

# 小裂变SCRM

## 医美行业私域解决方案



# 目录

---

01/行业现状与经营难题

02/医美行业私域解决方案

03/小裂变SCRM医美行业应用

04/案例分享

05/服务说明

06/关于我们



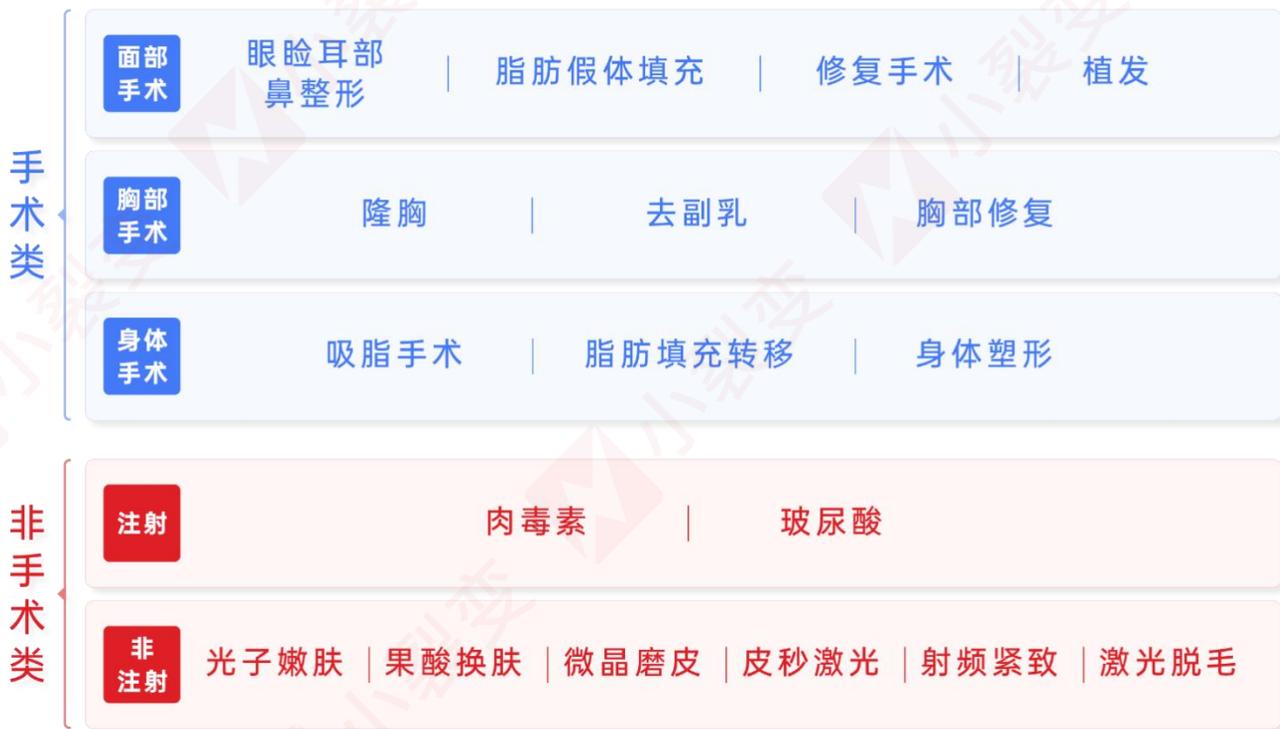
专业做私域 就找小裂变

# 1 / 行业现状与经营难题

# 行业现状

头部机构及平台崛起，竞争压力加剧

我国医美行业已步入快速发展期。2019年，我国人均 GDP 首次突破了一万美元，客观上为医美消费的崛起提供了经济支撑。受数字信息技术、智能手机影响比较大的 Z 世代群体（通常是指 1995 年至 2009 年出生的一代人），对于颜值、完美主义的追求，不断催生着更多样化的医美需求，面部整形、形体整形、口腔、生长发育专科等方向，均产生了大量需求。



资料来源：艾瑞咨询，小裂变整理

与此同时，医美技术的进步带来的大量新产品落地，则从需求和供给两个维度共同推动医美行业步入高景气期。

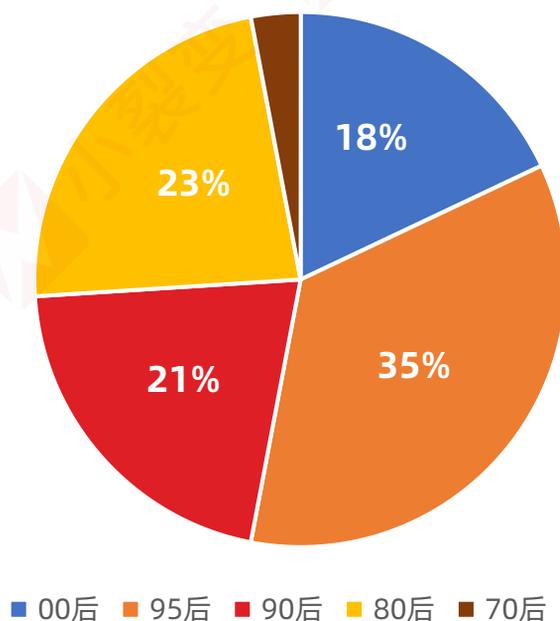
中国医美市场，在 2017 年就已达千亿规模。我国市场中，超过 40% 医疗美容服务为非手术，此类医美项目由于风险小、费用少、易操作等特性深受消费者青睐，未来发展趋势良好。新玩家如悦美、新氧和更美等异军突起，从众多品牌中脱颖而出完成上市，成为头部厂商，头部玩家的竞争优势持续增强。

# I 行业现状

根据 ISAPS、新氧数据研究院统计数据，2020年中国医美用户中女性占比89%，为主力消费人群，且其占比在2018-20年间保持相对稳定。近年来，随着互联网医美的兴起，医美行业的消费主体在逐渐向“Z世代”转移，从年龄分布来看，20-30岁医美用户占比超过70%，年轻一代受“颜值经济”、新媒体崛起影响较深，进而对医美接受度较高。

从消费力来看，作为医美消费中的头部玩家，30岁以上用户年均消费最高，且个体消费差异巨大，抗衰老是永恒不变的需求。这就代表着，各个年龄段的用户，均有稳定的、可预判的医美需求。机构针对各个年龄段的用户，完全可产出标准化的成交SOP。

各年龄段  
医美消费人群占比



资料来源：更美《2020医美行业白皮书》，小裂变分析整理

私域+数字化经营



医美行业增长新引擎

小裂变SCRM，助力医美行业私域经营与数字化增长

# I 行业现状

70后	玻尿酸填充	<ul style="list-style-type: none"><li>• 70后主要需求为抗衰老</li><li>• 40+</li><li>• 个体消费差异巨大</li></ul>
	面部提升	
	肉毒素瘦脸	
80后	玻尿酸填充	<ul style="list-style-type: none"><li>• 80后塑性需求较高</li><li>• 32-41</li><li>• 年平均消费：5-6K</li></ul>
	面部脂肪填充	
	肉毒素瘦脸	
90后	面部脂肪填充	<ul style="list-style-type: none"><li>• 90后更倾向于自体脂肪填充</li><li>• 22-31</li><li>• 年平均消费：2K+</li></ul>
	玻尿酸填充	
	肉毒素瘦脸	
00后	肉毒素瘦脸	<ul style="list-style-type: none"><li>• 00后处于面部轮廓初调整阶段</li><li>• 20+</li><li>• 个体消费差异大</li></ul>
	玻尿酸填充	
	鼻综合整形	

如何把握住激增的用户医美需求，高效获取客户、赢得信任，实现产品匹配、客户成交、多次复购？如何依托KOC用户传播，带来源源不断的新客户线索？

近年来，以新氧医美为代表的企业，持续探索微信生态私域运营之道，并取得了良好的经营成果。通过私域运营，不仅能帮助医美机构与平台，强化客户信任度，还能延长客户的生命周期，最大化LTV（客户全生命周期价值），极大提升ROI。

**私域+数字化经营**



医美行业增长新引擎

小裂变SCRM，助力医美行业私域经营与数字化增长

# I 医美行业经营难题



获客成本高

## 营销、投放费用高昂

竞价广告成本高昂，公域获客成本动辄数百元、数千元

01



客户信任难

## 用户决策周期长

医美机构多、产品多，用户决策受多方影响、不确定性高

02



精细化营销难

## 信息化管理水平低

没有形成客户数字化档案，无法开展针对性、精细化营销

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

## 2/ 医美行业私域运营方案

# 医美行业私域运营体系

通过私域运营，帮助品牌摆脱对平台流量广告的强大依赖性，构建医美品牌私域护城河。打通全域引流、客户运营、社群转化、客户管理、私域客户传播分享的闭环体系，最大化私域客户生命周期价值。



医美行业客户生命周期极长，客户年龄段基本实现了20岁-60岁全覆盖。因此，将客户纳入私域池中，进行长期的服务和管理，有助于提升客户长生命周期内的复购与客单价。

基于小裂变SCRM，我们将医美行业的私域客户全生命周期运营，分为全域引流、分层运营、客户转化、社交裂变、客户管理5大环节，通过5大环节的关键节点运营，真正做到医美行业客户转化的降本提效，提升医美机构客户数字化管理水平。

# I 医美行业私域核心打法

## 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。

医美行业中的高客单价类的专业医疗产品，如正颌、面部整形等，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。而一些轻医美的项目，如水光针、皮肤清洁等，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。

	① 种草达人	② 知识专家	③ 专属顾问	④ 品牌福利官
	<b>场景驱动 兴趣至上</b> 举例：时装、大众化美妆、旅游产品	<b>话题驱动 内容丰富</b> 举例：母婴、教育、高端美妆/护肤产品	<b>服务驱动 全面立体</b> 举例：奢侈品、汽车、家居	<b>福利驱动 简单直接</b> 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，客户忠诚度高 • 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。

# 医美行业私域核心打法

## 品牌实践案例

### 新氧医美



### 可恩口腔



### 极光口腔



### 艺星医疗



打造新氧福利官，青春靓丽的女性形象，日常多推送项目优惠、团购福利、知识科普等

打造专属服务顾问形象，提供陪伴式服务、线上轻咨询指导，打造值得信赖的口腔治疗顾问形象

打造知识专家形象，提供贴心的问候与及时的服务，兼具专业性与温度感，提升客户粘性

打造了接待顾问的形象，为客户提供贴心的医美建议、服务推荐，答疑解惑，推荐合适方案

# I 医美行业私域核心打法

## (2) 全渠道广告投放，沉淀私域流量

在传统的广告投放场景下，医美机构的广告投放，以获取客户手机号信息、整形意愿为核心导向，销售人员针对投放获取的电话线索，进行针对性联系、转化到店。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，与医疗机构“**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。

全新的私域运营场景下，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私域流量池中，进行深度的沟通，从而实现体验感良好的客户转化。

### 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。

## 广告投放

设计引流诱饵，引导客户添加企业微信

# I 医美行业私域核心打法

## (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



新氧-公众号引流



新氧-小程序引流



新氧-文章页面引流

# I 医美行业私域核心打法

## (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

# I 医美行业私域核心打法

口腔相关奖品	常见福利奖品
口腔检查	小风扇
涂氟服务	现金红包
洗牙福利/优惠	水杯
电动牙刷	夏凉被
牙膏/牙线	加湿器

口腔行业私域获客活动，常用的奖品清单，各机构也可以根据自身目标客户的喜好情况，在此基础上进行调整



**示例：**口腔医院使用口腔检查作为活动的奖品进行引流，实现精准客户的新增。

# I 医美行业私域核心打法

## 2. 分层社群运营，轻投入提升客户活跃

### (1) 分层社群运营，轻投入提升客户活跃

医美机构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 会员权益 资源链接 干货交流	最新资讯 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
<b>品牌福利群</b> 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
<b>服务型社群</b> 知识学习群、干货交流群、 行业交流群、资源链接群、 售后服务	服务性质强，软种草、 弱营销，重点关注客户体验	教育、企业服务、装修、奢 侈品、金融保险、医疗康养
<b>兴趣交流群</b> 变美交流群、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	美妆、教育、医美、心理教 育、母婴育儿

# I 医美行业私域核心打法

## (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

# I 医美行业私域核心打法

内容类型	内容示例	推送频次参考
<b>干货价值型内容</b> 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"><li>某医疗整形平台，分享水光针的美容原理</li><li>京东生鲜社群，分享美味料理食谱</li></ul>	每日一次/每周一次
<b>产品营销型内容</b> 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"><li>新氧医美社群，推送中秋限时活动，下单立减</li><li>某医疗机构推出新年变美、年终大促活动，轻医美产品买一赠一</li></ul>	根据实际情况制定
<b>用户互动型内容</b> 比如快问快答、抢红包手气王、接龙抢订等	<ul style="list-style-type: none"><li>某医疗品牌社群，发起成员接龙活动</li><li>某家清日化品牌，群内发起元宵猜灯谜活动</li></ul>	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。

# I 医美行业私域核心打法

内容类型	内容示例	推送频次参考
<b>售后服务型内容</b> 如升级服务、物流咨询、退换货处理，提前制定对应话术	<ul style="list-style-type: none"><li>某机构在社群中发送医美项目术后护理方法</li><li>某机构在群内开展热门项目的答疑咨询专场</li></ul>	根据实际情况制定
<b>社群文化/价值观型内容</b> 凸显品牌文化与价值观的内容	<ul style="list-style-type: none"><li>发布女性关怀内容</li><li>发布节日祝福内容</li></ul>	根据实际情况制定

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。

# I 医美行业私域核心打法

## 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



# I 医美行业私域核心打法

## 品牌实践案例：

新氧的视频号主要内容分为三类：

医美科普内容、医美项目效果展示实录、新氧体验官真实案例。科普内容不仅起到科普医美知识、教育客户的作用，也会打消部分消费者的忧虑，更加放心购买医美项目。



医美效果展示实录和体验官真实案例，则是通过成功客户案例背书，让消费者更加信任品牌，同时进一步调起消费者对美好外形的期待，提升消费者做医美项目的欲望。

# I 医美行业私域核心打法

## (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



# I 医美行业私域核心打法

## 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，每月可以看到约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。医美品牌开展私域运营，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

# 医美行业私域核心打法

## 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

某口腔医院的销售人员，每逢月初都会在朋友圈发布暖心的期待与祝福文案，营造美好氛围感，打造贴心、积极向上的朋友圈形象



#### 有用的知识

保持客户价值感

某口腔医院，每周都会在朋友圈发布口腔知识，如：牙齿不整齐有哪些危害、如何判断自己需要整牙？种植牙的价格大约在多少？



#### 实在的福利

为客户创造价值

新氧医美的福利官，每月都会定期在企业微信的朋友圈发布福利优惠，如满减优惠、买赠优惠、团购优惠等，通过优惠的价格促进用户下单



# I 医美行业私域核心打法

## (2) 品牌实践案例

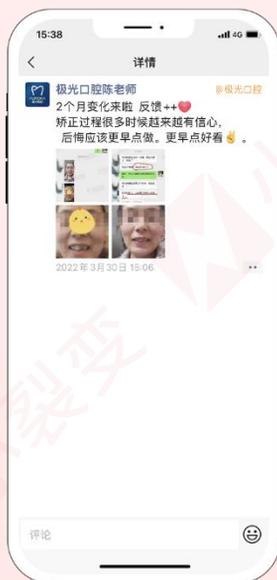
某口腔医院的销售人员，在进行企业微信朋友圈的经营中，弱化营销色彩，强化“温度感”与真人属性，让患者觉得自己面对的就是一個充满生活激情、热爱学习、尊重客户的女性形象，且热爱美食、旅行等美好事务，更加愿意产生沟通和交流。



专业学习



美食分享



矫正案例



暖心分享

需要注意的是，在日常的生活分享中，也可以增加产品与业务知识的软植入环节，如在外参加培训、客户诊疗后的变化对比、客户的感谢证言等，均可以作为朋友圈的营销素材，不知不觉中，形成种草效果。

当客户有需求，或下定决心就诊，第一时间就会想到朋友圈这个专业、亲切的人。

# I 医美行业私域核心打法

## 5. 客户调研与数据沉淀，反哺战略决策

### (1) 新品体验活动，获取一手反馈+精准线索

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，真正做到直连客户、获取最新反馈。

### 新氧医美-试用官专区



新氧在小程序上搭建了新氧试用官专区，点击进入专区后，可以查看各种类型医美项目的报价与详细的介绍，点击免费报名，即可留下个人信息，有机会被抽中免费体验项目。对于机构而言，通过免费试用也能获取更多潜在的高意向客户，参与产品试用官活动的用户，对于项目的效果、涉及手术的内容，都已经有了充分的了解，后续转化难度更低，客户决策周期更短。

# I 医美行业私域核心打法

## (2) 私域客户调研，获取最新反馈

通过私域的客户调研，机构可以掌握最新的客户体验情况，针对性做各项流程的优化。如连锁口腔医院——可恩口腔，在客户就诊完毕后，可恩口腔将会引导添加专门的专家助理号，由专家助理号，进行就诊满意度调研，与客户开展深度的沟通。后续专家助理号，将持续与客户开展互动，提供专业的口腔问题轻诊断。

您好，欢迎关注可恩口腔，如果出现牙疼、牙龈出血、龋齿、牙齿缺失等口腔问题，建议及时进行检查和治疗。为了给您更好的服务体验，诚邀您参与满意度调研，万分感谢！

### 客户调研小技巧：

①限定参与名额，先到先得。②参与调研可抽奖，实现成本控制。③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医美行业应用

# 小裂变SCRM医美行业应用

## 小裂变SCRM X 医美行业

基于医美企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，提升客户的好感度
- 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医美行业应用

## 打造医美行业私域运营闭环

### 阶段一

电商平台的订单客户是最精准的客户群，使用小裂变SCRM系统内的短信营销、批量加好友、引流链接等功能，将老客户、公域客户导流私域客户池，沉淀高质量客户。

### 阶段二

打造“购物参谋”“种草达人”“专家顾问”形象，提升客户活跃度。通过贴心的服务、真诚的关怀，拉近与用户的距离，最终实现客户转化、客户复购的提升。

### 阶段三

搭建全生命周期社群运营体系，提升社群成交转化。电商品牌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。

### 阶段四

客户阶段清晰呈现，客户信息库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。

### 阶段五

私域客户裂变分销、转介绍，让私域成为品牌口碑放大器。小裂变SCRM系统内的客户转化模块，可一键发起分销裂变、拼团裂变、0元解锁玩法，激发KOC客户传播动力，老带新、新拉新，提升成交额！

# | 助力医美企业全渠道引流获客

## 1. 渠道活码，多渠道引流，自动化接待

医美品牌引流渠道众多，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。



# 助力医美企业全渠道引流获客

## 1. 渠道活码，多渠道引流，自动化接待

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 助力医美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

# | 助力医美企业全渠道引流获客

## 3. 好友获客-新氧医美



### 品牌介绍

新氧是专业医美服务平台，也是中国最大的医美互联网平台，纳斯达克上市公司。超过**6000家**认证医美及消费医疗机构入驻，拥有**350万篇**美丽日记，超6000万女性用户都在用。

### 活动概述

除线上多渠道的引流外，新氧还在私域内推出了免费领取小气泡项目的活动，通过入门级的美容项目，吸引用户参与、拉新。同时也精准挖掘到，这类用户是医美的高意向人群，后续可以持续转化其他的付费项目。

### 活动规则

转发专属海报，邀请**3位好友**添加企业微信，就可以领取小气泡项目。

补充说明：在活动奖品的选择上，尽量做到“高价值感”、“业务关联度高”，实现精准获客。

# 助力医美企业全渠道引流获客

## 4.好友获客-可恩口腔



### 品牌介绍

可恩口腔是一家专注于口腔医疗与服务的集团化公司，是集牙齿种植、牙齿正畸、美容修复、儿童齿科、口腔治疗于一体的现代化高端连锁品牌医院。成立至今已有十余年历史，目前已在济南、青岛、德州、淄博、潍坊、上海、浙江等地开设了**17家**专业的口腔连锁机构。

### 活动概述

可恩口腔基于企业微信发起爱牙大礼包赠送活动，赠送电动牙刷、口腔检查、爱牙礼包，通过赠送口腔护理相关礼品，实现精准客户吸引，同时，激发老客户进行**转发、分享**。

### 活动规则

邀请**8位**好友助力，即可领取全部奖品。

补充说明：设置一套礼品合集，植入品牌相关产品，促进客户领取权益，到线下场景中体验。

# | 助力医美企业全渠道引流获客

## 5. 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？许多医美品牌，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

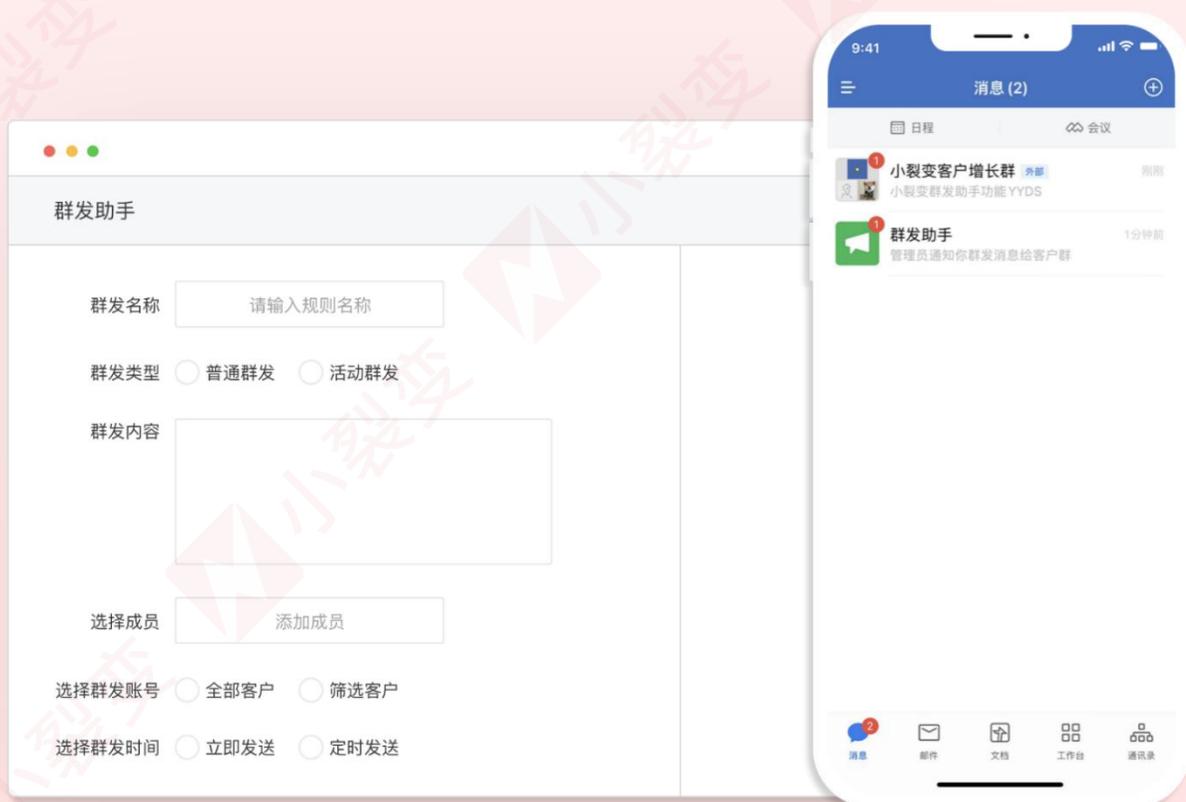
搜索框内粘贴客  
户手机号一键搜  
索并添加好友

# | 统一制定营销方案，运营客户

## 1. 客户群发与客户群群发

医美品牌开展**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。



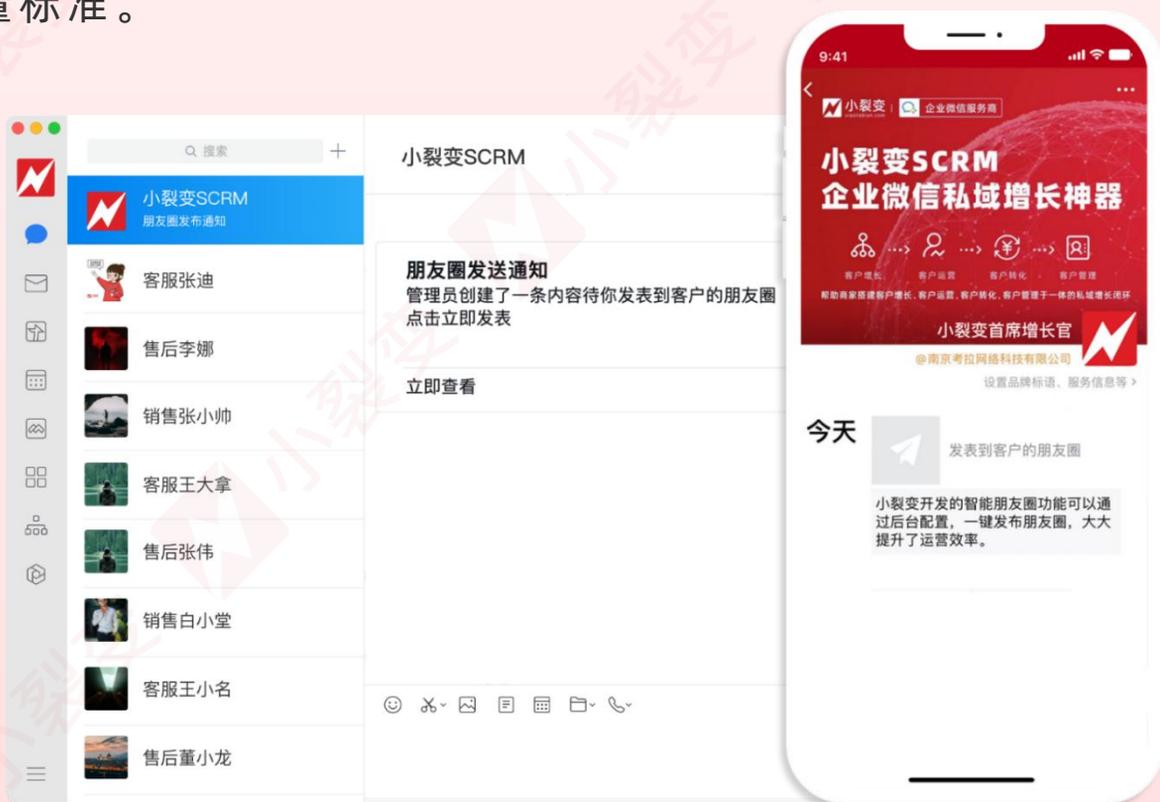
企业在小裂变SCRM后台配置好群发内容，  
一键通知员工发送，员工在手机端/电脑端可点击一键发送。

# | 统一制定营销方案，运营客户

## 2. 智能朋友圈，发圈更简单

朋友圈营销是医美品牌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，医美品牌服务人员一键发布，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

# | 助力医美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

医美品牌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小时后即可转交给新成员服务，客户无需进行任何操作，体验感良好。



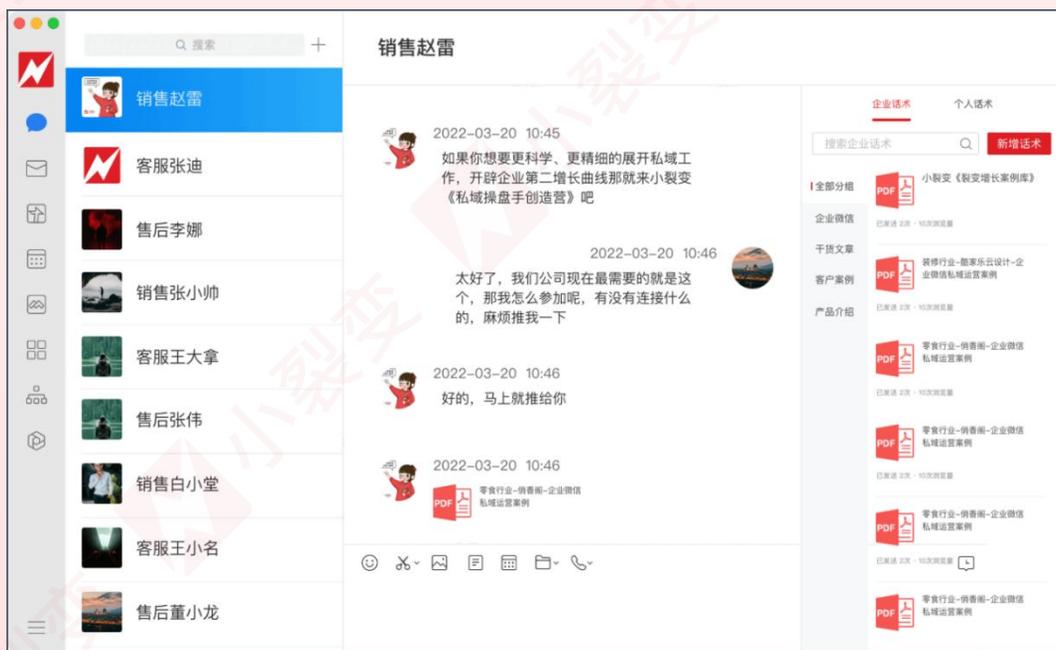
在小裂变SCRM系统后台，可以将客户一键继承并自定义同事的接替文案，做到客户服务平滑切换不中断

# 助力提升客户服务效率与质量

## 1. 聊天存档功能，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-新氧医美



## 品牌介绍

新氧是专业医美服务平台，也是中国最大的医美互联网平台，纳斯达克上市公司。超过6000家认证医美及消费医疗机构入驻，拥有350万篇美丽日记，超6000万女性用户都在用。

## 运营策略

新氧从2020年以来，便全面使用企业微信和企业微信群，开展私域运营服务，用于客户流量承接、服务咨询。在社群内，新氧会定期做福利活动、普及医美知识、推送医美产品优惠秒杀等等。新氧的企业微信号定位是新氧福利官，福利官也是医美专家，可提供避坑经验和医美百科分享，也可邀请客户进群，享社群专属福利。定位和品牌服务强挂钩，利于后期转化。

在私域内，新氧主要依托小程序来打造私域成交闭环。此外，新氧也额外搭建了h5商城、APP等多个商城路径，触达客户进行转化的手段非常丰富，让客户可无缝注册、登录，非常方便。同时，新氧也将商城内的客户二次引导添加企业微信，确保客户长期留存私域。

# 案例分享 - 可恩口腔



## 品牌介绍

可恩口腔是一家专注于口腔医疗与服务的集团化公司，是集牙齿种植、牙齿正畸、美容修复、儿童齿科、口腔治疗于一体的现代化高端连锁品牌医院。成立至今已有十余年历史，目前已在济南、青岛、德州、淄博、潍坊、上海、浙江等地开设了17家专业的口腔连锁机构。

## 运营策略

可恩口腔，基于微信生态打造了企业微信+视频号+公众号+小程序为一体的营销体系，通过企业微信客服号，为客户提供贴心服务、专享福利，提升客户复购与转介绍。同时，基于线上开展丰富的营销获客活动，进一步提升客户量、扩大品牌知名度的同时，做到了有效引流客户到店，提升机构业务转化。

基于企业微信，可恩口腔开展了丰富的营销获客活动，通过小裂变SCRM中的好友获客、任务获客玩法，开展福利活动。用户在活动中，转发专属海报，邀请身边的朋友扫码助力，添加客服，完成邀请任务，即可领取口腔检查、牙膏等专属礼品。

在企业微信客户数量快速增长的同时，将完成任务的客户引流到线下的口腔医院领奖，同步开展营销转化动作。新店开业、周年福利、爱牙礼包等丰富的主题活动，效果良好；单场活动参与用户超千人，引流到店数百人，极大提升了线下医院人流量。

# 5 / 服务说明

# I 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



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

# I 服务说明

## 3.小裂变SCRM版本价格

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

### 关于本地化部署：

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

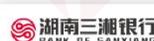
# | 关于我们

## 5. 小裂变SCRM，头部品牌信赖之选

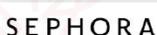
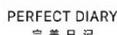
### 零售电商



### 金融保险



### 医美美妆



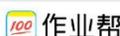
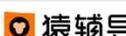
### 母婴健康



### 餐饮门店



### 教育机构



# | 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大运营留存功能

12种成交转化功能

12大数智化管理功能

##### ● 小裂变私域商城

高效率成交转化

毫秒级通知员工

丰富营销玩法

满足不同商户多样化需求

##### ● 小裂变会话存档

聊天记录存档

敏感行为提醒

聊天超时提醒

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

前期准备

用户画像分析

服务前期沟通

行业属性分析

活动中

奖品调研分析

裂变海报设计

活动问题解答

账号风控

活动后

活动方案策划书

推广文案撰写

活动测试优化

交付活动资料

活动效果监控

活动复盘



**相信增长的力量**

Small is powerful Small is beautiful