

车企行业 企业微信培训分享

| 企微&公众号&经销商私域运营

2023.07

CONTENTS

1

企业微信定位与
重要性

2

企业微信在汽车行业的
运营场景

3

企业微信的管理协同

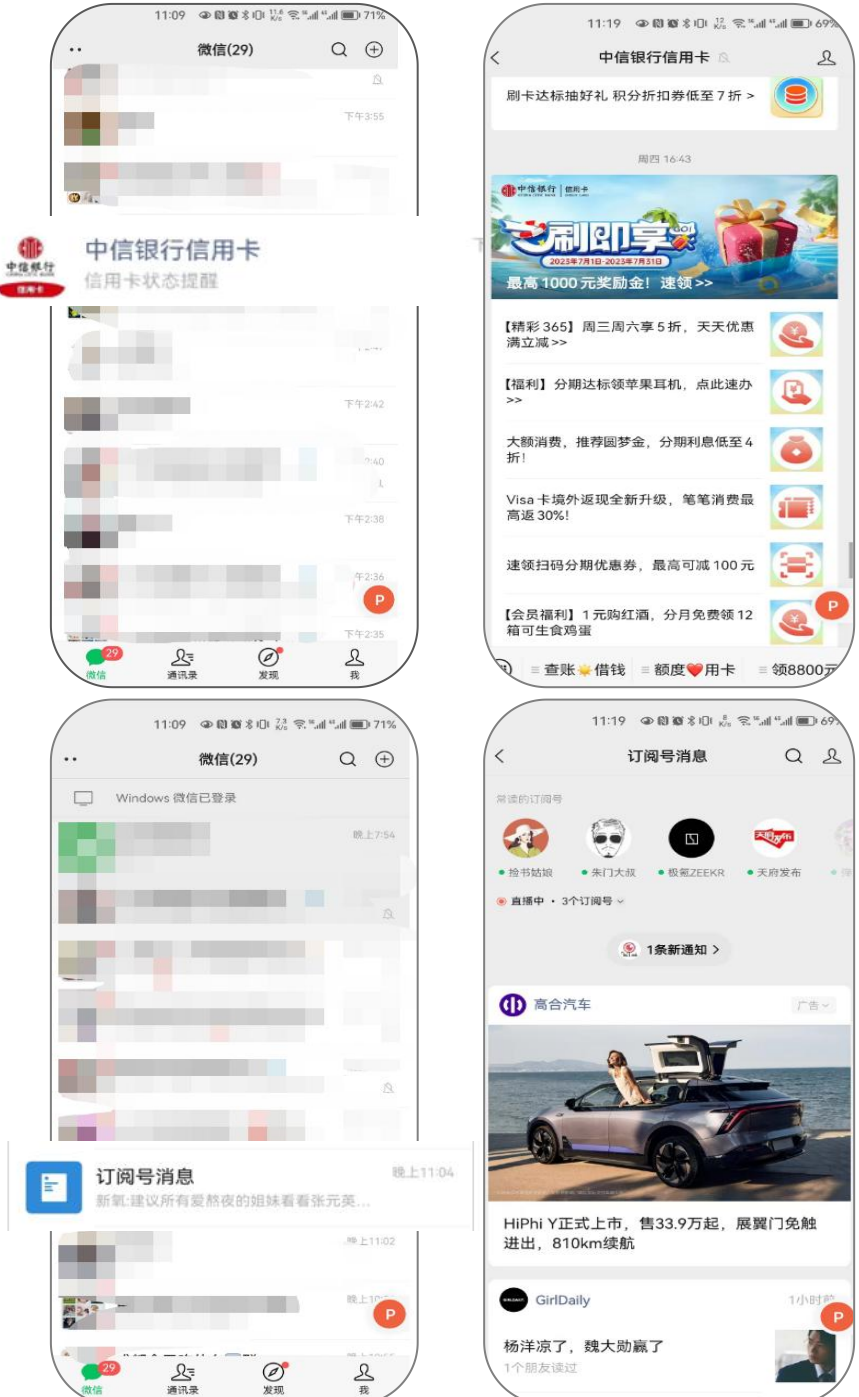


企业微信的定位与重要性

企业号、服务号、订阅号



- 温馨提示:
- 如果想简单的发送消息，达到宣传效果，建议可选择订阅号;
 - 如果想用公众号获得更多的功能，例如开通微信支付，建议可以选择服务号
 - 如果想用来管理内部企业员工、团队，触达外部联系人，可申请企业微信
 - 订阅号不支持变更为服务号，同样，服务号也不可变更成订阅号



企业微信是什么？它的最大优势是什么？



“

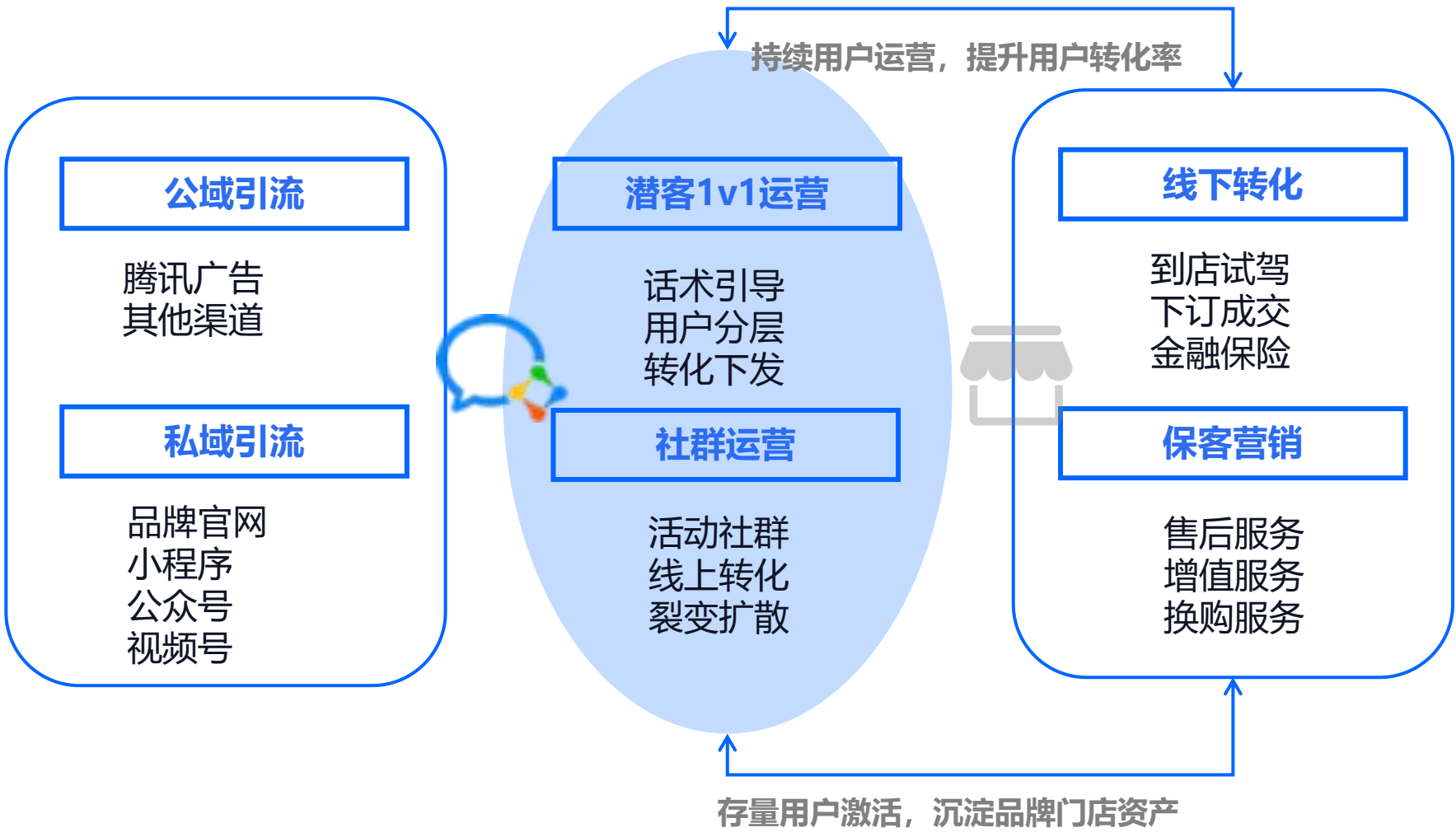
关于企业微信，企业微信如果定位为公司内部的一个沟通工具的话，我认为它的场景和意义会小很多，**只有当它延伸到企业外部的时候，它才会产生更大的价值。**企业微信后续新的变化是基于一个新的理念——希望让每一个企业员工都成为企业服务的窗口。人就是服务，而且是认证的服务。”

——张小龙

企业微信和微信是两个APP，却可以
相互发消息、相互加好友、功能也可以跨平台使用



企业微信:打通全链路生态, 以“用户体验”为中心



- 公私域流量池打通, 用户资产整合, 两大场景相互赋能, 提升转化效率。
- 精细化用户运营, 提升有效用户触达, 加速后链路转化效能。
- 客户生命周期延长, 为提供持续增值服务带来机会点。



企微基于微信，连接主机厂、经销商与客户，实现多方共赢价值



2

企业微信在汽车行业的运营场景



企微用户线上引流：存量潜客用户沉淀——存量用户迁移工具+策略（示例）



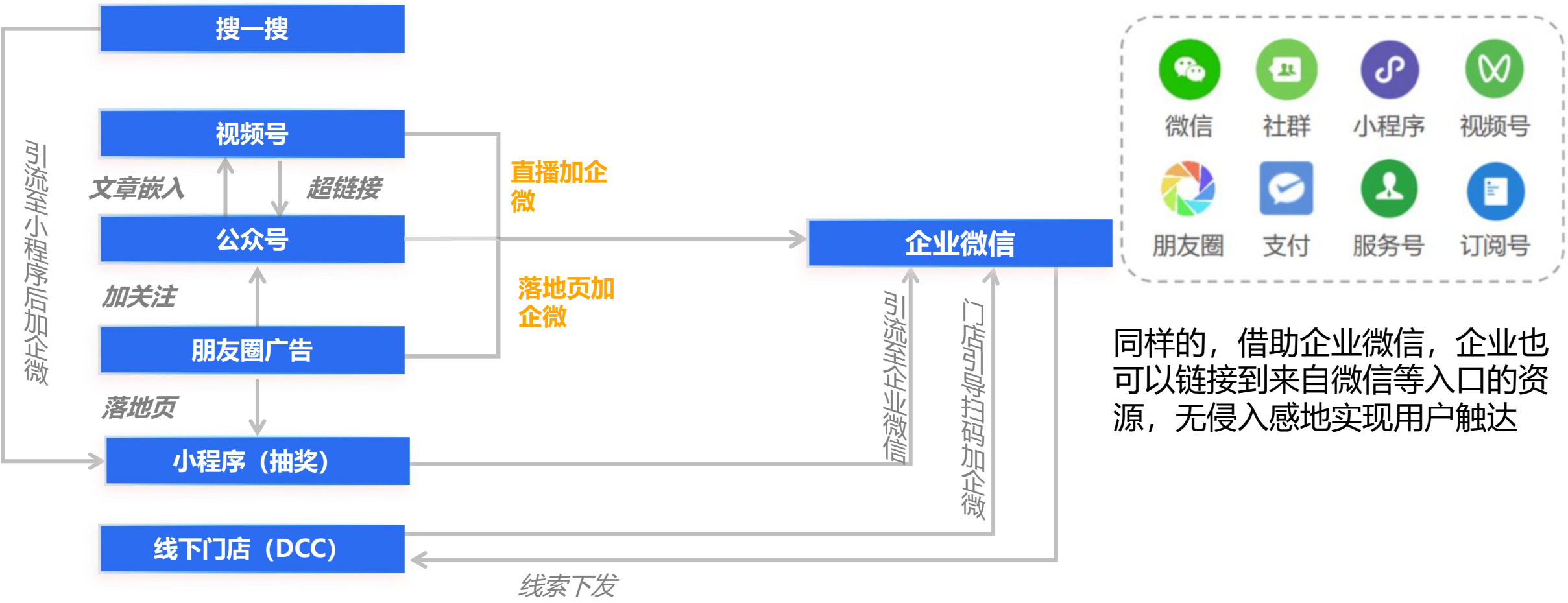
升级服务



短链加企微

企微用户线上引流：腾讯生态媒体矩阵搭建

收口微信生态内的公域流量，协同前端引流与后端运营，最终**沉淀品牌私域**（企微+App），**链接线下门店，赋能经销商转化**



同样的，借助企业微信，企业也可以链接到来自微信等入口的资源，无侵入感地实现用户触达



企微用户线上引流：朋友圈+企业微信，紧贴用户习惯，碎片时间获取大流量

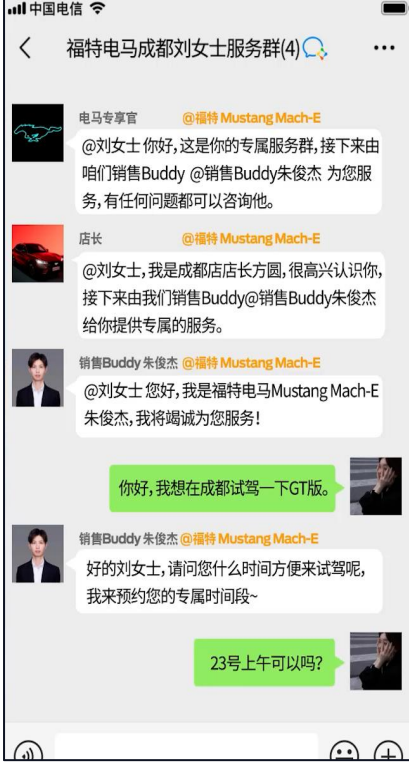
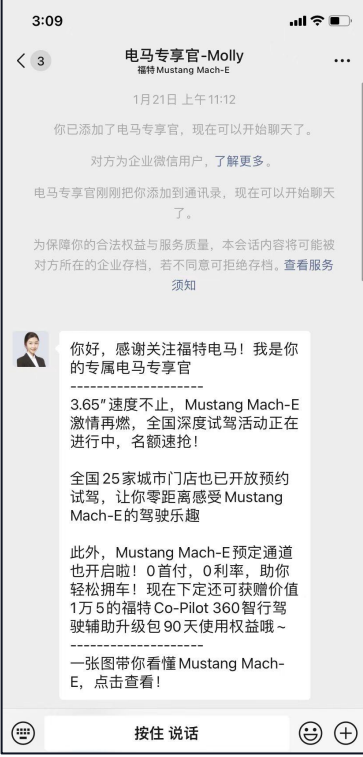
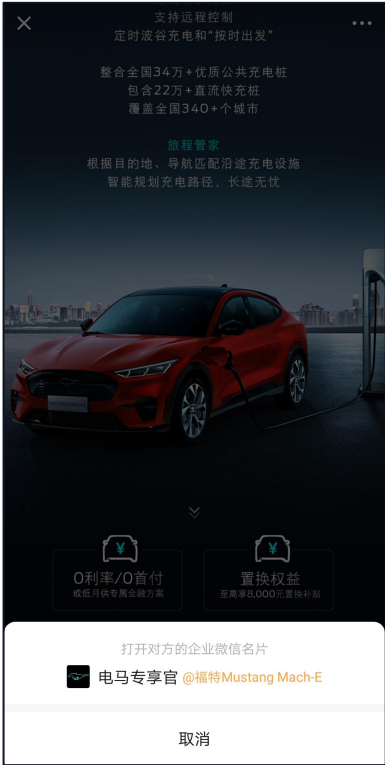
腾讯广告投放

原生页加企微

添加成功-即时沟通

门店企微客服跟进

门店销售顾问跟进



微信朋友圈广告传统企微链路



点击朋友圈外层广告



落地页一键添加企业微信



添加成功后，即时沟通



会话页



微信朋友圈广告直链企微链路



朋友圈广告外层



未添加



添加成功



会话页

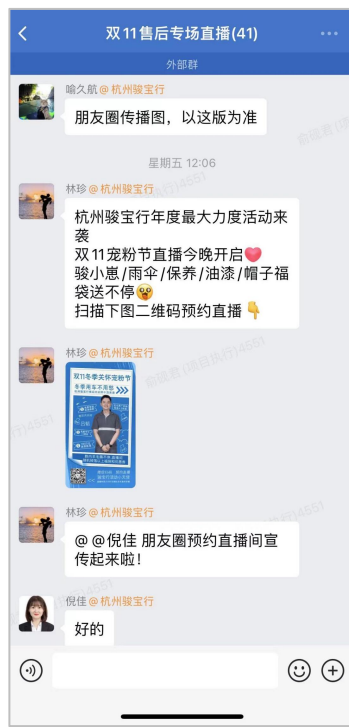
视频号+企业微信：一键打通双产品，直接连通微信私域运营，高效获客



- **视频号处在流量红利：**日活达到**6亿**，汽车行业流量增长迅速，是经销商引流的新蓝海；
- **视频号打通微信全生态产品：**与微信现有其他产品功能都打通，能够进行更加全面整合的运营。



直联沟通



- **与微信完全打通：**用户直接使用自己微信添加销售顾问企业微信，无感联通；
- **更强私域运营能力：**更加工具化的运营能力，提升用户私域运营效率，与视频号打通，可以转发分享视频号内容&直播。



视频号+企业微信：前端多场景集客入口，拓展视频号获客渠道

直播推送企微组件



直播间推送直接添加企微

首页添加企业微信



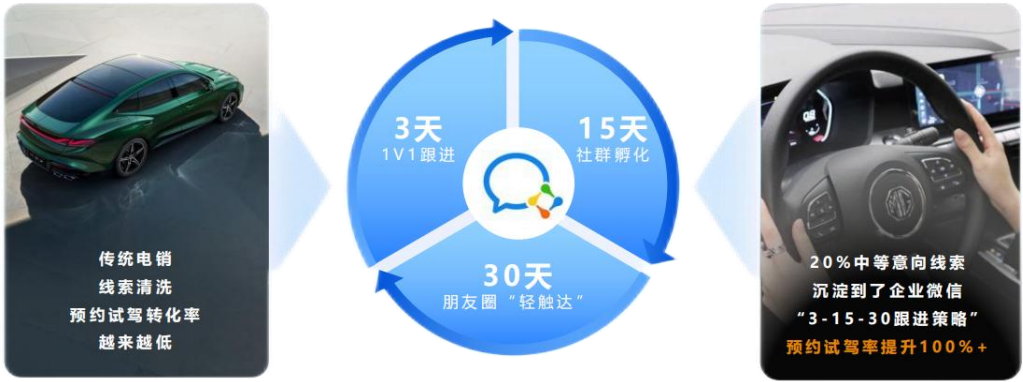
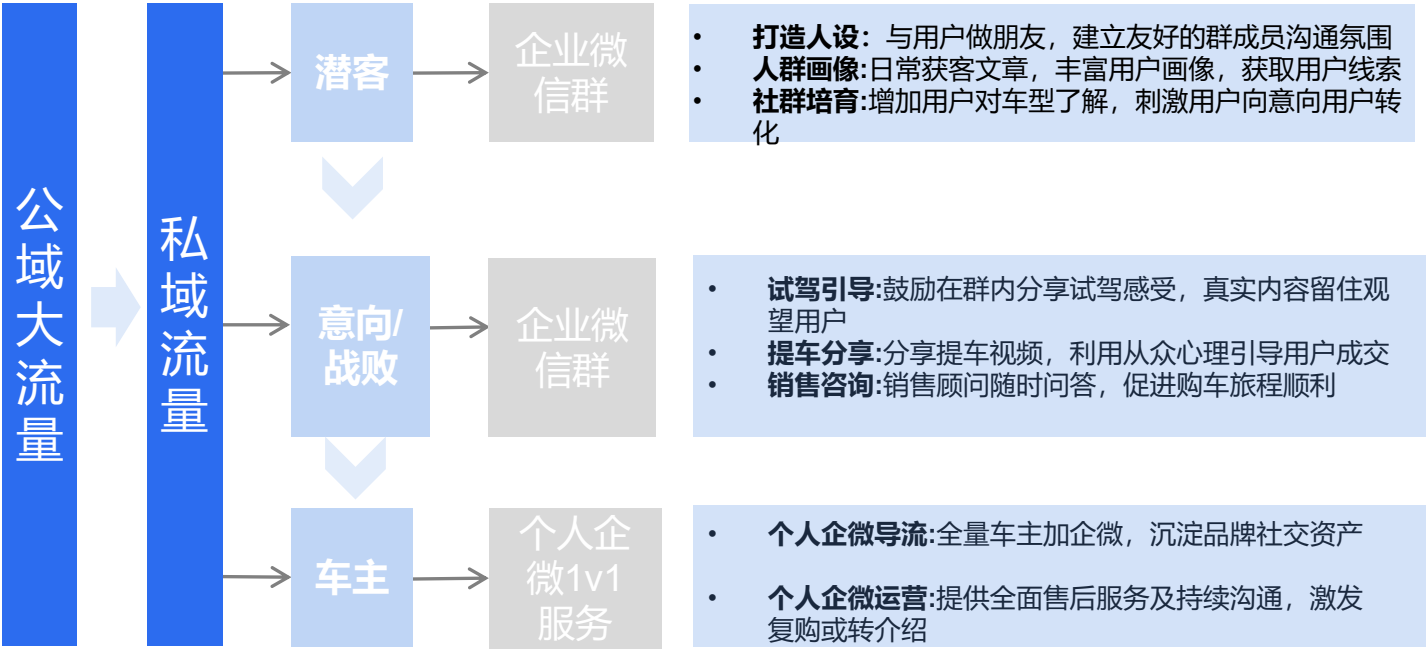
视频号主页微信客服获客转企微

运营举措：用户分层化运营，节点式触达

针对不同阶段的用户设计不同的运营举措。例如，针对潜客，通过**与用户做朋友的方式沟通，答疑解惑，了解用户偏好**，继而获得用户更多信息后丰富用户画像，提升用户线索获取效率；对于低意向和战败用户，**进行长效运营方式，节点化传递品牌价值**，用真实的反馈留住观望用户；对于已购车主，通过企业微信**打造“车友服务官”进行1v1的个人深度运营**，深化老客体验与粘性。

细分人群 运营渠道 运营举措

运营趋势



运营举措：在潜客阶段提升企微内的转化效率，降低转化成本

营销转化

客户关系建立 • 专业形象添加好友
• 资料页展示服务项

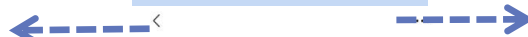
内容精准触达 • 分层运营sop
• 图+文+视频+朋友圈触达

服务前置社群 • N+1模式社群服务
• 未跟进预警

- **留资方式增加**:企业微信作为除电话号码外第二个留资方式
- **投放人群迭代**:通过存量用户分析不断迭代投放人群，进行营销策略优化
- **用户分层运营**:根据营销素材反馈情况，通过社群活动、日常推送、定期维护等方式进行定制化营销动作，孵化用户需求

个性化名片

专业真人形象



专属服务名称: xx专属顾问/体验官/优选官



打造个性化品牌朋友圈

展示个人/品牌视频号，产品介绍更直观



企微认证与品牌背书，赢得客户信任感

兴趣吸引
节日类型
品牌业绩
活动优惠
销量战报
汽车干货

前置服务群



内容sop



汽车干货

车主权益

活动优惠



运营举措：搭建社群运营体系，结合企微运营工具，提升线索召回率与订单转化率

群活码

社群欢迎语

群模板

群机器人

群发工具



通过二维码入群聊

生成「入群聊」二维码

- 该二维码永不过期
- 最多绑定5个客户群
- 群满200人自动建新群

群聊名称(89)

12:00

#客户昵称# 欢迎入群。中奖用户请保留直播间中奖截图，活动结束后会统一联系兑奖，感谢您的支持~

模板内容

- ☐ 设置群名称
- ☐ 禁止改群名称
- ☐ 开启客服助理
- ☐ 设置群管理员
- ☐ 配置入群欢迎语
- ☐ 开启自动回复
- ☐ 设置防骚扰规则



群发消息给客户

企业统一选择要发送的客户，由添加客户的成员确认后发送给客户，消息内容仅管理员和负责人可创建。

新建消息 群发记录

群发消息到企业的客户群

管理员或负责人统一创建内容，群主收到通知后，可选择他管理的客户群并群发。

新建消息 群发记录

企业发表到客户的朋友圈

管理员或负责人编辑内容，选择可见的客户，成员确认后，可将内容发表到客户的朋友圈，还可与客户进行评论互动。

新建内容 企业发表记录

群打卡

群SOP

群标签

群日历

群会话存档

群直播



运营举措：搭建社群运营体系，结合企微运营工具，提升线索召回率与订单转化率

主机厂
用户运营中心

- 市场人员:制定车型传播策略
- 区域人员:用户流转4S店跟进支持
- 公关人员:社群舆情监控及处理
- 活动人员:城市活动落地与执行数字营销

团队:媒体引流数据及效能分析

经销商
门店DCC

企微应答

门店接待

- 添加客户企业微信，为高意向潜客提供专属应答服务
- 为社群到店用户提供试驾、答疑、购车交付服务

运营部
社群运营团队

运营策划

社群运营

- 策划社群活动，制定群内活跃及转化目标
- 负责社群日常运营工作，确保群内沟通与活动高效展开

社群角色

主导/公关

- 主导活动/车型发布
- 社群舆情监督

社群koc

群内气氛活跃

销售顾问

用户购车咨询

福利官
(群主)

打造社群ip人设，
把控社群节奏

小助手

活动实施
抽奖管理

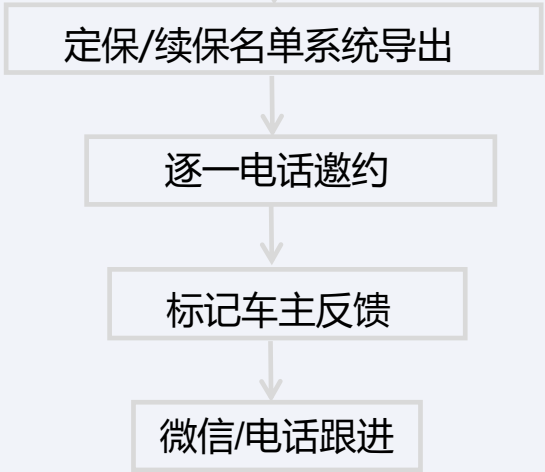


保客运营：定保/续保邀约自动触发提醒能力，提升车主回厂率



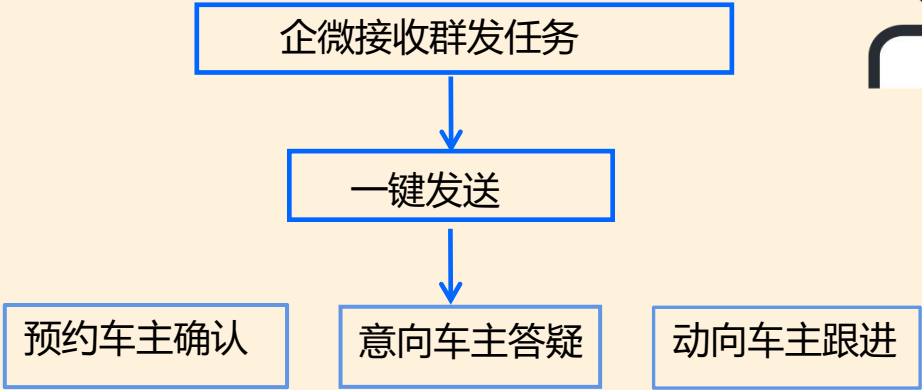
- 执行效率低
- 电话接听率低
- 成本高
- 运营手段单一
- 数据割裂
-

传统门店客服专员 workflow:



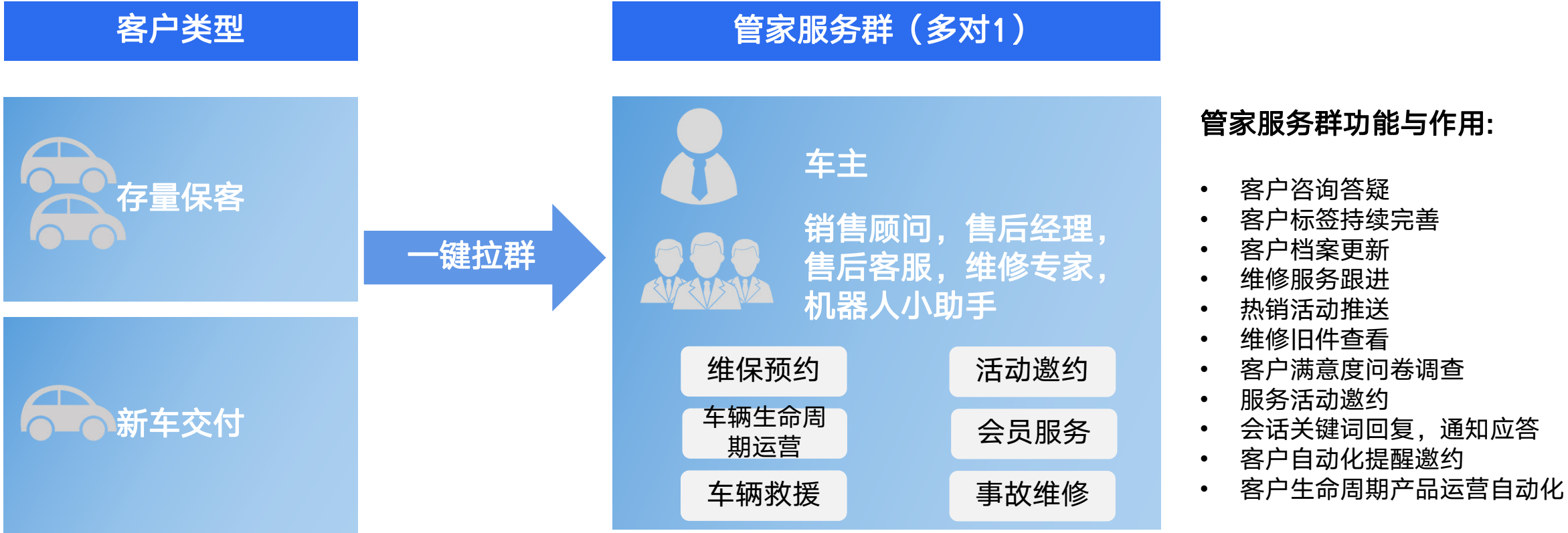
- 自动触发任务
- 自助预约
- 数据反馈
- 员工一键发送
- 定向跟进
-

企微化门店客服专员 workflow:



保客运营：一客一群，车主尊贵感强，体验好

- 会话存档+售后经理：全天候客情管理，信息无断层，服务效率高；
- 通过良好的服务体验，带动维保产品服务转化，带动车主参与转介绍活动，进行车主KOC挖掘。

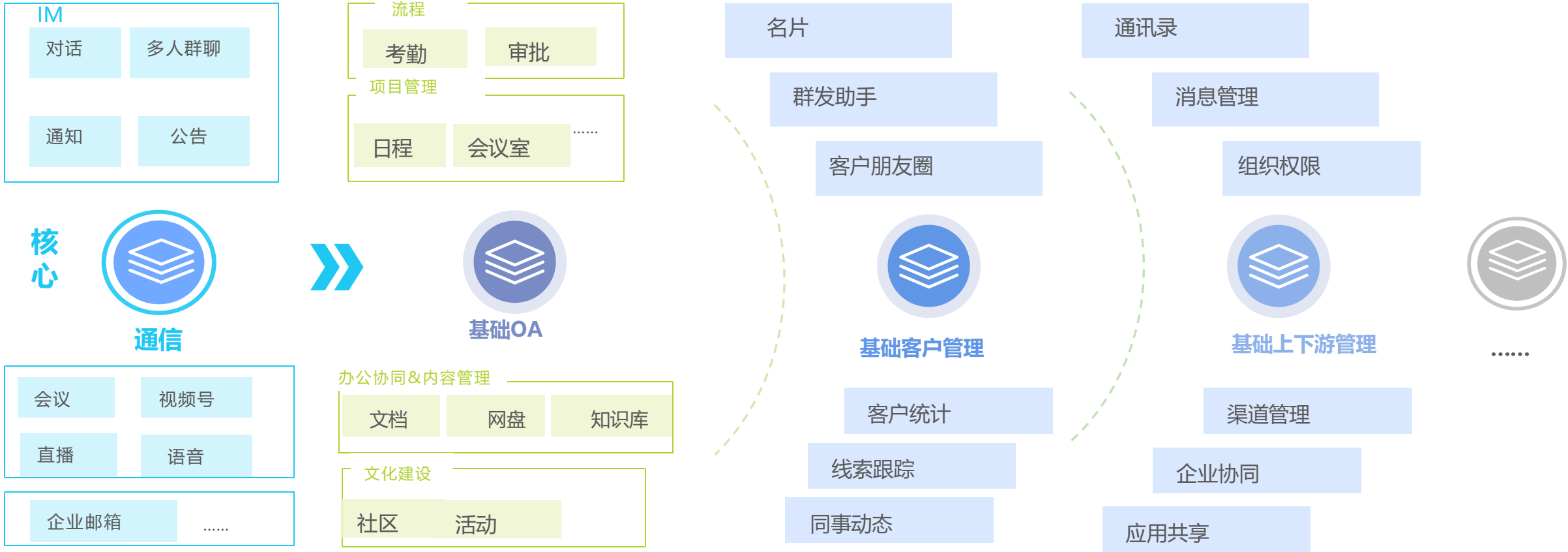




企业微信的管理协同功能

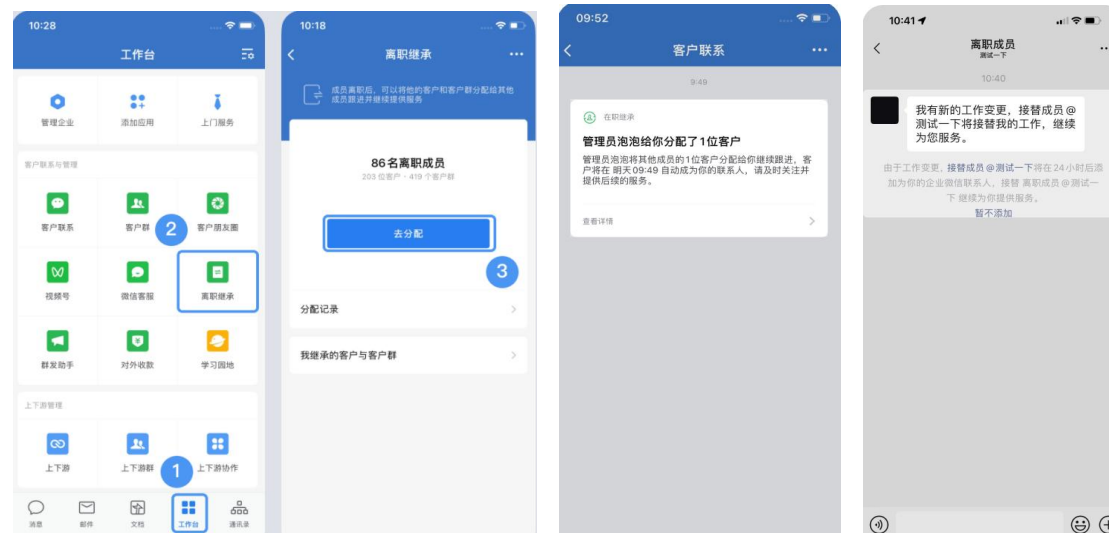
管理赋能——以通信为支点，不断叠加企业管理基础功能

现阶段来看，企业微信主要：**①支持多类型多场景的通信需求**，如对话、群聊、公告、视频、语音、会议、直播、短视频、邮件等；**②支持协同办公和轻量的内部管理需求**，如在线文档、企业网盘、日程管理、考勤审批等；**③支持轻量的对外客户管理和上下游协同需求**，如个人名片、群发助手、客户朋友圈、线索统计、上下游通讯录、应用共享等。



管理赋能——及时跟踪运营效果，维护企业用户资产

基于企业微信平台，企业可以将客户供应链、员工在内的全方位运营数据都沉淀下来，获得高质量的数据资产，从而支持前端的业务应用赋能。管理人员可在查看团队新增、流失、留存、客户来源等关键指标，及时分配离职员工用户资产。



用户资产管理

用户分配管控

- 用户标签与分级
- 线索分配与下发

内部crm打通

- 企业crm打通互联，线索流转不浪费

服务质量监控

- 线下门店服务监控
- 用户数据可视化看板



THANKS