

# 从线索到MQL

卫颌·协同CRM

如何构建市场营销体系提升MQL 转化率?



# 关于卫瓴科技

快速成长的新型互联网公司



SEQUOIA 红杉 | Tencent 腾讯 × 卫瓴科技

## 卫瓴科技

卫瓴科技成立于2020年12月，公司致力于为成长型企业和中小企业实现以客户为中心的协同增长，向企业提供领先的数字化营销和销售赋能工具及解决方案，助力企业提升营销及销售效率。

旗下核心产品【卫瓴·协同CRM】是一款服务B2B企业的协同型CRM系统，帮助ToB企业实现营销公域和企微私域的连接，客户孵化，商机感知，销售赋能，协同跟进，提升企业线索转化效率，组织协同效率，助力企业持续增长。目前已帮助数百家先进企业实现营销和销售转化率的提升。

2020年，获得红杉中国种子基金领投的天使轮投资；

2021年，获得腾讯领投、红杉中国种子基金跟投的Pre-A轮投资；

2022年，获得云九资本领投，云启资本、光速中国及老股东红杉中国种子基金等跟投的亿元A轮投资。

# 创始人说

## 创始人兼CEO 杨炯纬



- 毕业于复旦大学计算机系，复旦大学 MBA
- 复旦校友会创业俱乐部创始会长
- 复旦大学IT同学会副会长
- 中国商业创新委员会专家委员
- 虎啸奖年度人物、虎啸传媒特约专栏作家
- 金鼠标数字营销年度影响力人物
- ECI中国年度商业创意人物
- 中国传媒大学客座教授
- 中国人民大学客座教授
- 北京大学广告学院总裁班兼职讲师
- 复旦大学管理学院兼职讲师
- 金鼠标、金投赏、虎啸奖终审评委、监审主席
- 全国百强网络广告名人之一

- 📁 **好耶集团** 创始团队成员 总裁
- 📁 **MediaV** 创始人 CEO
- 📁 **聚效广告** 创始人 CEO
- 📁 **360集团** 高级副总裁
- 📁 **卫瓴科技** 创始人 CEO

“卫瓴科技是我的第三个创业公司，在长达20年的互联网营销生涯中，我服务过超过20万家广告主，深切地感受到许多成长型企业尤其是B2B企业在围绕客户生命周期的营销和销售过程中存在的诸多痛点。比如极低的线索转化率，营销和销售之间就线索质量和转化问题的相互指责，强于销售管理却疏于对一线员工的赋能...”

我希望卫瓴能够帮助这些企业去解决营销和销售的数字化问题，通过精准营销数据智能来切实赋能整个营销和销售流程，让每一位一线营销和销售人员能够获得互联网和大数据的加持；

我也希望卫瓴科技能够与处于成长期的中小企业共同探索和实践先进的管理思想和技术工具，让数字化真正成为企业获得持续增长的保证！”

@杨炯纬



WILLING

卫领·企微助手



# CONTENTS



B2B企业增长遇到了什么难题？



市场部如何搭建营销体系？



市场部如何运营提升线索转化率？

# B2B企业增长难题

B2B企业增长遇到了什么难题？

【B2B营销四个阶段】

【传统漏斗模型】

【卫领转化模型】



# B2B营销的四个阶段

营销行为是B2B企业离不开关键动作，B2B营销分为四个不同的阶段

## 品牌市场阶段

此阶段，市场工作以品宣为主，不承担获客职责，不对线索获取负责

阶段一

## 线索市场阶段

此阶段，市场部开始有集客行为，通过官网、广告，活动等获取线索，但对线索量有要求，对线索质量不负责

阶段二

## 线索商机阶段

此阶段，市场部不仅仅提供线索，还对线索做清洗培育，负责向销售部门输出MQL

阶段三

## 全链路营销阶段

此阶段，市场部负责客户全生命周期市场营销，对客户的每个阶段的转化和留存提供支持

阶段四

您所在的企业，处于营销的哪个阶段？如何实现从第一、第二阶段往第三、第四阶段跨越？

# B2B企业遇到的增长难题

扩大**线索数量**及提升**线索的转化率**是B2B企业通常两大抓手

## 销售全流程 (以面销为例, 5万客单价, 4周成交)



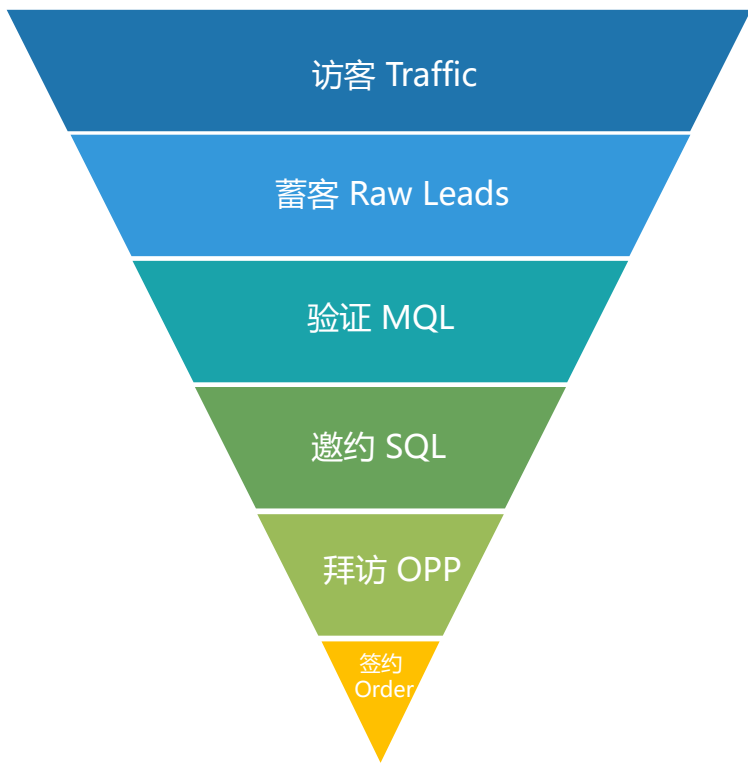
B2B企业要实现持续增长, 应该扩大线索数量, 还是提升转化率?

- 流量红海, 线索获取成本逐年提升
- 人力成本居高不下
- 转化率极低, 哪怕线索量继续扩大, 整体增长不明显

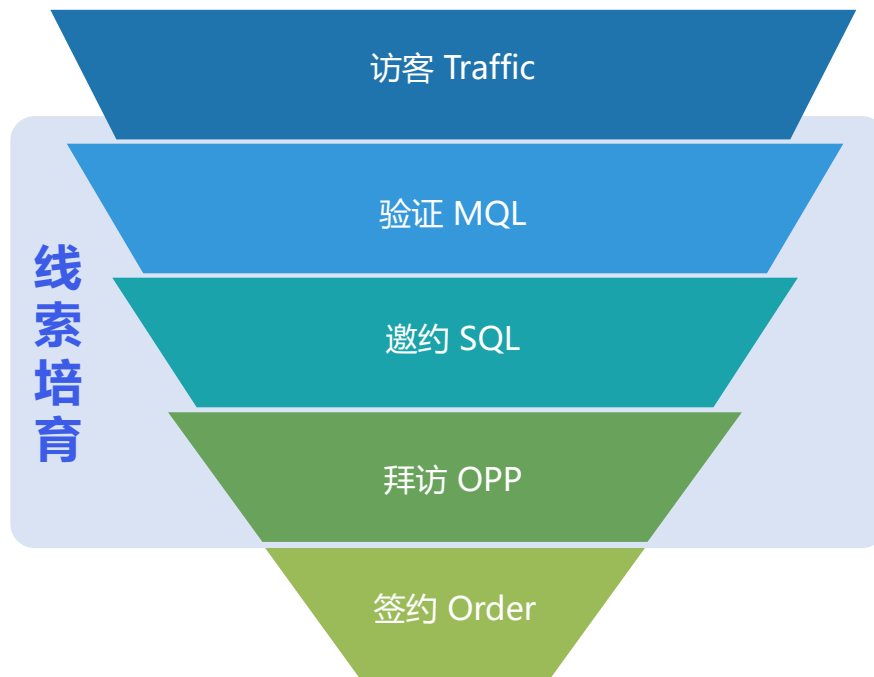
大部分B2B企业把所有的精力放在找线索上, 而忽略了营销和销售环节的转化效率已经成了制约企业增长的掣肘。

# 提升转化率的基本方法论

## 传统转化漏斗模型的进化



传统转化漏斗模型



进化后的漏斗模型

## 实现线索转化率的基本方法



### 提升进入漏斗线索质量

客户池入口的质量是基础



### 减少转化环节

化繁为简，优化复杂的转化流程，缩短成交路径



### 提升各环节转化率

成交的每个环节内的转化率都可以打磨，优化，提升

# 卫瓴·企微助手如何赋能市场？

以客户为中心的协同CRM系统

## 【卫瓴·协同CRM】

助力市场部门搭建高效营销体系

【构建私域】

【线索运营】

【MQL的判断和转出】

【MQL后链路的赋能】



# 传统转化漏斗模型下的线索流转

以电话号码为基本载体的线索获取及转化流程



流程冗长

流失严重

数据断层

管理失控

# 构建线索企业私域池

构建企业级私域池是提升转化的必要动作，也是**减少流失**，**提升转化**必要条件

## 线索要孵化

“善于线索孵化的公司，成本降低33%，潜客多开发50%；但是，**73%营销线索未经孵化，最终被忽视或丢弃。**”

—— Marketing Sherpa 2012首席研究

## 用户要运营

流量



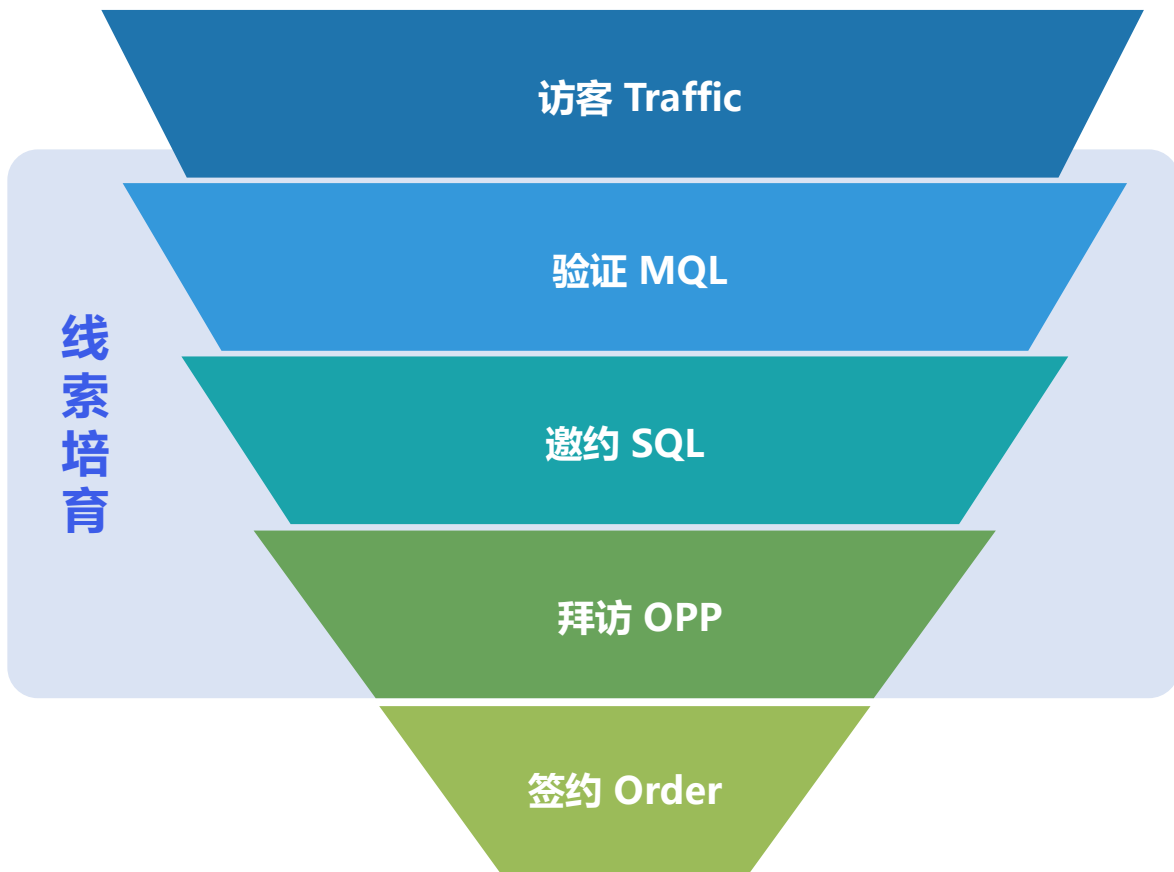
用户

用户要有【用户档案】

用户需要【洞察维护】

用户需要【持续挖掘】

# 建立公司级线索池，启动线索培育



## 实现线索转化率的基本方法

- 提升进入漏斗的线索质量
- 减少转化环节
- 对每个环节的转化率提升

# 为什么用企业微信构建线索池？

客户信息清洗和客户运营孵化的差别巨大

以电话号码为基本载体的线索池，注重清洗而非培育，缺少用户运营



# 为什么用企业微信构建线索池?

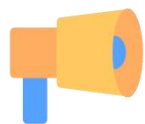
企微微信是目前唯一，高效，合规，统一，管理微信私域流量的平台



**可沟通** —— 可以持续进行实时的1V1沟通



**可分层** —— 用户分层，助力个性化沟通



**可交互** —— 双向沟通、感知能力、实时反馈

**私域池的搭建：企业微信 > 公众号粉丝 > 电话号码名单**

# 卫瓴·企微助手如何赋能市场？

以客户为中心的协同CRM系统

## 【卫瓴·协同CRM】

助力市场部门搭建高效营销体系

### 【构建私域】

### 【线索运营】

### 【MQL的判断和转出】

### 【MQL后链路的赋能】



# B2B企业获客场景全覆盖

卫瓴企微助手智能营销组件



## 广告获客

广告推广的目的是为了促进销售



# 营销赋能-广告获客

## 让我们看一个视频

如何打通广告公域和私域



7个助力高效获客的  
入微组件

# 营销赋能-提高加微量

高效流转，减少转化路径，效率大大提升

## 使用卫瓴企微助手前

传统市场广告线索流转路径长、时间久，流失率高



1、市场投放广告



2、客户填写官网的表单



3、粗糙的客户信息Excel表交接



4、销售电话联系客户



5、销售加客户微信

## 使用卫瓴企微助手后

减少转化路径，线索流转更高效



1、市场投放广告



2、通过 **智能营销组件**，一步直达  
业务人员微信

# 营销赋能-公域行为画像同步私域

相较于普通的电话号码，高信息量线索更有价值

## 使用卫翎协同CRM前

销售拿到的线索

只是冷冰冰的一个电话号码

王先生

手机号：176\*\*\*\*8123

## 使用卫翎协同CRM后

销售拿到销售可拿到丰富多维的

客户画像



线索标签

搜索意图

推广信息

浏览时长

访问轨迹

客户从PC端加微



线索标签

留资信息

广告创意

客户从移动端加微

# 营销赋能-广告效果一站式优化

SEM广告, 信息流广告效果优化

## 多渠道线索统一管理

百度、360、腾讯、头条、抖音、快手等  
自动监控流量转化数据

## 优化关键词投放

每一分钱都不白花

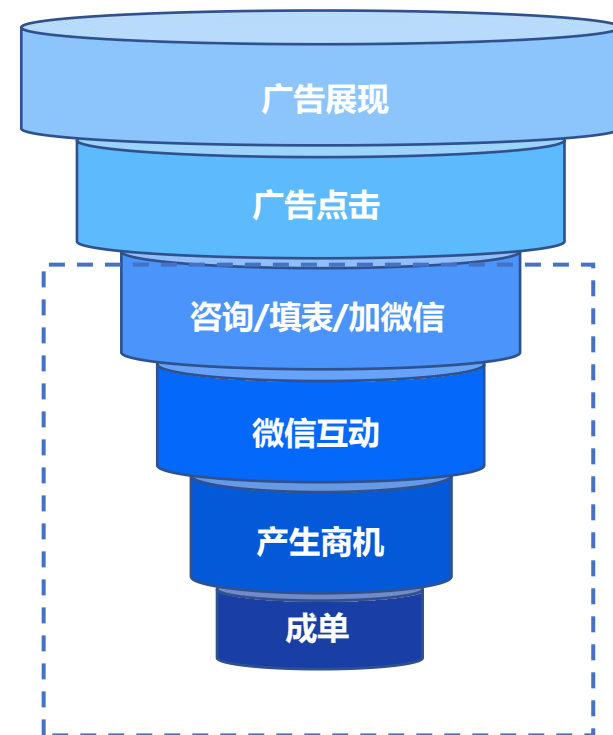
## oCPC/oCPM数据实时回传

自定义指标优化



基于转化再优化广告展现逻辑

深链路转化回传

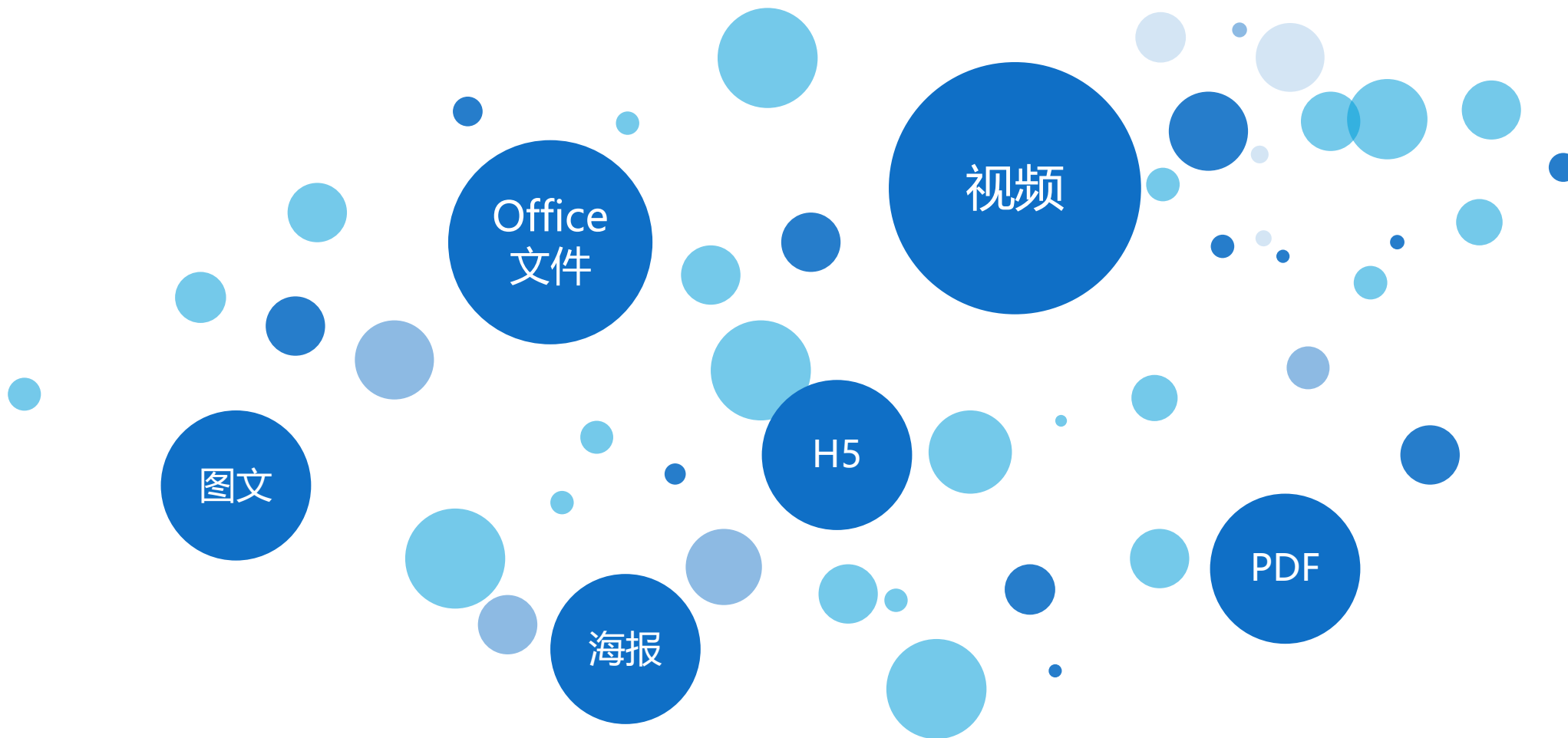


## 内容营销

### 提供线索运营的“弹药”

完整的内容库，科学的内容分类、内容标签管理，助力线索的针对性运营，随时提供“弹药”

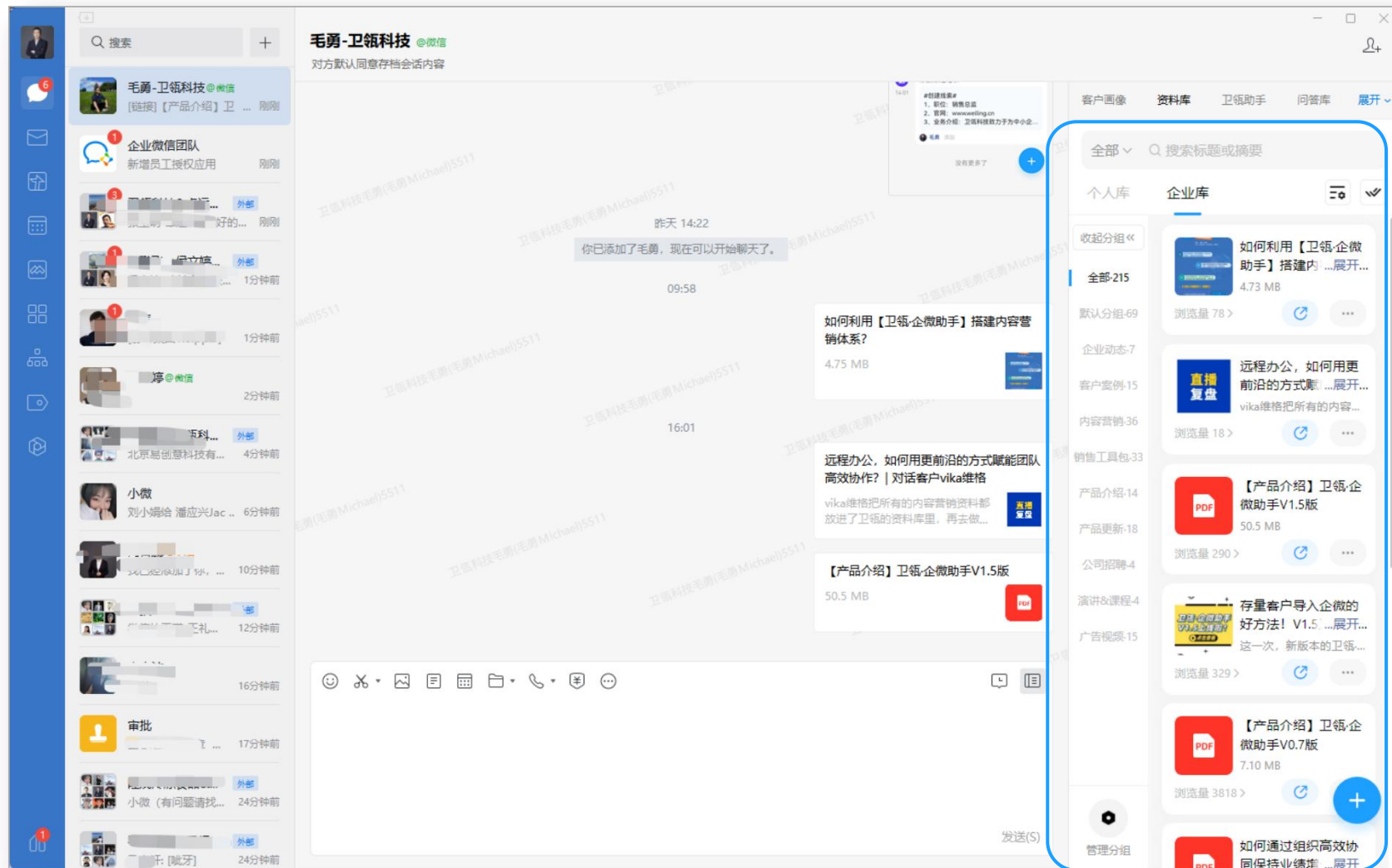




【卫瓴·协同CRM】的资料库均支持上传

# 如何搭建内容库?

基于实际业务情况，设计内容分类，内容标签，搭建公司级内容体系



**内容分类：**围绕客户旅程、买方角色、业务场景、客户需求和痛点，设计和制作内容

**内容标签：**将内容在资料库内分类存放，完善内容标签

基于内容分类和内容标签，让用户在任何时候都能快速知晓针对什么群体、在什么阶段，发送什么内容

# 营销赋能-内容营销

创建企业内容营销中心



添加不同类型的内容素材



内容数据看板



线索数据清晰



内容带来高意向客户列表

阅读数具体到人

带来客户详情

全员共享

多形态内容支持

# 营销赋能-内容营销

内容传播关系网

中小企业 | 迈向数字化进程带来的实际增长

资料数据

中小企业 | 迈向数字化进...  
用技术实现“客户私域沉...”

2021年03月09日 18:24:02

1747	877	14
总浏览量	总访客数	带来客户数
今日无新增	今日无新增	今日无新增

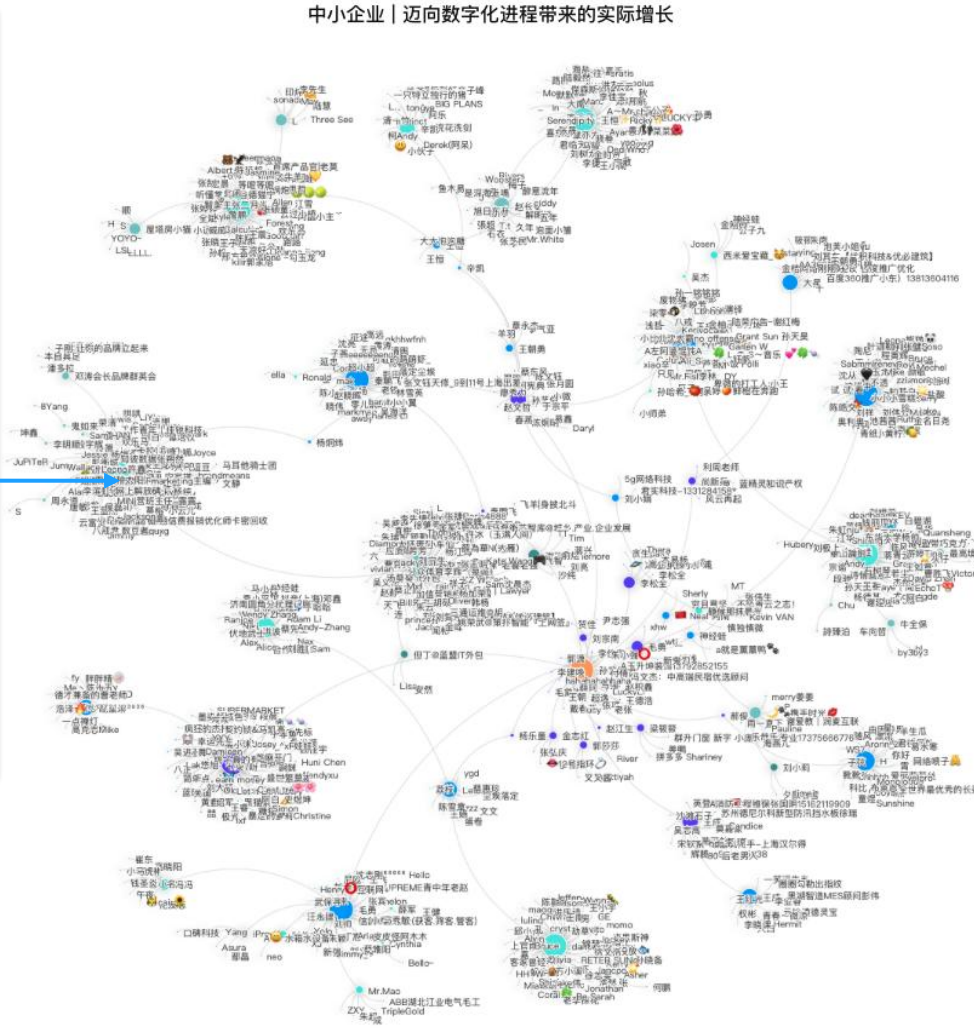
分享关系网 相关智能码

Create (technical translator)

分享好友0

金 分享好友0

土豆 分享好友0



卫颌科技 提供技术支持

客户画像

- 13:56 浏览文章 25秒  
B2B企业 | 有私域, 但无运营?
- 13:56 添加企业微信好友  
毛勇 来源: 智能码 公司PPT-第2版
- 13:53 浏览文件 超过5分钟  
【卫颌·企微助手】私域运营解决方案v3.pdf
- 13:5 浏览文件 2分钟10秒  
【卫颌·企微助手】私域运营解决方案v3.pdf
- 13:49 浏览文件 35秒  
【卫颌·企微助手】私域运营解决方案v3.pdf
- 13:48 添加企业微信好友  
小微 来源: 智能码 【朋友圈】原文8
- 12:51 浏览文章 超过5分钟  
数字营销 | 把掉了的“链”子再连起

客户画像

分享链路

【卫颌·企微助手】私域运营解决方案v3.pdf

Nicole  
06月08日 14:28:00登录授权, 并分享到微信

07月08日 19:18:48通过微信看到

# 营销赋能-内容营销

高意向线索识别

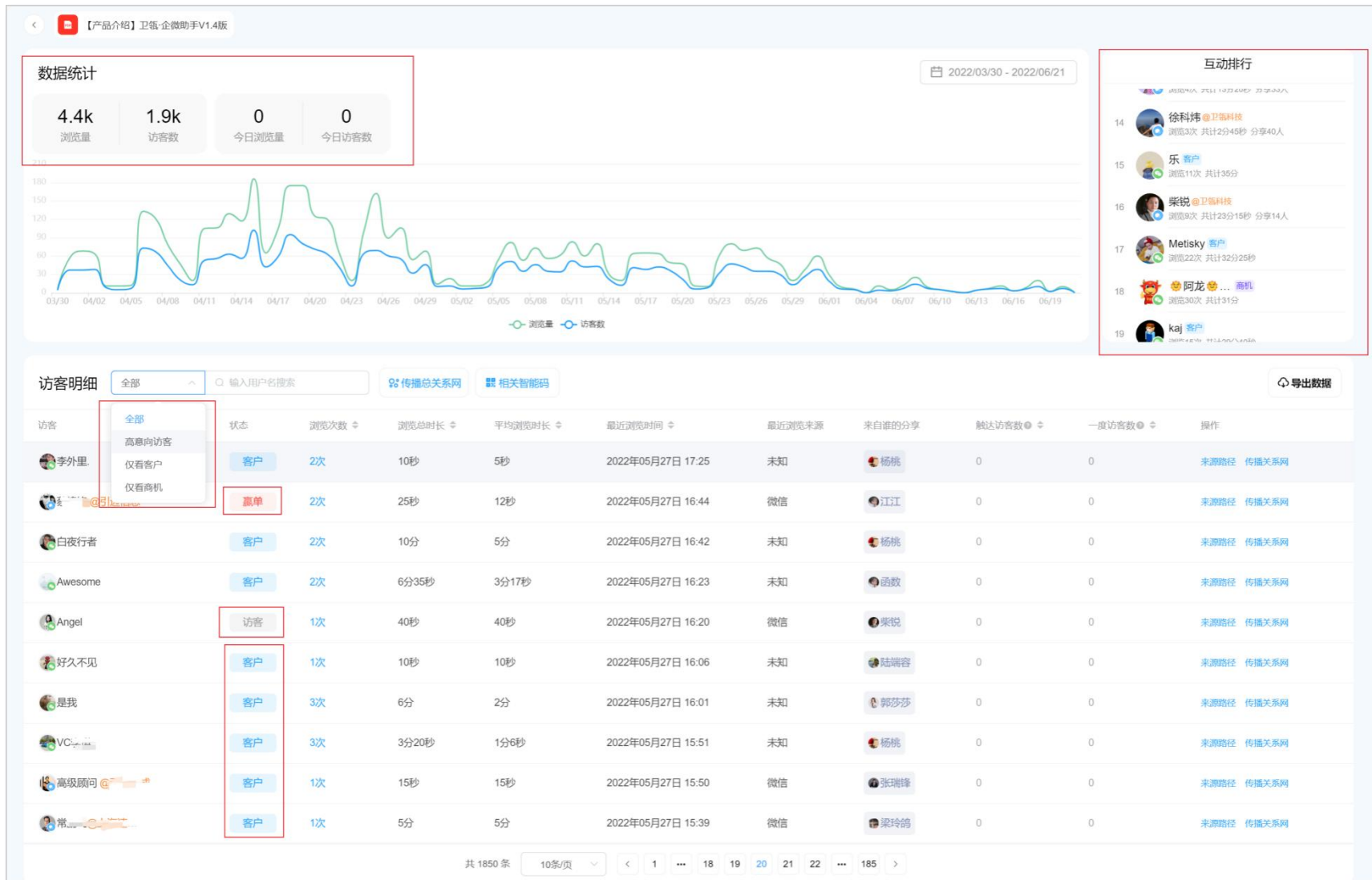
谁互动最多

谁浏览最多

谁热衷转发

谁创造的商机最多

带来哪些商机

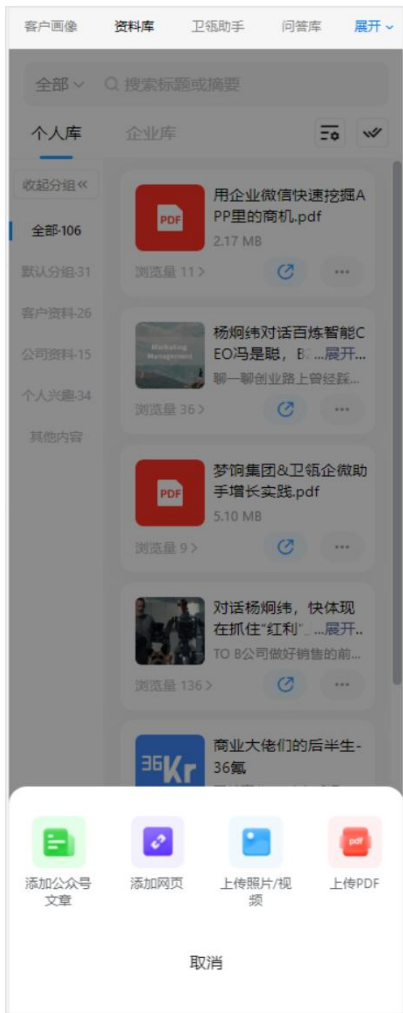


# 内容库如何赋能业务？

强大的内容互动引擎，是toB业务不可或缺的弹药库；小微智能AI助手实时提醒



企业库和个人库



内容制作方便快捷



支持自定义沟通组件



- 企业库、个人库分开管理，支持自定义分组归类；
- 自动添加雷达追踪，洞察客户意图，及时调整跟进策略；
- 支持添加个人联系码，一人一码，线索归因；
- 最新内容上传，自动全员通知，业务人员及时了解最新内容；
- 聊天窗口随时取用，操作便捷。

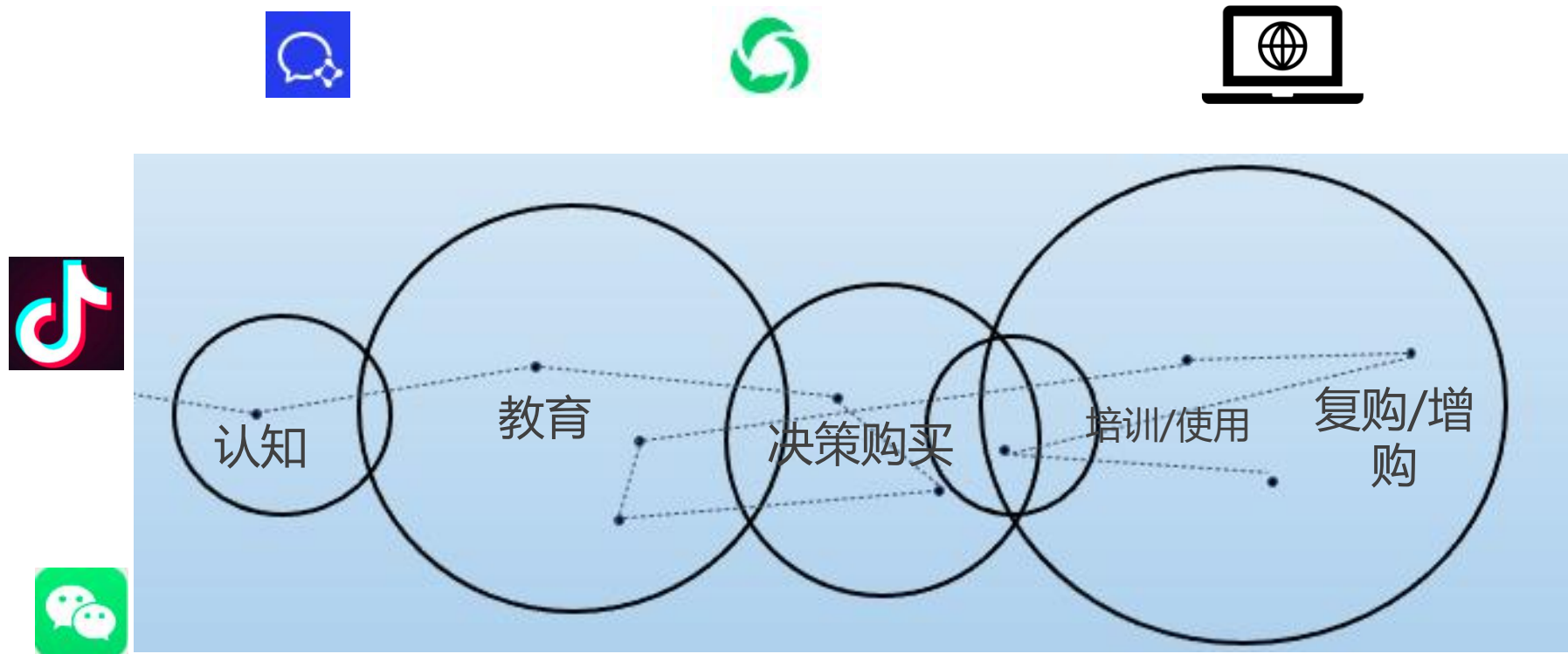
# 对客户全生命周期发挥作用的内容支持



触点	了解	SDR初步联系	需求确认	验证与决策	决定购买	成为客户	增购复购	转介绍
官网	官网内容	CTA组件	深度内容。痛点共鸣	解决方案、DEMO、案例、方案	报价	优惠活动	客户成功/最佳实践	案例、客户证言
公众号	观点、价值、企业背景、产品介绍、痛点挖掘	CTA组件	痛点共鸣	产品价值	客户成功服务	优惠活动	帮助客户评奖, 新功能介绍, 最佳实践, 生态合作	最佳实践, 生态合作, 客户证言, 客户案例
百度	关键词体系/SEO/广告	CTA组件	痛点共鸣, 客户画像	产品价值、客户案例	更多案例		UGC	最佳实践, 生态合作, 客户证言, 客户案例
朋友圈	海报、人设、客户证言、产品、公司动态		痛点共鸣	标杆案例	客户证言		代言	最佳实践, 生态合作, 客户证言, 客户案例
社群	社群内容、人设、KOL	意图洞察	痛点共鸣		客户证言、客户成功介绍、	客户证言	最佳实践、新功能介绍、客户案例	生态合作、客户案例
活动	分渠道海报	CTA组件(报名表)	定向邀约	案例、最佳实践、网络研讨会、闭门沙龙	更多案例、客户证言、客户成功服务	客户交流	新功能介绍、最佳实践、生态合作活动	生态合作活动、线下沙龙、客户证言、客户案例
视频号	直播、短视频内容	CTA组件	案例、痛点共鸣、	案例、最佳实践、客户证言	最佳实践、深度教育		新功能介绍、最佳实践、生态合作活动	生态合作、线下沙龙、客户证言、客户案例, 企业风采
抖音	直播、短视频内容	CTA组件	痛点共鸣、	客户证言, 视频演示	视频演示		最佳实践、生态合作活动	生态合作、线下沙龙、客户证言、客户案例, 企业风采
权威报告	痛点共鸣、方法论课程输出、获奖信息	CTA组件	痛点共鸣、方法论课程输出, 获奖信息,	市场地位、方法论、最佳实践、案例				企业风采
应用市场(渠道市场)	产品定位、适用客户、价值呈现	CTA组件	客户画像、痛点共鸣	解决方案, 客户案例, 客户证言, 评测打分		新版本绍、客户证言, 解决方案, 获奖信息	新版本绍、客户证言, 解决方案, 获奖信息	
一对一沟通		客户画像	痛点共鸣	售前方案、产品演示	客户证言、客户成功服务、试用带跑	POC/合同/优惠信息	最佳实践, 新功能介绍, 客户证言, 生态合作	案例、客户证言、UGC、帮助客户拿奖、生态合作

# 内容营销如何在客户全生命周期发挥作用?

B2B业务场景里, 内容在客户全生命周期有极大价值



欢迎扫码延展阅读卫瓴科技内容营销白皮书

MDR

SDR

销售

客户成功

- 1、跨场景
- 2、贯穿客户旅程各个阶段
- 3、无缝流转串联各个角色

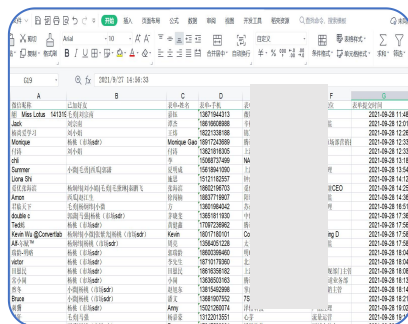
## 活动营销

活动营销的目的是为了增加商机  
培育商机，深度转化客户



# 一场活动营销会存在哪些问题？

活动营销是B2B常见的获客场景



会前邀约

客户报名

报名审核

现场参会

线索导入

会后跟踪

渠道无法溯源  
邀约人不明确

信息同步  
不及时

判断依据  
缺失

无法及时掌握  
签到信息

繁杂低效

依赖销售填表  
无法判断真实效果

# 活动营销-会签邀约&报名

活动营销是B2B常见的获客场景

## 邀约海报

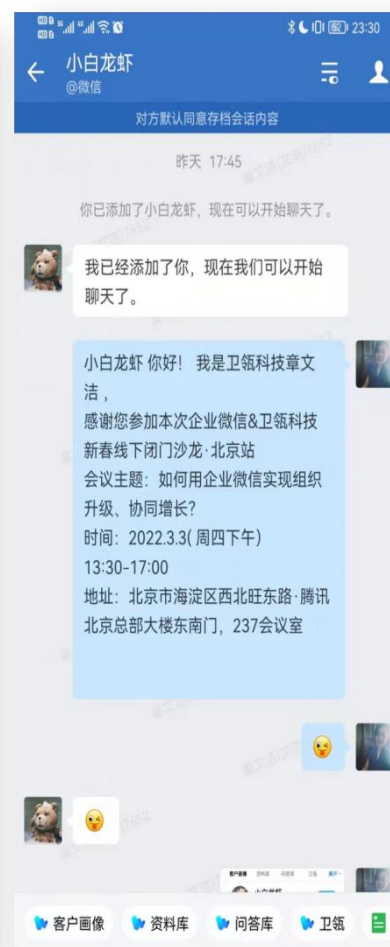


## 活动报名表

## 报名成功加微



## 自动会议欢迎语



## 客户画像同步



自动标签

自动会议欢迎语

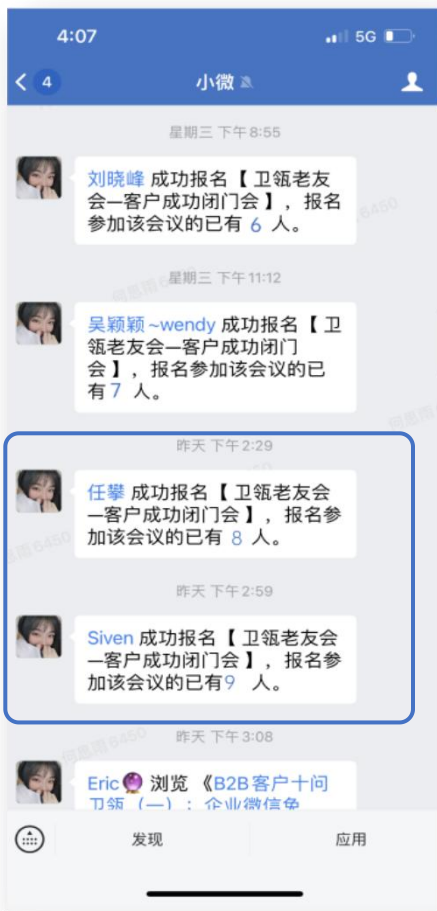
报名信息画像

邀约人

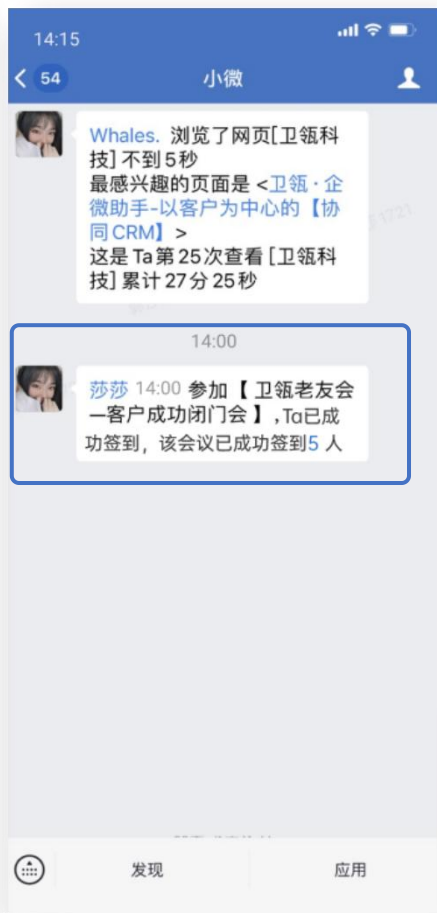
渠道来源

# 活动营销-小微通知-报名&签到 &跟进

活动营销是B2B常见的获客场景



会前报名实时通知



会前签到实时通知



签到信息自动同步画像



全渠道报名统计



会议跟踪及效果评估

# 活动营销-全局考虑，有效可依

活动营销是B2B常见的获客场景

## 活动主办方

- 创建会议活动
- 创建活动报名表
- 分渠道生成邀约链接/二维码
- 实时查看报名详情
- 小微通知及时接待
- 会后数据分析
- 线索分配，查看转化跟进状态



## 活动参会方

- 线上报名，添加企业好友
- 自动获取企业相关资料
- 获取参会提醒（短信提醒、微信提醒）
- 扫码签到，被及时接待

## 活动邀约方

- 记录邀约来源
- 小微通知客户报名信息，实时查看
- 小微通知客户签到状态，及时接待

# 欢迎扫码阅览不同营销获客方式的解决方案和方法论 卫领科技



如何实现官网的集客价值？



如何提高信息流广告  
获客的转化率？



如何通过搜索营销获客？



企业如何从0-1  
实现无成本的直播营销？



立刻说：加微率提升至70%，  
联合卫领·企微助手  
共创私域运营新增长



如何挖掘公众号的  
高意向客户？



如何绑定公众号&视频号  
&企业微信？



洞悉客户旅程，提高线索转化  
ToB市场部内容营销方法论

# 卫瓴·企微助手如何赋能市场？

以客户为中心的协同CRM系统

## 【卫瓴·协同CRM】

助力市场部门搭建高效营销体系

---

【构建私域】

【线索运营】-分层管理

【MQL的判断和转出】

【MQL后链路的赋能】



# 精细化运营管理的基础准备

设计客户标签、线索阶段定义、商机阶段定义、跟进记录模版

01

标签体系

## 标签体系设计

根据目标客户画像，设计个性化标签体系，包括线索来源，职位信息，所在行业，客户阶段，客户需求等；客户标签（手机号码，个微好友，企微好友）及企业标签便于线索孵化及商机推进过程中个性化触达。

02

客户阶段

## 客户阶段定义

根据业务的实际情况，定义客户管理的阶段。比如目标客户阶段，线索阶段，商机阶段。客户阶段的定义，是客户分层管理的前置条件，客户阶段是客户旅程的关键节点，是销售进度管理的抓手。

03

关键动作

## 关键动作梳理

针对业务推进过程中的常见场景，关键动作，预设快捷跟进记录模板；市场，销售及交付团队可以高效填写。比如客户拜访反馈，产品展示反馈，产品试用反馈，客户问题反馈、下一步行动等。

04

业务规则

## 业务规则梳理

客户流转规则（市场到销售，销售内部流转，销售到售后），客户跟进规则等（商机转移规则等）。

# 线索分层管理——卫颌的标签体系

渠道来源

媒体来源

职位

所处行业

特殊身份

MDR专用标签

客户阶段

客户需求和痛点

渠道来源	媒体来源	职位	所处行业	特殊身份	MDR专用标签	客户阶段	客户需求
PC官网	360—SEM	CHO	软件服务	360代理商	不适配客户	待清洗孵化线索	获客效率提升 (lead到MQL)
plg	36氪企服点评	CMO	O2O	卫颌同事	信息保密	目标客户阶段	转化效率提升 (MQL到成交)
产品演示专用	CSDN	COO	互联网广告	媒体	只想试用	线索客户阶段	客户跟进的过程及时且透明
企微应用市场	UC信息流	CTO	其他	已成交客户	已有销售跟进	商机客户阶段	客户资源保护
伙伴介绍	卫颌公众号	一线市场人员	农林牧渔	投资机构	放弃跟进	已成交客户	离职交接清晰
内容营销	商业媒体报道	一线销售	化妆品	无用线索	无意向-客户告知		组织效率提升
广告	头条号	产品经理	化工及能源	疑似竞品	无意向-已用竞品		内容营销数据闭环
应用推广码	巨量引擎—今日头条	企业老板	医疗器械	竞品	沉默客户		广告营销数据闭环
直播	巨量引擎—抖音	其他岗位	医疗服务	腾讯-企微	转接销售		活动营销数据闭环
移动官网	快手	其他高层	商务服务	腾讯-其他	默默关注		线索质量提升
线下活动	搜狗—SEM	市场负责人	房地产	腾讯-腾讯云	MDR培育		市场整体报表
转介绍	百家号	销售负责人	招商加盟	试用客户	非线索		知晓销售客户跟进情况, 部门协同
销售自拓	百度—SEM		教育培训	面试的候选人	触达不上		快速了解客户
	百度—信息流		整形美容	生态合作伙伴			客户意图识别
	知乎		文娱传媒				激活沉默客户
	神马—SEM		旅游服务				客户遗漏提醒
	腾讯社交广告		机械设备				汇报简单
	视频号主页		汽车				跟进记录填写高效
			游戏				客户分层分级清晰
			生活服务				团队协作高效
			电商				销售管理、工作量管理
			电工电子				客户跟进进度管理
			.....				客户管理效率提升

# 线索分层管理——自动标签+手动标签+标签分析

智能码 / 新建 使用场景: 会议活动

使用员工  
客户扫码后将添加该员工; 若选择多名员工, 则随机分配一名

默认使用时段 周一~周日 全天

+ 员工

客户标签  
客户加你为好友后, 你可以在客户画像中看到下方标签

+ 标签 渠道来源: 线下活动 所处行业: 互联网广告

推荐标签 会议活动

+ 关注

+ 标签 线下活动 互联网广告 详情>

来源 群聊 更多资料>

手机

企业 + 添加

企业好友 1 所在群聊 2

全部 客户动态 跟进动态

2021年08月24日 星期二

添加企业微信好友 戴... 18:01  
来源: 群聊

+ 关注

+ 标签 线下活动 互联网广告 详情>

Q 搜索或创建标签

(在用企微) (无意向-已用竞品) (信息保密)

客户阶段  
待清洗孵化 商机客户阶段 线索客户阶段  
目标客户阶段 已成交客户

客户需求  
获客效率提升 (leads到mql)  
转化效率提升 (MQL到成交)

个人标签

取消 确认



创建智能码时选择对应标签

入微后自动生成标签, 补充手动标签, 完善画像

自动标签分析, 提供营销策略抓手

# 线索分层运营——搭建话术库、问答库



AI话术库、问答库  
赋能市场人员, 高效、有效地进行线索运营

同一个问题, 无需反复打字回答; 适配的场景下, 优选最适合的话术。

# 根据客户标签分层进行SOP的梳理和运营

## 线索分层运营

线索分层、个性化沟通，对不同的人“说对话”，提高线索有效率



卫瓴科技的MDR具体是如何做的？  
欢迎扫码阅览最佳实践



# 卫领·协同CRM如何赋能市场？

以客户为中心的协同CRM系统

## 【卫领·协同CRM】

助力市场部门搭建高效营销体系

【构建私域】

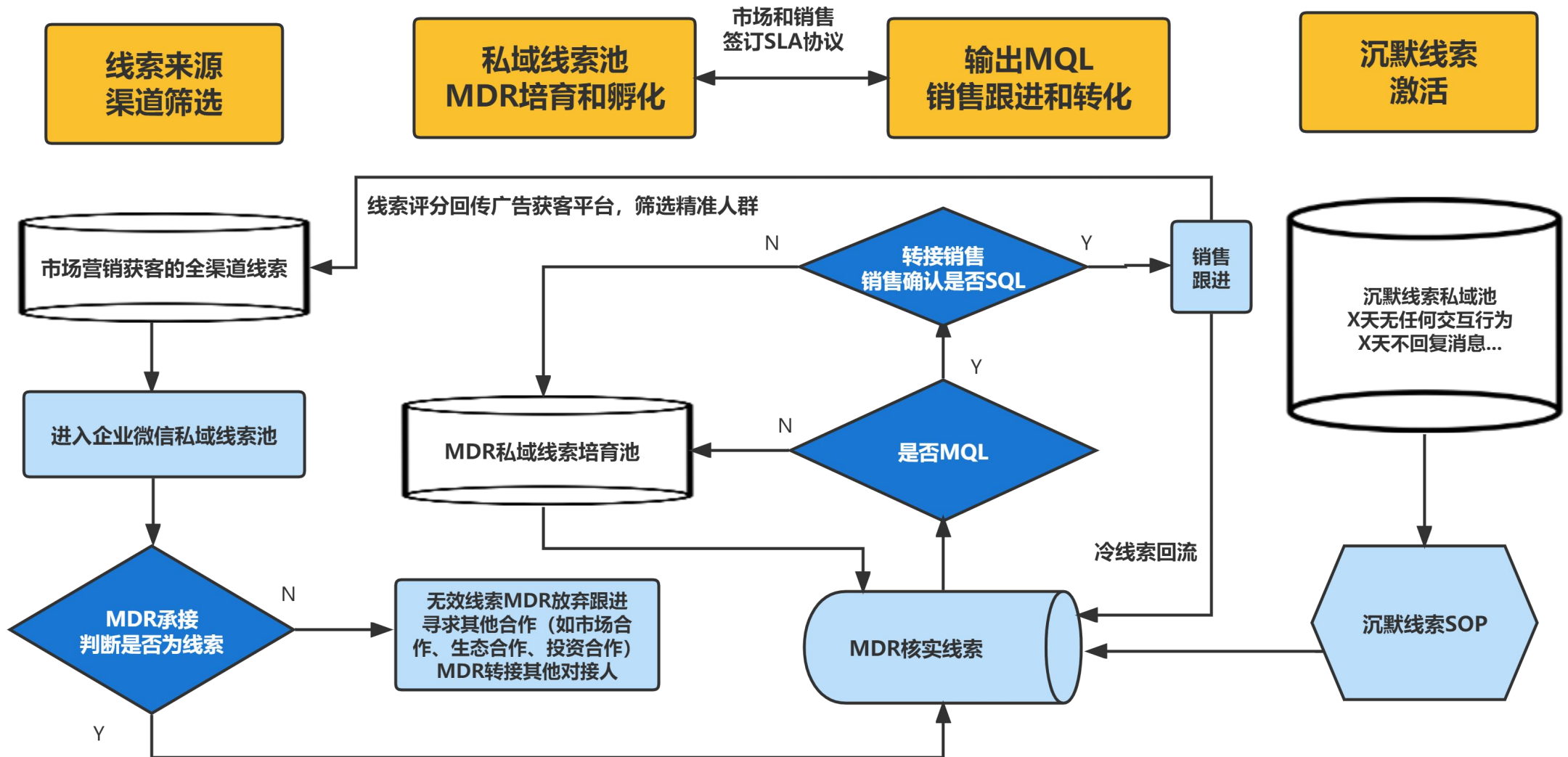
【线索运营】

【MQL的判断和转出】

【MQL后链路的赋能】



# 市场用企微来承接线索，MQL输出流程



# 卫瓴的MQL转出什么信息？如何转出？

← 添加跟进记录 保存

#MDR专用跟进模板#

\*公司:  
\*职位:  
\*规模:  
\*获客:  
\*官网:  
\*公众号:  
\*已用企业微信  
\*需求:  
\*客户阶段:  
\*已了解竞品:  
【客户成功信心—】  
卡点:  
身份:

+  
快捷添加 提及同事 上传附件 聊天记录

同步广场

MQL转出信息模板，便捷填写

← 跟进记录

给 [头像] 添加

@毛勇 安排下哈，需要报价和明天上午演示  
四川 [头像] 网络科技有限公司  
兰总，老板  
销售：50人  
广告投放：抖音、百度  
每天会有上千个线索进行留资  
官网：http://www.[头像].com/  
招商业务，[头像]  
企业微信刚刚认证刚使用，客户之前都集中在个微，但是加人不方便会封号  
需求：  
1.抖音、百度、官网一键加微  
并且把线索分配到不同的销售账号  
【客户成功信心—高】2B，需求适配，是KP

新建日程

毛勇 全国销售总监  
@尚新星 安排一下。

尚新星 销售经理  
收到

一键@跨部门转接线索

< 36 小微

2月22日 17:52

毛勇在 兰浩 的跟进记录中@了你  
@尚新星 安排一下。  
去看看

浏览《【产品介绍】卫瓴·企微助手-V1.2版》超过5分钟  
大星 | 创造价值是合作的基石 通过微信分享  
第2次查看 累计10分钟

2月22日 18:22

浏览《卫瓴企微助手定价文件-20210901》15秒  
大星 | 创造价值是合作的基石 通过微信分享

成功报名【2/24深圳闭门沙龙】，报名参加该会议的已有43人。

线索分配及时通知

# MQL信息和完整客户画像共同转出，提高承接质量

统一视图

成员共享

及时同步

反馈闭环

避免相互扯皮

王总 @微信  
销售大星 正在跟进

标签 百度搜索 官网体验

手机 188 \*\*\*\* 8907

公司 上海XX信息科技有限公司 更多资料 >

协作人 3 > 共同群聊 2 >

2021年4月9日 周五

Timeline of interactions with placeholder text.

添加企业微信好友 售后老马  
来源: 内部成员共享

添加跟进记录: 有购买意向 销售大星  
王总: 大概什么费用  
大星: 要看您的团队规模, 目前是20人...  
销售大星 从聊天记录添加

浏览文件 2分18秒 SDR小孙  
卫瓴·企微助手介绍V1.3版.pdf  
SDR小孙 微信分享 分享链路 >

客户来源  
百度搜索: 如何做好销售  
浏览卫瓴网页  
浏览 卫瓴·首页 5分10秒  
https://www.weiling.cn/  
4月9日 08:56:21

# 卫瓴的实践 — 与销售部门达成SLA约定

SLA服务水平协议，是市场部和销售部之间线索价值认可的共同标准

影响因子	权重	因子分层	概率
对接人职位	10%	老板/CEO	20%
		市场负责人	30%
		销售负责人	20%
		一线市场	20%
		其他	10%
规模	10%	10—20	10%
		20—100	45%
		100—500	35%
		500以上	10%
行业	20%	A	50%
		B	35%
		C	15%
是否用企微	20%	是	80%
		否	20%
主要获客方式	15%	线上广告	50%
		内容营销	20%
		活动营销	20%
		计划做线上营销	10%
客户阶段	15%	兴趣	20%
		研究	30%
		选型	50%
MDR-客户成功信心	10%	高	50%
		中	30%
		低	20%

市场和销售达成SLA约定，根据MQL核心指标，评估MQL价值，计算ROI

定期对SLA更新计算，对主要指标进行评估和修正

评估MQL价值的同时，追踪和评估MQL转化率，提高市场和销售双方效率

# 广告报表-对MQL后续转化追踪，形成数据闭环

广告看板汇总推广数据聚合

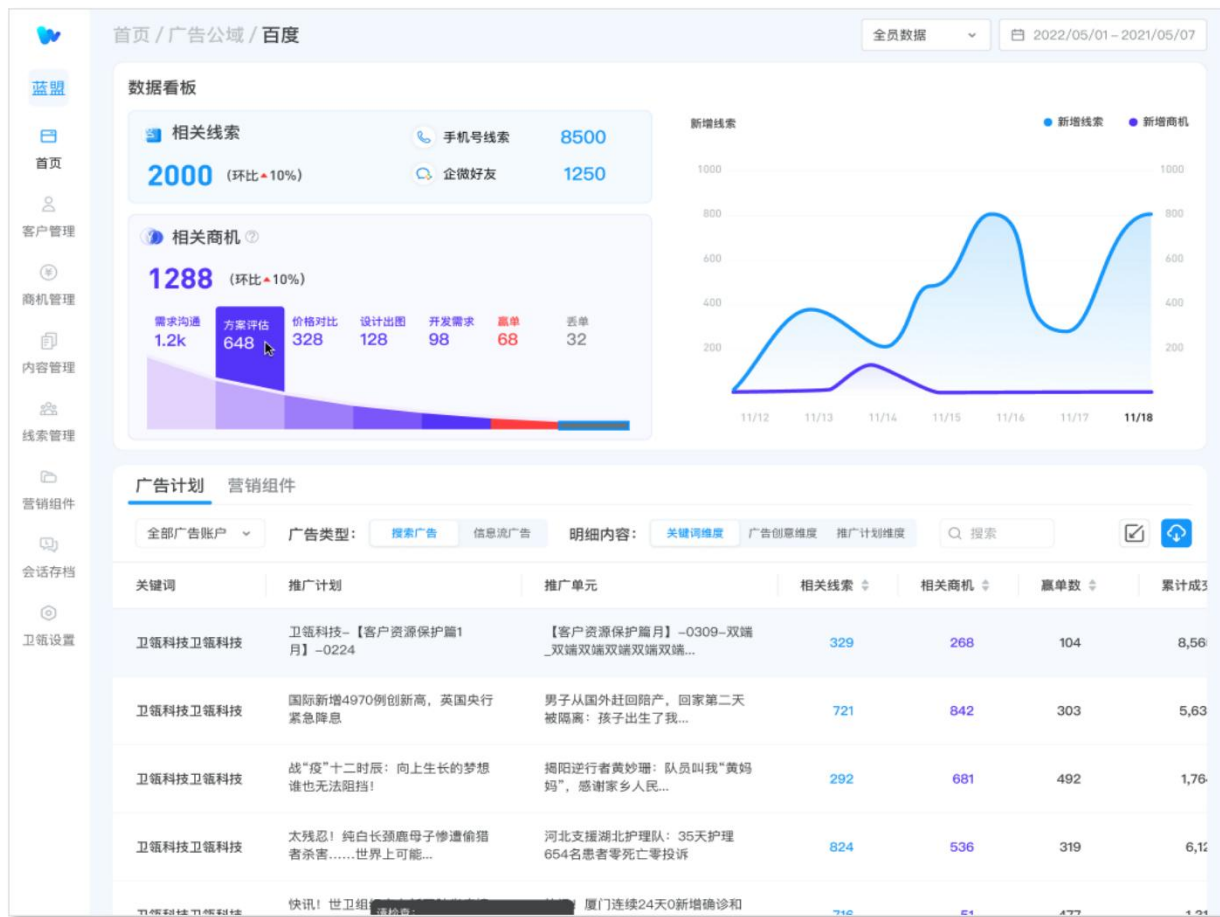


## 市场看板

统一管理获客渠道

## 广告数据统一看板

实时追踪获客漏斗转化



# 线索来源优化 — 提高线索质量



根据线索质量、线索转出率等，对线索来源渠道和营销活动有效性进行评估和优化，持续调优线索获取渠道、提高线索质量和营销活动ROI

# 卫瓴·企微助手如何赋能市场？

以客户为中心的协同CRM系统

## 【卫瓴·协同CRM】

助力市场部门搭建高效营销体系

【构建私域】

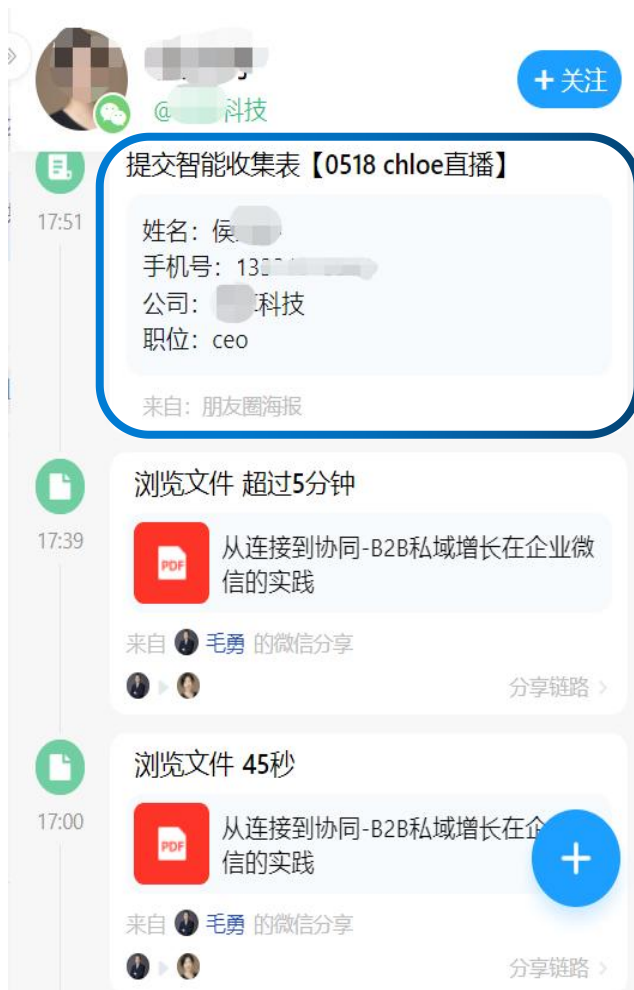
【线索运营】

【MQL的判断和转出】

【MQL后链路的赋能】

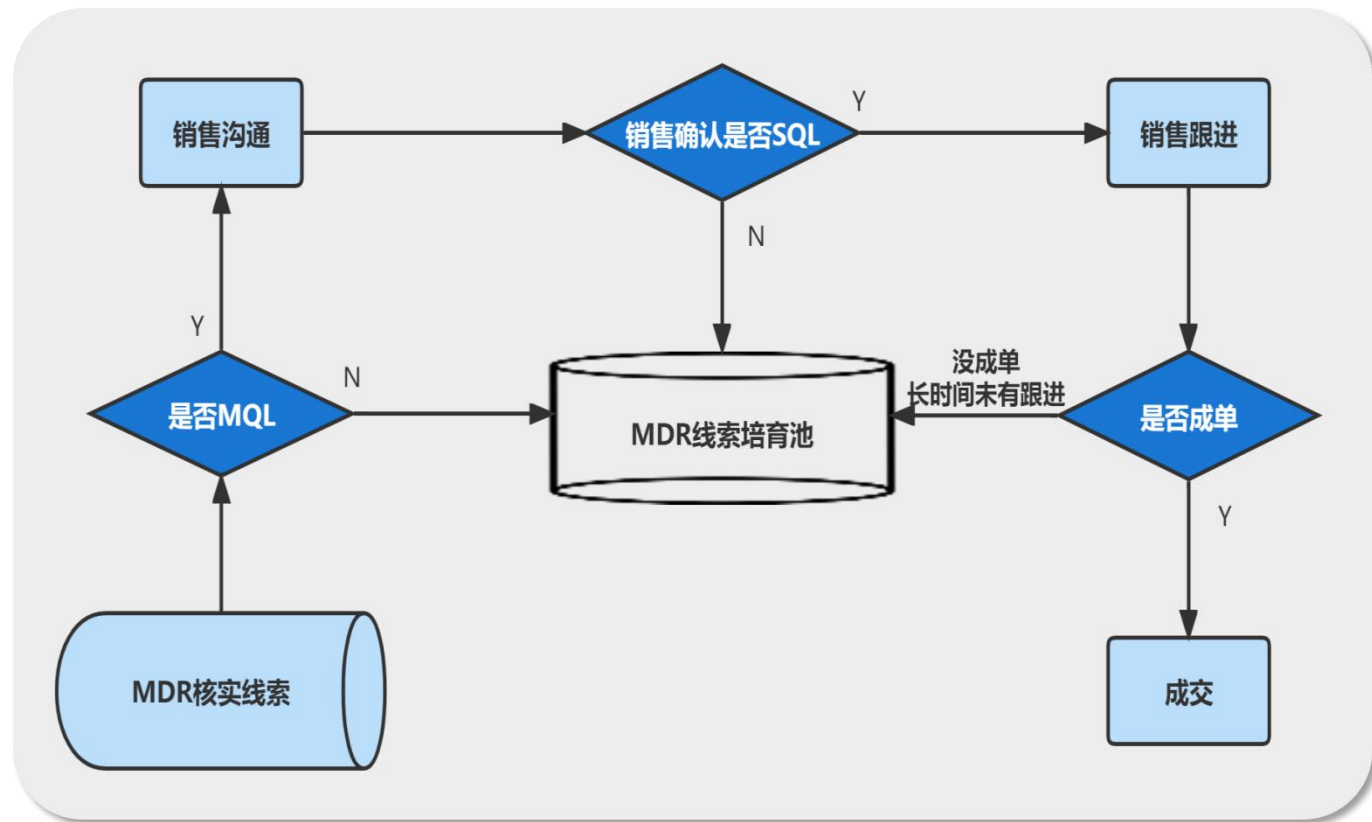
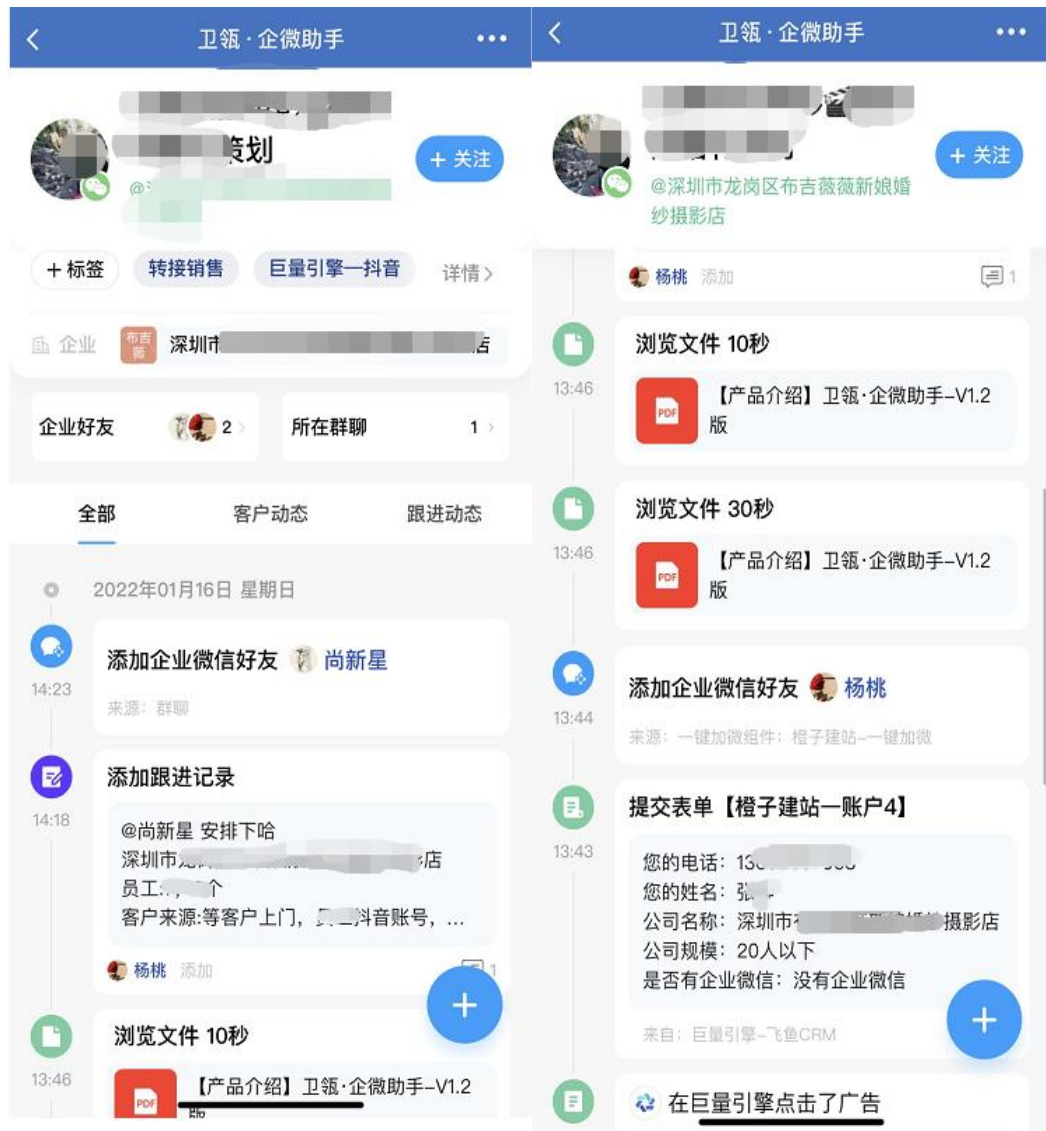


# 市场部对MQL后链路的影响



MQL转出后, 市场营销的动作 (如直播、线下沙龙、文章内容) 持续自动记录在客户画像中, 计算贡献价值和对客户成交、续费的影响。

# 销售冷线索回流—持续孵化



市场可查看MQL后链路的情况，对于长时间未成单、未有销售跟进的冷线索重新进入线索池进行孵化

# 全场景客户画像统一管理

个微好友, 企微好友, 电话联系人, APP用户, 注册用户, 临时访客画像统一管理



客户画像统一管理



客户旅程管理

# 如何高效转化客户-企业视图

多对多沟通场景下，如何快速理清关系？

对接天眼查  
企业信息真实有效

清晰的组织架构

群信息高度聚合

企业 / 上汽通用 [+ 关注](#)



企业全称 上汽通用汽车金融有限责任公司

企业状态 存续 (在营、开业、在册)

企业简称 上汽通用

注册地址 中国(上海)自由贸易试验区浦明...

成立时间 2004-08-11

人员规模 无

相关人



上汽通用 (5)

卫颌科技 (3)



小婷

市场经理

互动数 98

被添加跟进 +60



mariana

产品负责人

互动数 15

加内部微信好友 +10



宋晨璐

toc业务线

互动数 5

加内部微信好友 +5

相关群



上汽通用汽车金融&卫颌科技 交流群 (4)

内部成员:

外部成员:

最新消息: 杨桃

01月25日 13:55:02

企业关系网

多维社交关系



企业动态

2022年01月26日 星期三

添加企业微信好友

郑弓长 来源: 内部成员共享

添加相关人

添加客户【mariana】

杨桃 添加

添加企业微信好友

杨桃 来源: 智能码 关注卫颌科技服务号...

添加跟进记录

昨天去了上汽面访，参会的人虽然很多大概11-12人，但基本没有决策人，两条业务线人都在，toc和tob，toB的主要管经销商的。...

郑弓长 添加

2022年01月25日 星期二

添加相关人

添加客户【程琦】

郑弓长 添加

成员互动信息聚合  
及时同步

# 企业到底要什么样的CRM?

主要沟通场景在哪里，CRM的载体就应该是哪里

## 沟通场景变化，CRM的载体在持续迭代

### 早期，邮政信函是沟通的载体

- 基本ID是客户的家庭地址;
- 主要的触客方式或沟通方式是个性化DM;
- 单向触达，粗放管理

### 近20年，Email和电话是沟通的载体

- 基本ID是客户的手机号或者Email;
- 主要靠电话销售，邮件营销来触达;
- 客户旅程管理也是按照电话和email来设计;
- 单向触达，**客户信息管理，并不是客户关系管理**

### 现在，主沟通场景是微信

- 基本ID是客户的微信ID;
- 沟通的方式主要是微信;
- 朋友圈，群，单聊，图文，视频触达，交互丰富;
- 客户关系复杂，客户旅程丰富，碎片化。

## 卫瓴观点

新型CRM应该将**微信作为主沟通载体**来进行客户旅程管理和设计，对**客户渠道溯源**，**客户意图**、**关系图谱**进行信息获取和处理，通过**标签**，**客户阶段**来实现客户分层，通过个性化的客户旅程管理和推进，实现真正的客户关系管理，而最终让CRM从单纯的销售管理系统，变成**客户洞察**、**营销协同**、**销售赋能**，实现持续**提升转化效率**的协同CRM系统。

# 卫瓴·协同CRM实现超高转化率的方法图谱



## 某SaaS公司的销售总监说

“卫瓴企微助手解决了我，看不到客户真实情况，只能被动接受结果的尴尬处境，真正实现了通过CRM随时参与到客户成单过程，并且及时辅佐，助力！”

## 某IT服务商的销售说

“我填写的跟进记录原来用处这么大啊！不仅仅可以帮助我自己，还可以跟领导及时互动，遇到什么问题第一时间可以得到帮助，这种感觉太好了！”

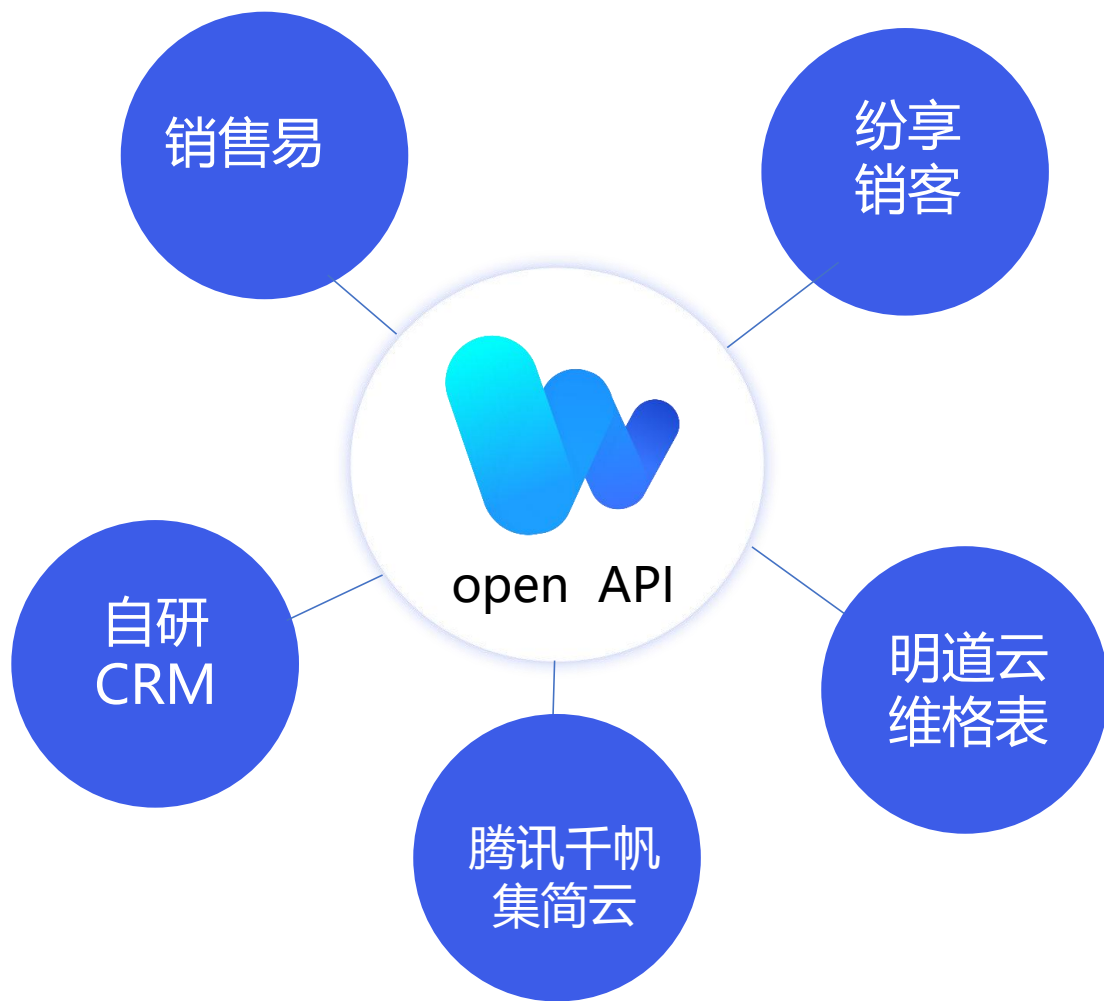
## 某科技公司的老板说

“商机看板让我随时随地了解到现在真实的商机客户，我也可以通过客户画像或企业视图了解商机的阶段，业绩预测很方便！”

## 某商学院执行院长说

“管理不能只靠喊，更需要激发和点亮，搭配好用的内容工具，方便班主任发挥自己的创意，并且好的创意还可以及时被反馈，被认可！”

# 助力打造ToB企业的协同生态系统



## 不同场景下的系统互通能力

强大的开放API接口，各维度数据无缝融合到企业原有各种管理系统，形成一体化的办公体验，助力企业在每个环节和场景都可以选用最合适的解决方案，实现最佳协同作业流程

## 数据加密更加安全

ISO27001国际信息安全认证，确保数据保存、数据处理、数据传输全程安全，保护企业数据资产

# 专业的客户成功团队进行陪伴式服务



## 专业的产品交付

应用部署、会话存档配置、广告平台对接

## 全面的产品培训

线上产品功能讲解+实操培训、B2B营销私享课程

## 7\*12小时专人服务

针对性解决方案、新版本免费升级更新、定期回访、专人答疑

# 客户案例-梦饷集团



分销电商SaaS平台



“在使用了【卫瓴·企微助手】以后，梦饷的加微率提升了2.5倍，在投放策略中植入了用户支付环节后，加微率甚至激增到95%”

—— 梦饷集团品牌中心总经理 陈文理

# 客户案例-立刻说



成人英语等多语种教学平台

**40%**  
SEM渠道获客成本降低40%

**60%**  
节省销售人员人力60%  
从电销变成私域营销部



**100%**  
同时获取“微信+号码”  
客户量提升100%

**200%**  
签单率提升200%，  
人均单产提升2倍

“我们调研过市面上所有的 SCRM，能满足我们需求的只有你们。”

——立刻说总裁特别助理 Guard

# 客户案例-摩尔精英



芯片设计和供应链整合的一站式平台

全渠道  
流量管理



API对接流量看板

线索导入提升

35%

SDR  
岗位设置



线索管理  
更加可控

减少线索浪费

80%

精细化  
标签体系



线索管理  
更加高效

SQL转化提升

100%

对接  
自有CRM



解放人手  
专注营销

节省人力

80%

“使用卫瓴·企微助手之后，我们的线索转化率翻两倍了。”

——摩尔精英资深市场经理 周照

# 这些企业正在因为卫瓴的产品而转变...



明道云  
mingdao.com



shopify



亿方云



3D会议



爱设计  
ISHEJI.COM



云简业财  
Cloudpense



明源云



云帐房  
YunZhangFang.com



EZR



同道NEXTTAO  
POWER YOUR FUTURE BUSINESS



紫羚云  
GAZELLIO



UCLLOUD 优刻得



薪人薪事



薪班班



创略科技  
APEX TECHNOLOGIES



examstar  
考试星



傲途  
SocialEpoch  
私域出海新赛道



维格表



倍市得  
bestcm.com



目睹 mudu



MoSeeker  
an AI Powered HR Tech Company



咚咚来客  
门店私域增长系统



shopeX 商派  
让互联网商业无处不在



衡石

# 更多数字化先行者



梦饷集团  
mengxiang.com



神州数码  
Digital China



得到



antbkg  
蚂蚁供应链



立刻说  
lakeshuo



昆山农商银行



iResearch  
艾瑞集团



益海嘉里



快住集团  
KUAIZHU GROUP



目睹 mudu



工智道



摩尔精英  
MooreElite.com



Linemore 蓝盟



环球旅讯  
TravelDaily



大象文旅  
ElephantX



神州云合  
www.szyh.com



kehutong 客户通科技  
让社区生活更美好



360企业服务



大发地产 DFL  
DAFA LAND



learun



同济大学  
上海分校



ValueApex 领值



i人事



LEO  
DIGITAL NETWORK



大商创



穆棉资本  
MM CAPITAL



MURKETING



FOCUS  
Media



martdata



Westwin



前程无忧



MD 迈迪铝业  
MADIUM ALUMINUM



GANI 简一



猪小税



ZBGM  
中博教育

# 最后，来看一段最佳实践视频

WILLING  
卫瓴·企微助手

以客户为中心的  
协同CRM



根据  卫瓴科技真实业务场景改编

 卫瓴·企微助手    以客户为中心的    协同CRM



扫码看视频

# 感谢您的观看

【卫瓴·协同CRM】以为客户为中心的协同CRM

