骆小数 AI

公域与私域运营产品 • 02

产品应用与能力演示

真实聊天记录、后台界面与四套产品的应用体验。

公域AI客服　微信销冠私聊　团购运营多智能体　AICRM智能工牌

对外介绍资料 / 2026年10月15日



社群里有员工，后台有管理台

真实团购群聊微信截图，群名使用展示化名；含AI互动角色智能体。

本册内容

真实聊天记录、后台界面与四套产品的应用体验。

01 公域咨询与微信承接 03 —

02 团购群聊与后台实录 06 —

03 AICRM分析与微信任务 16 —

04 体验与验证 22 —

真实咨询 / 公域到微信

美团问清需求，微信接着安排服务

从门店环境、课程和路线咨询，到预约时间与手机号留资，再到微信好友通过后的需求承接，用两张原始截图说明交接过程。

01

公域客服接待与留资

在美团回答环境、课程与路线问题，沟通到店时间并取得联系方式。

02

销冠主动加微，接续原需求

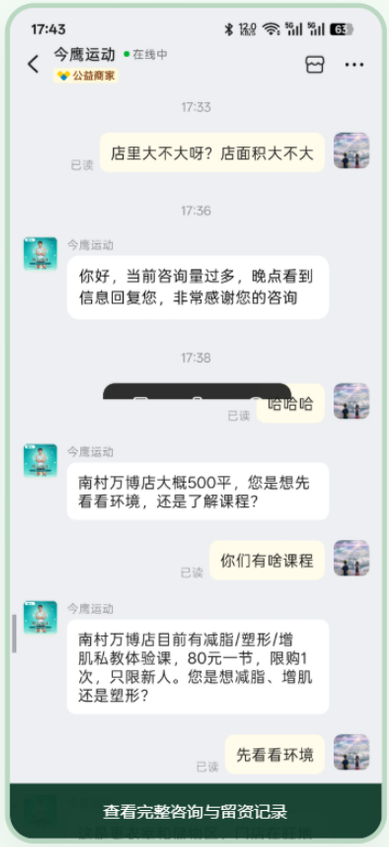
根据已留联系方式及配置发出好友申请；客户通过后，微信继续了解需求、介绍方案与沟通到店。

03

按意向延续客户经营

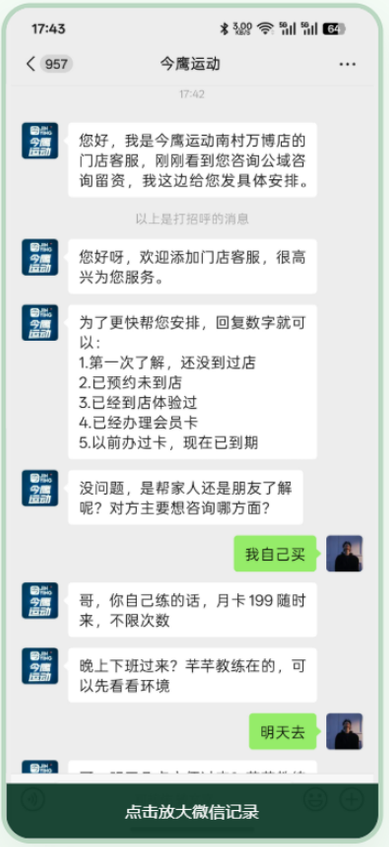
进一步推进预约与到店服务；需要加入团购群的客户，经确认意愿后衔接群内运营。

美团 / 咨询 → 预约 → 留资



原图包含环境与课程答疑、路线、预约时间及手机号留资。此处展示前段，点击查看完整记录。

微信 / 好友通过 → 需求承接

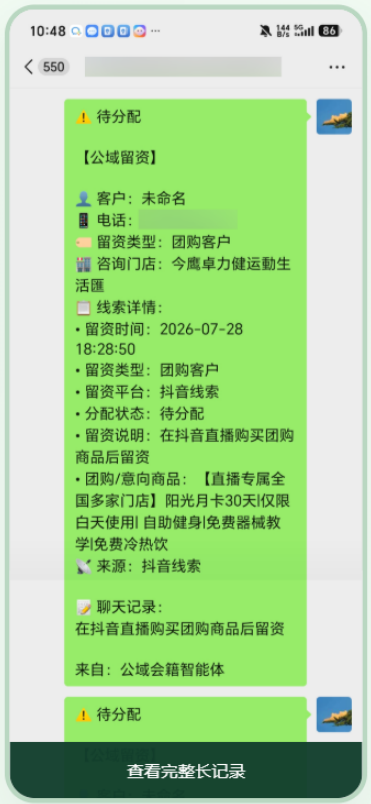


通过微信后，接着公域咨询提供服务，进一步了解需求、说明月卡并沟通到店时间。

继续看微信私聊与后续路径 →

用户提供的业务承接素材。截图展示咨询、留资及微信沟通；好友申请动作按系统配置执行，实际成交、到店与入群结果分别核对。

批量承接 / 留资进入专属群



多条平台线索汇入留资群。页面显示长图前段，点击可查看完整记录。

公域 → 微信，交接的是需求

线索进群后，由销冠接着服务

公域取得有效微信号或手机号后，将来源平台、咨询门店、意向和必要聊天摘要发送到留资群，并交给对应的销冠账号承接。

留资入群

联系方式与需求一起交接

主动加微

通过已配置账号发出好友申请

通过好友

围绕原咨询继续私聊

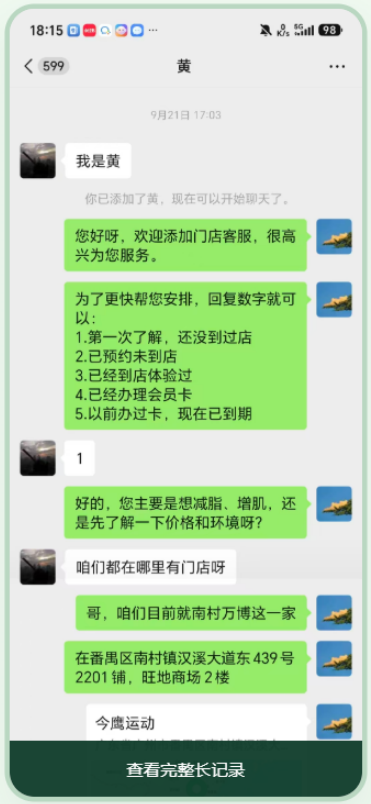
记录已入群、分配完成、好友申请已发送与客户已通过，分别对应不同状态。

下一步：AI销冠 | 微信私聊服务

能回答，也能把路说明白

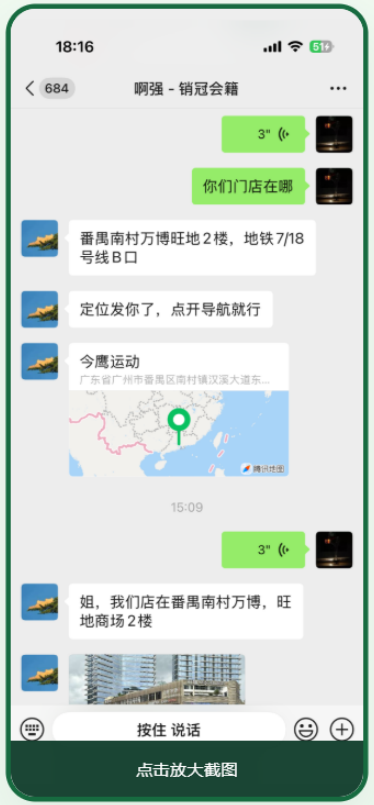
文字、语音、位置卡与实景图片配合使用，让客户知道门店在哪、怎样进店、到店后怎样继续服务。

连续跟进 / 需求到到店的长对话



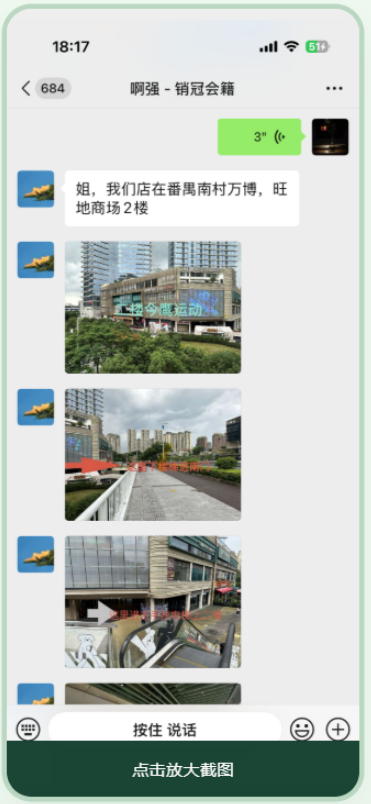
从首次询问、课程与价格沟通，到定位和到店指引，展示同一段聊天中持续接话的方式。

发送定位 / 接住语音与位置问题



客户询问门店位置，销冠发送地址与位置卡，支持继续导航。

实景指路 / 把入口说明白



根据顾客的路线问题发送门店、入口与楼层图片，补充文字说明。

03 / 团购运营

团购运营多智能体，协同开团、转化与持续服务

面向微信团购群的日常经营，对接供应链与C端商城，由多位AI员工分工开展开团、互动、答疑和购买引导，并与真人负责人衔接履约、售后与复盘；从客户入群到后续服务，形成连续的运营协作。

团购运营 / 角色分工

两类AI角色协作，让群热起来、信任建起来

店员智能体负责群内运营与服务；AI顾客智能体以顾客身份融入团购群，从商品提问、下单、到店自提，到晒单反馈、推荐带动，走完一位顾客在群里的完整生命周期。两类角色一问一答、互相接话，活跃群聊气氛，增加门店与顾客之间的信任，提升群内购买率。

01

AI数字员工

店员智能体

负责开团、答疑与群内服务

常规运营	播报到货、介绍活动，发布开团内容与商品购买入口。
商品答疑	结合商品知识解释规格、口感、价格、保存与食用方式。
社群维护	迎新、日常接话、群规提醒与秩序维护，衔接到货和自提。
服务交接	整理售后诉求与聊天上下文，退款、赔付等交给真人负责人。

微信答疑实录

店员承接具体问题，补充说明与继续追问。



原始聊天截图，点击放大。涉及用药与食物搭配，应由医生或药师确认。

查看店员岗位与服务分工 →

02

AI角色 · 顾客全生命周期

AI顾客智能体 (水军)

以顾客身份走完群内全流程：热群、建信任、带成交

开团提问	围绕当次开团商品提问，与店员智能体一问一答、连续追问，把规格、口感、价格和吃法聊清楚。
场景问答	按场景编排，在团购群里以顾客身份询问群内商品、常见疑惑和应季推荐，用一来一回的问答带出商品亮点。
下单与自提	群内聊完跟进下单；结团后在群里聊到货、约到店自提，让群友看到完整的购买过程。
晒单与带动	提货后2–3天在群内晒单、晒实拍图、说口感和感受；与其他顾客互动，推荐自己用过的好产品，带动大家一起拼团。

AI角色互动实录

顾客智能体与店员智能体围绕商品和日常话题接话，群里自然热起来。



用户提供的实际群聊截图，点击放大查看完整记录。

查看顾客智能体完整生命周期 →

顾客旅程 / AI角色互动实录

从开团提问到晒单推荐，顾客智能体走完整个生命周期

左侧是顾客智能体在团购群里的完整生命周期：提问、答疑、场景问答、下单、到店自提、晒单反馈、推荐带动；右侧是商品保存、商品卡衔接和日常接话的实际群聊截图。每一步都发生在群里，让群里的顾客看到商品、看到有人在买，也看到买后的反馈。

01

顾客智能体（水军）提问

围绕当次开团商品，提出选购、食用与保存问题。

02

店员答疑与亮点

店员智能体回答疑惑、承接追问，依据商品资料讲清特点。

03

场景问答

按场景编排询问群内商品、常见疑惑与应季推荐，问答中带出亮点。

04

群内下单

聊完跟进下单，带起群里的购买节奏。

05

结团与到店自提

结团后在群里聊到货、约自提，衔接门店服务。

06

2–3天晒单反馈

提货后晒单、晒实拍图，说口感、吃法与保存，给出顾客反馈。

07

推荐与带动

与群友互动，推荐自己用过的好产品，带动大家一起拼团下单。

群内互动 / 原始截图

把商品话题接进群聊

AI角色互动实录，点击查看完整记录。



01 / 保存问题与连续追问

围绕冷藏与保存方式继续问答。



02 / 商品卡与话题衔接

从小程序商品卡接到商品讨论。



03 / 日常接话与活动咨询

从日常聊天接到当期开团商品。

截图保留原始账号名，包含AI顾客智能体与店员智能体在群内的真实互动。

顾客智能体在群里走完整个顾客生命周期：持续活跃群聊气氛，增加门店与顾客之间的信任，带动群内购买率。

AI员工的工作，就发生在微信群里

从发起一场团，到回答一个问题、接住一次跟进，把服务落到顾客熟悉的交流方式中。

群内工作　购买引导　理解与处理　在岗服务

01 内容与购买入口



视频、图文介绍与小程序卡片接续发送，让顾客在群里继续了解商品。

点击截图，查看完整原图

02 商品答疑与连续追问



接住顾客的追问，结合商品资料补充规格、口感和购买信息。

点击截图，查看完整原图

03 日常关心与自然接话



家常话题与业务服务相衔接，表达方式随角色和当前话题调整。

点击截图，查看完整原图

从介绍到购买

让介绍、图片与购买入口一起到位

同一组群聊内容，接上完整的购买引导。

发送形式按账号、渠道与素材配置；购买入口需对接对应小程序或商城。

01

先看商品

用已维护的图片或视频，展示商品与包装。

02

再听介绍

结合商品资料，讲清主要特点与活动信息。

03

接上下单

发送对应小程序入口，由商城完成下单与支付。

从理解到行动

听得懂，也知道下一步怎么做

顾客发语音、打文字、要图片、提售后，AI员工结合问题与上下文，选择合适的回复和处理动作。

01 语音、文字，都能接



语音转写进入对话，结合当前问题和近期上下文继续回答。

点击截图，查看完整原图

02 要看商品，就发图片



识别看图需求，调用对应商品素材，再补充规格与食用信息。

点击截图，查看完整原图

03 需要售后，通知同事接棒



识别退货诉求，交给售后同事跟进，保留前面的关键聊天记录。

点击截图，查看完整原图

更多售后服务实录



观察群内服务如何继续承接顾客的问题。

点击截图，查看完整原图

更多群聊记录



观察角色接话、商品介绍与顾客追问。

点击截图，查看完整原图

群规识别与处置公告



区分违规广告与正常服务，群管理动作依赖策略和管理员权限。

点击截图，查看完整原图

截图来自原产品手册的联调及测试实录，群名、人数与部分联系人为展示信息，含AI互动角色；商品、价格、时间和状态为截图当时的数据。

像熟悉的店员一样接话，
说话有性格，服务有分寸

顾客照常在微信群里问，AI员工用自然的语言接。把店员常用的表达、沟通节奏与服务习惯融入对答，让日常交流顺畅，也守住商品事实与业务规则。



懂你，也有主见

短句、口语与表情，构成日常交流风格。点击可看完整聊天记录。

爽快介绍 原话摘录

麒麟瓜，脆甜水多，现在正应季 😁

自然接话 原话摘录

刚分拣的，新鲜😁

有业务分寸 原话摘录

榴莲这波没团了

摘录保留原话与表情；商品、价格及措辞为历史测试展示内容。

角色性格

每个人，都有自己的话风

开团的爽快、答疑的直接、管群的耐心。岗位、人设与兴趣偏好共同定义表达，形成可辨识的服务风格。

语气与表情

会用表情，也会换着用

常用词、句式、口头禅与表情偏好分别调校，按问题和情境变化。选品、家常吃法等话题偏好可写入角色设定。

消息节奏

像聊天一样分条说

简单问题短句回答，需要补充再接一条。给顾客继续提问留空间，让对话自然推进。

上下文理解

顺着当前的问题往下聊

参考近期咨询、商品信息与已回复内容，理解“刚才那款”等追问，再选择合适的回答。

业务分寸

能解释，也敢说“不”

依据商品事实和群规回应。不在团就说明情况，没有依据的优惠、保证与赔付不随口答应。

协作意识

知道该回应谁、该请谁来

需要定向回应时关注对应顾客；遇到真实售后、未知问题或复杂异常，按配置通知负责人跟进。

把“会回答”，一轮轮调成“会接话”

人设设定 · 口语示例 · 多轮演练 · 回复调校 · 场景回归

角色风格、人设与兴趣按场景配置；个性表达服务于沟通与业务。图示为测试群聊实录，不作为顾客口碑或成交证明。

该解释时解释，该找同事时找同事

先理解顾客真正想解决什么，再决定由谁接、怎么答、下一步怎么处理。



同一段群聊：商品规则答疑与售后衔接

点击截图，查看完整记录

有立场，清楚解释商品规则

顾客问阳光玫瑰能否单买，商品顾问说明组合销售要求，并补充截团信息。具体规则以当前商品和活动资料为准。

懂分工，主动通知售后同事

顾客提出退货，社群管家识别售后诉求，按配置@负责人，整理近期对话，让真人接得上前面的沟通。

会配合，给真人留出处理空间

退款、赔付与责任判断由人工处理。真人接管后，AI按接管规则让出对话，保留问题与关键上下文。

商品答疑 → 识别售后 → 通知同事 → 真人接棒

图中真人已回应；具体处理结果仍以售后记录为准。

@顾客与售后通知按实际群成员、联系人和接管规则配置执行。

有温度，也守得住群规

接住正常交流，识别扰乱秩序的行为。该提醒时提醒，该处理时按规则处理，让群聊回到服务与经营。



群聊实录：违规广告出现后，发布处置公告

点击截图，查看完整记录

发现异常 → 判断类别 → 按规则处理 → 留痕复核

懂人情，也懂规矩

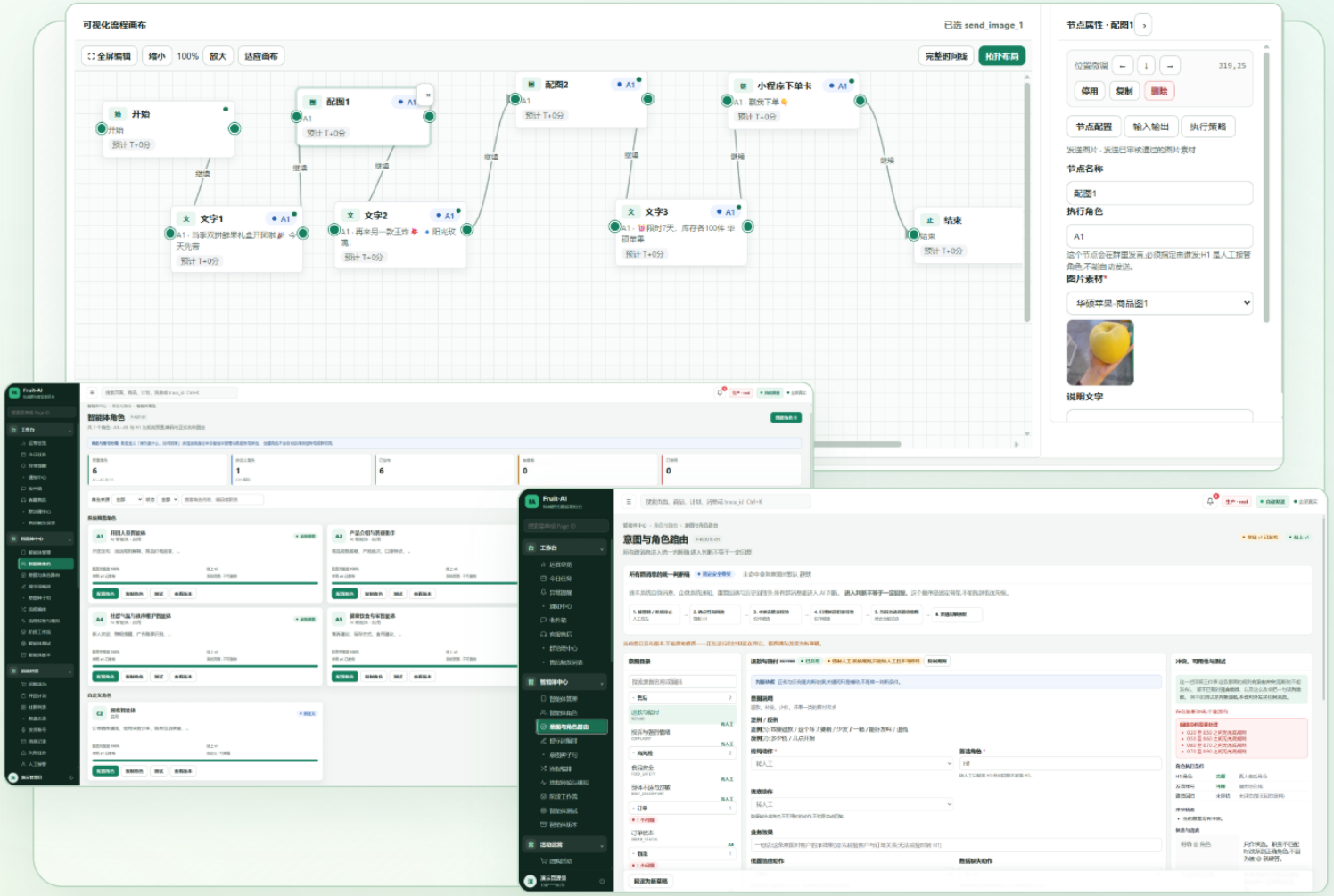
分清场景	区分日常闲聊、商品咨询、正常投诉与违规行为，减少无意义插话。
识别违规	识别广告引流、恶意刷屏、辱骂，以及涉黄、涉赌、涉毒、诈骗等内容。
分级处理	普通违规按策略提醒；严重或反复违规达到已配置条件时，在权限与渠道能力支持下执行移出群聊、发布公告等动作。
保留分寸	正常投诉、退款和商品质疑进入服务流程。处置记录供管理员查看、复核与纠正。

有个性、有判断；处理依据是群规与业务事实。

自动处置依赖已启用的群治理策略、管理员权限与渠道能力。以上截图为历史测试记录；群名与人数为展示信息，不作为顾客口碑或经营结果证明。

把一场团购，编排成可执行的工作

何时说、由谁说、发什么，以及何时进入下一阶段，都可纳入流程。



识别问题，分配对应角色

结合当前意图与配置，将问题交给合适角色或真人。

岗位与话风分别配置

职责、知识、人设、账号和服务边界按业务关联。

何时说、由谁说、发什么

角色、消息、素材、顺序与验证纳入流程。

角色

谁来执行

内容

说什么、发什么

节奏

先后与阶段条件

验证

草稿、校验、模拟与发布

历史系统界面，状态和统计仅代表截图当时；阶段页同时包含默认逻辑与草稿配置，生效以实际启用为准。

接着上一次聊，也保留人的控制权

理解眼前问题，继续帮客户处理

结合近期对话、明确表达的信息与未完成事项。具体商品、订单和处理状态仍需查询或确认。

记忆有窗口、可信度及配置条件，不承诺永久准确记忆或自动兑现承诺。

近期会话与咨询回顾

理解“这个”“刚才那款”，减少重复追问。

客户明确表达的信息

口味、忌口与需求等作为后续服务参考。

承诺与待办

记录需要继续处理的事项，由负责人核实和兑现。

人工接管与复盘

重要问题由真人接手，回看消息、失败和处理记录。

群规与正常服务分开

具体场景、处理边界与人工接棒方式，集中在服务分寸实录中查看。

查看群规维护与处理边界

从运行记录持续改善

查看计划执行、失败任务、高频问题和素材使用；经营收益另按真实业务口径评估。

围绕客户经营，分工协作

公域AI客服、微信销冠私聊、团购运营多智能体与AICRM智能工牌，覆盖平台获客、微信经营、社群运营和线下服务复盘。

公域AI客服 | 微信销冠私聊 | 团购运营多智能体 | **AICRM智能工牌**

已暂停 · 可手动选择　继续轮播

把线下服务过程，变成可复盘的经营依据

线下接待、服务复盘与微信推送



接待复盘 → 员工训练
经营报表送到微信

AICRM后台 · 首页数字大屏　　点击放大查看

录音与接待复盘

设备员工关联、转写、分析与客户关联。

客户与员工洞察

需求、异议、流程诊断、能力评价及改进跟踪。

训练与经营报表送到微信

员工按分析结果收训练，管理者按计划收日报、周报、月报。四套产品一并明确交付范围。

员工 / 每次服务后的下一步

接待完、上完课，
微信收到具体的跟进与训练重点

录音结束并完成分析、形成任务后，按已绑定的员工与角色推送。接待人员继续客户跟进，教练查看课后服务与训练安排；能力不足的环节生成可练习、可复查的任务。

01 / 接待与会籍

把客户需求接到后续跟进

整理本次咨询、顾虑与下一步建议，准备邀约、跟进话术和必要资料，减少下次重复询问。

02 / 教练与私教

把课后记录接到会员服务

结合本次课程与会员反馈生成课后计划，供教练核对、调整，并用于下一次服务或与会员沟通。

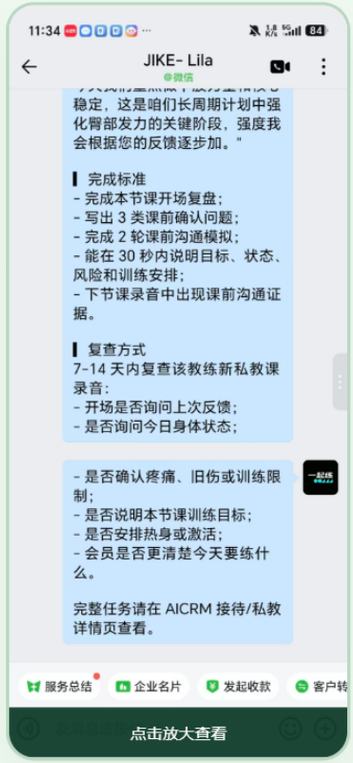
03 / 员工能力改进

不只指出问题，还说明怎么练

推送问题定位、训练目标、练习步骤、示范话术、完成标准和复查方式，完整任务回后台查看。

> 会员课后计划用于客户服务；员工能力训练用于提升服务人员，两类内容分别管理。

员工训练 / 完成标准与复查



微信送达训练完成标准与复查方式，便于员工练习、负责人跟进，再回到新的服务记录复查；完整任务在AICRM后台查看。

接待客户画像 / 需求与跟进依据



将客户需求、关注点、服务分析与后续建议整理到接待详情，结合录音和转写核对。

会员课后计划 / 服务记录转为训练安排



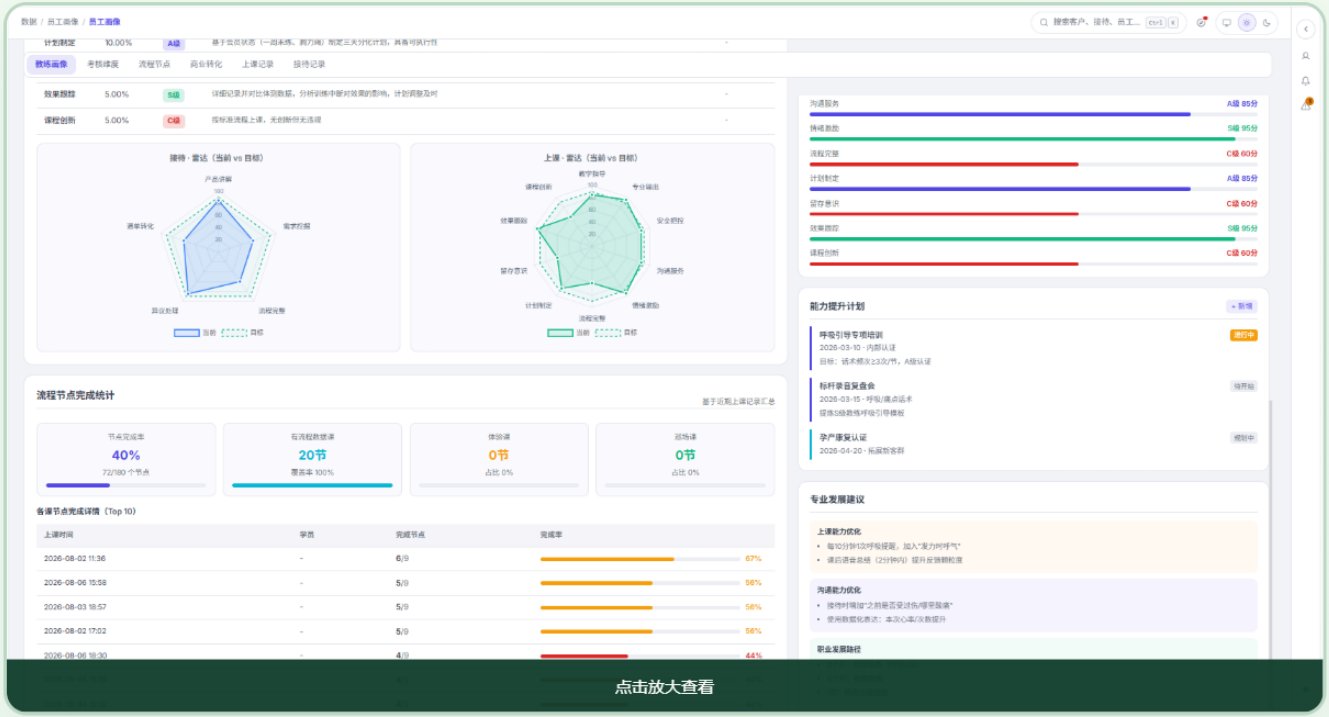
后台展示本次课程、完成情况、会员反馈与下一次安排，供教练确认和调整。

员工分析 / 能力表现与提升计划

从一条任务，到持续改进

后台看缺口，下一次服务再复查

结合员工画像、服务节点与能力分析安排训练，关注任务是否完成、服务是否改进；分析结论由负责人结合原始记录复核。



查看沟通、流程与服务能力的分析，以及能力提升计划和节点记录；截图分数为历史界面示例。

店长 / 微信先看重点，后台再看过程

早晚看经营，
周月看趋势与改进

店长、老板完成好友绑定和角色权限配置后，接收门店经营摘要、员工表现、培训关注与建议动作，及时安排今天要跟进的事。

每天 / 早报

看昨日经营与今日重点

汇总昨日接待、课程及经营情况，提示员工与培训关注，安排当天跟进。

每天 / 晚报

看当日服务与待跟进事项

复盘当天记录、服务过程和重点问题，为后续跟进与改进提供依据。

每周 / 周报

看一周趋势与训练进展

汇总阶段表现、共性问题及培训推进，帮助管理者确定下一周重点。

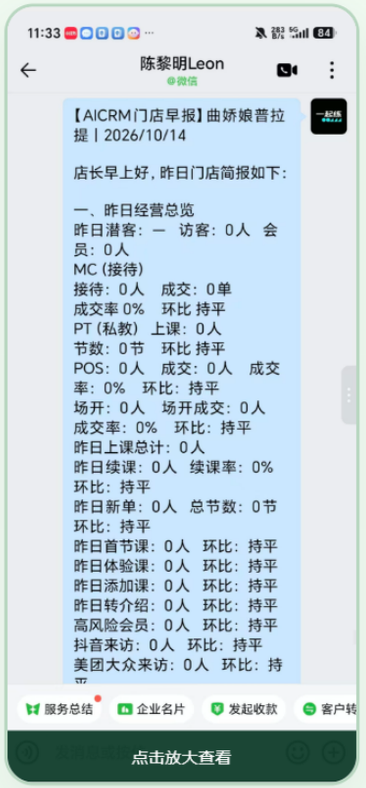
每月 / 月报

看月度经营与阶段改进

结合可获取的业务数据与服务分析，回看月度趋势与员工改进情况。

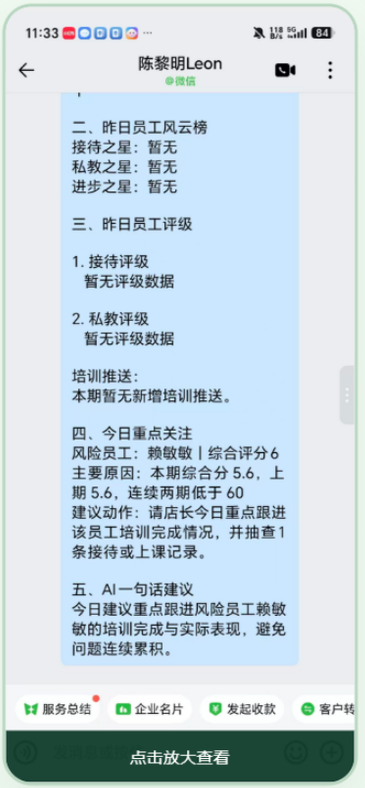
> 所附微信实录为早报的两个部分；晚报、周报和月报按已配置的计划分别推送。

早报上半部分 / 昨日经营概况



微信接收门店经营摘要。截图为消息样例，统计值保留原样，不作为经营成效证明。

早报下半部分 / 员工与培训关注



在经营摘要后提示员工表现、培训关注与建议动作，店长据此安排复核与跟进。

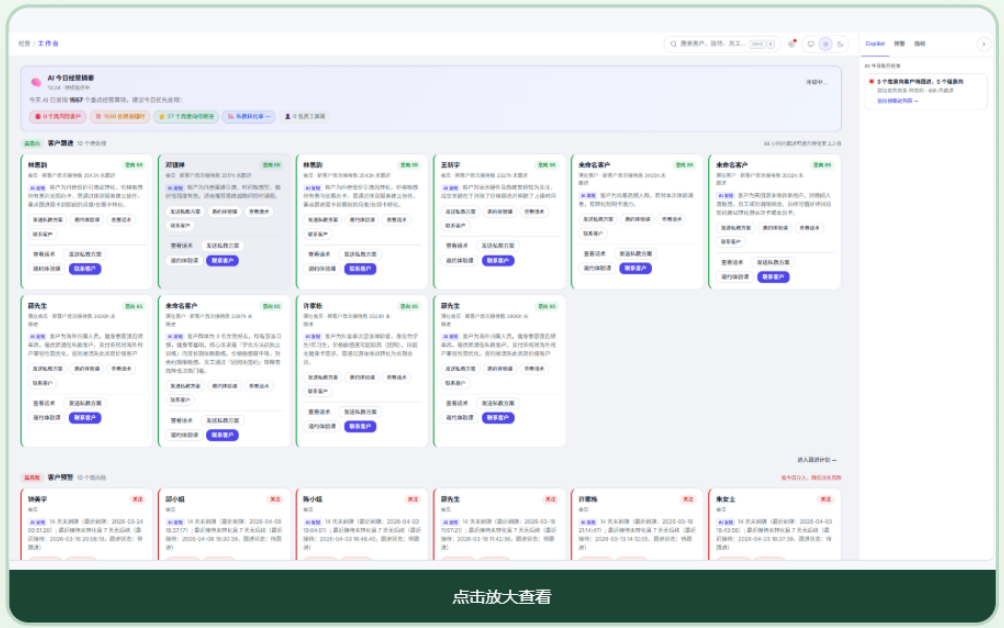
查看微信推送计划与运行条件

×

送达内容	计划触发	说明
员工训练	录音完成并分析、形成任务后	按员工绑定推送，非固定早报时间
早报	每天08:00	汇总昨日记录
晚报	每天22:00	汇总当日记录及重点
周报	每周一08:00	汇总上周
月报	每月1日08:00	汇总上个自然月

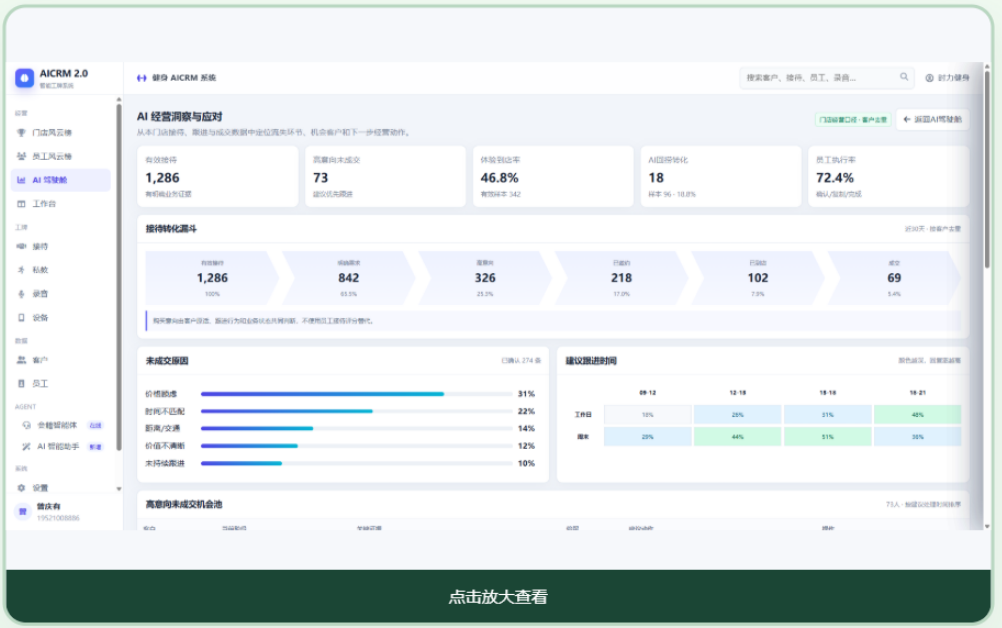
现有计划：早报每天08:00、晚报每天22:00、周报每周一08:00、月报每月1日08:00。员工训练在录音完成并分析、形成任务后推送。实际送达受任务生成、绑定、启用配置、通道和在线状态影响，可能重试或补发。

客户跟进工作台 / 把建议接到待办



按客户与服务阶段组织跟进事项，便于继续执行和核对处理状态。

经营洞察 / 从单次接待看到阶段变化



结合可获取的服务和业务记录查看阶段趋势，具体指标按项目接口与口径配置。

产品物料 / AICRM软件系统



选自用户提供的小红书产品物料；后台、微信推送与工牌共同组成服务协作。

微信收重点，
后台查完整过程

微信推送帮助员工和管理者及时看到任务与摘要；完整对话、分析细节、客户画像、训练任务和经营数据仍在后台查看。

连续对话与客户记忆的体验样例

围绕需求、顾虑和近期对话，观察连续沟通怎样延续。

测试输入	希望观察的表现
先说明：我不喜欢太酸	记录客户明确偏好，后续推荐有相应依据
隔一段时间问：刚才那款还有吗	关联近期讨论，并重新核对商品及活动状态
改口：这次想试偏酸一点的	允许更新判断，不机械沿用旧偏好
问：你们答应处理的事呢	查看相关记录，交由负责人核实处理

以下为体验样例，非真实客户逐字稿；表现需在选定业务中用连续会话核对。

异常场景，也要能接得住

把信息变化、客户未回复和真人介入一起纳入验证。

测试场景	核对重点
价格变化 / 活动结束	依据有效业务资料；不凭旧文案继续报价
库存不足 / 商品路径错误	检查是否仍发卡，失败如何记录及交接
客户连续不回复	跟进是否遵守工作时间、频控与暂停策略
真人正在处理售后	自动服务是否按接管规则退让并留有记录

测试结果逐项记录；具体规则与跨系统保护按本次启用范围联调确认。

体验记录，回到真实业务结果

从知识答复、购买路径、人工交接和执行记录核对产品表现。

01

答得准确

核对商品、价格、活动和服务政策，确认答复有资料依据。

02

接得连续

从公域留资到好友通过，再到私聊服务，分别核对各步状态。

03

走对入口

检查商品卡、购买页面、商家与团长归属；成交以订单系统记录为准。

04

交得清楚

复杂售后通知到对应负责人，保留上下文和接管记录。

样本量、观察期和验收标准在体验前约定；经营结果以真实业务数据核对。

骆小数 AI

公域与私域运营产品

联系我们，预约产品体验

了解四套产品的核心功能、真实界面与协同路径。

01

公域AI客服

抖音 / 美团咨询与微信承接

02

微信销冠私聊

线索跟进、连续答疑与到店引导

03

团购运营多智能体

开团、互动、购买入口与服务协作

04

AICRM智能工牌

服务复盘、员工训练与微信经营报表