

山东妙音携手微盟企微助手，聚焦私域20万客群打造B2B复购密码

产品名称	山东妙音携手微盟企微助手，聚焦私域20万客群打造B2B复购密码
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

企业微信与微信正式打通后，凭借直连12亿微信用户的流量优势与出色的内外部管理工具，受到越来越多企业的青睐，众多企业也开始尝试将微信内的私域运营迁移至企业微信。

如今，企业微信已成为私域运营的重要载体，而私域作为可与客户实现长期连接、反复触达的客户管理模式，在公域流量红利进一步枯竭的当下，也正在成为更多企业提升营收的新选择，在这场私域浪潮中，也不乏各类主营B2B业务的企业。

山东妙音成立于2010年，核心业务是为各类企业主提供的定制化的音频解决方案，主营配音、配乐、影视后期音频等方向，以线上为核心渠道，通过微盟微商城为全国各地的客户提供一站式专业服务。

为进一步提效客户服务质量，加速企业数字化进程，巩固行业影响力，山东妙音携手微盟企微助手，以精细化运营为方向，提升客户复购率为目标，围绕企微私域开展了一系列升级措施。

一、To B 生意，为什么要做企业私域？

站在服务提供方视角，服务B端客户与C端客户的核心差异是两者的决策链路。B端项目推进的决策链路中往往包含多个职级的不同人员，成交周期及服务成本较高，若首次成交后无法持续激起复购，对企业人力而言无疑是巨大的浪费。

山东妙音首先将优化重点聚焦在了提效客户服务流程上，通过对客户服务链路进行拆分并设立不同的侧重点，以标准化、高质量的服务体验为客户复购打下基础，进而实现降本增效。

1、售前，多场景沉淀培育认知：通过外部广告渠道吸引客户关注公众号或视频号，客户关注后以内容运营不断培育客户基础认知，高意向客户则可通过「渠道活码」直接添加企微进一步洽谈合作。

2、售中，一对一咨询快速成交：一对一场景下客户可通过「自动欢迎语」内的商城链接跳转至微商城，选择心仪的配音老师并提交需求后，山东妙音会提供试听DEMO，客户确认后即可下单付款，完成首轮转化。

3、售后，维护客情关系铺垫复购：售后环节中，针对已转化客户有两大侧重，一是做好日常的已购客户服务，及时跟问题，二是合理结合前期完成的多场景沉淀，利用多触点优势通过营销活动激起客户复购。

山东妙音还通过微盟企微助手的「话术库能力」实现了一键发送标准话术文案、产品资料等内容，该功能在员工中的满意度达到95%以上，同时也帮助山东妙音快速把个体经验快速复用到整个售前、售中、售后的全流程中，实现整体服务质量的提效。

二、三段式漏斗模型，完善客群分层

作为一家总部位于山东，核心客群却分布在北上广深等城市，主营线上渠道的公司，山东妙音很早就意识到了客户沉淀的重要性。多年的经营积累使得山东妙音在QQ及微信等渠道，共沉淀了100W+的客户。

在2018年的企微年度公开课后，山东妙音就已经正式开始使用企业微信，并伴随着企微一路成长至今。在企微能力越发强大的当下，山东妙音决定以企微为核心阵地，携手微盟企微助手加速布局私域。

如今，山东妙音将微信及QQ等场景，定义为基础咨询渠道，正在通过漏斗的方式将高价值客户逐步筛选至企微私域，以提供更为优质的服务。

山东妙音在企微私域内已沉淀各类新老客户20w+，1v1的服务模式显然已经无法支撑业务的高效运转，社群场景成为了妙音的又一发力点。

山东妙音的大量客户需求都呈现短平快的状态，这也造就了山东妙音全能型的销售团队，从初期对接到转化交付，全程由同一位销售进行服务，全套标准化流程，快速完成服务。

在服务过程中，客户会对销售人员建立自然的信任感，基于这一前提，山东妙音的建群策略采用了一位销售管理一个社群的模式。

结合微盟企微助手的「客户标签」能力，销售团队可有序跟进每一位客户的情况，同时利用「群SOP」能力在社群场景下针对各类营销活动进行统一触达，实现高效运营，除此之外山东妙音还会通过“疫情公益，免费录制”等主题让利活动，进一步提高客户对于品牌的认可。

三、多种会员活动，挖掘复购潜力

在“人人皆是自媒体”的时代，众多企业对音视频内容的长期性需求也在不断增加，长期需求意味着强大的复购潜力，首次成交后只要及时跟进维护，复购率通常非常可观，这是山东妙音在行业深耕中总结的经验。

提升复购是山东妙音在私域的重点工作之一，如果缺少有效的运营手段刺激客户持续复购，那私域对企业的意义必将大打折扣。为此，山东妙音策划了以商城为核心，社群及视频号为主要场景的分侧重营销策略，当前山东妙音微商城月均GMV已达20w+，处于业内领先水平。

1、社群会员日，活动促转化

针对社群场景，山东妙音会在每月进行专题的会员日活动，并结合当月话题性节日，借势增加曝光。

依托于企业长期积累的销售数据，山东妙音总结了一套以月为单位的客户需求分布期。例如每月上旬通常为需求规划期，中旬为需求筹备期，下旬为需求落地期。

根据该经验，山东妙音会优先将客户会员日安排在客户需求*高的时间段，利用微商城配置优惠卡券、趣味抽奖、专属免单等活动，在所有私域触点进行触达，刺激客户快速复购。

2、直播间让利，储值锁预期

直播场景下，山东妙音会邀约商城内的配音老师入驻，通过配音老师在直播间的互动，让客户直观地感受到服务的质量与专业度，提高客户对妙音服务的认可度与价值感。

考虑到业内对于音频服务等项目的采购普遍有季度、月度为标准的周期性投入预算，为了更好地锁定客户的消费预期，山东妙音在直播场景下设置了储值让利活动。

通过让利活动刺激客户进行充值，可以快速释放山东妙音在提升复购方面的压力，而客户可以在获取到优质服务的同时，减少资金投入，实现双赢。

3、异业合作，打造积分商城

山东妙音正在大力开展异业合作服务，通过在商城内上架一系列在主营业务上有合作关系的品牌方产品，以较低的成本实现与合作品牌的新合作关系，加深连接。

同时，山东妙音将商品的购买模式设定为积分兑换形式，所有客户都可以通过在配音业务上的消费得到一定比例的积分，积分达到一定数值后即可直接兑换商品。

积分模式已深度应用于妙音的各类营销活动中，成为了激励客户长期复购的又一有效方式。

结语：山东妙音相关负责人认为，企业当前还处于私域初期，仍以销售驱动作为客户转化的核心手段，

在未来，山东妙音希望以客户需求为导向，进一步细化客户标签，打造精细化运营效果，寻求客户自主复购、自主推荐等方向的探索，打造企微私域真正的长期“生命力”。