



腾讯广告



微信广告



企业微信



企明星计划2.0

2022腾讯广告企业微信私域经营白皮书

全域拓客，私域经营

目录

前言：抢占私域新基建，布局全域拓客新时期

Part 1 基石：私域与企业微信私域	01
01 为什么要构建私域？	02
02 私域新基建 – 企业微信	03
Part 2 投前：扎根全域优质流量	06
01 企业微信全域拓客流量生态全景	07
02 企业微信三大拓客主阵地	08
Part 3 投中：布局高效拓客链路	10
01 四大链路，提效全域拓客	11
02 企业微信高效投放策略 & 智能引擎	18
Part 4 投后：激活长效私域价值	24
01 客服管理升级	25
02 品牌信任增强	26
03 客户沟通紧密	27
04 社群运营高效	30
05 客户管理便捷	32
Part 5 全行业案例实战速览	35

前言

抢占私域新基建，布局全域拓客新时期

“

私域作为全域经营的基石，将有可能加上Plus，很多新的科技，新的工具，能够为我们带来一个更大的“工业文明”。

—— 刘润 润米咨询创始人

全域经营，即以消费者为中心，实现线上线下整合、公域私域整合。而私域作为全域经营必不可少的一环，开始成为企业和用户建联的首要阵地。腾讯公司副总裁栾娜表示：通过整合线上和线下的消费者、商品与服务、交易履约信息；贯通公域和私域的客流、商业信息、服务流；腾讯广告可以更好地服务消费者，真正做到“以用户为中心”。

随着互联网用户增长放缓，消费者购买习惯逐渐向线上转移，商家拓客成本不断攀升，企业的数字化转型变得愈发迫切。流量见顶迫使企业经营逐渐走向高质量和精细化，如何提升对存量用户群体的运营能力，如何以更低的成本获得更多用户，找到新的流量蓝海，成为商家迫切希望解决的问题。全域经营中的私域建设价值由此开始凸显。

如《2021腾讯智慧零售私域增长指南》白皮书所说：所谓“私域”，是指品牌直接拥有的、可重复、低成本甚至免费触达用户的场域，是线上线下一体化的品牌自主经营阵地。相对于公域流量，私域用户是属于企业的私有

数字化资产。

由于社交平台高度去中心化的流量结构，私域逐渐成为企业营销不可忽视的增量阵地。据腾讯营销洞察（TMI）与波士顿咨询（BCG）联合出品的《抢滩私域新战场——2021中国私域营销白皮书》所言：从商家端来看，私域能够节约流量成本，提升运营效果；在消费者端，私域已成为品牌影响消费者的重要路径，并呈现出渗透高、粘性强、易习惯、影响大、交易频五大特点。

从2020年以来，以企业微信为代表的私域业态产品服务能力逐渐完善，越来越多企业正在积极构建私域业态，通过私域获取和沉淀更多流量，实现用户的高效转化和价值延伸。腾讯广告特别推出“企明星计划2.0”，以呈现企业微信私域链路生态全貌：全域流量场景覆盖、丰富拓客链路升级、客群运营能力及标杆行业实战案例，以期为广告客户与合作伙伴带来腾讯广告 X 企业微信私域经营指引。

所有行业都需要做私域。那到底什么样的客户需要企业微信？“企明星计划2.0”通过剖析总结发现：那些低消高频、高消低频及高频高消等类型的客户均在企业微信有大量成功应用案例。如餐饮、美妆等低消高频企业，正凭借多场景布局、分层精细化运营实现降本增效、复购提频；而汽车、婚纱摄影、家装等“高消低频重口碑”行业，通过企业微信在有限的流量中打通线上线下客源转化，形成口碑传播，从而最大化流量价值。

“企明星计划2.0”首次展示腾讯广告全域拓客能力，帮助各行业企业主快速布局私域，选择最佳拓客方式，获得更多增量空间。

目前，在各行各业增长新时期，企业微信已成为企业私域新基建，其逐步完善的运营能力正帮助广告主与用户建立更深层的连接与互动，实现长效生意经营。

PART 1

基石

私域与企业微信私域

基石

私域与企业微信私域

01 为什么要构建私域

“

私域的特点：品牌直接拥有的、可重复的、低成本甚至是免费的。

——《中国零售业公私域运营手册暨实施指引》

当谈论到为什么要构建私域时，离不开两个前提：一是需要基于生意本质；二是需要基于线上线下整合、公域私域整合的全域生态。首先，私域的价值在于帮助企业更好地做生意，而好生意本质是销量高且可持续，从销售的黄金公式来看： $\text{销量} = \text{用户数量} * \text{转化率} * \text{客单价} * \text{复购率}$ 。

那么考核私域的价值，则离不开这四个“因数”。其次，私域是全域中相对公域而生的概念，公域与私域相辅相成，私域经营的前提与根本必然是全域拓客。

综上，拆解四个“因数”来看，私域为什么具有更高的价值？首先，品牌通过公域中实现对用户的广义触达，从而获得用户群体规模化覆盖，并实现第一次用户转化，这奠定“用户数量”的基础。其次，品牌将用不同私域用户工具，通过强、中、弱维度对用户进行运营，以期让私域用户有更久的停留时长去了解品牌并实现转化。私域用户池多触点、多频次、更久的停留时长让转化率实现“滚雪球式”的稳定提升。

至于客单价和复购率，以往大部分更取决于产品或服务本身。但到了私域运营阶段，品牌对用户数字化资产沉淀的自主权，以及对交易服务体系的自营化，也对复购率的提升带来了一定程度上的刺激。

全域拓客，私域经营。在纯买量成本渐涨、流量争夺越发激烈的今天，布局私域即是为生意长线增长蓄水，饮水入渠。而搭建企业微信链路，则是品牌激活腾讯广告海量优质流量的第一步。

02 私域新基建-企业微信

企业微信是腾讯微信团队打造的企业通讯与办公工具，具有与微信一致的沟通体验、丰富的OA应用以及连接微信生态的能力，可帮助企业连接内部、连接生态伙伴、连接消费者。专业协作、安全管理、人即服务。

在品牌进行私域运营中，不同阵地与用户连接强弱状态各异，由以下几种链接关系可知，企业微信私域链路已成为激活用户密切互动、长效价值的基础建设。

● 弱连接型

弱连接型私域用户池的典型特征是品牌和用户的连接是通过单向触达的方式进行的，互动性和裂变性不强，企业对用户的分层理解与定制化服务整体较弱。传统的弱连接型私域用户池典型代表有：微信公众号、视频号等，而目前，企业微信可以在此基础上，通过诸如「客户朋友圈」、「自定义标签」等精细化运营工具为用户匹配不同的内容，在弱连接的基础上实现更高效的触达。

● 中连接型

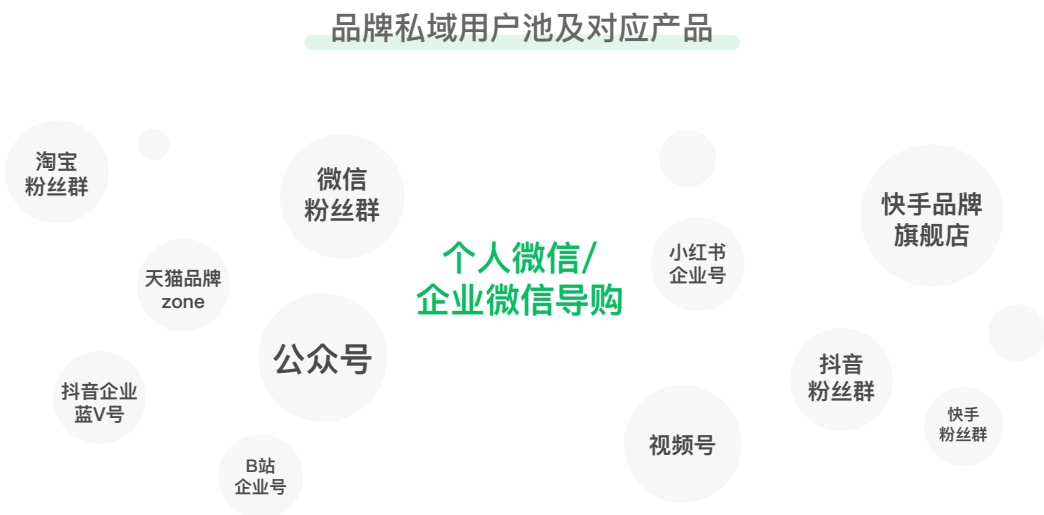
中连接型私域用户池的典型特征是品牌和用户的连接是双向沟通的，通

过社群运营人员管理和多个粉丝群用户进行互动的方式进行，可以实现用户的分层运营，但在满足个性化需求方面整体较弱，如微信群或企业微信社群。

在企业微信，社群可以实现对私域用户池进行更细维度的划分，如区域社群、优惠券社群、母婴社群、宠物社群等，对有着明确的偏好标签的用户进行高效和持续的内容互动，并带动社群形成自发的情感交流的场，用户的转化与复购会自然形成。

● 强连接型

强连接型私域用户池的典型便是企业微信的1V1导购。一对一的私域用户触达是成本最高但转化和效果也最优的方式。企业微信帮助品牌与商家实现成本最低、但效果最优的“1V1私域用户触达”。基于对服务、导购、用户偏好的个性化标注和触达，构建优质私域用户对品牌的长期信任关系，提升私域用户全生命周期价值。



来源：《中国零售业公私域运营手册暨实施指引》

相比于个人微信，企业微信在品牌激活、数据互通、拓客提效、私域共建以及投后运营等方面具有明显优势。品牌可以根据自己的生意模式、不同的营销诉求、针对不同的意向人群，选择不同的私域运营方式。目前，企业微信已覆盖零售、教育、金融、制造业、互联网、医疗等50多个行业，正持续向各行各业输出智慧解决方案。

企业微信在重点行业TOP50企业的覆盖率



企业微信正成为私域经营新基建

1000万+

企业微信连接
真实企业与组织数

1.8亿+

活跃用户数

5亿+

连接微信
活跃用户数

每1个小时，有 **115万** 企业员工

通过企业微信与微信上的用户进行 **1.4亿** 次的服务互动

截至2022年1月

PART 2

投前

扎根全域优质流量

投前

扎根全域优质流量

01 企业微信全域拓客流量生态全景

● 全场景用户连接，八大拓客场景

目前，企业微信已支持微信广告、腾讯平台与内容广告和腾讯优量汇全域投放。覆盖微信视频号、朋友圈、小程序等丰富场景；可触达社交、音乐、视频、新闻资讯等多元垂类用户。

除腾讯广告域内流量外，2022年腾讯优量汇全量支持企业微信投放，助力广告客户触达更多优质用户。



02 企业微信三大拓客主阵地

● 微信广告

多元场景支持企业微信投放：朋友圈、公众号、小程序、视频号、微信搜索。



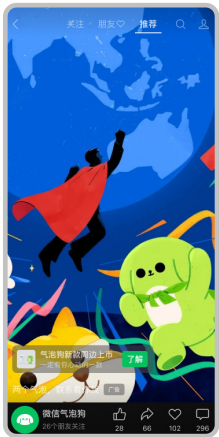
朋友圈广告



公众号广告



小程序广告



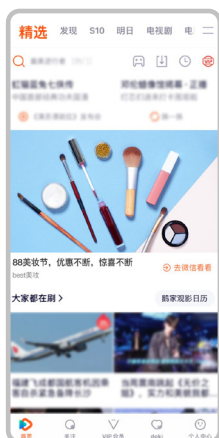
视频号广告



微信搜索广告

● 腾讯平台与内容广告

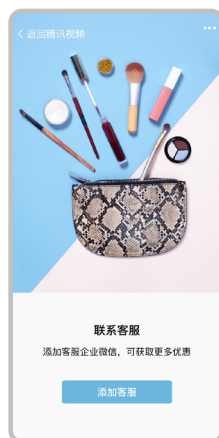
QQ、腾讯视频、腾讯新闻、腾讯音乐（全民K歌、QQ音乐、酷狗音乐）、QQ浏览器等App均支持原生页添加企业微信链路。



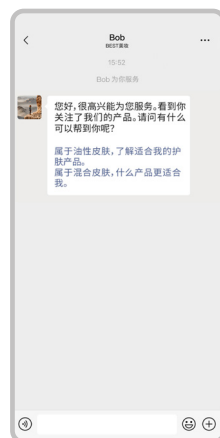
1. 点击腾讯广告媒体矩阵



2. 拉起微信



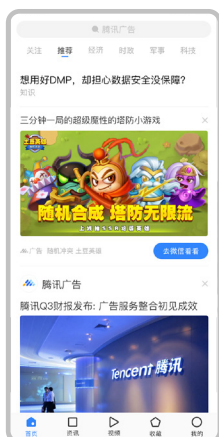
3. 打开原生推广页



4. 一键添加企业微信

● 腾讯优量汇支持通投，海量域外流量触达潜在客群

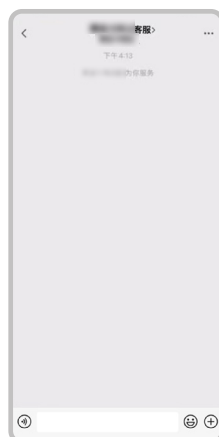
2022年起，优量汇各流量场景均支持原生页添加企业微信链路。



1. 点击广告



2. 跳转落地页



3. 进入微信并添加企业微信客服



PART 3

投中

布局高效拓客链路

投中

布局高效拓客链路

01 四大链路，提效全域拓客

企业微信以四大链路模式充分适配不同类型广告主营销诉求，分别是：
+ 企业微信、企业微信 +、+ 企业微信群和微信客服。

● +企业微信模式：直接添加企业客服

适合客户类型

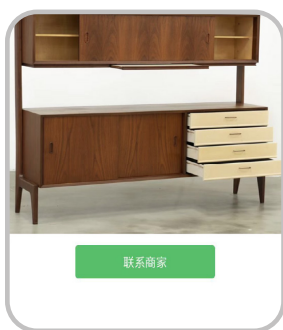
强依赖通过企业微信拓客及用户服务的客户，拓客考核目标主要是企业客服添加数量。

特点 & 价值

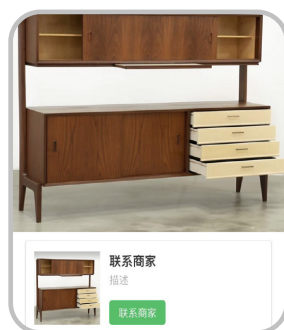
转化路径选择更多 | 自定义展示更灵活 | 品牌形象丰富直接

方式一：自定义原生页官方组件，直接添加商家企业微信

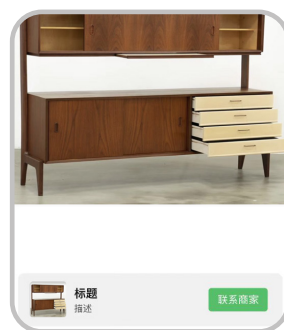
原生页多种转化按钮组件支持添加商家企业微信，并支持按钮文案、颜色、字体、标题名称及描述自定义。



按钮组件



图文复合组件



悬浮按钮组件

原生页扫码组件支持添加商家企业微信，支持三种展示形式，并支持自定义商家客服名称、欢迎语。



小名片



大名片



图片名片

方式二：自有链接直接添加企业微信

自定义H5/小程序直接添加商家企业微信。



● 企业微信+模式：现有拓客链路叠加企业微信拓客

适合客户类型

在现有拓客链路基础上，开始转为以企业微信作为私域运营的客户。在不改变原有拓客流程基础上叠加企业微信拓客，零成本增加新沟通触点。

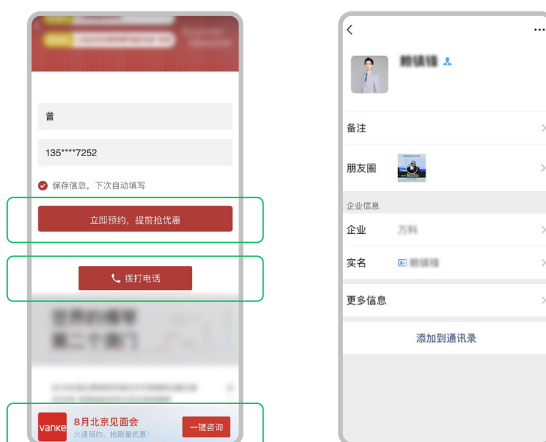
特点&价值

组件多元 个性使用 | 高效触达 提升转化 | 沉淀提效 降本增效

链路详情

方式一：多类型原生页官方组件叠加使用

在原生页中同时使用多个组件（如表单收集），并可用综合表单线索进行优化，提升整体转化率。



方式二：自有链路完成后添加企业微信拓客链路

例 1：收集销售线索并加商家企业微信。

原生页支持一键授权手机号，并支持在表单提交成功后跳转企业微信添加页面。

广告主一步实现销售线索收集和企业微信建联双重营销诉求



例 2：公众号关注后加商家企业微信。

原生页引导关注公众号，公众号通过图片、H5或者小程序等推送企业微信客服二维码。

高效沉淀粉丝、长效触达教育，促成转化，LTV表现好



例 3: 下单成功后加商家企业微信。
比如在支付完成页，插入企业微信客服二维码。

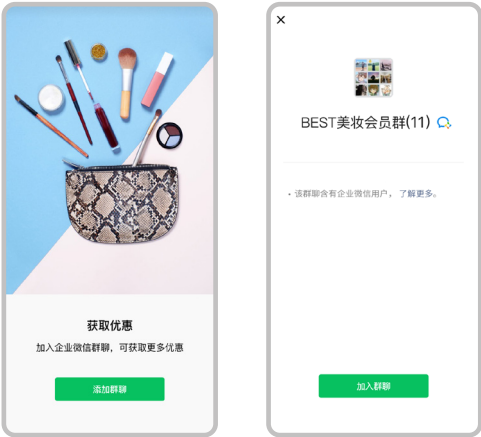


● +企业微信群模式

适合客户类型
以社群运营作为私域运营的重要手段。

特点&价值
直接加群链路更短，减少转化流失 | 品牌社群运营，助力长效提升复购率

链路详情
原生页多种按钮组件支持直接加企业微信群，帮助企业快速搭建私域社群。



● 微信客服

微信客服，是腾讯企业微信提供的全新连接企业和微信用户的能力。微信用户无需加好友即可与企业的客服沟通，并有和微信一致的沟通体验。企业可以在微信内、外各个场景中(如视频号、公众号、搜一搜、小程序、自定义H5等)接入微信客服，并可通过企业微信客户端或API来收发消息。

适合客户类型

适合考核目标主要为留资和加企业微信数量。

特点&价值

无缝连接微信流量生态 | 前置咨询，优质线索沉淀更高效

模式一：微信客服+企业微信

微信客服咨询后，企业可通过API消息回复，引导高潜用户添加企业微信客服，进行私域沉淀。



模式二：微信客服留资

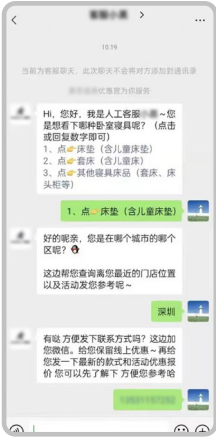
点击广告外层，落地页面内点击组件跳转微信客服咨询页面，引导用户表单留资。



广告外层



广告原生页

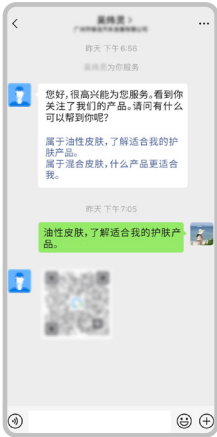


微信客服

跳转链路 1：原生页可直跳微信客服

点击外层广告，通过原生页官方微信客服组件，或在线咨询组件，跳转微信客服。

企业微信无缝承接微信客服，识别高潜用户，孵化潜客



跳转链路 2：外层支持直跳微信客服

点击外层“立即咨询”按钮，一键跳转客服添加页面，便捷完成添加动作。



02 企业微信高效投放策略&智能引擎

为更好地帮助客户最大化提升变现效率和转化效果，企业微信在组件能力、客服管理能力以及线索通运用等方面进行全新升级，并通过智能工具、策略加强以及全链路归因能力，帮助客户寻找高潜用户群体，优化效果追踪和投放效率。

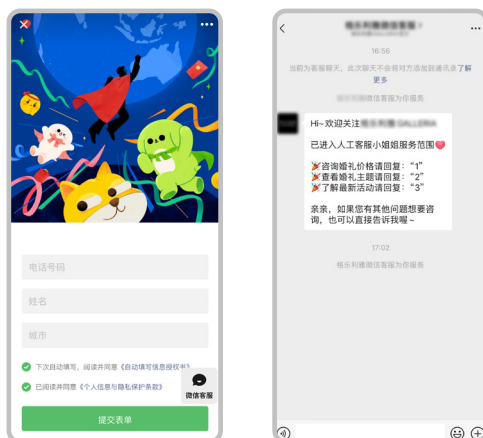
● 巧用全新组件能力，提升转化效果

原生页支持互动组件加企业微信，结合互动问答和悬浮组件，支持行动按钮文案自定义。

(原生页加企业微信后开口率为60% ~ 70%，互动加企业微信的开口率为85% ~ 95%)



原生页支持侧边悬浮组件。



● 客服分配能力升级，协助私域精细化管理

原生页按钮加企业微信：支持线索通渠道活码，实现企业微信客服自定义分配。

广告主可以在线索管理平台生成渠道活码，置于微信原生推广页中引流拓客；
支持自定义配置活码背后的客服人员；
支持灵活设置分配规则；

支持设置客服工作时间及当日接客上限，将客户分配给最有可能及时跟进的客服。

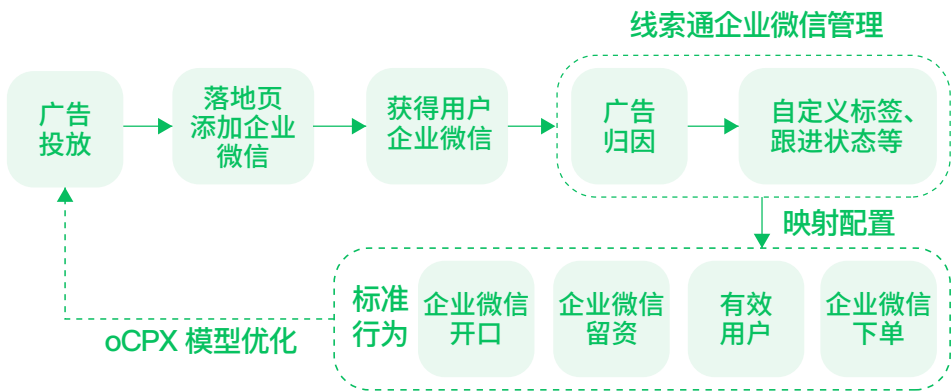


更多详情欢迎扫码查看
《线索管理平台企业微信活码应用指南》

原生页支持企业微信客服、企业微信群的智能分配

● 线索通轻松助力，便捷运营高效提升线索利用率

线索通：构建企业微信运营基础能力，打通前后链路，形成生态闭环便捷管理用户。



适用对象

在线索管理平台成功授权了企业微信账号并在授权范围内的企业微信管理员、客服人员。

功能概览

系统设置、客户管理、消息提醒管理、会话存档。

功能模块	核心功能	功能描述
系统设置	企业微信授权	进行企业微信授权，获取功能权限
	权限配置	包含基础配置和会话存档配置
	员工/团队管理	支持管理员给员工添加团队、角色
客户管理	客户列表	帮助管理员 • 识别和筛选客户是否被多个客服重新添加 • 识别客户状态为删除客服/客服是否删除客户/正常 帮助客服 • 在企业微信侧边栏填写跟进记录、跟进过程中自定义设置跟进提醒 • 在企业微信侧边栏自定义为客户添加企业标签 帮助服务商人员/广告优化师 • 协助广告主监督查看客服打标/跟进情况
		帮助客服 • 及时追回被删客户 • 在沟通中，针对客户具体情况，便捷设置回访提醒 • 针对未回复或特殊标记客户，便捷提醒客服及时跟进 帮助管理员 • 针对大促及营销活动，下发促销信息及跟进提醒 • 提示客服针对未回复或特殊标记客户，及时提醒其跟进
消息提醒管理	消息提醒设置	
会话存档 (企业付费开通)	查看员工历史聊天记录	• 告知成员后，企业可通过接口获取成员会话内容，保障客户服务质量 • 可查看历史会话内容（图片、视频不过期）



更多详情欢迎扫码查看
《腾讯广告线索通管理平台企业微信运营操作手册》

● 多场景全链路的归因能力

微信广告提供多套归因方案帮助广告效果精细化提升。目前所有链路下添加企业微信客服的行为都可实现归因分析，广告主可在投放端查看“加企业微信客服人数”以及“加企业微信客服成本”的指标，了解不同拓客场景下的广告投放效果，找到优化空间。

浅层归因（加企业微信）

投放端配置授权企业微信客服数据对广告平台可见，仅需完成两步配置，无需开发。接入该配置后，所有链路下添加企业微信客服的行为都可实现归因，包含但不限于使用原生页组件添加企业微信客服、公众号关注后添加企业微信、在自定义 H5 的任一环节添加企业微信客服。

深层归因（加企业微信后端归因）

广告主可通过API对接，回传加企业微信的顾客转化行为（如下单、表单填写等），进行后端深层行为归因。

方案一

适合同广告账户
使用多个企业微信账号
(多corpid) 经营的客户



扫码查看腾讯广告企业微信
归因 - 广告主上报版方案

方案二

适合同广告账户使用
单个企业微信账号
(单corpid) 经营的客户



扫码查看腾讯广告企业微信
链路前、后端转化归因文档

广告主内部归因

广告主可以通过对接转化转发，获取添加企业微信客服的广告信息，用于内部自归因、搭建内部分析报表等。

更灵活的智能优化能力

微信广告提供多种深度优化目标组合，满足广告主在不同拓客链路上降本增效的需求，助力广告主找到更高意向转化用户。

目前支持的深度优化目标组合如下

推广目标	浅层优化目标	深层优化目标
收集销售线索	表单预约	加企业微信
收集销售线索	加企业微信客服	在线咨询 关键行为 表单预约 有效表单预约
推广公众号	关注	加企业微信客服
推广公众号	加企业微信客服	表单预约 关键行为

PART 4

投后

激活长效私域价值

投后

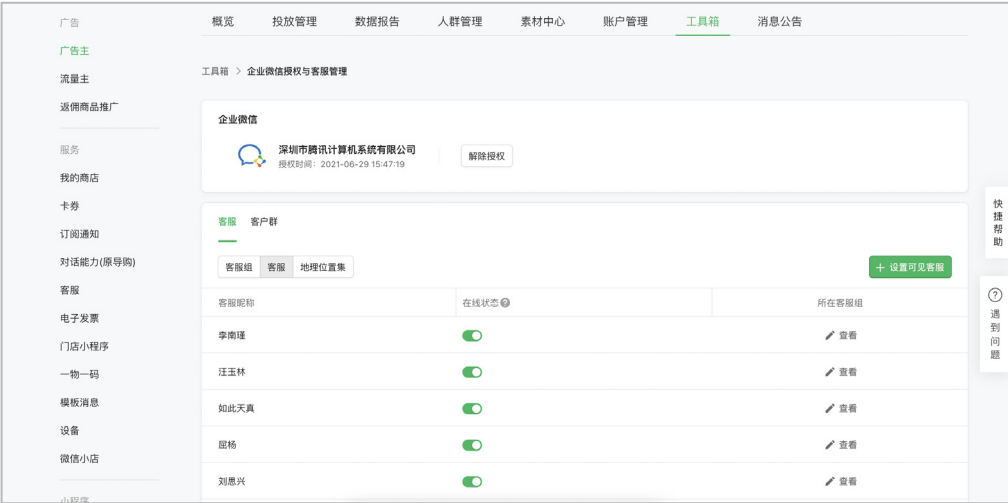
激活长效私域价值

01 客服管理升级

微信广告在广告投放端提供配套的企业微信客服管理能力，广告主可根据实际情况灵活、便捷地管理和分配客服，保障用户体验，提升沟通效率。

企业微信客服上下线功能

支持广告主在广告投放端 – 工具箱手动管理客服的上下线状态，让广告主可根据客服的接待能力灵活调整客服的在线状态。



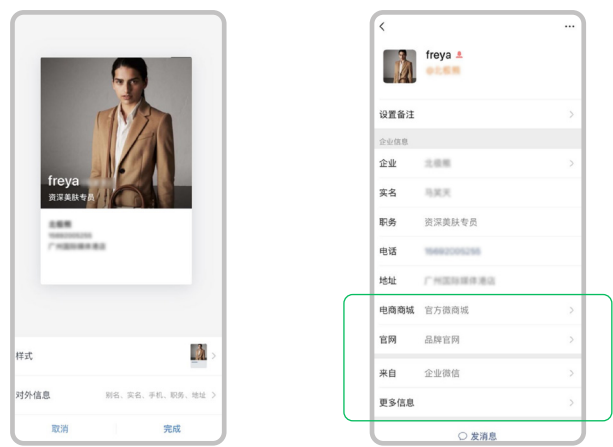
客服智能分配能力

支持广告主为客服组配置地理位置信息。在广告投放中，当用户添加企业微信好友时，系统自动根据用户常驻地匹配客服组位置信息，为用户分配最近的客服组服务。

02 品牌信任增强

资料页设置

用更专业的身份添加客户；资料页承载丰富内容和功能入口。



员工企业微信名片

微信端-员工企业微信资料页
可设置电商商城、官网展示入口
支持小程序、H5形态为客户提供
更多产品营销接触点

对外资料显示	修改 对外部联系人展示的成员信息
个人信息显示	企业、实名、别名、手机、地址
专属对外信息显示	职务、电商商城、官网

成员可修改字段	修改 被勾选的字段，成员可自己修改
可修改字段	别名、手机、邮箱、头像

管理后台统一设置员工对外资料

03 客户沟通紧密

● 欢迎语设置

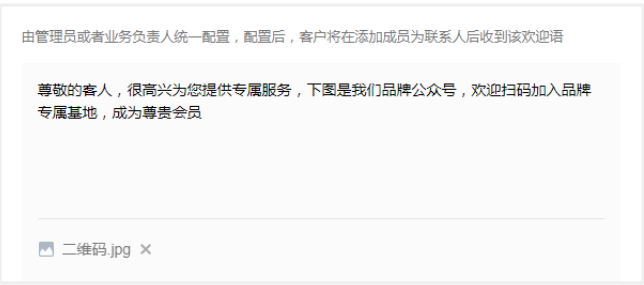
统一设置客户欢迎语，打造良好的沟通第一印象；支持接口对接，形成千人千面的客户欢迎语。



客户添加导购后
可自动出发欢迎语

欢迎语建议：

- 情感类：尊敬的客人，我是您的xx品牌专属穿搭顾问，很高兴为您服务。
- 功能类：尊敬的客人，感谢添加我的企业微信，我会第一时间跟您分享我们的新品和活动资讯。
- 引导类：尊敬的客人，我很高兴为您提供专属服务。
- (1) 在我的个人信息页有品牌的产品介绍及在线商城，欢迎浏览。
- (2) 下图是我们品牌公众号，欢迎扫码加入品牌专属基地，成为尊贵会员。

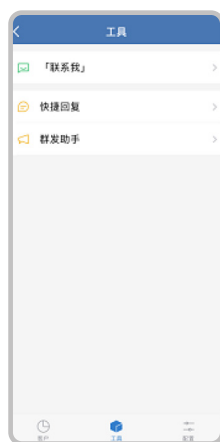


管理后台对顾客欢迎语进行统一设置

● 高效沟通

会话快捷入口

聊天侧边栏方便成员在会话中查看使用提高服务效率；可直接发送小程序、提供商城、会员服务等，消费者行为可被精准匹配，精细化营。



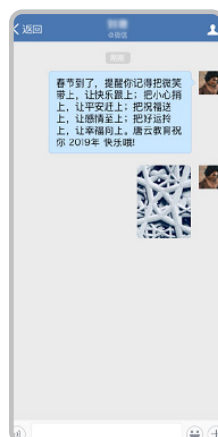
沟通工具



快捷回复

群发助手

可一次触达200名用户，支持文字、图片、视频、小程序等。



客户朋友圈

可将活动信息、产品动态、专业知识等内容发表到客户的微信朋友圈，并与客户评论互动。



企业可管理、可配置

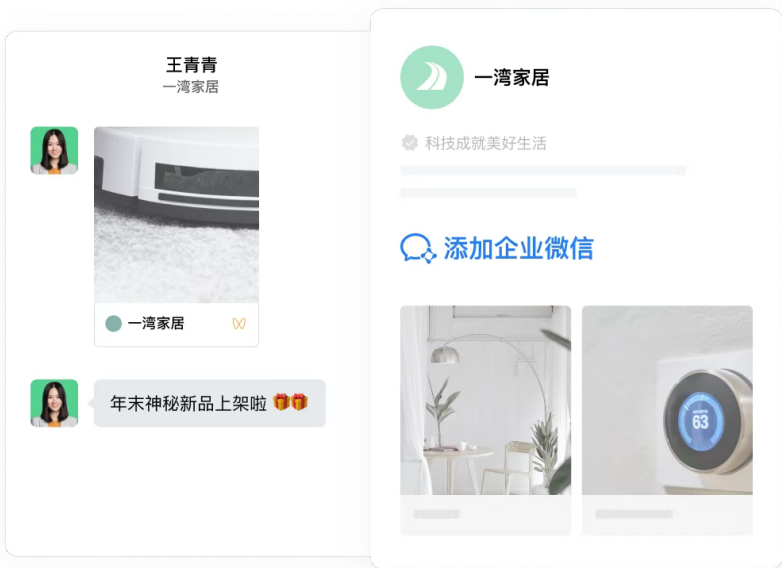


内容、范围可由企业统一编辑



视频号

可在单聊、群聊、朋友圈中邀请客户观看视频号动态和直播；还可在视频号主页和直播间展示成员的联系方式，客户点击即可添加。



04 社群运营高效

群活码

客户群满后自动建立下一群；客户群码永不过期。



客户群



500人客户群
提供专业集中化服务

入群欢迎语



自动回复



群发到客户群



群聊统计

● 防骚扰管理



企业及员工
进行防骚扰模式



防广告



防刷屏



踢人方式&群黑名单

05 客户管理便捷

● 客户标签

标签类型一

企业标签：后台已统一设置完成，员工直接添加即可。

标签类型二

个人标签：支持员工根据个人偏好设置及添加。



● 链接CRM

可通过UNIONID打通微信用户和广告主原有CRM。



● 客户分配

离职继承/共享客户；企业能通过接口获取离职成员列表然后再分配给其他成员，防止客户资源丢失。



● 质量管理

营销/服务质量可查可管。



管理员可随时查看企业员工服务质量情况

可从个人维度分析员工的客户联系情况

详细数据+可视化图表	
会话存档	满足内部质检和外部监管需求
聊天总数	成员主动对客户发送过消息的单聊、群聊数之和
已恢复聊天占比	客户主动发起会话后，成员在一个自然日内的回复率
平均首次回复时长	客户主动发起单聊后，成员在一个自然日内进行首次回复的平均耗时

PART 5

全行业案例实战速览

全行业案例实战速览

细分赛道经营指南

目前，越来越多的广告主开始通过企业微信做拓客沉淀，并实现长期运营转化。诚如开篇所提，不同生意模式的不同行业玩家，都能在企业微信找到属于自己的个性化私域建设之路。

现在，我们携手过去一年在企业微信私域经营取得显著成效的品牌，带来各行业赛道细分玩法，通过剖析广告投放和用户运营经验，以期帮助更多企业实现生意长效增长。

教育行业

御珍堂

- 行业特点：中频中消
- 营销诉求：识别目标人群，高效引入高价值客群
- 投放策略
 1. 朋友圈广告外层及落地页创意素材吸引点击关注公众号。
 2. 企业微信长效沟通，引导入群或进入直播间，在线课程吸睛利益点输出促进高效转化。
- 投放效果

3%-4%

朋友圈广告投放
CVR均值达

60%

对比单纯加企业微信
有效率已提升至

● 案例概述 / 客户点评

腾讯广告在线上课程的商品化塑造，目标人群的高效识别、触达与渗透等方面都起到了重要作用，尤其是企业微信在高价值人群触达和投放转化上都收获了不错的成效，帮助实现品牌力与商品力的双重提升。期望后续能够与腾讯有更紧密、更全面的合作。

本地行业

莲姿娜

- 行业特点：低频高消
- 营销诉求：高效触达意向用户，私域服务引导消费。
- 投放策略
 1. 借助公众号推广触达纹眉品类意向用户。
 2. 企业微信链路承接配合用户咨询完成线上预约转化。
 3. 配合灵活的归因能力，推动行业深层数据积累及广告主后端效果优化。
- 投放效果

显著提升

客户客服承接效率

20%

线上加微率
较公众号投放提升

成本优化

辅助后端

● 案例概述 / 客户点评

企业微信链路很好替换了此前行业内通过个人微信运营客群的模式，在实际应用上更加高效和专业。同时广告投放上，企业微信相关的能力也在不断推陈出新，希望明年能继续和企业微信链路共同成长！

汽车行业

AITO汽车

- 营销诉求：引导高潜用户试驾，提升服务质量，促成高潜用户转化。

- 投放策略

1. 创新企业微信链路。

用户通过小程序落地页，一键授权添加客服企业微信。

2. 高效线索中台运营、门店群转化。

潜客中台开展线索长效运营，与门店群紧密配合高效互动，完成用户的破冰与交接，加速后链路转化。

3. 标签产品赋能个性化运营。

中台运营配合标签产品，画像辅助中台运营转化。

- 投放效果

60%

企业微信链路试驾成本降低

10%

用户开口率提升

* 投放30天效果

- 案例概述/客户点评

通过企业微信多元全链路赋能，以及长效的运营能力，帮助我们获得了不错的转化成效，我们也在腾讯广告的助力之下不断优化投放策略，期待后续有更多的链路玩法，一起探索更多新的生意可能。

汽车行业

福特电马

- 行业特点：低频高消
- 营销诉求：聆听客户需求，提升企业微信运营效果，实现用户长效建联。
- 投放策略
 1. 地域化探索提升企业微信运营效果。
分地域投放，熟知各地域投放效果，及时监控分配预算，最大化收益；
拟人化+常规双链路，不同地域保留测试后更优链路，保证效果。
 2. 圈定年轻目标人群，提升转化率及有效率。
 3. 专项提升客服话术，拟人化回复客户问题，减少机械化运营导致的客户流失，与客户紧密沟通，及时发现并解决问题。
- 投放效果

50%+

对比线索成本
企业微信添加成本降低

3W

上海单城市CPO低于

● 案例概述/客户点评

企业微信多样化链路更好地帮助我们提升管理和运营效率，帮助我们寻找兴趣潜客的同时也拉近了与用户的关系，用更低成本实现更高转化，希望未来在企业微信上发现更多新的玩法！

汽车行业

长安福特

- 行业特点：低频高消
- 营销诉求：企业微信建联，引导购车潜客进群，促成生意转化。
- 投放策略
 1. 创意文案+优质素材引起潜客群体共鸣，多角度贴合多样化诉求。
 2. 表单前置+短链转化，落地页优化提效。
- 投放效果

30%+

对比线索成本
企业微信添加成本降低

50%

群通过率高达

● 案例概述 / 客户点评

企业微信群帮助我们打通和用户之间的联系，用户了解产品的同时，我们也更加了解用户的喜好和需求，从而更好的优化营销方式，让更多的兴趣人群升级为车主，提升转化，期待通过企业微信带来更多生意机会！

家居行业

居然之家

- 行业特点：低频高消
- 营销诉求：实现用户长效建联，提升下单量。
- 投放策略
 1. 朋友圈广告中使用原生页落地页，加企业微信客服建联。
 2. 根据用户需求进行不同品类社群运营，实现线上下单或直接成交。
- 投放效果

300%

消耗环比增长

1.5%-1.6%

CTR

- 案例概述/客户点评

2021年，我们开启了企业微信链路测试，验证正向后22年持续加深与腾讯广告的合作。金九银十期间，腾讯广告给到的支持让我们圆满完成国庆活动落地。2023年，我们将会布局总部集中化投放管理，尝试更多链路玩法，争取做得更好。

食品饮料

卡士酸奶

- 行业特点：高频低消
- 营销诉求：新品上市加热，促进拓客及长效复购。
- 投放策略
 1. 多样化素材高效圈定目标人群，新品上市专属OFFER强势吸粉。
 2. 企业微信导购多样化活动“朋友式”运营，福利组合助力长效复购。
- 投放效果

50.57%

加企业微信后下单率达

11%

零售产品30日复购率达

0.68

七日长效归因ROI为

● 案例概述/客户点评

腾讯广告和企业微信在渠道和工具上赋予了品牌与用户互动的能力，同时帮助品牌更好地将用户沉淀到私域，期待后续腾讯生态内能有更多新触点、新玩法，以及与品牌更紧密的合作。

更多资讯欢迎扫码查看



企业微信官网



调研问卷