



B2B行业 企业微信应用洞察 --白皮书

版权声明

本报告为致趣百川制作，其版权归属致趣百川，没有经过致趣百川的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责声明

本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

本报告的部分信息来源于已公开的资料，如涉及到侵权，可以联系致趣百川进行删除。致趣百川对本报告中信息的准确性、完整性或可靠性，尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

B2B企业的特点，决定了企业微信是最合适的营销管理平台

对营销人员的专业化要求突出

B2B领域的产品服务通常具备技术门槛高、解决方案集成性强等特点，这对营销团队的业务理解能力提出严苛要求。

营销人员需要完全理解产品背后对于用户的价值，将产品逻辑转化为匹配用户使用场景的语言，精准提炼差异化优势。同时需构建系统化的价值传递体系，通过场景化案例、行业白皮书等工具，实现从"功能说明"到"价值共鸣"的转化。

较高的产品理解和使用门槛，在很大程度上决定了B2B领域的业务交易本质上是一个长期的过程。

复杂的决策链路

B2B企业的采购过程呈现出了典型的多角色参与、长决策流程的特征，决策过程中往往涉及效果评估、预算审批、市场匹配等多维度考量。决策链条常覆盖使用部门、采购中心、管理层等不同层级，且各角色关注点存在显著差异：市场部门聚焦产品效果，财务部门侧重投资回报率，决策层则关注战略协同性。

与ToC业务相比，ToB领域的业务决策更偏理性，一次沟通难以打动用户。长期陪伴式的销售才是ToB企业销售的主流。B2B营销需要持续跟进客户，保持紧密沟通，通过展现产品独特优势与卓越服务，逐步引导客户做出购买决定。

B2B企业的特点，决定了企业微信是最合适的营销管理平台

高价值的低频交易模式

半年不开张，开张吃半年。虽然有些夸张，但是也能说明B2B行业的销售特点。ToB产品普遍具有单笔交易金额大、不易更换、购买周期长、客户留存价值高的特性。这些特性决定了B2B销售不仅仅是完成一次交易，而是一场需要耐心、专业和长期投入的“持久战”。

完整的全生命周期管理服务模式

相较于开拓新客户，较高的老客户留存率更能够证明一家B2B企业的真实能力。这其中不仅需要强大的产品能力，还需要完善的技术支持，需要销售与客户保持长期的紧密联系。在完整的客户服务周期中，签单购买只是服务开启的第一步。后续客户的全生命周期，都是ToB企业需要重点关注的部分。

目录

CONTENTS

第一章：企业微信能给我们带来什么

- 客户关系管理
- 内外协作工具
- 效率办公平台
- 全链路整合营销平台

第二章：致趣百川在企业微信场景中的实践

- 企微多场景活码
- 客户多渠道触达
- 内部协同

第三章：B2B企业应用企微的挑战与方案

- 员工离职导致用户流失
- 多账号之间用户信息重复且分散
- 解决方案

第四章：建立稳定的企微运营策略

Part 1

我们为什么要用企业微信？

客户关系管理

企业微信强大的客户标签体系，能够依据客户的行业属性、规模大小、业务需求等多维度信息，精准分类客户。通过API接口无缝对接企业CRM数据库，构建360°客户画像库，整合沟通记录、需求偏好、交易历史等多维数据，有助于营销层面制定个性化沟通和服务策略，有效提升客户留存率与复购率，降低精准营销的难度。

可直接添加客户的微信，通过单聊或群聊为客户提供服务。企业可查看并管理成员添加的微信客户，对离职成员的客户再分配。同时企业可查看并管理成员的客户群聊、对离职成员管理的群聊再分配

内外部协作

通过文档、会议、邮件、微盘等工具，可邀请微信上的客户、上下游成员和其他联系人加入到工作协作中来，实现了工作进展的实时同步和项目的高效推进。对外，它简化了与合作伙伴的交流，支持建立业务交流群组，促进跨组织无缝协作，加快业务整体的流转效率。

效率办公平台

作为高效的办公工具，企业微信深度融合OA系统与移动办公场景，支持审批流自定义、智能表单生成、电子签章等全流程数字化。通过API开放平台连接第三方SaaS生态，实现从HR系统到财务系统的数据贯通。内置智能会议管理系统，支持语音转写、待办生成、决议跟踪，形成会议效能分析看板，确保工作效率不受时间和空间限制。

全链路整合营销

企业微信提供丰富的第三方应用，同时支持接入由服务商代开发及企业自建的应用，支持构建"获客-培育-转化-留存"营销闭环，通过活码系统实现全渠道流量归集。从吸引潜在客户到转化成交，通过朋友圈、群发助手等功能加强客户互动，有效增强用户粘性，形成从市场活动到销售转化的全链路ROI评估体系。

Part 2

B2B企业 应用企业微信的挑战与方案

挑战一：员工离职交接，易导致用户流失

对很多 B2B 企业而言，销售和市场是公司内离职率较高的岗位。与此同时，销售又是公司中最了解客户、与客户接触最频繁、关系最好的一批人。销售一旦离职，很容易对客户造成影响。

如果用户已经添加了你的企业微信，这表明用户对于了解产品至少是不排斥的态度。尤其是在当前获客越来越难的情况下，这样的线索，每一条对企业而言都是相当宝贵的资源。

但是由于B2B企业一直存在着的高离职率，“带着客户去新东家”这种事是屡见不鲜。这里我们不谈其中的是非对错，只从结果来看，这对公司而言无疑是一次重大的客户流失。那么ToB企业，有办法来避免这种情况的发生吗？

挑战二：用户资源分散，不易统一管理

用户资源被广泛分散在各个销售、市场助手、SDR等多人的企业微信中，企业难以管理这些用户资源，对用户旅程也一无所知。也许用户先关注了公众号，添加了内容组的企微，又参加了活动，添加了活动组的企微。SDR电话过后，又添加了SDR的企微来接收资料...企业内部无法保障各自账号手中的用户资源是否重复，容易造成资源浪费。

环节一、公司体系管理层面：建立企微公共账号体系

一方面，我们需要防止工作交接导致用户流失情况的发生，另一方面，通过企微连接客户已经被证实为一种行之有效的方式，我们也需要维系当前这种模式。因此，在公司内部建立公共的企微账号就非常关键了。

在公共企微账号下，在用户侧看来，变更的不再是账号，甚至可能会感知不到服务人员的变化，确保账号运营的稳定。

环节二、用户管理层面：将企微下用户信息与系统打通，通过oneID建立用户360画像

只有了解用户需求，才能为用户提供最合适的内容与解决方案。因此，企业需要将企微内的用户数据与后台致趣系统内的行为数据进行打通，获取一名用户在多个不同渠道下的身份信息，通过致趣系统内自定义标签体系、用户分组、打分系统等功能对用户营销活动中的行为进行记录，并通过致趣CDP针对已获取信息，完成并记录全渠道的数据与信息整合，帮助市场部获取用户360画像。

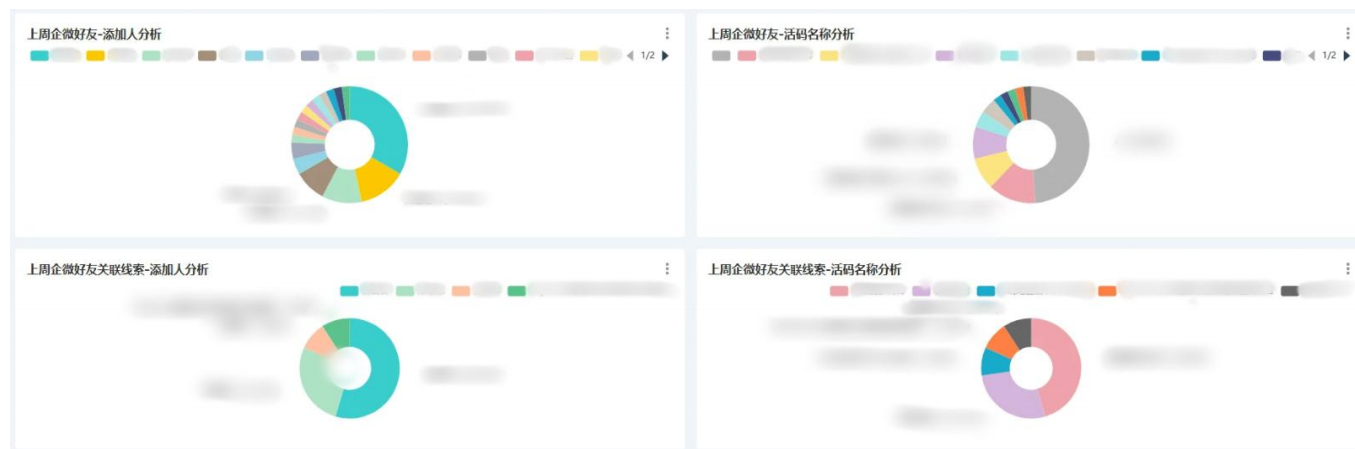
环节三、用户运营管理层面：1v1精准推送，提升企微中的线索关联数量是关键

这里我们要思考，为什么用户能够毫无心理压力地删除掉公司的企业微信？一方面，可能用户对企业当前售卖的产品和服务不感兴趣，甚至以后也不会产生需求，你对用户的价值几乎为零，那么被删除就是时间的问题了。

另一方面，为什么用户会对公司产品不感兴趣？很有可能就是B2B企业在运营企业微信上的用户时，只是一味地群发公众号、视频号内容，这些内容对用户当前的工作并没有太大意义。换句话说，就是企业没能将企微中大量的用户转化为销售线索。用户只是躺在企微列表中，并不能产生任何价值。

因此，当企业通过致趣后台获取到用户的行为数据后，就可以根据用户的需求进行针对性的内容以及活动的分发，精准触达用户需求点。在用户侧提升自身的存在感，帮助他挖掘自己的需求，尽可能地将这些用户拽入到企业的营销流程中来。因此，在企微运营管理方面，关于用户线索的关联度，也是一个需要重点考核的指标。

对公司内所有企业微信账号进行统一管控，实时掌握用户线索关联度



环节四、用户流失挽回层面：打造用户流失预警机制，监控客户删除行为

作为企业号，被用户删除是经常的事情，这也说明他不是我们的目标群体，删除的行为完全可以做被动清洗用户池的一步。在致趣的企微营销工作台，可以对已有客户设置“流失提醒”。

首先，我们需评估用户是否需要追回。做ToB企业市场的同学都知道，很多时候你不发内容没关系，一发内容就掉粉，就是因为一次推送让他发现了你存在于他的微信联系人列表中。

其次，在致趣百川营销工作台界面，我们可以点击立即查看详情，会展示出该用户的360档案以及行为记录，以此来评估用户的购买意愿。如价值过低，则可以直接放弃追回。

但如果用户在系统内留存的行为记录很多，其公司所在行业恰好是我们当前重点关注的领域，用户来源是转介绍、领导分配等，这时我们就需要考虑通过何种手段来尽量挽回他。可以分时间段进行，如在1小时内，SDR对该用户进行电话回访，询问删除原因，并根据用户此前在系统内留下的记录，提供具有针对性解决方案的内容，以此来挽留客户，直到最终重新加回。



Part 3

致趣百川 在企业微信的实践



如需了解更多信息，欢迎访问：
<https://www.beschannels.com/>

Part 3.1

致趣百川在企业微信的实践-企微活码



企业微信多场景活码：多触点引流拓客

致趣百川的企微活码可以在官网、公众号、线上线下活动等多场景提供灵活的线索追踪能力。

客户点击下载资料按钮引导加企微



新客户

老客户



添加好友



发送资料



打开资料页面



下载资料

Part 3.1

致趣百川在企业微信的实践-企微活码：微信矩阵拓客



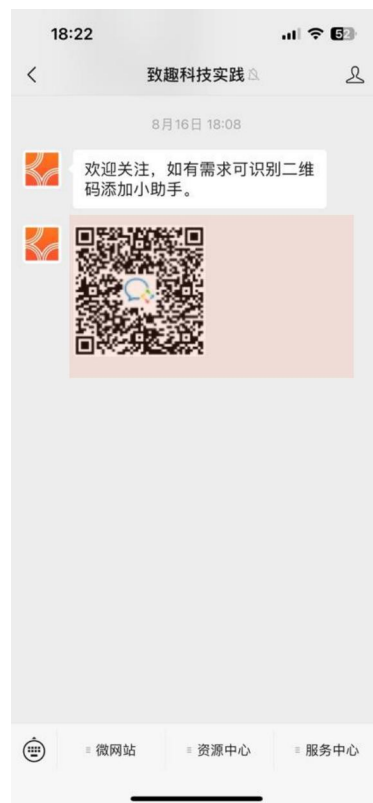
内容/活动浮窗引流



视频号引流



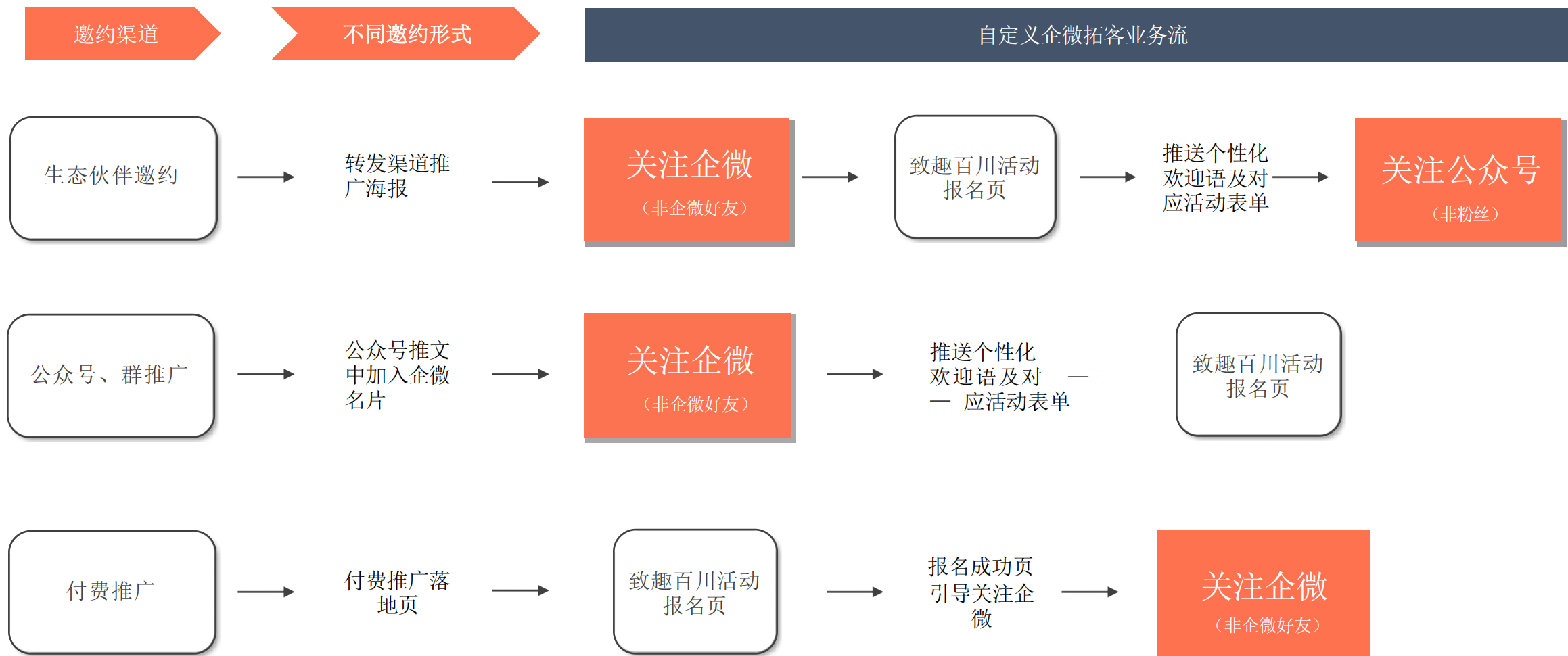
公众号自动回复引流



直达客服人员企微



致趣百川在企业微信的实践-企微活码：线下活动获客流程



Part 3.1

致趣百川在企业微信的实践-企微活码：企微活码线下活动拓客

报名会议/提交表单

提交成功后引导加企微

对接专属活动助手

推送个性化欢迎语



活动详情页/表单页



可设置访问页面/报名成功/
悬浮窗方式弹出二维码



专属活动助手, 让用户
倍感亲切



根据近期活动主题
更换欢迎语引导

Part 3.1

致趣百川在企业微信的实践-企微活码：新老客户分别服务



新客户

添加好友

下发欢迎语

打开活动页

老客户

打开活动页面

引导加企微的流程可以选择【前置/浏览中/弹窗/后置】, 灵活配置你想要的业务流!

Part 3.1

致趣百川在企业微信的实践-企微活码：400呼入拓客

接线人员录入用户信息

创建线索

自定义创建线索时看到的字段

线索规则

姓名

请设置姓名

手机号

请设置手机号

公司

请输入关键词

地区

请选择

是否同意加企微

☐ 是

☐ 否

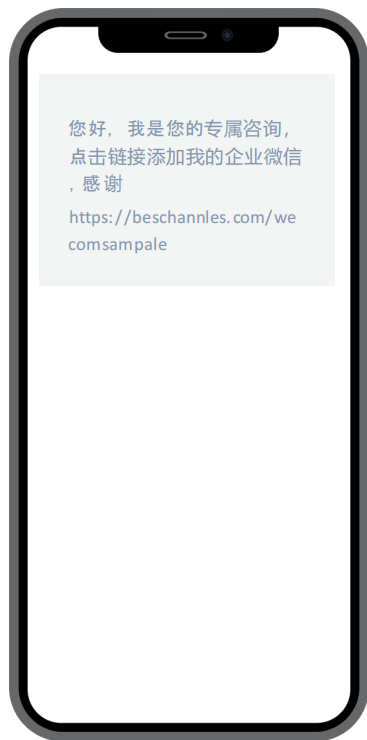
获客渠道

请设置获客渠道

取消

创建

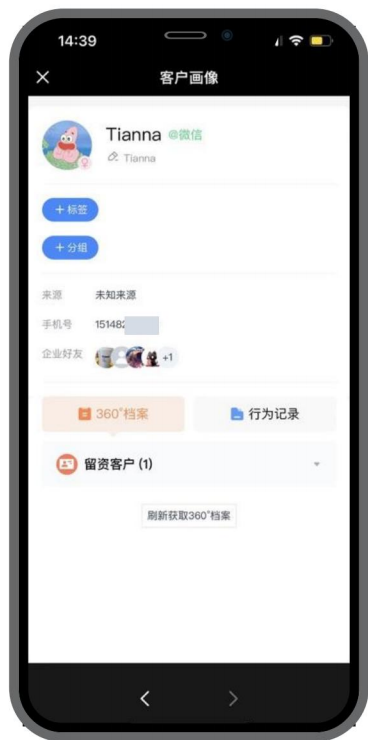
录入完成自动下发短信



直连接线人员企微



添加后用户身份自动绑定



Part 3.1

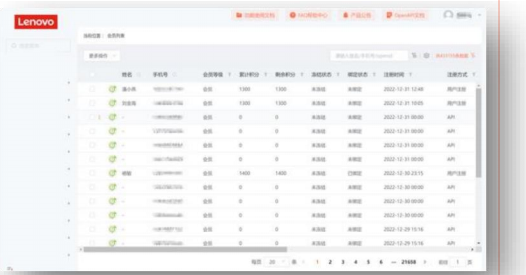
致趣百川在企业微信的实践-企微活码：激活老客户

1

客户圈选

- 人群圈选示例：
 - 近6个月无互动
 - 非企微好友
 - 可按行业/产品分类

近期不活跃的工业品客户



姓名	手机号	行业	产品	状态	最后更新时间	最后登录时间	最后登录IP	最后登录设备	最后登录方式
张三	13800138000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
李四	13900139000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
王五	13700137000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
赵六	13600136000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
孙七	13500135000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
周八	13400134000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
吴九	13300133000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
郑十	13200132000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
冯十一	13100131000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
陈十二	13000130000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
褚十三	12900129000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
卫十四	12800128000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
宋十五	12700127000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
林十六	12600126000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
周十七	12500125000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
吴十八	12400124000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
郑十九	12300123000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
冯二十	12200122000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
陈二十一	12100121000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
褚二十二	12000120000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
卫二十三	11900119000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
宋二十四	11800118000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
林二十五	11700117000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
周二十六	11600116000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
吴二十七	11500115000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
郑二十八	11400114000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
冯二十九	11300113000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
陈三十	11200112000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
褚三十一	11100111000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
卫三十二	11000110000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
宋三十三	10900109000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
林三十四	10800108000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
周三十五	10700107000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
吴三十六	10600106000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
郑三十七	10500105000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
冯三十八	10400104000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
陈三十九	10300103000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
褚四十	10200102000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
卫四十一	10100101000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC
宋四十二	10000100000	制造业	工业品	活跃	2023-10-27 10:00	2023-10-27 10:00	192.168.1.1	Windows	PC

2

分组定向引流



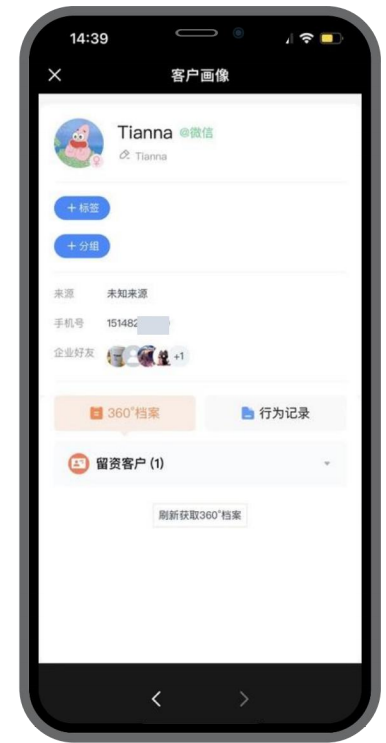
3

好友添加



4

身份自动绑定



Part 3.2

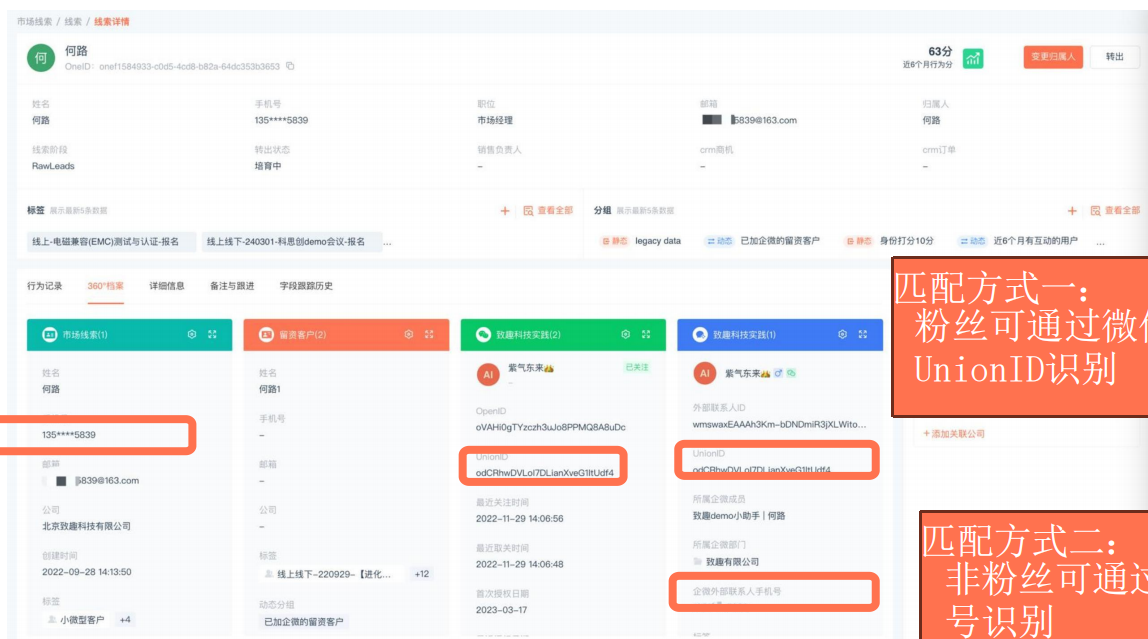
致趣百川在企业微信的实践-oneID和360°用户画像



企业微信用户精细化运营：在碎片行为中拼出完整画像

当匿名用户在官网浏览后，有通过微信留资或拨打电话咨询，传统系统中这些行为会被割裂为多个独立记录。在致趣百川系统内，通过将访客在官网上的各种行为记录统一整合起来，结合页面访问、内容下载等行为偏好，绘成完整的用户画像。

同时，如果该用户在官网或其它途径有留资行为，那系统会通过One ID自动进行用户身份识别，进而将该用户的实名信息与匿名记录进行关联整合，形成更加完整的用户360画像；此外，由于B2B行业的决策周期较长，同一个用户在不同阶段的需求可能会产生变化，对应应该用户访问官网时所关注的重点也会不同。根据用户行为变化，系统也会实时更新用户的行为数据。



匹配方式一：
粉丝可通过微信
UnionID识别

匹配方式二：
非粉丝可通过手机
号识别



可添加手机号，
自动关联用户
画像

Part 3.2

致趣百川在企业微信的实践-oneID和360°用户画像

① 参照用户360档案维度，标记该联系人的业务特征

客户自填

01 基本信息

姓名

公司

所在部门

职位

手机号

邮箱

所属行业

注册时间

来源渠道

...

客户自填+销售补充

02 业务信息

用户身份

是否接听电话

项目/研究类型

项目/研究预算

项目/研究时间

合作历史

采购周期

最近试用型号

最近订单时间

最近维修时间

...

营销云系统追踪

03 行为记录

报名直播

观看回放

下载操作指南

打开邮件

访问云展厅

填写问卷

展台签到

查询价格

分享内容

...

The screenshot displays the BesChannels system interface, showing a user's 360-degree profile and the process of tagging a contact. The interface is divided into several sections:

- Top Section:** Displays the user's name (Y416-15139052189) and a list of tags (e.g., 会员 (8), 企微外部联系人 (3)).
- Left Panel:** A sidebar with three main categories: 客户自填 (Customer Self-Entry), 客户自填+销售补充 (Customer Self-Entry + Sales Supplement), and 营销云系统追踪 (Marketing Cloud System Tracking). Each category has a sub-section for 01 基本信息 (Basic Information), 02 业务信息 (Business Information), and 03 行为记录 (Behavioral Record).
- Right Panel:** A detailed view of the user's profile, including their name (杨丁棚), phone number (151****2189), and various attributes (e.g., 市场经理, 北京致趣). It also shows a list of tags and a section for 行为记录 (Behavioral Record).
- Bottom Section:** A summary of the user's profile, including their name, phone number, and a list of tags.

A red box highlights the "会员 (8)" and "企微外部联系人 (3)" tags in the top section, with an arrow pointing to the "成员打的标签合并 进入用户360档案" (Merge member tags into user 360 profile) text.

② 成员打的标签合并 进入用户360档案



Part 3.3

致趣百川在企业微信的实践-提升营销协同能力



致趣·百川
Bes Channels

打造营销一体的企业策略，线索管理是重中之重

市场部的存在不仅仅是为了短期的销售增长，它更是一个长期战略和资源配置的部门。

B2B 营销的复杂性决定了它必须依靠多元力量的共同参与，其中线索是市场与销售的“交汇点”，打造完美的营销协同体系，本质上就是要做好线索的交接与管理，需要市场部为销售能够提供具有更高转化潜力的客户线索。

随着越来越多 B2B企业对线索管理认知的加深，通过一套成熟的体系来建立流程化、可控制、可持续、可重复的线索管理机制就非常重要。换句话说，Market to Leads 模式正在被越来越多的企业所认可和应用。

MTL流程中线索的各个阶段定义

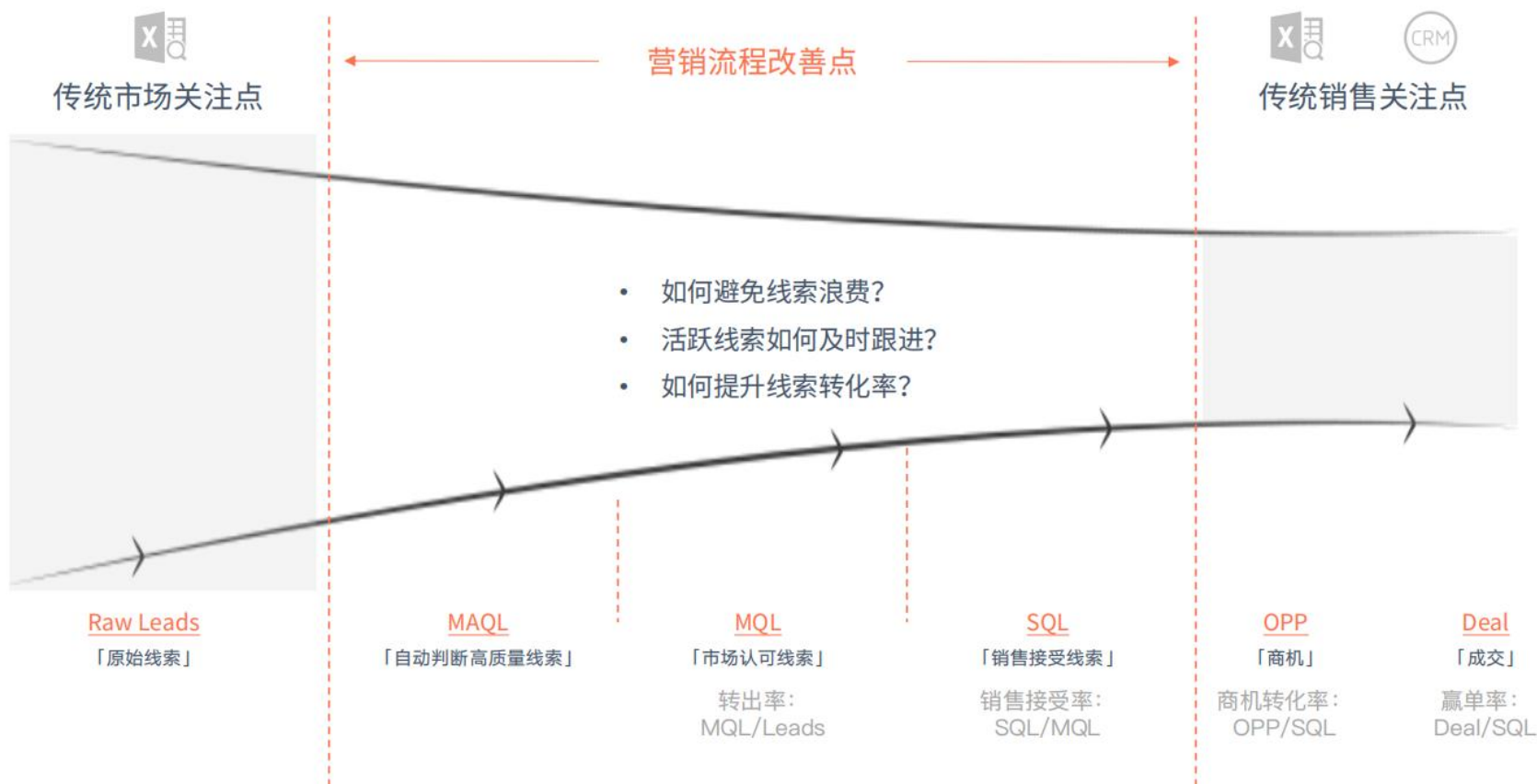
	Raw Lead	SQL	SAL	SQL
阶段定义	进入销售漏斗的潜在客户	市场部门认为可能转化的潜在客户	销售团队接受进一步深入跟进的潜在客户	销售团队认为已经准备好实际购买决定的潜在客户
转出标准	✓ 匿名数据（浏览数据等） ✓ 实名数据（用户初步注册）	✓ 基础信息完善（电话、职位、公司、姓名等） ✓ 行业符合 ✓ 有一定互动动作（申请试用、填写表单）	✓ 同意意见面 ✓ 有明确的需求 ✓ 愿意来市场活动	✓ 行业在4大行业（科技、工业、医疗、服务） ✓ 公司评估（满足一项） 1) 组织人数是否大于200 2) 年营收额大>3亿 3) 融资在B轮以上 ✓ 客户愿意意见面 ✓ 销售根据实际情况判断 以致趣为例
行为SOP	■ 来源渠道的记录 ■ 表单字段规范化	■ 单一公司且多联系人的查重 ■ 单联系人多联系方式的查重 ■ 企业名称规范化与信息补充	■ SDR运营SOP（黄金8小时） ■ 交叉验证（销售线索退回验证） ■ 合理线索分配机制	■ 反馈机制（5天内反馈，第一通电话在接受线索24小时内呼出）
参与团队	市场团队 > SDR团队		SDR团队> 销售	销售团队

Part 3.3

致趣百川在企业微信的实践-提升营销协同能力

建立流程化的过程机制：线索运营 SOP

一套可落地、可复用的流程体系，是确保企业能够稳定执行线索管理运营的保障。由于企业内部人员众多，并且从客户留资到最终成交，期间的转化链路相对漫长，加之 B 端的业务无论从本身的专业性还是客户的采购流程、决策链都极为错综复杂。企业需要确保自身在人员流动的前提下依然能够稳定运转这套体系。



Part 3.3

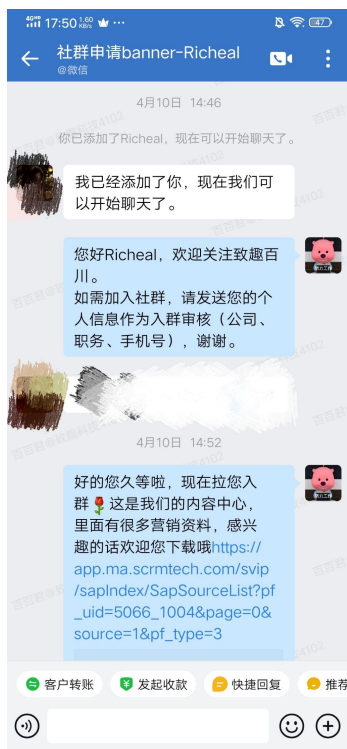
致趣百川在企业微信的实践-提升营销协同能力：SDR在企微端的单点跟进



SDR引导用户加企微



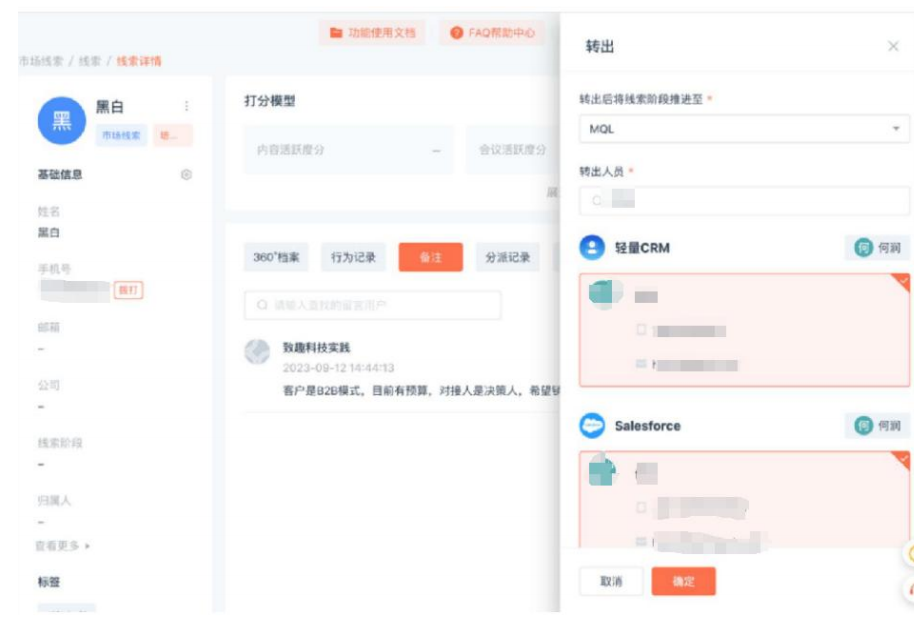
企微自动消息回复



备注跟进记录



满足MQL条件时将线索转出给销售



Part 4

建立稳定的企微运营策略

通过微信+企微打造社交端流量池，赋能用户运营，帮助提升转化

在B2B企业的客户运营旅程中，企业微信不仅是一个沟通工具，更是企业与客户之间建立长期信任关系的桥梁。通过构建稳定的企微运营策略，我们能够有效应对人员离职带来的客户流失挑战，确保客户资源的持续积累和增值。

从建立企微公共账号体系到强化用户管理与数据打通，再到优化用户运营策略和建立用户流失预警与挽回机制，每一步都旨在提升客户体验，增强客户粘性。这些策略的实施，不仅减少了客户流失的风险，还促进了客户与企业的深度互动，为企业的长期发展奠定了坚实的基础。在如今，能否充分利用手中已有的存量资源，已经成为了B2B企业实现增长的关键。

具体分为以下三点：

1. 全场景企微引流，企微联系人身份自动识别，全面融入CDP，避免数据孤岛；
2. 企微和公众号相结合，创建多样化营销场景；
3. 强大的后端分类运营能力，实现线索之间的互通与流转。

Part 4

通过微信+企微打造社交端流量池，赋能用户运营，帮助提升转化

多触点引流



流量承接



建立链接



精细化运营

公域

官网

广告投放

市场活动

内容营销

私域

自有数据

微信公众号

第三方表单

营销云体系

活动中心

内容中心

落地页

致趣表单

微信体系跳转

主动添加

C D P
线索池



企业微信

- 提供个性化单点服务，与企业层面的服务形成互补
- 用户单点精准跟进
- 关键节点营销提醒与推进

相互
引流

相互
协同



微信服务号

- 提供企业层面服务，如活动报名、资料下载等
- 品牌内容宣发
- 高效培育用户

丰富画像

自动标签
来源标记
关联表单
关联浏览记录

自动化孵化

活码自动回复
黄金5分钟
主动精准推送
朋友圈营销
关键行为提醒

版权声明

本报告为致趣百川制作，其版权归属致趣百川，没有经过致趣百川的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责声明

本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

本报告的部分信息来源于已公开的资料，如涉及到侵权，可以联系致趣百川进行删除。致趣百川对本报告中信息的准确性、完整性或可靠性，尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。