

小裂变SCRM

电商行业私域解决方案



目录

01/行业现状与经营难题

02/电商行业私域解决方案

03/小裂SCRM电商行业应用

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

I 行业现状

流量红利消失，私域运营成为新战略

移动互联网深度普及，流量红利消失殆尽。不论是新锐品牌还是老牌企业，都面临获客成本高昂、竞争压力加剧的难题。许多品牌发现，依托广告投放进行产品售卖，广告投放一停，产品销售额也将断崖式下跌，究其根本是客户对于品牌的认知较少，粘性低、忠诚度差，复购率太低。

如何将客户留下来？如何将付费获取的公域曝光、公域流量，变成企业的“私有化资产”——私域运营成为电商品牌的破局之道。生活日化、鞋服配饰、生鲜电商、电子产品、美妆护肤、食品饮料等品牌，均在发力私域运营。

良品铺子私域客户超千万，单场私域直播GMV达百万+，元气森林玩转公域引流+私域营销，估值达千亿。私域运营给广大电商品牌，带来了超出预期的良好效果。



私域+数字化经营



电商行业增长新引擎

小裂变SCRM，助力电商行业私域经营与数字化增长

电商行业经营难题



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



产品销售难

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

2/ 电商行业私域运营方案

电商行业私域运营体系

通过私域运营，帮助品牌摆脱对平台流量广告的强依赖性，构建电商品牌私域护城河。打通全域引流、客户运营、社群营销、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。



小裂变SCRM

全渠道引流获客，打造品牌私域护城河。寻找匹配的流量触点 构建私域阵地矩阵，设计用户私域旅程 建立标签体系牌的认知较少，客户粘性低、忠诚度差，复购率太低。

构建私聊+社群营销体系，降本提效显著。搭建客户群营销体系，通过1对1服务与客户群服务，提升客户满意度。

最大化客户生命周期价值，推进客户复购+增购。通过优化私域SKU，提升私域客户复购次数、单次购买金额，推动私域客户分享及转介绍。

电商行业私域核心打法

1.全渠道连接客户，沉淀私域资产

(1) 包裹卡引流，低成本获取精准客户

电商品牌给下单用户邮寄包裹时，可随单放置包裹卡（引流卡片），通过福利优惠、专属服务、附加权益等，引流客户添加企业微信或加入客户群，将电商平台的订单客户，转化为私域客户，进行长期的维护转化。

包裹卡引流，单个客户成本可控，平均引流率10%-15%左右为正常，15%以上为优秀。

常见包裹卡福利设计

福利与优惠



- 赠送优惠券
- 赠送现金红包
- 专属复购折扣
- 品牌衍生奖品
- 好评返现

增值型服务



- 安装指导
- 使用指导
- 保修服务
- 交流社群
- 衍生服务

专业/权威内容



- 专业教程
- 白皮书
- 行业报告
- 定制方案
- 交付案例

其他权益



- 参与线下活动
- 抢先新品体验
- 使用意见反馈
-

电商行业私域核心打法

包裹卡福利设计技巧

权益吸引：实用性高，福利与用户或产品相关性高，同时价值感较强

获取方式：极简，用户通过简单1-2步操作即可实现领取，兑奖快速

精准获客：短期利益与长期利益结合，同步关注引流率与长期留存率

包裹卡示例：王小卤

王小卤使用包裹卡片，设置了价值29元会员复购礼，用户可1分钱抢购，复购产品时将随订单赠送。通过极具价值感的正装零食礼包，吸引客户添加企业微信，添加好友后立即可1分钱抢购，福利兑换很及时。



电商行业私域核心打法

1.全渠道连接客户，沉淀私域资产

(2) 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



洽洽食品-公众号引流



美团外卖-小程序引流



元气森林-视频号引流

1 电商行业私域核心打法

2. 分层社群运营，轻投入提升客户活跃

(1) 做好社群定位与分类，差异化运营客户

电商品牌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	赠送福利	服务特权
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	新闻资讯 便捷购买 售后服务

电商行业私域核心打法

社群分类策略

社群定位	社群特征	细分行业
品牌福利群 秒杀群、抢购群 会员群、门店群	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 课程学习群、 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	教育、企业服务、 装修、奢侈品、 金融保险、医疗康养
兴趣交流群 老乡群、运动交流群、 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

I 电商行业私域核心打法

(2) 制定社群内容规划SOP，批量促活、转化

社群想要保持高效运营与客户活跃，离不开清晰的社群规范、科学的内容规划。其中，社群规范类内容必须同步到位、坚定执行。

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

电商行业私域核心打法

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">某咖啡品牌社群，日常分享咖啡、烘焙小知识京东生鲜社群，分享美味料理食谱	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">洽洽食品社群，推送69元任选10件优惠活动小罐茶社群，推送中秋专属优惠券	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">某宠物品牌社群，发起成员接龙活动某家清日化品牌，群内发起元宵猜灯谜活动	根据实际情况制定

社群日常运营中，干货价值型内容维持社群打开率与客户留存，产品营销型内容植入达成转化，用户互动型内容提升客户活跃率。

电商行业私域核心打法

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、物流咨询、退换货处理，提前制定对应话术	<ul style="list-style-type: none">美妆品牌，群内发布彩妆教程与护肤教程某洗衣机品牌，群内发布洗衣机养护教程，提供免费清洗服务	根据实际情况制定
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">某零食品牌发起“助力失学儿童活动”，捐赠社群当日营收金额发布节日关怀内容	根据实际情况制定

售后服务、社群文化/价值观型内容，可有效提升客户满意度、营造社群差异化风格价值。

社群独有的氛围感、客户聚集属性，是品牌拉升客户好感度、提升客户粘性的最佳载体。一套成功的社群运营SOP，应当是有价值、有互动、有情感，切忌将社群当做成交机器，暴力、机械式运营。

电商行业私域核心打法

3.视频号直播联动小程序，高效转化

(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



电商行业私域核心打法

(2) 品牌实践案例

许多品牌商家已将自有小程序与视频号直播打通，实现在视频号的直播间，直接售卖小程序商品，物流、库存实时同步。

良品铺子

良品铺子通过公私域联动，驱动视频号直播转化，良品铺子将小程序、企业微信、视频号做了深度的串联打通，用户可在小程序中预约视频号直播，也可在直播间直接购买小程序商品，助力私域GMV持续增长。



电商行业私域核心打法

(3) 直播选品与互动技巧

视频号直播间，用户平均停留时长为12分钟。想要快速吸引客户注意力，实现高效转化，选品与直播互动非常关键。

直播选品技巧

良品铺子SKU数众多，有15个品类、1500+SKU。直播间采用“福利品+引流品+畅销品”的选品结构。

每场直播选择1-2款福利产品，比如1.9、9.9秒杀，新品尝鲜价；选择3-5款引流品；再挑选10个左右的畅销品，组成一场直播的货品结构。通过循环讲解，最大化直播转化效率。

直播互动技巧

良品铺子的直播间互动玩法，主要分为开播奖、秒杀、抽下单奖4类，在直播前、中期通过抽奖提升留存与转化。

开播奖，指的是直播开启后，发起抽奖，提升直播间的氛围。

秒杀，比如直播间点赞量到5W、10W，即发起秒杀活动。抽下单奖，是针对在直播间已下单的用户进行抽奖，促使用户尽快下单。

电商行业私域核心打法

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，朋友圈是免费的广告场域。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。

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。电商品牌开展私域运营，必须有效利用朋友圈，拉近与客户的距离，进行软种草、轻营销。



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

电商行业私域核心打法

朋友圈内容怎么发

朋友圈是最佳种草阵地，切忌刷屏式、无差别的广告营销，应当是营造客户种草场景、释放真实优惠、打造适当人设的最佳渠道。

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

某宠物品牌企业微信号，在朋友圈发布萌宠趣味图片与视频，引起养宠人共鸣，拉近与客户的距离



有用的知识

保持客户价值感

家电品牌小天鹅，在朋友圈发布家电以旧换新的福利政策，给客户提供的稀缺价值



实在的福利

为客户创造价值

元气森林在朋友圈发布产品优惠福利，给私域客户提供快捷下单、专属优惠通道



电商行业私域核心打法

(2) 品牌实践案例

朋友圈应该发布有趣的内容、有用的知识、实在的福利，在此基础上，不少IP化的企业微信客服号，朋友圈的发送还应呈现“真人感”，让客户感受到，这是一个实实在在的真人，有温度感、有情绪，而不是冰冷的机器人，从而拉近与客户的距离。完美日历的私域IP——小完子，将客户当做朋友来运营，日常的朋友圈运营，会分享自己的生活日常，如做饭、遛狗、听歌，还会分享美妆护肤的干货知识，真人属性很强，给用户的营销感较弱，值得品牌商家参考。

需要注意的是，真人化IP需要保持统一的风格和调性，朋友圈素材、内容都需要细致打磨，谨防风险。



下班生活分享

个人歌单分享

护肤干货分享

美妆产品推荐

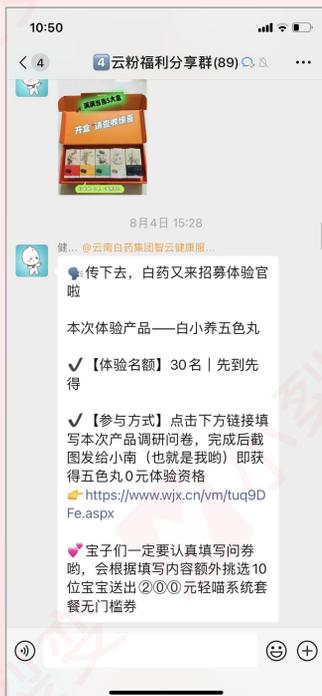
电商行业私域核心打法

5、客户调研与数据沉淀，反哺战略决策

(1) 私域客户调研，获取最新反馈

传统的经销商模式下，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、招募新品体验官，真正做到，直连客户、获取最新反馈。名创优品、云南白药、洽洽食品、完美日记、匹克体育等品牌，都在私域内展开各种形式客户调研活动，通过问卷快速收集客户意见。



招募新产品体验官



产品口味调研



社群有奖调研活动

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SCRM电商行业应用

I 小裂变SCRM功能应用

功能介绍

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！

核心功能展示



活码引流

利用包裹卡，引流精准付费客户添加，将公域流量引流至私域持续触达、转化



引流链接

提升站外广告投放引流效率，一键引导添加企业微信号或企业微信客户群



客户红包

多渠道投放必备,自动给客户发送欢迎语并打标签，智能统计数据



好友获客

高价值奖励激发消费者传播动力，实现高意向客户指数级增长



批量加好友

充分利用电商平台存量手机号信息，一键分配给员工主动添加客户



短信营销

批量导入手机号信息，一键发送营销短信，可植入引流链接提升私域导流效率



商品分销

促使私域老客户主动转发、分享，带来更多新客户，分销佣金自动发放



数据打通

打通电商平台客户订单数据，让客户画像更清晰

助力电商品牌全渠道引流获客

1. 渠道活码，多渠道引流，自动化接待

电商平台引流渠道众多，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。



助力电商品牌全渠道引流获客

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。



提升电商品牌获客效率

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

提升电商品牌获客效率

3.好友获客-小壳culture



活动概述

针对养宠用户的需求，推出各类宠物食品、宠物用品相关的福利活动，促使现有的用户参与活动，转发活动海报，邀请更多人添加企业微信。

养宠必备的化毛神器，消臭珠、宠物湿巾、猫草、猫抓板、磨牙棒、洁齿邦等等产品，活动效果均非常好，

单场福利活动新增客户可**达5000+**，新客户的入群率也非常高。

活动规则

邀请**3位**好友助力，即可【13.9元获得2瓶消臭珠】

邀请**8位**好友助力，即可【1元领取2瓶消臭珠】

通过纳入付费机制，筛选更精准的意向客户

提升电商品牌获客效率

4. 社群获客-京东



活动概述

京东作为综合网上购物商城，也在基于企业微信开展私域运营，京东生鲜、京东运动等业务线，均在通过线上活动，引流用户至社群

在活动中，京东多以“京豆”作为活动奖品，吸引客户转发海报，邀请朋友进群，完成任务即可领取京豆。

通过小裂变SCRM阶梯化的玩法设计，实现了快速的客户新增，**单场活动新增客户超万人**，活动火爆。

活动规则

邀请**10人**进群，即可领取888京豆，仅限前300名

邀请**18人**进群，即可领取2888京豆，仅限前200名

邀请**35人**进群，即可领取3888京豆，仅限前100名

提升电商品牌获客效率

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？许多电商品牌，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

助力电商品牌业绩稳定增长

1. 分销玩法，助力品牌商家卖爆商品

分销玩法指的是，给商品设定分销推广佣金，用户可自发生成专属分销海报，进行商品的推广宣传，有下级用户下单后，即可获得对应比例的分销佣金，结算流程自动化。

通过小裂变SCRM-商城板块-超级分销功能，可灵活设置商品分销佣金、分销层级、分销海报。



客户扫码或点击链接
进入分销活动页面



点击“赚”字,生成
个人专属分销海报



分享海报到朋友圈或
微信群，邀请好友购买



好友下单后，客户将收到
分销奖励，自动到账

如何策划一场分销活动？

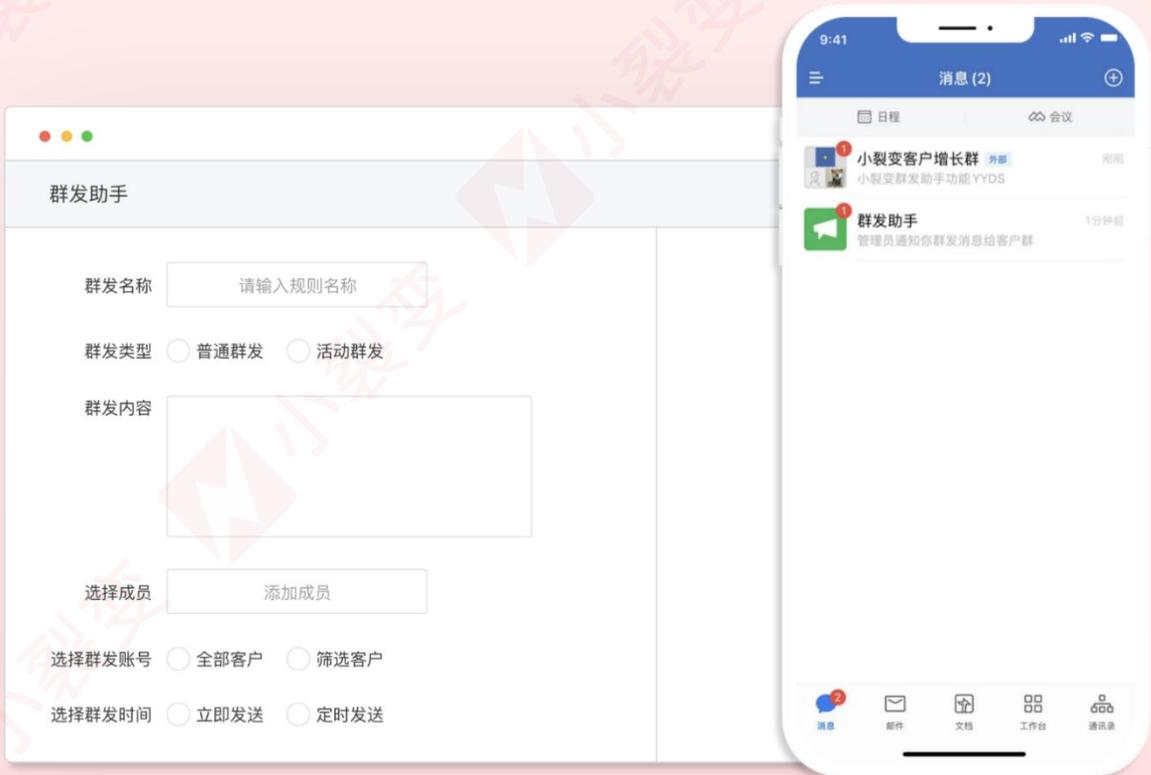
- (1) 活动产品：确定分销商品及对应规格、包邮政策
- (2) 分销定价：可制定统一定价或浮动定价
- (3) 返现比例：一般商品返现比例在10%-30%间
- (4) 宣发渠道：盘点宣发渠道资源，制定各渠道宣发策略
- (5) 活动时间：确定活动启动时间与开展时间
- (6) 销售目标：制定总销售数量目标、金额目标

| 统一制定营销方案，运营客户

1. 客户群发与客户群群发

电商品牌开展**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，能针对不同电商品牌、不同标签、不同偏好的客户，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。



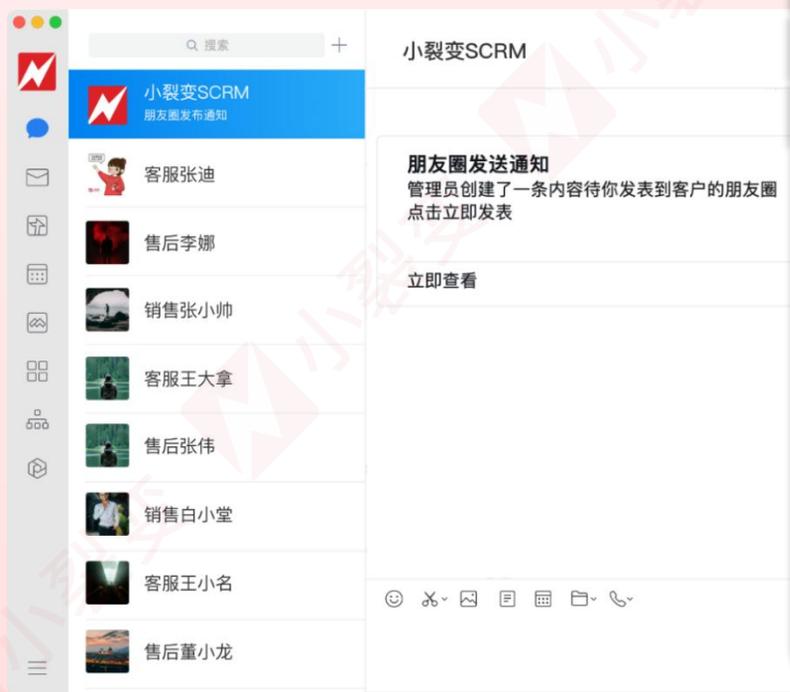
企业在小裂变SCRM后台配置好群发内容，
一键通知员工发送，员工在手机端/电脑端可点击一键发送。

1. 统一制定营销方案，运营客户

2. 智能朋友圈，发圈更简单

朋友圈营销是电商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，电商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。

| 助力电商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

电商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，客户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。



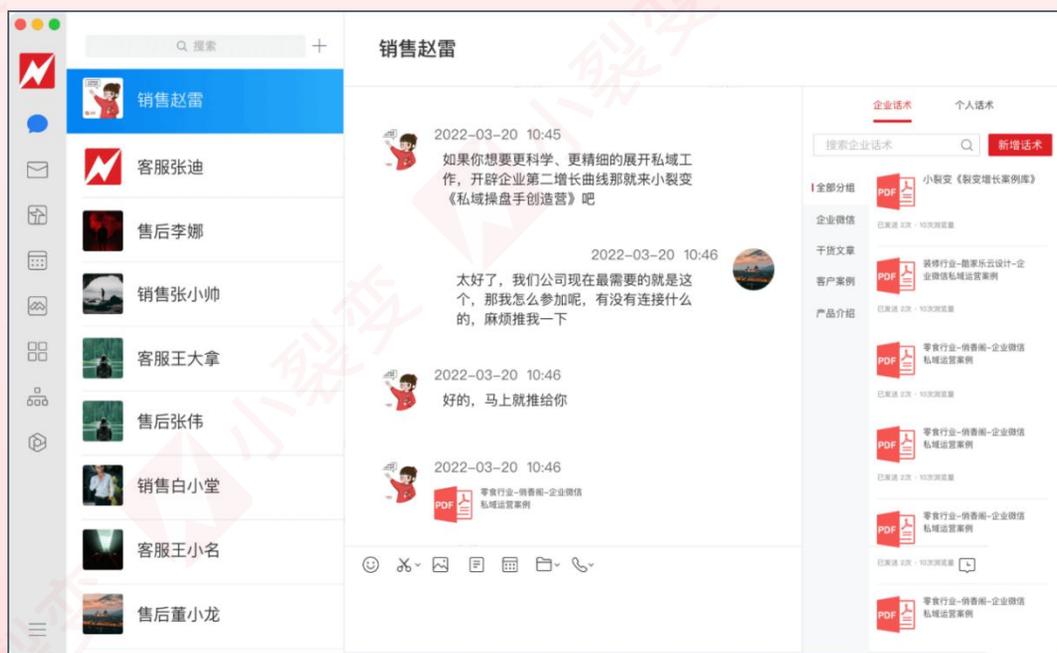
在小裂变SCRM系统后台，可以将客户一键继承，并自定义同事的接替文案，做到客户服务平滑切换不中断。

助力提升客户服务效率与质量

2.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-立白



品牌介绍

国内日化龙头企业立白，已经正式开始私域布局、私域运营。借助微信生态打通线上线下，为产品销售赋能。基于企业微信，将门店、小程序、社群、直播串联，帮助导购与消费者快速建立信任关系，提升转化率，为企业找到了新的增长点。

运营策略

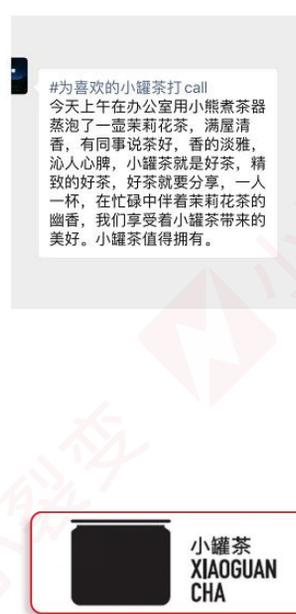
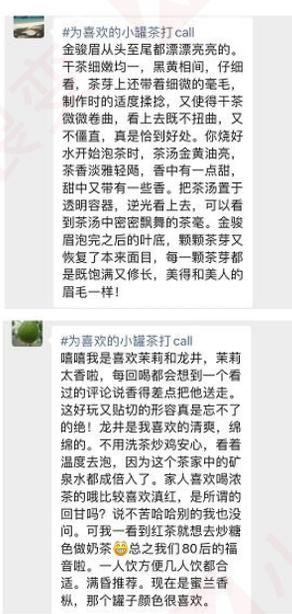
基于搜一搜品牌专区，有效利用微信生态的搜索流量。借助企业微信群，高效运营数百万私域客户。企业微信号——立白福利官，开展日常的客户运营与朋友圈营销。

基于小裂变SCRM中的好友获客功能，小裂变帮助立白定制化开发了全新的活动流程，可以实现小程序+企业微信联动拉新，会员数+客户数同步增长，单场活动新增会员、客户数万人。

除了使用自有的产品开展获客活动，立白还采取了红包获客玩法，直接赠送现金红包，开展获客活动。在活动中，可设置单个红包0.3元，有效控制获客成本。

通过社群运营，推送盲盒惊喜下单、秒杀福利，进行客户转化。同时，利用抽奖玩法促进客户活跃，通过分享洗护知识，加强社群价值感，提升客户留存。

案例分享-小罐茶



品牌介绍

2022年，小罐茶开始入驻私域，不到半年，实现私域GMV超百万的增长。通过权威媒体和线上线下广告渠道进行内容营销，用产品故事来传递情绪价值，引导茶饮爱好者进入私域，并且通过会员群运营，培养KOL、KOC进行产品的口耳传播，实现私域体系的快速搭建。

运营策略

借助小裂变SCRM的「好友获客」功能，开展“小罐茶夏日福利时光”活动，活动开始当日新增好友1000+，活动参与层级多、传播广，参与用户非常活跃，留存率较高，此次活动较之以前，获客成本大大降低。小罐茶以“小罐君”的IP作为企微号来对接用户，每天会发布一条展现饮茶生活的朋友圈，向用户传递“万事烦，不得闲，不如饮茶先”的生活理念，贴近现在年轻人渴望摆脱焦虑，找寻属于自己的生活节奏的心理，也展现出新一代的消费者追求内化于心、彰显态度的消费理念。小罐茶主要通过搭建小罐茶官方VIP会员群来触达用户，引导饮茶爱好者在“茶语饭后”分享生活，从而提高用户对品牌的信赖感、认可感和归属感。

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



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

专业版	旗舰版
<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	<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
¥5980/年 不含企业微信接口费用	¥9980/年 不含企业微信接口费用
立即开通 查看详情	立即开通 查看详情

至尊版	本地化部署
<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	<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
¥29980/年 不含企业微信接口费用	¥48000起/年 无需额外支付企业微信接口费用
立即开通 查看详情	立即咨询

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。



1 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 老板电器



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



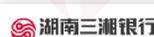
贵州农信
GZRC



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

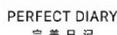


保通保险代理

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
美呗医美产品平台



相宜本草
L'ORÉAL PARIS



百雀羚
PECHOIN



WINONA
薇诺娜



汇成医美教育
HUI CHENG



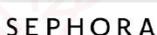
MY LIKE
苏州医美整形



苗医生
DOCTOR MIAO



益肤
YIFU



SEPHORA

母婴健康



kw 孩子王
kidswant



babytree
宝宝树



云南白药
YUNNAN BAIYAO



老百姓
LIXIN PHARMACY 大药房



蒙牛
Mengniu



Bc Babycare



育儿网
YUER.WANG



修正药业
XIZHENG



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



YOSHINOVA



香野家
YOSHINOVA



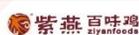
和善园



酷公缸
COOL GONGGANG



悸动烧仙草
JIDONG



紫燕百味鸡
ZIYAN BAIWEIJI



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



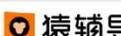
文都教育



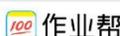
粉笔
FB



高顿教育
GOLDEN EDUCATION



猿辅导



作业帮
100



VIP KID
在家上国际小学



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
关键词自动打标签
敏感行为提醒
鉴别群聊质量

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
用户画像分析	裂变海报设计	推广文案撰写
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
		活动效果监控
		活动复盘



小裂变

相信增长的力量

Small is powerful Small is beautiful