



演讲议题

## B2B微信应用分享

---

赛诺贝斯 上海公司总经理 孟艳东



# 微信企业平台解读

---

2013-12-12



1.0

信息推送



2.0

互动、交互



3.0

管理、传播

当数字创意遇上社交媒体.....

# 微信企业平台1.0

——微信1.0是基于订阅号的信息推送

微信企业平台运用图文专题、关键字回复方式进行个性化资讯、活动推荐——提升品牌形象、增加用户体验



# 微信 1.0—图文推送、关键字回复

企业通过设置关键字，微信用户输入关键词时系统自动判断所在菜单层级，快速获取信息、内容查询，提升用户体验感

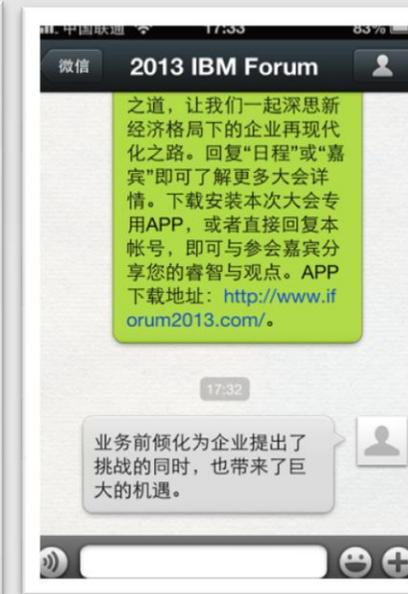
将企业信息、业务介绍等内容，以菜单的形式展现，分层级的目录展现更直观更方便



# 微信企业平台2.0

——微信2.0专注于用户互动交互体验

问卷调查、在线投票、拼图猜图游戏、刮刮卡等多互动营销活动，让用户一起high翻微信

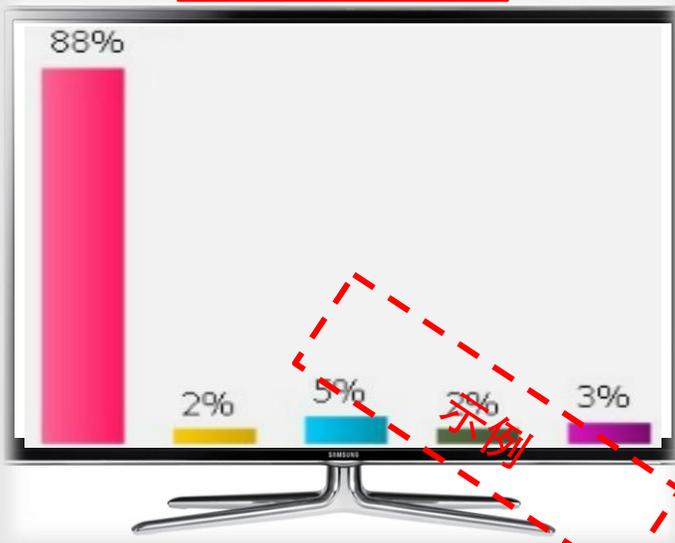


# 微信互动 2.0—在线投票

用户通过微信投票，可实时获得投票进度和结果，会场大屏幕可显投票信息



会场大屏幕显示投票结果



# 微信 2.0—问卷调查

根据调查目的对用户种类进行细分，实现不同属性、性别、性格、职业等不同标签及需求的分类管理，制定匹配营销模式

智能·体验·进化  
SMART · UX · EVOLVING  
2013 智能手机峰会  
Smartphone 2.0 Summit  
中国 | 北京北辰洲际酒店  
2013.09.10  
主办方: GUC

1、在你看来，未来一年里，处理器核数这一因素对消费者智能手机购买决定的影响力将会：(单选) ↑

减弱

增强

保持不变

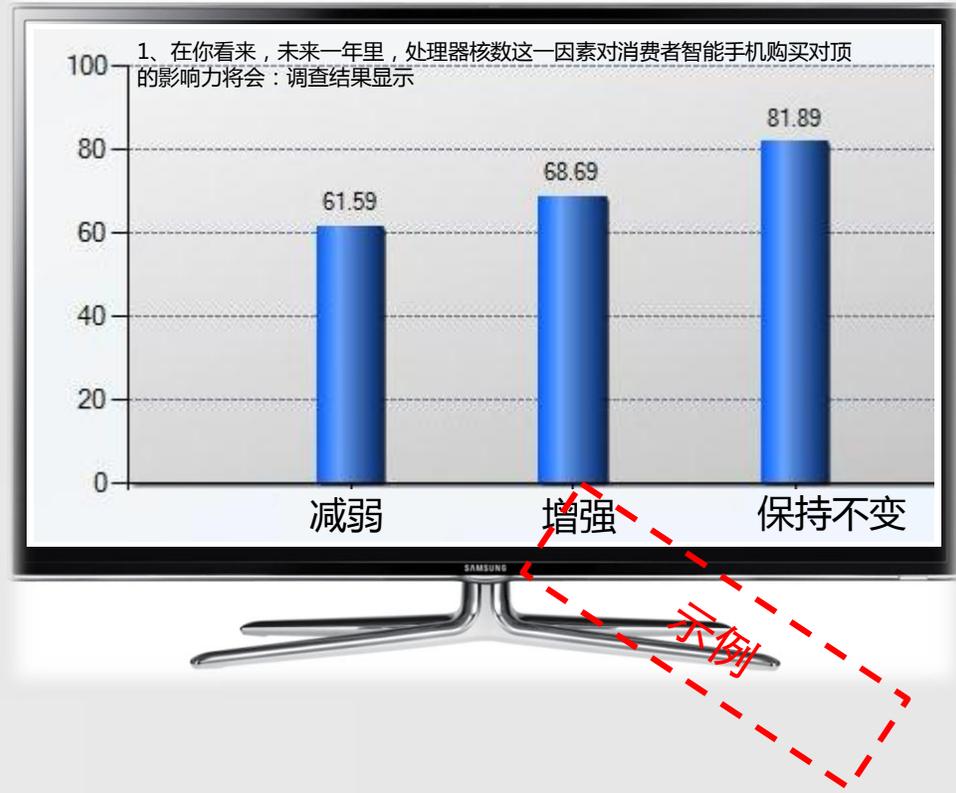
2、你在多大程度上同意下面这个观点：(单选) ↓

3、如果要打造不同于以往的新智能手机概念，您觉得最能够吸引消费者之处在于：(多选) ↓

4、你最期待下一代智能手机能带来哪些方面的体验？(多选) ↓

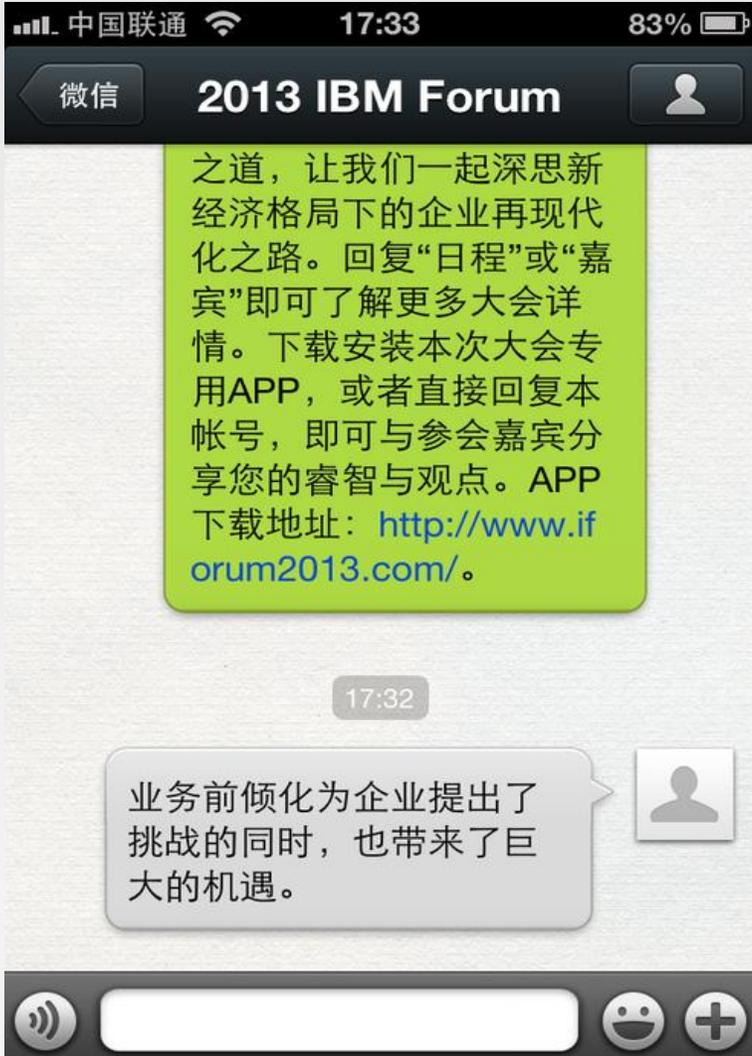
5、您觉得Smartphone 2.0的概念是否对大众消费者有足够的吸引力？(单选) ↓

提交

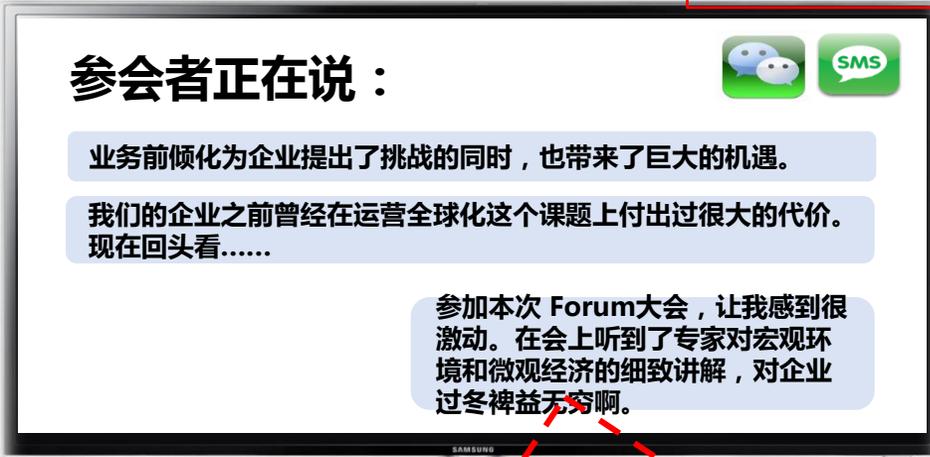


# 微信 2.0—微信留言墙

用户可通过微信发表见解，分享自己在现场拍摄的照片。并可通过现场大屏幕或者微信实时阅读/收藏他人的见解。增进互动交流体验

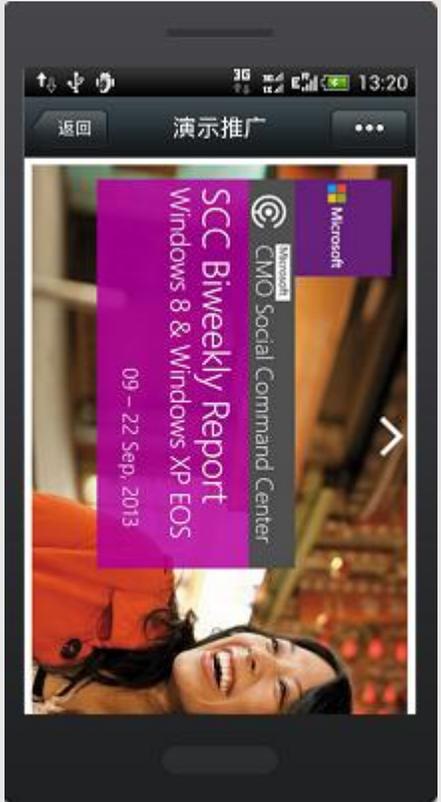


会场大屏幕显示留言内容



示例

# 微信 2.0—双屏互动

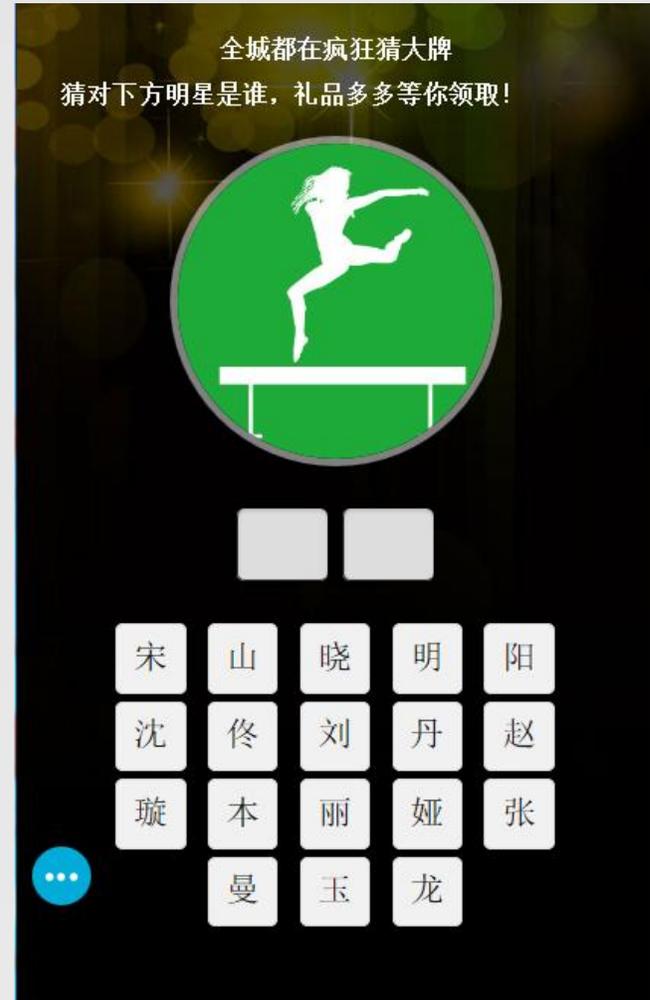


# 微信 2.0—拼图游戏

通过拼图游戏加深用户对企业品牌与文化的了解，运用感性营销使用户对品牌产生不同感受



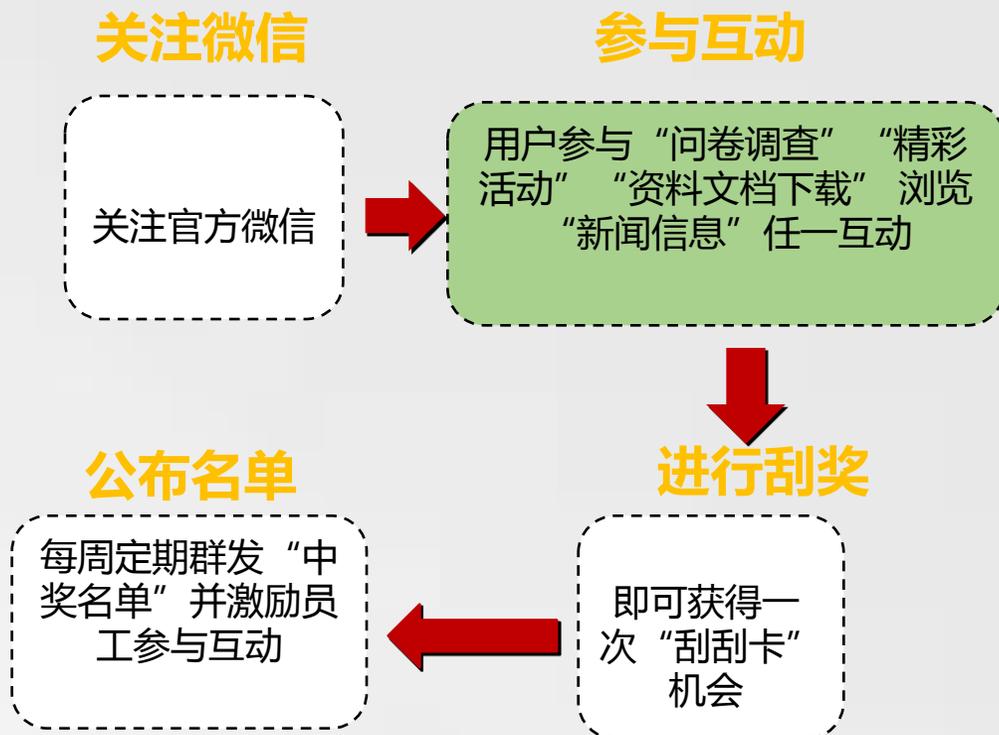
互动游戏极大提  
升用户参与性



# 微信 2.0—刮刮卡

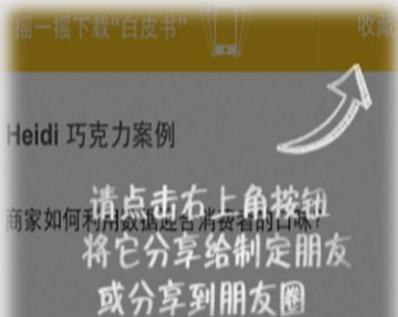
**目的：**提高微信用户活跃度，提升用户参与热情

## 活动流程：



# 微信企业平台3.0

操作提示



我的收藏



浮动多功能按钮



自动LBS



摇一摇下载“白皮书”

Heidi 巧克力案例  
商家如何利用数据迎合消费者的口味?



动态滚动页面

# 微信企业平台3.0

——与微信深度结合的个性化页面



## 微信企业平台3.0：

- 大图片代替文本形式，感受更直观，增强体验感

- 众所周知，如今是个“速读”的年代，人们停留在一个网页上的时间会很短，在浏览网站时会以看图为主，
- IBM BigData微信准确的抓住这一特性，在“数据之声”、“行业展示”栏中以可视化的图框形式为关注者呈现多媒体的内容信息，打破了常规的表格文字式惯例。



## 微信企业平台3.0：

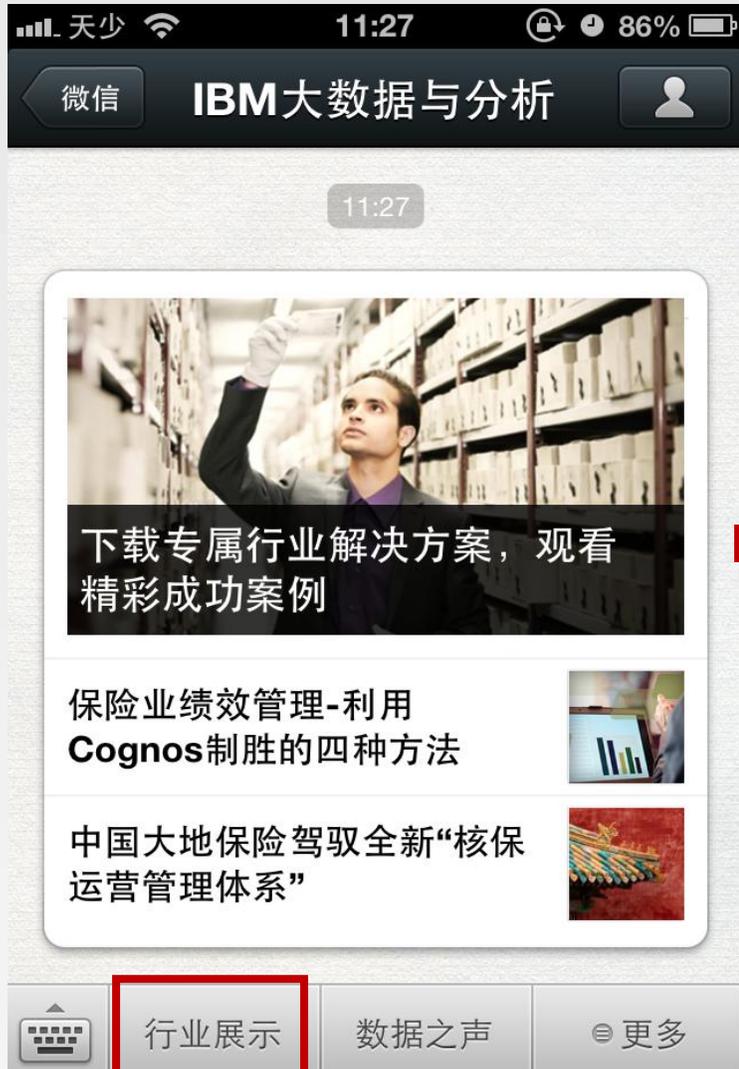
- Web网页基于用户具有强建设性

- 根据用户的需求，进行功能设计
- 所有数据不经过第三方平台，信息安全有保障



# 微信 3.0—动态滚动页面

用户点击下方菜单栏“行业展示”系统自动发送相关信息



点击进入多图片展现形式的web页面, 点击活动菜单按钮即可显示所有行业



可任意进入浏览



# 微信 3.0—摇一摇下载“白皮书”

手机摇一摇用户注册后，即可轻松进行“白皮书”下载



# 微信 3.0—分享、关注浮层操作提示

已关注用户，浮层告知分享按钮位置



未关注用户进入页面下方会多一“关注”按钮，并浮层指引告知关注方式



# 微信 3.0—我的收藏

用户收藏成功后，可进入到我的收藏内进行浏览，相当于订阅号定期推送的Mypage，相较于Mypage，服务号“我的收藏”更自由化，用户可随时浏览自己最新收藏的资料。



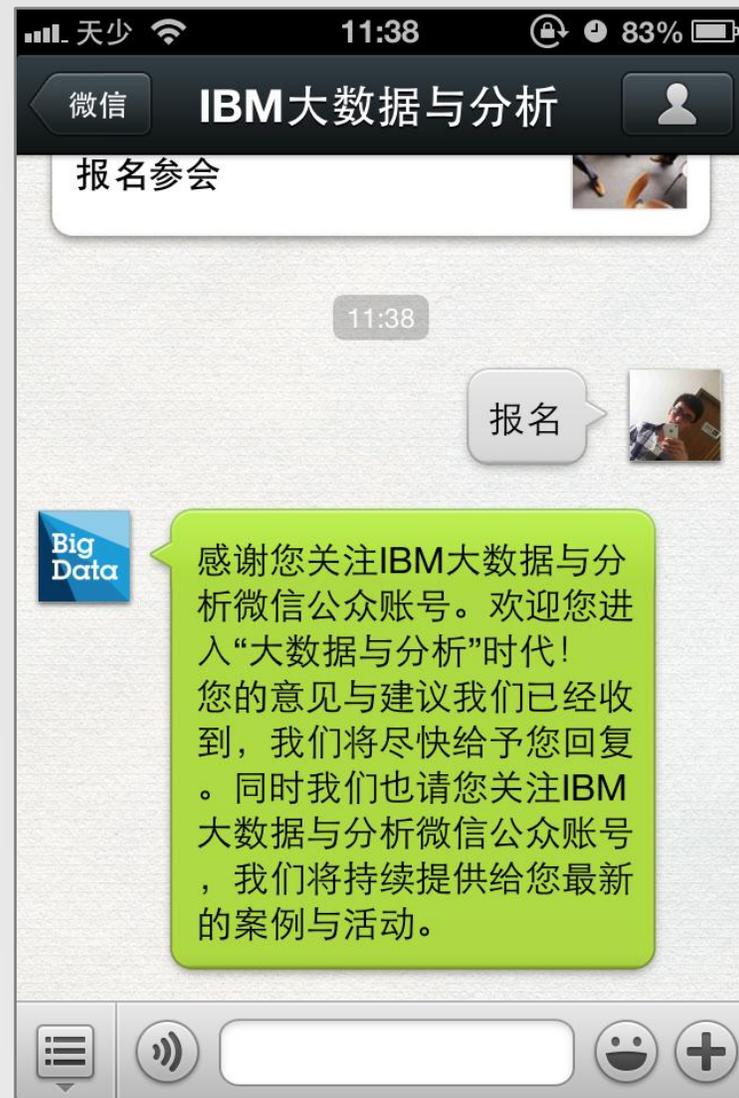
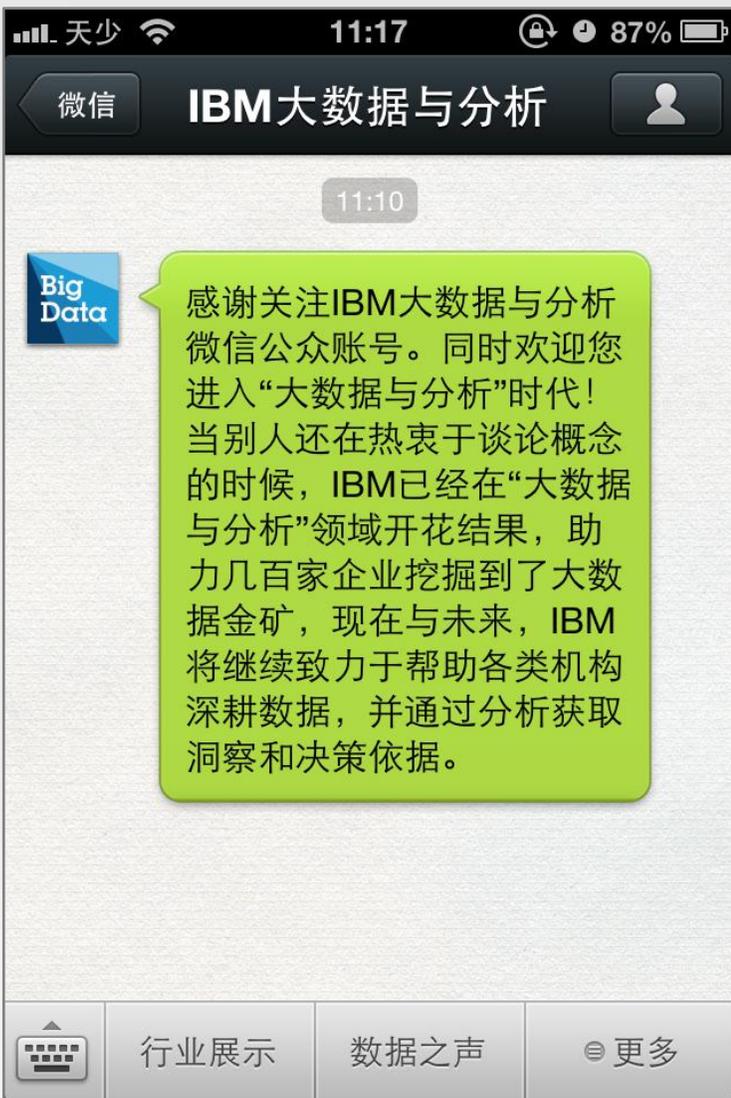
# 微信 3.0—自动LBS

用户通过图文信息进入，点击“好”系统判断其当前位置，在web页面用户所在城市会议信息将排在前面



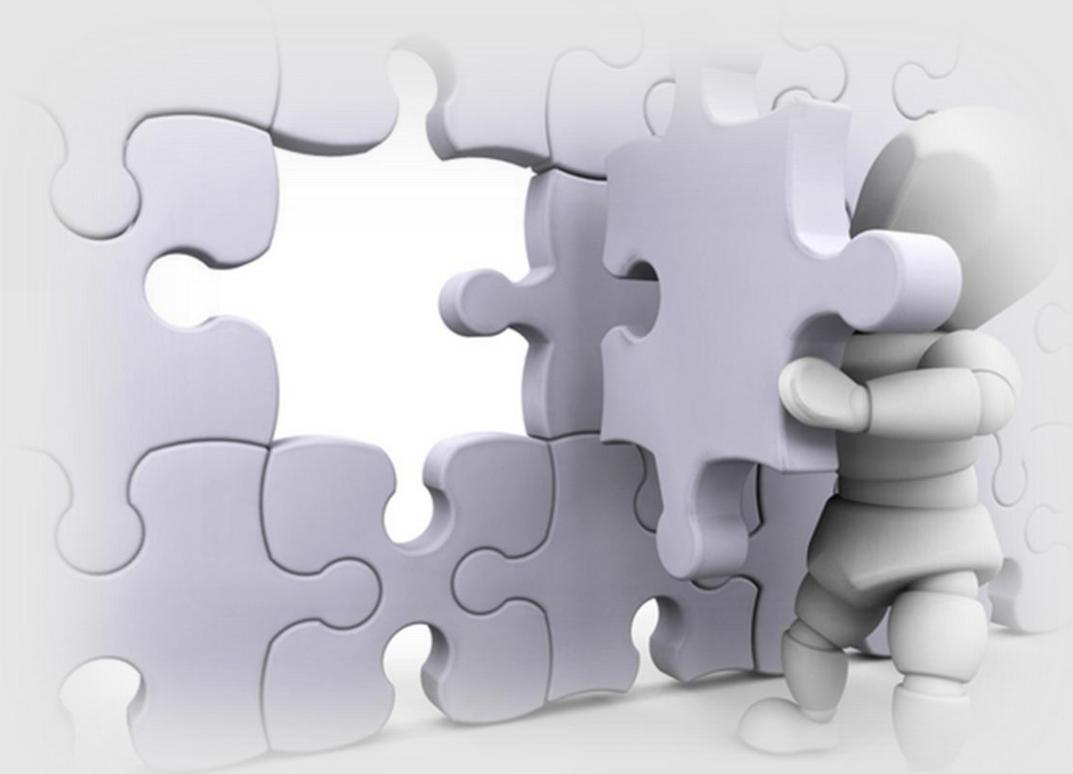
# 微信 3.0—与订阅号同步功能

微信3.0服务帐号用户关注后同样收到一条文字信息，与订阅号关键字回复内容相同



## 后台：

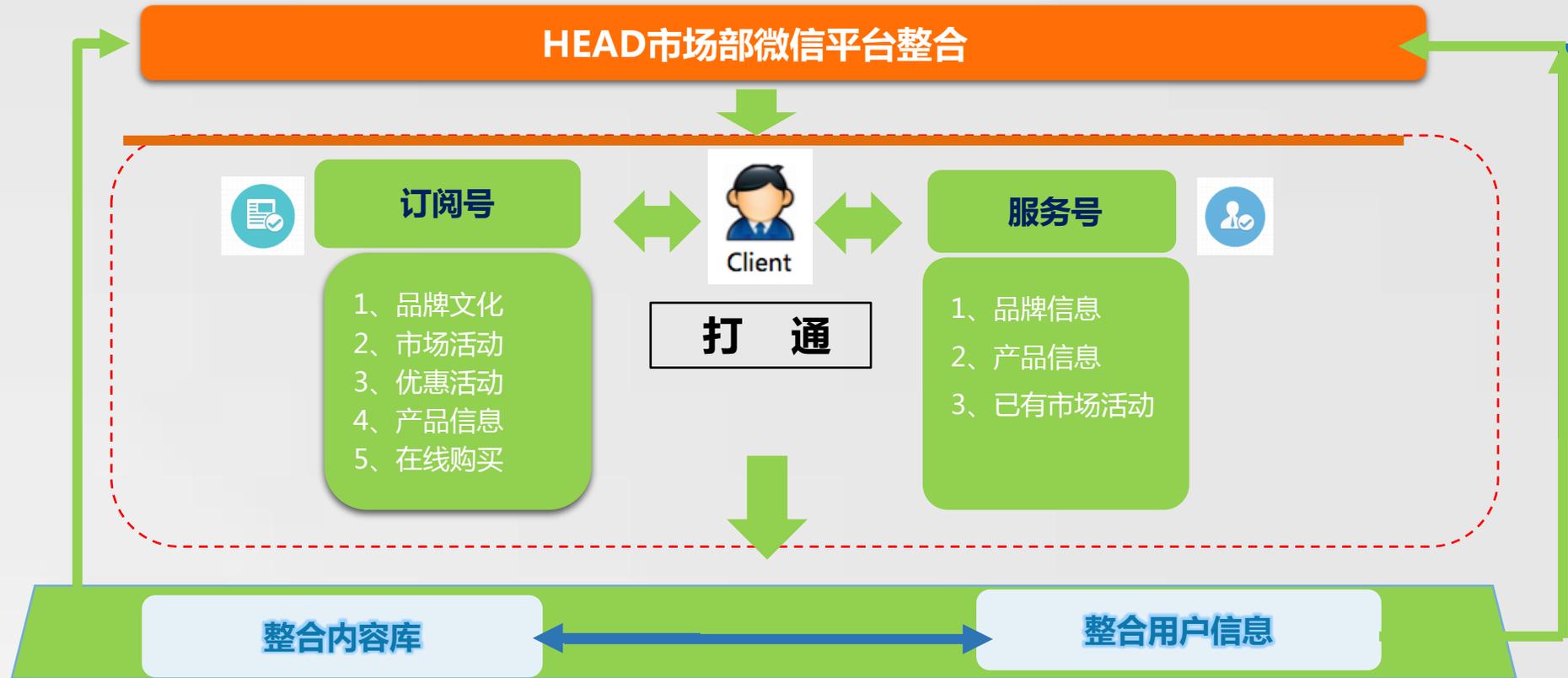
- 订阅帐号和服务帐号内容及用户的统一
- 同步启动易信平台
- 朋友圈追踪及分享



# 粉丝管理与数据分析

- 用户只需要一次绑定，二次登陆自动识别。
- **同步订阅号与服务号的内容服务。**
- 市场活动的有效对比。
- 市场与客户区分权限，但市场部可以看到**整体数据，监测个性化内容对销售的转化。**

例如：a、用户从订阅号转向服务号 b、保有用户中，通过对一系列个性化推送，进行复购。



# 粉丝分类管理



建立品牌微信数据库，打通服务号与订阅号的粉丝管理后台，实现后台粉丝统一管理，信息发布平台统一规划。



# 粉丝分类管理

标签

姓名

性别

地理位置

收入水平

内容偏好

视觉偏好

年龄

婚否

是否学生

车否

日常爱好

关系图谱



20

询问产品

10

Wap-site互动行为

5

朋友圈转发

关键词搜索

30

调查问卷

30

自动LBS

10

炫酷达人组

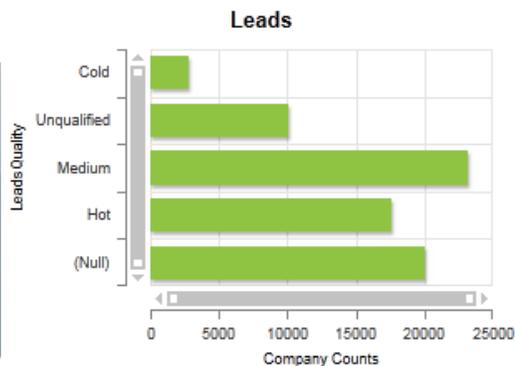
平民百姓组

明星拥护组

互动行为评分

# 数据动态报表模块

## Sinobase database query system

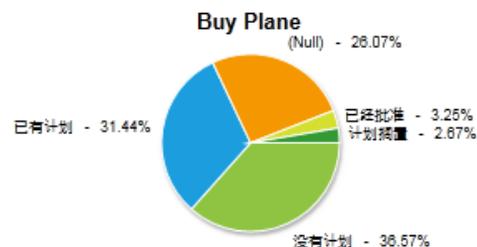
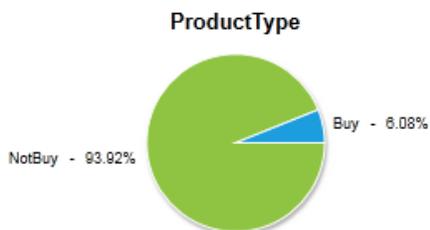
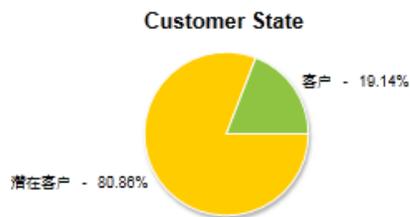


Export Limitation: 10000  
Current Row Count: 73724

PC SRV SIZE Buy

PC

- (All)
- (Null)
- 1-10
- 11-100
- 101-250
- 251-500



Company	province	city	industry	BuyCount
上海贝尔股份	上海	上海	制造业	9
中国建设银行	上海	上海	金融	7
中芯国际集团	天津	天津	制造业	6
上海华讯网络	上海	上海	计算机和软件	6
厦门厦顺铝业	福建	厦门	制造业	6
青岛阿尔卡特	山东	青岛	制造业	6

Total:73522

category	Product	Count
Not Buy	Not Buy	69240
安全	Product_15	3188
安全	Product_14	1583
存储/备份	Product_11	867
存储/备份	Product_12	634
存储/备份	Product_13	583

Total:11

Name	Sex	Tit	Phone	Mobile	Email	Attent C
刘国权	先生	总监	010-888	1388888	sinobase	24
吴红彬	先生	其它	010-888	1388888	sinobase	22
应为峰	先生	工程师	010-888	1388888	sinobase	22
孙晓斌	先生	经理	010-888	1388888	sinobase	21
於望华	先生	主管	010-888	1388888	sinobase	21
孙洪山	先生	其它	010-888	1388888	sinobase	20

Total:90747

Have Phone

- (All)
- 否
- 是

Have FAX

- (All)
- 否
- 是

Have ADDRESS

- (All)
- 否
- 是

Have STAFF COUNT

- (All)
- 否
- 是

Have PC COUNT

- (All)
- 否
- 是

Have SERVER COUNT

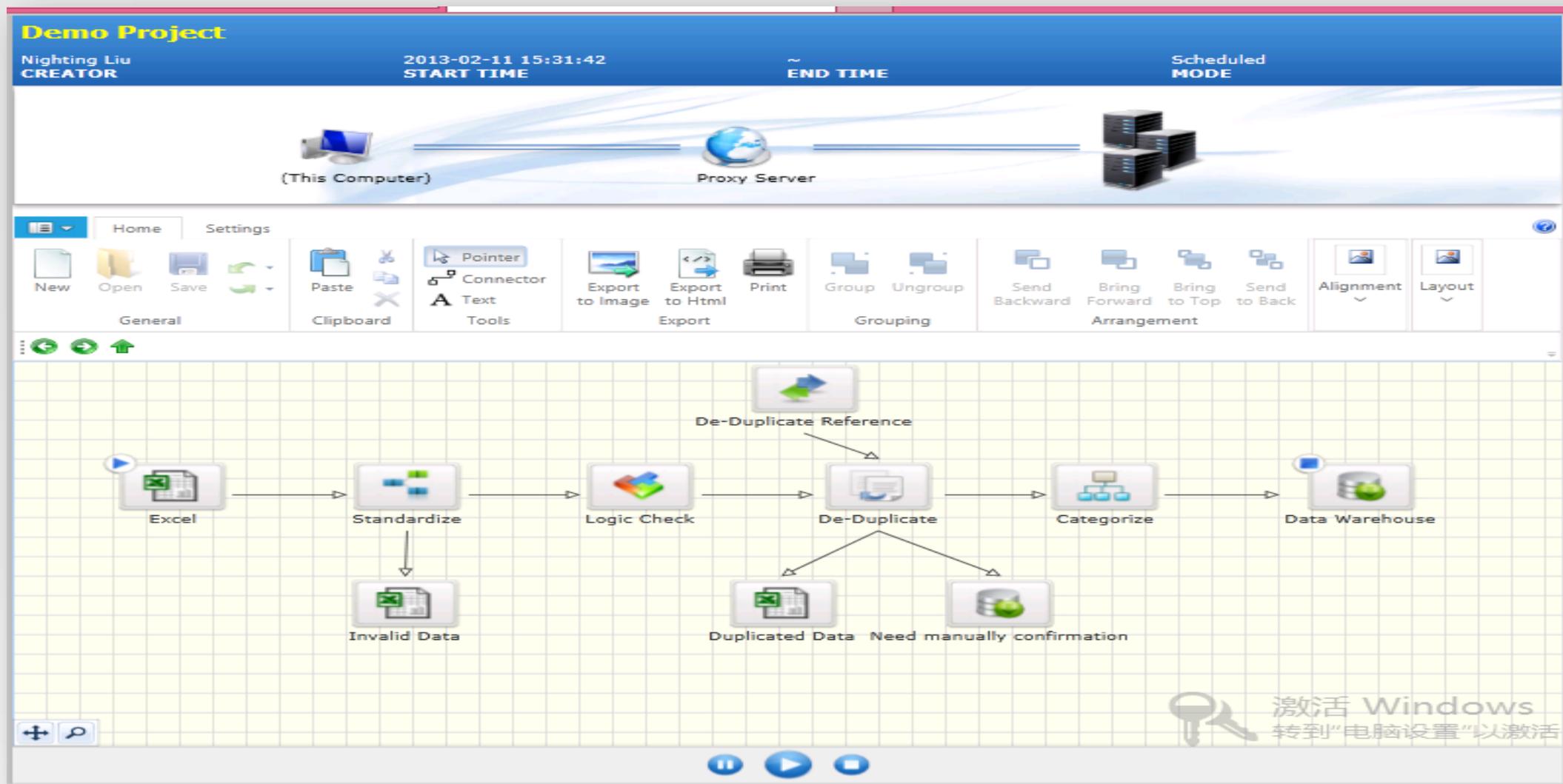
- (All)
- 否
- 是

# 粉丝分类管理

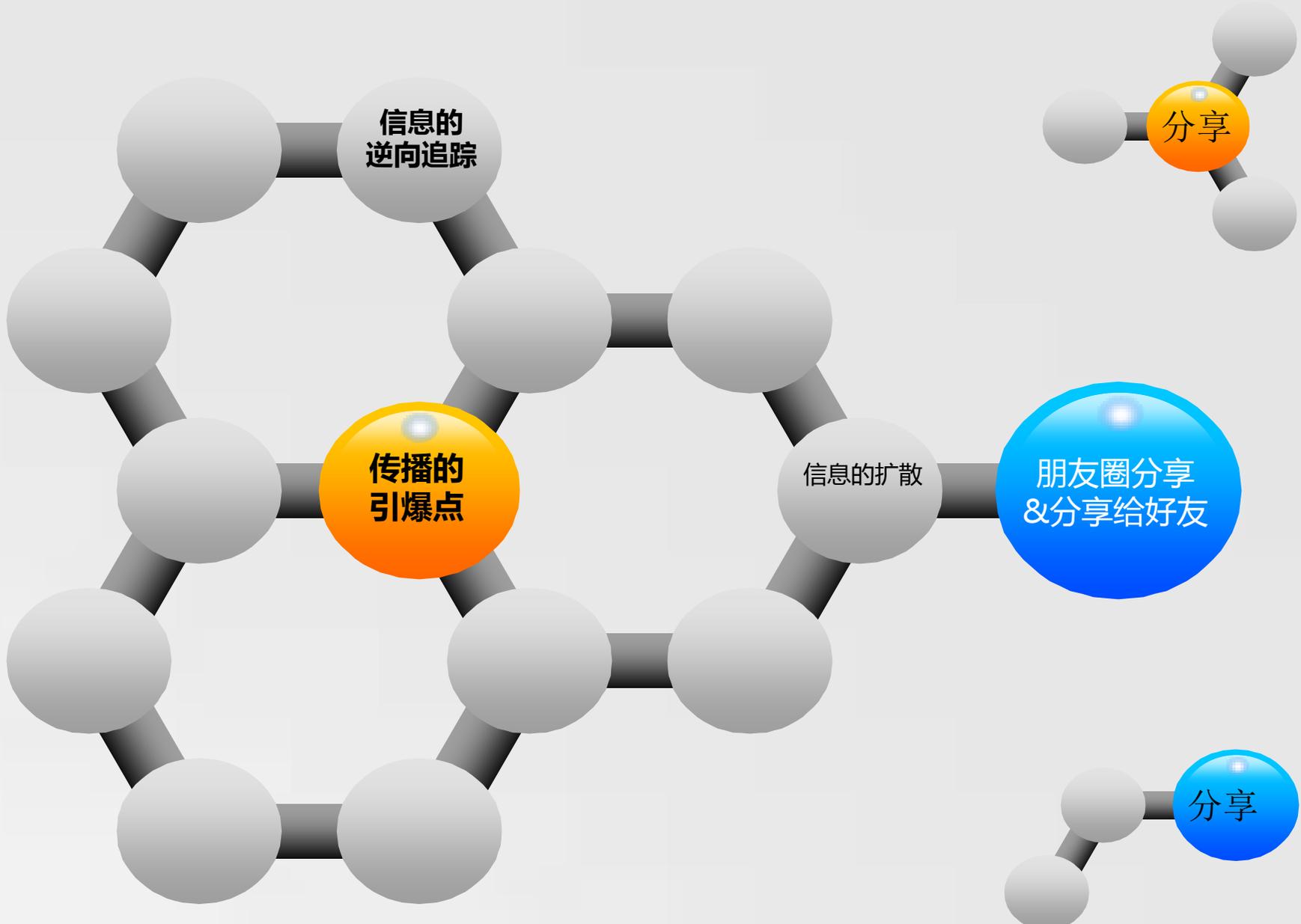


- 我们提供的服务是基于腾讯开放的API端口，结合我们高效、稳定的技术服务作为辅助，通过我们的平台实现快速、安全的数据交互，并能够实现诸多便于用户操作和使用的功能，实现实时交互。

# 多数据平台快速整合模块



# 微信朋友圈追踪及分享





微信  
公共账号

Share

Share



用户 1



用户 2



用户 3



用户 4

可以对用户的  
真实身份进行  
绑定及追踪

可以对用户的  
唯一性进行  
识别，保证  
统计的准确  
性

唯一用户识别



用户 1



用户 11



用户 46

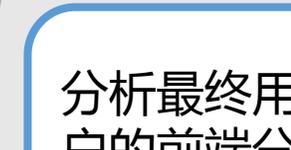
引爆点+逆向追踪  
在所有分享路径中用户  
出现的频次最多的用户



用户 5



用户 24



分析最终用户的前端  
分享路径



用户 6



用户 7



用户 8

**THANK YOU!**

**[www.sinobasedm.com](http://www.sinobasedm.com)**

