

如何搭建标签体系？

一、标签定义

标签：用简短的词语标记客户的关键特点，迅速进行客户分类，帮助实现跨部门协同操作。

标签需要符合业务模式和业务流程，让全体员工达成共识，同时，也要熟练使用客户标签，在日常工作中不断积累客户数据。

统一的标签体系，可以让所有员工在第一次接触客户时，对客户有初步的基本判断，提升协同力；同时，标签可以帮助实现客户分层，了解现有的客户类型，以便未来的业务规划和企业的发展。

二、标签体系（仅供参考）

1.意向类（动态变化）

高意向：积极回应、主动询问、查看资料五次及以上、分享过三次文件，满足两项即可

中意向：有回应，但没有主动询问过产品，查看资料三次及以上

低意向：很少回复，一周会看一到两次文件

沉睡客户：不回复、偶尔会浏览一两次文件、浏览时长5秒以下

2.客户规模

KA、中小企业、小微企业

3.所处行业

机械设备、商务服务、教育培训、互联网广告、IT服务、金融服务、房地产、电商、装饰装修

4.职位

企业老板、其他高层、市场负责人、一线市场、销售负责人、一线销售、其他岗位

5.客户来源

广告、官网、公众号、线下活动、会销、电销、名片

6.客户关系

老客户（合作半年以上）、复购客户（购买两次及以上）

三、使用标签的路径

1.第一步：管理员搭建标签体系

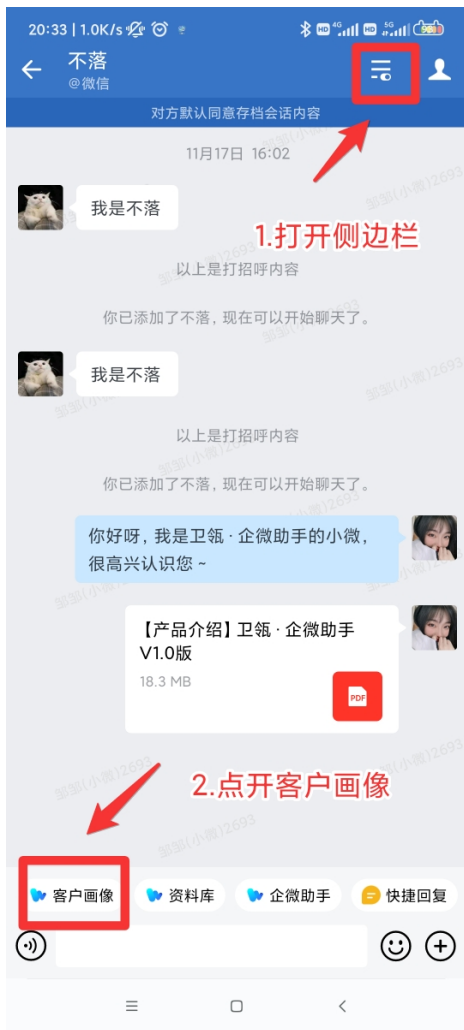
确定好合适的标签体系后，由管理员登录企业微信后台，在<客户联系>—<企业客户标签>中，添加标签组，搭建合适的企业标签体系





2.第二步：员工打标签，积累数据

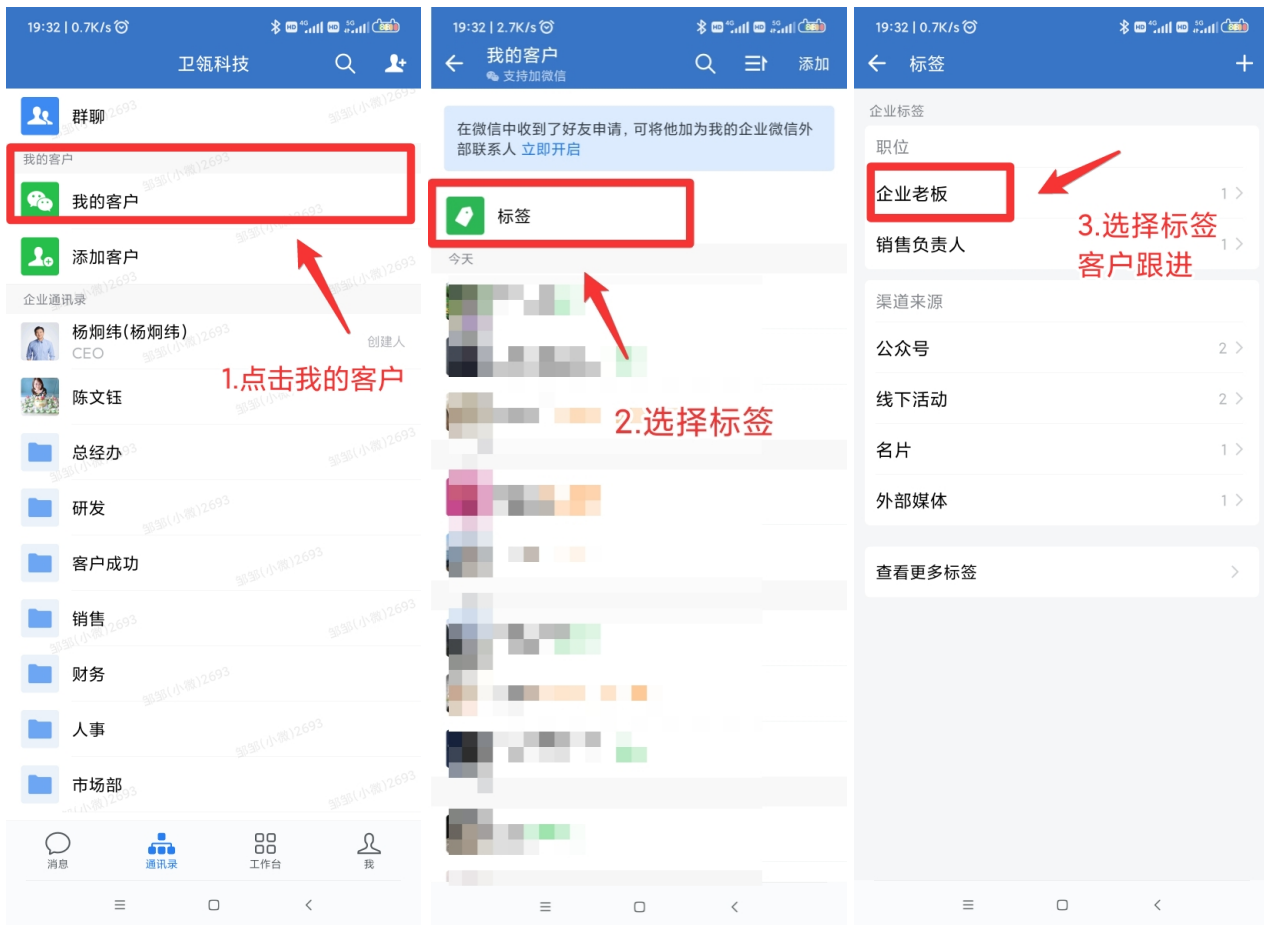
在日常工作中，可以在客户画像中，可以方便快捷地为客户打上合适的企业标签。



四、员工日常工作如何使用标签

1. 客户跟进顺序

可以按照标签筛选客户，在跟进商机客户后，还可以按照高意向—KA客户—企业老板，以这个顺序开展每日的跟进工作。



2.日常群发工作

客户每日可以收到一条群发信息，用合适的资料去触达不同类型的客户。

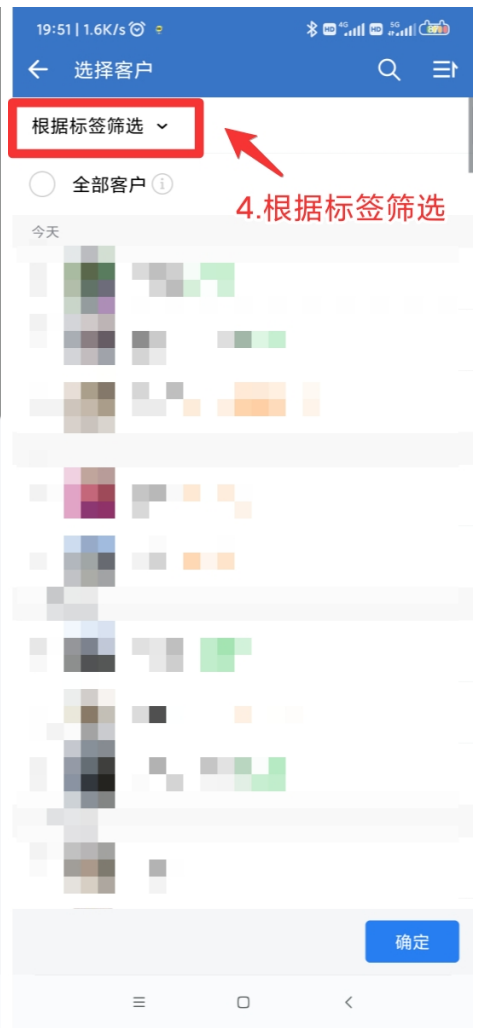
一周群发三次：对高意向、KA客户，可以一周群发三次，较为高频的主动接触，可以增进客户关系，同时让客户更了解课程，加快成单速度。

一到两周群发一次：对中低意向客户，可以保持一周一次的群发频率，或两周一次，既可以低成本保持联系，同时较低的群发频率，可以减少用户的抵触情绪。

节假日、营销活动、产品介绍群发：全部客户都可以群发，可以借此唤起沉睡客户。

群发路径：

a.在工作台的群发助手群发



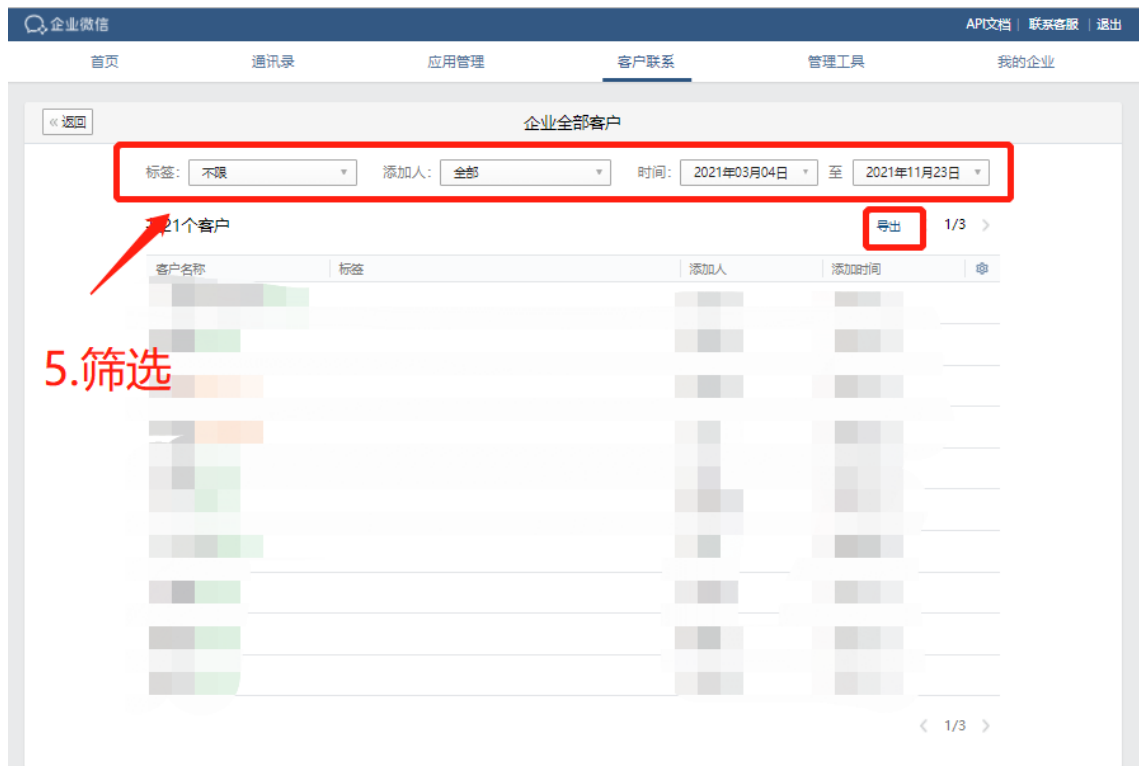
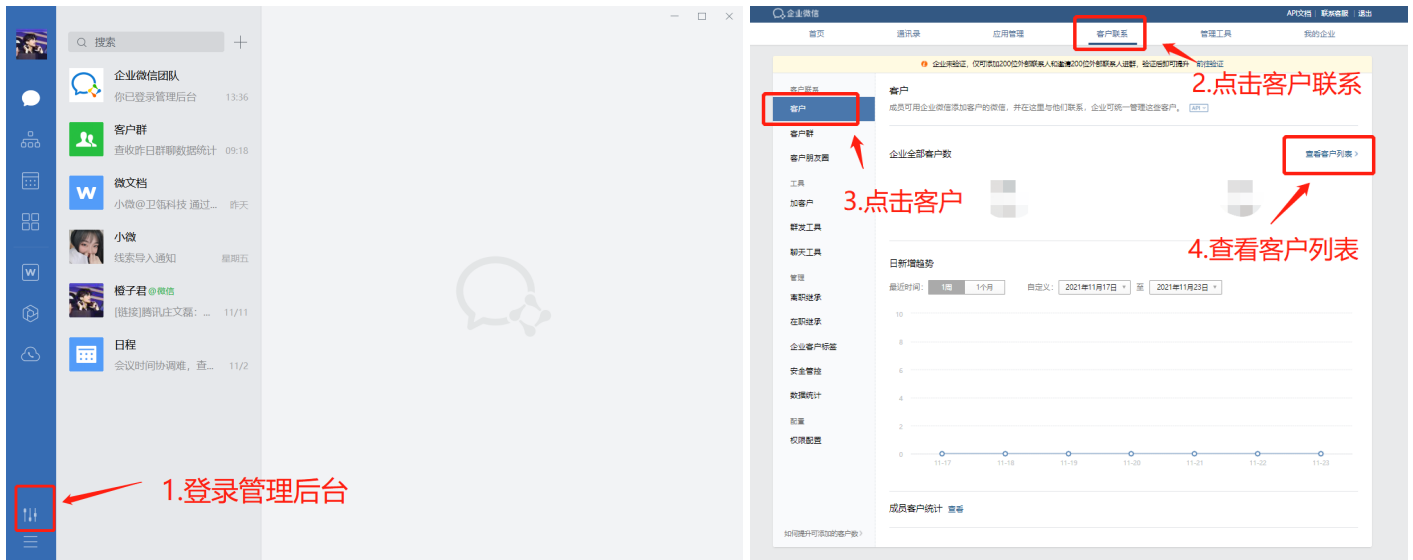
b.在资料库群发



五、如何查看各类标签的数据

管理层可以在企业微信的后台，看到各个标签的详细人数，以及每一个员工所有的客户类别。

可以导出报表，更细致地分析。



在卫瓴后台，也有关于标签的分析。

1. 点击首页

首页

昨天

让有能力的人聚在一起，相互激发能量，既敢想又能干，遇到多大的困难都能坚持不懈，遇到多大的挫折都能从头再来，那能创造出多大的成就啊！

今天

复盘，就是从即将结束的项目中，总结经验教训，吸取失败教训。

数据看板

为什么使用卫领-企微助手管理线索

0 新增线索

8 个客户
已经跟单
46 新增客户

5 个跟进记录
提到拜访/见面
30 新增跟进记录

2. 点击全员客户

您的客户

您的同事

新增客户排行

2021-11

首页 / 客户报表

10/25 10/27 10/29 10/31 11/02 11/04 11/06 11/08 11/10 11/12 11/14 11/16 11/18 11/20 11/22

客户标签分析

新增客户 46

渠道来源:名片	13%	6
特殊身份:已成交...	9%	4
渠道来源:官网	9%	4
联系我们	7%	3
所处行业:软件服务	4%	2

3. 查看更多标签

查看更多 >

首页 / 客户报表 / 客户明细

输入客户昵称

2021/10/25 - 2021/11/23

4. 点击筛选

微信昵称	客户状态	添加员工	标签
[模糊]	跟单	共3人	渠道来源:名片
[模糊]	客户	共3人	渠道来源:名片 技术人员
[模糊]	商机	共7人	渠道来源:官网 职位:市场负责人
[模糊]	跟单	共4人	特殊身份:已成交客户 名片外发
[模糊]	跟单	共3人	特殊身份:已成交客户 媒体来源:巨量引擎-抖音
[模糊]	客户	共3人	渠道来源:名片
[模糊]	丢单	共11人	特殊身份:卫领同事 渠道来源:应用推广码
[模糊]	跟单	共6人	渠道来源:官网 外发名片

5. 可以多选

筛选线索

客户状态: 选择客户状态

按标签筛选: 名片

客户跟进摘要: 选择客户跟进摘要

重置 确定