骆小数 AI

公域与私域运营产品 · 03

# 公私域协同与业务适配路径

从公域到私域，从私聊到群聊，接上门店服务与实施。

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

从公域到私域，从私聊到群聊，接上门店服务与实施。


01 从公域到私域 03 —

02 私聊到群聊与交易 08 —

03 组织与实施适配 12 —

04 线下服务与经营复盘 15 —

05 验证与持续运营 19 —

05 / 协同路径

# 从公域到私域，让私聊、群聊与门店服务接起来

公域AI客服接住抖音、美团咨询，微信销冠承接线索并延续需求；再按客户意向推进到店、在线购买或加入团购群。团购多智能体负责群内运营，AICRM工牌把线下服务接入跟进、训练与经营复盘。

01 公域获客　02 微信承接　03 意向分流　04 群内运营　05 服务复盘

客户怎么走，产品怎么接

## 同一份需求，接到合适的下一步

保留来源、门店与咨询摘要，按商家的业务体系和客户选择安排后续服务。

01 / 公域AI客服

### 抖音 · 美团

从店铺咨询开始

1. 识别平台与商家门店
2. 回答商品、活动与服务问题
3. 收集有效微信号或手机号

**交给下一位**

客户联系方式、来源门店、需求与咨询摘要。

查看公域获客 →

02 / 微信销冠私聊

### 先加好友，再接着聊

围绕原来的需求继续服务

1. 线索发到承接群，分配账号
2. 主动申请好友，等待客户通过
3. 答疑、发资料，确认意向

**推进下一步**

结合门店业态、商品体系与客户选择，提供合适入口。

查看微信私聊 →

路径 A

**到店消费**

定位、路线、预约安排

→ **门店服务 + AICRM**

在已配置工牌的场景，记录接待与课程，生成后续跟进、课后计划和员工训练任务。

路径 B

**在线购买**

平台商品或商城入口

→ **现有交易系统**

在抖音、美团或C端小程序 / APP完成购买，订单、支付与履约以实际业务记录为准。

路径 C

**自愿加入团购群**

匹配商家、门店与群聊

→ **团购运营多智能体**

群内开团、自然接话、商品答疑与购买引导，衔接到货、自提、真人售后与持续运营。

**服务之后，继续经营**　门店接待与课程形成跟进建议；群内咨询与售后形成待办。按配置把任务推到员工微信，把早晚报、周报和月报送到店长，供人工确认与复盘。

平台内购买可直接完成，无须先加微信；微信承接需客户通过好友，入群按客户意愿。三条路径按商家已配置的业务能力使用，交接字段、状态与共享范围逐项核定。

围绕现有业务，建立协作方式

# 商品、渠道与团队，围绕同一套服务分工

适用于已有商品或服务、门店、社群渠道与交易系统的团队，按场景接入四套产品。

01

## 商品与交易系统

商品 · 活动 · 价格 · 库存 · 订单

提供业务资料与结果依据

02

## 渠道与承接账号

平台店铺 · 微信账号 · 社群 · 门店

连接获客、咨询与服务场景

协作中心

**骆小数 AI**

公域答疑 · 私聊跟进

角色协作 · 群内运营

工牌分析 · 微信推送

按项目配置协作关系

03

## 运营团队

选品 · 策略 · 资料 · 任务 · 复盘

配置规则，审核内容，查看结果

04

## 人工客服与门店员工

服务决策 · 复杂异常 · 接待跟进

接手问题，确认方案，持续服务

图示为接入与协作关系。渠道、商城及模型需具备相应接入条件；退款、赔付、责任判断等由负责人处理。具体交付、部署与支持以确认的项目范围为准。

01 / 公域获客

# 抖音|美团 公域智能体，连接平台成交与私域经营

客户从抖音、美团的店铺或咨询入口发起提问，AI先依据商家知识库答疑。愿意继续沟通的客户留下微信号或手机号，连同原来的需求一起交给微信销冠。

01 平台咨询　02 在线答疑　03 留资入群　04 销冠加微　05 延续需求

先解答，再推进

## 公域里问清楚，下一步接得上

1

### 从平台店铺进入咨询

识别客户来自抖音还是美团、咨询哪一家门店，以及想了解的商品或服务。

2

### 结合商家知识库解答

说明产品、价格、活动、套餐差异、位置与服务规则，顺着客户的问题继续沟通。

3

### 按意向衔接购买或留资

已确定购买的客户可在原平台下单；需要进一步服务的客户留下有效联系方式，继续进入微信私域。

平台成交

**在抖音 / 美团完成购买**

指向对应商品或团购入口，后续衔接到店、核销与履约。

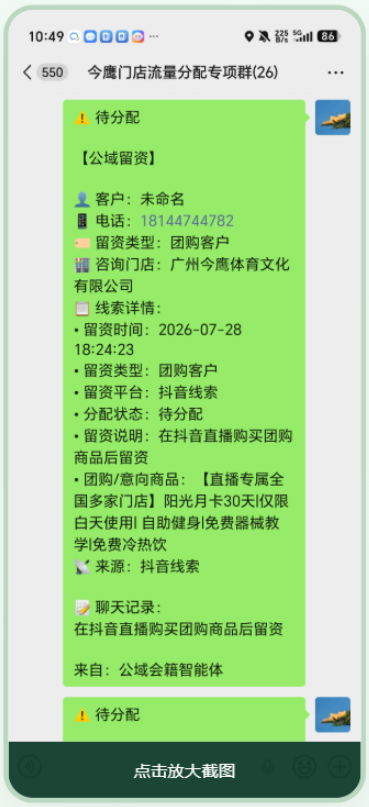
私域承接

**留下联系方式，交给销冠**

带上平台、门店与咨询摘要，继续原来的需求。

看微信私聊怎样接续 →

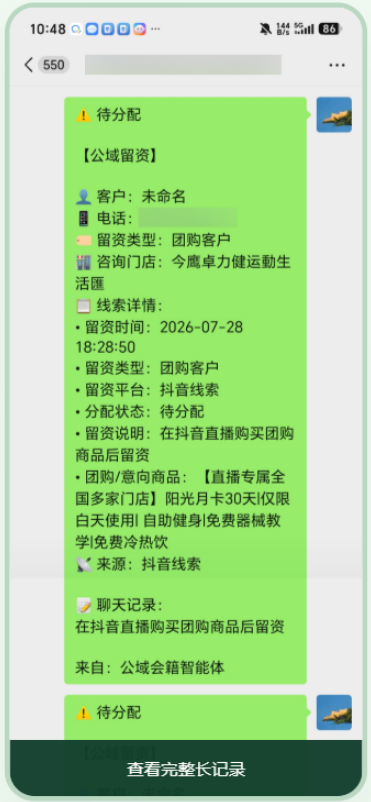
留资记录 / 一条线索带上哪些信息




来源平台、咨询门店、联系方式、意向商品与聊天摘要一起记录，方便后续承接。

此图为留资群中的记录，展示“待分配”状态。

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

# 线索交接，把信息与状态接完整

来源、联系方式、客户需求和承接对象一起交给销冠。

## 建议交接字段

| 数据项 | 交接用途 |
| --- | --- |
| **平台、店铺与业务主体** | 确认来源和正确的商家归属 |
| **用户留下的微信号或手机号** | 识别客户并发起微信添加或人工联系 |
| **需求、顾虑及咨询摘要** | 通过好友后接着原问题服务，减少重复询问 |
| **承接账号与负责人** | 分配到对应销冠，异常可转人工 |
| **线索标识、授权与处理状态** | 建议用于去重、追踪交接及核对后续结果 |

## 留资后的状态与异常处理

| 环节 | 正常推进 | 异常处理建议 |
| --- | --- | --- |
| **导入** | 分配到对应商家与销冠 | 无效或重复信息先核对 |
| **加微申请** | 按已配置账号与通道发起 | 发送失败留记录并交接 |
| **等待验证** | 等待客户通过好友 | 未通过时按策略等待或人工跟进 |
| **私聊服务** | 通过后延续需求与顾虑 | 拒绝联系、投诉或复杂事项转人工 |
| **到店 / 入群** | 确认意愿后引导并核对结果 | 归属不明或失败由负责人处理 |

字段为交接配置建议；去重、等待、重试与退出规则在本次项目中配置验证。

按商家业态，选择合适的下一步

# 到店、在线购买、进团购群，让每条路径有对应的服务

结合线下门店、线上商城与社群运营的实际配置，给出适合客户的引导。

路径 A / 线下门店

## 引导到店消费

发送门店定位、实景图片与路线，说明服务或预约安排，帮助客户找到店。

看定位与路线实录 ↓

路径 B / 线上商城

## 引导在线购买

结合需求介绍商品，提供已配置的小程序或商城入口，由客户完成下单与支付。

按商家实际商品与购买入口配置

路径 C / 社群团购

## 引导加入团购群

确认客户意愿及所属门店或团长，提供对应入群方式，交给群内多智能体持续运营。

接续团购运营 →

# 一场团购，七个工作环节

从商品与知识准备，到每日开团、群内转化，再到履约售后与复盘，按七个环节展开。

01

### 对接商品

对接客户供应链及C端小程序 / 购物APP，同步上架商品、价格、库存、活动和门店信息，支持每日自动商品播报。

02

### 沉淀知识

汇集供应链与C端的商品知识、图文素材、角色话术和业务数据。库存等动态信息按接口更新，供开团和答疑调用。

03

### AI编排开团

每日自动生成开团内容，编排多个角色的文案、展示顺序和发布时间。后台选流程、选群，可人工审核后发布，也可按授权自动发布。

04

### 协作答疑

识别群内问题与客户意图，分配对应AI角色，结合供应链商品库、门店资料和基础常识回答，承接连续追问。

05

### 群内开团转化

AI在群内发布团购内容和开团指引，发送对应的小程序商品卡片或购买入口，持续答疑，引导下单消费或到店服务。

06

### 履约与售后

依据订单、到货和门店信息，在群内通知到货、解释自提与服务安排；复杂售后和特殊事项交由真人跟进。

07

### 复盘优化

回看开团计划、发布记录、咨询与交接结果，结合可获取的交易和履约事件优化知识、话术与流程，复用于下一场团购。

## 供应链与C端接口，支撑整场团购经营

供应链提供商品与服务事实，C端提供购买入口与交易事件；AI把这些信息转化为每日开团内容、分角色客户服务和持续运营。

商品、价格与库存按接口数据及更新机制核对。客户在对应小程序 / APP完成下单支付，订单、到货及自提信息按项目范围回流，支撑后续服务。

查看跨系统交接与交易核对要点

×

## 线索交接与来源核对

| 建议交接信息 | 用途 |
| --- | --- |
| 平台、店铺与业务主体 | 区分来源并分配正确商家 |
| 微信号或手机号 | 按客户留下的有效信息添加微信或人工联系 |
| 需求、顾虑与咨询摘要 | 通过好友后延续前文，减少重复询问 |
| 承接账号与负责人 | 让线索有明确接收和异常处理对象 |
| 线索标识、授权及状态 | 建议用于去重、追踪和结果核对 |

已有视频展示来源、联系方式、意向及聊天摘要。更完整的字段、状态和共享范围按项目核定；不因此推定四套产品已经全面统一记忆。

## 商品入口与真实交易核对

| 社群交易验证 | 确认内容 | 结果依据 |
| --- | --- | --- |
| 发得出去 | 通道、账号、权限与消息回执 | 发送记录及实际展示 |
| 进入正确商品 | AppID、路径、SKU、活动及团长归属 | 商品页面与归属参数 |
| 形成真实交易 | 支付、订单、履约及必要业务事件 | 商城或订单系统记录 |

> 团购小程序发卡已有实现。供应链与C端小程序 / APP接口是每日开团、商品答疑、购买指引及售后衔接的核心；鲸灵的实时商品、库存、门店、商城与团长归属按业务范围专项适配。

# 售后接棒与群规维护，明确处理依据

正常咨询和投诉进入服务，复杂异常交给对应真人负责人。

| 事项 | 需明确的配置 | 验证重点 |
| --- | --- | --- |
| **商品规则** | 组合销售、截团时间、价格与可售状态 | 回答依据当前有效资料 |
| **售后接棒** | 负责人、通知对象、客户诉求与近期上下文 | 通知到人，接管后AI按规则让出对话 |
| **群规维护** | 分类策略、触发条件、管理员权限与通道能力 | 正常投诉进入服务，违规动作满足条件 |
| **管理复核** | 处置记录、人工更正与接管恢复规则 | 负责人可核对通知、操作与处理结果 |

01

### 人工负责人

确认通知对象、响应安排与业务责任。

02

### 会话上下文

交接客户问题、近期沟通与待处理事项。

03

### 管理复核

保留处置记录，核对接管、纠正与恢复。

退款、赔付与责任判断由真人负责；策略、权限和通道能力在选定业务中验证。

# 业务适配，先核对资料与动作

已有回复和运营能力可复用，业务知识、事件与组织归属分别配置。

## 需要准备的业务资料

| 领域 | 需要核对的内容 |
| --- | --- |
| **商品与活动** | SKU、价格口径、库存状态、活动有效期及更新方式 |
| **小程序入口** | AppID、商品路径、素材、店铺与团长归属参数 |
| **组织与权限** | 商家、团长、账号、群及可访问数据范围 |
| **消息与订单** | 实际通道能力、回执、订单和服务事件的必要接口 |

## 销冠在商家场景中的适配项

| 适配项 | 可复用的产品能力 | 鲸灵场景需确认 |
| --- | --- | --- |
| **业务知识** | 通用问答、价格、服务与政策 | 商品、SKU、活动、售后与店铺资料 |
| **客户阶段** | 咨询、购买、预约与后续服务 | 咨询、下单、履约、回访及复购 |
| **动作依据** | 有效预约、到店等业务事件 | 订单、履约与服务事件及身份映射 |
| **运行控制** | 工作时段、频控、暂停与人工接管 | 按商家规则逐项配置并验证 |

围绕选定场景索取必要资料；不默认包含全部商城接口。

# 两种实施方式，约定配置与运行责任

结合现有平台与商家经营方式，选择适合的业务适配范围。

01

### 现有平台能力集成

复用可用的商家与账号管理，适配智能体模块和必要接口，划分运营与技术责任。

02

### 专属系统交付

基于已有产品做专项配置，按范围扩展多商家管理，约定部署与持续服务责任。

## 多商家交付中的责任划分

| 领域 | 双方需要约定 |
| --- | --- |
| **商家配置** | 谁开通商家、配置知识与角色、审批活动并培训 |
| **访问范围** | 商家、团长、账号、群、商品及客户数据的归属 |
| **运行控制** | 消息记录、失败处理、暂停和人工接管怎样执行 |
| **持续支持** | 模型与通道资源、接口变更、故障响应和升级责任 |

已有组织与权限能力可复用；专属隔离、容量和分发范围需专项验证。

# 已有产品基础，结合鲸灵业务适配

可先看现有环境，再与选定场景进行专项联调。具体是否嵌入现有平台，在产品认可后评估。

## 现有平台能力集成

复用可用的商家、账号与运营管理，适配智能体模块和必要接口。

双方明确商品来源、组织权限、消息通道和持续支持责任。

## 多商家专属应用

基于已有产品开展专项配置，按范围扩展商家、团长及权限管理。

部署方式、隔离、容量、分发授权与运维责任单独核定。

01 → 02 → 03 → 04

### 梳理业务

确认商品、门店、渠道、社群，以及AI与真人的服务分工。

### 接入资料

配置账号、知识、素材、业务接口与四套产品的交接规则。

### 场景试运行

验证咨询、加微、购买、入群、微信推送和人工接棒。

### 持续运营

核对服务与经营记录，更新知识和流程，按复盘结果扩展。

## 公域交付的八项工作

01

### 业务主体与权限

明确商家、门店、管理员与账号范围。

02

### 知识与资料收集

产品、价格、活动、服务政策与FAQ。

03

### 平台店铺匹配

抖音、美团分别关联正确商家。

04

### 知识与提示配置

整理口径、语气和不能承诺的事项。

05

### 接管与转人工

明确响应触发、时段及负责人。

06

### 微信承接配置

账号、席位、归属与线索交接。

07

### 双路径模拟联调

测试平台成交和留资加微路径。

08

### 托管与持续巡检

确认运行环境，观察回复并更新。

现有交付SOP使用客户端托管，具体运行形态按当前交付版本确认。平台组件、微信通道与授权席位、模型资源和业务接口分别核定开通范围、持续成本及维护责任。

04 / AI工牌

# AICRM智能工牌，让接待可复盘、训练能落实

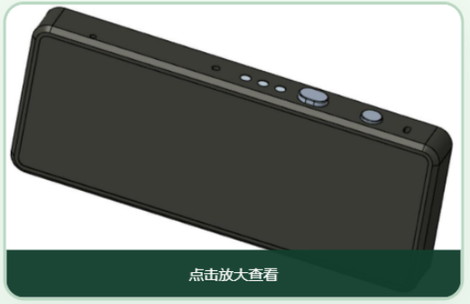
工牌记录获授权的接待与上课沟通，AICRM关联客户、员工和门店，分析需求与服务过程。每次服务后形成跟进建议、课后计划与能力训练任务，由微信智能体把重点送到员工，把经营早晚报、周报和月报送到店长。

01 工牌记录　02 对话分析　03 任务生成　04 微信推送　05 经营复盘

工牌是入口，软件让过程可见

## 记录一段服务，接起后面的行动

硬件 / 接待与服务的录音入口




工牌外观来自用户提供的操作手册，实际型号与配置按项目确认。

从接待、体验讲解到课后沟通，保留可回听的服务记录，关联对应员工、客户与场景。

后台 / 门店经营与服务驾驶舱




在后台查看客户、接待、员工与训练等信息，结合原始记录复核需要关注的问题。

### 看客户

需求、顾虑、意向与后续跟进

### 看员工

服务节点、沟通能力与改进任务

### 看经营

门店概况、阶段趋势与管理重点

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。

## 还原接待与服务过程

关联获授权的录音、员工与客户。整理需求、顾虑、推荐、异议和下一步，结合录音及转写核对关键片段。

## 按业务流程复核

结合岗位、场景与评价标准定位缺口，区分已表达事实和待确认信息。AI分析供负责人复核，不把分数当确定结论。

## 把问题变成具体训练

指出少问了什么、哪句话可调整、下一次怎么练。结合员工能力与培训建议，记录未改进、改进中、已改进。

## 门店与连锁管理

关注共性问题、服务差异、员工能力和整改状态，支持统一标准、新人培训与跨店复盘。经营指标依赖实际业务数据。

### 员工训练的通用示例

**客户已表达：**这周只有晚上有时间。

**待复核的服务缺口：**是否继续确认了具体日期和可用时段？

**训练建议：**下次先确认时间条件，再推荐匹配的产品或服务。

功能讲解示例，不是客户逐字原话。员工收训练重点，负责人组织练习并复查。

> AICRM智能工牌纳入四套产品交付规划，覆盖接待复盘、客户跟进、课后计划、员工训练与微信经营推送；具体门店场景、设备及数据范围逐项确认。

后台页面、产品物料与微信消息均为用户提供的历史资料。先围绕一类岗位和一段流程验证收音、分析、绑定、推送与改进落实。经营指标依赖实际业务数据；音频不能单独判断全部技术动作或服务质量，对客自动跟进与跨系统共享范围需专项确认。

# 线下服务分析，接上微信任务与复查

工牌记录、软件分析与微信送达，围绕同一次服务持续协作。

01

## 记录与关联

记录获授权的接待或课程沟通，绑定门店、员工与客户。

02

## 分析与计划

形成接待跟进、课后计划及员工训练任务，重要结论可回看服务记录。

03

## 微信送达重点

员工和教练收任务；店长按计划收早报、晚报、周报与月报。

04

## 执行与复查

负责人确认建议、推进待办、组织练习并复查，分别核对对象与送达结果。

设备、接收角色、推送计划和数据权限按门店配置；训练与服务结果由负责人复查。

# 先跑通代表性场景，再持续优化

把范围、资料、任务与责任人说明白，再开展联调和业务验证。

01

## 产品体验

确认现有功能、真实界面与商家或团长的使用体验。

02

## 范围确认

选择具体任务，明确资料、账号、接口、参与人员与验收标准。

03

## 专项联调

适配必要数据与规则，记录发送、交接、购买入口和服务结果。

04

## 持续优化

结合准确性、执行记录、人工投入和使用反馈，调整知识与运营流程。

销售效果、到店与履约结果分别以对应业务记录核对。

# 四套产品共同交付项

### 组织与授权

明确使用主体、商家门店、团长、管理员及员工角色，确认账号、通道、设备和授权期限。

### 集成与部署

确认供应链、商城、消息通道与业务事件接口；明确部署环境、运行容量、数据范围与隔离方式。

### 联调与验收

逐套确认测试样本、正常与异常流程、验收标准、问题清单及上线交接记录。

### 培训与运维

提供管理员操作培训、知识维护与运行SOP；确认巡检、升级、故障处理和后续支持责任。

具体账号、门店、设备数量、接口、授权期限、部署环境及服务责任，以双方确认的交付清单为准。各系统的真实订单、好友状态、入群与服务处理结果分别核对。

下载可编辑交付清单

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