



微分销SCRM数字化营销解决方案

2021.6月版

数字化转型面临的挑战：存量时代，增量从何而来？

- 零售业已进入私域流量的红利期 •

2020年，微信小程序日活已突破4亿，小程序交易额同比增长超100%，品牌自主经营小程序GMV同比提升255%。

首个微信小程序GMV破百亿的零售企业诞生，GMV超10亿的企业有近20家，GMV破亿的企业有80余家。

- 搭建私域流量池 成为增长最优解 •

私域用户定义：是商家直接拥有的，并且可以重复、低成本甚至免费触达的用户。

从流量到会员粉丝，增长营销的核心目标已经转变为从产权的高度上拥有“客户”这个最具价值的资产，即沉淀私有化客户资产。

2021年必将成为品牌构建有效私域的基建关键年

数字化转型面临的挑战：线上用户留存难

- 几千万的线上会员和公众号粉丝，但数字化客流占比仅5%，新客第30天回访率趋近于 0.....
- 搭建线上云店投入了数十万，七成以上新客还是沦为一次性流量.....
- 员工缺乏积极性，线上线下难以兼顾，消费者购物体验差，老客流失不减反增.....

这些都是发生在线下零售企业身上的真实故事

如何低价高效提升单客留存成为数字化升级的考验

企业需求

有效触达用户？

数据的应用价值？

提高首购与复购？

提高会员的忠诚度？



- 企业需要连接多渠道用户触点，在市场、销售、服务等全方位经营活动中，与用户持续互动，实现精细化运营闭环。

- 企业需要完成品牌商和实体店在商业维度上的优化升级，从而实现快速下沉市场和分销卖货，助力零售门店商家数字化转型。

- 企业需要多渠道的数据整合，完整打造用户画像和客户成长体系，驱动全场景业务的分析与决策。

1

微分销SCRM 赋能智慧零售

打造面向品牌和零售企业的私域数字化营销方案

- 连接企业线上、线下客户触点，数据驱动消费旅程客户经营
- 助力企业实现精准营销、场景化销售和个性化服务

微分销产品定位



运营管理后台

为运营人员提供商品、订单、营销活动、门店、资金管理和数据分析等功能



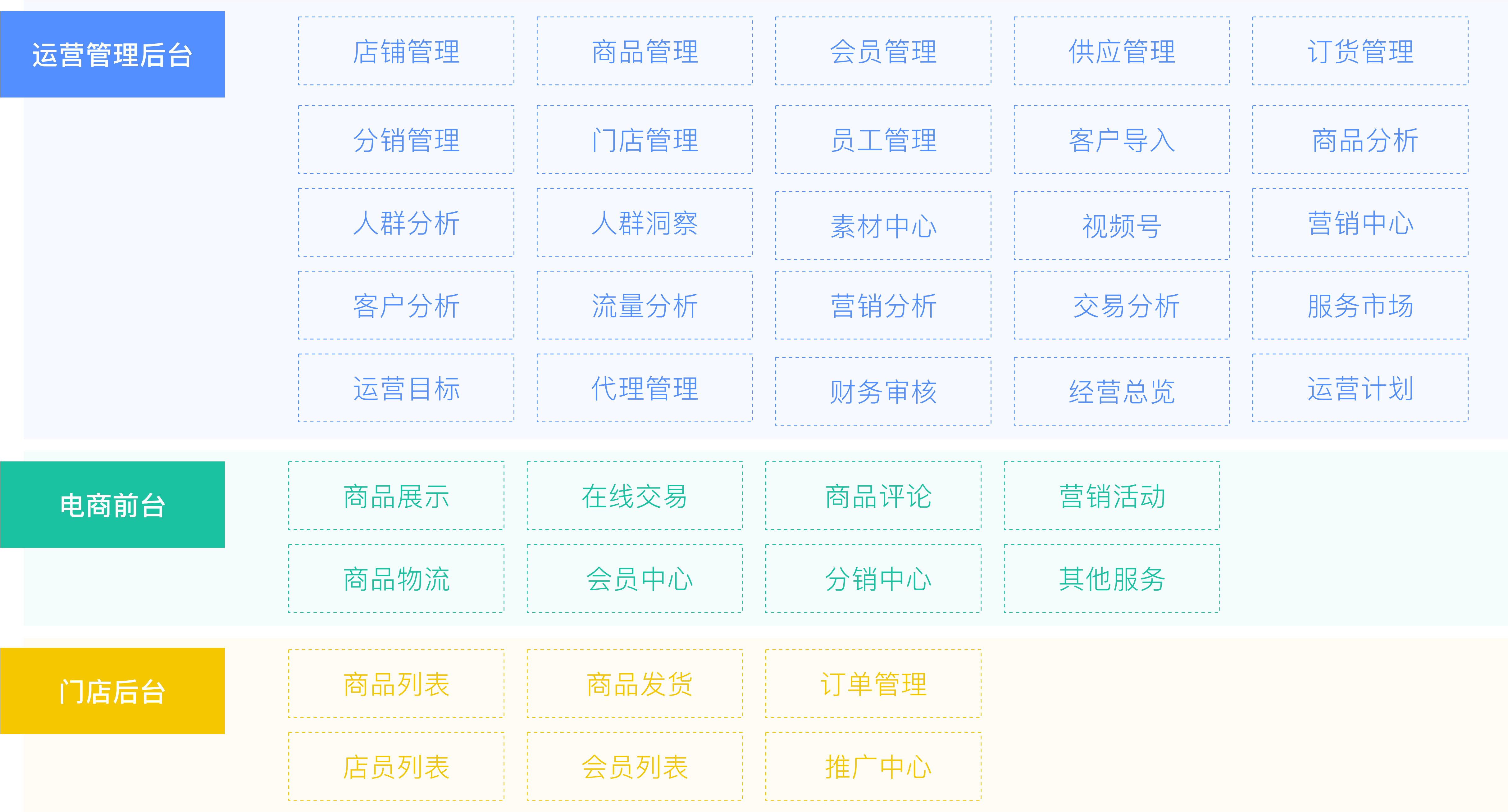
电商前台

为消费者提供购买闭环、会员成长体系、营销活动等功能。



门店后台

为门店提供接单、发货、核验提货码、销售数据查询、会员信息查询等功能。



SCRM全景图

营销工具

利用海量营销活动与其他宣传手段进行拓客拉新

200余种
营销组合

拼团

秒杀

限时打折

砍价

0元抽奖

群接龙

满减优惠

多买优惠

外部导入客户

对外部导入客户进行全自动精细化运营，查看拉新效果与二次运营

客户导入

新客运营

第三方客户导入

注册福利

分发福利权益

运营新客

新客目标设置

客户身份设置

运营触点反馈

新客转换成功

目标完成率反馈

二次运营

视频号直播卖货

接入自定义交易组件，打通视频号与小程序商城，直播引流拉新

直播拉新卖货

同步商品订单

关联小程序商城

视频号与小程序打通

用户画像

根据人群的行为，对人群进行归类划分

30余种分
析维度

行为特征

人群洞察

人群特征

消费力洞察

数据分析

全端数据采集，实时数据分析与挖掘，驱动运营决策，实现数字化运营

60余种
数据分析

会员分析

活动分析

佣金分析

营销分析

交易分析

更多数据...

人群洞察

对客户消费时间、频次、能力进行评估，洞察人群数据

消费频次分析

消费金额分析

消费时间分析

回购周期分析

消费分析

回购周期

消费能力

10天

消费频次

30天

精准营销

根据店铺与人群数据，自动推荐待运营的客户，并提供预设营销，自动管理人群，实现精准运营

300余种
人群

下单未支付人群

未及时复购人群

即将流失人群

新成交人群

访问未支付人群

流失人群

场景营销

基于节日以及全流程场景进行智能化营销，全流程提升用户转化率

节日/生日营销

用户唤醒

用户转化

促进下单

营销分析

对运营效果深度分析，营销效果一目了然，对效果不理想的计划进行二次运营，提升目标完成率

运营目标设置

人群二次运营

运营目标分析

人群二次运营

运营触点反馈

新客
引流

智能
营销

客户
洞察

单客
留存

角色

代理商、分销商、订货商、门店

角色申请

角色升降级

角色管理

角色分组

等级优惠

等级折扣

下单佣金

复购价

销售奖

订货商模块

虚拟/实体库存管理

批量订货

订货权益

订货商区间价

门店模块

门店库存

门店核销

门店自提配送

门店权益

门店奖励金

门店佣金

门店服务金

获取方式

关注微信

交易得积分/优惠券/虚拟币

店铺签到送积分

参与营销活动得积分/优惠券/虚拟币

分享送积分

评价送积分

晒单送积分

消耗方式

下单折扣

兑换商品

兑换红包

参与活动

积分转赠

优惠折扣

微分销

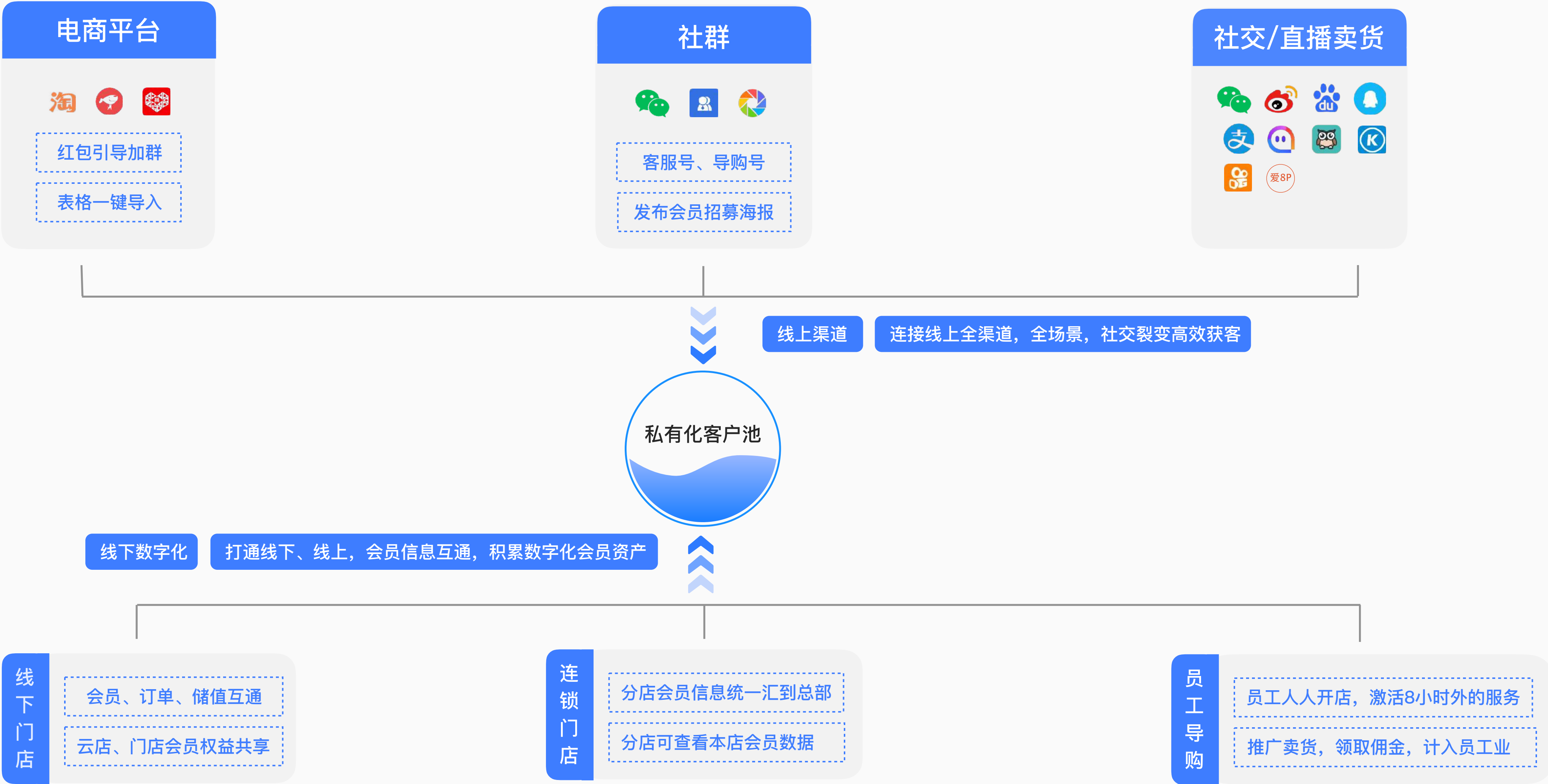
SCRM全景图

2

沉淀私有化客户池， 塑造品牌客户心智

- 裂变拉新玩法多
- 外部客户导入快
- 视频直播强连接

客户导入:打通全渠道流量，沉淀私域客户池





批量导入客户

将其他平台的客户，通过文件导入，再用短信激活他们进店、浏览、购买

*人群名称：拱墅区绍兴路门店

设置客户身份：会员 二级

发放福利：导入成功，且客户注册商城后，即发放以下优惠券

☒ 优惠券

选择优惠券

*上传文件：上传文件 下载模版

当前仅支持csv格式文件（文件大小在10M以内且行数在10万以内，若超出限制，请分批导入），请使用Office 2010及以上版本，否则可能出现乱码，必须严格按照模板内容填入数据，否则可能会出现导入异常

☐ 我已阅读并同意 《数据导入免责声明》

预设客户身份 一键实现分组

预设分发福利 提升用户注册

标准化模板 支持批量导入

运营导入客户，边引流边转化

人群名称	导入时间	导入状态	优惠权益	导入结果	操作
拱墅区绍兴路门店	2021-06-01 14:18:36	● 导入完成	优惠券	成功数: 138条 失败数: 0条	去运营 详情 删除

1 标准化模板 支持批量导入

基础信息

* 计划名称:

拱墅区绍兴路门店

* 计划时间:

☒ 区间段发送

☐ 定时发送

☐ 立即发送

人群如有满足条件的新增客户，新增的客户会自动收到营销通知

执行时间: 2021-06-01 → 2021-06-06

2 设定触达时间

其他信息

延迟设置: 满足用户筛选条件则

延迟

15

分钟

发送

勿扰设置:

23:00 → 09:00

在该时间段内将不会发送通知给客户

目标设置: 用户被触达后, 在

24

小时

内完成

登录商城

即被视为达成目标

4 设置本次运营目标

* 推送内容:

选择模板

段落

B

I

↶

↷

@

:=

!=

:

【{店铺名称}】亲爱的用户，恭喜您获得1张无门槛优惠券，今日注册登录即可领取，更有超多活动正在进行中，点击{店铺链接}立即登录领取吧~

插入预设内容:

{店铺名称}

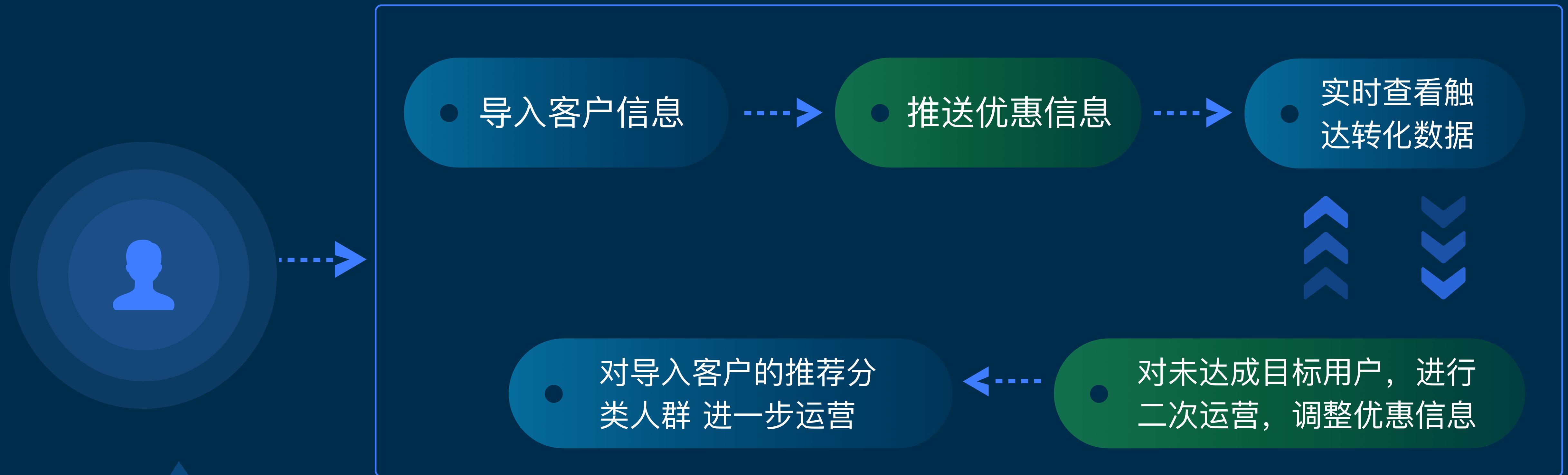
{会员昵称}

{店铺H5地址}

{小程序地址}

3 短信模板+自定义

场景案例-连锁门店一天内导入66%线下客户



山东某发型设计连锁企业，初始化配置商城当天，导入线下**11**家会员信息，批量设置会员等级，推送了洗护套装秒杀活动，3天后验收，近**66%**的客户领取了优惠，半个月內到店核销了**50%**以上。

视频号成为微信生态重要链接板块

社交生态圈

微信群

朋友圈

搜一搜

打通微信生态的强大社交关系链串起潜在的社交消费场景

内容生态圈

公众号

搜一搜

放开搜索流量入口，降低内容生产门槛，提供传播效果，获得更好的曝光

消费生态圈

直播

小程序

微分销商城

形成生态内的商业变现链条

视频号

地理
位置

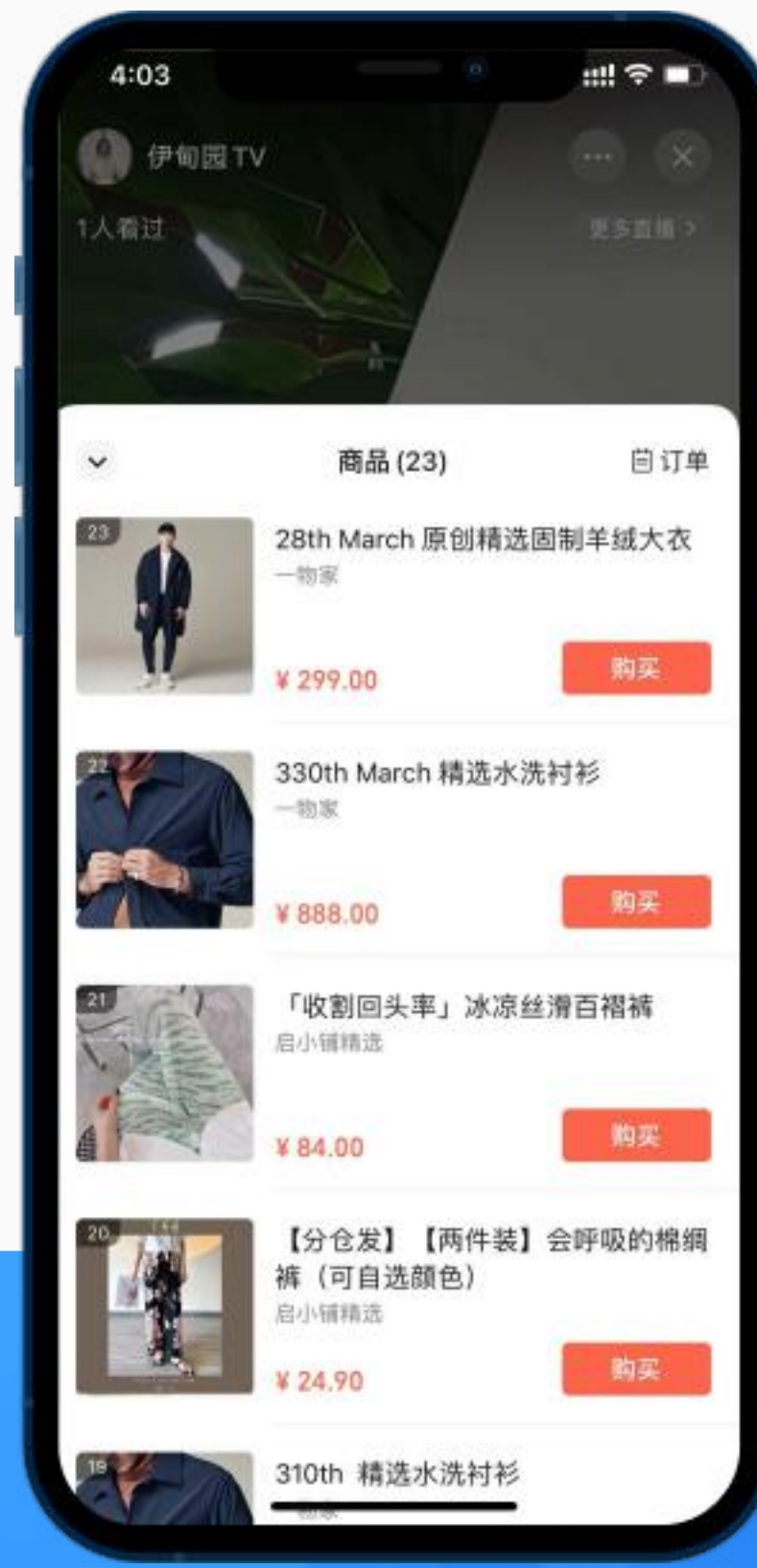
优质
内容

个人
标签

朋友
点赞



点击商品橱窗



挑选心仪商品



查看商品详情



下单付款

3

智能营销

点击商品橱窗

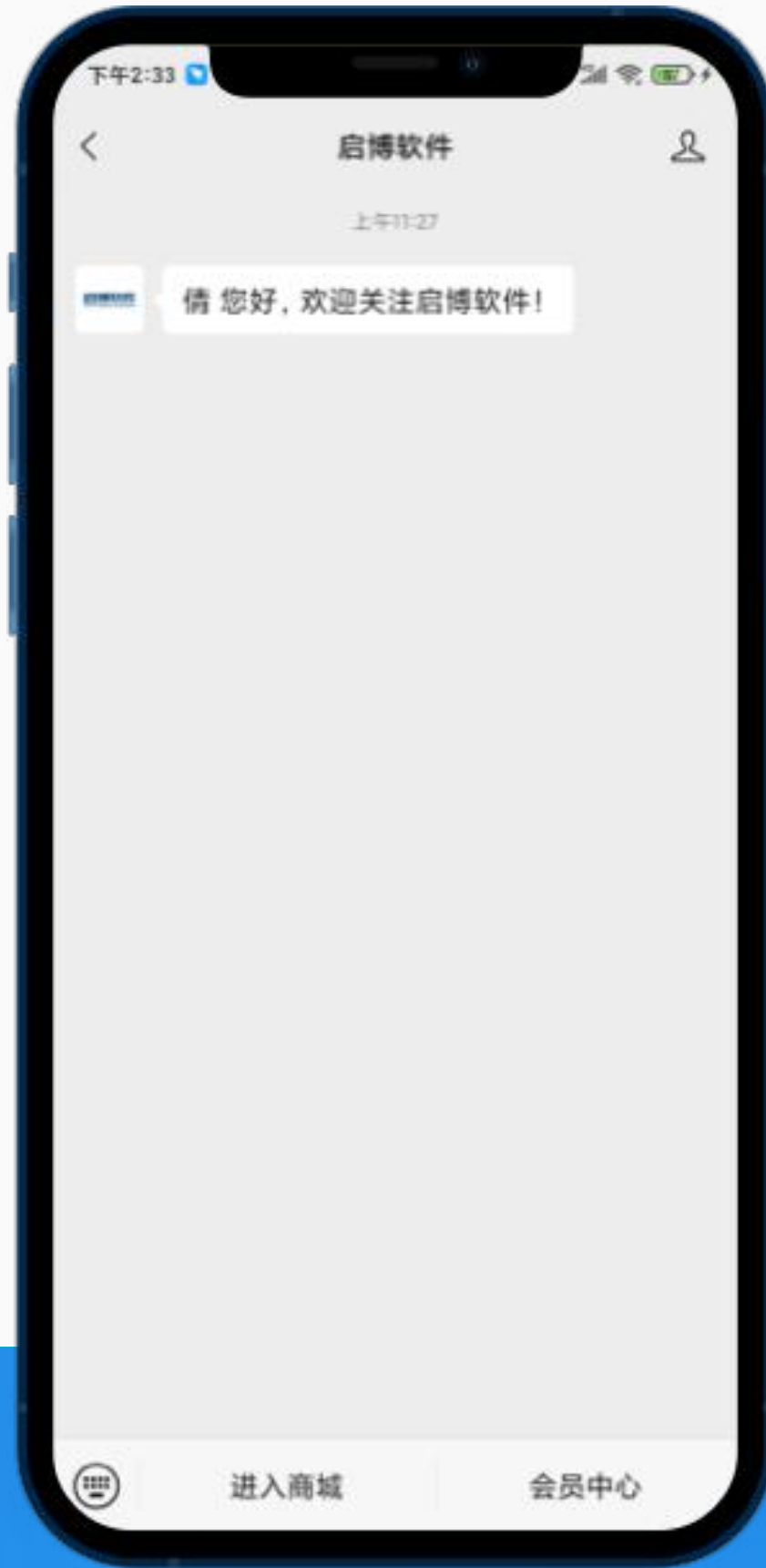
连接消费触点运营，不断提高首购与复购

单客消费旅程

微分销

门店零售消费旅程





点击公众号菜单
进入商城



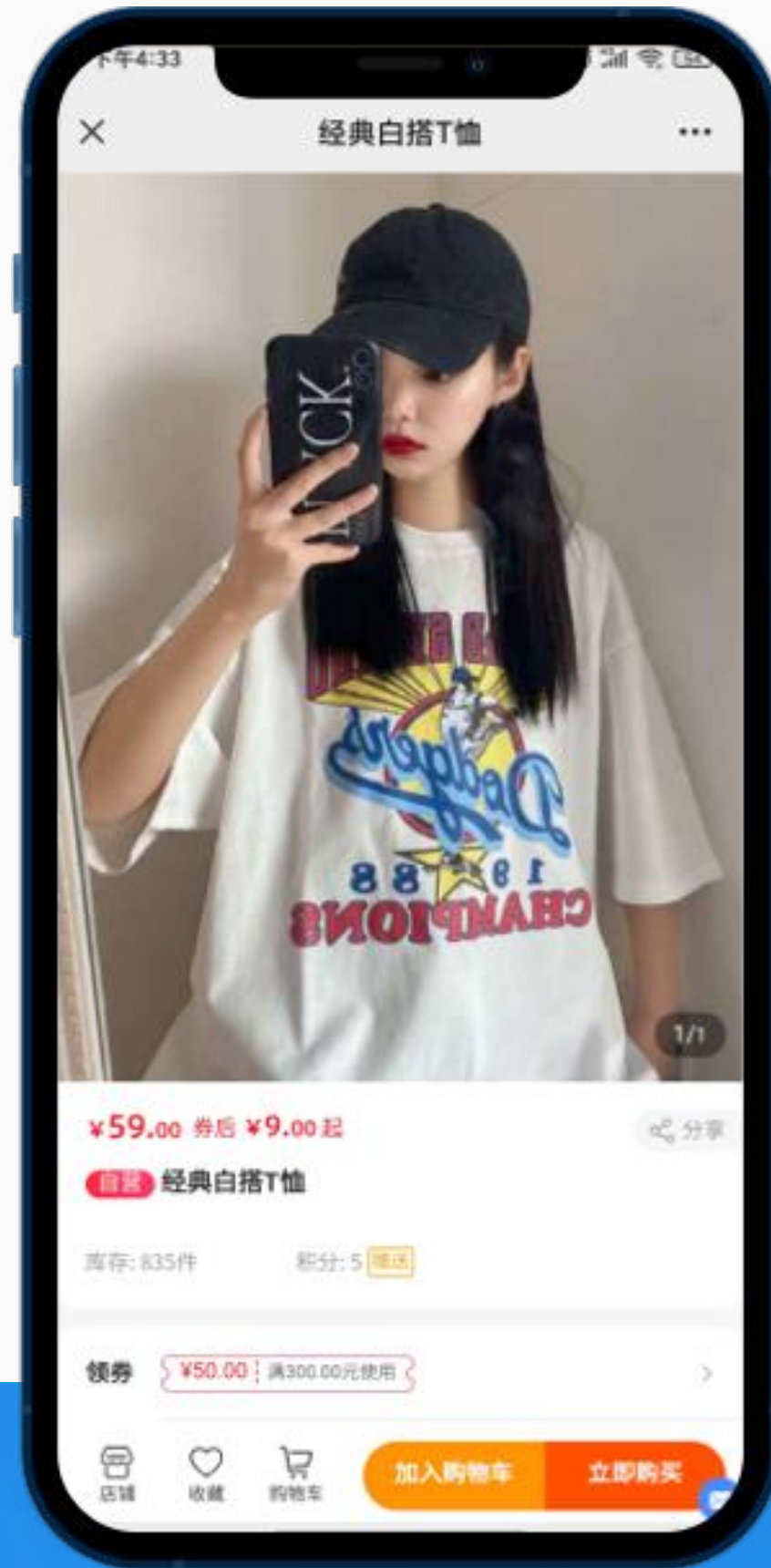
进店领优惠券



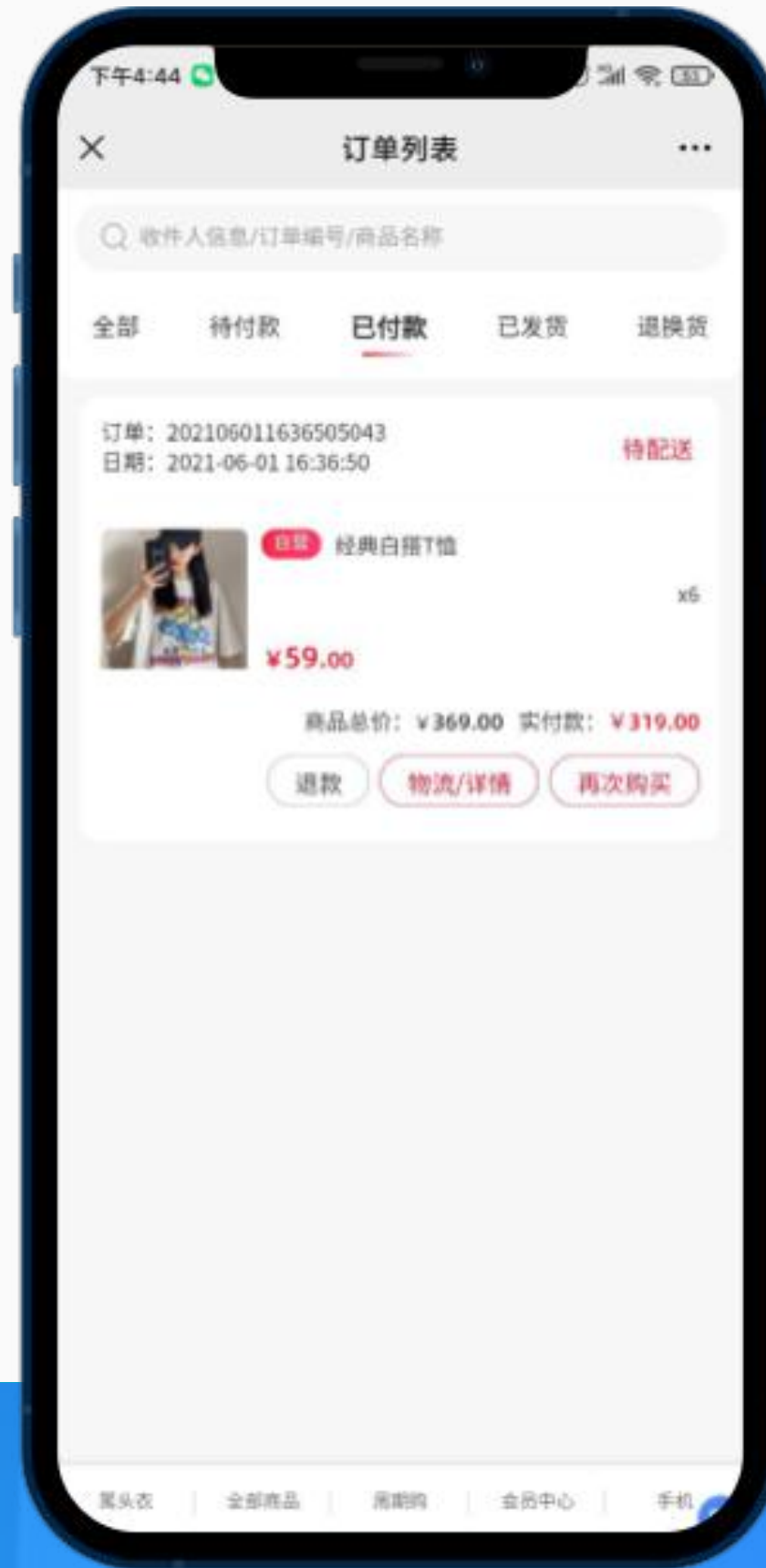
自动放入券包



签到领积分



满减优惠券透出
刺激加购



选择配送门店
预约时间



订单详情
查看物流状态



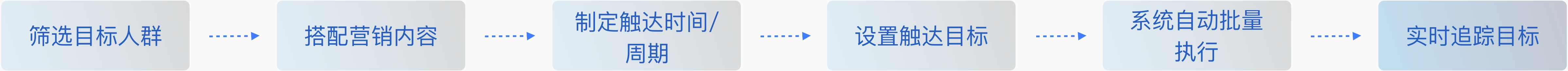
选择到店自提



店员扫码核销



20+推荐人群模板，百种个性化组合，精准定位目标用户创建运营计划，设定运营目标，实时验收触达效果



实时查询运营目标完成率
持续二次运营

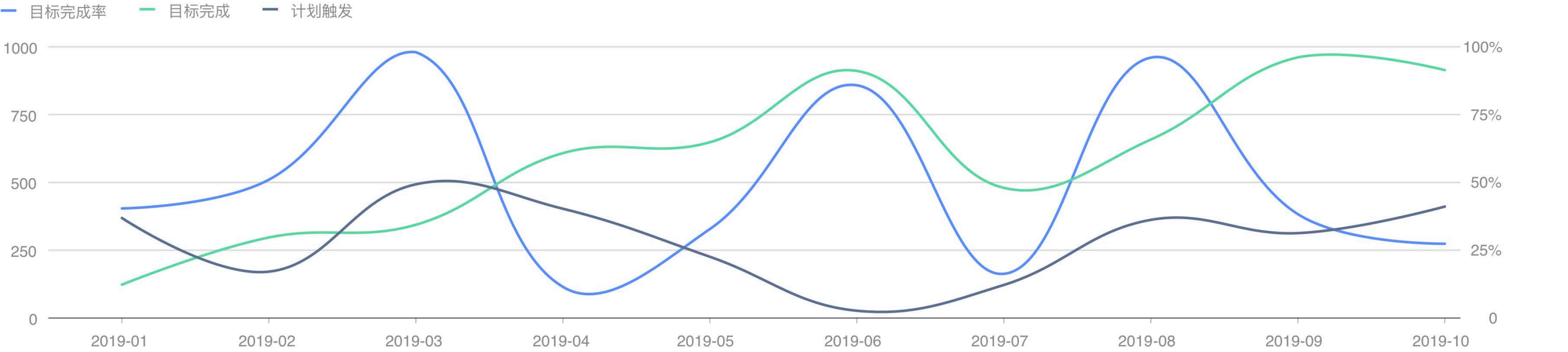
整体表现



趋势分析(人次)



最近一次触发日期：2021-04-25



用户分析列表

日期	目标完成	目标完成率	受众用户	计划触发	发送成功	发送失败
----	------	-------	------	------	------	------



制造触达顾客、增加销售机会的理由

此类营销，都不是一个单独的活动，从整个用户生命周期来看，它是[忠诚度阶梯计划]的一环。运营人员针对热门节日、会员日、会员生日设定营销计划，配置活动信息、权益内容，系统可以智能化触达到目标客户。



会员日营销

设定每月/季度特定的日期为会员日，推送会员专享礼包，提高会员活跃度，增加目标商品曝光度，提高销量



生日营销

提前N天和当天推送生日祝福关怀信息，提升用户好感度，促进到店消费



节日营销

趁着节日氛围，给会员一个送礼物的理由，激发会员的购买欲



热点营销

资讯爆炸的时代，结合热点在店铺开设主题专区，推送个性化内容，吸引会员消费晒单。

智能营销提升运营效率

四步开启智能营销大大提升运营效率





百种营销玩法 四大触达渠道



积分折现



0元抽奖



打包一口价



微信模版消息



小程序消息



支付有礼



群接龙



拼团



公众号图文

促活

深耕

获客

裂变



短信



生日营销



4

客户洞察

互动产生数据，数据优化互动
构建数据根基平台，驱动全场景业务的分析与决策

洞察人群消费分布，根据报告 解读结果追踪运营

数据解读

数据说明：

通过查看店铺中不同价格区间段中的客户支付金额，了解店铺客户消费能力高低

分析结果：客户支付金额**较低**，建议针对“需刺激消费客户”进行重点运营，提升客单价，点击

立即运营

消费频次分布

购买次数分布图：

选择指标：☐ 客户数 ☒ 总支付金额(元) ☐ 支付件数

☒ 新客户 ☒ 老客户

购买次数	新客户 (元)	老客户 (元)	总计 (元)
购买1次	550	529	1079
购买2次	500	529	1029
购买3次	250	429	679
购买4次	350	1129	1479
购买5次及以上	400	1129	1529

数据解读

数据说明：

分析客户购买次数，客户购买次数越多证明此类客户对商城具有较高的满意度与较高的忠诚度，对此类客户需要进行重点维护。

分析结果：客户购买次数**较少**，建议针对“新成交客户”进行及时运营，提升客户满意度与忠诚度，提高销量，点击

立即运营

回购周期分析

回购周期间隔：☒ 10天 ☐ 30天

指标选择：☒ 支付金额（M） ☐ 购买频次（F）

回购周期	客户数	客户数占比	累计占比	人均累计消费(元)
还未再次购买	142	50%	50%	123.34
1~10	123	20%	50%	123.34
11~20	543	20%	50%	123.34
21~30	634	10%	50%	123.34

数据解读

数据说明：

回购周期间隔长短能够反映客户对商城内商品的满意程度，若回购周期较长，则证明客户有较大概率会流失，及时关注此类客户

人群分析：快速定位目标用户群，实现精细化运营



系统推荐重点人群模板+自定义用户分组

不同的用户有不同的角色身份和等级，角色和行为交叉组合，可以获得更细致的人群画像



超过30种筛选条件，定义百种组合

普通会员 忠诚VIP 员工 导购 分销员 加入购物车
订单未支付 收藏商品 关注公众号 访问店铺 ...

筛选用户角色 1

*角色选择:

☒ 用户角色满足

会员

铂金 × 最强王者 ×
塑料青铜 × 不屈白银 ×
荣耀黄金 ×

添加用户行为条件 2

必要条件:

删除条件

且

有订单未支付 达到 1 分钟 添加 ×

商品加入购物车 达到 1 分钟 添加 ×

形成人群触达计划 3

计划名称	起止时间	计划状态	触发条件
我是计划名称 我是计划名称	2021-03-28 19:48:54至 2021-03-31 19:48:54	进行中	累计购买次数 大于 0 且某段时间内未做 登录商城



场景1：促进访问未支付客户转化为成交客户

近90天有访问店铺，近90天无购买，此类客户处于对商品犹豫阶段，标记出此类客户发放优惠券来刺激下单支付

场景2：开展线下线上联合活动，为门店引流

把不同区域、年龄的客户进行分群，开展Z时代青年专场派对活动...推送专属周边优惠套餐，吸引客户线上下单，到店核销领取。



查看人群



分析优先级



制定运营计划

5

单客留存

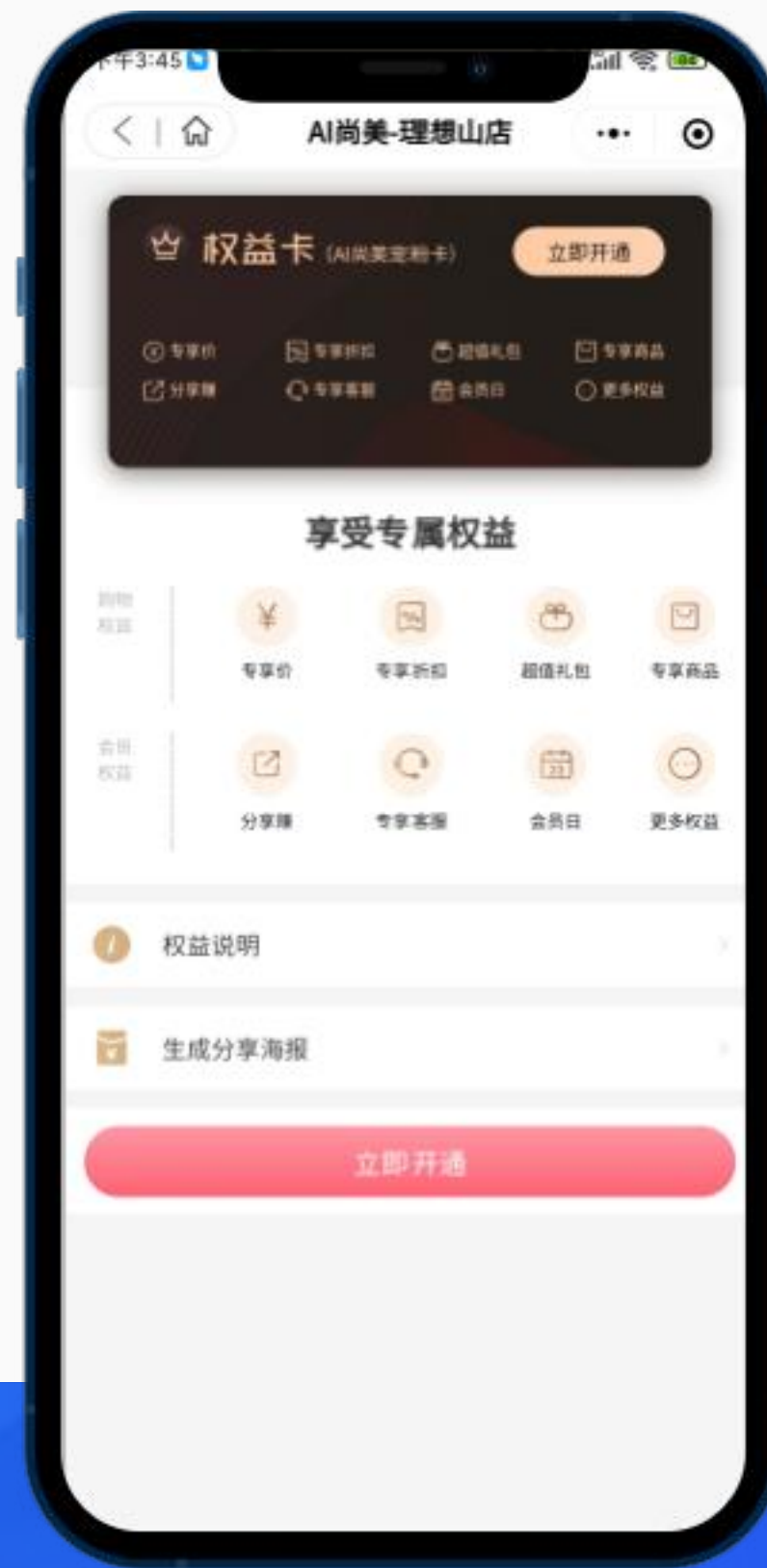
激励员工8小时外的服务，激活会员社交圈，建立分销网络，消费者即渠道，层层提炼忠诚客户



配置会员卡信息



设置领取门槛



店员扫码核销

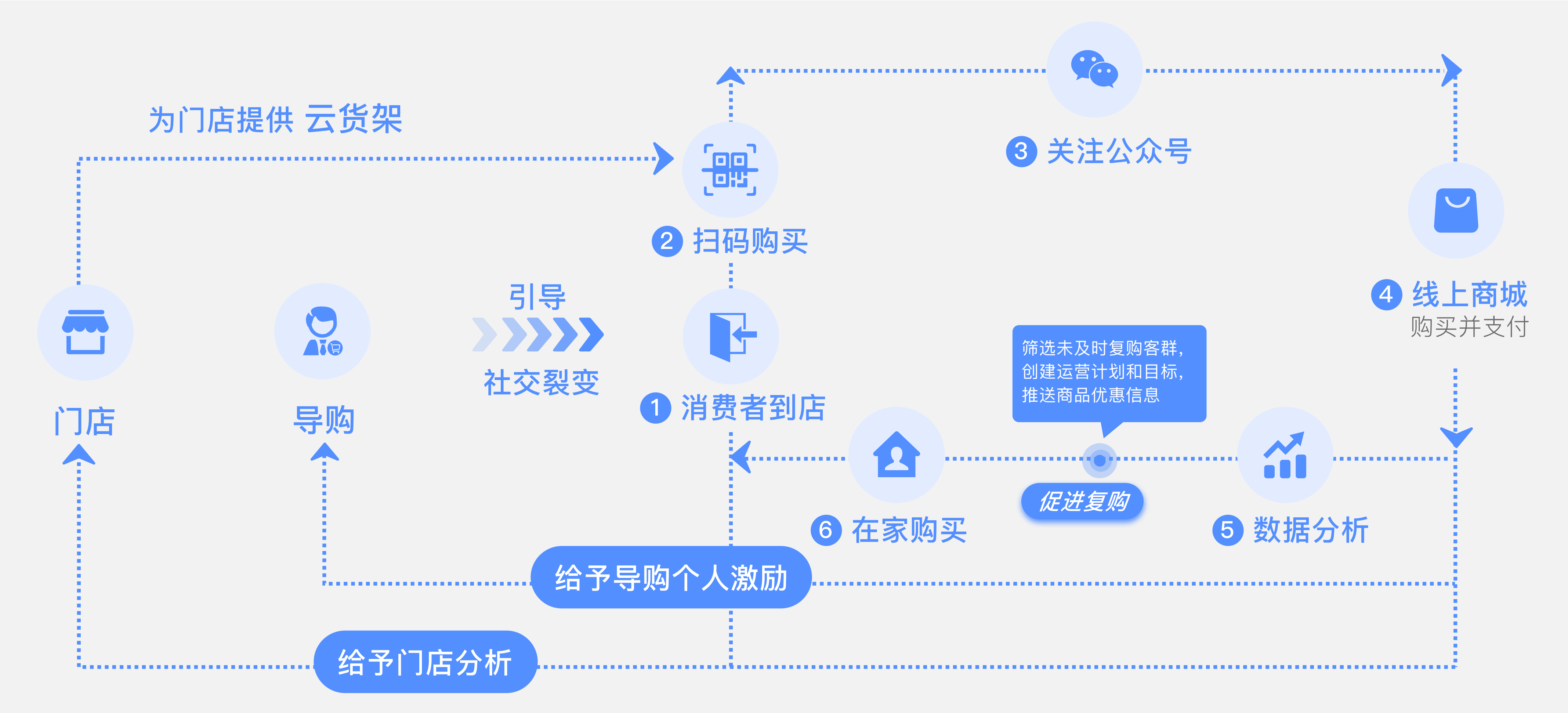
玩转门店分佣奖励机制





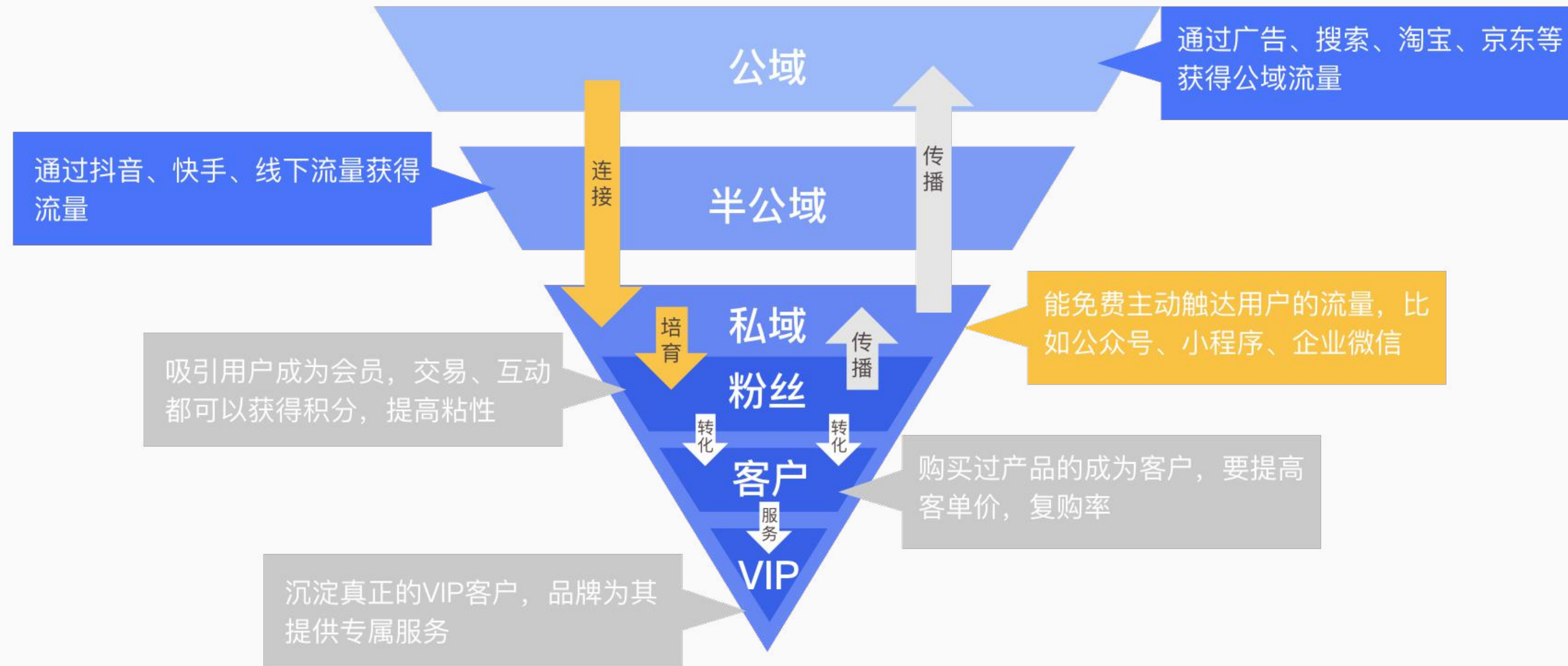
某门店商家诉求：打破卖货时间和空间的限制、激励各个门店及店员提升业绩。

微分销SCRM：提供微商城小程序，所有门店和员工全部在线上开店，线上使用社群裂变工具，总部从后台导入各渠道客户，通过智能营销四大抓手，一天内获取9万+会员，首购转化45%，一周内复购转化28%。客户付款后基于LBS选择自提/配货门店，下单和配货分开激励，门店积极性大大提高！





打通 公域>私域，并提升转化与品牌忠诚度



连接

培育

转化

服务

传播

奖项荣誉(2019-2020)

- 被飞象社群评为：最佳创新服务奖
- 被今日头条评为：浙江新锐品牌奖
- 360搜索引擎：最具行业价值奖
- 余杭区商务局最佳合作服务商
- 真榜2019影响时代的创新者TOP20
- 上新2019亿邦未来零售新服务TOP30
- 2019年度服务商创新奖
- 2019年度新零售优质服务商
- 2019年度SaaS行业杰出人物
- 2019年度最具商业价值SaaS平台
- 2020年百度营销优秀合作伙伴
- 2020优秀服务商
- 2020年度浙江省新零售示范企业称号
- 2020国际科创节全球数字大会年度数字化创新大奖
- “金殿”奖最佳零售技术解决方案奖
- 飞象零售俱乐部2020年度数字化转型服务奖



公司简介

COMPANY
PROFILE

启博·微分销

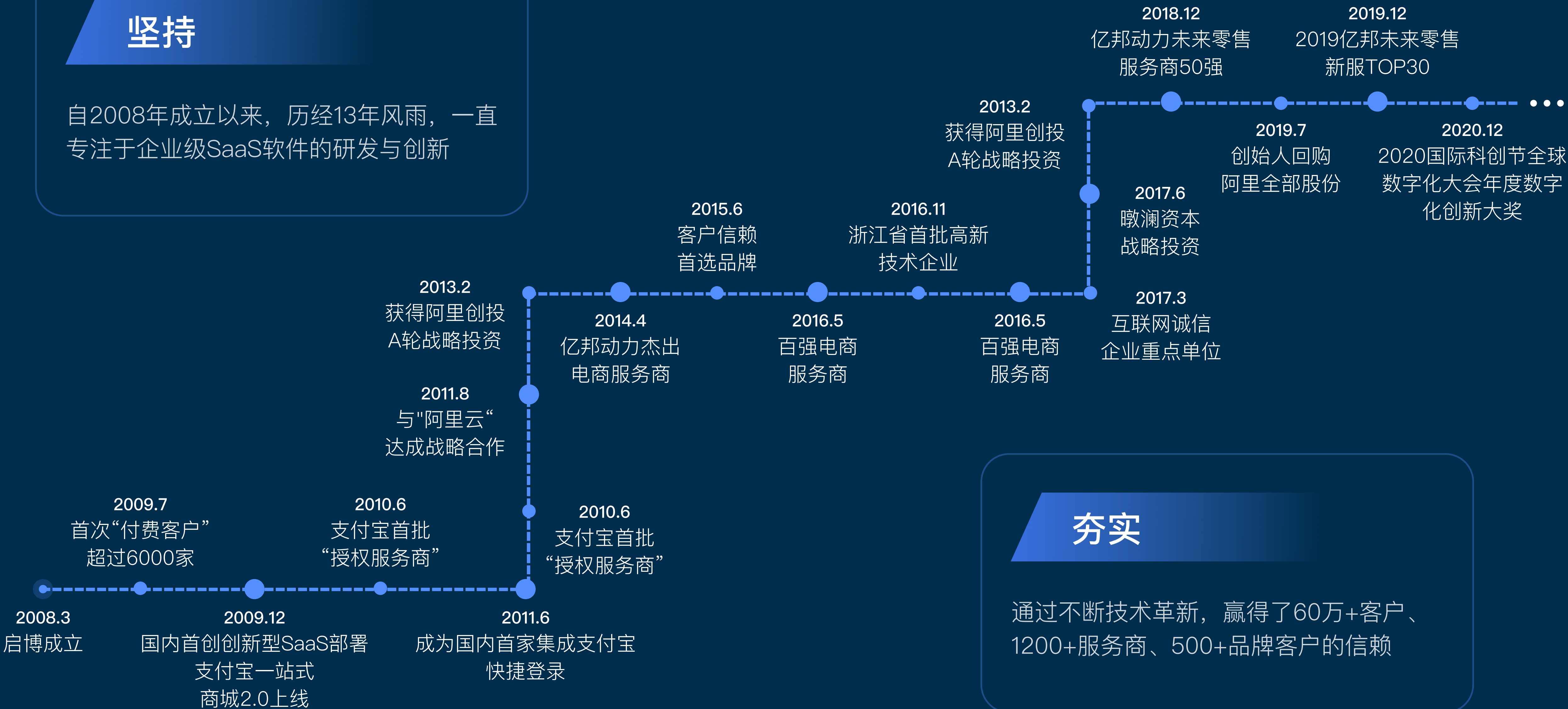
杭州启博海纳数字科技有限公司

作为国内领先的营销型SaaS软件服务提供商，坚持以服务商家为核心，以“让电商简单，让客户微笑”为使命，以“成为国内分销领域最专业的生态服务提供商”为愿景，致力于为商家提供创新型产品、智能化营销及专业化服务的一站式解决方案。

每年帮助商家服务千万级的消费者，每秒处理十万级的订单量，我们为六十万商户的信赖而感到骄傲。

坚持

自2008年成立以来，历经13年风雨，一直专注于企业级SaaS软件的研发与创新



夯实

通过不断技术革新，赢得了60万+客户、1200+服务商、500+品牌客户的信赖

做私域，用启博

未来5年，我们要影响5亿消费者
成为私域营销领域最专业的服务商

☎ 400-6026-360

💬 启宝（微信号：hz360shop）

🏢 杭州启博海纳数字科技有限公司

📍 浙江省杭州市余杭区欧美金融城（EFC）T2-40层



关注“启博学堂”获取更多资讯