经营顾客关系，创造顾客对话

让每一次沟通 更有价值

Beryl Pan 6105

Contents
目录

1.0
公司介绍
Company Introduction

2.0
私域价值
Private Domain Value

3.0
如何落地
How to implement

4.0
用好工具
Use tools

Beryl Pan 6105

36万+
累计服务门店数

6.3亿+
累计服务用户数

260万+
累计服务社群数

1亿+
品牌日均券核销

顶级资本认可（成为/钟鼎）

生态POS全通

本分 友好 开放 长期主义

企微会员私域百强覆盖90%+



2024 – 2025

咨询&代运营
合众合
亚洲吃面公司
善志咨询
高维学堂
汉源咨询

平台
企业微信
支付宝
飞书
小红书
抖音

数字化
全来店
天财商龙
美团
企迈
FLIPOS

关键媒体
红餐
窄门
内参

2022 – 2023

深度服务百强头部餐饮品牌

陪伴瑞幸出海
DAY1数字化加持

MOMOYO
数字化唯一服务商
POS/APP/订货/外卖平台

2021

· 企业微信：用户运营SaaS唯一序列大奖“年度优秀合作伙伴”
· 麦当劳：TopDigital年度最佳私域运营品牌

2019 – 2020

签约头部品牌
瑞幸/麦当劳/星巴克

2016

酒旅会员体系（亚朵/维也纳）系统（预定+权益）服务商

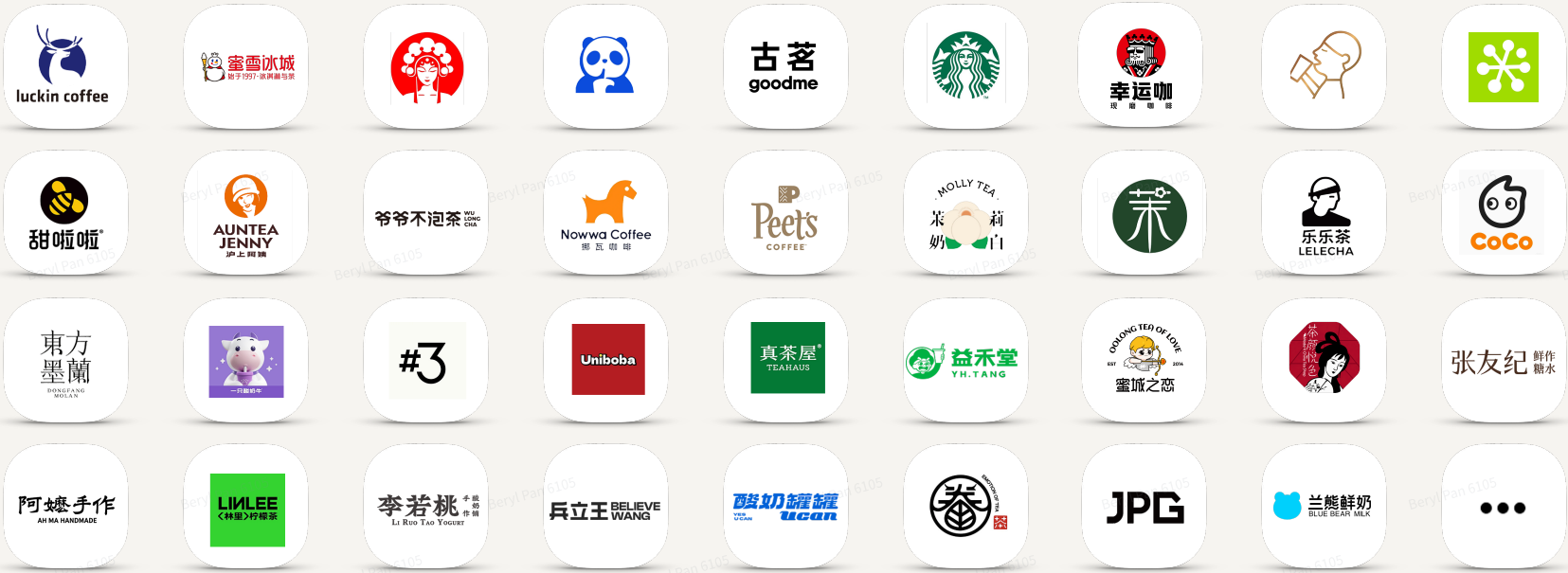
第一年只深度服务7个品牌
深入场景 打磨产品



2021

陪伴用户心目中的好品牌
通过私域沟通及触达，提升复购与信任度

咖啡/茶饮连锁品牌



快餐/零食零售连锁品牌


SHAKE SHACK
熊大爷 现烹饺子
朴大叔 拌饭
紫燕百味鸡
享哆味
临榆炸鸡腿
NEW YOBO
巴黎贝甜
包道
满记甜品
元気寿司
隆興美
松鹤楼 苏式汤面
泸溪沔桃酥
小渴见小面
煌上煌
寧波湯糰店
蔡大胖 CAI DA PANG
WuSu 乌苏烧烤 Big Big Q
芝根芝底 ZG PIZZA
龍歌自助小火锅 LOONGER HOT POT
City 1+1 Pizza
满满星 小火锅 炸鸡自助
肥汁米蔸
农夫山泉 NONGFU SPRING
好想来
全家 FamilyMart
来伊份 LYFEN

正餐宴请


巴奴 毛肚火锅
陶陶居
农耕记 湖南土菜
三出山
西贝 XIBEI
COMMUNE 幻城
山缓缓
辣可可 小炒黄牛肉
蛙小侠
捞王 WANT HOTPOT 锅|物|料|理
左庭右院 鲜牛肉火锅
厚贞 日式烤肉
舟山高桂庄
海底捞 外送
郑喜旺 烧烤
金柱大盘鸡 JINZHU CHICKEN
禄运茶居 手工点心
老甘家 小龙虾 江湖菜
大丰收 鱼庄
炉小哥烤肉
姚记铁锅炖
绿波廊
亚马逊环球美食汇
杨国楼
椒爱 水煮鱼川菜
VENTAS 凡塔斯
松鹤楼
乡悦天下
山东老家
上海老饭店
六安宴 六安人的会客厅
关东小磨
上海法兴菜
夏日玛莉西餐厅
爱碗亭 鲜炒湖南菜
本来 BENLAI 四川自煮菜
GO TEA GO 去茶去 新疆州菜
大格树下 鲜做顺德菜
大渔铁板烧 Tairyo's Teppanyaki
豆花姐 烂豆花火锅
靓靓蒸虾
民谣集 烧烤酒馆
蒋公 野生菌石锅鸡
大叹号 烤肉·朝鲜族料理
I miss niu 许府牛
梅溪徐记 鲜牛肉店
SHUANGHEYUAN 双合园
東门口
索龙頔
五口灶 小炒肉·下饭小炒
湘间里舍
阿强家川菜
一哥靓汤
在逢川米
雅扬韵
洱历 HONGLI
可伸楼
我的小板凳
胡溪湘味
丝恋丝娃娃
去吃龙虾
醉得意 山茶油炒土鸡
新京韵 PEKING HOTPOT
•••

跨行业


ANTA
FILA
特步
ICICLE
货拉拉
高济健康 COWELL HEALTH
君海游戏 JUNHAI GAMES
中田健身
ANKER
HIMO GROUP 海马体
万物云 SPACE TECH
JUST.
LINE FRIENDS
Outlet 奥特莱斯
JOYMARK

Contents
目录

1.0

公司介绍
Company Introduction

2.0

私域价值
Private Domain Value

3.0

如何落地
How to implement

4.0

用好工具
Use tools

Beryl Pan 6105

品牌私域成功愿景：复购增长

+0.5 – 1.3杯/周
茶饮复购（私域VS非私域）

+1.1 – 2.1次/3个月
餐饮复购（私域VS非私域）

+10% - 20%/月
私域零售业绩









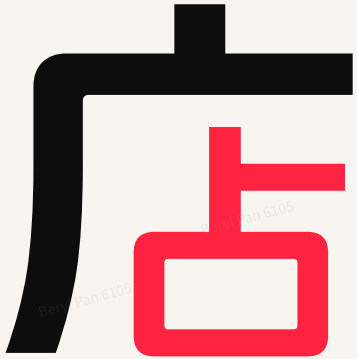
用户运营的第一现场
不是到店
而是到店前

选址 | 人流量/人气 | 动线/场景/IP/空间体验

从空间影响力占领
到时间注意力占领

触达 | 对话频次 | 出门前已经决定去哪一家

被看到 / 被感知
“广”是场，是流量入口，是品牌的宽度



被记住 / 被选择
“占”是心，是留存闭环，是品牌的深度

Beryl Pan 6105

私域成功愿景：即3大增长价值

用户增长

直接拥有	反复触达	深度运营
↓	↓	↓
资产	免费	主动

餐饮/茶饮单店
每年新增活跃好友

5,000 - 8,000人

餐饮企微触达率

53% - 79%

复购增长

券	服务	互动
权益	积分	KOC

餐饮复购
（私域VS非私域）

+1.1次 - 2.1次/3个月

茶饮复购
（私域VS非私域）

+0.5杯 – 1.3杯/周

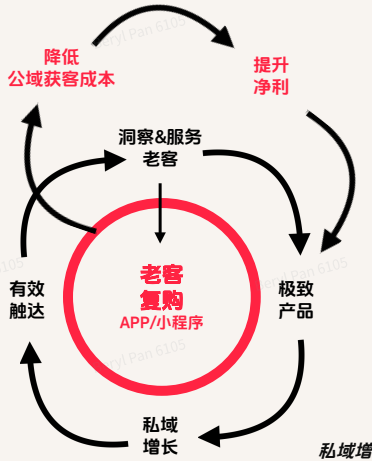
私域零售业绩

+10% - 20%/月

利润增长

驱动老客复购

不被平台裹挟，享有更多定价权



私域增长飞轮

创造顾客聊天，提升品牌信任力

[品牌私域成功愿景]

64万 - 438万	=	5,000 - 8,000人	x	365次	x	0.5% - 1.5%	x	70-100元
年度单店私域价值		年私域用户数 （单店每日拉新26.7人）		年人均触达次数 （7次/周 × 52周）		单次触达转化率		客单价

Contents
目录

1.0
公司介绍
Company Introduction

2.0
私域价值
Private Domain Value

3.0
如何落地
How to implement

4.0
用好工具
Use tools

Beryl Pan 6105

私域要做好，把握4件事

“产品”的信任：定位清晰， 新鲜好吃，产品与服务有复购属性

“用户”的信任：把到店用户加上好友，沉淀品牌用户资产，离店可触达

“价值”的信任：私域给到 “最大优免力度”和“最强专属感”

“组织”的信任：私域是一把手工程，成立项目组，关注长期价值

Beryl Pan 6105

产品好吃才有复购，产品是原点





做服务



做频次



做附近

抓住用户到店关键时刻，1店1年10,000人
私域有量才会有价值

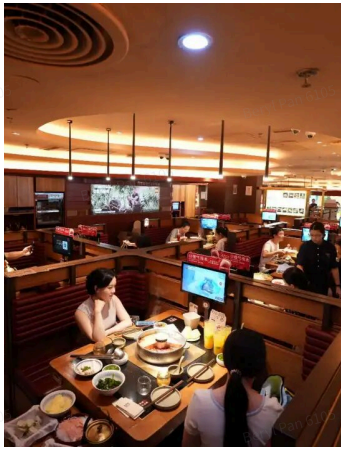
到店

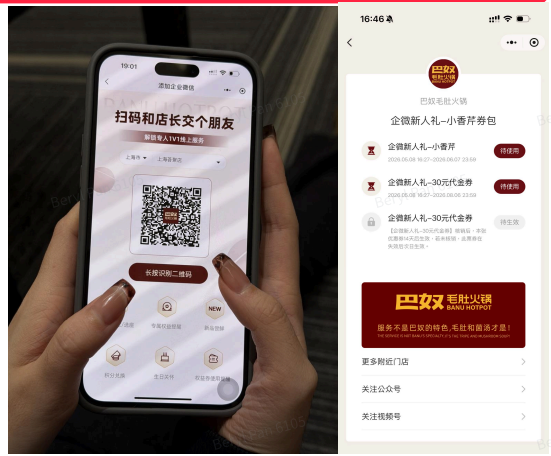
离店&到店服务

点评/美团引导到店



扫码点单 + 添加店长企微领取“安格斯雪花牛肉”





联系店长，提前订座+预点单 / 线上零售

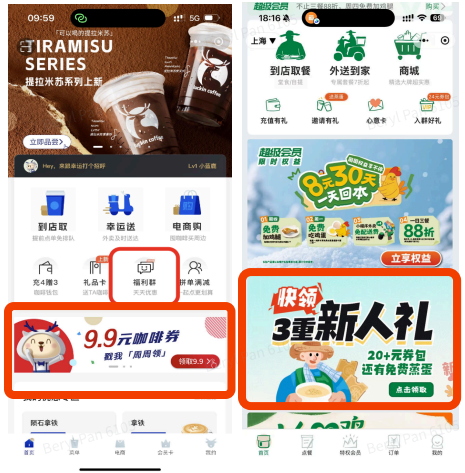


用微信与会员互动&触达

把会员价值最大化、让会员养成消费习惯

私域不仅承接老客，也能裂变出新客
抓住线上社交好友裂变

新客：引导添加好友



老客：引导裂变&直接下单



裂变活动：社群时刻表的心智



做好全域定价策略，保障私域用户体验
不退群不退粉

私域最优

公域获客效率
加盟商有钱赚 品牌有钱赚
用户获得实惠
底层是算账/业财的能力

B 日常价格

¥13.9 一口价
面价¥29

A 感知价格



C 竞争价格









D 活动价格



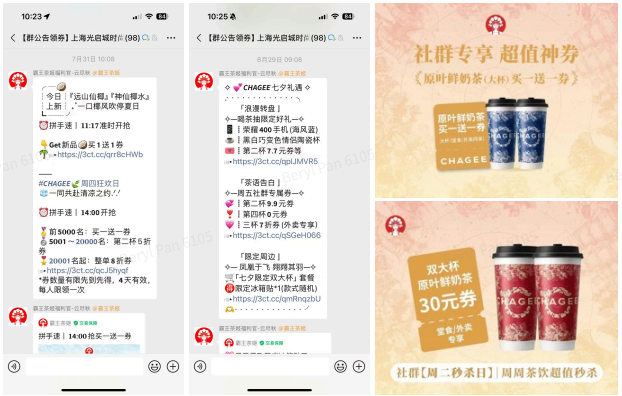
让优惠保持稀缺感 有节奏，让用户年消费额最大化（LTV）

最优的价格和权益，要留给持续复购、信任你的私域老客

单聊渠道最优

推券策略	9.9元用户	非9.9元用户		
标签策略	领券次数	核销次数		
平均复购周期	每周喝1次	未喝		
折扣下探策略	5.8折	5.5折	5折	4.8折
推荐时间策略	上午	下午	周中	周末
推送频次	低频用户1次	高频用户3次及以上		

社群权益最优



开业活动仅限私域专享



私域必须是老板带队的“一把手工程”
从标杆到全量，有激励 有动力 有节奏 能落地

成立项目组，分工要明确，推进项目落地

总部中央指挥	区域赋能	门店轻执行
私域项目组：项目统筹 • 私域系统及企微账号日常管理与执行 • 营销、培训、系统 等跨部门沟通协同 • 监控私域拉新/券/订单等核心数据	**宣导培训** • 给门店店长做宣导和培训	**物料铺设** • 负责门店物料摆设
品牌/市场部：内容营销输出 • 营销活动及上新推广计划 • 线上下物料设计及内容制作（文案+图片）	**门店巡检** • 巡检包括：物料、店员口播引导	**标准话术执行** • 执行拉新口播（如：加好友可以领xxx）
信息IT部：系统与数据 • 功能支持（包括埋点、数据、券等） • 数据支持	**即时反馈** • 门店遇到的实际问题（如核销操作不熟练、顾客疑问等）第一时间反馈给总部	**轻量化运营** • 手机任务执行（客户及朋友圈群发） • 门店问题答疑

私域333行动

用户群	营运群
感受用户声音	看团队如何落地





iCC Grow

Contents
目录

1.0
公司介绍
Company Introduction

2.0
私域价值
Private Domain Value

3.0
如何落地
How to implement

4.0
用好工具
Use tools

iCC Grow

聚焦服务大规模连锁&高频互动场景，助力总部&终端高效协同运营

01 私域账号矩阵
权限分配&任务分配&数据归因能力

- 业务架构-区域/城市
- 门店
- 成员
- 社群
- 客户
- 在职/离职继承
- 社群装修
- 活码模版设置
- 成员权限
- 带参配置

02 建立关系
全域拉新，渠道追踪

- LBS活码
- 渠道活码
- 识别活码
- 社群活码
- 海报模版

03 洞察关系
标签体系，画像识别

- 用户画像
- 门店标签
- 客户标签
- 社群标签

04 维护关系
做有温暖&真实的互动

- 欢迎语
- 素材库+追踪
- 聊天即参与
签到/答题/报名/投票/UGC…
- 抽奖活动/好友裂变/
盲盒碎片/问卷表单

05 转化关系
任务激励，精准沟通

- 任务日历+追踪
- 智能旅程SOP
- 员工任务激励

06 数据BI看板

- 数据看版
- 拉新留存
- 活跃
- 任务执行
- 光荣榜
- 数据播报
- 舆情防控
- 敏感词/关键词
- 词频分析
- 成员响应
- 聊天记录

01私域架构丨以门店为单元来进行私域经营动作，灵活区分策略、权限及数据分析

- 支持区域独立运营，大架构承接下属N个子架构，权限分级管控（如：不同事业部只能查看所属门店数据）
- 支持多种角色权限配置分层角色管理、权限管理设置数据可视范围通过角色管理赋予员工不同的数据可视范围

组织架构节点 → 门店→门店员工 → 门店社群 → 门店标签→门店客户

私域经营的组织节点

- 通常以城市/督导为最小节点设置私域组织架构；
- 最小节点下管理所属门店；

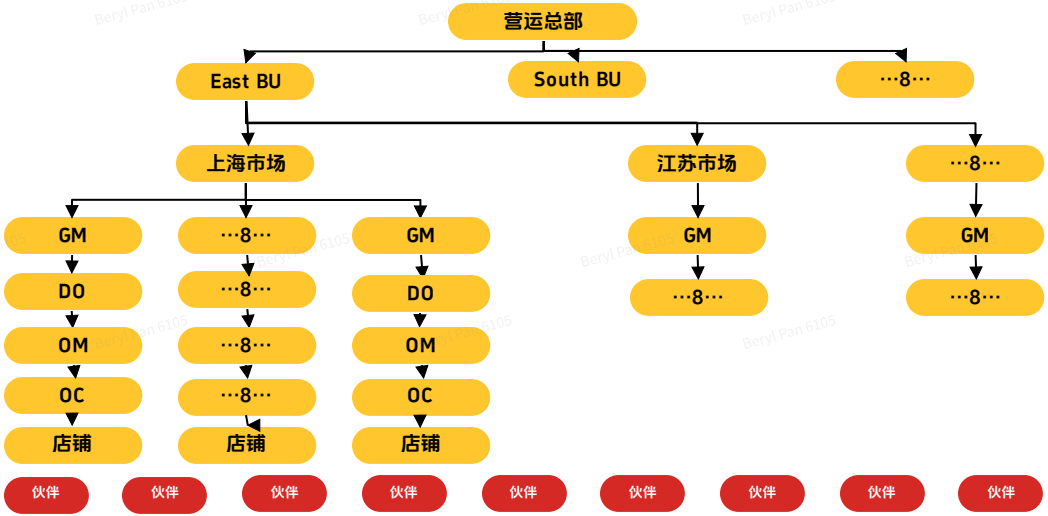


每个门店绑定门店所属的员工
（同步企微通讯录）
每个门店绑定门店社群

01私域架构-案例丨14个大区10+类别5800+门店，有章法&业务视角地做沟通做管理

iCC Grow虚拟组织架构与品牌门店系统打通，自动同步门店组织架构经营节点、门店基础信息、门店经营状态，使成员/社群活码创建更实时，实现不同属性门店及不同属性客户灵活触达，全面可视化呈现运营数据

1	2	3	4
同步品牌门店组织信息 真正从业务视角出发 组织运营单元，快速创建门店活码 承接私域流量	针对不同活动 精准分区触达 可以基于门店标签、客户标签 任意组合、精准触达	可支持多种角色权限配置 分层角色管理、权限管理 设置数据可视范围 通过角色管理 赋予员工不同的数据可视范围	数据BI 数据全面可视化 各维度经营数据呈现 追踪私域运营成果

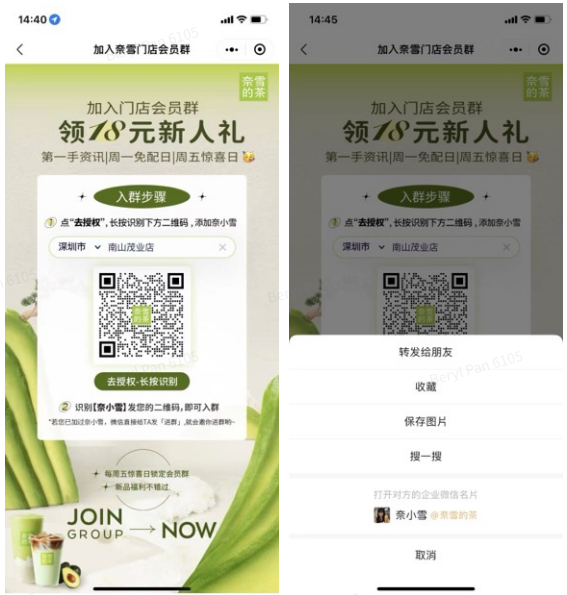




02 建立关系丨应用展示：满足一切业务场景拉新需求，可结合门店的用户动线&线上用户路径的合理排布

- LBS活码，基于用户的所在地理位置，推荐就近的门店员工活码（个人码）
- 识别活码：餐饮常用于线下点餐场景/其他可用于活动场景- 根据用户的身份判断是否显示二维码或引导用户打开小程序。

LBS链接活码（加好友/进社群）



根据用户地理位置
展示最近门店成员二维码

成员活码

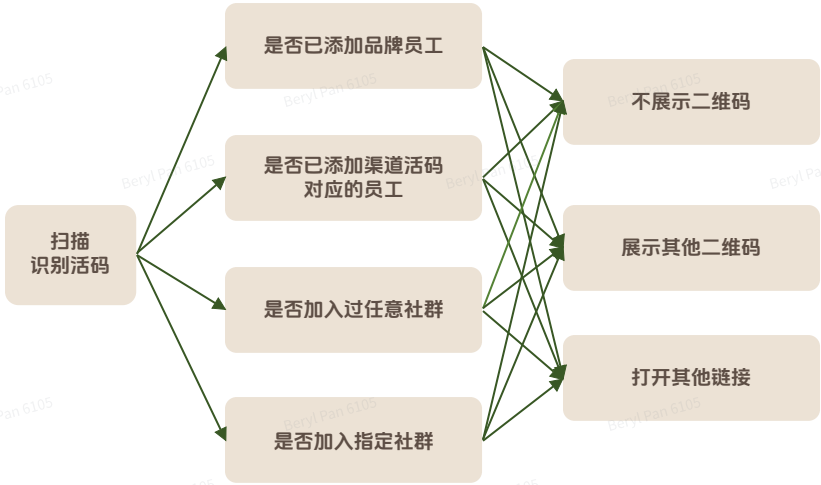


线上点单后
订单详情页
展示门店成员二维码

识别活码

可用于门店下单场景、活动判断场景

1. 路径短，少授权
2. 社群无限裂变
3. 数据精准落到单店、单群



02 建立关系丨应用展示：利用渠道活码矩阵创建对应渠道记录客流来源，从而沉淀渠道优劣

- 渠道数据看板：拉新/留存/留存率的查看，支持查看top渠道的占比。并支持查看渠道好友/渠道群成员明细和渠道的投放效果
- 支持生成导购渠道码，用于投放不同的渠道，支持配置不同的渠道码不同的欢迎语，附件支持图片或网页或小程序或二维码海报
- 支持渠道自动打标签，沉淀和划分会员渠道来源

数据看板-根据不同渠道统计引流效果



渠道活码-根据渠道创建不同活码



配置内容-渠道不同欢迎语不同



直接进店 | 抖音 | 公众号 | 小红书 | 官网 | 小程序 | 海岸城快闪活动 | 联名活动

沉淀：渠道来源/归属门店

02 建立关系-案例丨线上全布局&线下三层漏斗引流锁客，月拉新人数环比增长148%，识别活码区分新老客链路引流量达总拉新量的32%

门店三层锁客漏斗







将私域权益曝光在每个用户链路

私域台卡、展板物料
先友后群

↓

点单码
识别新老客私域链路

↓

小票LBS码
定位最近门店进入私域

点单码改造识别活码-用户路径

下单决策前的私域权益放大



减轻门店忙时拉新口播压力

用户扫点单码

未加门店企微
-新客-

已加门店企微
-老客-



可扫码加好友进群 加门店企微
也可【立即点单】

好友欢迎语
点链接进群

群欢迎语
领券下单



点击【即刻点单】，选购下单

03 洞察关系丨应用展示：添加好友后通过数据中台打通，品牌在企微上就能看到客户所有信息

支持展示客户详情（具体信息维度根据运营权限后台可自定义）
支持同步打标（同步SCRM标签组与标签名，导购可手动为客户打标签）



重点品推荐



客户基本信息



消费购买信息



客户标签



优惠券信息

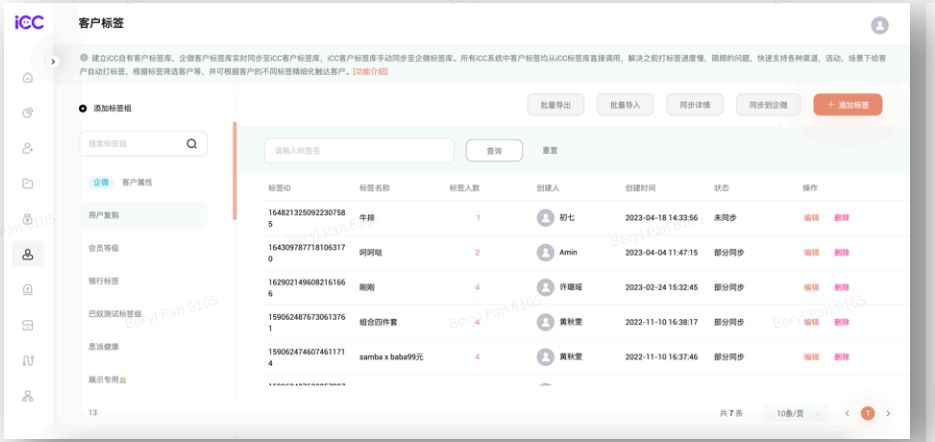
支持和CRM
会员体系对接
在客户画像页面呈现
-
会员等级
会员权益
购买记录

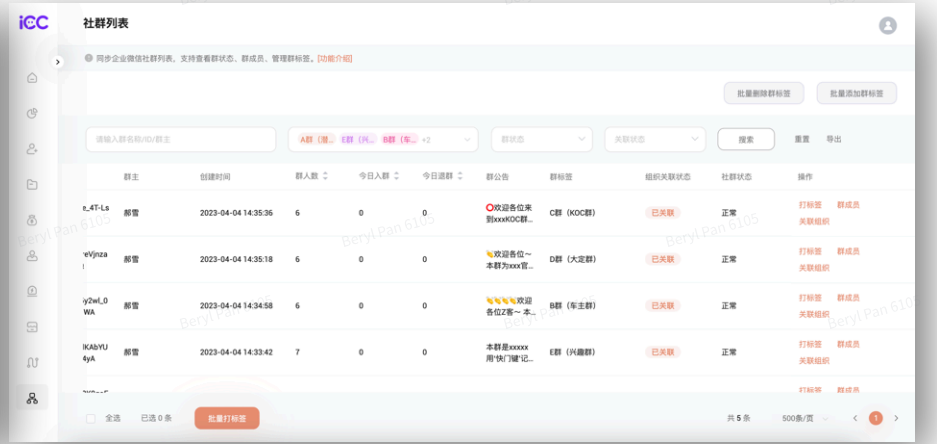
会员等级
性别
职业
城市
是否在官网购买过商品
最近一次购买时间
最近一次活跃时间
最近一次服务时间
离TA最近的门店

导购打开手机
在企微直观查看会员信息
(消费记录、会员信息、优惠券信息、客户标签等)
不用一个个到系统查询

03 洞察关系丨iCC Grow系统自建客户、社群及门店标签库，融合标签&用户画像识别

- 灵活创建标签：形成多层级标签体系（如一级标签“会员等级”，二级标签“一级/二级”）。
- 批量打标签：可手动或通过规则引擎（如客户行为触发）为单个或批量客户添加标签，例如自动标记“高活跃用户”





企业微信融合 &品牌方标签系统融合

- 企业微信标签库双向同步
- 突破企微打标接口速度限制
- 用于后续精细化运营动作

① 员工手动打标签

② 拉新打标：成员活码加好友自动后自动添加标签

③ 自动打标：自定义触发条件，添加对应标签

03 洞察关系-案例丨利用标签系统从千人一面到千人千面，帮助品牌千万级用户画像沉淀

私域	标签/画像	X	会员行为	标签/画像	=	应用/需求	精准满足
社群活跃用户			近-月消费次数			高净值用户定位	
签到活跃用户			近-月消费金额			活跃KOC挖掘	
聊天活跃用户			近-月星星消耗量			潜在分享型KOC	
活动活跃用户			当月星星过期高比例			专属优先兑换通道	
UGC活跃用户			Merch消费次数			优先特权体验	
热心活跃用户			多杯/BOGO高意愿			专属荣誉评选	
			任务参与意愿				
			新品尝试意愿				

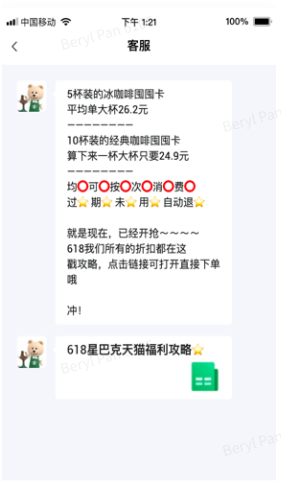
近期有消费但本次未完成星任务的规则命中用户



曾完成过但本次未完成星任务的规则命中用户



囤囤卡高潜消费&社群券活跃的规则用户命中

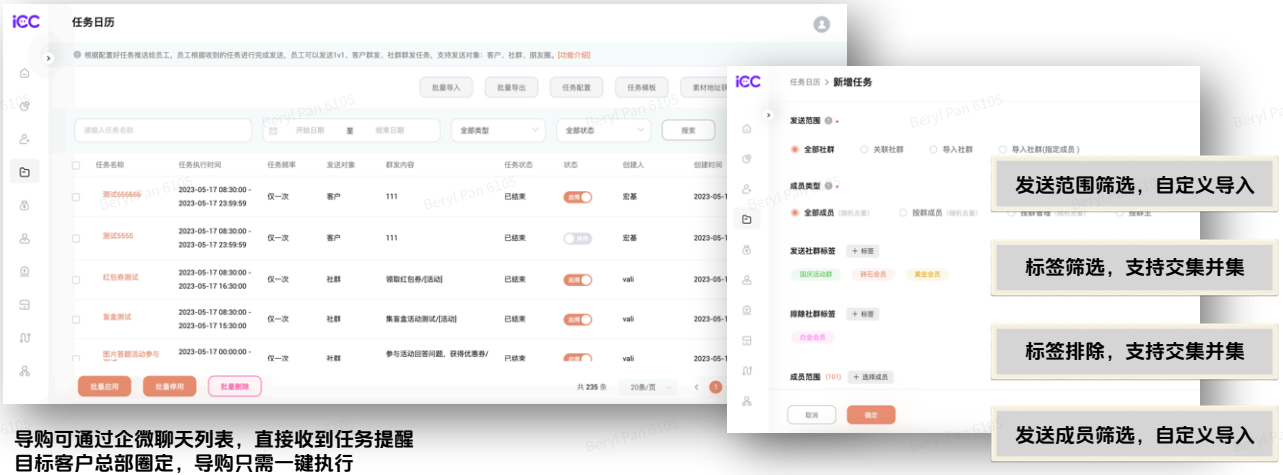


通过私域行为&会员行为的打通精准运营
用户UV/CTR/转化高于短信渠道数倍且成本可控

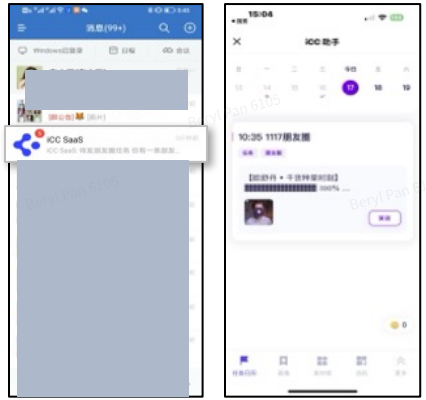
04 转化关系丨应用展示：利用群发功能做好人群分类和任务配置，不同客群聊不同内容吸引客户下单

- 可按照组织标签、好友标签等做分群组筛选的精准任务推送，推送后被推到任务的用户会收到明确的消息提示；
- 智能进度看板：按品牌/区域/门店多维度排名，未完成任务可手动二次提醒，且支持导购任务激励分；
- 合作方协助品牌人工点击群发任务

设置发送时间	发送对象	发送范围	筛选成员	发送方式	发送内容	任务分
每日发送时间 重复频率	发给社群 1v1 朋友圈	根据标签筛选 或排除/导入	哪些员工 要执行这个任务	批量/逐条发送	图片/链接/视频 小程序/活动/文件/素材库	完成任务员工 获得任务分



导购可通过企微聊天列表，直接收到任务提醒
目标客户总部圈定，导购只需一键执行



伙伴视角

04 转化关系丨应用展示：利用智能旅程为客户建立用户生命周期sop，不同时期发送不同针对性内容

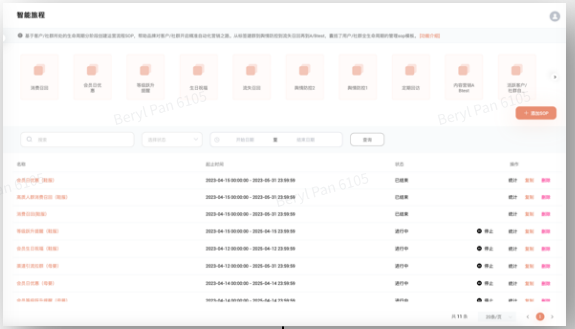
- 根据需求打通品牌系统接口，数据互通，灵活配置旅程不同触点&策略；
- 通过判断客户消费/会员行为等，自动化周期性执行用户唤醒；

核心应用引擎：用户动态旅程

①用户实时行为，触发差异化旅程

②用户关键时刻，打造定制化旅程

③品牌活动需求设计，灵活性旅程



活模版

提供专业SOP模版
一键复制即可应用，持续定期更新



活流程

基于用户实时行为触发差异化旅程
实现用户最佳体感

04 转化关系-案例丨基于有肉感的用户洞察，输出有差异的用户分层触达策略丨以 首购-复购-召回-储值为目标，以用户所需“贴身”沟通

精细化运营-月环比

- 私域储值人数 +8.3%
- 私域订单量 +2,365%
- 私域GMV +2,381%
- 月复购率 +0.7%

数据试点范围：浙江省

会员生命周期

- 进店
- 建联
- 首单 → 会员首购
- 二单
- 三单
- 五单
- N单 → 会员复购
- 预流失会员
- 流失会员 → 流失召回

精细化运营

人群包：从未消费用户
沟通方向：首次到店消费+首充储值优惠

新人礼领券率87%（行业平均值70%）
核销率75%（行业平均值40%）

人群包：30天内消费用户
沟通方向：到店消费+首充/复充储值优惠

消费转化率169%
储值转化率20.3%
（触达后30天数据，消费转化率=消费订单数/触达人数；储值转化率=储值人数/触达人数）

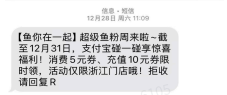
人群包：流失召回（30天外消费用户）
沟通方向：派券+到店消费+储值优惠

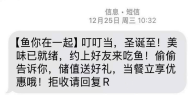
消费转化率43.1%
储值转化率5%
（触达后30天数据，消费转化率=消费订单数/触达人数；储值转化率=储值人数/触达人数）

人群包细分策略，1v1&短信通道触达

人群	定义	目的	利益点	渠道	频次
新人首购	私域好友/非好友的注册会员，且从未消费	到店消费	用券提醒	1v1/短信	7天/次
		派券+到店消费	派券	1v1/短信	

人群	消费周期	消费频次	储值	目的	利益点	渠道	频次
复购锁客（历史消费过的用户）	30天内	≥2次	储值余额≥35元	到店消耗储值	新品/大促	社群/朋友圈	2-4次/月
			储值余额<35元	复充+到店消耗	储值优惠	1v1/短信	14天/次
			从未储值	首充	储值优惠	1v1/短信	14天/次
	30天内	≤1次	储值余额≥35元	到店消耗储值	新品/大促	社群/朋友圈	2-4次/月
			储值余额<35元	复充+到店消耗	储值优惠	1v1/短信	14天/次
			从未储值	到店消费	用券提醒	1v1/短信	14天/次
			从未储值	派券+到店消费	派券	1v1/短信	14天/次
流失召回（历史消费过的用户）	>30天		储值余额<35元	到店用券+消耗储值	派券（储值同享）+余额提醒	1v1/短信	14天/次
			储值余额大于35元	到店用券+消耗储值	派券（储值同享）	1v1/短信	14天/次
			从未储值	到店用券	派券	1v1/短信	14天/次









04 转化关系-案例丨基于用户洞察&用户分层，做1v1精准推送，人群包朋友圈运营实现千人千面，为品牌带来43%业绩增长

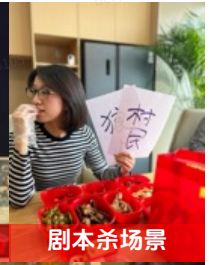
“嘴里没味，来点xx”　“追剧没味，来点xx”　“露营没味，来点xx”

“开车没味，来点xx”　“夜宵没味，来点xx”　“熬夜没味，来点xx”

极致的优惠　极致的生活向往　食欲　朋友嘴里说的好吃　烟火气　身边感　讲人话

分层运营	内容营销
未开卡 / 已开卡未首购	7块7开绝代双骄PLUS卡 得10元无门槛立减券 商品79折
未充值	充值满300元，赠积木麻将+4张福利券
已领券	引导到店核销 （领钥匙扣/红包袋/走路鸭玩具/定制手帕纸）
未参与	提醒到店，领取年货礼品
全量	新年3大神券（59元代75元鸭舌&虾球券 / 岁岁桶8.5折 / 锁骨两个6.6折） 鸭鸭杯赠2瓶菲诺耶乳+4张优惠券（内含16元大额券）
已购1.68权益卡	仅剩6天到期，77折秒虾球鸭舌 （鸭舌虾球下单立减11.5元，满50元到手仅需38.5元）
已购7块7权益卡	仅剩6天到期，10元无门槛优惠券 （25元虾球&鸭舌到手仅需9块7）
已领券将过期	倒计时5天，新年大额神券立减16元 （鸭锁骨2份66折，59元代75元鸭舌&虾球券）













12月未代运营 VS	1月代运营
下单人数	+70%
订单量	+62%
销售额	+43%
客单价	+5元
复购率	+30%

日常所需

让商品属性成为特有的场景零嘴必备&解馋必备

好感 + 共鸣

赋能节日期间大销量，创意内容围绕节日，为大众制造共鸣&记忆点

倒计时

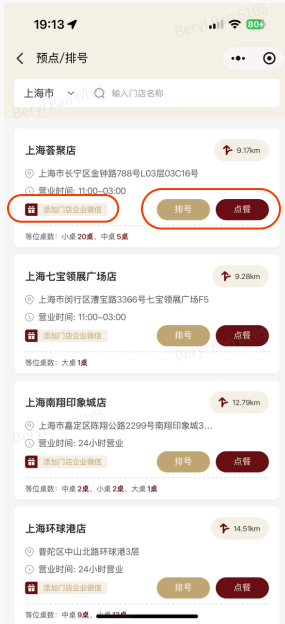
推出核心物料，营造紧迫感/价格锚点，为门店提供导流&下单

04 转化关系-案例丨聚焦老客，做好到店前&离店服务，复购率30%，平均翻台率约3.7次。TOP门店月提升400+桌销售，TOP店长-月触达3000+用户

	场景	私域关联动作
用户到店	提前预约	到店前添加店长企业微信，提醒预约最近门店台位
	排队接待	排队期间提供饮料/零食，门口店员引导顾客扫码加好友
	客人落座	到店提醒，肚神由主管接待，肚王由主管接待
用户离店	会员生日关怀	即将生日的会员发送祝福，提醒使用生日专属券
	会员日提醒	每周三宠粉日定期提醒会员日限时福利
	新品尝鲜营销	每月新品上新，统一推送尝鲜券
	会员升降级	30天后降级顾客保级提醒，7天后降级客户降级告知





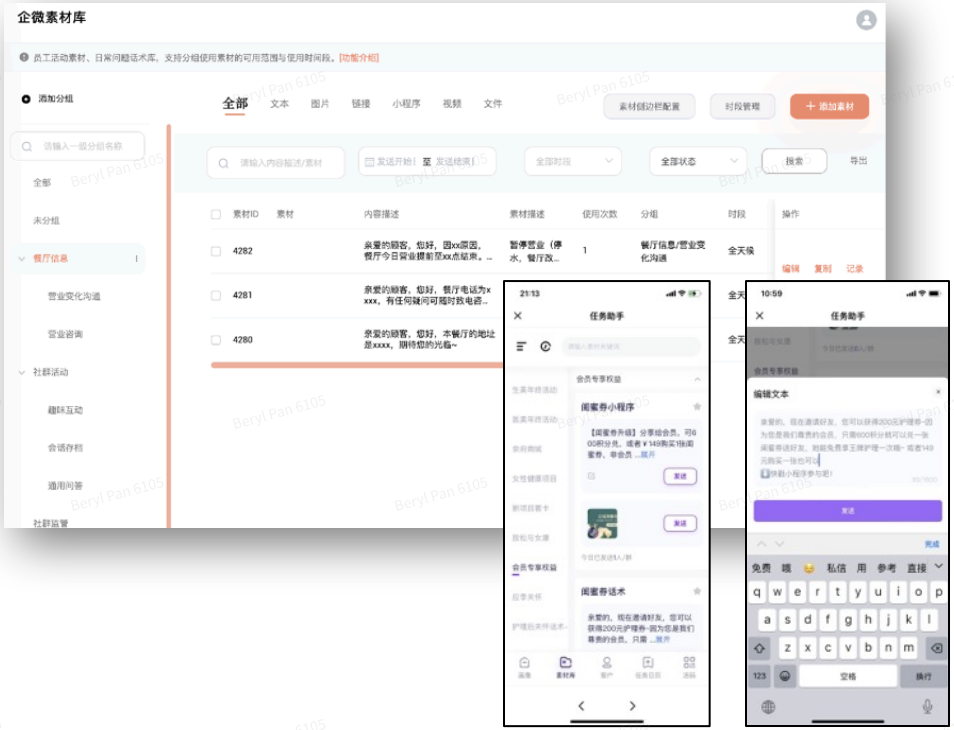






05 维护关系丨应用展示：做个有温暖的品牌，利用素材库跟客户没话也能变得有话聊

- 素材可分时段配置，在对的时间发合适的内容给顾客，素材分组管理，什么场景发什么素材都有迹可循
- 支持素材发送时进行二次编辑，给门店个性化的空间
- iCC素材库无需下载，可查看员工使用次数，对接订单数据可支持私域业绩统计



社群监管

客户关怀

投诉答疑

营业时间

餐厅信息

门店活动

产品视频

活动小程序

活动链接



支持二级分组
按最新/次数排序

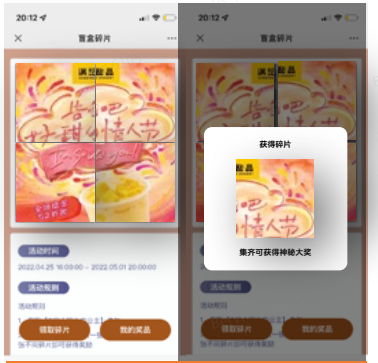
素材话术支持
伙伴个性化编辑

素材支持统计
伙伴使用记录

支持文本丨链接丨图片丨小程序丨视频丨文件类型素材

05 维护关系丨应用展示：社群趣味玩法工具可相互关联 & 数据导出 & 串联拉新活跃转化，解决长期营销内容单一、用户互动疲软、转化效率低等问题

- 支持社群的多样化营销玩法（可结合会话存档能力）、支持企微群的群发营销活动设置，可查看效果数据统计
- 基于企业微信实现获客，拉新好友进行裂变，达到不同阶段裂变目标后可领取红包或者优惠券奖励



盲盒碎片



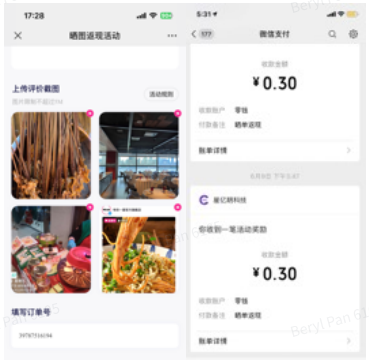
问卷调研



聊天即参与



大转盘抽奖



晒图返现

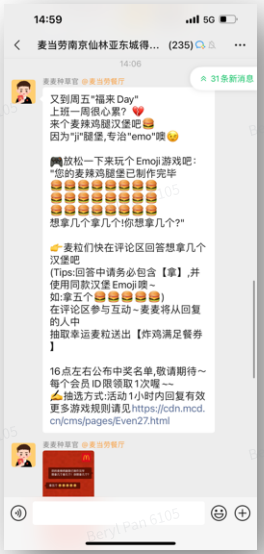
- ✓ 参与次数自定义
- ✓ 实物奖励，优惠券奖励
- ✓ 活动范围自定义
- ✓ 页面设计自定义

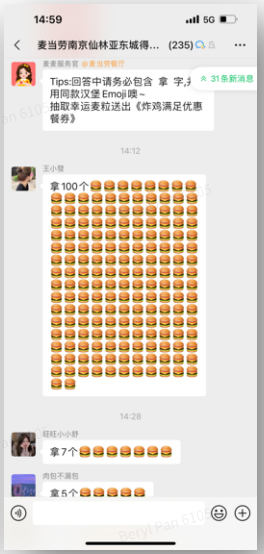


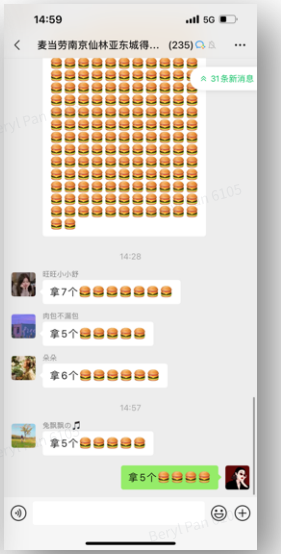
05 维护关系-案例丨聊天即参与，将互动活跃-品牌发券-用户领券核销自动关联

14:30活动开始&发布 → 用户关键词互动 → 15:00活动结束 → 15:30拉取会话存档数据，统计获奖名单 → 打通品牌券系统，通过union ID调用品牌发券接口自动发放券至微信卡包 → 群内公布获奖名单

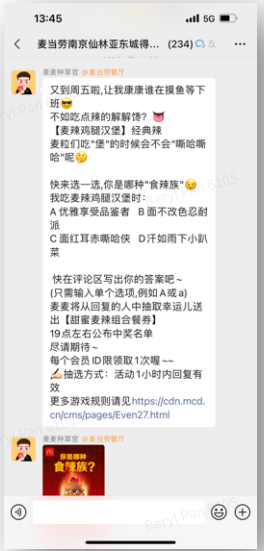
互动“拿”汉堡

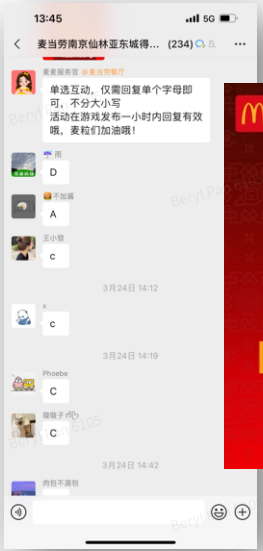






食辣族投票





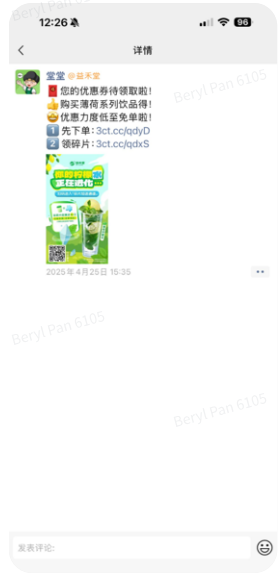
05 维护关系-案例丨盲盒碎片进阶玩法：联动柠檬水新品上市&小程序&私域强曝光，玩法带转化，下单指定商品赢碎片，单场活动核销10w+单

01 先下单 → 02 领碎片 → 03 集齐碎片 → 04 兑免单券











支持多轮次集齐兑奖最高可得免单券！

判断通过后，给予领取碎片机会

根据用户unionID自动查询是否下单指定商品

05 维护关系-案例丨抽奖活动 “社群专属福利日营造 延长用户生命周期”



奈雪-周五抽奖活动



幸运咖-圣诞盲盒抽奖



喜茶-线下品鉴会抽奖



陶陶居-年货手信抽奖

05 维护关系-案例丨问卷表单 “直达用户反馈 丰富用户画像标签”亦可实现晒图有礼



标签设置	用户提交问卷后，自动打上标签
提交奖励	提交问卷后可获得奖励，支持盲盒、抽奖、外部券、积分奖励形式
问卷分享	支持分享问卷，可自定义分享图片、分享标题





05 维护关系-案例丨问卷表单 “社群UGC活动“







05 维护关系-案例丨品牌根据“用户在群/好友判断”状态给予领券权限





用户是否在群状态查询





用户是否添加好友查询

06 数据洞察丨数智看板总部、片区、运营者视角，数据全面可视化

企微统计

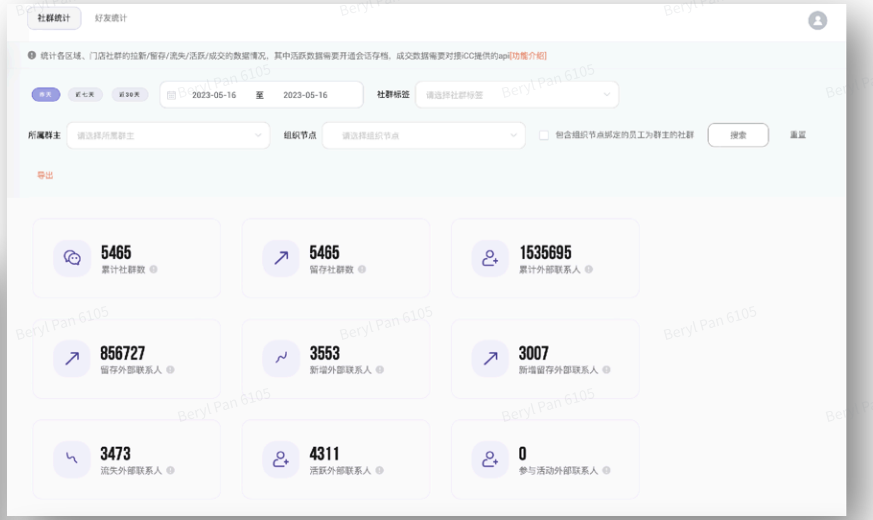
活跃统计

渠道统计

光荣榜

新增/留存/流失/累计
按群主/组织节点/标签自定义筛选



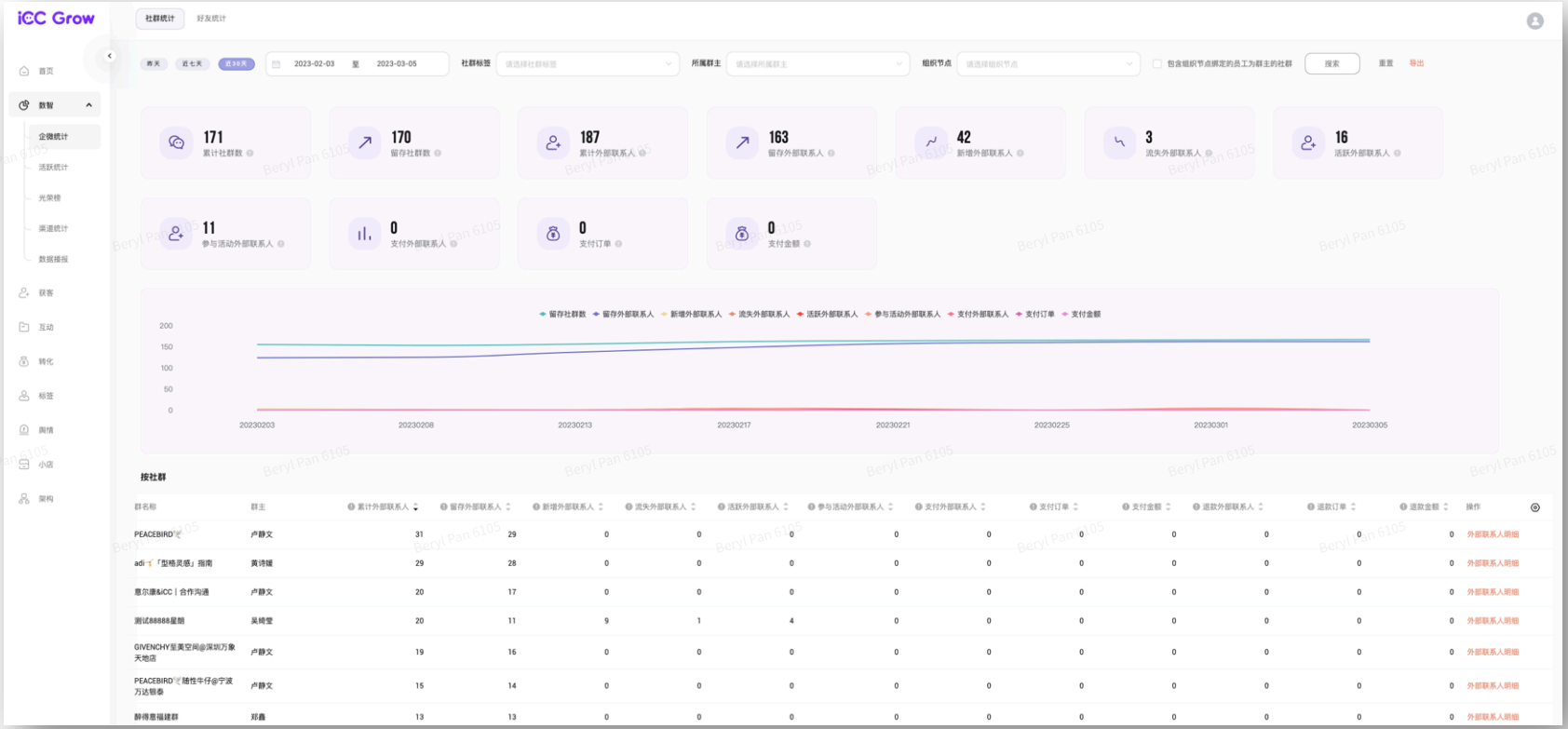




06 数据洞察丨社群/好友数据统计：统计分析计品牌社群/好友消息数与活跃情况

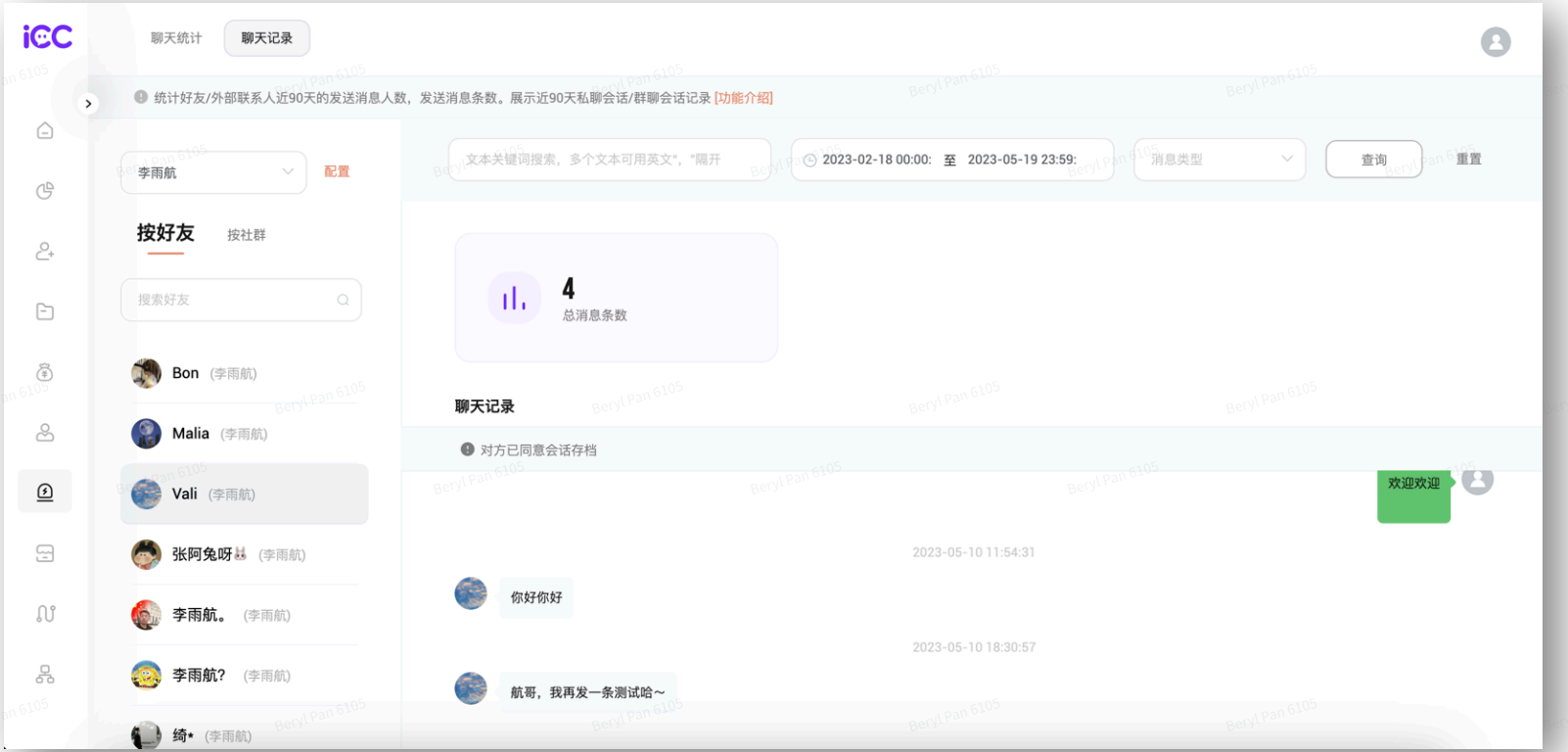
整个私域流量的增长、流失、成交的数据大盘一目了然

支持API对接，获取交易数据，包括订单笔数，订单金额，退款笔数，退款金额等



06 数据洞察丨聊天记录存档：开通企微会话存档之后，同步聊天记录至iCC Grow后台

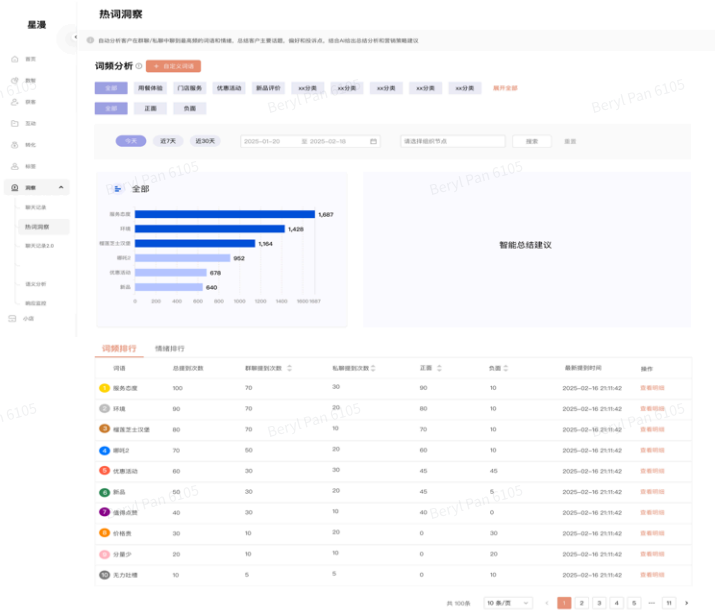
统计90天的发送消息人数，消息条数；保存聊天记录，支持聊天记录搜索，支持按时间和消息类型筛选



06 数据洞察迭代计划丨AI舆情洞察助力服务提效：分类热词+情感分析，为品牌提供消费者洞察，辅助营销推广及解决方案建议

1、词频分类：

- 提升满意度：基于消费者真实反馈，发掘服务/门店营运问题，优化门店满意度
- 营销辅助：AI自动生成近7天热度最高的100个词，供品牌了解消费者讨论热点，为营销活动提供资料



2、热词&情感结合分析及解决方案：

- 分析：例如麦当劳上新“特浓抹茶牛奶”，可以知道消费者对“特浓抹茶牛奶” 好评及负评情况，直观了解到新品的受欢迎程度
- 解决方案：

针对好评分析原因，比如大家对新品的口味都很认可，建议加大新品券推送频次，放大季节限定等针对性推广方案，增加抽奖/盲盒等更多的营销玩法等

针对于负面的高频词，AI解决实际情况，推荐客诉响应解决方案



06 数据洞察迭代计划丨AI舆情洞察助力服务提效：舆情客诉及时响应

3、客诉及时响应：

- 针对于客户在群聊/私聊提到的负面客诉问题，门店店长工作高峰期不一定能及时回复，结合负面情绪监控功能，及时通知群主/好友成员及时回复进行安抚
- 系统可自定义配置相应规则，例如，10分钟内群反馈了4次 负评，系统会及时通知群主立刻进行安抚，如果是私聊，则会通知对应的成员好友进行回复安抚



提醒舆情



查看舆情



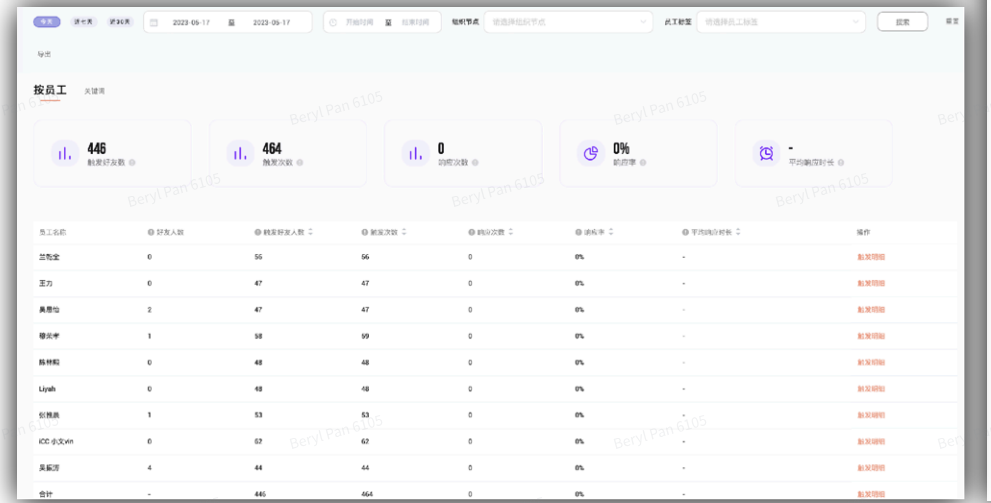
处理舆情

06 数据洞察丨员工响应监测：通过对员工互动响应速度的监管，提高服务及时性

监控员工在社群/私聊场景下被@后处理响应的情况

支持统计到社群、员工，按组织节点、社群标签进行筛选，有助于企业进行员工服务质量的管理考评

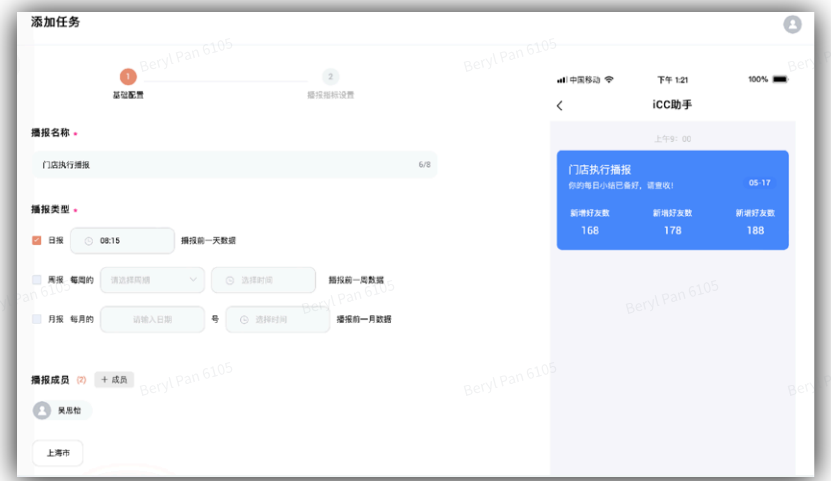






06 数据洞察丨数据播报：日报/周报/月报，重要指标表现及时监控

门店伙伴/管理人员可随时收到门店数据指标通知，及时关注重要指标达成进度



播报时段，播报周期可配置

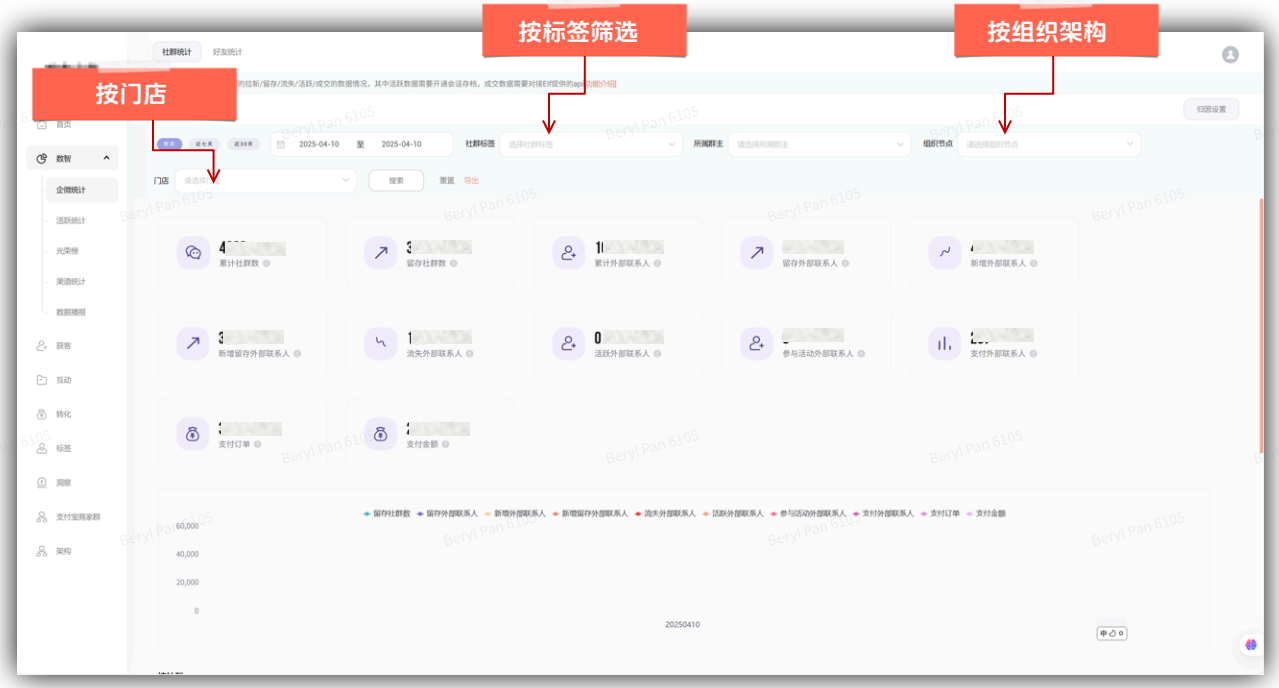


拉新数据/活跃数据/任务数据，播报指标可自选



手机收到数据播报

06 数据洞察-案例丨企业微信x品牌中台深度打通：门店拉新+社群转化+销售数据实时追踪，业绩增长可视化管理





手机端精准统计单店每日拉新数据和转化情况

06 数据洞察-案例丨合理的激励政策，T+1的业绩播报&督查（播报+复盘），即时提升伙伴主动营销积极性，实现提效与增收









① 区域内强化门店执行意识，任务推送后及时通知门店执行
② 任务推送后每天更新执行情况，针对未执行门店再督促
③ 推送周期结束后公布未执行门店名单

6月全国店长大赛激励机制（拉新）				
PK维度	门槛	激励	说明	奖池
拉新王牌门店	全国拉新TOP10门店	1***元 奖状 广告金	月度群拉新留存人数TOP10门店	1****
拉新千人门店	拉新超过1000人的门店	5**元	单店月度最终拉新留存人数超出1000人 *预计80家，按照拉新人数排名优先级发放 超出80家归入“拉新积极门店”奖励	4****
拉新积极门店	拉新超过300人的门店	1**-3**元	月度群拉新留存人数达成阶段门店 阶梯奖励：300人（100元）400人（150元） 500人（200元），700人（300元） 此激励方式单店300元封顶 *按照拉新人数排名优先级发放	12****
拉新王中王区域	群拉新TOP1区域	1****元 奖杯	月度平均单店拉新达成第一区域	1****

6月全国店长大赛激励机制（变现）				
PK维度	门槛	激励	说明	奖池
变现王牌门店	全国核销订单数TOP10门店	1***元 奖状	月度新人礼核销订单数TOP10门店	1****
变现王中王区域	新人礼核销订单数TOP1区域	1****元 奖杯	月度平均单店新人礼核销量达成第一区域	1****

区域	朋友圈执行率均值
东区	4*%
南区	4*%
西区	5*%
北区	4*%
总计	4*%



精准统计单店每日拉新数据
督导及时跟进所管门店进度

企微私域暖客服务升级

Beryl Pan 6105

覆盖顾客从计划消费到再次复购的完整周期，解决服务断点问题

智能预订SOP

预订与到店环节

顾客通过企微预订桌位后，系统自动推送：

- 到店前提醒（天气、停车、排队进度）
- 根据历史偏好推荐锅底、菜品
- 自动发送优惠券或积分预告，提升到店意愿

店员端实时画像调取

用餐期间服务增强

扫码点餐后，店员可在企微查看该会员：

- 忌口偏好、常点菜品
- 生日/纪念日状态
- 可用券/储值余额，主动提示使用

差异化服务触发

系统自动提示：

- 高价值会员 → 赠送小菜或服务升级
- 新会员 → 引导加入会员体系

智能关怀SOP

离店后复购激活

- 消费后自动发送用餐反馈问卷
- 根据消费菜品推荐相关套餐券
- 生日/节日自动发送专属福利

复购提醒：针对一段时间未到店的会员，系统自动推送“老客回归专享券”

将复杂的运营策略，简化为“标签+分组+预设动作”的可执行模板
实现不同等级的会员区别对待

客群类型	标签体系建议	运营策略
新客	首单用户、未加企微、未储值	自动发送新人礼包券，引导添加企微，推送储值优惠
常客/高频客	月消费 ≥ 3次、偏好固定锅底、高积分	邀请加入“VIP共创社群”，提供专属客服、新品试吃权、积分加倍
储值会员	储值余额 ≥ XXX元、储值频次高	定期推送储值续费优惠、赠送“储值专享菜品”、生日赠礼升级
沉睡会员	近90天未消费、历史消费金额高	推送“好久不见”回归券、店长亲自邀请到店体验新菜品
套餐/团餐客	企业用餐、家庭聚会、生日宴	提供定制套餐推荐、专属客服对接、赠送集体照+相框
偏好型会员	爱辣、爱番茄锅、喜毛肚、喜小吃	根据口味推送对应新品、锅底优惠、食材故事内容

会员360°画像

功能价值：实现 “一秒识客”，在服务交互发生的瞬间，将数据洞察转化为服务动作，让每位顾客都感觉自己是受重视的熟客



会员360°画像更懂顾客

①会员信息②会员标签
③会员卡④会员券包

会员基础信息识别

①会员等级②会员卡号
③会员名字④积分
⑤消费次数⑥储值余额
⑦消费金额⑧可用余券
⑨生日
⑩手机号直接拨打电话

直接私聊发券 掌握主动

①画像页面直接进入聊天
②掌握营销主动权-自主发券

掌握会员消费习惯与消费喜好

①常去门店②消费行为
③常吃菜品④用户标签

通过360°会员画像深入了解每一位会员的生命周期、消费偏好，会员线上沟通变得更丝滑，到店也能迅速了解会员情况，差异化服务、定制化营销提升用户到店体验

用好工具：把运营的核心方法变成每一个标准动作
低成本、易执行、能落地



01 业务组织架构

基于业务丨基于最小经营单位
关联内容流/ 任务流/ 数据流
门店员工/门店用户/门店社群/门店
开闭店/门店标签，做督导/城市/大区/全国的经营分析

02 拉新-多码合一

根据用户状态展示拉新页面，成员活码or群活码or点单页
活码裂变不限制数量（友商一般是社群活码裂变5个社群后需要手动建群绑定）

03 聊天即一切

开通会话存档，通过聊天方式互动，无需小程序游戏H5/小程序，社群活跃平均提升20%+

04 触达-智能旅程

根据用户不同条件判断自动&巡回承接营销动作（打标签、用户沟通、内部通知、数据统计等）
拖拉拽组建，差异化运营

05 数据逻辑&颗粒度

数据分析落到门店/组织节点、拉新/活跃/社群/好友等维度可以筛选且直接下载
*时间支持导出31天内
数据播报，自定义时间/成员/字段，向企微手机端推送报表

06 舆情分析&洞察

聊天分析、语意分析、总结语意
舆情监控，实时通知到人

我们在做的
不是一时兴起，而是奉陪到底

让每一次沟通 更有价值

Beryl Pan 6105