

连接创造价值

企业微信生态研究报告

©2022.1 iResearch Inc.

背景：变化中的企业和企服市场

1

洞察：企业微信的价值与策略

2

实践：企业微信在数字化转型中的落地

3

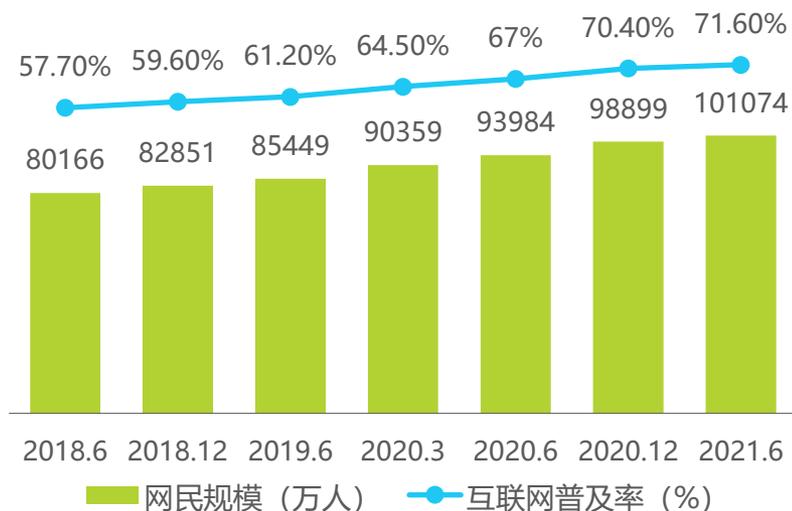
展望：企业微信未来的形态演变探讨

4

公域流量红利期消退，精细化运营私域流量受到追捧

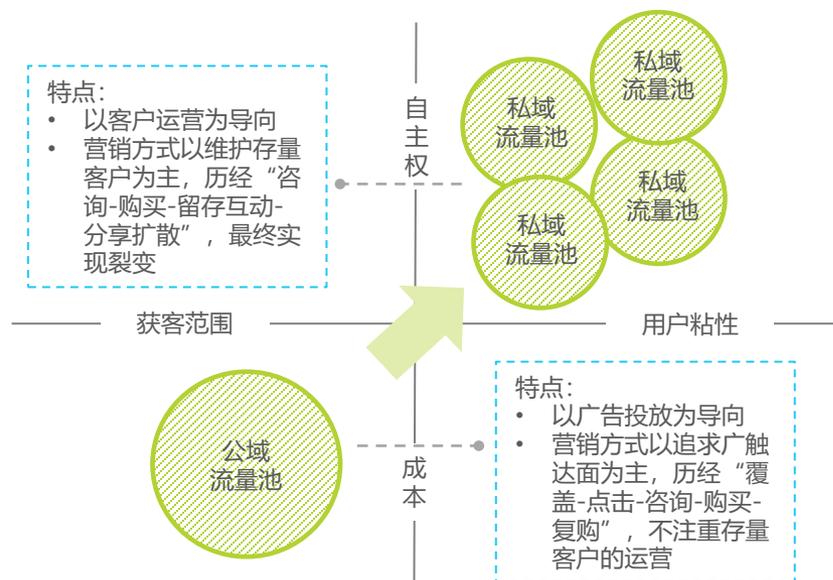
据CNNIC数据显示，近年来中国网民及互联网普及率不断提高，商家在流量红利逐渐见顶的市场中抢占份额，竞争加剧，导致公域流量平台获客成本逐渐攀升，企业纷纷转向私域玩法，建立能拥有流量自主掌控权、能直接触达客户的流量池。同时，私域流量红利期的到来使企业开始逐渐摒弃以获客为主导的传统流量思维，转为以用户思维为核心，运营的重心从依靠公域平台拉新流量转向对私域平台内存量用户的精细化运营。针对不同的用户类型，推送不同的产品和服务，做到真正以用户的需求为中心，以此留住流量，为转化做铺垫，“营销-销售-客服”的一体化趋势开始加强。

2018年6月-2021年6月中国网民规模及互联网普及率



来源：CNNIC，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

公域流量开始向私域流量转移

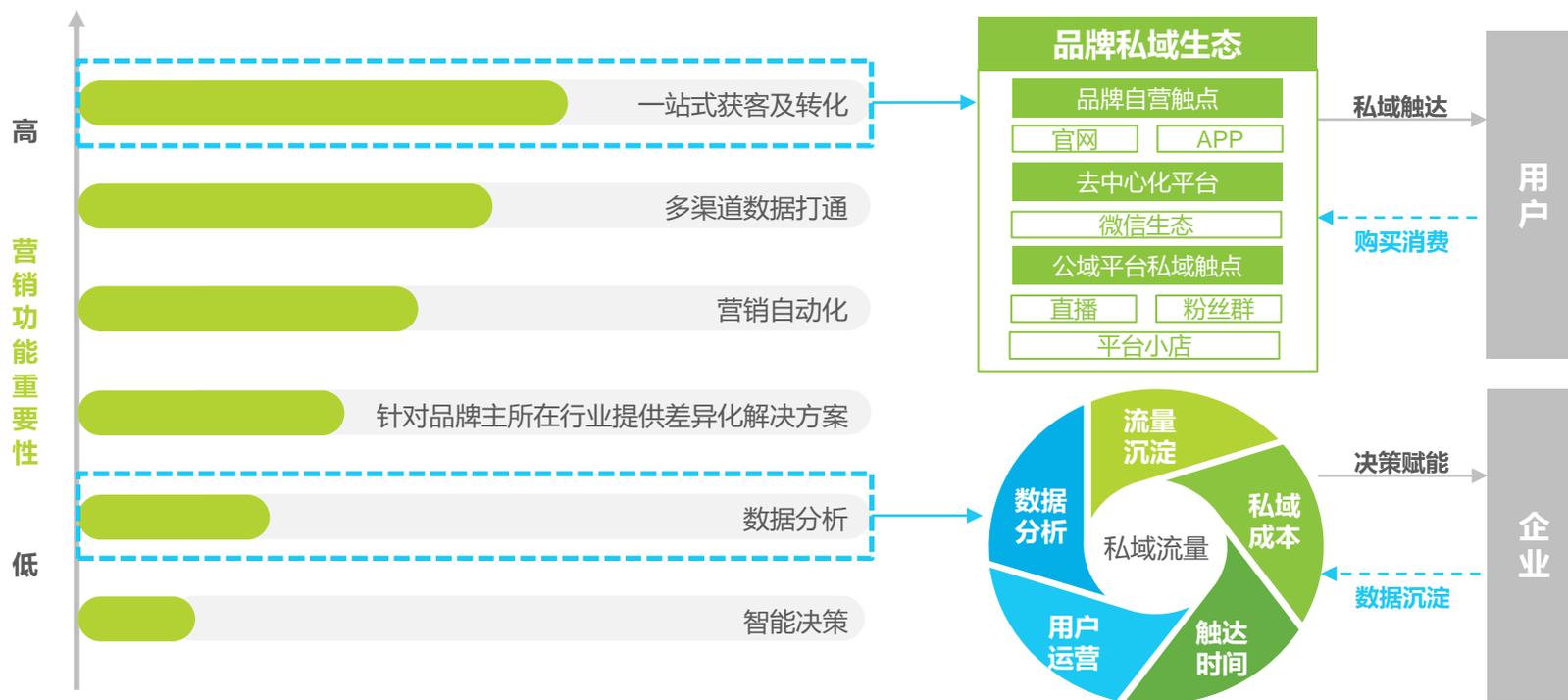


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

一站式运营及用户数据分析成未来私域建设重点

目前企业在建设私域方面最看重的要素是“一站式获客及转化”，强调开放接口，通过多触点打通实现对用户的随时及反复触达。企业官方网站、APP、去中心化平台、直播、在线商城等触点在未来有待进一步打通，以形成私域生态池，实现对用户的一站式全生命周期运营。触达客户的数据沉淀后将通过数据分析形成私域闭环，实现真正的数字赋能及数智决策。若数据分析与交互连接手段结合成为私域流量玩法中的最后一环，则访客画像、销售特征、用户分群、竞品信息等数据的价值将会得到更大释放。

2021年私域流量营销生态功能重要性评估

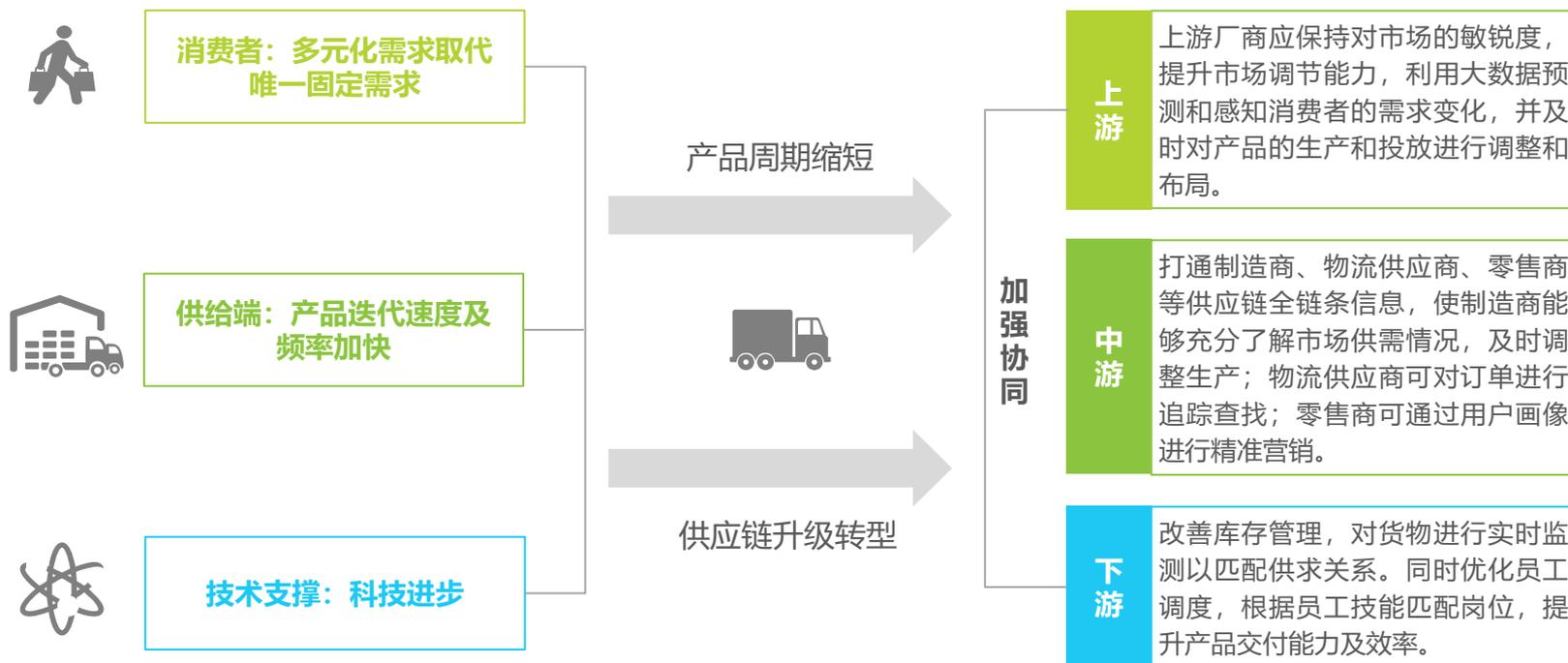


样本：N=97，艾瑞咨询2021年7月品牌主调研，艾瑞咨询研究院自主绘制。

产品周期缩短促使供应链转型升级

如今市场上消费者的多元化及个性化需求不断凸显，物质层面的传统指标不再是消费者选择产品的唯一标准，取而代之的是以精神层面为主导的定制化需求促使新旧产品迭代。为满足需求端变化，供给厂商也相应减少库存产品以适应产品快速升级的需要。此外，技术的发展为创新产品的出现创造了先决条件，推动了产品生命周期的缩短。多方面因素共同促使供应链管理随之进行相应的转型升级，不仅对上中下游厂商提出更高要求，同时三方的协同效应也需加强，以此实现与产品生命周期的战略匹配。

市场变化带来的供应链升级新方向

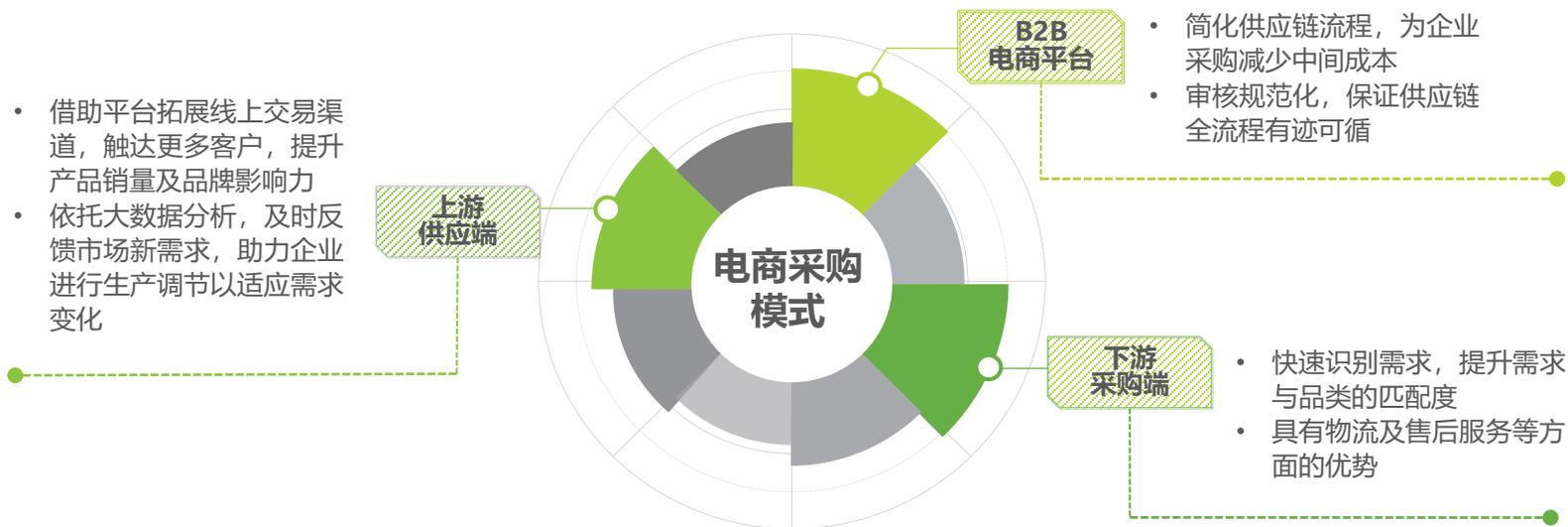


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

电商模式颠覆传统B端采购，重塑企业供应链

传统采购模式下，产品质量、物流管理及后续运维服务均缺少风险把控，且存在断供风险；同时，供应链整体链条冗长，上游供应端及下游采购端信息不对称，使得企业采购效率低下。电商采购模式将C端供应链模式应用于B端，借助大数据支撑，电商平台能够根据交易数据反馈，使得上游供给商一方面可以快速识别客户新需求，满足采购需求的多样性，另一方面可根据需求变化调整定价及生产计划，使供给更具弹性和灵活性。对于下游采购企业而言，电商平台依托品类丰富、买卖关系稳定等优势，为终端采购者提供一站式集中采购服务，在缩短采购环节、节约采购成本的同时，也为商品的有效供应提供了保障。

电商采购模式对上下游参与者的价值

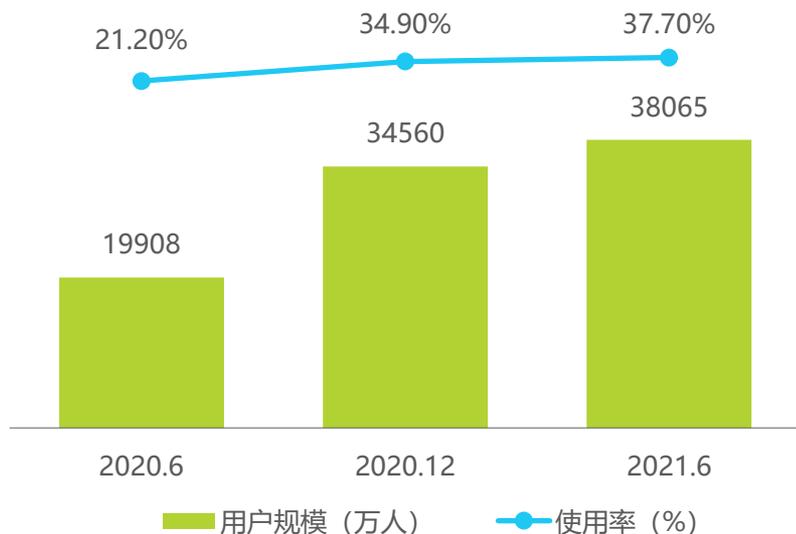


助力企业采购在线化、规范化、透明化的电商采购模式成为大势所趋

受互联网技术的推动和疫情驱使，办公模式走向移动和协同

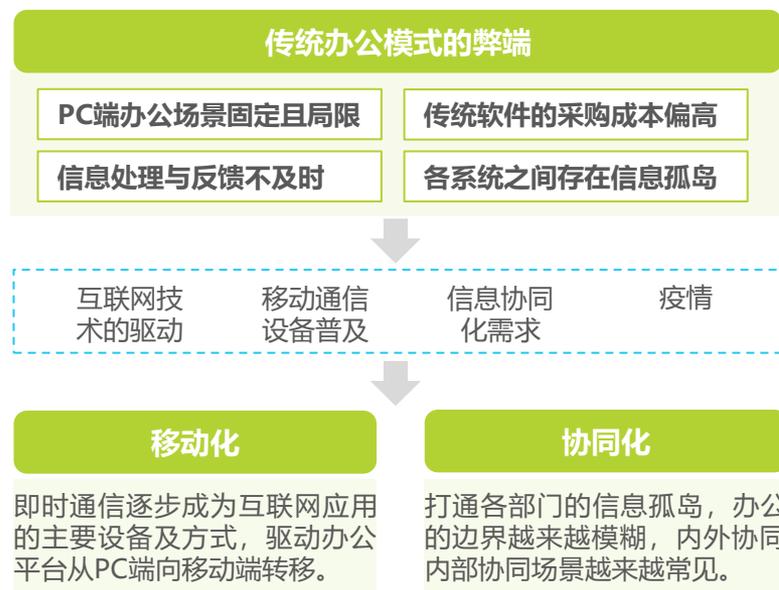
互联网时代，传统办公模式的弊端凸显，多种因素的驱动外加2020年初疫情这一契机，办公模式迅速向移动化和协同化方向发展。CNNIC数据显示，截至2021年6月，我国在线办公用户规模达3.81亿人，较2020年6月增长3506万，占整体网民数量的37.7%。疫情不仅短期内催化了移动办公的需求，同时也培养了用户对综合移动办公平台的长期使用惯性及依赖性。在未来，企业对综合移动办公的需求不断增加，也会不断驱使移动协同办公相关产品向平台生态化方向发展，应用于更多办公场景。

2020年6月-2021年6月中国在线办公用户规模及使用率



来源：CNNIC，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

传统办公模式的转变



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

员工的高流动率带动了企业资源流动

据前程无忧《2022离职与调薪调研报告》显示，2021年员工整体离职率为18.8%，较2020年有4%的回弹（2020年受疫情影响，中国员工整体离职率较低）。员工离职一定程度上造成了企业资源的流失；业务协同遭受限制；同时也会影响业务经验的共享与沉淀，不利于员工管理及能力建设。如何有效存留企业资源，并沉淀为赋能于企业的价值性资产，是当代企业在员工高流动率大环境中亟需破解的难题。

中国员工流动率整体情况分析

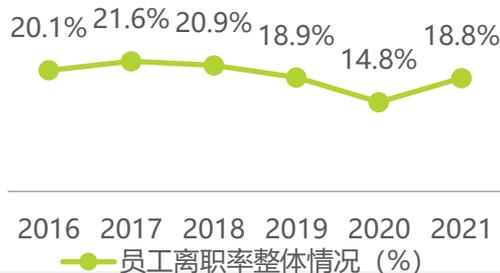
内部原因

职业规划不匹配

福利待遇不满意

晋升体系不合理

2016-2021年中国员工离职率整体情况



外部原因

基层员工低龄化

中高端人才需求旺盛

线上求职便利化

客户资源流失

企业的客户资源信息通常散落各业务人员手中。若缺乏统筹管理机制，则会在企业员工尤其是销售人员离职时，无法有效继承客户资源，造成企业隐形资产的流失。

业务协同受限

项目制的企业对团队协作的依赖性较高，企业员工的高流动率会造成信息传递不连续，不利于信息协同，进而影响团队工作的展开。

员工管理和能力建设受阻

“传、帮、带”等传统的业务经验传递方式与员工高流动时代对共享知识沉淀的需求不相匹配。不利于新员工培训等员工管理及能力建设的开展。

企服——挑战及机遇

企服市场赛道市场空间广阔，数字化转型不断释放新机会点

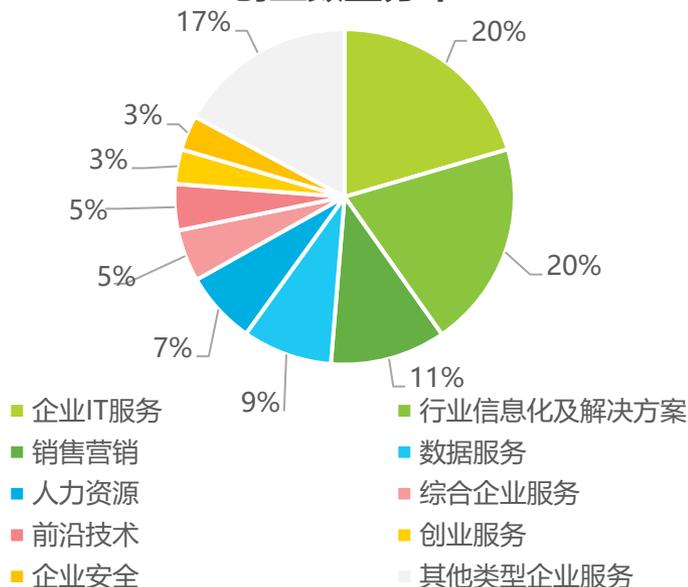
据天眼查数据显示，2017-2021年中国企业服务行业融资市场活跃，2019年融资数量有所下滑，但近三年呈现回暖趋势，2021年融资数量为1859件，总融资金额高达829.44亿元。着眼于企服行业，子赛道类型丰富多样，涵盖数据、安全、IT、等多方面，同时以数字化转型政策为契机，子赛道也向着营销、人力资源等多种传统行业场景赋能，呈现“多点开花”局面。然而，数字化转型易受到企业内部文化滞后性及企服市场复杂性的阻碍，一部分企业有商业模式的创新想法，但缺少相应的技术支撑；另一部分企业具备数字化转型的技术条件，但缺乏对业务的深度认知，导致难以实现价值转化。综合来看，企业在数字化转型实践中仍处于“混沌”状态。

2017-2021年中国企业服务行业融资数量



来源：天眼查，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

截至2022年1月6日中国企业服务子赛道创业数量分布



来源：IT桔子，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

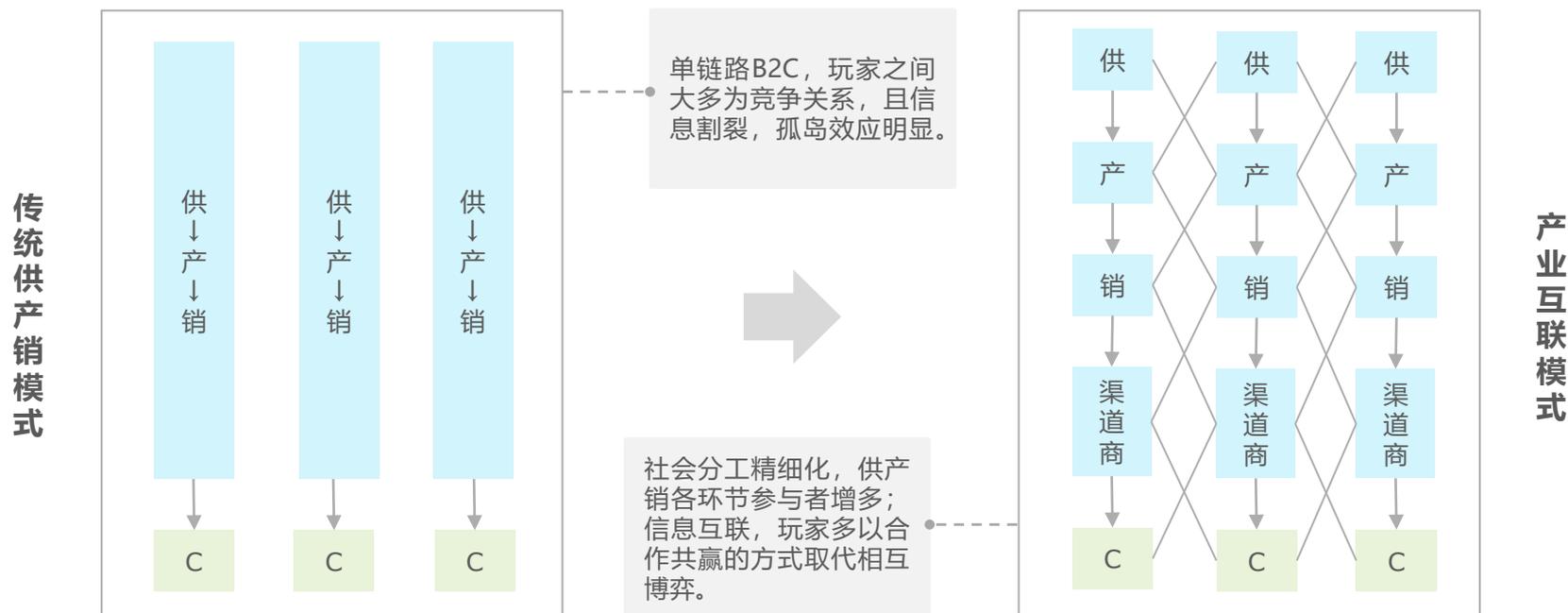
注释：其他类型企业服务包括：开发者服务、办公OA、法律服务、财务税务、客户服务、云服务等。

企服——生态共赢

产业互联推动企服厂商共建合作生态

传统模式中，供产销均由一家厂商承担，其产业链呈B2C的单链状态，且各个环节的应用环境相对闭塞，各厂商之间的信息无法互通，形成数据孤岛效应。随着数字化转型不断步入深水区，社会分工不断精细化，企业的合作伙伴越来越多且类型愈发丰富。数字化也从根本上改变了企业合作与竞争的方式，各企服厂商将B2C的传统产业链模式应用于B2B，产业互联网应运而生。在产业互联的生态下，各环节不同规模和角色的参与者之间的信息孤岛被打破，玩家共建生产网络，以合作共赢的方式取代相互博弈，共同为客户提供更好的服务。

传统供产销模式到产业互联模式的转变



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

背景：变化中的企业和企服市场

1

洞察：企业微信的定位与价值

2

实践：企业微信在数字化转型中的落地

3

展望：企业微信未来的形态演变探讨

4

企业微信的发展历程

连接·效率·开放，企业微信功能不断完善，价值逐步释放

2016年，企业微信1.0上线，主要聚焦于IM场景；2017年，企业微信 2.0上线，合并企业号，API逐渐丰富；2018年，企业微信与微信会话消息、群聊实现互通；2019年，微信第三方外挂软件被封，用户开始大量向企业微信迁移；2020年，以疫情为契机，以私域营销和政企服务为突破口，企业微信开始向更多场景渗透，助力企业数字化升级，生态初步成型；2022年，企业微信在协同办公、客户管理、开发接口等方面进一步升级，上线4.0版本，实现了**1000w真实企业数量、1.8亿活跃用户、5亿微信用户**连接的体量增长。上线近6年来，企业微信围绕“连接、效率、开放”，不断完善基础功能和平台服务体验，在企业服务市场的价值正在加速释放。

2020年1月-2021年11月企业微信 月度总使用次数



注释：终端-Mobile；指标-月度指标 / 月度总使用次数(万次)。
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信的发展历程



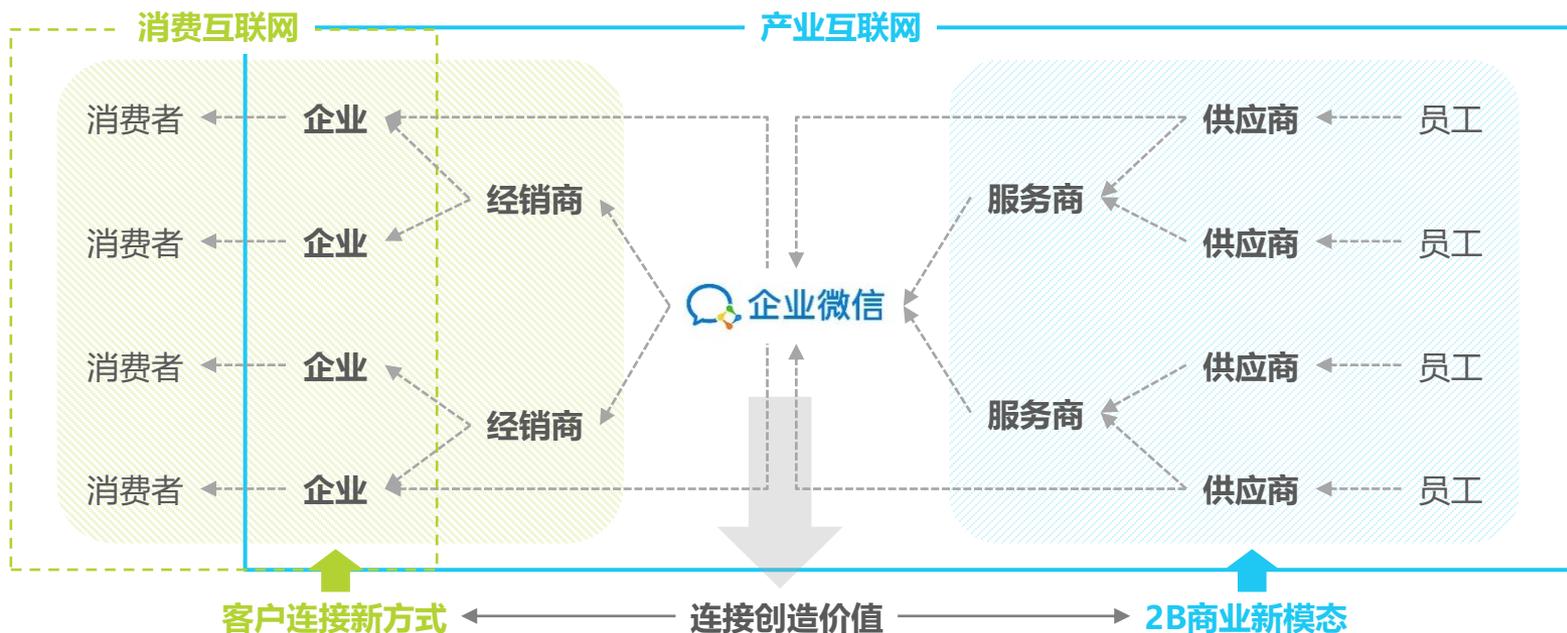
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信的定位

企业数字化转型的助推器，服务商生态合作的开放平台，产业互联的流转枢纽

整体来看，企业微信在产业互联网中扮演着流转枢纽的作用，以平台的方式连接B2C（企业微信-微信-消费者、企业微信-员工）和B2B（企业-经销商-企业微信-服务商-供应商、服务商-企业微信-服务商.....）多元场景。基于其强大的连接能力，企业微信积累了广泛的生态体系。进而，依托企微平台，生态内各厂商可以形成合力，为企业提供一站式的数字化转型解决方案，加速企业数字化转型。

企业微信在产业互联网中的定位和作用



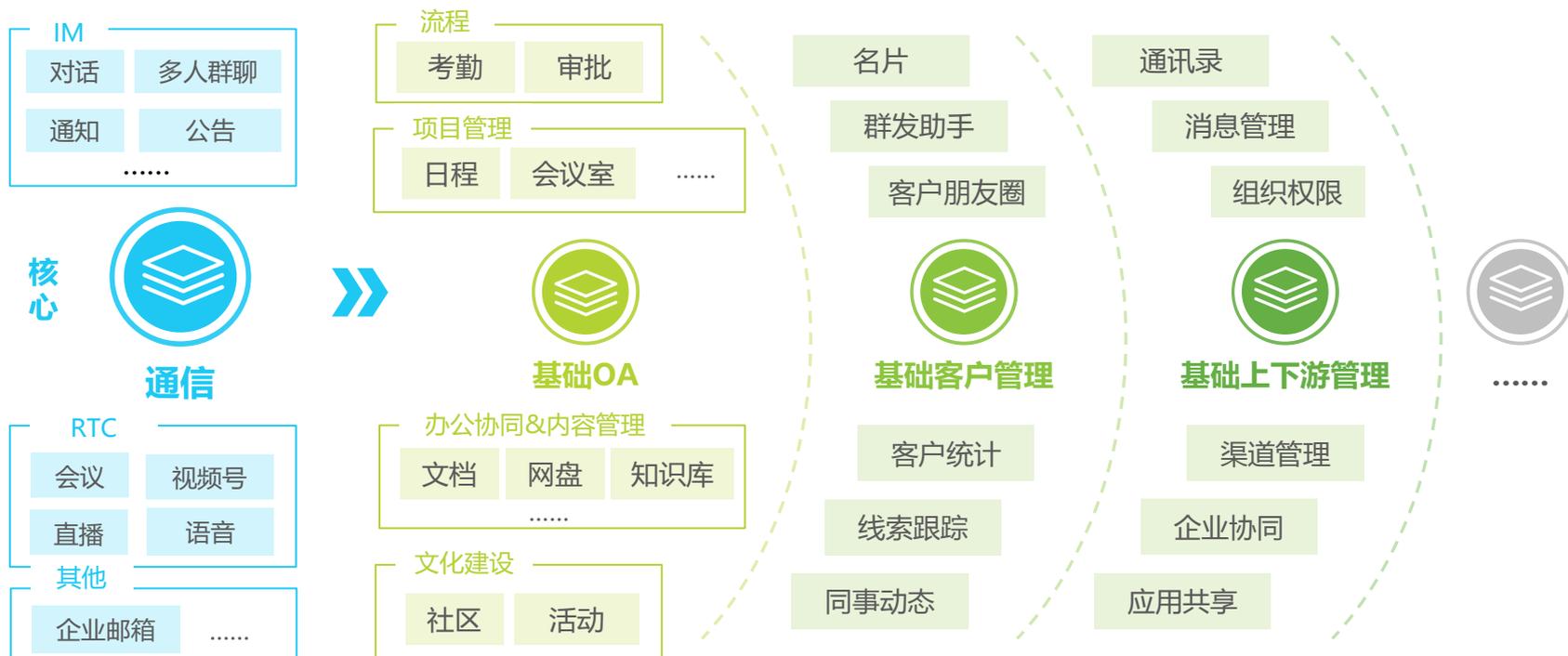
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信的功能

以通信为支点，不断叠加企业管理基础功能

从产品层面来看，企业微信围绕“通信”这一核心场景，不断挖掘连接和效率的价值，去进行企业管理功能的迭代。现阶段来看，企业微信主要：**①支持多类型多场景的通信需求**，如对话、群聊、公告、视频、语音、会议、直播、短视频、邮件等；**②支持协同办公和轻量的内部管理需求**，如在线文档、企业网盘、日程管理、考勤审批等；**③支持轻量的对外客户管理和上下游协同需求**，如个人名片、群发助手、客户朋友圈、线索统计、上下游通讯录、应用共享等。

企业微信的支持功能



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信的价值——对企业

基于企业微信，打造以客户为中心的数据驱动型企业

企业微信具有“资源链接、流程高效、数据赋能”的核心价值。向外，企微可以链接微信体系，无侵入感地触达到12亿用户；向内，企微可以实现办公应用的统一集成，让员工获得高效的移动协同办公体验；同时，企微可以沉淀真实数据，形成高质量数据资产，以数据驱动赋能前端业务应用。基于企业微信，企业可以无缝建立端到端的数据闭环，顺畅地实现以客户为中心的数字化转型。

企业微信生态下以客户为中心的数字化转型



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信的价值——对厂商

用户友好、流量导入、生态聚合、场景创新

企业微信作为连接消费互联网和产业互联网的数字化平台，具有客户触达、流量导入、生态聚合及场景创新的价值，可以帮助厂商更好地进行产品推广和创新迭代。①**产品推广**：企业微信与微信互联互通，并沿袭了微信C端产品的体验，在导入流量、聚合生态的同时，降低了企业部署、员工使用和厂商兼容适配的门槛，可以帮助厂商更好地机械能推广；②**产品创新**：企业微信以连接的力量打破了产业流程中的许多边界，形成了更大的生态聚合，并促生了更多的高价值场景。新场景为初创厂商和传统厂商都带来了更多的创新点和机会点。

企业微信平台加速厂商的增长创新

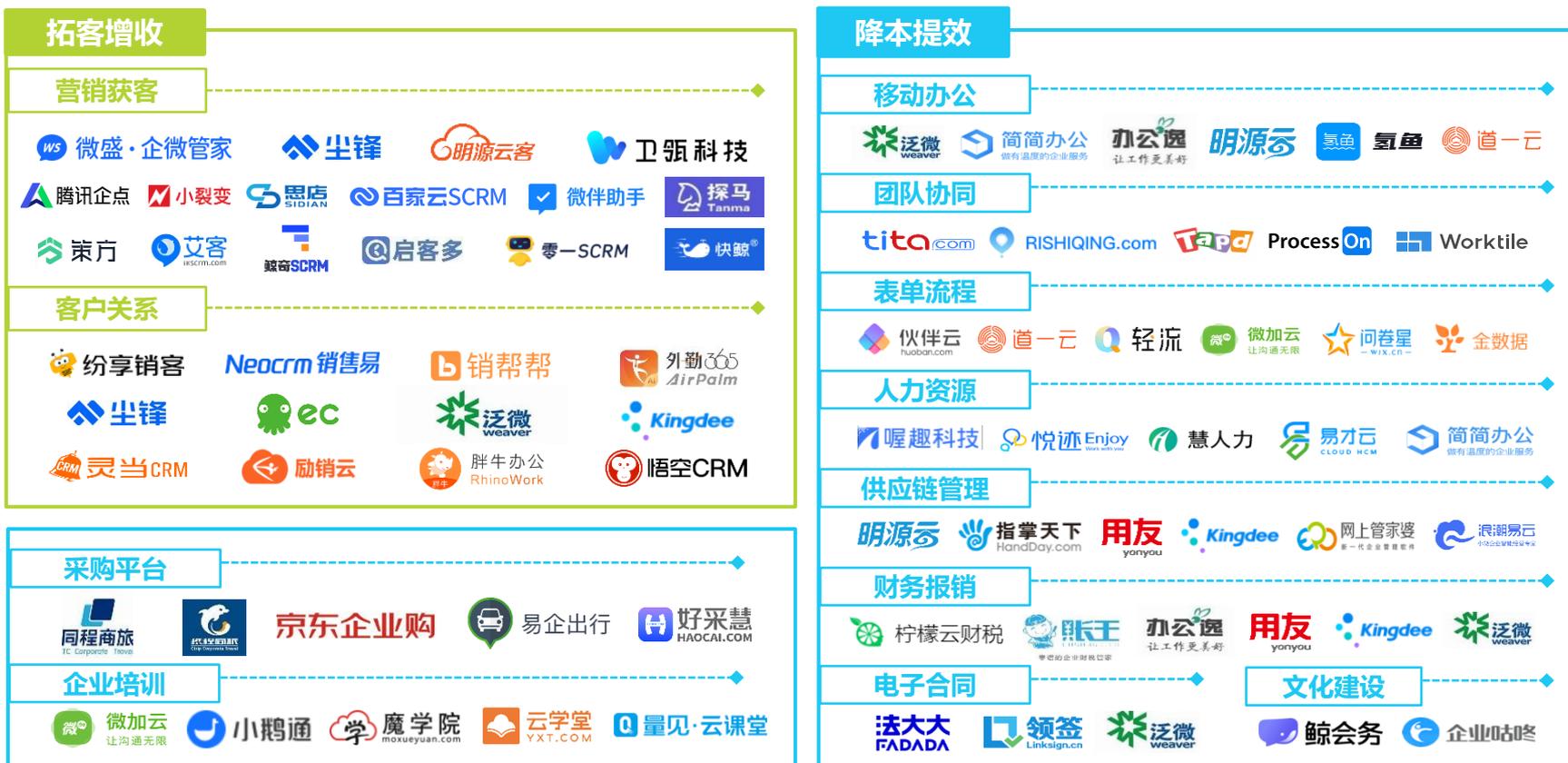


来源：企业微信，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信生态图谱

1232个开放接口，6000+优质服务商，1900个优质第三方应用/联合产品，企微生态正在飞速扩张

企业微信生态图谱（部分）



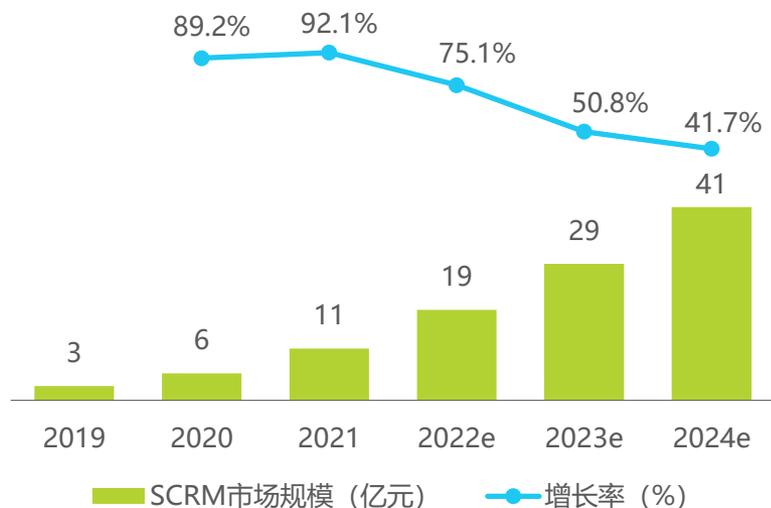
注释：此页主要为表现企业微信生态全局情况，仅展示部分典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：企业微信，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企微生态的增长空间：客户侧

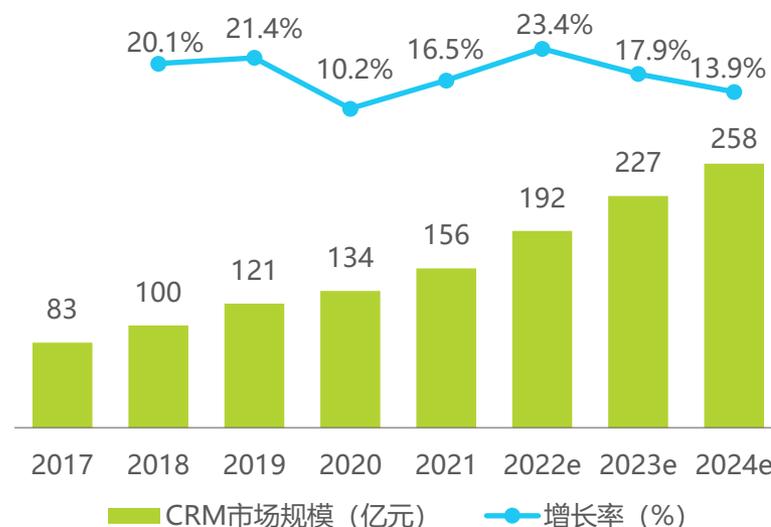
最先在SCRM场景爆发，拉动整体CRM市场创新增长

企业微信与微信互联互通，可以流畅地触达12.6亿用户（截至2021Q3），且以一种体验更好的方式对客户进行服务——客户无需离开其熟悉的操作界面即可享受官方、专业、持续的服务。同时，除了触达和沟通外，企业微信还为企业提供了客户运营的操作台。企微可以直接留存最真实的客户服务全生命周期数据，沉淀高质客户数据资产，以数据驱动营销销售活动，从而实现更高转化、低成本的商业增长。企微+SCRM的模式快速在企业侧落地，取代了以往的微信群运营。基于该场景的初创企业数量在近三年爆发式增长，传统厂商也开始发力，整体SCRM市场2021年规模达11亿，增长率达92.1%。SCRM的爆发增长进一步带动了CRM的创新迭代，2021年CRM市场规模达到了156亿元。

2019-2024年中国SCRM市场规模



2017-2024年中国CRM市场规模



注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位，已包含四舍五入情况；增长率
的计算均基于精确的数值进行计算。

口径说明：包含软件收入和实施运营服务收入的综合。
来源：根据公开资料、企业访谈，结合艾瑞统计模型核算。

注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位，已包含四舍五入情况；增长率
的计算均基于精确的数值进行计算。

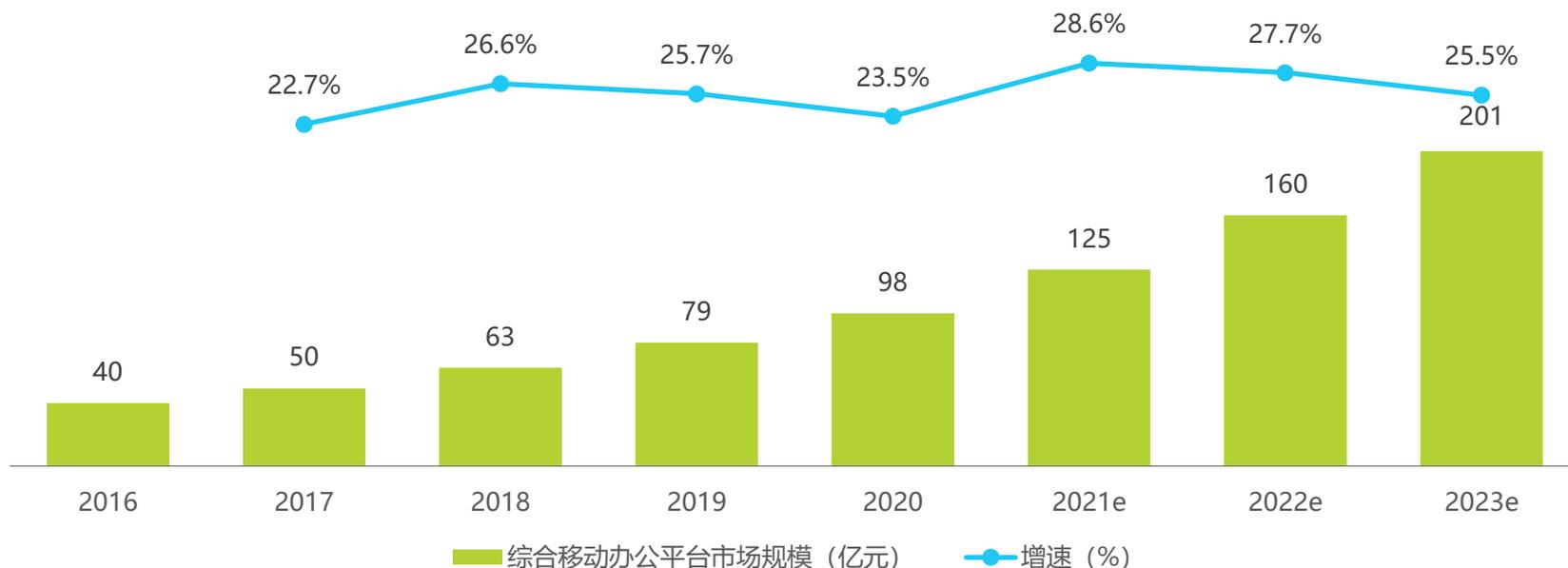
口径说明：包含软件收入和实施运营服务收入的综合。
来源：根据公开资料、企业访谈，结合艾瑞统计模型核算。

企微生态的增长空间：员工侧

突破企业组织边界，释放产业协同的价值

企业微信一方面与工具类协同办公软件类似，可以为企业内部员工提供流畅的数字化办公体验，提升办公效率；另一方面，基于广泛的企微生态，企业微信B2B连接的价值也在逐步释放。在企微平台上，厂商与上下游之间、厂商与厂商之间可以实现跨组织的协同，真正打通供应链端到端的流程，进而实现效率的飞跃式提升。2022年1月10日，企业微信在4.0版本中上线了“上下游”模块，正式开启了B2B场景的探索。未来，预计B2B的供应链管理场景将会与B2C的SCRM场景一同快速发展，为产业互联网带来更多的模式创新和更大的想象空间。

2016-2023年中国综合移动办公平台市场规模



来源：艾瑞《2021年中国综合移动办公平台行业研究报告》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

背景：变化中的企业和企服市场

1

洞察：企业微信的价值与策略

2

实践：企业微信在数字化转型中的落地

3

展望：企业微信未来的形态演变探讨

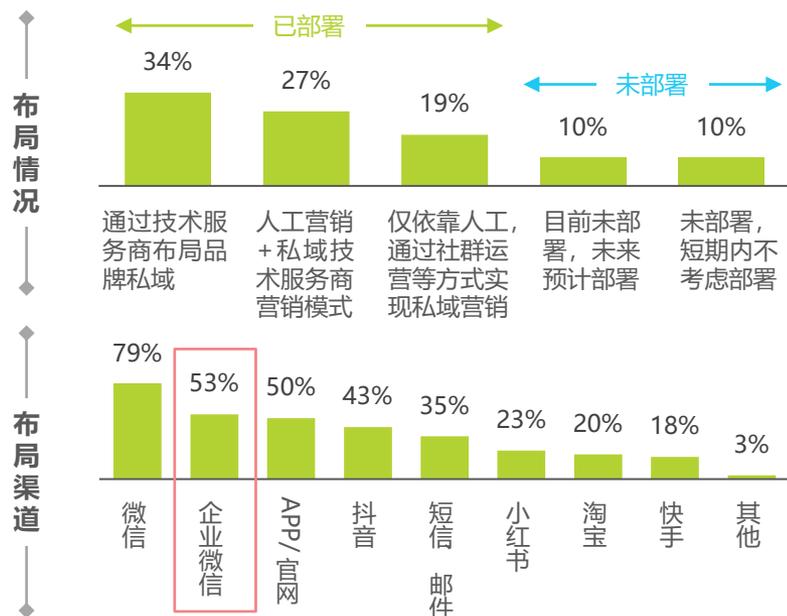
4

企微+营销：链接客户

私域营销的最佳载体，链接+沉淀实现客户全生命周期运营

在公域平台获客成本高企的背景下，私域渠道加速增长。继公众号、小程序后，腾讯推出了私域的又一新载体——企业微信。企微具备「前端流量链接+后端客户运营」的双向价值，是私域营销的最佳载体。向前，企微可以与微信打通，触达微信12.6亿用户，以无侵入感的方式与客户建立紧密联系；向后，企微可以将来自多渠道的用户收拢，形成私域用户池，再利用数字化手段，赋能客户价值提升。基于企业微信，企业可以创新更多社交裂变私域玩法，提升服务质量，改善客户体验，建立以客户为中心的运营体系，实现商业增长。

企业私域营销布局情况与渠道



样本：N=118，艾瑞咨询2021年7月品牌主调研，详细口径见艾瑞《2021年中国私域流量营销洞察研究报告》。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信在私域营销场景的应用



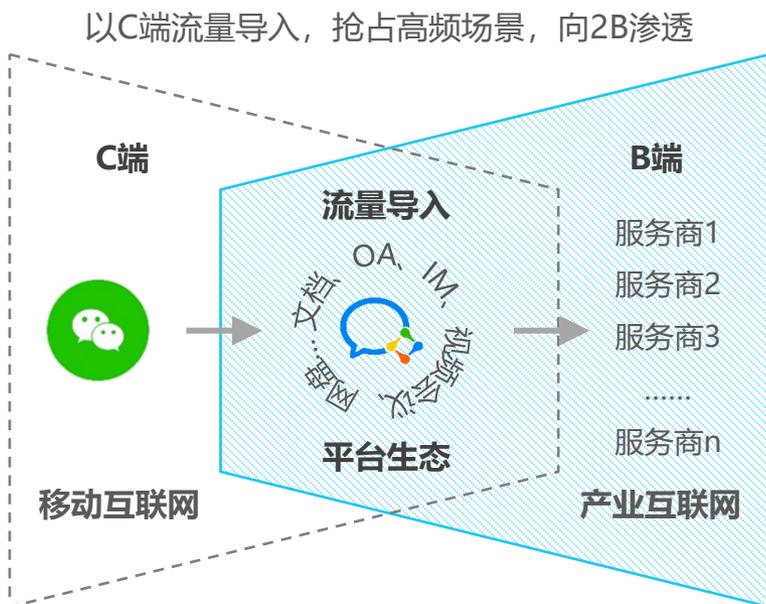
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企微+供应链：链接上下游

以连接协同切入B2B场景，释放产业互联网价值

企业微信连接的特性除了触达客户外，在上下游协同领域同样可以发挥巨大的价值。在过去十年间，基于移动互联网的场景创新驱动了各行各业的发展。相反，B端的商业逻辑和运营模式仍较为传统，互联网化渗透率还较低。企业微信是切入B2B场景一个很好的入口。以企业微信为平台，企业可以通过数字化手段，重构合作伙伴关系，与上下游合作伙伴保持更密切的关系。进而，依托共生生态，企业可以重构业务边界，共拓更广阔的赛道，提升产业集群的整体效应。

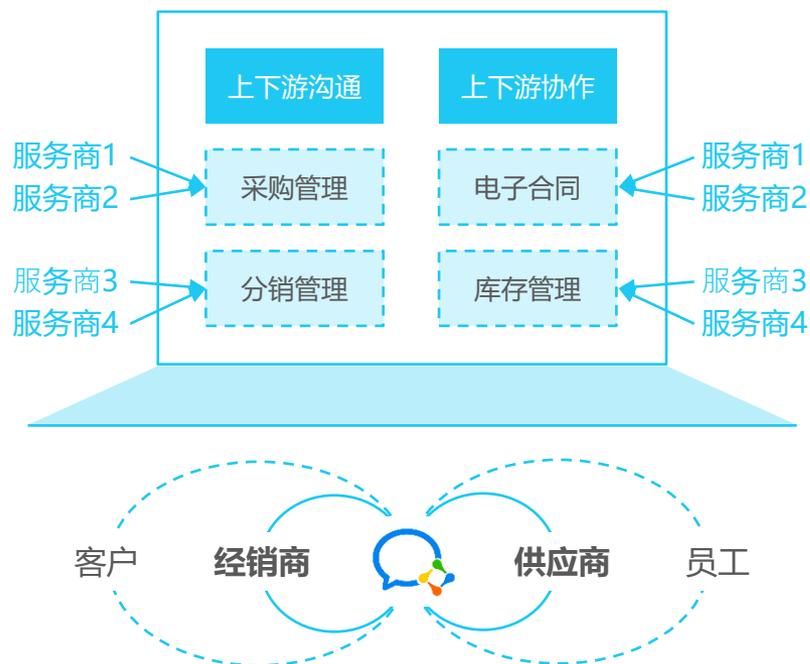
企业微信由C转B的发展逻辑



依托企微开放平台，协同多服务商服务进行企业服务

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业微信在供应链场景的应用



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企微+招聘：链接员工

盘活内推玩法，建立人才库，提升招聘效率质量

企业微信在招聘场景的应用

➢ 建立企业自己的人才库，提高招聘效率



对于一些具有**高频招聘性质**的企业，如IT外包厂商，招人速度已经成为其核心的竞争要素。基于自有的人才库，企业可以快速找到合适的人才，并参考历史记录，简化招聘流程，**提高整体招聘效率**。

以企微对外作为统一窗口进行链接和管理，方便HR进行多渠道管理沟通，不加好友也可以深入了解候选人生活背景，**双向提升了HR和人才的体验**。

基于企微所沉淀的数据，企业可以对现有人才和流失人才进行画像，从而有的放矢地进行渠道投放和储备人才激活，**以更低成本提高招聘的效果**。

➢ 盘活内推玩法，实现人人伯乐，觅才无忧

就业信息主要获取渠道

求职网站	62.9%
学校招聘会	59.1%
社会招聘会	54.6%
学校网站	36.8%
老师、学校发布的信息	36.7%
同学和朋友推荐	36.0%
媒体平台	34.8%
家人或亲戚介绍	24.7%
微信公众号等平台	23.9%
其他	0.6%

主要招聘渠道的贡献度

学校招聘会	51.2%
求职网站	49.5%
学校网站	29.7%
社会招聘会	29.5%
老师、学校发布的信息	27.1%
同学和朋友推荐	25.0%
媒体平台	19.3%
家人或亲戚介绍	16.3%
企业内推	12.4%
微信公众号等平台	6.5%
其他	0.1%

以艾瑞对IT服务人才的调研为例，「企业内推」渠道以「低成本、高贡献度」的优势越来越被各企业所重视。

基于企业微信生态，企业可以打造内推文化，更好地盘活内推玩法：

- 企业微信与微信无缝衔接，**员工**可以官方的身份从企微向微信好友或朋友圈转发职位；
- **HR**可以实时把握员工的内推状态，从而适当地激发员工推荐积极性；
- **公司**可以依托企微内推补充自己的人才库，解决招人难的问题。

来源：定量样本N=1000，定量样本于2021年4月通过爱调研与上海脉问平台调研获得，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企微+销售：服务升级

企业资产沉淀，客户员工体验提升，销售活动走向高效精细

基于企业微信平台，销售和客户实现了更高效、安全的紧密链接——既延续了微信私人社交的情感体验，又兼具了邮件、客户系统等渠道的官方性。在这种链接下，销售和客户都可以得到更好的体验升级。同时，企业微信可以真实地记录全生命周期销售信息，帮助企业建立高质量客户数据资产，让客户永远成为“企业的客户”。另外，基于沉淀的数据资产，企业可以进一步进行客户画像、销售分析，从而支持销售工作走向高效、精细和精准，最终实现成单的增长。

企业微信在销售场景的应用



企微+办公：协同提效

降低使用门槛，打造一站式工作台，实现高效内外协同

企业微信本身提供了完善的IM功能（融合了原腾讯会议，支持聊天、电话、会议、直播等场景）、协同功能（融合了原腾讯文档，提供协作文档、表单、云盘等功能）和轻OA功能（打卡、审批、会议室、客户关系管理等）。同时，企微还拥有丰富的第三方应用市场以供客户选择，并提供多样的API接口供更多的外部应用接入。基于企业微信统一工作台，员工可以实现一站式办公，与微信一致的体验也降低了企业数字化的门槛，从而实现高效的内外协同。

企业微信在办公场景的应用



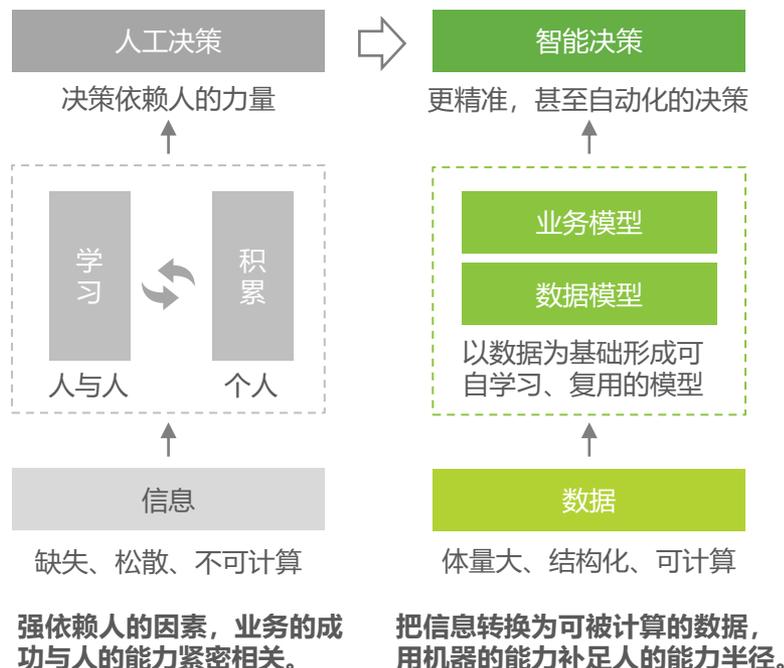
- ✓ **门槛低：**企业微信的操作界面基本与微信一致，降低了员工使用的门槛。特别是数字化水平较低的企业，员工对企业微信工作台的接受度会更高。
- ✓ **一站式：**对于企业员工而言，可以在企业微信平台上一站式的办公，无需频繁切换APP，体验得以升级。
- ✓ **公私分离：**员工可以将原来须在微信上办公的场景迁移到企业微信上，在实现“work life balance”的同时提高合规性。

企微+数智决策：企业转型

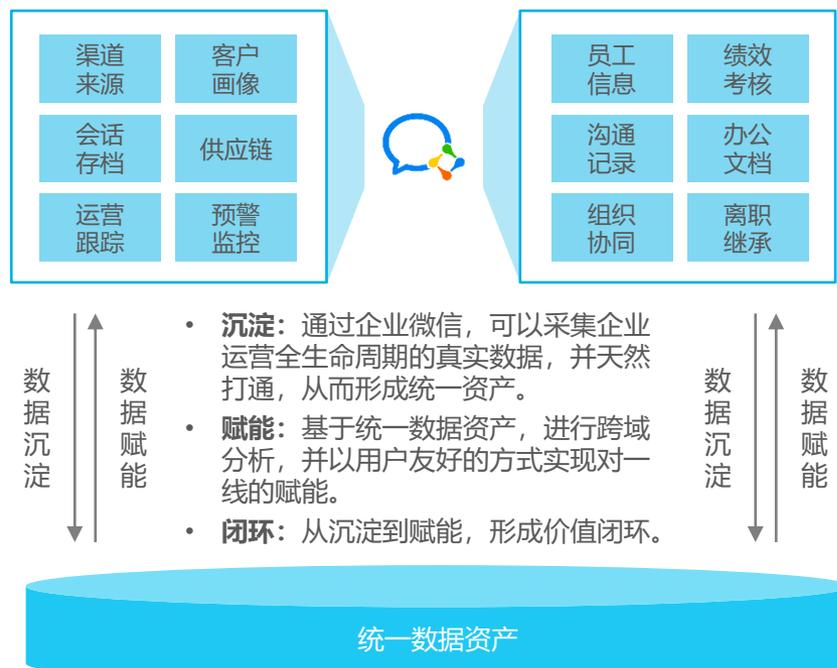
建立高质数据资产，支持实时赋能一线，形成数据价值闭环

从数智决策的实现过程来看，影响企业向数据驱动转型的卡点往往存在于链条的两端：**一前**——跨部门、跨系统数据难以打通，一线真实数据难以获得，导致数据资产建设难、质量差；**一后**——员工使用不方便，特别在实时性方面体验差，导致对一线业务赋能价值的折损。以企业微信为中枢，企业一方面可以无缝地将真实运营数据沉淀下来，另一方面可以直接在员工工作界面（对话框等）进行赋能，“沉淀⇌赋能”双向互动，天然形成了数据和价值的闭环。

数智决策的实现过程



企业微信在数智决策场景的应用

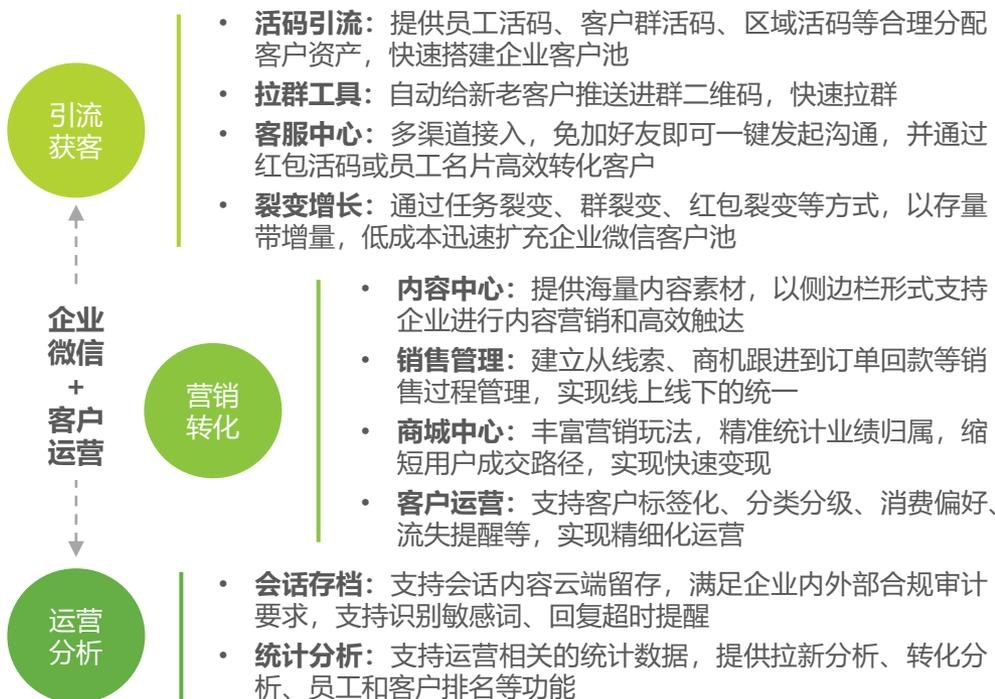


典型厂商案例

助力用好企业微信做增长

作为企业微信服务商，微盛·企微管家基于企业微信，提供SaaS服务，战略咨询、培训服务、硬件设备、定制化开发、营销内容、私有化部署等服务以及“产品+服务”解决方案。目前微盛已服务150,000+家企业客户，30,000+家付费客户，在行业中遥遥领先。微盛基于企业微信能力的场景开发与功能迭代，深入各行业，提供覆盖获客拉新、营销转化、运营管理等场景的解决方案，帮助企业解决客户流失、增长缓慢、销售和服务流程管控难等问题，助力企业用好企业微信做增长。

微盛·企微管家业务布局



“SaaS+服务”解决方案

战略服务

培训服务

硬件设备

SaaS+

定制化开发

私有化部署

营销内容

公司核心优势

深入的行业积累

- 耕耘讯生态7年，有着丰富实战经验，并基于腾讯生态开放接口不断调整产品力，实现产品共研。
- 服务15w+客户，对各行各业私域运营、客户服务理解深入。

- 全员All in企业微信，组建超过7万个社群，并通过社群运营发掘潜在客户。
- 将实践经验形成产品复制给客户，并根据用户体验不断研发和升级产品，形成闭环。

用好企业微信的
最佳实践

具备完善的运营服务体系，助力全行业实现数字化升级

微盛·企微管家深入了解全行业客户开展数字化经营的现状、需求和痛点，帮助企业快速落地企业微信的使用，并为企业提供基于企业微信的数字化解决方案。未来，微盛将持续快速推进基于企业微信能力的场景开发与功能迭代，将实践经验形成产品复制给更多客户，并根据用户体验不断研发和升级产品，形成闭环。在服务体系的升级上，微盛还将不断深入各行各业，狠抓痛点需求，提供更多场景解决方案，助力广大企业拥抱企业微信生态，实现数字化升级。

微盛·企微管家运营服务金字塔体系

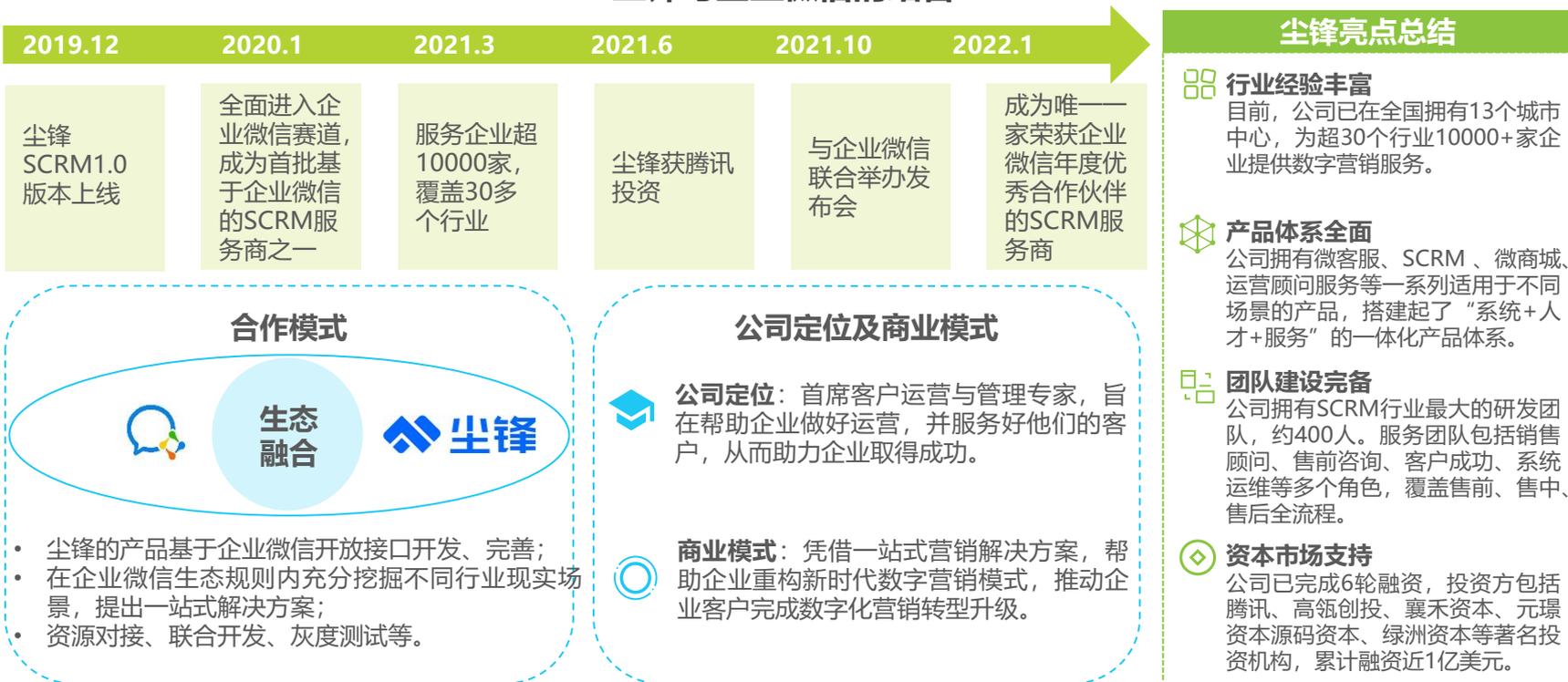


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

与企业微信生态协同一致，助力企业数字化营销转型升级

尘锋是基于企业微信生态的一站式社交化客户运营管理解决方案供应商，全行业首席客户运营与管理专家。在行业经验、自身产品体系、团队建设及融资市场等方面，尘锋均具有强大的优势。2020年1月，尘锋全面进入企业微信赛道。通过开放接口与企业微信进行连接，与企微生态进行协同一致发展，并在其生态规则内充分挖掘各行业应用场景，赋能企业营销全链路。在2022年企业微信新品发布会中，尘锋获得了年度优秀合作伙伴奖项，是唯一一家获此殊荣的SCRM服务商。

尘锋与企业微信的结合

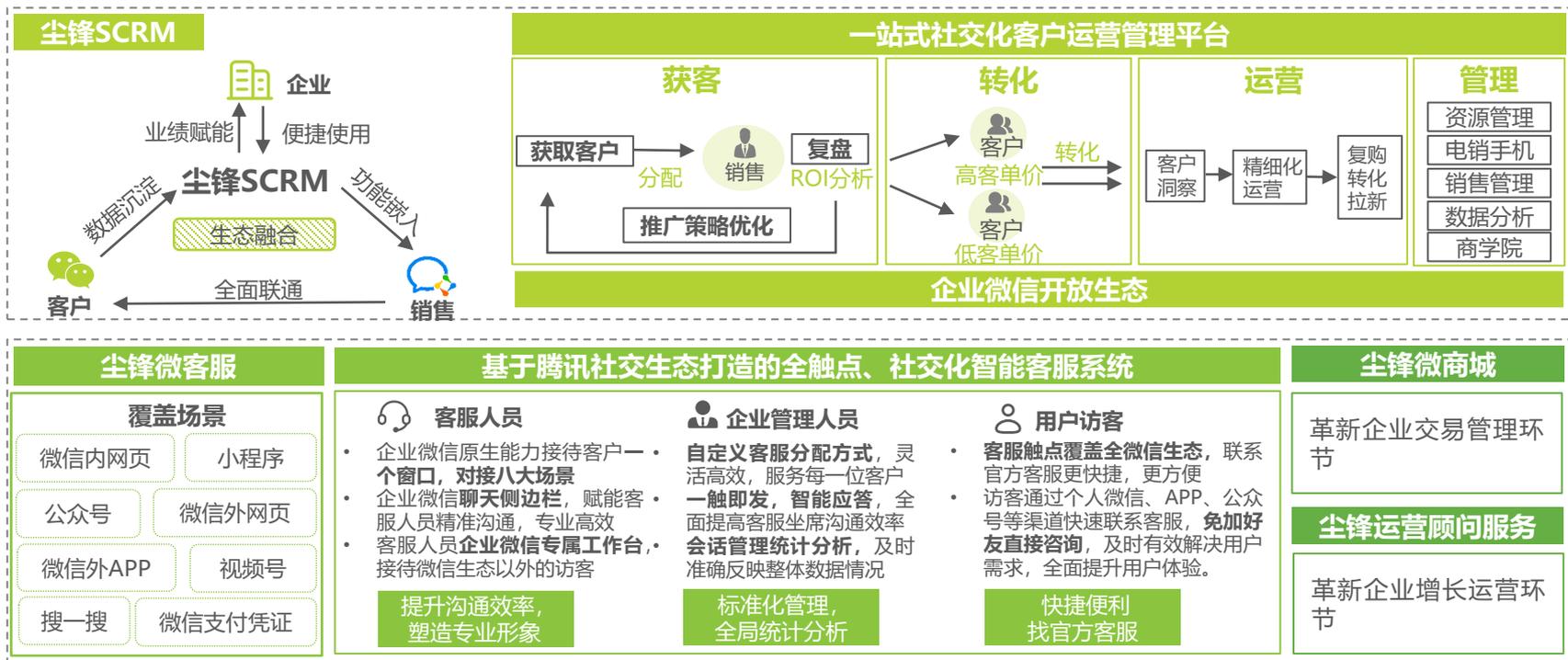


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

“系统+人才+服务”一体化，构建一站式客户运营新范式

尘锋以领先的技术实力和完善的产品能力结合企业微信，为医美、口腔、金融、职业教育、制造业、家装等30多个行业的10,000多家企业提供一站式社交化客户运营管理解决方案，用私域增长撬动企业发展。基于企微开放生态，构建起覆盖售前咨询、销售转化、交易管理及增长运营的一站式产品服务体系。核心产品有尘锋SCRM、微客服、微商城及运营顾问服务。

尘锋产品体系



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

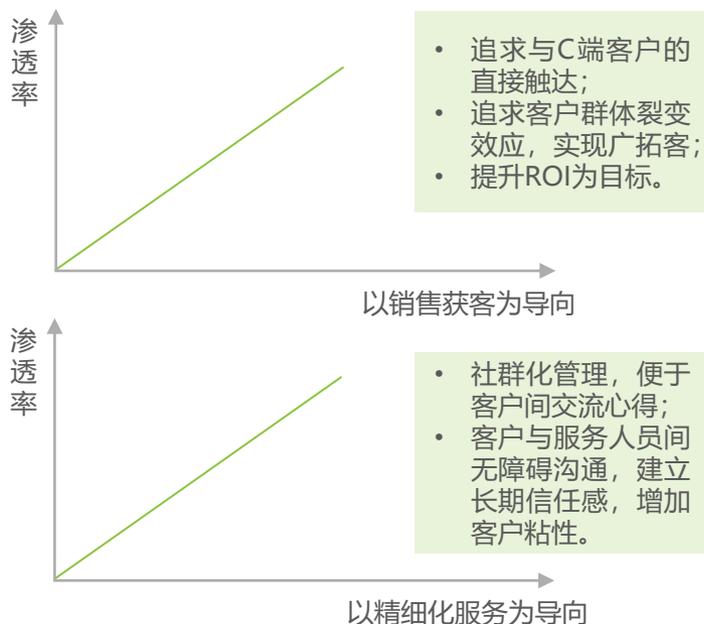
行业应用实践

- 零售业
- 金融行业
- 教育行业
- 房地产行业

以销售获客、精细化服务为导向的行业渗透率较高

基于企业微信“连接器”的产品属性，企业微信广泛应用于以获客和以服务为导向的行业中。企业微信内置的客户联系、客户群、微信客服等功能，以及与腾讯系其他产品的联动，不仅助力企业实现B2C的广触达，同时也为企业与消费者之间的双向沟通关系构建了桥梁，通过精细化运营与客户建立长期信任关系以沉淀高粘性客户。企业微信2022年新品发布会中公布的数据显示，目前企微在消费品（商超百货、服装、日化美妆、奢侈品等）、医药、家居、金融（银行、证券、保险等）、地产物业等行业的渗透率较高，均达到80%以上。

企业微信的行业渗透特点



企业微信在重点行业Top50企业的覆盖率



渗透率在90%以上的大多数是以获客为导向的消费品行业



以客户服务为导向的金融及地产行业的渗透率也位列前十

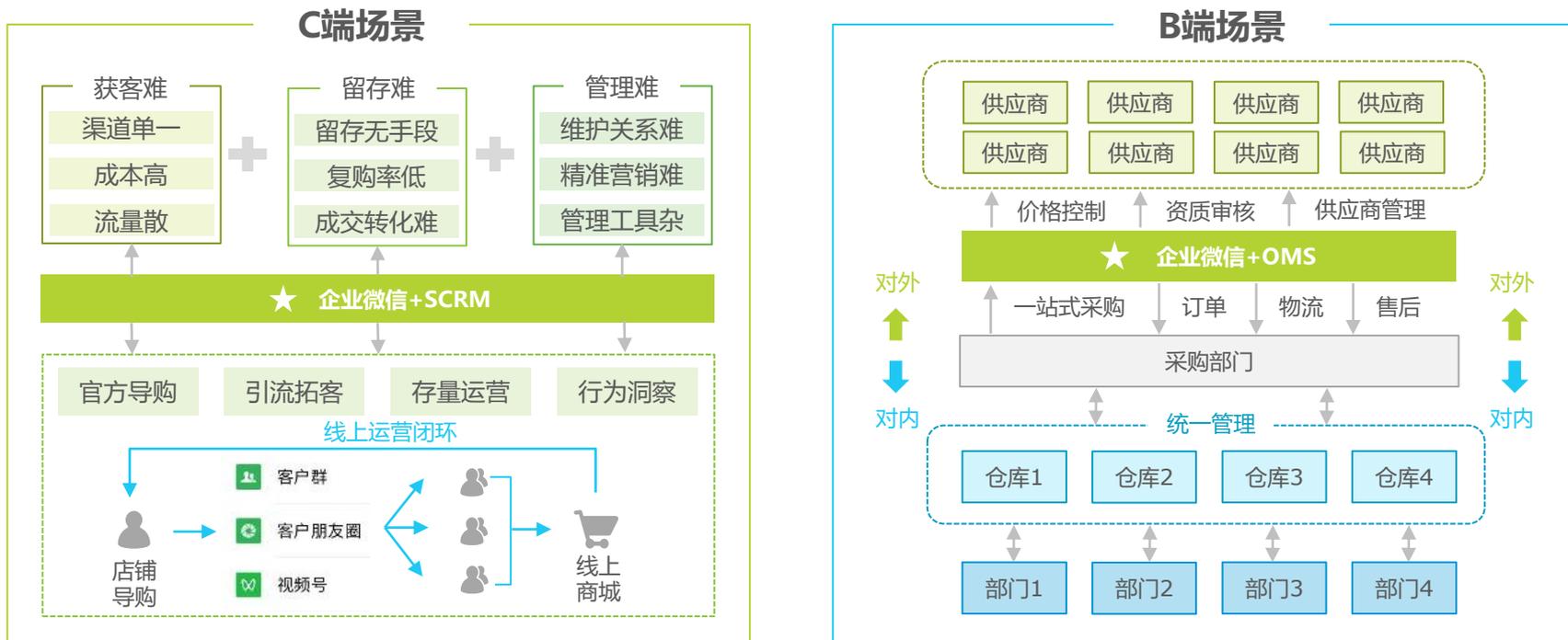
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：企业微信2022新品发布会，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企微生态助力零售行业实现2C私域用户运营及2B新采购

零售行业的业务核心在于与消费者的触达及后期运营服务，而微信拥有天然的与人触达的优势。企业微信与微信生态的连通（包括与视频号、小程序等的联动）便于销售人员引导消费者添加企业微信上的导购和社群，便于后期进行会员权益运营，以此提升消费者复购率。同时，线下消费者数据沉淀至企微中台形成资产，线上洞察消费行为反馈至线下，使一线销售人员提供更具针对性的服务，形成营销场景生态闭环。在B端场景中，企业微信+OMS为零售企业提供新电商模式的一站式采购，整合采购资源，优化采购流程，助力企业采购降本增效。

基于企微生态的零售行业场景应用



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业生态为金融营销的合规性保驾护航

企业微信+金融行业解决方案打通了营销全周期全维度的客户数据，包括行为数据、业务数据及跟进数据。有别于传统零售行业以达到高销售额为最终目标，金融行业在营销场景种更注重服务，即客户经理（理财顾问或投资顾问）需要关注基金或股票的情况，从而为客户及时传递一些有针对性的资讯，以服务于客户的投资行为。此外，基于金融机构高度安全、高度合规的属性，客户经理所与客户的沟通内容需要进行严格监管。企业微信的会话存档功能支持把全过程沟通内容的归档与回溯，为金融机构的合规营销提供了保障。

金融行业解决方案的应用场景



来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

“家-校-局” 互联，助力教育协同

企业微信在教育行业中赋能“家-校”和“局-校”两类场景。在家-校场景中，家长无需下载app，仅使用微信就能实现与学校信息的互联互通；局-校场景中，依托企业微信生态，教育局可建立起基于企微用户数据的统一管理中心，实现下达通知及回收报表的实时性，有效避免了消息的延误及纸质文件的遗失。疫情期间，基于企微生态的“家-校-局” 互联场景得到了进一步推广，企业微信生态开放平台助力直播课堂、线上布置及批改作业，为“停教不停学”提供了有力支持，缓解了教师沟通难、收集作业难、反馈信息难等问题。此外，宣传全面触达、公告未读催办、健康信息填报等模块功能保障了重要公告必达、健康数据实时统计等防疫工作的顺利开展。

教育行业解决方案的应用场景及地区渗透情况



【企业微信+教育行业解决方案】目前在中国中西部欠发达地区拥有稳定的市场，东部沿海发达省市该市场由【钉钉+教育行业解决方案】占有，市场准入门槛较高。

从引流获客到物业服务，赋能房地产客户精细化运营

企业微信助力房地产开发商建立私域流量池，不仅缓解了开发商在营销环节对渠道商的依赖，提升自身对客户的精细化运营能力；同时也赋能于整体物业服务的信息化。对内通过连接OA及CRM等系统实现对客户的销售数据管理。对外通过与微信以及小程序、视频号等及其他腾讯系产品的联动，房地产销售人员能与客户进行即时沟通，推送最新营销活动及楼宇信息，有效运营存量客户；在物业服务场景中，缴费、催办等事项由线下迁至线上，使业务办理更节约、便民化。

房地产行业现存痛点问题及解决方案的应用场景

引流获客

- 渠道代理费高，压缩了活动、广告等宣传成本，不利于品牌形象的树立；
- 客户粘性低，离开案场后无法追踪，难以存留。

交易流程

- 交易过程繁琐复杂，从客户关注楼盘、售前咨询到最终成交，中间要经历30多个场景；
- 流程存档不规范且不可回溯。

物业服务

- 对业主的诉求响应不及时；
- 业主缴费不方便；物业催缴费效率低；
- 整体物业信息化程度较低。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

典型厂商案例

不动产全链路场景覆盖，助力企业数字化转型

明源云秉承“深耕数字科技，引领产业升级”的使命，坚持帮助客户成功的经营理念，累计为7000多家不动产企业提供数字化解决方案和产品。基于ERP智慧经营，明源云所开发的系列产品——云客、云链、云空间、云采购、云物业、云沃享覆盖了不动产行业“开发-交易-运营”全链路场景。借助企业微信平台，明源云实现了SaaS产品的生态协同，并朝着连接“B to B to C”这一战略方向迈进。

明源云-企业微信生态全景图

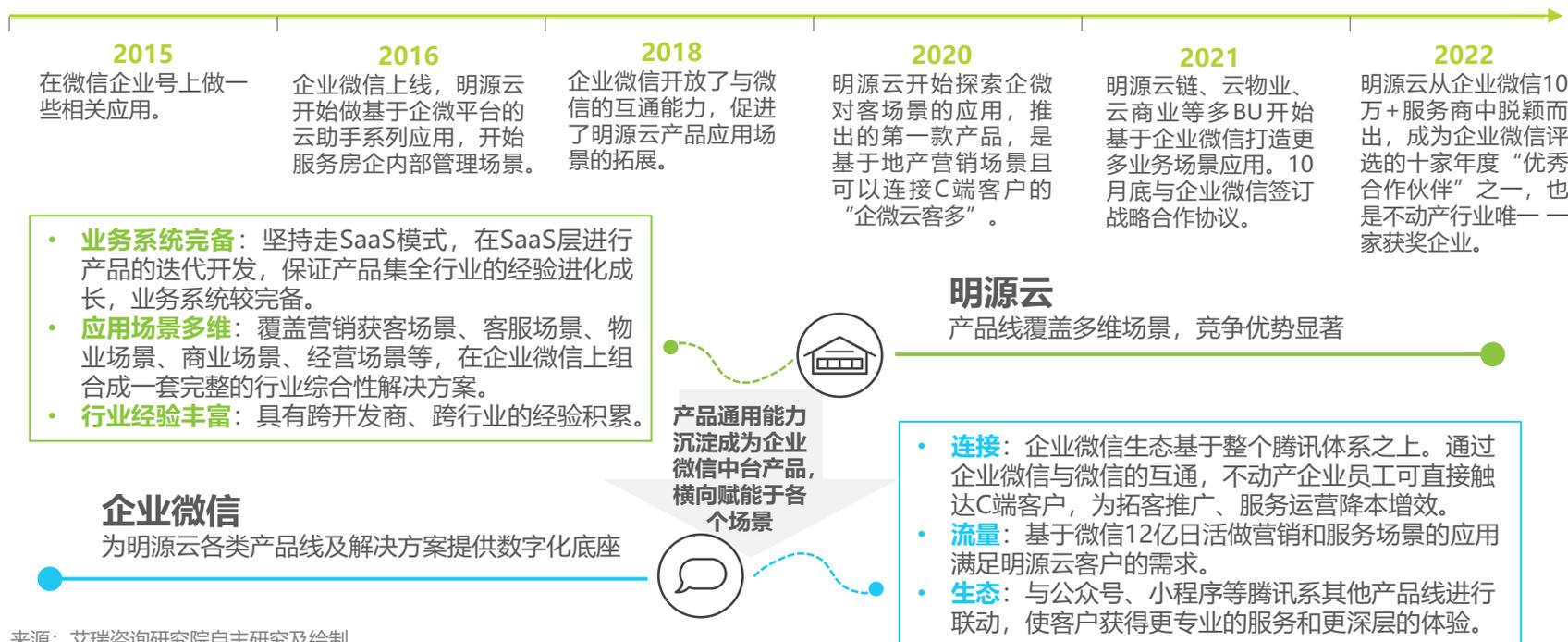


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

基于企业微信生态迭代产品、触达客户，使用户体验感升级

2021年，与企业微信的合作被列为明源云集团级战略专项，同年10月底，双方签署战略合作，共同布局不动产行业。基于企业微信平台，明源云对内打造多业务场景深度解决方案，帮助客户建立了员工企业微信统一工作台，同时沉淀产品的通用能力，横向赋能各业务场景，降低了重复开发的成本。在对外市场方面，明源云借助企业微信与微信的联动机制及微信本身的日活优势，直接触达C端群体，上线微信客服、VR看房等多种营销及服务场景应用，升级用户体验。通过与企业微信设立产研团队、KA客户团队及生态团队等多线对接机制。如此一来，明源云加强了与企业微信生态的融合，更高效赋能不动产企业数字化转型。在企业微信2022新品发布会上，明源云“万里挑一”被评选为年度十大优秀合作伙伴之一。

明源云与企业微信的合作历程及共创优势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

背景：变化中的企业和企服市场

1

洞察：企业微信的价值与策略

2

实践：企业微信在数字化转型中的落地

3

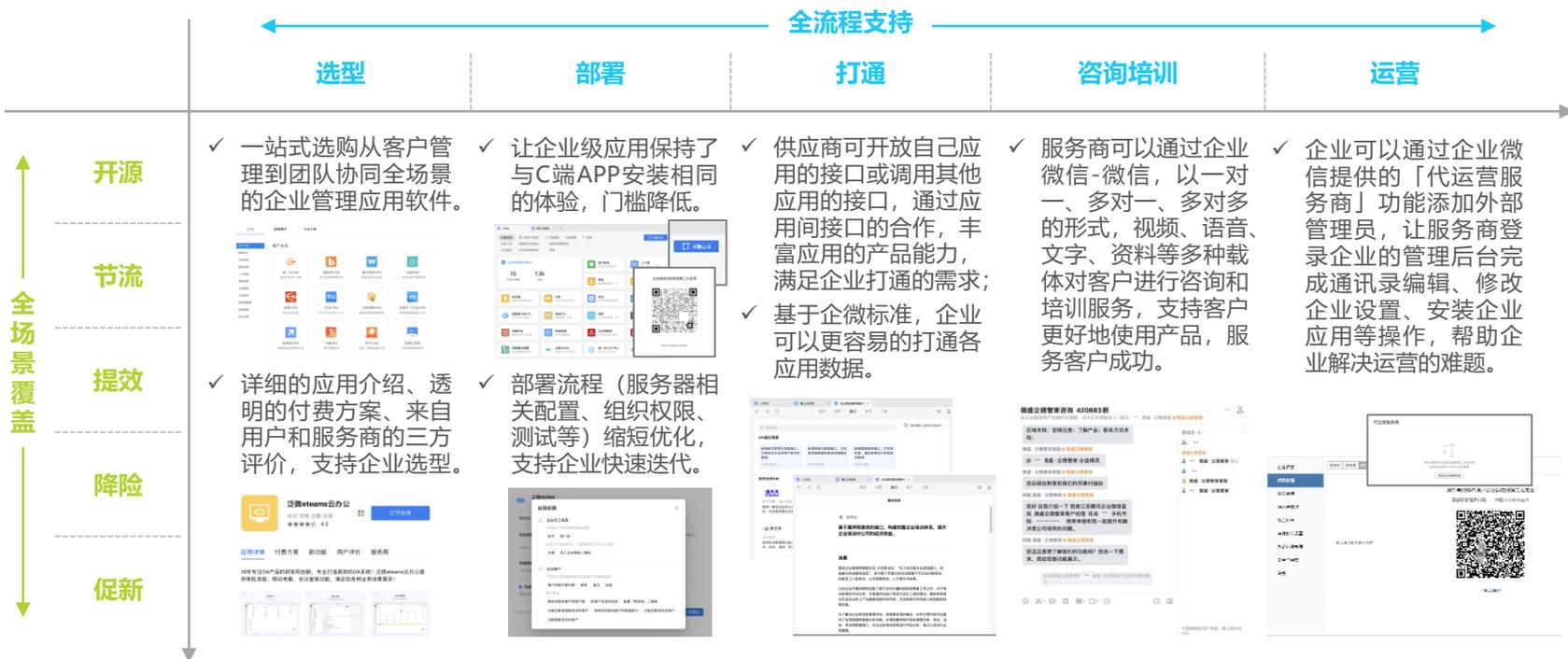
展望：企业微信未来的形态演变探讨

4

中小微企业数字化转型一站式服务的最佳实践

企业微信平台聚合了多种类型的软件开发商，其第三方应用市场覆盖支持企业数字化转型多元场景的APP，包括SCRM、CRM、OA、财务管理、HR SaaS、采购、电子签、企业培训软件等，可以满足企业开源、节流、提效、降险和促新的多种诉求。对于数字化能力缺失的中小微企业而言，企业微信平台可以提供一站式的最佳实践。同时，基于企业微信特有的连接和开放能力，企业还可以获得从选型，到部署、打通，到咨询培训、运营的全流程支持。

企业微信生态的一站式数字化转型服务能力

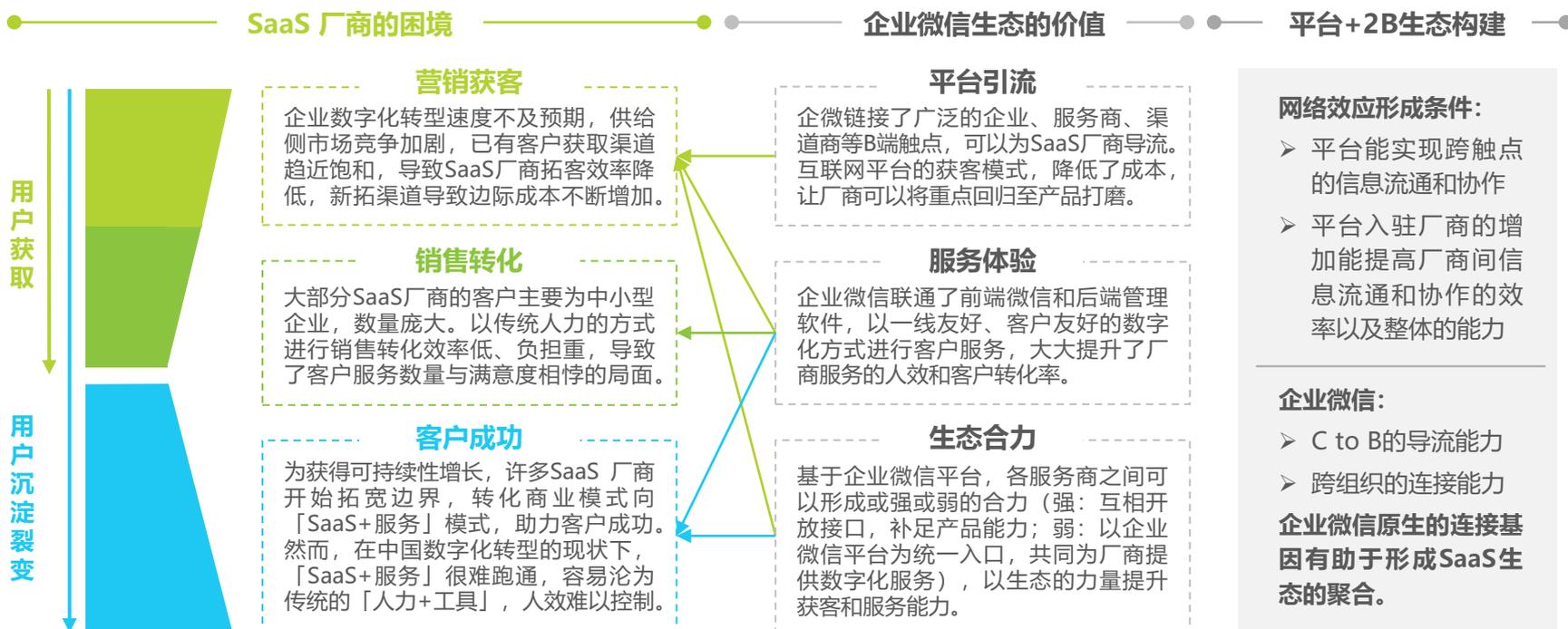


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

依托企微平台，形成SaaS生态的聚合

随着企业对SaaS模式接受度的提升，其应用场景正在从边缘辅助向核心业务渗透，SaaS在企业数字化转型中的重要性不断提升。然而，就现阶段市场发展来看，SaaS厂商在获客成本、续约率、市场竞争、商业模式探索、人效平衡等方面还存在较多的困境。企业微信以其“连接、聚合、协同”的优势，为SaaS厂商提供了生态聚合的平台。基于企微生态，厂商之间可以形成网络效应，“各美其美，美人之美，美美与共”的产业互联蓝图成为可能。

企业微信生态下SaaS厂商的聚合

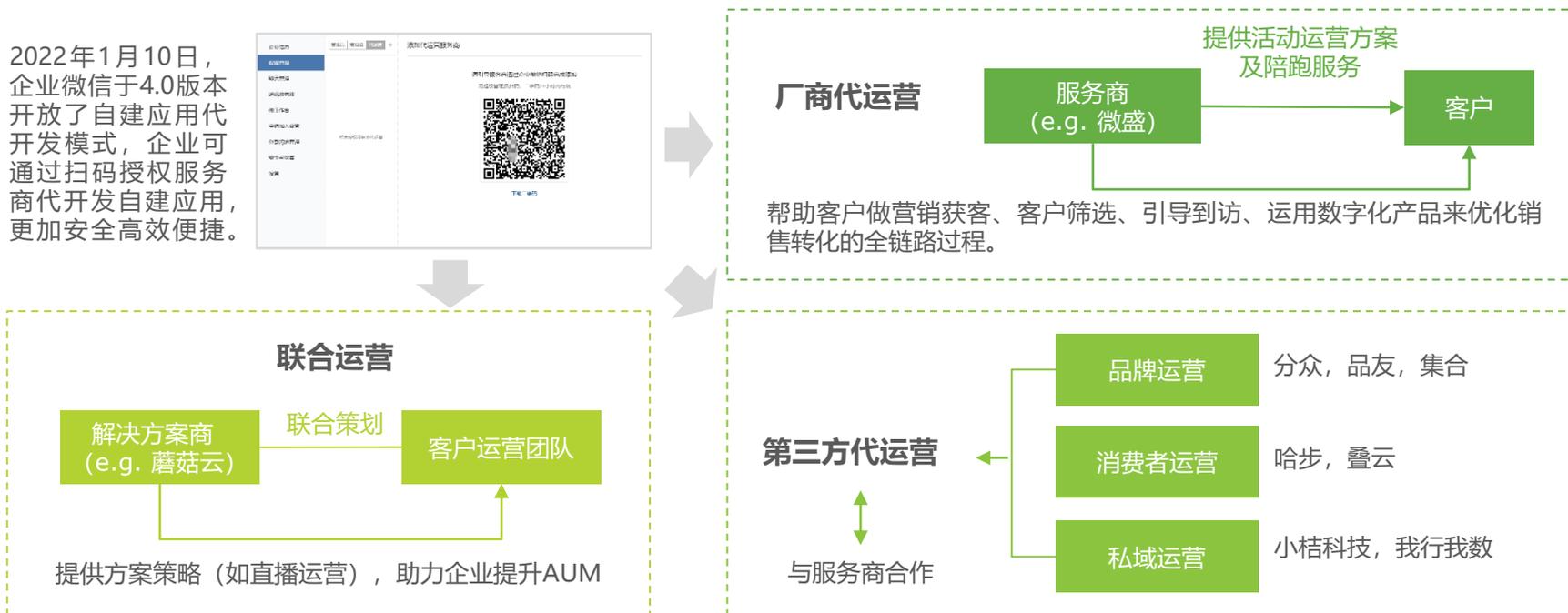


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

待开发、代运营市场方兴未艾

从需求端来看，现阶段中小微企业对于数字化转型的思考和执行能力还并未成熟，且企业微信玩法还较为新颖，需要外部厂商在咨询、开发、运营的一些具体问题上给予其助力。从供给端来看，企业微信平台上的生态合作伙伴主要由SaaS厂商和初创厂商构成，受限于商业模式和内部运营机制，往往难以满足客户陪跑的诉求。供需的不匹催生了基于企微开发商和企业之间新的代开发、代运营市场。

企微生态与代运营服务



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

升级用户体验，规范内外管理，拥抱生态协同

企业微信为各供应商搭建了开放的生态平台，在部分数字化场景实践中颇具成效，但其在产品体验、管理模式及生态建设方面仍具有价值释放的较多可能。首先，为提升用户体验，企微也在逐渐布局更完备的产品体系，优化产品内在性能，在客户诉求和合规性中寻求最佳平衡点。其次，企微内部对各厂商的分级制度化管理与外部用户反馈结合，可使供应商在生态平台内得到更具标准化及透明化的管理。最后，产业互联为企业微信在B2B场景及上下游资源整合的探索增添更多可能性。基于不变的产品定位，企业微信将积极挖掘更多场景，拥抱各类型厂商共建生态，共同为行业的数字化发展赋能。

企微生态未来形态演讲探讨



来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市场进入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞争策略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询