

# 小红书医疗健康行业私信话术

产品名称	小红书医疗健康行业私信话术
公司名称	广州点赞传媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区萝岗街道锐丰中心3栋
联系电话	15999978951 15999978951

## 产品详情

作为小红书笔记创作者，最终的目的，都是进行获客变现。在生成了优质的笔记内容以后，吸引了意向用户留言/私信互动，作为创作者，也要主动与用户进行私信互动，本期小编针对医疗健康行业，为大家提供了一些常见场景参考话术，大家可以结合实际情况使用。

### 一、医疗器械

场景1：用户未明确表达意向——系统消息通知/您好/在吗/咨询一下/了解一下/主动拓客

参考模板：【商家服务/产品优势】或【近期福利活动】+【询问用户需求】

核心原则：不要在用户未表达需求的时候直接发微信引导，在站内有开店的可以优先引导到站内店

参考话术：

1、一般情况：您好/在吗/咨询一下/了解一下

Hi~宝，是想了解下咱们家的美瞳嘛，您具体有些什么需求呢，专属客服可以给您挑选合适的产品~咱家近期有优惠活动，给您发下套餐参考下哦~

亲亲~欢迎了解【品牌名】，店内有畅销商品，欢迎亲挑选~您的专属顾问全程为您服务，有任何疑问可以问我哦！

2、系统消息通知/笔记卡片/评论区追客——建议商家将笔记进行分类，根据笔记内容，针对性的回复用户

Hi~宝，您看的这款是咱们家扩瞳的爆款哦~您要是喜欢这款产品的话，可以了解下我们最近针对这款的促销活动哦~

Hi~小可爱，您看的这篇笔记中的美瞳是这款【商品链接】，直接就可以在咱家的小红书商城购买哈~

场景2：用户咨询款式——图片是什么款式/咨询下这款

参考模板：【款式介绍】+【商家的优势】+【询问用户购买意向】

核心原则：针对用户的具体问题真诚地回答，不要直接不区分问题，直接导入微信。了解客户有定制/线下服务再引导私信。

参考话术：

1、站内经营类：

您看的这个是【XX】，这个款式是融瞳款，非常自然，戴上一整天眼睛也不会干涩超级舒服，是咱家近期的销量最好的一款呢！您感兴趣的话可以直接前往咱家的小红书商城下单购买哟~

小可爱们！这是轻混血风的【产品名】！BLINGNLING的高级款，戳小红书商城链接即可get图片同款~

场景3：用户咨询价格——价格/价位/这款的价格是多少

参考模板：【款式介绍】+【价格介绍】

核心原则：针对用户的具体问题真诚地回答，不要完全导入到私信中。了解到客户有定制/线下服务再引导私信。

参考话术：

1、模糊问价：这个多少钱/这个什么价位

站内经营类：您是要买日抛还是月抛呢~咱们家的日抛价格在xx之间，月抛价格在xx之间，性价比超高！除此之外还有季抛和年抛，海量花色供亲选择哦~咱家的小红书商城都有上架，您可以直接在商城内下单购买哟~

留资拓客类：咱家产品很丰富的~根据抛期和花色的不同，高价款和低价款都有呢，您看您是想了解哪个款式或者有什么需求，我可以具体为您介绍一下~

2、精准问价：这款多少钱/这款的价格是

站内经营类：您咨询的这款是xx元哈，小红书商城内就有卖(商品链接)，您可以在商城内下单购买哟~近期咱家针对这款在xx还有特惠活动，店铺主页可领xx的优惠券，小伙伴可以点击链接了解活动详情哦~

场景4：用户咨询怎么买——怎么买

参考模板：【购买途径介绍】

核心原则：根据不同的商家类型进行回复。(可闭环商家禁止引导到私信，部分可闭环商家不要完全导入到私信中)

参考话术：

1、站内经营类：

小可爱可以直接戳左下角商品链接直达店铺购买哦~

咱家的小红书商城都有上架，您可以直接在商城内下单购买哟~

场景5：用户咨询可以加微信吗

参考模板：【先咨询客户需求】

核心原则：先确认用户的需求是什么，再根据实际情况判断是否要添加至微信参考话术：

1、站内经营类：

您这面有什么问题可以先说出来，看看我能否帮您解决哈~

亲亲，您有什么问题可以直接提出，我安排对应的微信客服为您解答~

医疗机构

场景1：用户未明确表达意向——系统消息通知/您好/在吗/咨询一下/了解一下/主动拓客

参考模板：【商家服务/产品优势】或【近期福利活动】+【询问用户需求】

核心原则：不要在用户未表达需求的时候直接发微信引导，在站内有开店的可以优先引导到站内店

参考话术：

1、一般情况：您好/在吗/咨询一下/了解一下

Hi~您好呀！欢迎来到XXX！我们目前在全国直营已开设XX家门店，我们呵护宝宝，更呵护每一位妈妈~请问您是要咨询我们【哪家】门店呢？

您好，欢迎了解【品牌名称】，我们提供专业产后一条龙服务，所有的护士都是国家认证护士资格证持证上岗，经过层层严选和考核培训之后才进入咱们月子中心的哦~

哈喽，准妈妈/准爸爸，是想了解一下月子套餐吗，咱们最近双十一推出了多款套餐，有专职营养师和专业护理团队伴您全程，更有多重礼遇，给您发一下套餐了解一下哦~

2、系统消息通知/笔记卡片/评论区追客——建议商家将笔记进行分类，根据笔记内容，针对性的回复用户

哈喽，准妈妈~您看的这篇笔记是尊享月子餐，需要我给您做一个详细介绍吗~您有什么要求也可以和我提，这边可以按照需求给您定制套餐~

您好，这是很多准妈妈都选择的套餐，您要是喜欢可以留下您的联系方式，预约到店参观，最近还有精美伴手礼和订购折扣哦~

场景2：用户咨询款式——图片是什么款式/咨询下这款

参考模板：【款式介绍】+【商家的优势】+【询问用户购买意向】

参考话术：

1、站内经营类：

您看的这个是【XX】，双十一预定这个房型可以享受免费升级房型+升级月子餐，欢迎私信了解套餐详情和折后价哦~

2、留资拓客类：

准妈妈您好~您发过来的这款是我们云朵奢享房型，除了这个咱们家还有多种组合套餐，给您和宝宝提供最舒适的环境，您有其他想法可以和我们交流哦~您如果有意向到店交流的话咱可以加一下vx：XXXXX，我具体联系您到线下体验。

您看的这款【xx】哈，这边给您发一下套餐简介，如果想线下看看的话您可以加一下客服微信XXXX，或者留下您的联系方式，我们的客服同学具体跟您约一下到访时间哈~

场景3：用户咨询价格——价格/价位/这款的价格是多少

参考模板：【款式介绍】+【价格介绍】

参考话术：

1、模糊问价：这个多少钱/这个什么价位

咱家从5万到10万元价位的都有，主要是根据房型、配套内容不同价格也会有些差异，您可以说一下您的具体需求，我们给您推荐合适的套餐~

准妈妈好~我们高价套餐和低价套餐都有呢，您具体想了解哪一个套餐呢~如果有额外定制需求的话，可以给我发一下您的定制想法，我再具体为您介绍一下相关价位~

2、精准问价：这款多少钱/这款的价格是

您咨询的这款是9万元的尊享套餐哈，近期咱家针对XX节还有特惠活动，订购可享9折优惠，还加赠产后护理课和SPA，您可以留下您的联系方式，欢迎您预约到店了解~

(有定制款)这个套餐价格的话价格是8万，现在预定可享88折和升级套餐福利，您要是喜欢我给您详细介绍一下，我们这边也可以针对妈妈们的需求私人定制，您有什么样的定制需求也可以与我交流哈~

场景4：用户咨询怎么买——怎么买/怎么定制

参考模板：【购买途径介绍】

核心原则：根据不同的商家类型进行回复。(可闭环商家禁止引导到私信，部分可闭环商

家不要完全导入到私信中)

参考话术：

1、留资拓客类：

您可以留一下您的联系方式，我们会有专门的管家和您对接~

(有定制)您有什么样的定制想法可以添加vx：XXXX或者留下您的联系方式，我们的客服同学具体跟您聊一下定制细节哈~

场景5：用户咨询可以加微信吗

参考模板：【先咨询客户需求】

核心原则：先确认用户的需求是什么，再根据实际情况分配添加的客服人员

参考话术：

1、留资拓客类：

可以滴~您可以添加vx：XXXX或者留下您的联系方式，我们的客服具体跟您聊一下预约到店细节哈~

口腔医疗

场景1：用户未明确表达意向——系统消息通知/您好/在吗/咨询一下/了解一下/主动拓客

参考模板：【商家服务/产品优势】或【近期福利活动】+【询问用户需求】

核心原则：不要在用户未表达需求的时候直接发微信引导，在站内有开店的可以优先引导到站内店

参考话术：

1、一般情况：您好/在吗/咨询一下/了解一下

你好~我们是口腔医保定点医院，专业口腔诊所20年，拔牙矫正、根管治疗、牙周治疗各种项目均有，请问是想了解哪个项目呢？

2、系统消息通知/笔记卡片/评论区追客——建议商家将笔记进行分类，根据笔记内容，针对性的回复用户

您好，您是想了解那个活动呢？

您好，您可以私聊我咨询您的具体情况哦~

场景2：用户咨询款式——图片是什么款式/咨询下这款

参考模板：【款式介绍】+【商家的优势】+【询问用户购买意向】

参考话术：

## 1、留资拓客类：

您看的这个是全口烤瓷牙套餐，您可以后台留一下您的联系方式或者到点了解详情哦~

这个是咱们双十一的活动，现在交定金前五套免费~数量有限，可以加一下客服微信XXXX，或者留下您的联系方式，我们的客服具体跟您聊一下诊疗细节哈~

场景3：用户咨询价格——价格/价位/这款的价格是多少

参考模板：【款式介绍】+【价格介绍】

参考话术：

### 1、模糊问价：这个多少钱/这个什么价位

价位在6k-2w不等，根据客户的治疗方案和选取的材料不同价格不同哦，具体您可以留一下联系方式预约到店评估，帮您定制全套治疗方案。

场景4：用户咨询怎么买——怎么买/怎么定制

参考模板：【购买途径介绍】

参考话术：

您可以留下您的联系方式，或者添加vx：XXXX，我们会根据您的具体情况进行签约定制哦~

总结一下，不管是什么场景下，我们都要首先摸清用户意向，再根据用户意向进行有针对性的引导，而不是不管什么场景，都统一的索要访客联系方式，尽量避免引起访客的抵触情绪。以上就是本期分享的医疗健康行业话术参考，大家可以结合实际情况进行使用~