

移动互联网时代 传统企业

随机应变

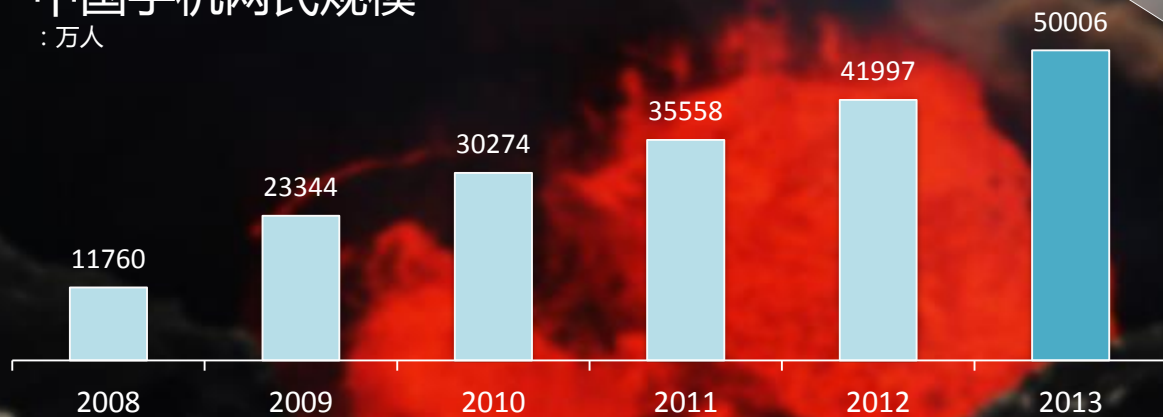
A close-up photograph of a black smartphone lying on a wooden surface. The phone's screen is lit up, displaying a green-tinted interface with some text and icons. The phone is positioned diagonally across the frame. The background is a warm-toned wooden table with some faint, illegible text visible on the surface. The overall lighting is soft and focused on the phone.

2014中国移动互联网三大趋势

NOW

中国手机网民规模

: 万人



手机上网人数已超过

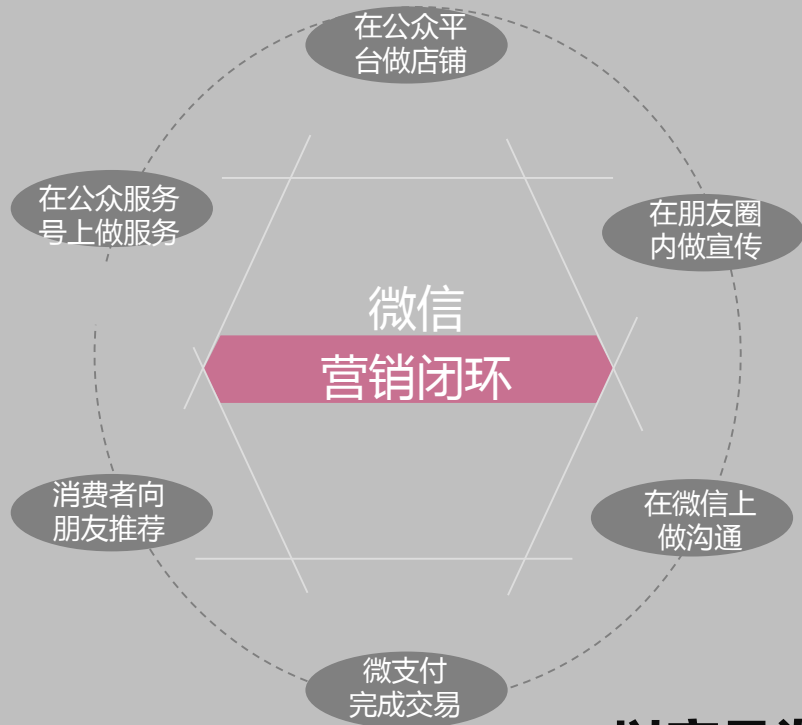
5亿

人均移动上网时长已超过

121分钟

趋势一：基于微信闭环的营销生态圈，移动电商生态发展迅猛

微营销生态圈



- 微信生态基础是人流和资讯流，从而实现商品流
- 淘宝、天猫的生态基础是商品流，据此实现人流

越来越多的商家愿意尝试基于微信的电商

- 闭环已经完整
 - 与社交关系融合，更易口碑传播
 - 容易在定向营销上做文章
 - 客户黏性更高，容易重复购买
-
- 2013年底，大众点评、小米、易迅等接入微信支付，并纷纷主动推出“微信价”

以商品为中心的时代将过渡到以消费者为中心的时代

趋势二：基于第一方数据的大数据营销 为企业带来更大的实效

客户和潜客的消费或消费倾向数据采集与分析，产生有针对性的产品、市场和销售策略与计划



微信

作为与消费者交互前端的大数据采集与分类管理，较传统PC，优势和价值更加明显：

- ① 数据的核心节点是人而不是终端、网页、ID
- ② 采集用户的动作更加实时化。采集所可以覆盖的用户行为可以更加碎片化
- ③ 带有地理位置的信息
- ④ 第一方数据，意图指向更明确

更完整、生动地描绘一个消费者在特定消费环境的轨迹

第一方消费信息数据中心

趋势三：用机制贯通线上线下，打造“全零售”消费者体验

全触点、全流程、全交互的互联网化的改造



融合渠道思维的“全零售”模式

统一的品牌信息

卓越的用户体验前端，多渠道中获取统一的品牌信息

充分整合后台各类系统的运营模式

灵活和创新的后台技术，满足用户全天候“与统一服务窗口随时互动”的需求

人人“创客”的极致应用

社会化商业更加重视保有与客户保持活跃互动，因为每一个客户身旁都存在一个网状市场

提供全面、综合、个性化的用户体验

4

大商业价值

全流程、全产品、全用户的数据采集能力

微信CRM/
微任务

基于回流的消费数据进行个性化应用

精准消息推送
/ 微社区

以消费者为基本单位，实现企业内部整合，统一对外服务窗口

智能在线客服

以打破线下消费局限为目的的移动互联网交易体验

微购物 / 千店
千面/一人一码

8

大应用

全流程、全产品、全用户的数据采集能力

实现品牌无感知连接消费者，并回流消费数据

企业与其消费者交集的
关键环节



防伪查询

订阅优惠券

签到得积分

参加活动

.....

部署移动互联网的
触点/窗口



线下零售现场数据通过微信回流到线上
分类、分析



基于回流的消费数据进行个性化应用

提升企业在产品开发、市场和销售领域的投资回报效率

批量化的
个性沟通

多维度的
消费数据分类

指导产品、市场和销售
策略与执行

文字信息 商品购买页

真人客服的直接沟通

图文信息



以消费者为单位，实现企业内部整合，统一对外服务窗口

达成简化消费和服务的流程、优化消费者体验的目的

在单一移动互联网工具（例如：微信）里完成整个消费流程（consumer journey）

吸引->认知->兴趣->咨询->购买->会员忠诚



以打破线下消费局限为目的的移动互联网交易体验

消费者的消费动作，不再受时空限制，就在手机屏上的2-3个触键之间，完成营销的闭环

精准媒介触达目标人群
最大化转留存为微信好友

实现移动互联网购物体验
基于企业微信服务号

NISSAN 技术日产 人车生活

SHIFT_

NISSAN TEANA 天籁 新世代天籁 NEO DNA 新生豪华 “我终于见到了。”

武汉深志	027-65660895	恩施康达	0719-8028818	咸宁信德商务	0715-8688111
宜昌文星耀汇	0717-9816518	咸宁信德	0715-8815666	荆门沃信	0724-2223886
宜昌文星	0717-9809598	十堰东贸	0719-8875006	随州东信	0722-3285555
襄樊东信	0710-3811311	荆州信信	0716-8480966	孝感瑞丰	0712-2686666
襄阳东信	0710-3113311	黄石信信	0714-8386666		

TEANA ** SYLPHY ** SUNNY ** LIVINA ** X-TRAIL ** QASHQAI **
MURANO ** TEANA ** XANVI ** QUEST ** ROGUE ** R

东风日产

查找商品 门店查询 下单购买 在线支付

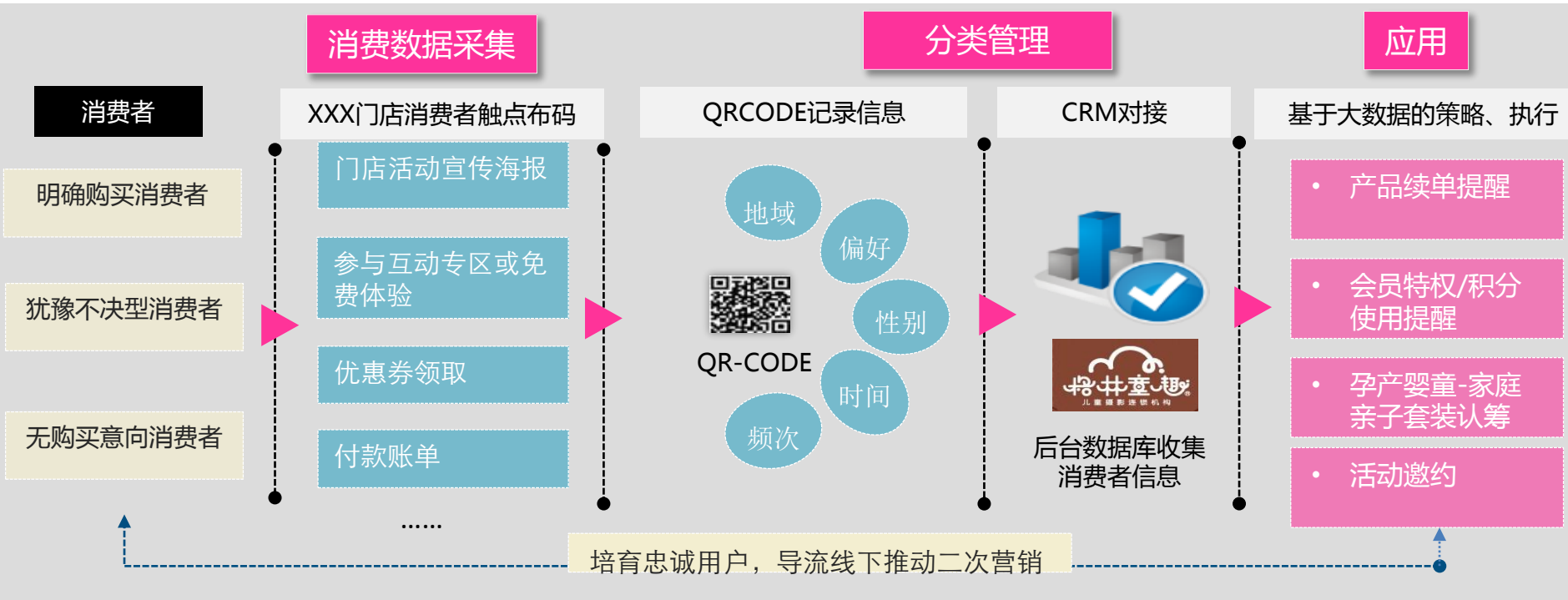
促销，活动等个性化消息通知

会员管理

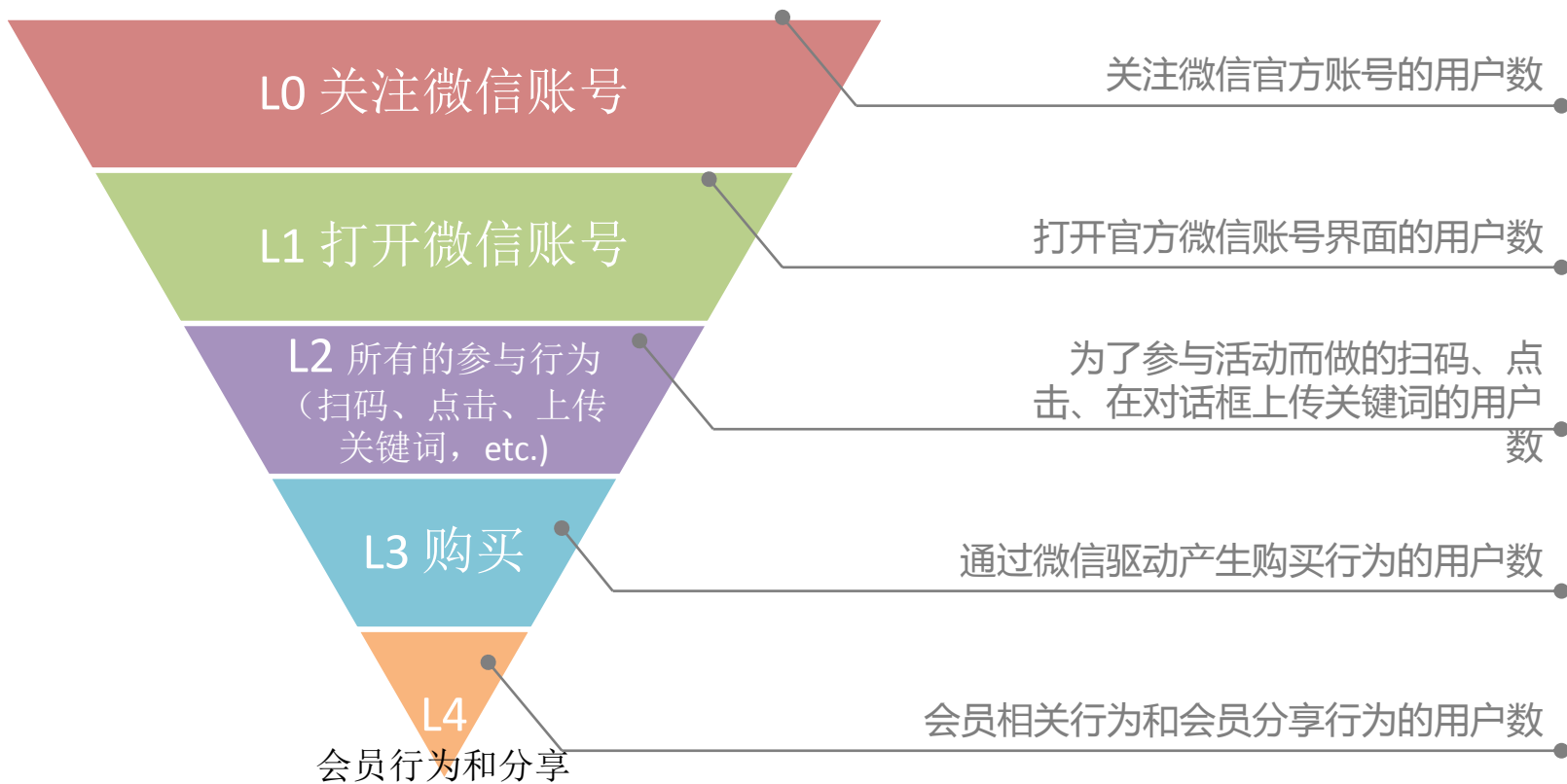
订单处理

配送

微信CRM：带参数二维码的部署策略+用户标签管理



微信CRM：用户标签管理的分级与分类逻辑



随视“微任务”一招智胜的营销利器

随视与腾讯微信支付战略合作产品

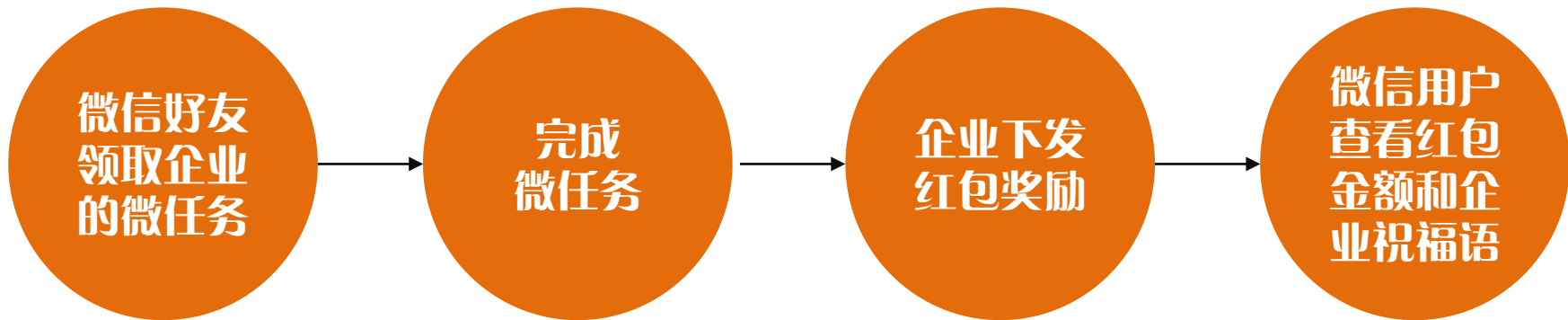
用于企业基于微信用户的奖励和传播

小投入，高效率，大回报

直观快捷的流程，简单有趣充满诱惑

高效触达移动互联网用户，是企业赢在移动互联网的推广利器

“微任务”的实现流程



用户只要完成企业指定的动作，就能领红包，**100%有奖**
企业可设置红包的金额、个数、祝福语

“微任务” 界面展示-领任务

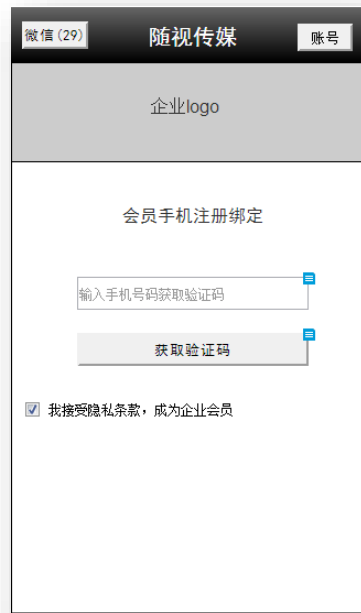
微任务长期入口
企业微信的二级菜单



查看所有微任务
微任务首页



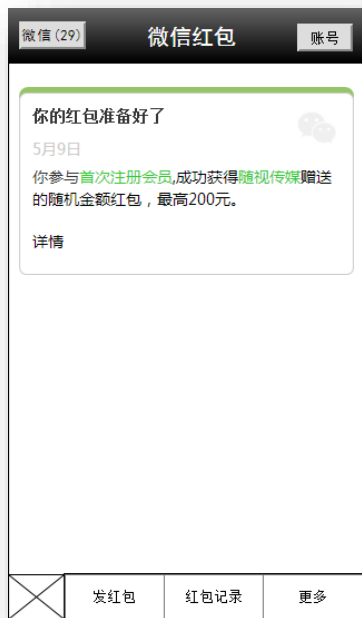
点击领取微任务
微任务详情页



备注: 同一用户每日最多可获取2个红包, 每月最多10个

“微任务” 界面展示-完成微任务获取红包

完成任务系统下发
获取红包通知



点击红包通知
查看红包



拆红包
查看金额和企业祝福语



拆开红包系统下发
成功领取红包通知



备注: 下发通知的绿色部分是活动和企业名称以及随机的红包金额, 其他内容以及红包祝福语企业可自定义

“微任务” 应用场景

1. 扫码关注

2. 首次注册

3. 完善资料

4. 邀请好友

5. 购物抽奖

6. 调查问卷



微信(29) 随视传媒 账号

企业logo

会员手机注册绑定

输入手机号码获取验证码

获取验证码

我接受隐私条款，成为企业会员

返回 随视传媒 账号

完善个人资料 上一页

积分提示 会员第一次完善个人资料，可以赢取红包一个！

真实姓名：

昵称：

性别： 男 女

手机号码： 获取验证码

生日：

所在地：

邮 箱：

提交

返回 随视传媒 分享

邀请好友，赢红包
东风日产2.5亿红包大派送

邀请好友，赢红包！
东风日产2.5亿红包大派送

给朋友留言

取消 发送

【温馨提示】
更多精彩活动，更多好礼相送，请点击自定义菜单“悦精彩·新奇骏上市精彩活动”。

把这个好消息分享给好友们

返回 购物车 分享

宝洁 海飞丝 丝质柔滑洗发水
价格：¥106.00 ¥151.80
数量：2 小计：¥106.00

宝洁 海飞丝 丝质柔滑洗发水
价格：¥106.00 ¥151.80
数量：2 小计：¥106.00

宝洁 海飞丝 丝质柔滑洗发水
价格：¥106.00 ¥151.80
数量：2 小计：¥106.00

全选 小计：¥106.00
运费和手续费：¥0.00
总计：¥106.00

折扣代码：

如果您有，请输入 进行结账

返回 随视传媒 账号

企业调查问卷

提示 会员完成企业的调查问卷，可以赢取红包一个！

家庭成员：

职 业：

月 收 入：

完成

精准消息推送：基于标签分组推送

回收数据，记录标签
城市+性别+默认地点（销售渠道）



微信好友有上行动作
自动编为“DM接受用户”



提交关键字

上传位置

点击自定义菜单

推送精准消息
基于不同标签分组推送



微社区：有共同兴趣或需求的用户间互动

微社区参与价值

活动承载

产品讨论

达人自晒

周边八卦

攻略心得

美妆教程



智能在线客服：统一的服务窗口，及时响应用户的需求



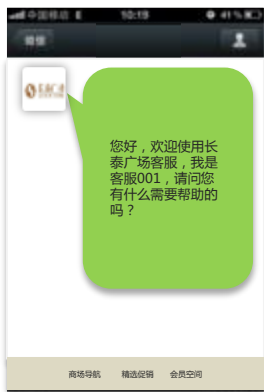
分布式人工客服

- 智能分布系统，减少人工服务的等待时间，快速为用户提供一对一服务

一二级客服体系

- 可将二级客服设置为投诉建议部门，区域客服部门，缩减反馈时长，减缓负面情绪

【客服坐席】



【1对1沟通】



【后台自动保留沟通备案】



微购物：基于环境、活动等因素驱动的目的性非常明确的购物

【1-微信下发活动消息】



【2-了解详情进入单品页面】



【3-了解详情进入单品页面】



【4-微信支付认筹金额】

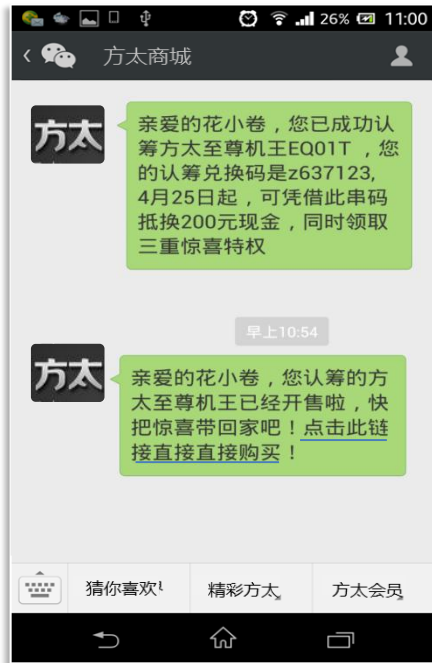


微购物：基于环境、活动等因素驱动的目的性非常明确的购物

【5-成功认筹商



【6-获取认筹码与开售通知】



【7-完成购买】



【8-确认收货地



微购物：基于环境、活动等因素驱动的目的性非常明确的购物

微信电子商城的架构

微信公众平台

入口

导购

通知

菜单管理

1. 菜单分类
2. 欢迎索引
3. 页面对接
4. 促销订阅

通知

1. 物流通知
2. 积分通知
3. 订单通知
4. 到货通知

交互管理

导购

结算

支付

配送

网站管理

1. 素材管理
2. 页面管理
3. 文章管理

商品管理

1. 品类管理
2. 商品上下架
3. 价格调整
4. 自定义类型

交易信息

咨询评
论

留言

推荐

订单管理

1. 订单操作
2. 售后服务
3. 快捷发货
4. 快递单打印

营销规则

1. 促销
2. 积分
3. 认筹

服务

会员中心

会员管理

1. 会员档案
2. 会员等级
3. 会员营销
4. 消息设置

报表

1. 运营概况
2. 流量统计
3. 销售统计
4. 来路统计

千店千面：三大优势



总部的微信就是
门店的微信



门店的用户或访客
是门店的微信好友



门店在微信上的微
店自己做主

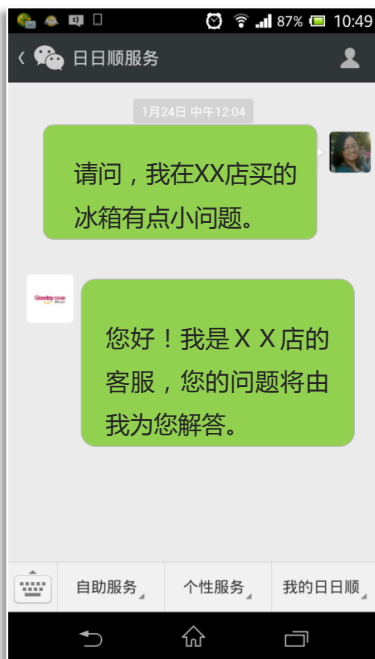
千店千面：门店独立管理自己的微信好友，提供精细化的服务

- 门店管理员可以通过客服接口和高级群发接口对本组微信好友做精准消息推送
- 微信分组好友的个性化问题，优先由门店客服解答

【把门店信息推送给本组微信好友】



【门店客服解答本组微信好友的问题】



千店千面：门店独立管理自己的微店，提供有特色的商品和活动



一人一码：每个人都是独立的营销单元，从潜客开始建立起绩效考核与驱动的机制

【为每个投资顾问设置专属二维码】



【意向/已购买顾客扫码，关注P2P微信】



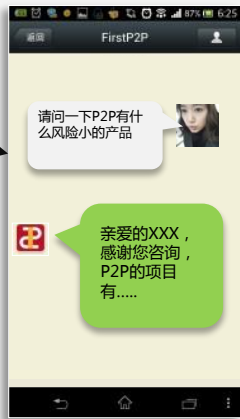
【离店通过微信咨询意向产品】



【系统自动检索该会员的归属投资顾问】



【投资顾问给出专业服务/答疑】



【产生业绩算该投资顾问】



The background of the image shows the lower legs and feet of several people walking on a paved surface, captured in a blurred, low-angle shot. The lighting is somewhat dim, creating a professional and dynamic atmosphere.

微信商业化

2015年可见的主要趋势

三大可预见的趋势

微信支付



协助企业（特约商户）实现“收款台（支付方式）”和“柜台（消费体验）”的转型

微信地图



在街景上面叠加更多的商业数据

微信搜索



连接人和信息
微信解决连接人和人的问题，微信商铺解决连接人和商品，微信公众号解决连接人和服务

随视传媒
Ads it



THANKS

