员工营销助手

员工营销助手
EMPLOYEE MARKETING ASSISTANT

- **所属类型：**工具
- **开发时间：**2021.09-2023.07
- **参选类别：**年度最佳移动营销服务工具

◆ 移动互联网时代，资讯内容以指数级增长，品牌传播面临碎片化、粉尘化的巨大挑战，端外投放流量成本越来越高，拉新转化率却是持续下降。

信息内容的变化

过去	现在
电视只有几个频道 报纸每天只有一份 信息的传递受到地理位置的影响较大 …	社交媒体：微博、微信、QQ 娱乐媒体：抖音、快手、直播 信息媒体：电视、电梯广告、头条 …

信息触达数量、形态指数级增长

看一本书，打扰你的可能只有“快来吃饭啦”	习惯了1分钟内在手机多个APP之间来回的切换

信息碎片化，注意力容易被转移

流量获取成本的变化

如何强化传播内容输出质量，提升私域渠道传播效率，打造传播差异化优势呢?

“社交流量”

渠道流量大

- 以微信朋友圈为例，微信作为现象级国民应用，据腾讯发布的二季度财报数据表明，微信月活用户已达12.99亿。

流量成本低

- 对于员工数较多的企业来说，如果能够做到积极调度，全员转发的话，所产生的传播覆盖面会是超高量级，所消耗的流量成本基本为0。

老友信任足

- 有别于电视媒体、纸质媒体甚至官方自媒体的传播形式，员工社交圈拥有更强的老友社交优势和服务咨询优势。撇去官方账号的严肃站位，一对一的内容推广往往更能让用户感到信任。

◆ 通过阶段性渠道拆解、市场分析后，发现“社交流量”推广的实施过程中，存在以下几种问题：

素材推广难

➢ 受微信环境限制，如员工复制转发文字超限后，朋友圈会对文案进行折叠处理，影响用户对于活动内容的第一感知，**活动卖点无法突出展示**，效果差。

数据监控难

➢ 无法监控到活动具体推广员工人数、推广次数以及推广内容带来的效果。各级管理员也无法对本单位推广情况进行数据监控，**难以有效调动员工**。

员工激励难

➢ 推广积极性较高的员工没有直观地推广排名情况，无法进行专项激励政策落地，导致在**推广过程中缺乏激励性**，员工积极性降低。

客户解释难

➢ 员工推广后，社交圈用户扫码参与活动过程中，如遇参与困难点或功能疑惑，用户首要咨询人即为推广员工，但员工对各项活动功能点并非全然理解，无**法及时解答用户疑问。**

以上问题从根本上影响了员工推荐积极性、传播效率，使庞大的私域流量没有被更好地应用，白白流失。

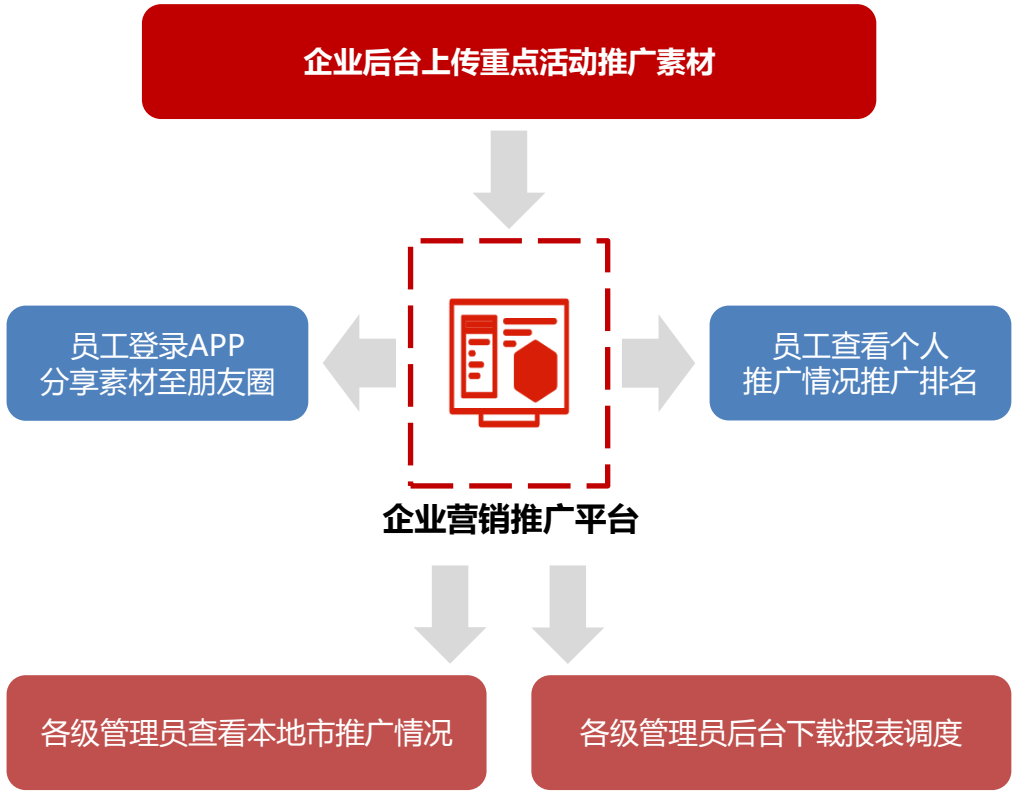
◆ 为响应企业数字化转型要求，积极解决APP宣传推广难题，迅速建立项目小组，在多次一线调研，需求评估后，策划开发 “企业营销推广平台”。

企业营销推广平台

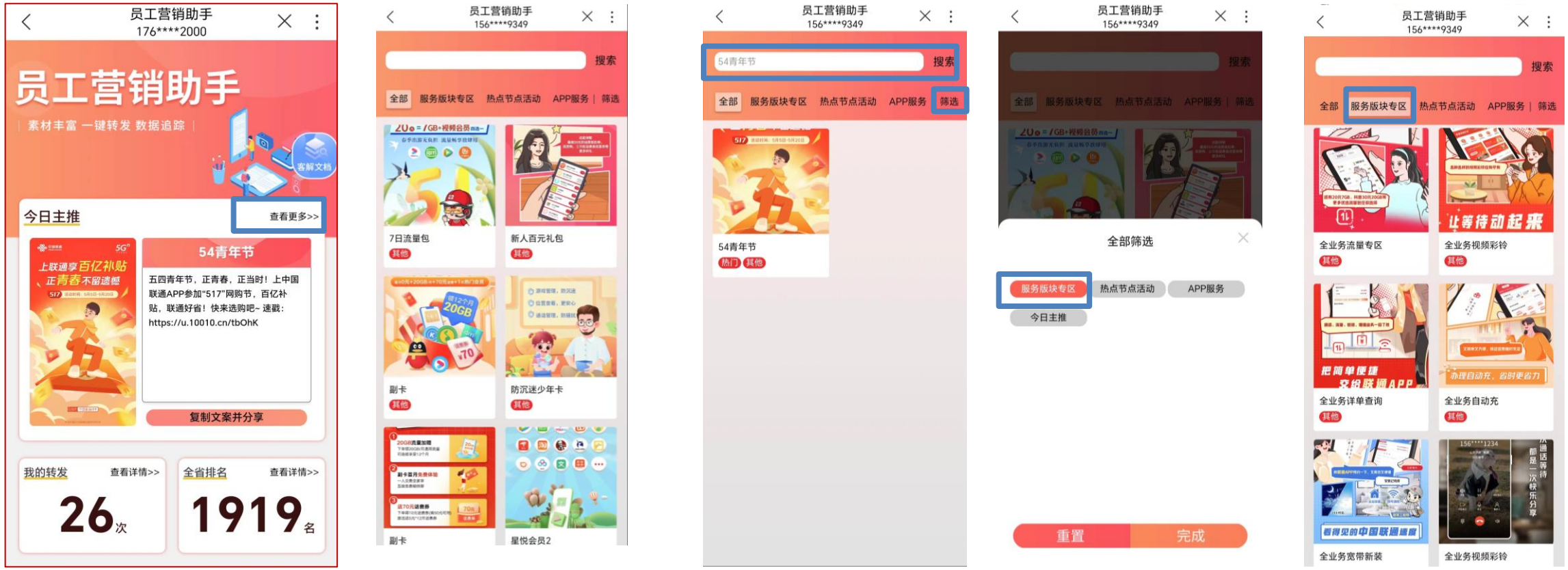
强化素材宣发效率，提升数据分析能力，赋能员工营销推广

素材云	数据云	营销云
素材云库化 **素材丰富**	数据可视化 **一点即看**	宣传个性化 **单位赋能**
操作便捷化 **一键转发**	宣传透明化 **推广记录**	营销数字化 **标签精细**
活动明晰化 **客解文档库**	管理规范化 **单位赋权**	

让企业懂营销、员工愿推广，链接“点”形成“面”，打通与用户沟通的“最后一公里”。



➢ **素材内容分类可查。**根据企业宣传素材类别，对素材进行分类上传，并同步配置拟定的宣传文案，通过今日主推、标签选择、瀑布流等展示形式，便于员工查找素材。



➢ **“一键转发”解决操作繁琐。**营销推广平台配备后台管理系统，可上传服务版块、热门活动宣传素材，员工仅需选择所要推广的素材，点击转发按钮，即可拉起微信朋友圈、微信好友等6类渠道，素材自动添加、文案记忆粘帖，做到“一键转发”，大大提高了工作效率。

以朋友圈转发为例

➢ **“一键转发”解决操作繁琐。**营销推广平台配备后台管理系统，可上传服务版块、热门活动宣传素材，员工仅需选择所要推广的素材，点击转发按钮，即可拉起微信朋友圈、微信好友等6类渠道，素材自动添加、文案记忆粘帖，做到“一键转发”，大大提高了工作效率。

以朋友圈转发为例

➢ **多渠道分发。**营销推广平台支持4种主流新媒体平台转发，包含微信好友/朋友圈/QQ好友/QQ空间/新浪微博。

4种主流新媒体平台选择

微信朋友圈

微信好友

QQ空间

新浪微博

➢ **建立APP客服解释文档库。**营销推广平台具备上传各类APP活动的最新客服解释文档，员工在遇到用户咨询的时候，可通过移动端页面搜索相关的客服解释文档，支持在线预览或下载留存，在用户投诉前置环节快速解决相关问题，提升用户APP使用满意度。

➢ 进入路径

点击首页【客解文档】按钮进入

➢ 使用方式

支持在线查看，也可调用浏览器下载留存

➢ **数据一点即看。**员工在使用过程中，营销推广平台会同步为素材添加**渠道码**，推广后可查看个人推广次数、累计点击次数以及区域排名等数据。

➢ 转发/排名数据

该版块展示员工个人素材转发次数/转发素材扫码次数/全市转发排名/全省转发四项数据，可通过点击右上角【查看详情】，进入我的转发列表/个人转发数据；

➢ 推广数据

该版块用图表展示员工个人近七天的转发数据曲线，主要展现转发量与海报扫码点击量，点击曲线即可查看当日数据，可通过点击右上角【查看详情】，进入个人数据列表。

➢ **推广记录实时更新。**平台可查看员工自己的推广记录和数据，包含推广内容、推广次数以及点击量，也可查看个人近期每条推广记录。

➢ 进入路径

点击首页转发数据版块的【查看详情】即可

➢ 数据总览

可查看全部推广内容、推广次数及素材扫码量

➢ 近期推广

可查看近5条推广内容时间、类型、推广数据

➢ 推广记录

可查看全部推广记录及相应数据情况

➢ **单位管理权限。**平台提前预设各级单位，每级单位均配置“主管”权限，主管可监测下属架构的推广占比、全省排名情况、推广数据变化情况，通过数字化手段做到“可监控、可跟踪”。

➢ 进入路径

点击首页推广数据版块的【查看单位看板】

➢ 核心指标

包含参与员工数、转发数、扫码数等数据

➢ 数据趋势

可查看本年/本月各指标数据变化趋势

➢ 区域占比

可查看单位内全部区域各指标数据情况

➢ **单位管理权限。**平台提前预设各级单位，每级单位均配置“主管”权限，主管可监测下属架构的推广占比、全省排名情况、推广数据变化情况，通过数字化手段做到“可监控、可跟踪”。

➢ 本地素材数据

该版块展示地市个性化素材推广数据，含参与推广人数、累计推广次数、累计扫码次数；

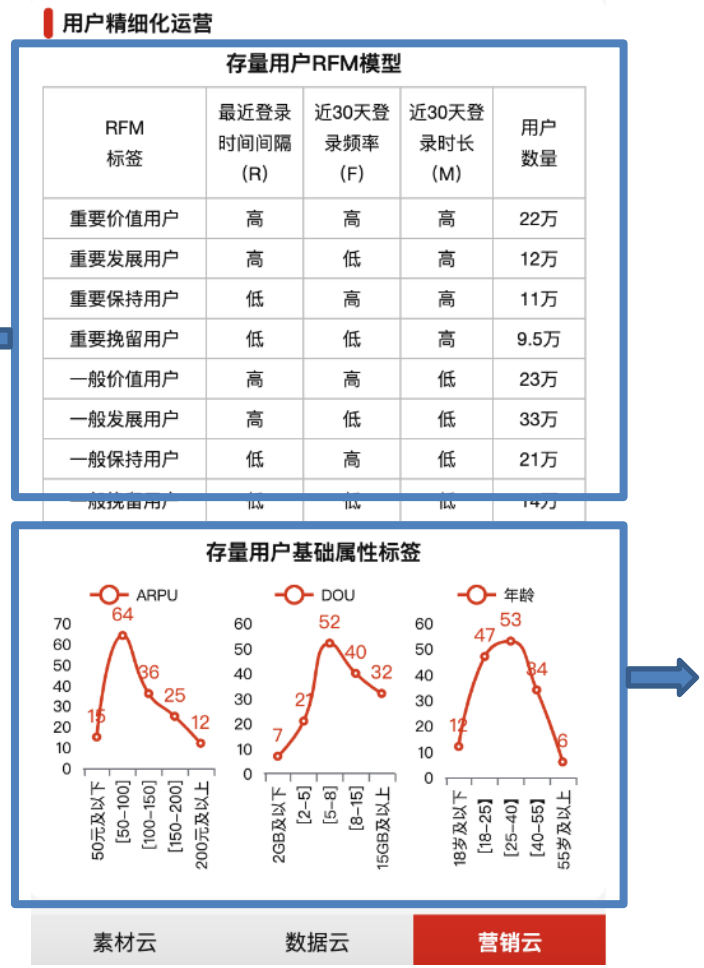
➢ 本地素材发布

后台开放地市专区板块，地市公司管理员可通过后台配置地市素材，区别于省分配置内容，仅限当前地市员工可见可转，赋能地市个性化宣传。

➢ **用户精细化运营。**平台适配RFM用户模型、用户基础属性模型等，对APP/公众号/电商存量用户进行分层分析，指导企业宣传推广方向。

➢ RFM模型

RFM用户模型，分8类用户标签，展示用户占比情况，并给出相关释义及素材推荐。



用户精细化运营

存量用户RFM模型

RFM标签	最近登录时间间隔(R)	近30天登录频率(F)	近30天登录时长(M)	用户数量
重要价值用户	高	高	高	22万
重要发展用户	高	低	高	12万
重要保持用户	低	高	高	11万
重要挽留用户	低	低	高	9.5万
一般价值用户	高	高	低	23万
一般发展用户	高	低	低	33万
一般保持用户	低	高	低	21万
一般挽留用户	低	低	低	14万

➢ 基础属性标签

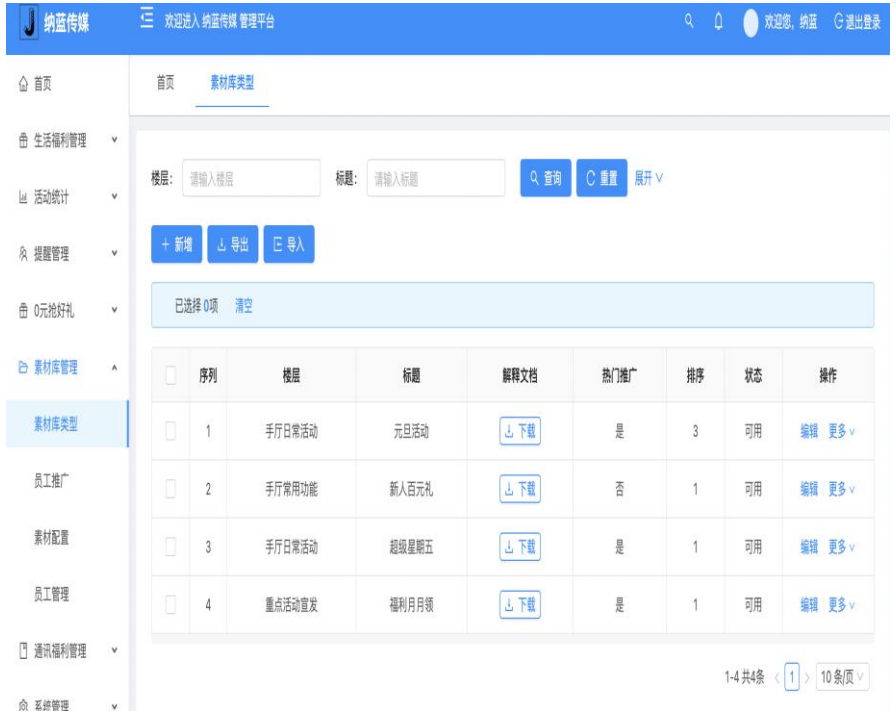
对接数据平台，对存量用户基础属性进行标签展示，赋能企业了解用户特征，加强宣传。

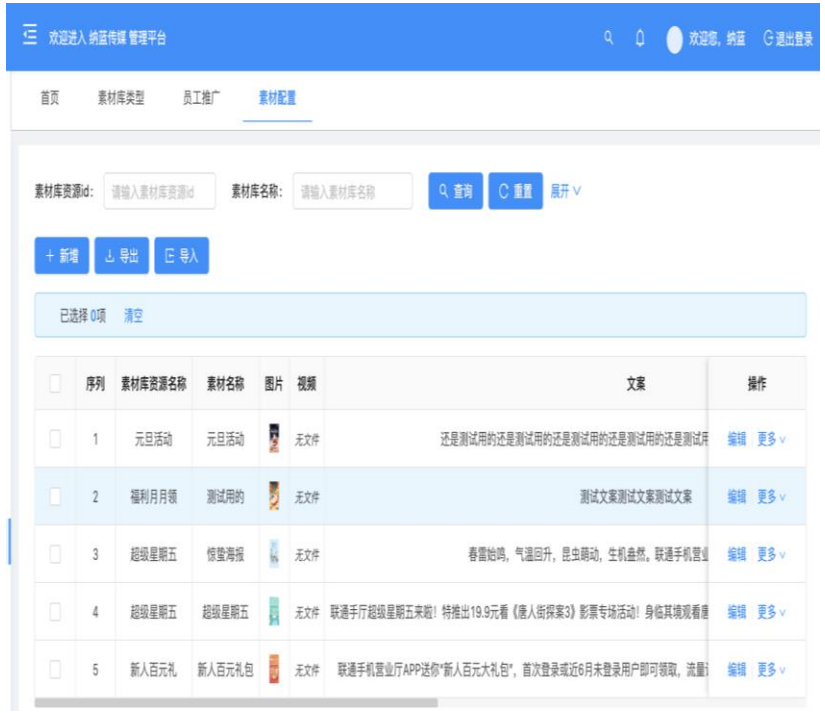
应用范围

- *该项目适配于员工数较多的企业*

应用实例及效果

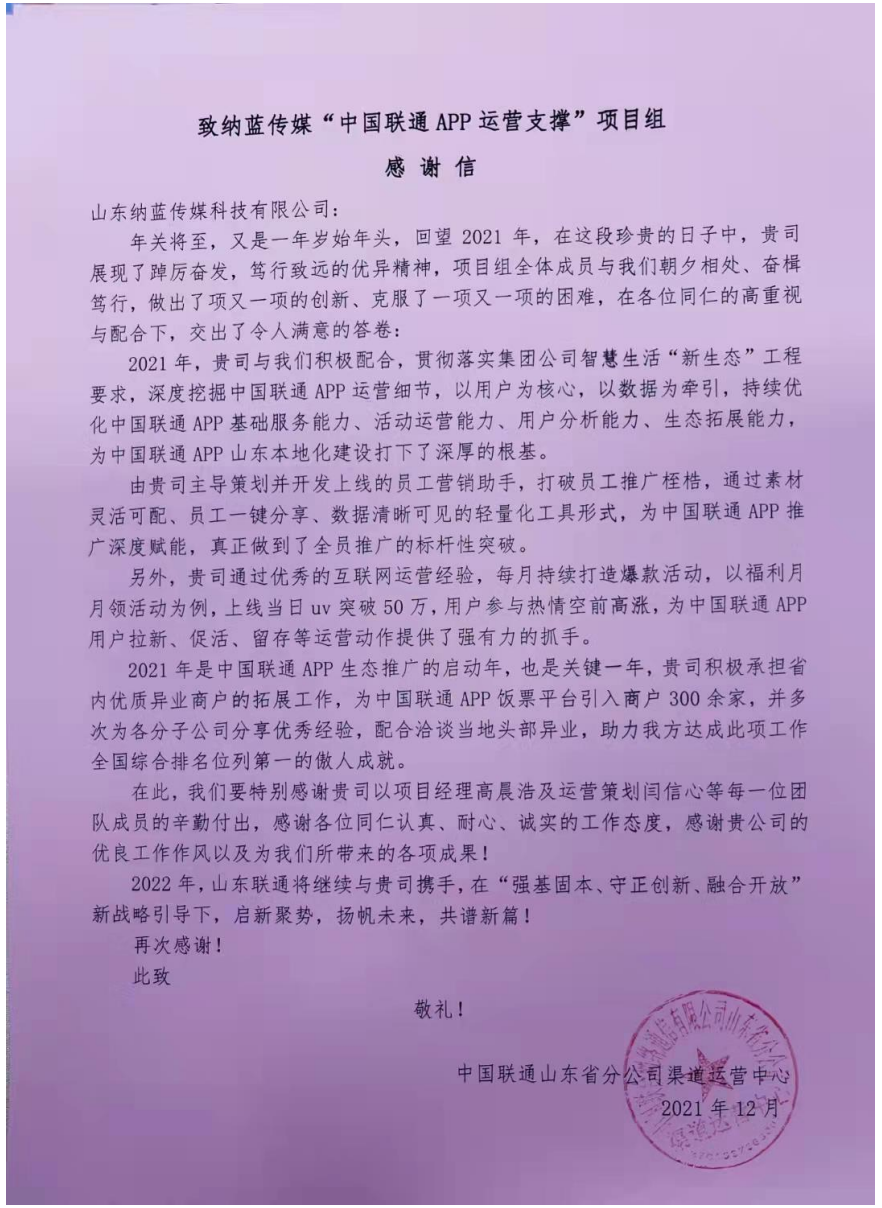
- **活动后台及推广数据**





中国联通APP营销推广平台自2021年5月上线以来，根据使用情况不断优化迭，**累计上线47类共200余条素材。员工累计参与推广24.5万次，参与推荐的员工0.82万人。地市自主配置93张海报。**结合目前使用情况和各类数据显示，中国联通APP营销推广平台在APP员工推广方面能够便捷、有效、准确的掌握员工的推广情况，能有通过数字化手段提升APP的推广效果，提升员工的工作效率，大大的为员工减负。

应用实例及效果



致纳蓝传媒“中国联通 APP 运营支撑”项目组

感 谢 信

山东纳蓝传媒科技有限公司：

年关将至，又是一年岁始年头，回望 2021 年，在这段珍贵的日子中，贵司展现了踔厉奋发，笃行致远的优异精神，项目组全体成员与我们朝夕相处、奋楫笃行，做出了项又一项的创新、克服了一项又一项的困难，在各位同仁的高重视与配合下，交出了令人满意的答卷：

2021 年，贵司与我们积极配合，贯彻落实集团公司智慧生活“新生态”工程要求，深度挖掘中国联通 APP 运营细节，以用户为核心，以数据为牵引，持续优化中国联通 APP 基础服务能力、活动运营能力、用户分析能力、生态拓展能力，为中国联通 APP 山东本地化建设打下了深厚的根基。

由贵司主导策划并开发上线的员工营销助手，打破员工推广桎梏，通过素材灵活可配、员工一键分享、数据清晰可见的轻量化工具形式，为中国联通 APP 推广深度赋能，真正做到了全员推广的标杆性突破。

另外，贵司通过优秀的互联网运营经验，每月持续打造爆款活动，以福利月月领活动为例，上线当日 uv 突破 50 万，用户参与热情空前高涨，为中国联通 APP 用户拉新、促活、留存等运营动作提供了强有力的抓手。

2021 年是中国联通 APP 生态推广的启动年，也是关键一年，贵司积极承担省内优质异业商户的拓展工作，为中国联通 APP 饭票平台引入商户 300 余家，并多次为各分子公司分享优秀经验，配合洽谈当地头部异业，助力我方达成此项工作全国综合排名位列第一的傲人成就。

在此，我们要特别感谢贵司以项目经理高晨浩及运营策划闫信心等每一位团队成员的辛勤付出，感谢各位同仁认真、耐心、诚实的工作态度，感谢贵公司的优良工作作风以及为我们所带来的各项成果！

2022 年，山东联通将继续与贵司携手，在“强基固本、守正创新、融合开放”新战略引导下，启新聚势，扬帆未来，共谱新篇！

再次感谢！

此致

敬礼！

中国联通山东省分公司渠道运营中心

2021 年 12 月

*本工具仅限山东联通内部员工使用，由工号登录，不适合提供链接体验