

小裂变SCRM

教育行业私域解决方案



目录

01 / 行业现状与经营难题

02 / 教育行业私域解决方案

03 / 小裂SCRM教育行业应用

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

2020年以来，疫情打破了传统的教育授课方式，随着在线教育相关技术的发展，从线下转移到线上的混合式教学模式快速兴起，为教育行业带来全新的变革、挑战。

2021年7月起，随着双减政策的实行，教育赛道中的K12教育受到较大冲击，不少机构转型成人教育、教育硬件等其他赛道，加剧了**细分赛道**的竞争与压力。

对于教育行业的品牌而言，用户需求强烈，但伴随着流量红利与人口红利的消失，企业获客成本持续走高，客户**忠诚度**却不高。**留存率**偏低、**转化率**偏低，依旧是核心难题。企业必须要改变原有的获客、销售模式，才能在未来的竞争中存活下来。

私域+数字化经营  教育行业增长新引擎

小裂变SCRM，助力教育行业私域经营与数字化增长

I 教育行业经营难题



引流成本高

营销、投放费用高昂

各渠道广告成本高昂，
公域获客成本动辄数百元、数千元

01



忠诚度差

决策成本高、决策慢

同类型产品多，
用户决策受多方影响、不确定性高

02



客户分层乱

精细化营销难

没有形成学员数字化档案，
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/ 教育行业私域运营方案

教育行业私域运营体系



小裂变SCRM

驱动教育机构进行企业数字化转型，搭建基于企业微信的客户管理体系。通过小裂变SCRM，智能化管理学员全生命周期，打通招生获客、学员促活、销售转化、学员管理闭环体系。

首先，在招生获客阶段，核心是多渠道并行，通过线上平台、线下推广等多种方式，为企业带来源源不断的新学员。获取精准意向学员后，进行需求挖掘、课程推荐、问题解答，推进成交。完成销售转化后，针对老学员进行科学管理，基于企业微信建立学员信息库、学员标签库，分层进行学员管理。此阶段，可定期进行老学员回访，推进复购、转介绍。

I 教育行业私域核心打法

1、教育市场私域打法分析

我国教育市场涵盖类目多，覆盖用户全面广泛，具体可分为以下类目。每一类目的教育类产品与服务，客单价与专业度要求差异较大，在私域运营中，需要营造差异点，重点突击推进。

幼儿教育

启蒙教育、早教机构、益智教育……

学历教育

自考本科、留学、考研、
MBA教育、留学预科……

职业教育

教资、公考、心理咨询师、
建工培训、IT培训……

兴趣培训

书法、游泳、钢琴、绘画、舞蹈……

语言培训

英语口语、考研英语、小语种培训……

教育市场类目细分

伴随着教育行业数字化转型，**线上、线下一体化的教学模式逐渐成为主流**。下面将分析，教育机构及企业，如何借助四力模型指导，做好差异化运营。

I 教育品牌私域差异化打法

2、四力模型，指导教育品牌私域差异化打法

据行业调研，在教育行业，企业微信的单粉价值至少是公众号粉丝的5-10倍。广大教育机构必须重视私域价值，提升私域运营各个节点的核心能力。

具体来看，分为运营力、产品力、商品力、组织力。

私域增长的四力模型X教育企业

运营力

不同触点的流量获取和运营转化能力，持续获取精准客户、转化精准客户。

产品力

优化私域客户购物/服务体验的能力，搭建私域商品库，完善SKU组合搭配。

商品力

小程序商城的商品竞争力与商品运营能力，如商品页面设计、商城装修等。

组织力

保障私域目标的高效达成能力，向上索要资源支持，向下驱动各组织执行。

教育市场的万亿规模，催生了各类品牌、服务，我们将其细分为以下几大主要类型，基于各类型企业，均列出了不同的私域打法。

I 教育品牌私域差异化打法

企业类型	私域打法	代表企业
幼儿教育	围绕幼儿学前启蒙的核心需求，开展私域运营，为家长用户提供专业启蒙教育指导、权威专家意见赋能。同时，通过私域内及时专业的服务、福利的设计，推进家长积极转介绍。	洪恩教育、贝乐虎、碰碰狐、趣威文化
学历教育	自考本科、留学、考研、MBA教育、留学预科等类目，课程费用较高，学员容易犹豫不决。通过私域运营，打造专业的课程顾问或亲切的学长学姐形象，赢取用户信任，推进成交、转介绍。	高顿教育、中公教育、启德教育
职业教育	围绕专项学习技能提升需求，在私域内开展客户培育、直播教学、定金转化等工作。打造专业、服务及时的专属顾问形象，为客户提供匹配的学习方案，推进考前、考中、考后的全流程服务。	黑马程序员、北大青鸟、华图教育
兴趣培训	围绕学员的兴趣培训需求，进行深度的需求挖掘、学习方案定制。专项类学习培训，适合打造专属顾问与知识专家形象；个人兴趣类培训，适合打造种草达人形象，激发客户的学习兴趣、提升客户黏性与忠诚度。	启航书法、中音阶梯、美术宝
语言培训	语言培训类目属于低频、高客单类产品。此类产品与服务，适合通过私域给客户id提供贴心的指导服务，通过专属老师1对1沟通、阶段性考试回顾等方式，加强学习效果与获得感，推进学员主动转介绍。	朗阁、欧风小语种、英孚教育

教育行业私域运营方案

1、全渠道沉淀学员，长久运营“留量”

(1) 打造差异化服务模式，提供专业、贴心服务

基于教育行业，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。

教育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。如高客单价类的出国留学服务，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，如线上绘画课程、食谱教学，因专业度要求相对不高，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，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
	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

教育行业私域运营方案

品牌实践案例

洪恩教育



高顿教育



费边教育



昭昭医考



洪恩教育属于幼儿启蒙类目，基于企业微信打造“小杨”小助手IP，日常为客户提供免费福利、趣味启蒙学习内容、拼团特惠、私域专享福利等。

高顿教育属于财经教育类目，打造“学姐”课程顾问形象，日常为学员提供备考学习资料、备考建议、课程推荐、学习经验分享等，提升学员信赖。

费边教育旗下的及象书画院，打造了专业的课程顾问形象，为学员提供入门指导、笔墨选购推荐、入门课程、高阶课程等，帮助学员更快进阶。

昭昭医考打造了专业的课程老师形象，为学员提供报名咨询、课程推荐、报名优惠、报名倒计时提醒、线下课程交付指导等全方位服务。

I 教育行业私域运营方案

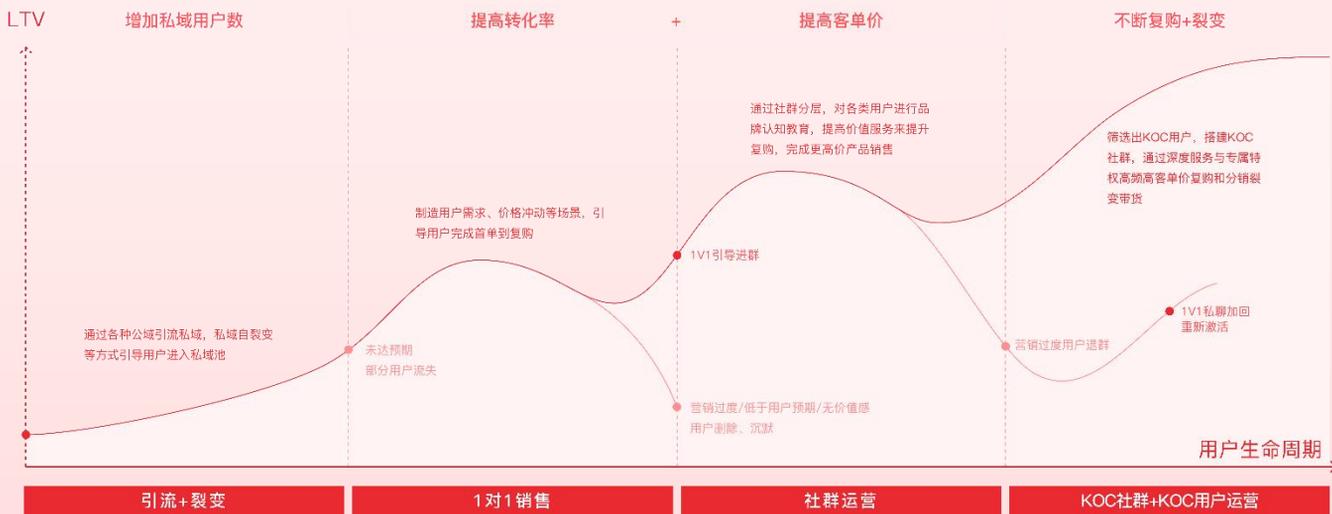
(2) 全渠道广告投放，沉淀客户至企业微信

在传统的广告投放场景下，教育行业的广告投放，或以获取手机线索为主，或直接在广告投放环节，做客户成交转化。在此环节中，客户无法获得咨询、产品推荐服务，许多决策周期偏长的客户，没有被品牌留存下来，直接流失。

与此同时，部分销售人员会使用个人微信添加客户，一旦员工离职，客户资产随之丢失，风险指数非常高。

教育企业转型私域运营，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、全域引流时，可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。后续，可根据客户所处的不同生命周期，开展差异化的用户运营策略、提供差异化的产品服务推荐。

客户全生命周期的运营重点



I 教育行业私域运营方案

当客户基本被1对1运营、社群运营触达、转化一遍后，可以从中筛选出一批更加核心的KOC用户，带来源源不断的复购与裂变。

引流诱饵设计技巧

- 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。
- 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。
- 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。

引流话术示例1：



导购

家长您好，我是XX教育的老师，我们推出了《0-3岁幼儿启蒙课》，可以赠送给您家宝宝听课、学习。我稍后加一下您的微信，给您开通课程，手机上就能直接听课……

引流话术示例2：



导购

您好，XX教育有双11福利活动，首次添加企业微信，可以参与双11抽奖一次，您可以扫这个二维码添加，直接抽奖哦，中奖后我立即帮您兑换。

教育行业私域运营方案

(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。

小程序引流

页面弹窗、banner跳转、下单后页面、个人主页

公众号引流

公众号菜单栏、关注后自动回复、公众号文章

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



I 教育行业私域运营方案

(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

品牌案例：洪恩教育面向私域客户，推出了免费领取识字卡的活动，基于私域老客户，推出福利活动。邀请3名好友助力（添加企业微信），可领洪恩识字周卡；邀请20名好友扫码助力（添加企业微信），即可领取洪恩200字识字卡。

I 教育行业私域运营方案

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

教育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？	直播教学 学习资源 心得交流 专属福利	免费答疑 互动指导 签到福利

社群分类策略

社群类型	社群特征	适用行业
服务型社群 课程学习群、干货交流群、 科目交流群、售后服务群	销售性质强，核心目标指向 客户转化率、产品复购率	教育机构、金融保险、医疗康 养、教育、企业服务、装修、 奢侈品
兴趣交流群 家长交流群、育儿交流群、 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，提升黏性	教育、美妆、教育、医美、 心理教育
活动福利群 课程秒杀群、抢购群、 会员群、会员福利群	销售性质强，核心目标指向 客户转化率、产品复购率	教育机构、百货商超、母婴、 零食饮料、生鲜、生活日化、 服饰

I 教育行业私域运营方案

(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。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。

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 教育行业私域运营方案

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">• 分享专业学习知识• 分享课程学习方法和技巧• 备考建议、倒计时	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">• 推送买赠福利活动• 推送双11满减优惠活动• 推出新品体验官活动	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、分享有礼• 抢红包活动• 群内抽免单活动	根据实际情况制定

I 教育行业私域运营方案

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">• 发送课程学习技巧• 热门课程产品答疑咨询	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">• 发布客户关怀内容• 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。

I 教育行业私域运营方案

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。

路径一

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

路径二

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

路径三

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

教育行业私域运营方案

品牌实践案例

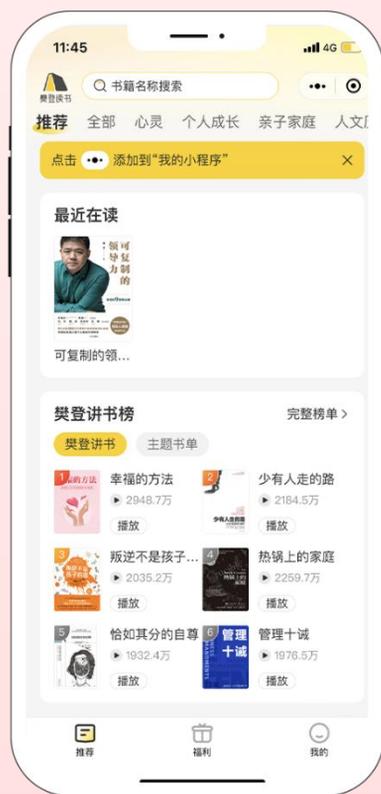
樊登读书成立于2013年，总部坐落于上海，是知识付费行业的头部品牌。樊登读书基于企业微信开展客户运营与成交转化，并建立了多个视频号矩阵，用于日常直播、客户获取、课程售卖。配套樊登读书小程序，为用户提供免费阅读服务。视频号、企业微信、小程序实现了高效打通与串联，私域营销效果良好。



视频号矩阵



视频号主页



跳转小程序

I 教育行业私域运营方案

(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

路径一

企业微信好友欢迎语推送小程序卡片

路径二

用企业微信日常服务用户，推送小程序商品，实现成交

路径三

小程序页面内，可长按添加导流企业微信

路径四

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

教育行业私域运营方案



企业微信推送
小程序卡片



小程序
砍价活动

视频号直播+小程序+企业微信，打造私域运营的人、货、场体系，高效转化私域客户。企业微信链接客户，通过企业微信做好客户服务与转化。小程序商城作为私域的货架，为客户购买提供了便捷入口，同时也是客户转化的“场”，视频号直播打造生动丰富的客户转化场景，提升私域转化率。



I 教育行业私域运营方案

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

I 教育行业私域运营方案

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	学习趣事 美食美景 生活感悟
有用的知识 保持客户价值感	生活百科 专业知识 线上咨询
实在的福利 为客户创造价值	课程优惠 好物推荐 节日福利 互动福利

I 教育行业私域运营方案

(2) 品牌实践案例

教育品牌—冯唐讲书

冯唐讲书，由作家、诗人冯唐主讲，于2021年4月正式成立。冯唐讲书基于微信小程序，为用户提供服务。每年为用户提供53本国内外经典好书精讲、冯唐直播、社群学习等服务。根据用户收听场景不同，冯唐讲书核心内容分为金句版、标准版、畅听加长版，带来每天不同场景、不同时段收听时长，满足碎片化学习和完整收听的双重需要。

冯唐讲书基于企业微信，打造了讲书君-糖糖 IP形象，日常为读者提供问题咨询、产品推荐、优惠活动。在朋友圈，基本保持每日发布3条的频次，按照早、中、晚匹配不同内容，早晨发布早安心语，引导读者在早晨收听金句日历（简短内容），中午12点左右会转发视频号的视频内容，抓住用户午休的时间点，晚上则会发布文章，偏向深度阅读型内容。

通过早中晚全时段的覆盖，为读者匹配不同深度的内容，最大化覆盖读者需求。



福利优惠



上新推荐



育儿百科

3 / 小裂SCRM教育行业应用

小裂变SCRM教育行业应用

小裂变SCRM X 教育行业

小裂变SCRM，智能化管理学员全生命周期，打通招生获客、学员促活销售转化、学员管理闭环体系。打造IP形象，智能跟进、促活学员；帮助教育行业极大提升私域获客、成交效率，多渠道导流+裂变，N倍提升招生效果。建立学员信息库，学员资产不流失。



小裂变SCRM核心功能应用



I 小裂变SCRM教育行业应用

打造教育行业私域运营闭环

阶段一：全域获客

提升教育品牌私域获客效率，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，助力教育机构，全渠道高效引流，打造专属企业的私域客户池。

阶段二：分层运营

基于客户来源、客户需求、客户偏好等多个维度，进行客户分层，利用小裂变的客户标签、客户画像功能，实现客户的精准分层与维护。接下来，基于1对1运营、社群运营，搭建全生命周期运营体系。

阶段三：精准成交

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。利用微信生态的社交分享与转介绍机制，结合小裂变SCRM的分销、拼团等功能，提升销售额。

阶段四：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。

阶段五：复购增购

关怀老客，带来增量用户；提供低成本反复触达用户的方式，提高转化；使品牌拥有洞察用户消费行为模式的能力，匹配价格策略；延长消费体验链路，拉升复购率。通过KOC用户运营，反哺公域内容传播。

助力教育企业全渠道引流获客

1、渠道活码，多渠道引流，自动化接待

教育品牌引流渠道众多，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。



助力教育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。

AD 广告投放

自动标记"广告渠道"，重点服务运营，促进首单消费

+ 异业合作

自动标记合作渠道信息，发送专属欢迎语内容

I 提升教育品牌获客效率

2、自动拉群、自动发红包，解放员工双手

学员添加后的1分钟，是拉近关系、增强记忆的黄金时间点。机构可设置福利群、红包为引流诱饵，使用小裂变SCRM的自动拉群、自动发红包功能，让学员在添加后的第一时间，留下“好印象”。学员添加后，工作人员将会自动发送进群邀请，还能自动给学员发送红包或其他内容，拉近关系，全流程自动化，减轻运营负担。

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：

专属课程权益、学习社群、免费试听课、文具礼包

领取方式：

添加企业微信，自动下发权益

提升教育品牌获客效率



品牌介绍

上海高顿教育科技有限公司，是一家以科技为驱动，以财经教育为核心，以大学教育、学历教育、职业教育为重点发展方向，集教育培训、教育服务、教育与科技产品研发于一体的综合性国际职业教育集团。多年来，始终致力于构建全品类、全领域的多元化教育生态系统，为个人解决职业规划及终身教育问题，帮助企业系统提升财务运作水平。

活动概述

高顿教育基于证券类考试，推出了免费领取核心考点手册与真题模拟试卷的活动，结合电子资料与实体书籍，激发备考学员参与热情，主动进行分享，在活动中实现了客户新增、成本控制、品牌传播。

活动规则

本次活动，采取了低阶梯的三级阶梯玩法。

邀请1人助力（添加企业微信），领取【23年证券vip资料包】电子版

邀请3人助力（添加企业微信），领取【证券核心考点手册】实体书

邀请5人助力（添加企业微信），领取【证券真题模拟卷】实体书

提升教育品牌获客效率

品牌介绍

张德芬空间，个人成长教育平台，成立于2015年，由知名作家张德芬女士创办，全网用户突破1000万。公司主要业务板块涵盖：多频道网络内容产品形态运营；承载线上线下个人成长课程研发与教学的“时空心灵学院”；“养身、养心、养颜”的生活方式场景电商；文娱跨界衍生品心灵话剧以及主题书出版发行；遍布全国的中国新女性体验式学习社群“张德芬幸福研习社”等。



活动概述

张德芬空间的核心客户群体为女性用户，张德芬空间使用企业微信开展日常的客户服务与转化，基于企业微信推出送书、送课活动，今年底，张德芬空间推出的赠送《勇敢的新》纸质书活动，用户参与积极性极高，通过小裂变SCRM的好友获客功能，有效获取了精准客户。

活动规则

简单一级阶梯玩法，在活动中，用户生成个人专属海报，邀请15人助力（添加企业微信），即可领取实体书籍。

提升教育品牌获客效率

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？在CRM系统中、表单中，有大量存量手机号资源、学员信息，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，可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

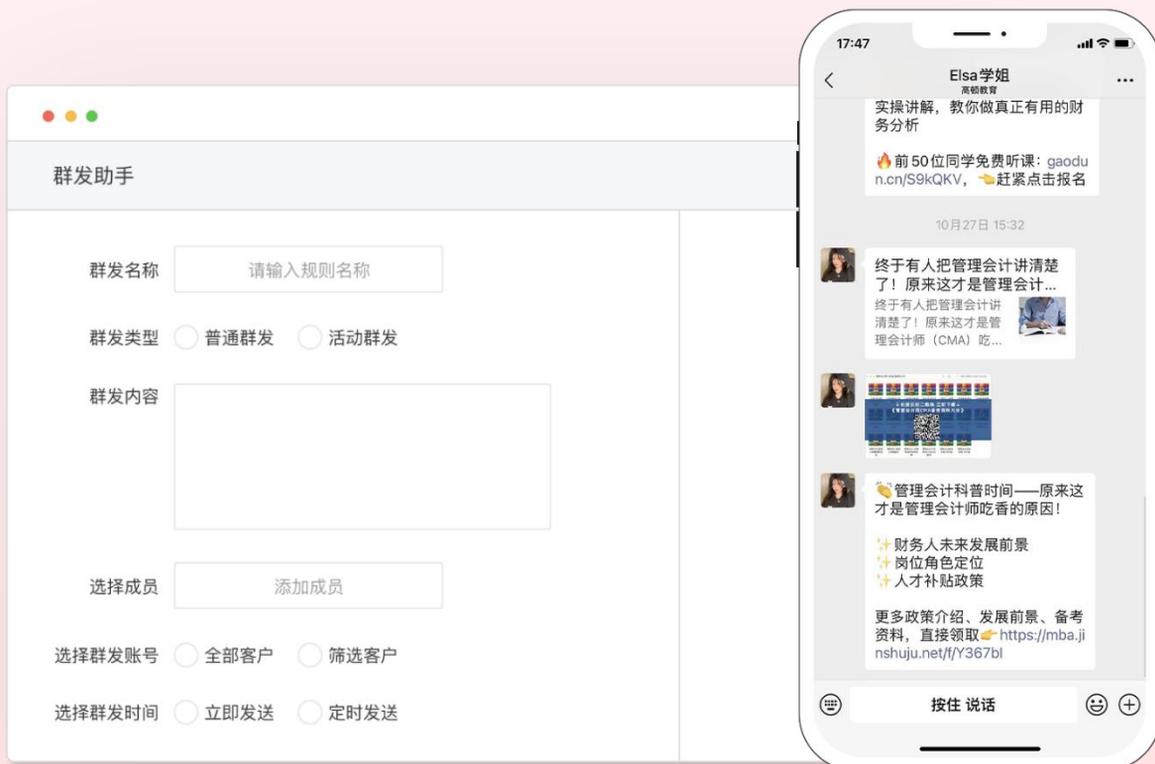
搜索框内粘贴学
员手机号一键搜
索并添加好友

| 统一制定营销方案，运营客户

1、客户群发与客户群群发

企业开展**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，能针对不同机构、不同标签、不同偏好的学员，发送差异化的内容，促进线上下单与到店消费。**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。



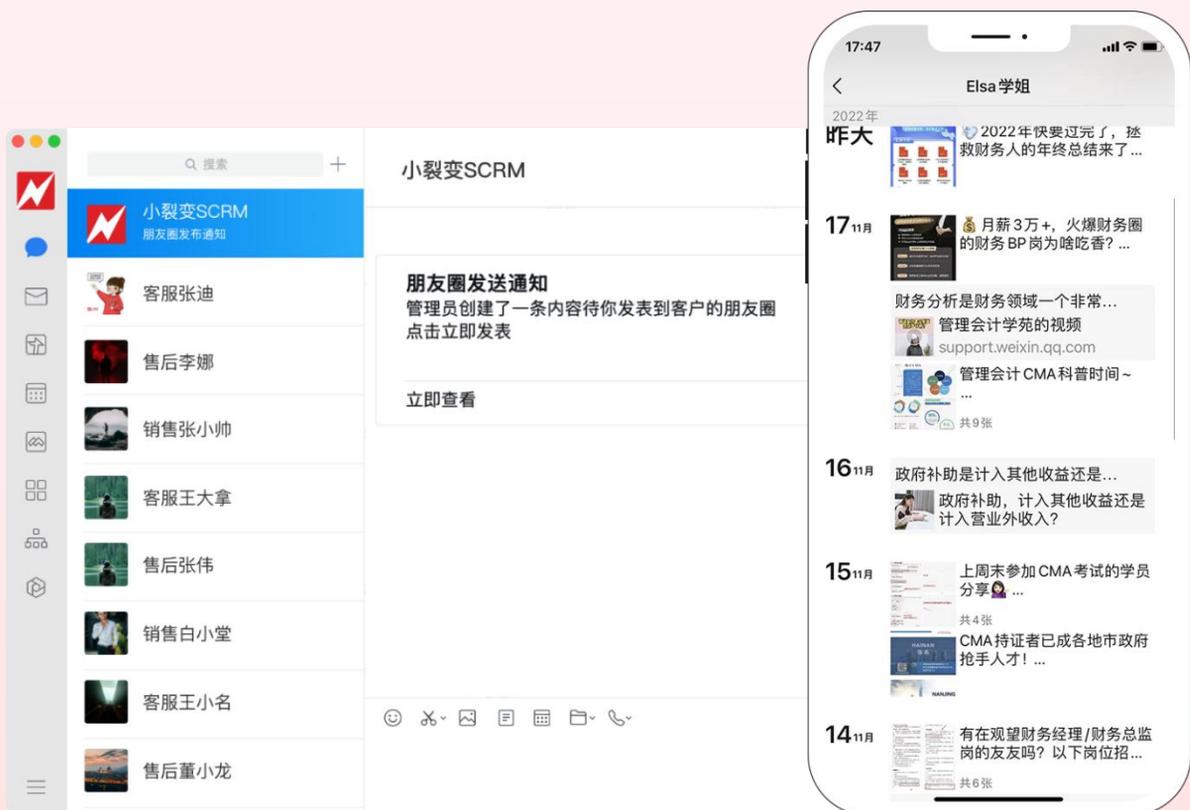
企业在小裂变SCRM后台配置好群发内容
一键通知员工发送，员工在手机端/电脑端可点击一键发送

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，对客的课程顾问/销售一键发布，高效开展朋友圈营销，保障素材质量标准。



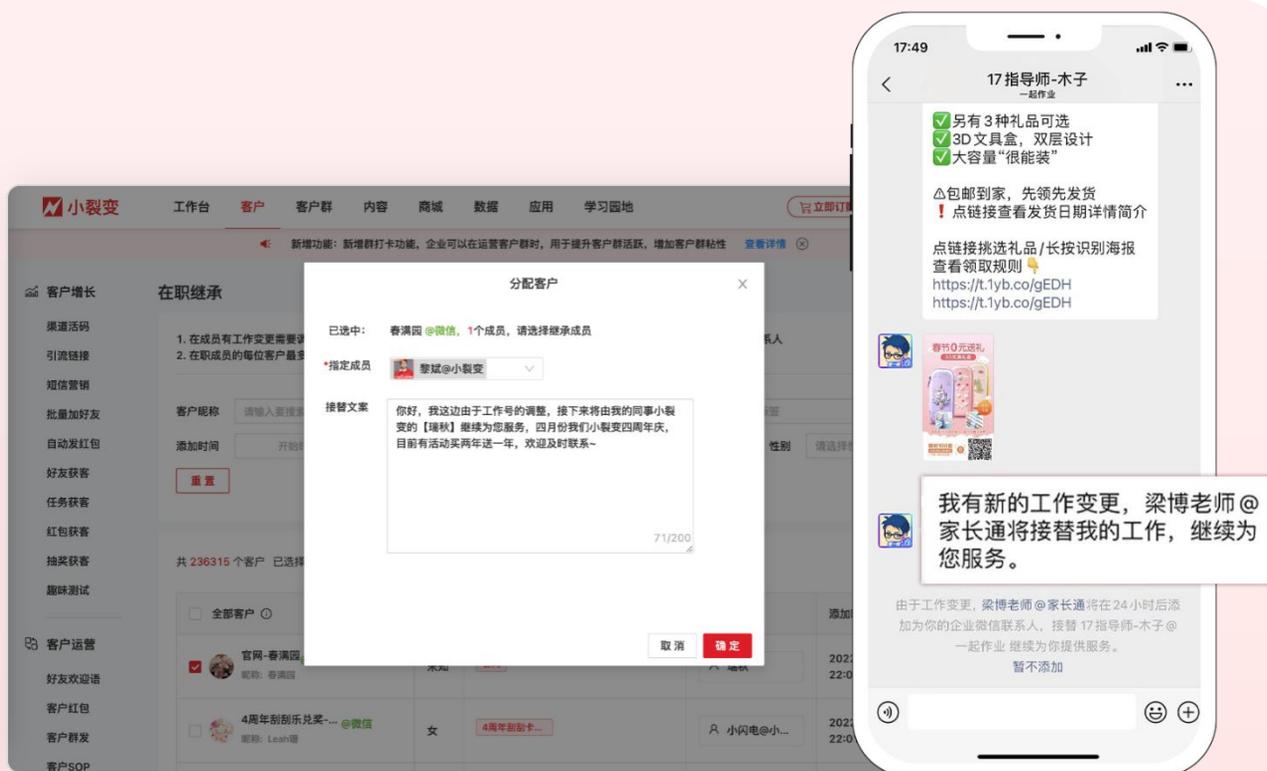
小裂变SCRM的朋友圈运营中台可统一配置朋友圈素材
员工可一键发布朋友圈，提升运营效率

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

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，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。



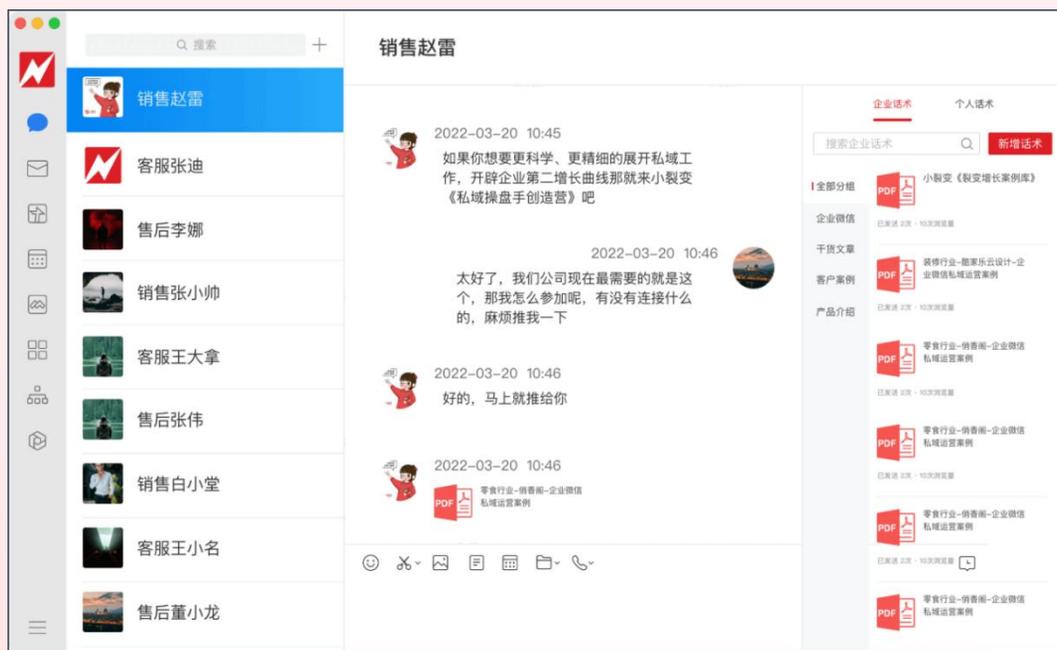
在小裂变SCRM系统后台，可以将客户一键继承并自定义同事的接替文案，做到客户服务平滑切换不中断

助力客户资产稳定不流失

2、聊天存储与超时提醒，提升客户服务效率

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-优学派



品牌介绍

优学派是深圳市优学天下教育发展股份有限公司旗下品牌，由知名电教品牌诺亚舟发展而来。

是教育电子行业先行者，主要面向K12教育领域的学生、家长和教师，为其提供专用教育平板等智能互动教育设备。

运营策略

1、直播公益课进行线上引流、线下售卖

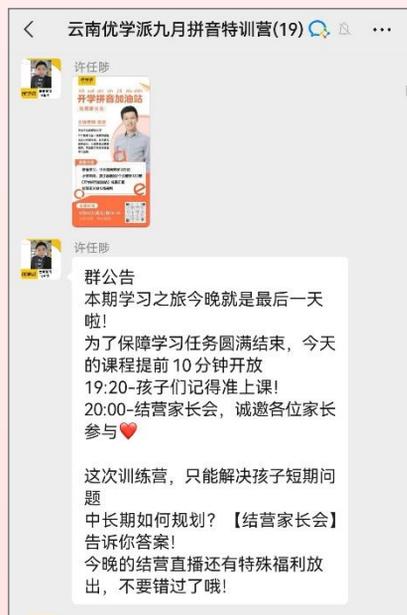
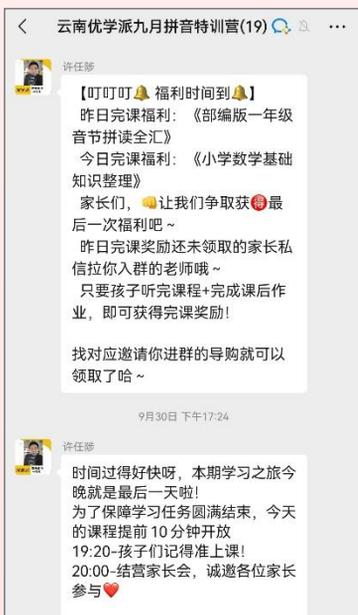
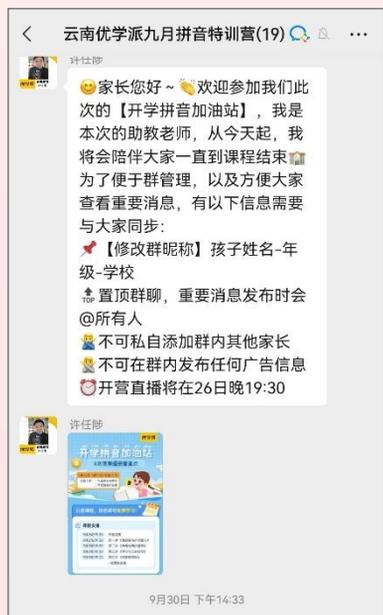
优学派主要通过为家长们提供免费公益课、直播系列课程，占领客户心智，打造名师效应、进行权威背书、宣传介绍产品等方式增强家长信任，驱动家长到线下专柜购买平板、词典笔等产品，购买后产品会携带助教活码，添加助教后，再进行1V1、1V多多触点运营与管理。

案例分享-优学派

2、“教育产品，内容为王”

——打造学生课后学练测教育平台+专业服务团队

由于产品高客单、低复购的属性，优学派的私域运营模式在准入门槛上就有一定的限制。家长在线下专柜购入平板产品之后，导购会教授产品使用方式，并且引导家长添加助教企业微信。添加助教后，助教会进行一对一服务，为家长解答平板使用、课程学习等问题，并引导家长进入VIP服务群。同时，根据直播系列课程安排，会引导有意向的家长进入专项学习提升群，如九月拼音特训营等。



在社群里，助教会发布直播课程时间安排、完课奖励、组织家长会等内容，为家长、学生提供深度教学服务，提高客户使用产品频次，增强客户粘性与信任，促使客户自发传播、转介绍更多家长资源购买产品，进入优学派私域。

优学派还基于企业微信，推出了超低换购活动，用户参与活动邀请好友助力，即可低价换购作文书、点读机、学习资料等礼品。

案例分享-洪恩教育



品牌介绍

洪恩是中国领先的科技益智产品企业。公司致力于让家长育儿更轻松，孩子成长更快乐。受益于20余年的亲子行业经验、卓越的原创内容、先进的科技创新以及前沿研发实力的深厚积累，洪恩为家长提供高效的亲子陪伴资源并通过独特、有趣的互动式产品体验，激发孩子们天然的好奇心与探索欲。

运营策略

洪恩教育基于APP、公众号、h5商城、企业微信号、粉丝福利群，打造了全方位的私域运营体系，打造“小杨”、“洪恩小胖”等客服号IP，为客户提供基于旗下产品的全方位服务。同时，借助小裂变SCRM的丰富功能，高效获客、高效运营客户。

案例分享-洪恩教育

1、多类型获客活动，客户增长迅猛

洪恩自接入小裂变SCRM以来，积极开展各种类型的私域获客活动，促使私域老客户，积极分享，带来新客户添加。通过赠送学龄前儿童阅读识字卡片、故事书、儿童居家好物类产品，快速获取了大量精准家长客户。

2、视频号运营与视频号直播

在企业微信私域内，洪恩将视频号运营、视频号直播，融入日常运营过程中。如：在朋友圈分享视频号的干货知识、视频号的直播内容。在视频号的直播间，进行直播带货，售卖旗下的多种类型的课程、产品、服务。



与此同时，借助小裂变SCRM的渠道活码功能，开展各个渠道的引流，如通过APP的福利专区，引导客户添加企业微信、进入福利抢购群。

案例分享-洪恩教育



APP引流企业微信



客服号日常通过朋友圈推送多种类型的优惠，通过1对1赠送福利，引导新客户体验洪恩旗下的产品，通过优质的产品和服务，留住客户，促进续费。

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系统详细的功能讲解、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">• 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>	<p>最受欢迎</p> <h3>旗舰版</h3> <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>

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。



关于我們

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 福兴福村镇银行



鼎鼎保代
DINGDINGBAODAI



泰康
Taikang



慧择
WISDOM CHOICE



北京人寿
BEIJING LIFE

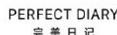


保通保险代理

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
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 PHARMACY



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
YOSHINOYA



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，名师出高徒



有道
youdao



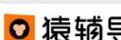
文都教育



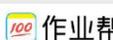
粉笔



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大运营留存功能

12种成交转化功能

12大数字化管理功能

● 小裂变私域商城

高效率成交转化

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

活动复盘



小裂变



企业微信服务商



小裂变

相信增长的力量

Small is powerful Small is beautiful