文章

小程序引流： 页面弹窗、banner跳转、下单后页面、个人主页

视频号引流： 视频号主页、视频号私信、视频号直播间推送企微名片



众安保险-视频号引流

中国银联-小程序引流

腾讯微保-小程序引流

金融行业私域运营方案

(4) 开展私域裂变活动，客户快速新增

当企业私域内有一定量的客户积累后，可以基于老客户，发起拉新有礼活动。在活动中，设计好活动的奖励礼品，用户参与的规则（如分享海报、邀请助力），再设计好传播渠道、做好推广渠道的排布，即可进行活动推广，高效获客。

活动设计四要素

1. 活动奖品

活动中给用户的福利
比如：优惠券、实物礼品、电子资料、现金红包等

2. 活动规则

用户需要做的动作
比如：分享海报、集赞、邀请朋友助力、邀请若干新用户进群等



3. 传播素材

活动中用户传播的素材
比如：活动红包、活动文章、h5链接等

4. 推广渠道

活动配置完毕后的推广渠道、渠道的推广方式

金融行业私域运营方案

品牌实践案例



例如：中国银联，使用红包与积点，作为福利群诱饵，开展群获客活动，获得持续的客户新增。在实际运营的过程中，除现金红包、积分外，许多居家常备的礼品，也可作为活动礼品，机构可采取联名形式，开展丰富的获客活动。

如中国银联，发起与元气森林的联名活动。

金融行业私域运营方案

2. 分层社群运营，轻投入提升客户活跃

(1) 做好社群定位与分类，差异化运营客户

金融企业要根据产品属性与客户属性，确认社群定位，选定合适的社群类型，批量化引流、运营。从企业经营成本视角来看，社群可高效沉淀客户，积累私域流量。从企业战略视角看，社群是链接客户、倾听客户心声载体，能帮助企业持续优化运营策略、产品策略。从运营载体角度来看，社群服务承载能力大于客服号，可以集中、批量做转化，可以节约服务成本，提高ROI。从用户视角看，社群对用户的干扰性更低，更有群体氛围感，有利于培养高忠诚度用户、KOC用户。

社群定位

社群定位	核心价值	附加权益
做什么类型的社群？ 社群目标用户群是谁？ 社群运营的核心目的	大额优惠 资源链接 会员权益 干货交流	新闻资讯 便捷购买 售后服务

社群分类策略

社群类型	社群特征	适用行业
品牌福利群 秒杀群、抢购群、 会员群、机构福利群	销售性质强，核心目标指向 客户转化率、产品复购率	零食饮料、生鲜、生活日化、 母婴、服饰
服务型社群 理财学习群、干货交流群、 行业交流群、资源链接群、 售后服务群	服务性质强，软种草、 弱营销，重点关注客户体验	金融保险、医疗康养、教育、 企业服务、装修、奢侈品
兴趣交流群 投资交流群、美妆交流群、 母婴交流群、旅游交流群	情感交流性强，氛围种草， 重视客户参与感，提升粘性	投资理财、美妆、教育、医 美、心理教育

金融行业私域运营方案

(2) 制定社群内容规划SOP，批量促活、转化

社群规范型内容，奠定社群运营的基础规范，可在入群欢迎语、群公告中呈现，避免社群沦为“广告群”，如有群成员触犯红线，要第一时间进行处理。

内容类型	内容示例	推送频次参考
社群规范类内容 明确社群运营的规范和红线，让用户明确不可以做哪些事	本群是机构XXX福利群！群内有最新活动通知&会员专享优惠放送！群规如下：1.请勿发涉及黄赌毒、暴恐、政治敏感或其他违规内容2.请勿私加好友，如被私加好友可群主反馈；3.请勿发与XXX无关的广告信息或链接等。4.请勿点击陌生人发送的链接或二维码等，谨防诈骗。不守群规会被群主请出去哦！维护群环境，打造有爱社群♥	群公告展示群 每进50人推送一次

金融行业私域运营方案

除了社群规范型内容外，为保持社群打开率、群用户活跃度，还需要设定干货价值型内容、产品营销型内容、用户互动型内容。

内容类型	内容示例	推送频次参考
干货价值型内容 这给用户提供的核心价值点，与用户的自身利益相关	<ul style="list-style-type: none">某金融平台，分享股票K线的分析方法某保险公司，分享保险配置的基本技巧	每日一次/每周一次
产品营销型内容 与营销转化强挂钩的，如产品种草、新品优惠、限时福利、会员活动	<ul style="list-style-type: none">某银行社群，推送信用卡消费满减活动某保险公司，推出618优惠活动	根据实际情况制定
用户互动型内容 比如快问快答、抢红包手气王、接龙抢订等	<ul style="list-style-type: none">开展成语接龙、答题有礼活动特殊节日热点，群内发猜灯谜活动	根据实际情况制定

金融行业私域运营方案

内容类型	内容示例	推送频次参考
售后服务型内容 如升级服务、日常咨询、退换处理，提前制定对应话术	<ul style="list-style-type: none">某机构在社群中发送保险理赔常见问题某机构在群内开展热门产品的答疑咨询专场	每日一次/每周一次
社群文化价值观型内容 凸显品牌文化与价值观的内容	<ul style="list-style-type: none">发布女性关怀内容发布节日祝福内容	根据实际情况制定

除了社群规范型内容外，为保持社群打开率、群用户活跃度，还需要设定干货价值型内容、产品营销型内容、用户互动型内容。

售后服务型内容，提升客户服务、响应的速度，同时在社群中展示品牌服务的及时性，提升品牌美誉度。社群文化、价值观型的内容，进一步凸显品牌的差异化，提升客户好感度。

金融行业私域运营方案

3.视频号直播+小程序+企业微信，高效转化客户

(1) 视频号与小程序的三大联动路径

视频号可以联通微信公域，进行直播带货、沉淀私域流量。小程序可聚焦交易，打通企业微信和视频号用户身份，实现订单数据回传、客户下单提醒。在微信生态内，小程序与视频号，可以实现高效联动。视频号+小程序的联动运营，打通公域直播与私域成交的链路闭环。

- ① 视频号主页绑定小程序的服务入口，如商城入口、售后服务，为客户提供及时的交易服务
- ② 视频号直播间，可推送小程序商品链接，客户点击后即可下单，成交路径短、支付很顺畅
- ③ 小程序可打通视频号直播预约，实现在小程序中直接跳转视频号直播预约，为直播间蓄流

视频号+小程序

打通公域直播与私域成交的链路闭环

视频号主页绑定
小程序服务入口



视频号直播间
打通小程序商城



小程序打通
视频号直播预约



金融行业私域运营方案

品牌实践案例

腾讯微保，是腾讯官方的保险代理平台，微保基于视频号，实现了与小程序的全面打通，在运营中，视频号发布用户关注的核心知识，在视频号的主页，可直接进入【选保险】的服务入口，进行保险选购。小程序内保险种类非常丰富，满足绝大部分投保需求。



同时，在企业微信的朋友圈，保险微管家还会多次发送小程序海报，引导客户进入小程序，预约直播，或选购合适的保险产品。通过企业微信+小程序+视频号，多触点运营私域客户，从而提升私域的成交转化。

金融行业私域运营方案

(2) 企业微信联动小程序4大运营打法

小程序+企业微信，打通私域成交与服务的链路闭环

小程序为私域用户的成交转化，提供了更便捷的载体。而且可以将用户的小程序身份和企业微信的用户身份打通。实现用户消费数据沉淀在私域运营场景中，比如聊天侧边栏可以实时展示用户在小程序上的下单行为记录和数据

企业微信为小程序用户沉淀私域提供了快捷通路，让微信生态内的公域流量，如搜一搜的流量、小程序的访客，得以沉淀到企业微信。

企业微信+小程序的连通玩法具体链路

- (1) 企业微信好友欢迎语推送小程序卡片
- (2) 用企业微信日常服务用户，推送小程序商品，实现成交
- (3) 小程序页面内，可长按添加导流企业微信
- (4) 企业微信结合小程序，实现花样玩法，促进私域用户活跃：签到、打卡、积分、游戏运营



小程序抽奖活动

银行小程序导流企微

金融行业私域运营方案

4.朋友圈营销，打造种草达人，软种草

(1) 制定朋友圈内容规划，加强客户触达

微信月活跃用户12.99亿，每天有上亿人刷朋友圈，对于广大品牌商家而言，是免费的广告区域。企业微信上的客户，每天可以看到3条企业/员工发布的朋友圈内容，每月可以看到90条。相较于1对1的群发，朋友圈内容营销感更弱，对客户的打扰更低。金融企业开展私域运营，必须有效利用朋友圈发送机会，拉近与客户的距离。



内容怎么发

有趣的内容，与客户产生共鸣

有用的知识，保持客户价值感

实在的福利，为客户创造价值



营销小技巧

避免营销内容刷屏，引发客户反感

朋友圈文案控制在6行以内，文字不会被折叠

朋友圈可分组发布，精准营销

金融行业私域运营方案

朋友圈内容怎么发

建立朋友圈内容营销规划，有节奏的发布朋友圈内容进行软种草
有趣的内容、有用的知识、实在的福利，构成良性朋友圈内容架构。

朋友圈内容类型

内容发布示例

有趣的内容

与客户产生共鸣

某保险顾问，朋友圈发布工作中的有趣日常，营造真实的温度感



有用的知识

保持客户价值感

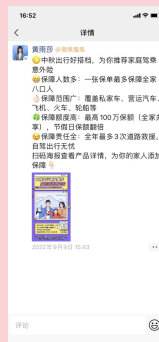
某保险顾问，发布关于重疾险的直播预约，为朋友圈的客户，营造价值感



实在的福利

为客户创造价值

某保险顾问，在中秋出行季，向客户推送出行类的保险，保额高、保障范围广



金融行业私域运营方案

(2) 品牌实践案例

众安保险的某销售人员，在进行企业微信朋友圈的经营中，除了常规的营销信息与产品推荐，同时注重“温度感”与真人属性，打造热爱生活、积极向上、主动关怀用户的管家形象。使得客户更加愿意与之产生沟通和交流。

在日常的朋友圈营销中，可充分把握热点事件，发布相关的内容，第一时间为客户提供及时的支持。如在自然灾害发生时，可第一时间转发避灾、自救相关的内容。让客户感受到温度与关怀，通过长期的朋友圈软营销，在客户心中留下深刻印象，客户有需求，第一时间就会想到这个专业、亲切的保险顾问。



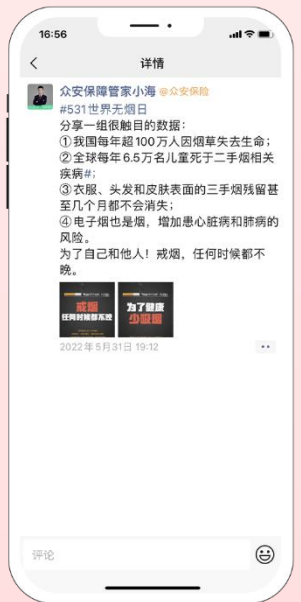
知识科普



美景分享



热点内容



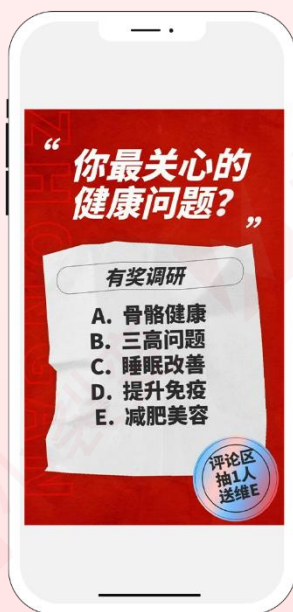
健康关怀

金融行业私域运营方案

5. 客户调研与数据沉淀，反哺战略决策

(1) 朋友圈调研，掌握客户兴趣点

在传统的经营模式下，品牌离客户较远，无法直连消费者。客户的真实反馈、最新体验，很难快速传递到品牌手中。品牌开展私域客户运营后，可以直接面向消费者，开展产品体验调研、客户需求调研、招募产品体验官等等，真正做到直连客户、获取最新反馈。



客户调研

众安保险基于企业微信

开展客户调研工作调研用户最关心的健康问题，通过问题的调研不仅能反哺私域内容营销的重点，还能基于客户的需求，针对性推荐合适的产品。



限定参与名额，先到先得

参与调研可抽奖，实现成本控制

重点维护参与调研客户，可培养为KOC
(关键意见消费者)、产品推荐官

3 / 小裂变SCRM金融行业应用

小裂变SCRM金融行业应用

小裂变SCRM X 金融行业

基于金融行业客户运营全生命周期，提升客户管理数字化水平与经营效率。客户引流阶段，智能化标签、自动化接待，客户运营阶段，科学分层、智慧营销。最终实现客户资产的高效安全管理，100%不流失，最大化客户全生命周期价值。



小裂变SCRM核心功能应用

- 活码引流：**充分利用广告投放及平台引流渠道，用渠道活码、渠道群活码引流
- 引流链接：**站外流量充分利用，利用引流链接的跳转功能，将客户导入私域中
- 短信营销：**针对客户手机号进行二次营销，可搭配引流链接功能使用引流私域
- 客户红包：**可给新添加客户发红包，实现新客户有效激活，提升客户额好感度
- 好友获客：**通过价值奖励激发消费者传播动力，实现低成本、高效率客户增长
- 聊天存储：**可记录员工对客服服务的聊天内容，设置超时提醒、智能监测敏感词
- 客户继承：**员工有岗位变动或离职，可直接发起客户继承，客户资产不再流失
- 群打卡：**可基于社群发起打卡奖励活动，培养社群客户粘性，提升社群打开率

I 小裂变SCRM金融行业应用

打造金融行业私域运营闭环

阶段一：全域获客

提升金融行业私域获客效率，优化客户接待体验感、员工服务效率。渠道活码、短信营销等功能，助力金融企业，全渠道高效引流。

阶段二：客户运营

基于1对1运营、社群运营，搭建全生命周期运营体系。基于客户群开展规模化的私域客户运营与营销转化，提升私域运营效率。通过搭建标准化社群栏目、社群内容体系，持续提升私域客户粘性，培养客户私域消费习惯，提升私域成交额。

阶段三：营销转化

充分利用微信生态的社交分享与转介绍机制，充分利用投资理财、保险等产品的社交话题属性与小圈子分享属性，开展营销转化，利用小裂变SCRM内的分销、拼团等功能，提升销售额。

阶段四：私域裂变

充分发挥存量客户价值，发起老带新、新拉新活动，促使私域客户转发、分享，在客户传播的过程中，为企业带来更多潜在、高意向的新客户，形成正向循环。

阶段五：客户管理

客户阶段清晰呈现，客户信息库功能，高效管理海量客户资产。一键查询客户信息、客户画像、客户生命周期信息，客户管理更加便捷、高效，在职继承、离职继承功能，保障客户资产稳定不流失。

助力金融企业全渠道引流获客

1. 渠道活码，多渠道引流，自动化接待

金融机构引流渠道众多，只有清晰客户来源，方能开展差异化服务。使用小裂变SCRM的渠道活码功能，可针对不同引流渠道，配置不同的渠道活码。客户通过渠道活码添加后，将被自动打标签并收到特定的欢迎语，还可以自动为客户改备注，支持设置分时段欢迎语，极大提升客户接待效率。



助力金融企业全渠道引流获客

1. 渠道活码，智能化营销，差异化触达

使用渠道活码功能进行客户引流，后续可根据客户标签，开展差异化营销动作，结合小裂变SCRM的客户群发、朋友圈运营等功能，进行智能化的1对1营销、朋友圈营销，差异化的内容可有效提升转化效率。如针对未购买客户可重点推荐首单优惠，针对老客户可推送优惠券、下单赠礼活动等。



I 助力金融企业全渠道引流获客

2. 自动拉群、自动发红包，解放员工双手

客户引流阶段，可使用福利群、福利红包等作为引流诱饵。使用小裂变SCRM的自动拉群、自动发红包功能，客户添加后，企业微信将会自动发送进群邀请，还能自动给客户发送红包或其他内容，全流程自动化，减轻员工的运营负担。

让客户在添加后的第一时间，留下“好印象”，后续开展营销转化，客户的接收程度更高，同时，及时的服务与福利，也是品牌凸显差异化的关键。

为客户定制
专属权益

引导添加
企业微信

加好友后自动触发
拉群设置或发送红包

权益设计：

优惠福利、专属服务、专业内容、附加权益

领取方式：

添加企业微信，自动下发权益

助力金融企业全渠道引流获客

3.好友获客-平安银行

品牌介绍

平安银行总部位于深圳，是全国性股份制商业银行，为客户提供贷款、信用卡、储蓄、生活等全方位的银行金融服务。

活动概述

平安银行发起了“三月春光，平安有礼”活动，通过福利群权益、高价值奖品，吸引客户参与转发、分享。活动设置了多种类型奖品，符合大众消费者的喜好。



活动规则

一级阶梯+排行榜玩法，邀请1位好友助力，即可加入福利群。
活动排行榜前3名，可领取戴森吸尘器，活动排行榜4-10名，可领取500元京福卡。排行榜11-100名，可领取价值25元爱奇艺VIP月卡。

助力金融企业全渠道引流获客

4. 短信营销、批量加好友，解锁存量客户

企业有大量存量客户资源，如何有效利用？许多金融机构，有大量存量手机号资源、会员信息，可二次利用，使用小裂变SCRM的短信营销功能、批量加好友功能针对存量客户二次营销，引流至企业私域流量池，帮助企业在冷启动阶段，快速获取种子客户。

小裂变SCRM-批量加好友



企业微信工作台
小裂变SCRM应用

点击批量加好友，
即可看到被分配的
手机号信息

点击复制并添加
进入添加好友页面

搜索框内粘贴客
户手机号一键搜
索并添加好友

统一制定营销方案，运营客户

1. 客户群发与客户群群发

金融机构开展**规模化客户运营**，群发功能必不可少。使用小裂变SCRM的客户群发、客户群群发功能，能针对不同来源、不同标签、不同偏好的顾客，发送差异化的内容，促进下单与复购。**群发筛选维度更多**，也更智能化、更精细化。

统一的群发动作，降低一线员工的执行难度。小裂变SCRM后台，还能实时查看群发执行情况、发送进度，进行针对性提醒。



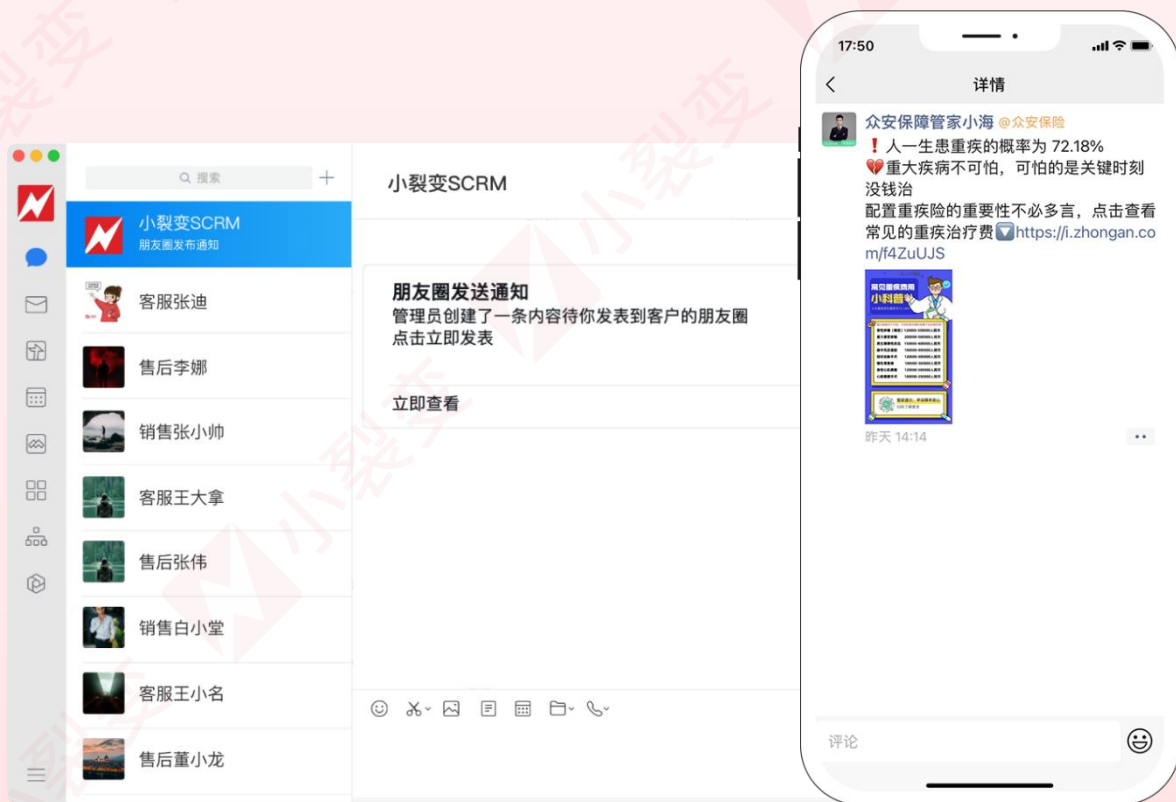
企业在小裂变SCRM后台配置好群发内容，
一键通知员工发送，员工在手机端/电脑端可点击一键发送

1. 统一制定营销方案，运营客户

2. 智能朋友圈，发圈更简单

朋友圈营销是金融机构开展私域客户运营的重要触点，小裂变SCRM的智能朋友圈功能，可实现统一下发朋友圈任务，智能监测实行情况与朋友圈互动数据。

在实际运营中，由总部统一下发朋友圈运营任务，金融机构服务人员一键发布，高效开展朋友圈营销的同时，也能保障素材质量标准。



小裂变SCRM的朋友圈运营中台可统一配置朋友圈素材
员工可一键发布朋友圈，提升运营效率

助力企业客户资产稳定不流失

1. 在职继承、离职继承，客户资产稳定不流失

金融机构员工使用企业微信服务客户，客户属于企业，员工带不走。当有员工调岗、离职等情况发生，可一键转移客户给其他员工服务，客户资产不流失、客户服务不断档。

在小裂变SCRM后台发起在职继承/离职继承后，顾客将会自动收到客户转交提醒，24小时后可转交给新成员服务，客户无需进行任何操作，体验感良好。



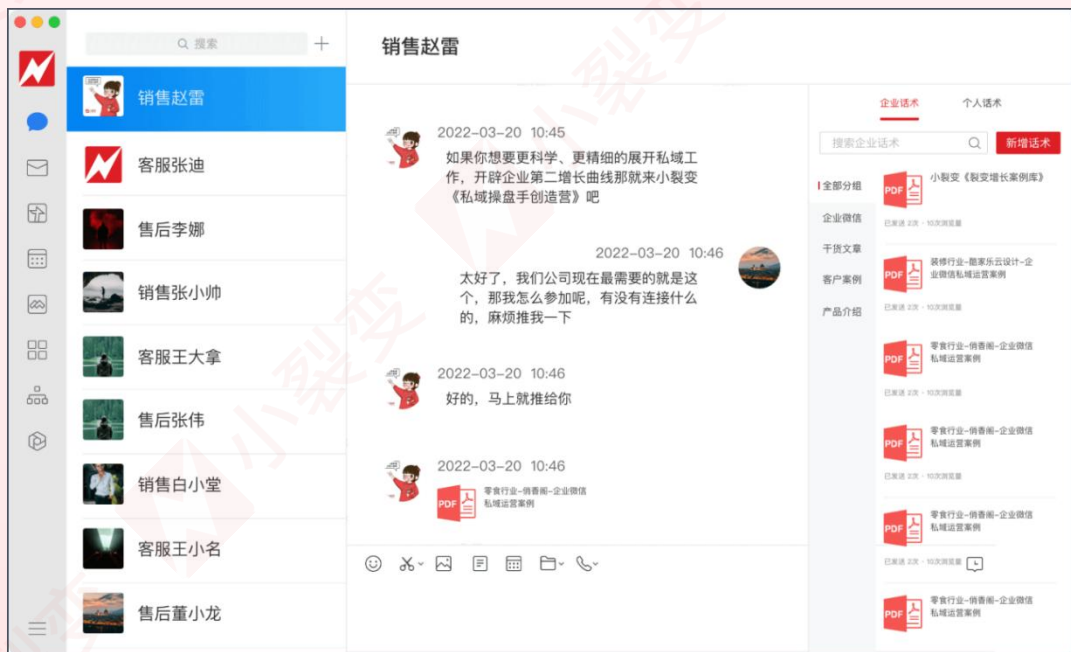
在小裂变SCRM系统后台，可以将客户一键继承并自定义同事的接替文案，做到客户服务平滑切换不中断

助力提升客户服务效率与质量

1. 聊天存储与超时提醒，保障客户服务质量

小裂变SCRM中的聊天存储功能，可对员工沟通记录实时监测、设置沟通敏感词、设置聊天超时提醒通知，保障客户服务质量。聊天存储功能，还有更多应用场景：

- (1) 用于新员工客户服务质量监管，帮助新员工更快上手岗位
- (2) 及时监管不合规的交易行为，如吃回扣、走私单、红包等
- (3) 帮助企业针对性提升客户服务数据，如响应速度、回复率



云端存档



实时同步



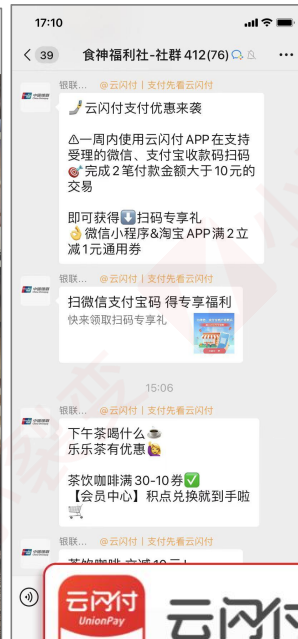
一键调取



永久保存

4 / 案例分享

案例分享-中国银联-云闪付



品牌介绍

作为中国的银行卡联合组织，中国银联处于我国银行卡产业的核心和枢纽地位，使银行卡得以跨银行、跨地区和跨境使用。旗下的云闪付APP，具有收付款、享优惠、卡管理三大核心功能。

运营策略

云闪付借助小裂变SCRM系统中的【任务获客】功能，开展了高频的社群拉新活动。通积分、现金红包、耳机等高吸引力奖品，吸引群内的老用户持续拉新。平均获客成本可低至1元以内，社群氛围热烈。

基于企业微信群，云闪付日常发起签到打卡、积分兑换、优惠发布、日常答疑活动，全方位覆盖用户消费端需求，有效提升客户触达的效率。同时，企业微信客服号朋友圈，同步转发优惠，提醒用户及时使用积分，进一步提升了客户活跃。

案例分享-湖南三湘银行



品牌介绍

三湘银行（BANK OF SANXIANG）是湖南省和中部地区首家民营银行，由三一集团、汉森制药等9家民营企业作为发起人股东共同发起设立。于2016年12月26日正式开业，注册资本30亿元，注册地湖南长沙。

运营策略

好友获客，助力本地银行高效拉新

三湘银行借助小裂变SCRM的引流链接、批量加好友、好友获客等功能，实现企业微信私域高效获客。其中，借助好友获客、红包获客功能开展多场获客活动。“邀好友赢婴幼儿防晒遮阳帽”活动，在夏季开展，活动选用一级阶梯裂变玩法，邀请12位好友成功助力，即可0元领取“婴儿防晒遮阳帽”一件。通过富有吸引力的奖品，吸引用户参与。

红包获客，低成本获取本地客户

红包获客玩法，活动成本低，现金即时奖励到账，作为活动奖品具有吸引力。三湘银行开展了多场红包获客活动，以“瓜分万元红包”、“10万现金红包”为主题，以现金奖励作为活动奖品，用户每邀请1位好友扫码，即可拆/领取1次现金红包。

案例分享 - 湖南三湘银行



为用户持续提供“价值”，是持续留住用户的关键

三湘银行通过企业微信和视频号，持续为用户提供内容价值和福利价值。企业微信朋友圈定期发布福利活动为用户提供福利价值，“财经早报”为用户提供财经干货内容，为用户提供有价值的内容。

三湘E家视频号通过有趣、有料的情景剧视频为用户提供金融知识、日常生活中人们关注的问题，通过视频内容，为用户提供内容价值，吸引用户持续关注。

5 / 服务说明

服务说明

1. 专业客户成功团队，协助私域落地

企业接入小裂变SCRM后，将由小裂变客户成功团队，协助私域体系搭建，为企业提供全年指导服务，科学落地私域规划。

以7天、一个月、三个月、六个月为核心服务节点，帮助企业达成私域运营成果预期，实现私域持续增长、科学增长。

接入小裂变SCRM	私域运营成果预期	小裂变服务支持
7天	接入小裂变SCRM 完成企业微信基础设置 确认私域运营最佳模式	*交付系统，邀请填写档案 *寄送小裂变-私域锦囊合集 *发送产品功能讲解回放视频 *客户成功团队7*12h响应服务
一个月	搭建完善私域运营模型 完成全渠道引流设计 上线私域裂变获客活动	*客户回访1次，沟通当前问题 *协助优化引流、落地获客活动 *发送营销热点日历，用于参考
三个月	私域引流、转化趋于稳定 尝试更多私域运营玩法 持续优化迭代SOP	*参与小裂变产品需求会 *发送最新私域运营案例 *与客户保持1对1深度沟通
六个月	私域模式成熟 探索更多玩法 拓展更多上下游渠道	*协助进行阶段性复盘 *指导私域策略优化 *参与标杆案例打造

I 服务说明

2. 售后陪伴服务，保障全生命周期增长

免费服务

留言5分钟响应
提供专属服务群

7*12小时
不间断在线留言

全生命
周期增长

需求24小时反馈

保障365日
全天候护航

以客户为中心的陪伴式增长服务
围绕客户购买后的全生命周期增长

I 服务说明

2. 售后陪伴服务，保障全生命周期增长

免费服务

入门指导

- ✓ 小裂变SCRM系统使用须知，分配专属客户成功经理
- ✓ 建立售后服务群：5对1的服务，同步服务清单
- ✓ 开通小裂变SCRM账号&功能权限
- ✓ 基础功能设置：接入客户企业微信、接入会话存档、品牌设置等

功能培训

- ✓ 小裂变SCRM系统详细的讲解、实操解答
- ✓ 企业微信的功能使用注意事项、功能解答
- ✓ 产品操作使用手册、产品操作视频讲解、系统使用FAQ

日常服务指导

- ✓ 全年服务群咨询服务
- ✓ 企业微信使用培训指导
- ✓ 小裂变SCRM后台使用指导
- ✓ 裂变活动全盘策划方案指导
- ✓ 精美裂变海报设计指导
- ✓ 优秀裂变活动文案指导
- ✓ 活动推广节奏指导
- ✓ 裂变活动数据分析指导
- ✓ 裂变活动复盘诊断指导
- ✓ 7*12小时服务指导：服务群里日常解答客户使用遇到的问题
- ✓ 功能更新上线同步：小裂变SCRM系统以周、月为单位进行功能上新和迭代

服务说明

3.小裂变SCRM版本价格

<h3>专业版</h3> <ul style="list-style-type: none">• 适合用企业微信做私域运营的品牌商家• 60+功能覆盖【引流获客-运营留存-客户管理】模块 <p>¥5980/年 不含企业微信接口费用</p> <p>立即开通 查看详情</p>	<h3>旗舰版</h3> <p>最受欢迎</p> <ul style="list-style-type: none">• 适合用企业微信打造私域增长闭环系统的品牌商家• 100+功能覆盖【引流获客-运营留存-成交转化-客户管理】模块 <p>¥9980/年 不含企业微信接口费用</p> <p>立即开通 查看详情</p>
<h3>至尊版</h3> <ul style="list-style-type: none">• 140+功能覆盖【引流获客-运营留存-成交转化-客户管理】模块• 提供私域诊断+活动策划+上门培训服务 <p>¥29980/年 不含企业微信接口费用</p> <p>立即开通 查看详情</p>	<h3>本地化部署</h3> <ul style="list-style-type: none">• 存储于品牌商家本地机房或独享云服务器• 后台功能全部可用 <p>¥48000起/年 无需额外支付企业微信接口费用</p> <p>立即咨询</p>

我们还提供：

基于小裂变SCRM系统**私有化部署解决方案**，助力企业搭建高效、安全、专属企业微信私域工具

通过PaaS能力快速定制开发，节省企业开发成本，免运维

6 / 关于我们

关于我们

1. 软件著作权证书，实力认证

小裂变SCRM，是基于企业微信的客户关系管理系统，获得软件著作权登记证书，实力认证。



关于我们

2. 企业微信认证证书，官方认可

小裂变团队全员通过认证考试，获得企业微信认证证书，是企业微信核心头部第三方服务商。



I 关于我们

3. 陪伴式增长服务

以客户为中心的陪伴式增长服务

30天



90天



365天



一年以上

交付期

成长期

成熟期

更长周期



专属增长顾问1V1

每位客户配备专属增长顾问



留言5分钟响应

7*24小时不间断在线留言
5分钟内极速响应



需求24小时反馈

用心倾听客户需求
第一时间反馈需求研发计划



保障365日全天候护航

全天候保障客户裂变
增长业务顺利开展

| 关于我们

4.小裂变SCRM，技术稳定可靠

强大的研发实力，安全稳定可靠的系统支持

稳定性大于一切

强大的研发实力，安全稳定可靠的系统支持

99.9% 系统可用	5000+ 服务器集群	2000+ 数据库集群	5000+ 全球CDN加速节点	秒级 数据备份
99.9997% 数据可靠性	 安全稳定	 极致体验	 智能高效	 数据安全
100000+ 每秒处理消息数	 同城多活	 可靠备份	 安全防护	 弹性伸缩

| 关于我们

5.小裂变SCRM，头部品牌信赖之选

零售电商



良品铺子
BESTORE



鸿星尔克



合胜百货



钟薛高
CHONGXUEGAO



TRIES



SKG



ROBAM 老板
老板厨卫 老板厨卫



SKYWORTH
创维



苏宁易购
suning.com



京喜



Purcotton 全棉时代



网易严选

金融保险



招商银行
CHINA MERCHANTS BANK



宁波银行
BANK OF NINGBO



贵州农信
GZRC



众安保险



平安银行
PINGAN BANK



湖南三湘银行
BANK OF HUNAN



XFCB 兴福村镇银行



鼎鼎保代
DINGDINGBAODAI



泰康
Taikang



慧择
WISDOM CHOICE



北京人寿
BEIJING LIFE



保通保险代理

医美美妆



新氧
专业医美
先疫新氧



PERFECT DIARY
完美日记



淘美妆



美呗医美
美呗医美 美呗医美



相宜本草
L'ORÉAL PARIS



百雀羚
PECHOIN



WINONA
薇诺娜



汇成医美教育



MY LIKE
苏州医美整形



苗医生
DOCTOR MIAO



益肤



SEPHORA

母婴健康



kw 孩子王
kidswant



babytree



云南白药
YUNNAN BAIYAO



老百姓
LIXIN PHARMACY 大药房



蒙牛



Bc Babycare



育儿网
YUER.WANG



修正药业



丁香园
WWW.DXY.CN



美年大健康
Health 100



享佳健康
SHAREJOY



FOSUN 复星

餐饮门店



luckin coffee



东酷



鹿记棒棒鸡



老乡鸡



YOSHINOYA



香野家



和善园



酷公缸



悸动烧仙草
JIUDONG



紫燕百味鸡
ZIANBAOWEIJIAO



NOWWA COFFEE



小牛凯西

教育机构



新东方
XDF.CN



学而思



高途课堂
名师出高徒，网课选高途



有道 youdao



文都教育



粉笔



高顿教育
GOLDEN EDUCATION



猿辅导



作业帮



VIP KID
在家上美国小学



编程猫
CODEMIAO



offcn 中公教育

关于我们

6.小裂变业务地图，专业私域服务商

课程培训

提升私域认知

线上专题课

企业微信获客成交基础课
私域引流、获客专题课

私域成交转化专题课
私域运营进阶课

线上训练营

企业微信使用实操训练营
私域获客实战训练营

私域成交转化实战训练营
私域操盘手训练营

企业内训

私域搭建
引流获客
运营转化
客户管理

社群运营
视频号运营
直播运营
团队分工

线下大课

私域引爆：战略总裁班
私域落地：操盘手实战班

SaaS工具

降低私域成本

小裂变SCRM

12种引流获客功能
12种成交转化功能

12大运营留存功能
12大数字化管理功能

小裂变私域商城

高效率成交转化
丰富营销玩法

毫秒级通知员工
满足不同商户多样化需求

小裂变会话存档

聊天记录存档
聊天超时提醒

敏感行为提醒
鉴别群聊质量

关键词自动打标签

运营服务

提升私域效率

私域代运营

私域陪跑带教

辅导团队搭建
提供私域运营策略
定制化私域方案

私域运营操盘

为私域增长负责
为私域转化负责
一整套私域SOP

视频号代运营

视频号直播陪跑带教

1v1直播指导
直播间运营策略
直播间选品策略

视频号直播运营操盘

直播间流量赋能
直播复盘及优化
主播带货变现

增值服务

陪伴式增长

私域诊断

内容：视频号
服务：企业微信
商品：小程序商城
品牌：公众号

私域培训

后台功能培训
企业微信核心功能
工作台培训
私域增长活动实操

私域策划

活动前	活动中	活动后
前期准备	奖品调研分析 活动方案策划书	活动效果监控
用户画像分析	裂变海报设计 推广文案撰写	活动复盘
服务前期沟通	活动问题解答 活动测试优化	
行业属性分析	账号风控	交付活动资料



相信增长的力量

Small is powerful Small is beautiful