

如何提升企微链路投放效率和转化效果

12.27 / 张广 / 腾讯广告
12.27 / 张丽丽 / 腾讯广告

目录

contents

- 01 企微两大获客模式对应的典型形态链路
- 02 企微后链路数据反哺广告模型提升效果的行业案例分享
- 03 如何通过服务方法提升加企微后的开口、意向等节点的转化率

企业微信两大获客模式

2
PART

两大获客模式：① 直跳+企业微信模式

直接添加企业微信

链路特点：高效，直跳企业微信名片页，点击广告位即可直达企业微信名片页。

- 当前支持直跳版位：视频号/公众号/订阅号信息流/朋友圈



广告外层 [视频号]



直跳名片页



广告外层 [公众号]

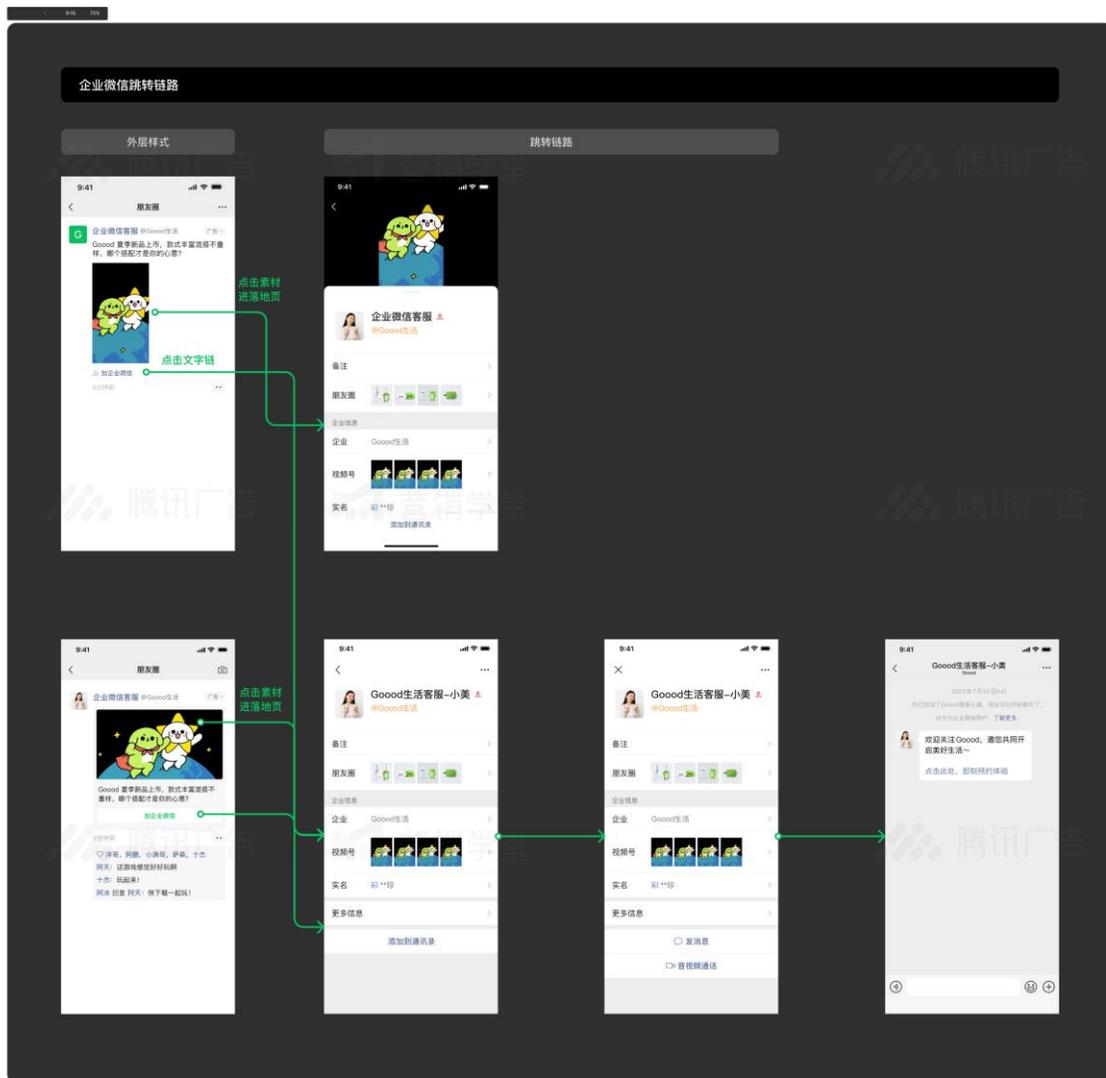


直跳名片页

两大获客模式：① 直跳+企业微信模式

直接添加企业微信 营销学堂

链路特点：高效，直跳企业微信名片页，点击广告位即可直达企业微信名片页。



- 朋友圈：常规样式已支持直跳企业微信名片页

两大获客模式：② 间接+企业微信模式

官方原生页组件添加企业微信

链路特点：简单、高效，仅需投放端配置企微客服，即可使用微信广告官方组件添加用户



广告外层



原生页按钮组件

直跳名片页



原生页扫码组件

点击自动扫码

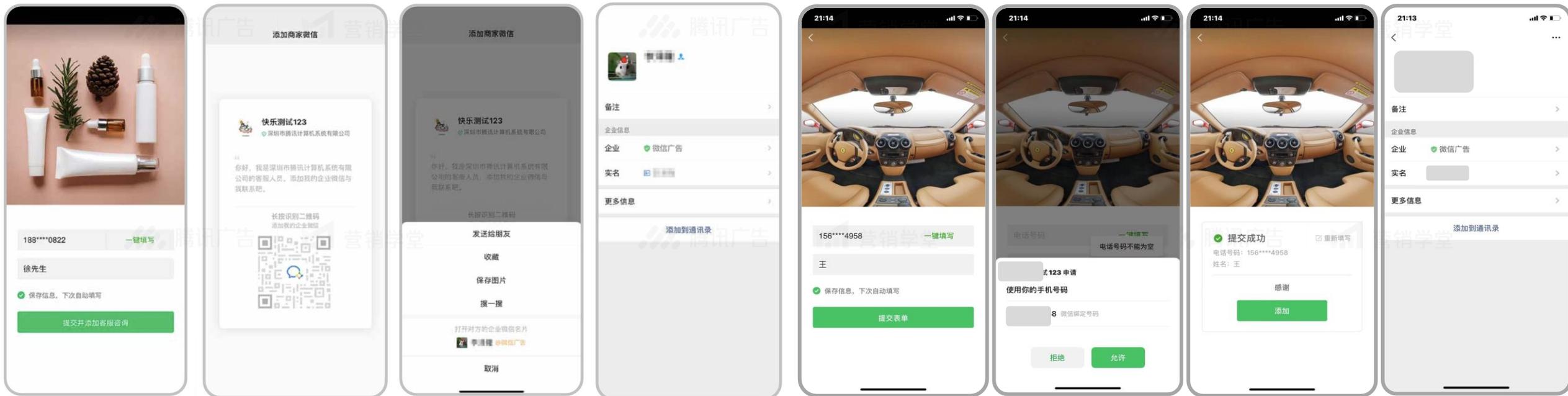
两大获客模式：② 间接+企业微信模式

表单链路叠加企业微信

链路特点

① 不改变广告主原有的表单链路，广告主可一步实现销售线索收集和企业微信建联双重营销诉求。

② 适合以手机号码收集为主要目标的广告主。用户不一定都添加企微，但一定先有表单。



原生页一键授权，提交表单跳转企业微信客服添加页面

长按扫码拉起浮窗添加企业微信客服

提交表单后点击按钮跳转企业微信客服添加页面

两大获客模式： ② 间接+企业微信模式

公众号关注蓄客，持续转化

- 链路特点： ① 通过公众号高效沉淀粉丝、长期触达教育，促成转化，LTV表现好
② 需具备一定的公众号运营能力：内容输出、粉丝管理、日常运营等



两大获客模式： ② 间接+企业微信模式

原生页直加企业微信群，高效运营社群

- 链路特点：
- ① 原生页直接导流至企业微信群聊，快速形成社群，长效运营，促成转化
 - ② 转化链路短，需同时关注后端转化效果，可结合企业微信深度优化使用后端出价投放



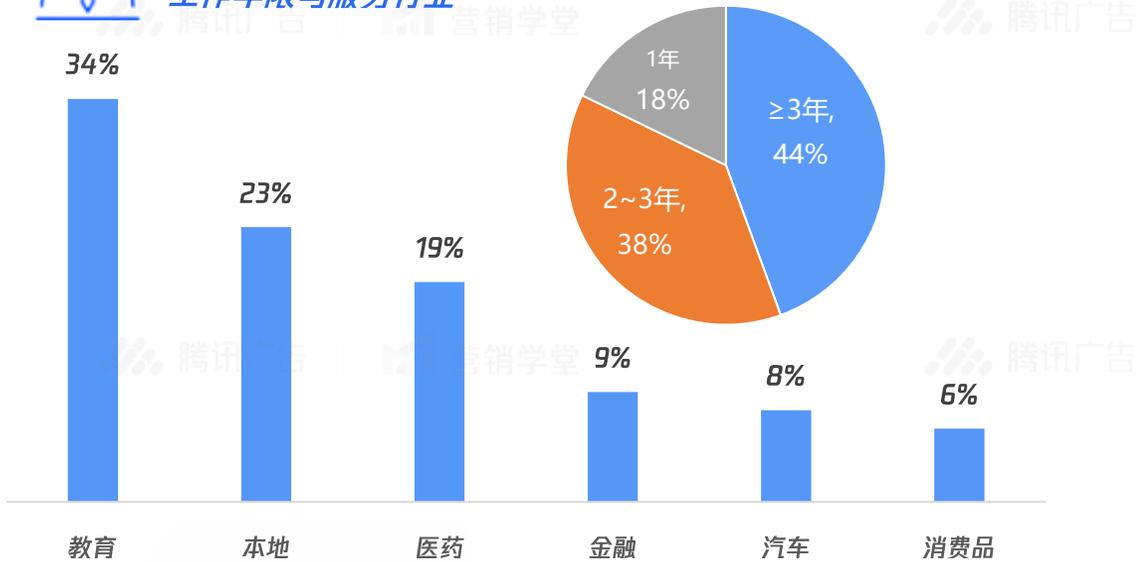
企微链路 优化师问卷调研

3
PART

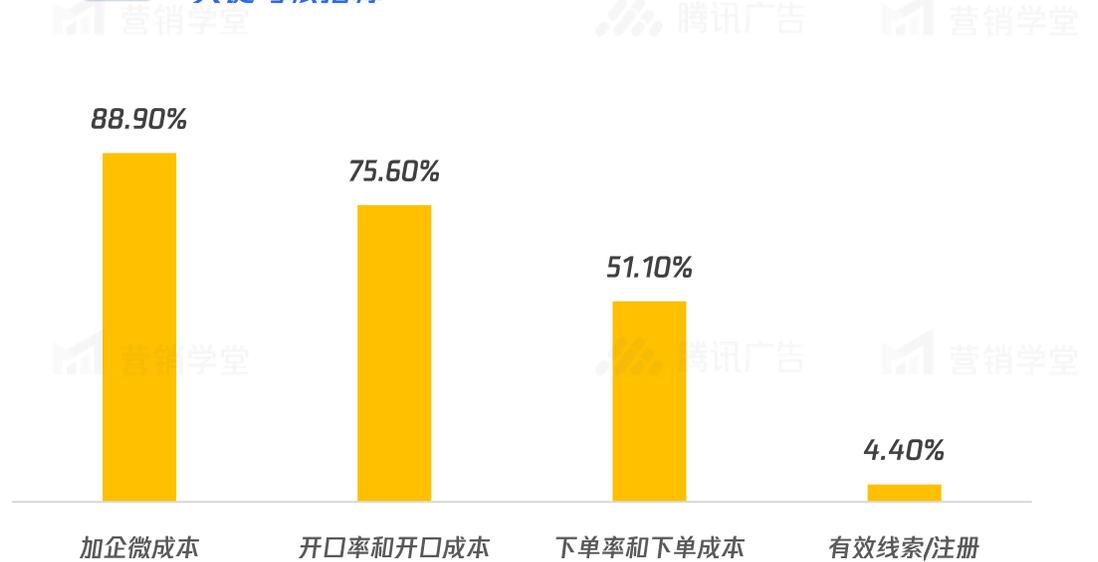
调研对象行业分布



调研对象：优化师
工作年限与服务行业



广告投放
关键考核指标



腾讯广告企微转化宝 产品能力介绍

3
PART

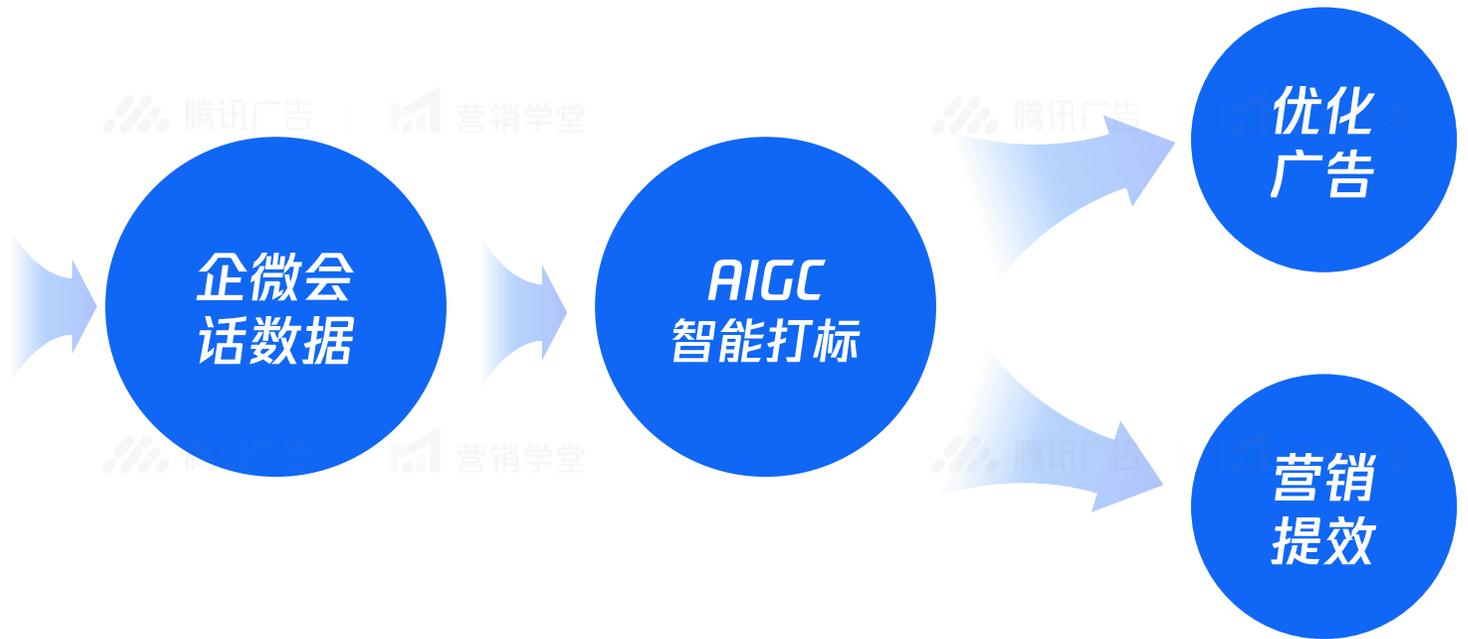
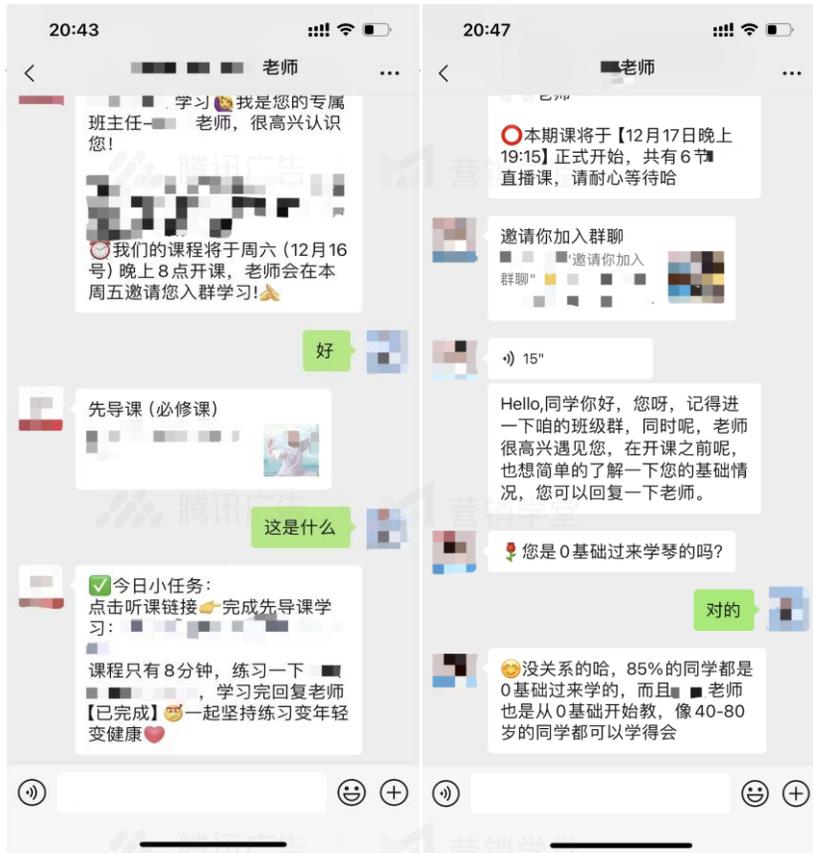
腾讯广告企微转化宝:服务企微前链路和后链路

转化宝



企微导购场景垂直大模型，助力商家精准理解顾客

导购与用户企微聊天

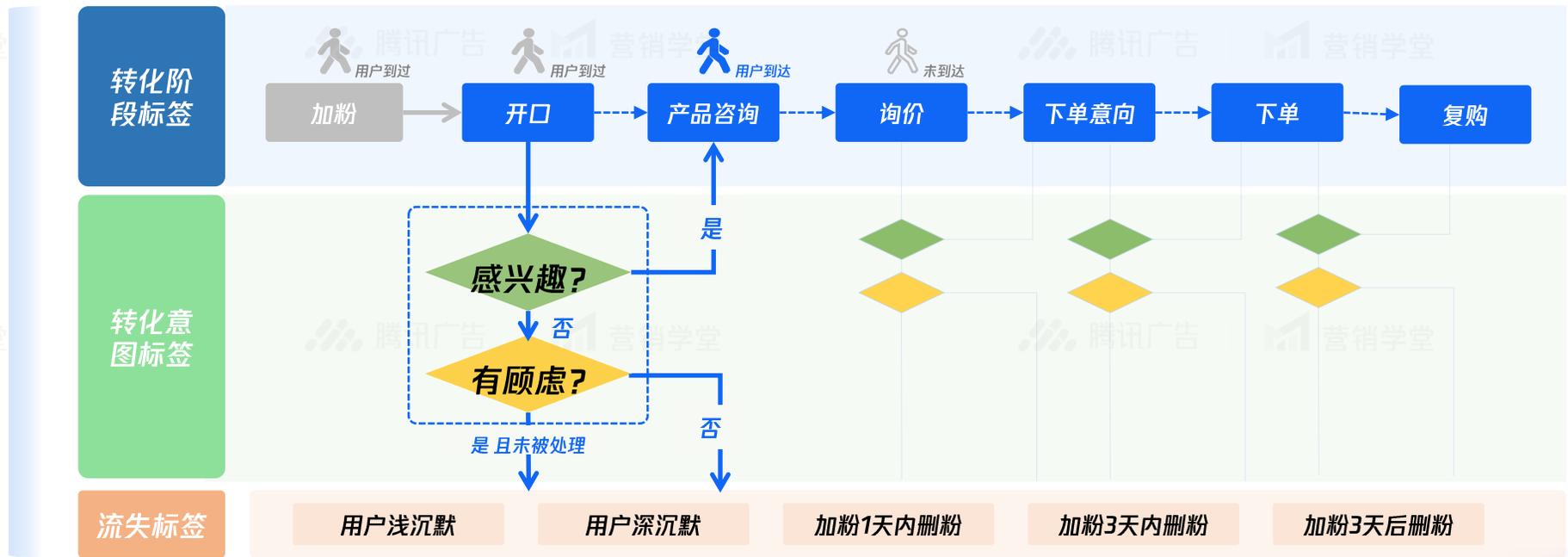


企微导购场景垂直大模型，助力商家精准理解顾客

- 经过对**亿万量级**数据的语义分析，提炼用户理解的三个维度的标签，包含**转化阶段、转化意图、流失预警**，为行业客户补充用户画像理解，助力企业实现用户加粉后全生命周期的数字化。

AIGC
智能打标

用户在哪里
用户关键兴趣
用户关键顾虑



精准目标人群分类实时反哺广告模型，降低获客成本

AIGC
智能标签



教育行业
客户案例

深耕企微链路的半年：转化宝标签生产&模型优化逐步贴近客户交易环节，辅助客户**日消耗+400%**

关键行动



精准目标人群分类实时反哺广告模型，降低获客成本

本地生活行业

转化宝上报：开口&下单数据
模型应用：意向分

分组对照	下单成本[元]	下单率
优化前	3241	6.2%
优化后	2001	7.3%
效果提升	-38%	18%

下单成本 ↓**38%** 下单率 ↑**18%**

医药行业

转化宝上报：下单意向数据
模型应用：深度辅助优化

分组对照	下单意向成本[元]	下单意向率
优化前	325	31.60%
优化后	287	38.80%
效果提升	-12%	23%

分组对照	下单成本[元]	下单率
优化前	1032	10.00%
优化后	964	11.50%
效果提升	-7%	15%

下单成本 ↓**7%** 下单率 ↑**15%**

精准目标人群分类实时反哺广告模型，降低获客成本

大交通行业

转化宝上报：开口&删粉数据

模型应用：pKAM

分组对照	加企微后开口成本[元]	加企微后开口率
优化前	4521	13.8%
优化后	4329	17.1%
效果提升	-4%	23%

开口成本 ↓**4%** 开口率 ↑**23%**

消费品行业

转化宝上报：开口数据

模型应用：深度辅助优化

分组对照	加企微后开口成本[元]	加企微后开口率
优化前	509	41.9%
优化后	303	56.5%
效果提升	-40%	35%

开口成本 ↓**40%** 开口率 ↑**35%**

如何使用转化宝智能打标上报广告能力

第1步：接入会话存档

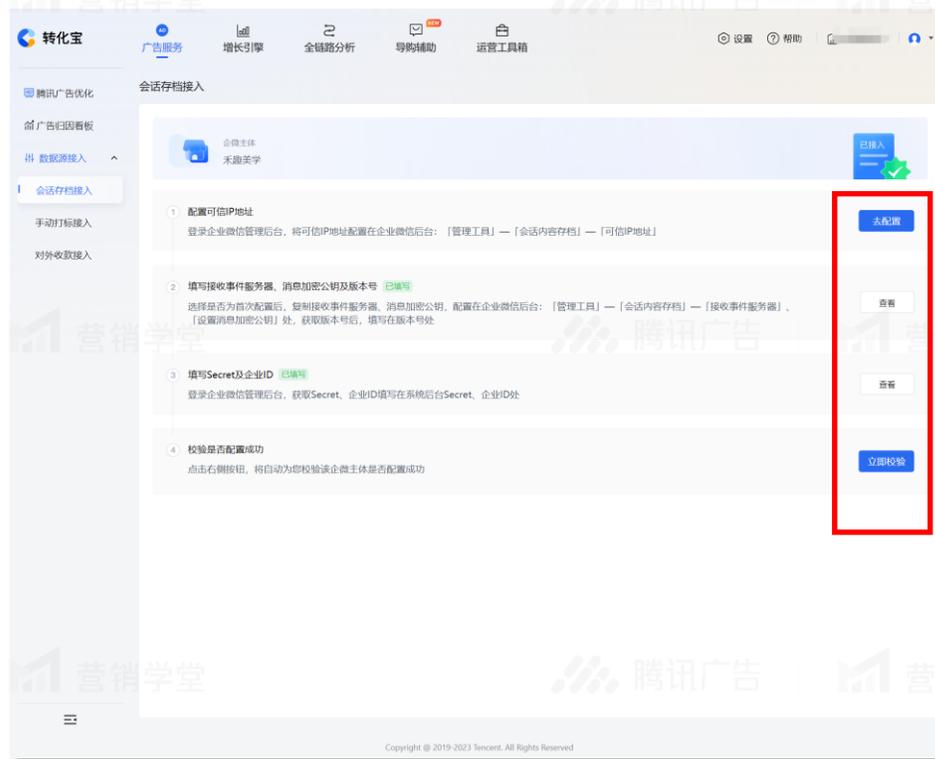
第2步：启动上报

第3步：查看数据

- 首先，企业需要由**管理员**在企微后台先购买会话存档能力——**可免费试用30天，不限坐席数量**



- 其次，将会话存档的参数配置到转化宝后台，一共**4步配置**——**入驻有专人指导**



如何使用转化宝智能打标上报广告能力

第1步：接入会话存档

第2步：启动上报

第3步：查看数据

- 首先，转化宝后台启动数据回传



- 其次，投放端配置启用「深度辅助优化」



如何使用转化宝智能打标上报广告能力

第1步：接入会话存档

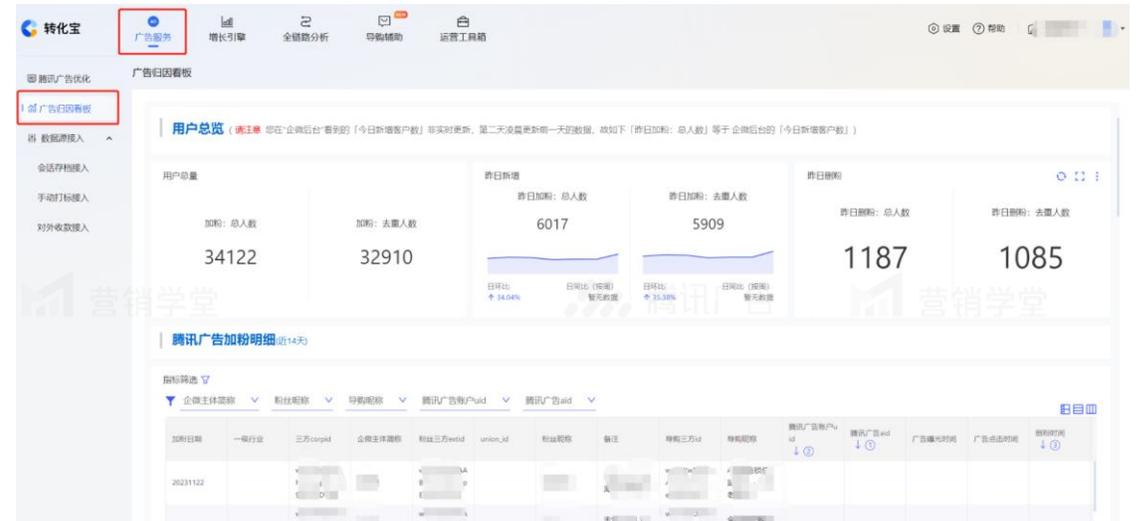
第2步：启动上报

第3步：查看数据

- 可以在投放端报表中查看到腾讯加粉来源开口、关键意向等指标数据。



- 可以在投放端报表中查看到腾讯加粉来源开口、关键意向等指标数据。



如何使用转化宝智能打标上报广告能力

第1步：接入会话存档

第2步：启动上报

第3步：查看数据

- 可以在转化宝后台查看到全渠道加粉用户的转化旅程、顾虑、兴趣等标签数据。

The screenshot displays the 转化宝 (Conversion Treasure) backend interface. On the left, a sidebar menu includes options like '客户管理', 'AI大模型标签', and '手动打标标签'. The main content area shows a '客户详情' (Customer Details) view for a user named '魏晨'. A '打标记录' (Tagging Record) panel is open, showing a list of tags with timestamps, such as '兴趣行为标签组:【国画】' (Interest Behavior Tag Group: [Painting]) and '转化行为标签组:【下单】' (Conversion Behavior Tag Group: [Order]).



以下关于转化宝的哪个说法是错误的？

- A: 转化宝是腾讯广告自主研发、向广告主免费提供的、服务企微链路的产品工具
- B: 转化宝能基于会话存档数据生产标签
- C: 企微的会话存档功能可以免费试用30天
- D: 转化宝不是腾讯广告研发的





优化师

广告服务

精准细分人群
反哺广告模型降低获客成本

提升广告效果



广告主

增长引擎

智能挖掘客户转化商机和
销冠服务优势技巧，提升成交率

挖掘增长机会



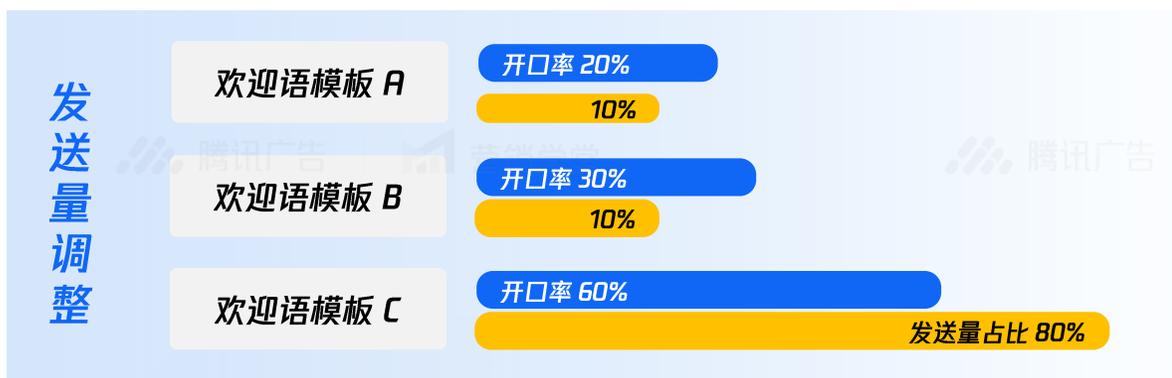
销售员

AI导购辅助

智能提供营销时机、话术建议，
持续提升导购服务技能

提升后端下单率

广告主案例：欢迎语怎么设计和发送可以提升开口率？



效果提升

开口率 ↑14%

开口率高的模版提炼



面向广告主：使用增长引擎，量化话术模版效果



话术诊断

员工发出的消息

聚合为话术模版

模版相似聚合

模版分类打标

模版互动率计算

量化出优质话术

A

陈姐也加入到老师战队了[拥抱]之前自己做一直被套，今年来来回回坐电梯，偶尔赚钱了又亏回去了，有些被套的好不容易下定决心割肉了……我相信陈姐的情况应该是目前大部分散户的心路历程，如果你也是这样，我们老师战队就是您最值得停靠的港湾??**元三季度机会全部帮您把握，绝对超值。[愉快]您什么想法能跟我聊聊吗?

B

李姐也加入到老师战队了[拥抱]之前自己做一直被套，上个月来来回回坐电梯，偶尔赚钱了又亏回去了，有些被套的好不容易下定决心割肉了，后面又强势反弹了被股市弄的真是欲哭不能，看了我们的选股思路和成功率直接就***元买了三季度课程了，你还有什么顾虑直接跟我明说吧，这样我也好帮助你



相似度阈值	相符程度描述	业务用法
[-1,0.5)	文本表述不一致	区分为不同话术模版，分别计算效果
[0.5,0.8]	文本整体结构一致，语义陈述相似，存在一句以上表述差异	同类比较，找出同类型最佳表达
(0.8,1]	基本一致，仅少量字符差异	合并为同一个模版聚合计算



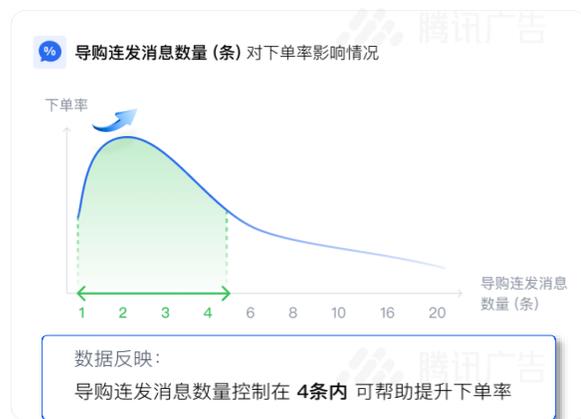
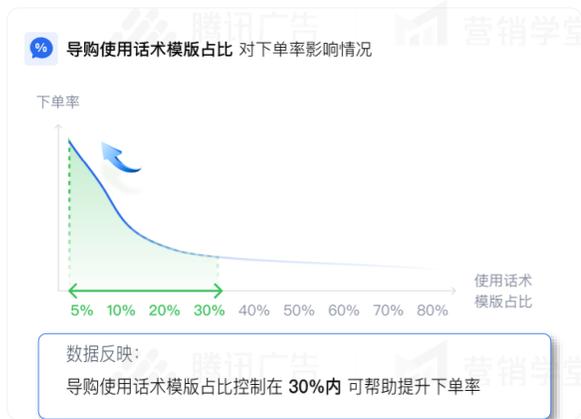
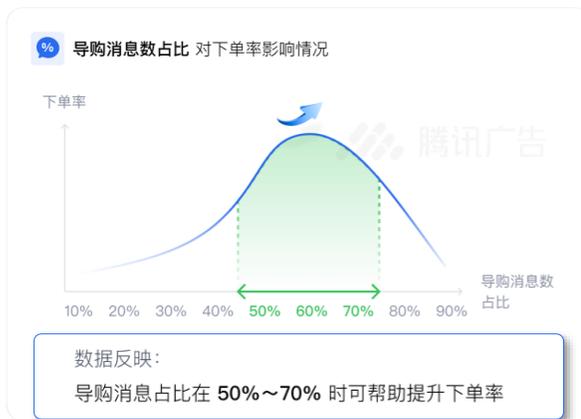
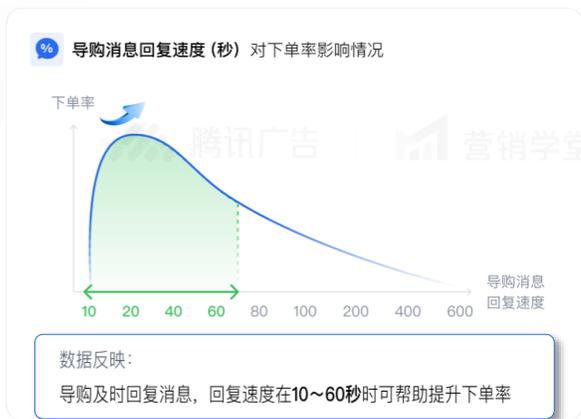
话术标签资产沉淀在转化宝后台>运营工具箱>话术管理



面向广告主：使用增长引擎，找到影响成交的关键因子

- 通过对金融/教育/电商/医药等多个行业超7000w+会话消息数据聚合分析，探索导购(业务员)的服务行为与私域订单转化间的关系，分析发现：

- 导购服务的量化分析可在增长引擎>经营沙盘中查看



转化宝

工作台 广告服务 增长引擎 导购辅助 全链路分析 AI实验室 运营工具箱

经营沙盘

客户转化旅程

客户总量 15,528 日均新增客户量 1,528 日均客户删除量 1,528 加粉客户 5,528 已开口 2,528 已询价 1,528 已下单 28

话术诊断 识别优质话术，助力提升客户回复率

导购人效 量化导购服务，复制经验提升转化率

客户关心 把握客户痛点，精细运营提升转化率

消息数占比 45% 同比 +23%

消息回复速度 36s 同比 +23%

连发消息数量 5 同比 +23%

连发消息长度 231 同比 +23%

使用话术模版占比 25% 同比 +23%

导购人效详情

消息数占比

导购服务效率

客户反馈云

面向销售员：使用导购辅助提升服务效率

- 标准服务规范，只需一键启动服务提醒，助理小宝会即刻就会出现辅助导购服务顾客。

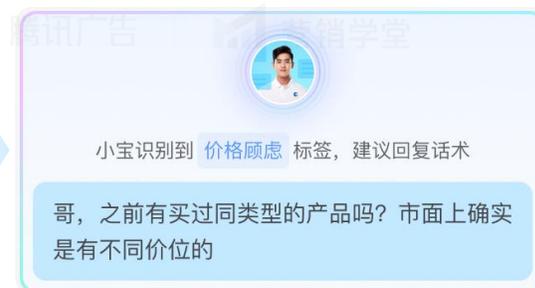
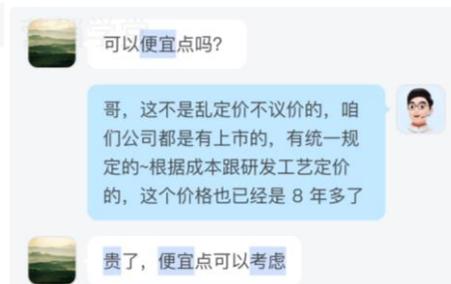
服务标准	及时服务客户	打消客户疑虑	沉默客户促活
	超时未回复提醒	价格顾虑提醒	浅沉默提醒
服务提醒	无效回复提醒	信任顾虑提醒	兴趣话题建议
		下单顾虑提醒	
		客户被打扰提醒	

企微导购场景垂直大模型

正向样本清洗提炼

“物有所值，就值这个价” → 用户流失

“您买过吗？买多少钱？” → 用户活跃

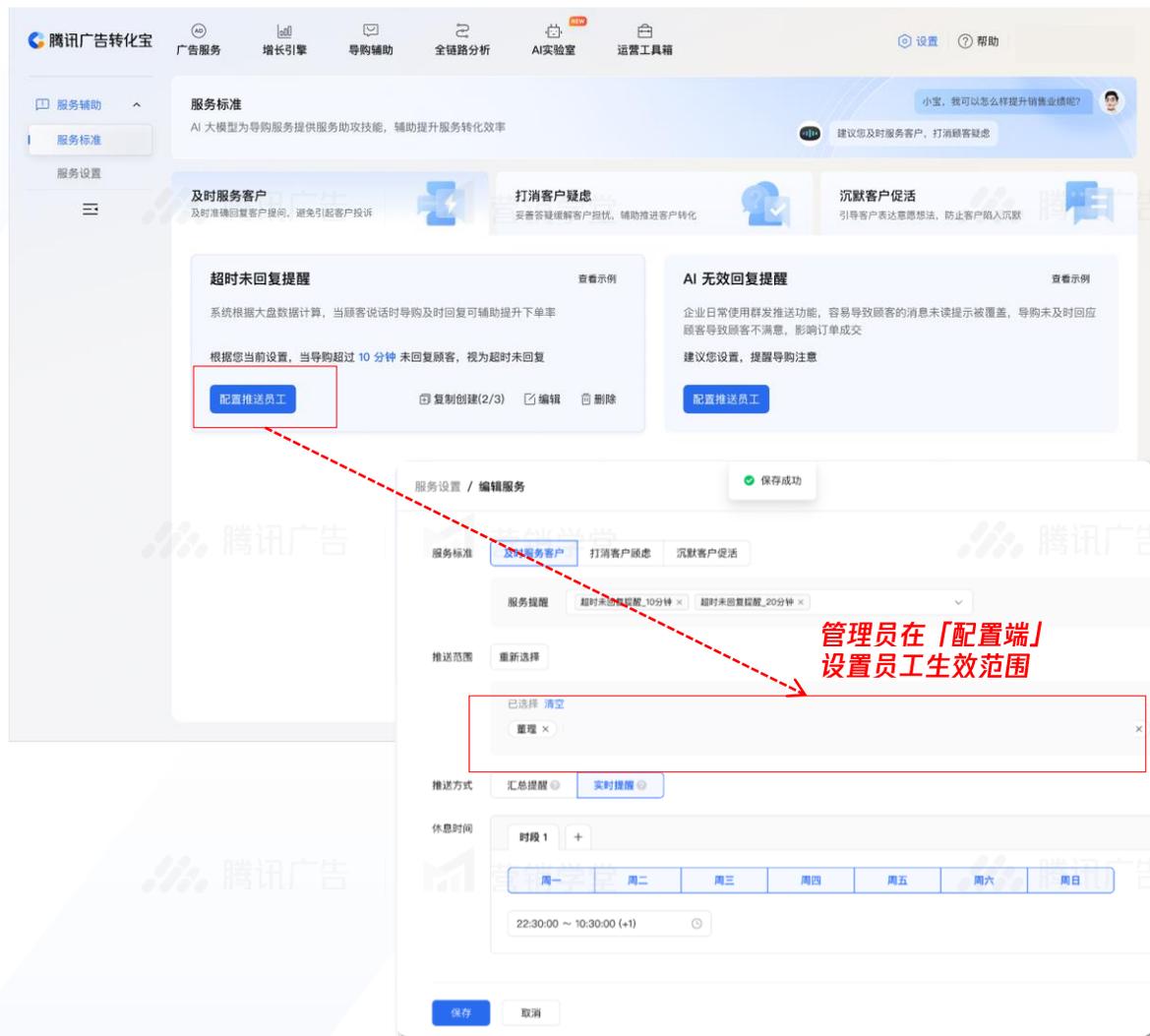


- 识别出当前顾客存在「价格顾虑」
- 侧面肯定，安抚客户的情绪
- 探索询问客户的购买经验，引导客户表达真实诉求

面向销售员：使用导购辅助提升服务效率

配置端：选择「服务标准」，设置对员工进行提醒

导购端：及时收到服务提醒和话术建议，通过员工排名鼓励竞争提升



管理员在「配置端」
设置员工生效范围



以红黄绿灯(员工排名)
提醒的同时给予执行动力刺激

核心信息get时间

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



以下哪个说法是错误的?

- A: 优化欢迎语话术设计有助于提升开口率
- B: 使用转化宝的增长引擎可以量化话术转化效果
- C: 导购跟顾客聊天时，导购的消息数占比越多越好
- D: 使用转化宝的AI导购辅助可以提升导购的服务效率





福利提示：
企微提供的“**会话存档**”支持免费试用30天，长期有效；

每个企微主体限领一次；由企微管理员登录企微后台-
【**高级功能-安全管理-会话内容存档**】这里开通

扫码立即了解产品能力



腾讯广告转化宝

扫码立即安装使用



腾讯广告转化宝

Thanks!

欢迎扫码添加



“营销学堂小助手”
获取更多学习资源