面向私域电商、联盟推广的商家与团长的AI经营协作

让AI员工，参与微信每一天的私域经营

01 **抖音 / 美团AI获客与接待**
公域触达，承接咨询

02 **平台成交或微信承接**
直接下单，或留资交接

03 **AI销冠私聊答疑**
主动加微，通过后私聊，
引导入群团购运营或到店消费。

04 **社群多智能体协作**
微信团购社群运营、协作答疑，
成交转化、售后服务。

查看产品实录　查看协同路径



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。

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

抖音 | 美团 公域在线答疑，衔接平台成交与微信经营

抖音 / 美团咨询与留资承接



公域答疑
留资接续微信

美团工作台 × 客户聊天实录

两张截图均可放大

商家知识库，支撑在线答疑

依据商家的产品、价格体系、活动与服务政策，解答美团、抖音客户的咨询，按对应门店与商品提供准确说明。

平台内自动回复，延续咨询

AI在美团、抖音平台内自动接待并回复客户，围绕问题持续答疑，说明商品亮点、套餐差异、购买方式与到店安排。

引导下单，收集有效客户信息

有购买意向时引导客户在原平台下单；需要进一步沟通时，收集有效微信号、手机号及相关需求，带上来源平台、门店与咨询摘要。

一键交给私域销冠，继续经营

线索一键导入私域销冠，按配置自动发出加微申请；客户通过后接续私聊，进一步推进预约、到店，或经客户确认邀约加入对应团购群。

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

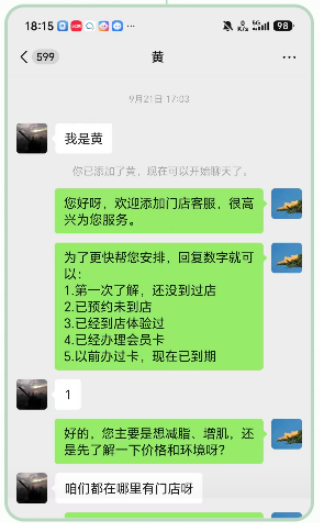
持续沟通，接着客户的顾虑往下聊

公域留资承接、主动加微与微信一对一服务



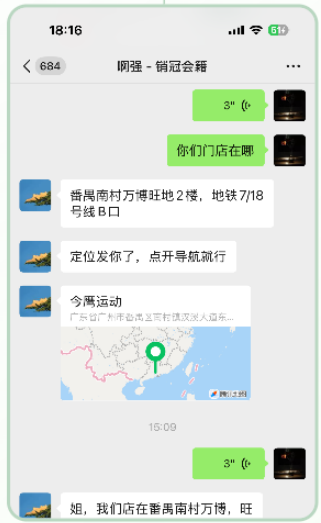
同一条需求，继续往下聊

公域线索导入后主动添加微信；
好友通过后，延续需求与咨询上下文。



持续沟通购买顾虑

承接前文需求，解释产品、价格与服务，继续推进下一步。



发送位置与门店资料

按客户问题提供已维护的位置卡和实景资料。



补充路线，衔接到店

继续解释入口与路线，减少到店前的信息障碍。

用户提供的微信私聊实录截图，保留原始记录；行业、价格与地址仅为画面示例，产品介绍适用于不同商家场景。点击可查看完整长图。

公域留资，一键交给销冠

从抖音 / 美团承接客户留下的微信号或手机号，带上来源、商家和咨询摘要，主动添加客户微信。

通过好友后，延续私聊

接着客户需求和顾虑继续沟通，承接文字、语音和图片咨询，提供产品资料、位置与服务指引。

按意向推进三种结果

引导在线购买、到店消费，或进入对应团购群。入群后由社群多智能体继续答疑、开团运营和售后协作。

主动跟进与人工协作

按时段、频控和暂停规则跟进。复杂承诺、投诉及售后交给负责人，保留服务记录供复查。

> 添加申请、好友通过、私聊服务、入群和成交，分别核对实际结果。

查看销冠承接与跟进链路

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

给团购群，配齐一支AI员工团队

后台配置角色，群内协作开团与服务



后台分工配置
群内协作答疑

测试群聊实录：客户提问，AI连续答疑并使用表情。后台与群聊截图均可点击放大。

商品与知识来自业务系统

对接供应链与C端小程序 / 购物APP，接收商品、价格、库存、活动及门店信息，支撑每日商品播报和答疑。

AI每天编排开团

自动生成开团内容，安排多角色文案、展示顺序及时间。后台选择流程和群，可先人工审核，也可按授权自动发布。

群内分角色答疑与购买引导

识别问题和意图，由对应角色结合商品库、门店资料和基础常识回答，发送小程序购买入口，推进消费或到店服务。

售后协作与运营复盘

依据到货、订单与自提信息持续服务。复杂售后交给真人，回看执行记录和问题，优化下一场团购。

> 供应链与C端接口，是商品真实可售、购买入口正确和服务衔接的核心。

查看七个工作环节

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。

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。

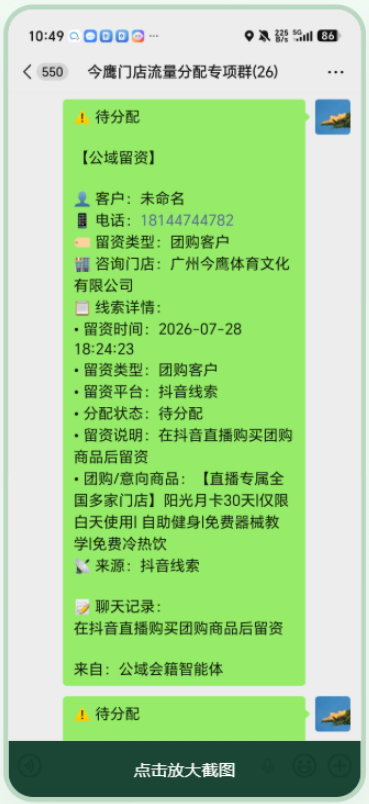
私域承接

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 →

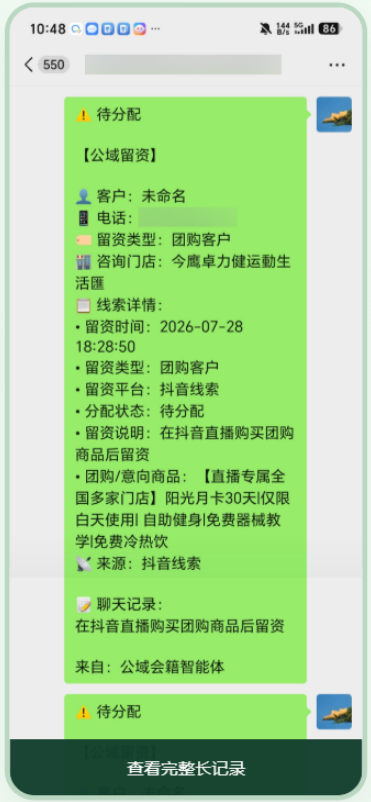
留资记录 / 一条线索带上哪些信息



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

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

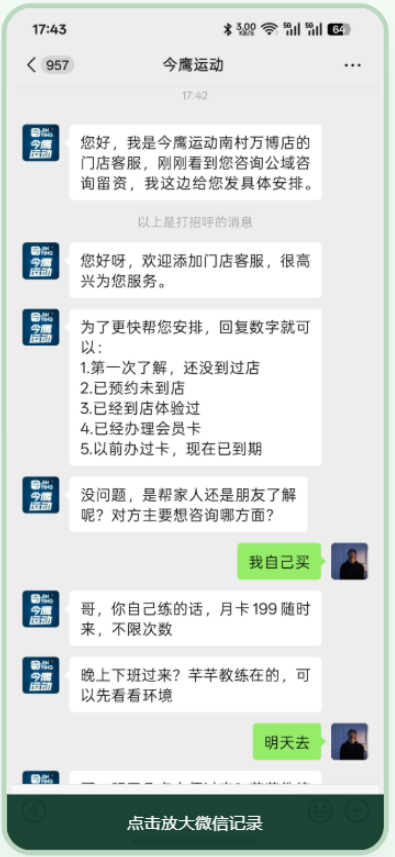
进一步推进预约与到店服务；需要加入团购群的客户，经确认意愿后衔接群内运营。

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。

商家知识、接管规则与交付配置

商家与平台分别匹配

核对抖音、美团店铺名称和系统商家信息，避免用错资料、错配负责人或把客户交给其他商家。

知识与业务口径可配置

商品、价格、活动、地址、服务及售后规则按商家维护。不同平台有不同规则时分别配置。

接管与转人工可配置

配置响应触发、服务时段和人工接管条件。未知问题、投诉、特殊报价与异常事项交给负责人。

素材变更后持续优化

整理常见问题与客服话术，模拟测试后发布，营业、产品和活动变化时更新，并复查真实回复。

截图为用户提供的历史实录。后续加微需匹配有效联系方式、商家归属、承接账号与已配置通道，并等待客户通过好友；平台购买以实际订单为准。

02 / 微信私聊

AI销冠 | 微信私聊服务，承接线索并持续推进客户经营

公域线索交接后，销冠主动添加客户微信。通过好友后，接着原来的咨询答疑、解释方案与顾虑，再根据商家业态和客户意向，引导到店消费、在线购买或加入团购群。

先加好友，再继续沟通

客户不用再讲一遍，销冠顺着需求往下聊

1

承接线索，主动加微

读取公域交接的门店、来源与需求，按配置发出好友申请，等待客户通过。

2

通过好友后，回答当前顾虑

结合前文说明套餐、价格、购买与服务方式；客户继续追问时，保持同一段对话的上下文。

3

确认选择，推进下一步

客户选择方案后，继续了解购买意向或到店安排；未确定的客户按意愿与工作规则继续跟进。

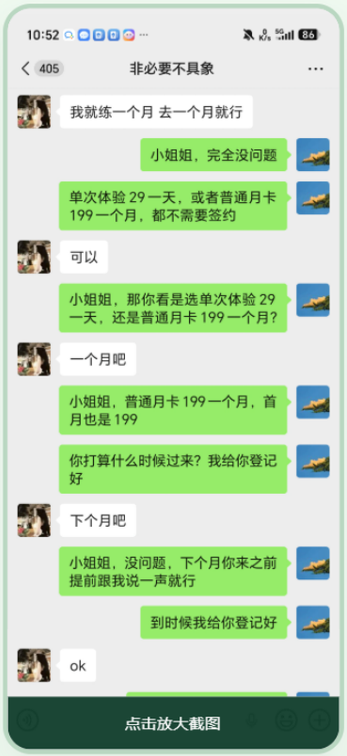
> 从“怎么购买、怎么使用”，接到“选哪一种、下一步怎么安排”。

答疑 / 解释套餐与购买顾虑



顾客连续追问支付与套餐方式，销冠接着前文说明，并调整到符合顾客需求的方案。

推进 / 确认方案与到店安排



顾客选定方案后，继续询问预计到店时间，保留后续联系与登记安排。

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。

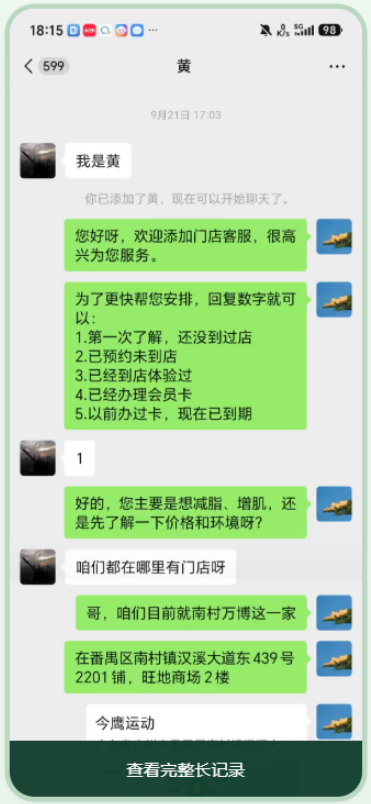
接续团购运营 →

门店场景 / 从咨询到到店指引

能回答，也能把路说明白

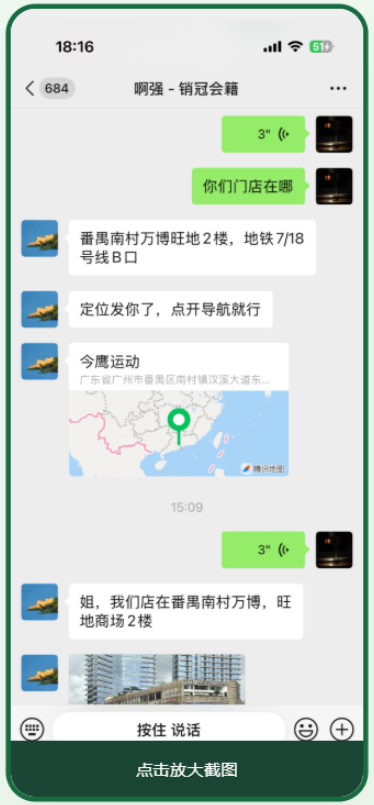
文字、语音、位置卡与实景图片配合使用，让客户知道门店在哪、怎样进店、到店后怎样继续服务。

连续跟进 / 需求到到店的长对话



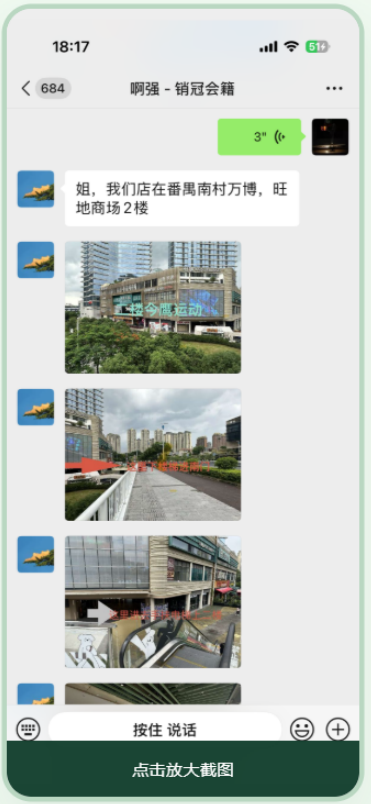
从首次询问、课程与价格沟通，到定位和到店指引，展示同一段聊天中持续接话的方式。

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。

接着原咨询往下聊

保留来源商家、客户诉求和咨询摘要。通过好友后继续解释产品与顾虑，减少客户重复说明。

多种咨询与资料形式

承接文字、语音和常见图片咨询，按问题提供产品介绍、图片视频、位置卡、购买或服务指引。

专属知识与销售阶段

按商家维护商品、价格、活动和服务政策，配置咨询、购买、履约、回访及复购等阶段。

人工协作与运行控制

查看会话与服务动作，按工作时段、频控和暂停规则跟进。复杂承诺、投诉和需要专业判断的事项交给真人。

交接阶段	应核对的结果	异常处理建议
导入	商家、联系方式、摘要和承接对象正确	无效、重复或归属不明先核对
加微	申请确已发出，区分待验证与已通过	失败留记录，未通过按策略等待
私聊	通过后延续原需求并提供服务	拒绝联系、投诉或复杂事项转人工
到店 / 入群	核对真实预约、服务记录或群成员结果	归属不明或执行失败交给负责人

以上为不同环节的健身门店历史实录，并非同一客户的完整成交记录。截图中的价格和服务规则为当时场景信息；当前项目按商家资料配置。线上购买与入群为可配置服务路径，实际订单、到店及入群结果分别核对。

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。

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。

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。

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。

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。

随时在岗，懂门店，也懂服务

持续承接高频咨询，把响应时段、门店知识、沟通方式与售后衔接，安排在同一套日常服务里。

AI员工 · 排班示意　　按时段配置

24 小时

可全天待命

也可按门店作息安排响应



咨询有人接　　问题有衔接　　沟通有温度

全天待命　　按门店排班

00:00　　08:00　　16:00　　24:00

全天待命示意：00:00–24:00

此处为时段选择示意，实际响应时间在后台配置。

01 · 时间灵活

全天可待命，作息可配置

支持全天服务，也可设置响应时段与工作时间，按门店经营节奏安排值班。

02 · 知识有依据

门店知识，随问随用

商品规格、活动规则、门店资料与常见问答持续积累，按问题查找相关资料。

查看知识维护方式

03 · 售后有接应

售后有接应，顾客少等待

识别售后诉求，整理客户问题与近期上下文，通知对应真人同事接手。

查看售后接棒实录

04 · 沟通有温度

耐心有温度，口径更稳定

重复询问与抱怨也按设定解释、安抚与关怀；不确定的信息继续核实，避免随口承诺。

把重复工作交给AI员工，把服务标准落实到每一次交流。

AI员工有自己的岗位，
也有自己的性格与说话方式

岗位决定负责什么，性格与话风决定怎样沟通。职责、知识、人设、语气与账号按业务配置，由多位AI和真人负责人协作服务。

看看岗位性格怎样体现在聊天里

A1 开团主持

热情爽快，有节奏

到货播报、活动介绍、小程序入口与结单提醒。

先讲清今天有什么，再把购买入口送到群里。

从到货内容、商品视频继续衔接购买入口。



A2 产品介绍答疑

熟悉商品，回答直接

解释规格、口感、价格和可售状态，按需补充实物图。

先接住客户的问题，再补齐挑选商品所需的信息。

季节选品、食用咨询与售后衔接。



A3 社群互动引导

轻松健谈，自然接话

承接日常话题、欢迎回群，按真实业务信息衔接活动。

能顺着群友的话往下聊，也知道什么时候回到经营主题。

接住日常闲聊，衔接商品推荐与口感答疑。



A4 气氛秩序维护

耐心稳妥，有边界

迎新、群规提醒、秩序维护、情绪安抚与售后分流。

日常服务耐心回应，违规与复杂事项按规则处理。

公告说明群规、处理依据与可疑信息提醒。



A5 健康饮食专家

细致解释，依据明确

结合已维护的商品说明，回答食用、保鲜与存储问题。

先查对应商品资料，信息不足时明确说明并转交。

成分、食用方式与连续追问的测试答疑。



H1 真人售后客服

负责审慎，处理到底

接手退款、赔付、责任判断，以及AI无法处理的复杂异常。

AI整理问题、客户诉求与聊天记录，通知真人接手处理。

整理售后诉求与关键聊天记录，通知真人负责人跟进。



五位AI与一位真人负责人共同组成服务团队。群聊截图按服务动作匹配岗位，群名、人数及部分昵称与头像作展示替换，画面昵称不等同于后台角色编号；测试商品及价格不作为正式报价。健康饮食专家卡片为测试群聊实录，具体成分及适用信息需依据商品资料核对。

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。

业务资料可复用，知识更新有依据

对接客户的供应链、门店和C端业务系统，汇集商品知识与素材，维护可调用的业务事实，支撑开团、答疑和购买引导。

统一维护经营口径

商品与活动

从接口接收上架商品、规格、价格、库存、活动、门店范围与购买入口；更新机制按项目核定。

知识与内容

汇集供应链与C端的商品卖点、使用说明、常见问题、图文视频及角色话术，形成可复用资料。

职责与版本

按角色绑定知识工具；变更经检查和发布，运行版本可回看。

01 **按岗位关联资料与工具**

把商品、活动和服务政策关联到对应角色。回答需要业务依据时调用资料，信息不足则核对或交接。

02 **审核、发布与版本回看**

知识、FAQ候选和运营规则经检查后发布。明确当前生效内容，保留版本供回看与调整。

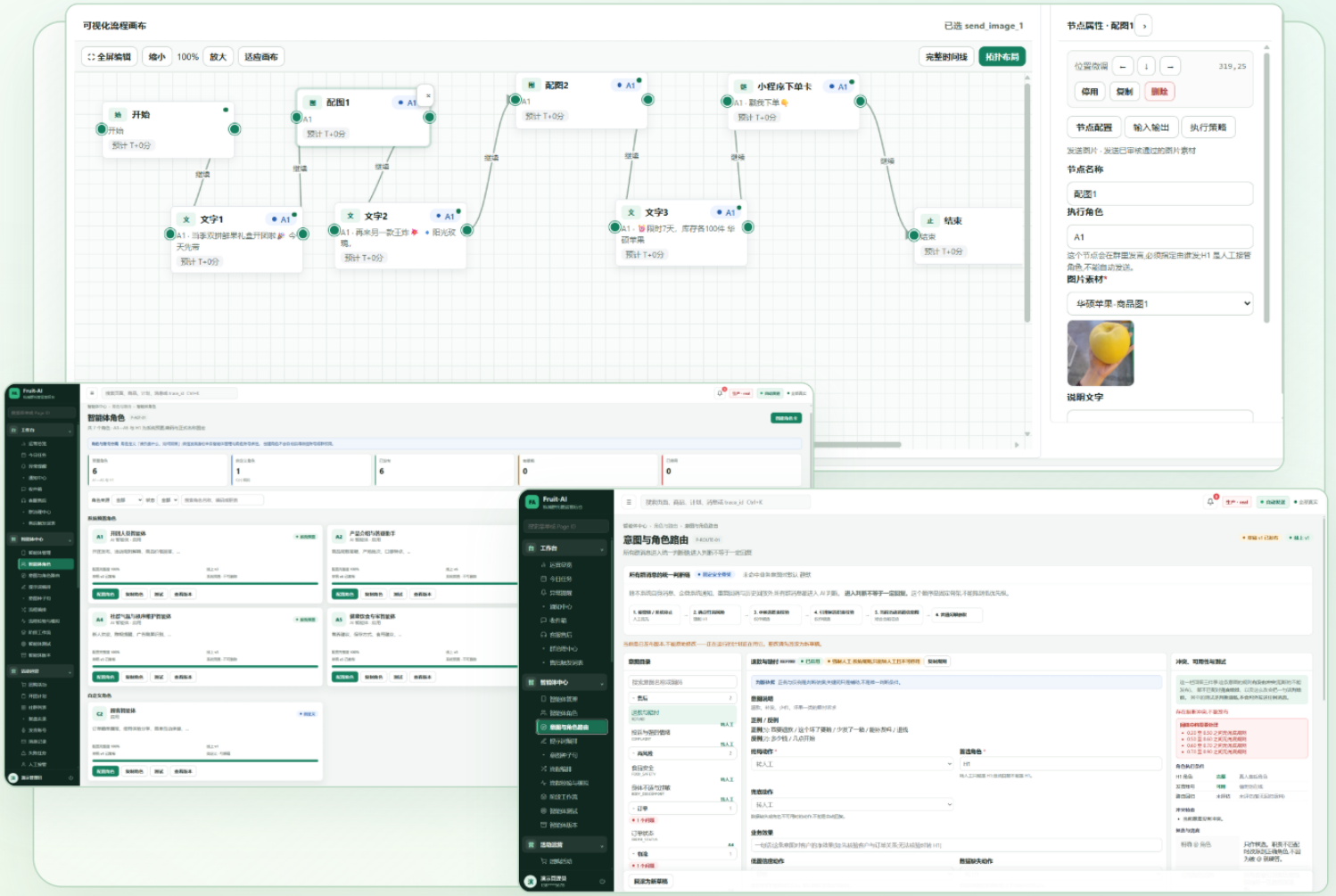
03 **变更后更新与复查**

商品及活动变化时维护知识与素材。价格、库存、门店与订单按接口更新机制核对，复查关键问题。

本节说明业务资料与知识维护。接口字段、数据时效和可调用范围按项目核定，价格、库存与订单以业务数据为准。

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。

04 / AI工牌

AICRM智能工牌，让接待可复盘、训练能落实

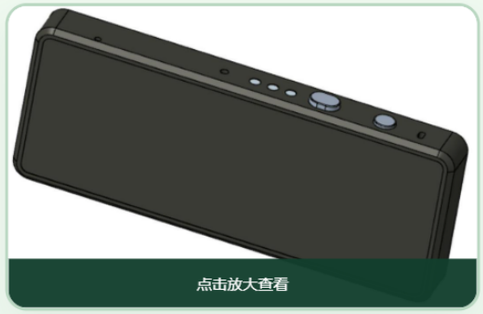
工牌记录获授权的接待与上课沟通，AICRM关联客户、员工和门店，分析需求与服务过程。每次服务后形成跟进建议、课后计划与能力训练任务，由微信智能体把重点送到员工，把经营早晚报、周报和月报送到店长。

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

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。

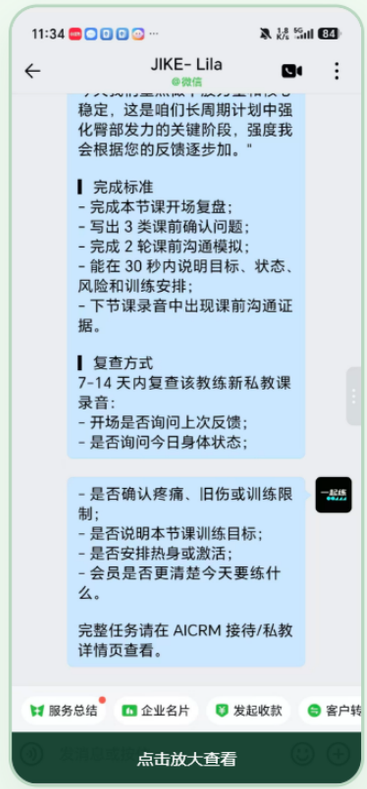
03 / 员工能力改进

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



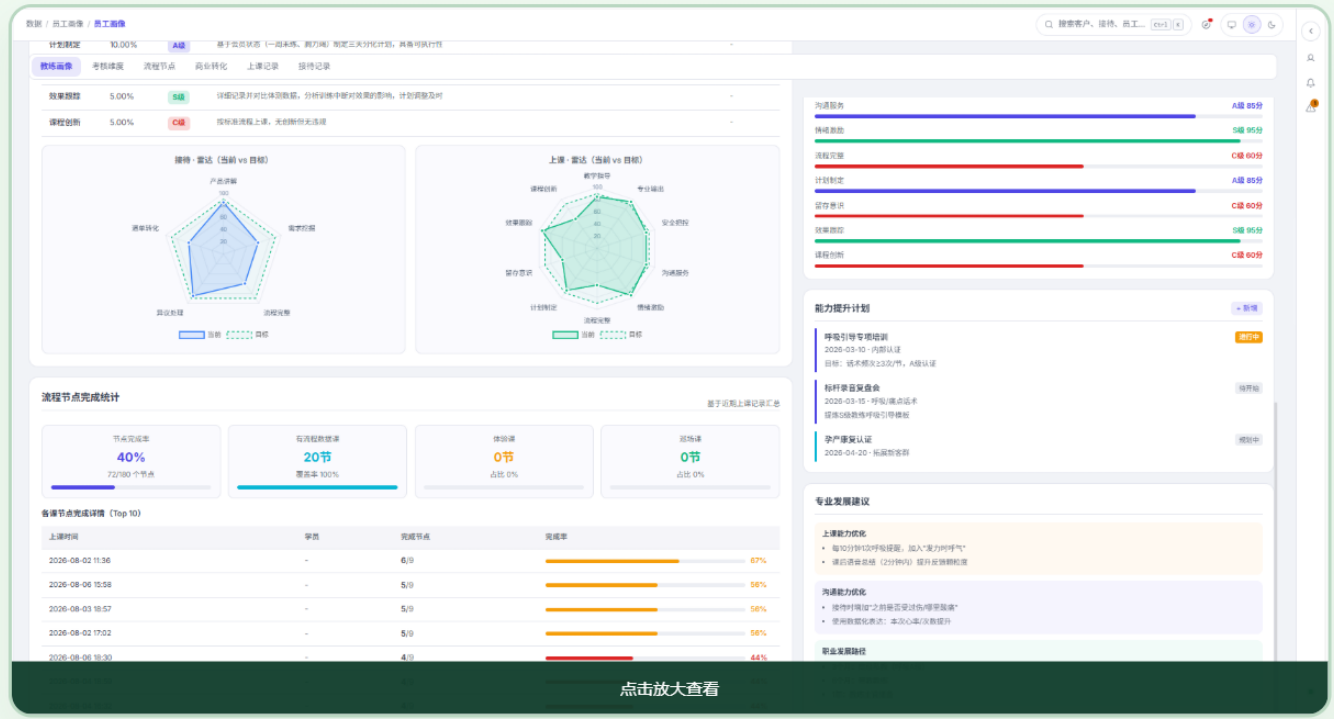
后台展示本次课程、完成情况、会员反馈与下一次安排，供教练确认和调整。

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。

员工分析 / 能力表现与提升计划



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。

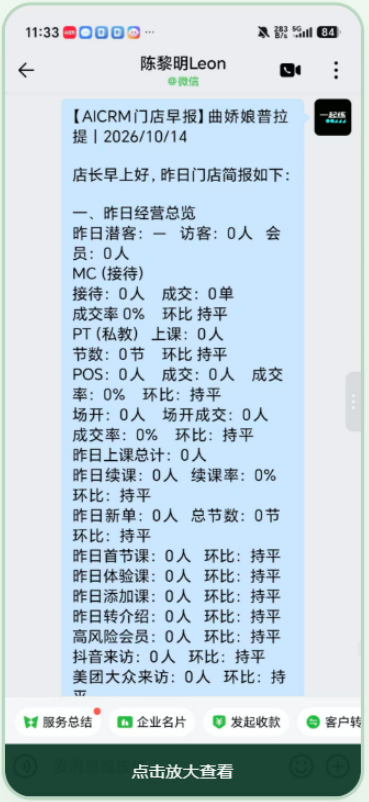
每月 / 月报

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。

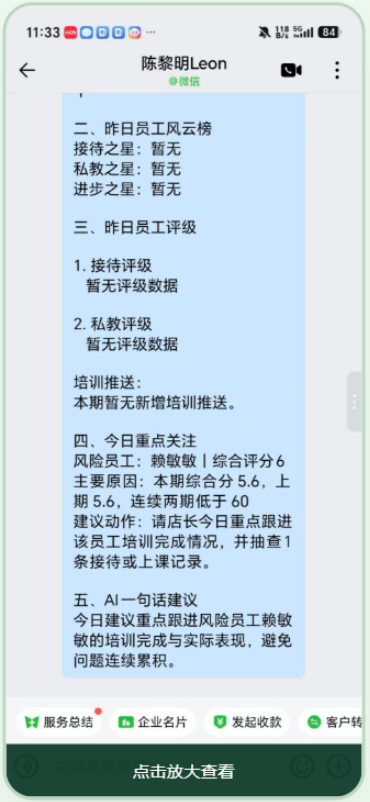
> 所附微信实录为早报的两个部分；晚报、周报和月报按已配置的计划分别推送。

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

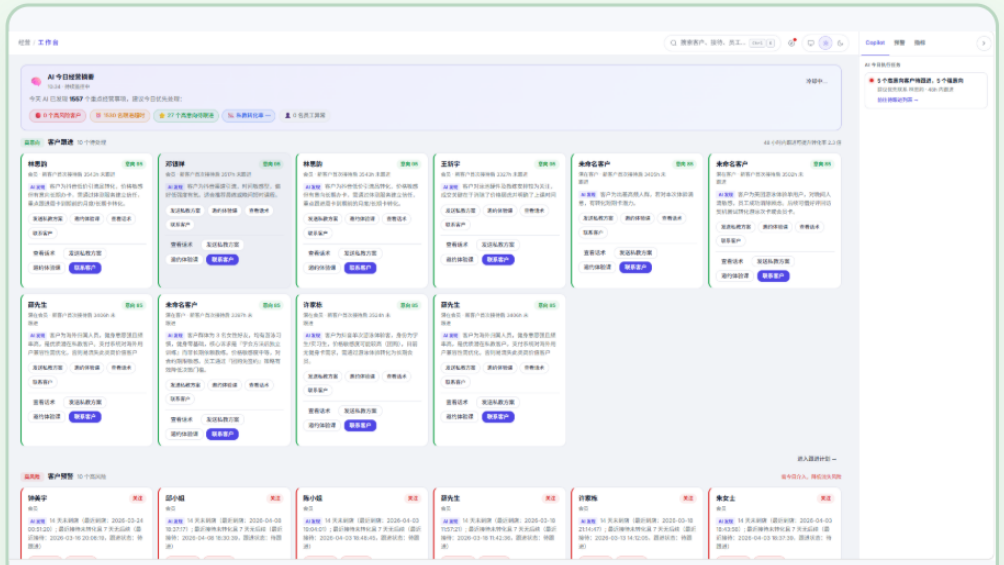
×

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。

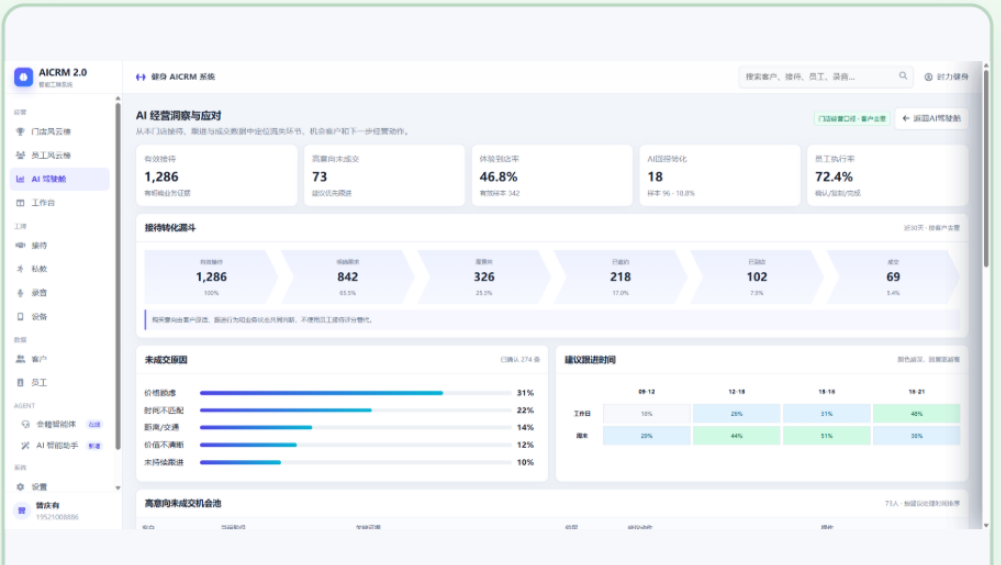
更多后台页面与产品物料

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。

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。

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。

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；客户的实时商品、库存、门店、商城与团长归属按业务范围专项适配。

已有产品基础，结合客户业务适配

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。

06 / 商务方案

四套产品，核心功能与交付内容

公域AI客服、微信销冠私聊、团购运营多智能体、AICRM智能工牌统一纳入交付规划。按产品说明做什么、交付什么，以及如何验证。

01 产品与功能　02 交付内容　03 联调验收　04 培训运维

01 公域AI客服　02 微信销冠私聊　03 团购运营多智能体　04 AICRM智能工牌

01 公域AI客服

查看产品介绍 →

抖音 / 美团咨询与获客

功能方向	核心功能	交付内容
平台接待	识别平台、店铺与客户咨询，在线答疑	平台店铺与商家映射、账号权限、响应触发及接管规则
商家知识	说明商品、价格、套餐、活动和服务规则	商品与服务资料、FAQ、知识库、语气及回复口径配置
平台购买	解答购买顾虑，引导对应平台商品入口	商品与团购入口清单、购买和核销说明、路径联调
留资交接	收集有效微信或手机号，交接来源和需求	留资字段、商家归属、群通知与销冠交接流程
运行管理	托管响应、转人工、维护与巡检	运行环境配置、测试记录、管理员操作培训与交接文档

验收重点　验证店铺识别、知识答复、平台购买入口、有效留资和销冠交接，异常能转交负责人。

02 微信销冠私聊

查看产品介绍 →

线索承接、主动加微与持续服务

功能方向	核心功能	交付内容
线索与加微	承接公域线索，主动发起好友申请	承接账号与通道、线索字段、来源摘要、好友状态核对
连续答疑	通过好友后延续需求，接住文字语音与图片咨询	商品知识、对话角色与话风、客户上下文和服务口径
资料与转化	提供图片、视频、定位和购买指引	素材库、门店位置、商城入口及到店或购买服务流程
入群与跟进	按意愿引导团购群，安排分阶段跟进	群与商家归属、入群方式、客户阶段、触发及时段规则
人工与控制	频控、暂停、拒绝联系及复杂问题交接	接管人员、异常处理规则、会话核对及操作培训

验收重点 分别核对线索接收、申请发送、好友通过、连续沟通和后续动作，不把引导消息作为成交或入群结果。

03 团购运营多智能体

查看产品介绍 →

微信群开团、答疑、转化与服务

功能方向	核心功能	交付内容
商品与知识	使用供应链和C端的商品、库存与门店资料	接口字段、更新规则、商品知识库与素材整理
角色与编排	多位AI员工分工，每日编排开团内容	岗位职责、人设话风、角色账号、开团流程与审核规则
互动与购买	群内接话答疑，发商品卡和购买入口	群与商家映射、互动规则、小程序卡片与商品路径配置
履约与售后	衔接到货、自提、群规及真人售后	业务事件范围、提醒模板、管理权限与售后接棒配置
记录与复盘	查看发布、咨询与交接记录，优化后续运营	运营后台配置、联调记录、群运营SOP与管理员培训

验收重点 验证商品准确、角色分工、开团发布、购买入口、履约提醒和售后交接，支付及处理结果以业务记录为准。

04 AICRM智能工牌

查看产品介绍 →

线下服务分析、训练与微信经营推送

功能方向	核心功能	交付内容
设备与记录	记录获授权的接待、服务和课程沟通	设备型号与数量清单、门店员工绑定、录音上传与运行配置
服务分析	转写复盘，形成客户与员工画像	岗位流程、分析标准、客户关联、访问权限与复核流程
跟进与计划	形成接待跟进和会员课后服务计划	跟进建议、课后计划模板、教练确认及任务查看流程
员工训练	定位缺口，生成具体练习与复查任务	训练目标、步骤、话术、完成标准、复查及状态配置
微信与经营	员工收任务，店长收早晚报和周月报	微信绑定、角色订阅、报表触发计划、后台经营看板与培训

验收重点 验证录音上传、客户员工关联、分析可回查、任务可执行、推送对象正确，以及早晚报和周月报计划。

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对外介绍资料

了解四套产品的核心功能、真实界面与协同路径，查看产品介绍、应用实录及实施资料。

产品与商务

四套产品的核心功能、交付范围与适配安排。

查看 / 下载PDF

应用与实录

团购联调记录、后台界面及体验安排。

查看 / 下载PDF

协同与实施

触点衔接、交易验证及专项交付。

查看 / 下载PDF

联系我们，预约产品体验

下载综合方案

本页可离线浏览，支持直接下载综合方案PDF。三册PDF查看入口适用于同目录资料包；单独转发HTML也可阅读正文、图片并下载综合方案。如需预约体验或了解合作细节，请联系向您提供本资料的负责人。