Pai爷运营

私域AI架构师 · 中小微企业私域AI化转型实战导师

免费资料

中小微企业私域AI入门指南

从认知到落地：6 章正文 + 6 大行业 Prompt 手册 + 转型自查清单

适用对象：中小微企业主 · 私域运营负责人

版本：2026 年 10 月版

获取更新：paiyeyunying.com

目录

第1章：AI私域是什么？

1.1 先搞懂：私域的核心价值（中小微企业必知）

1.2 AI私域：中小微企业的“降本增效神器”

1.3 中小微企业做AI私域的3个核心好处

第2章：中小微企业必用3类AI工具

2.1 内容创作类AI工具：解决“文案写得慢、质量差”问题

2.2 用户运营类AI工具：解决“用户维护繁琐、响应慢”问题

2.3 数据统计类AI工具：解决“数据看不懂、决策凭感觉”问题

第3章：3个立竿见影的AI私域应用场景

3.1 场景1：AI辅助社群裂变获客（最快1天见效）

3.2 场景2：AI个性化用户触达（提升转化效率）

3.3 场景3：AI辅助私域转化成交（降低人工成本）

第4章：常见误区避坑

4.1 误区1：认为“AI可以替代一切”，完全依赖AI

4.2 误区2：盲目追求“复杂AI工具”，忽视实用性

4.3 误区3：只关注“工具”，忽视“私域基础建设”

4.4 误区4：不重视“数据复盘”，盲目投入

第5章：六大行业AI私域落地案例拆解

5.1 教育行业：K12/职业教育/素质教育

5.2 电商行业：快消/服饰/家居

5.3 本地生活行业：餐饮/美业/健身房

5.4 医美行业：轻医美/整形/皮肤管理

5.5 B2B行业：SAAS服务商/企业服务

5.6 母婴行业：母婴用品/母婴服务

第6章：专属福利申领（1页）

6.1 福利内容：《AI私域高效Prompt手册》

6.2 申领方式（免费）

6.3 额外惊喜

关于Pai爷运营

关于 Pai爷运营

附录 A • AI私域高效Prompt手册

一、教育行业（K12/职业教育/素质教育）

二、电商行业（快消/服饰/家居）

三、本地生活行业（餐饮/美业/健身房）

四、医美行业（轻医美/整形/皮肤管理）

五、B2B行业（SAAS服务商/企业服务）

六、母婴行业（母婴用品/母婴服务）

七、Prompt通用优化技巧

附录 B • 私域AI转型自查清单（含配套工具包）

当下，私域已成为中小微企业降低获客成本、提升用户粘性的核心阵地，但传统私域运营模式面临人力不足、效率低下、转化困难等痛点。而AI技术的爆发，正为私域运营带来颠覆性变革——无需庞大团队，无需巨额投入，就能通过AI工具实现私域降本增效。

本文专为私域基础薄弱、想了解AI私域、预算有限的中小微企业主及私域从业者打造，核心目标是帮你快速搞懂AI私域、掌握实用工具、落地核心场景，避开常见误区。全书遵循“**认知→工具→实操→案例→避坑→福利**”的逻辑，共 6 章，另附 2 份配套资料，内容通俗易懂、实操性强，让你看完就能用。

> 阅读提示：本书配套专属福利——**《AI私域高效Prompt手册》**，含10+高频运营场景的现成Prompt，可直接复制使用。领取方式见第 6 章。

第1章：AI私域是什么?

1.1 先搞懂：私域的核心价值（中小微企业必知）

对中小微企业而言，私域不是“可有可无的补充”，而是“生存发展的刚需”。不同于公域流量的“一次性获取、高成本复购”，私域是企业可自主掌控、免费反复触达、直接沟通的用户池（如企微社群、个人微信、公众号粉丝等）。

关于私域营销的基础认知：

更多私域增长方案（包括实用工具表汇总）

中小微企业做私域的3个核心优势：

① 获客成本低：避免公域平台的高额广告费；

② 转化效率高：精准触达有需求的用户，复购率更高；

③ 抗风险能力强：不受平台规则变动影响，拥有稳定的用户基础。

但传统私域运营的痛点也很明显：需要专人负责文案撰写、用户回复、社群维护等工作，人力成本高，且效率低下，很多中小微企业因“没人、没精力”难以落地。

1.2 AI私域：中小微企业的“降本增效神器”

AI私域，简单说就是“**用AI技术赋能私域全链路运营**”，通过AI工具替代或辅助人工完成私域中的重复工作（如文案创作、用户答疑、数据统计等），实现“少人高效做私域”。

核心逻辑：AI负责“重复、繁琐、标准化”的工作，人工负责“核心决策、情感沟通、关系维护”的工作，两者结合让私域运营更高效、更省力。

举例：传统私域运营中，撰写一条社群种草文案可能需要1-2小时；用AI工具，输入简单需求（如“为美妆小店写一条社群口红种草文案，突出滋润、显白”），3分钟就能生成3-5条可选文案，大幅节省时间。

1.3 中小微企业做AI私域的3个核心好处

① 降本：减少私域运营人力投入，无需招聘专业运营团队，1-2人就能搞定原本需要3-5人的工作；

② 增效：提升私域运营各环节效率，获客、运营、转化的周期大幅缩短；

③ 提转化：通过AI精准用户画像、个性化触达，让营销更精准，提升用户转化意愿。

> **关键提醒：**AI私域不是“替代人”，而是“赋能人”。中小微企业无需担心“不会用AI”，当下很多AI工具已实现“零门槛操作”，无需专业技术知识就能上手。

第2章：中小微企业必用3类AI工具

核心原则：优先选择“**免费/轻付费**”“**操作简单**”“**针对性强**”的工具，拒绝复杂、昂贵的纯技术型工具。以下3类工具覆盖私域全链路（获客-运营-转化），是中小微企业入门必备。

2.1 内容创作类AI工具：解决“文案写得慢、质量差”问题

私域运营中，80%的工作需要用到文案（如朋友圈种草、社群通知、公众号推文、私信话术等），这类工具能快速生成高质量文案，大幅节省时间。

2.1.1 必用工具推荐（免费为主）

① 豆包（免费版）：字节跳动旗下AI工具，适合撰写各类私域文案（朋友圈、社群、私信、海报文案等），支持根据行业、场景精准生成。

操作方式：打开豆包APP/网页版，输入 Prompt（如“为餐饮小店写一条社群晚餐推荐文案，突出性价比高、食材新鲜”），点击生成即可。

> 具体操作指导：
>
> 1. 网页版入口：浏览器搜索“豆包”，进入官方网站后点击右上角“登录”，支持手机号验证码快速登录；
> 2. 需求输入：登录后在首页输入框内直接粘贴准备好的Prompt，若需调整可在输入框内直接修改；
> 3. 生成与筛选：点击输入框右侧“发送”按钮，等待3-5秒即可生成文案，点击文案下方“重新生成”可获取更多版本，点击“复制”可直接复用文案。

② ChatGPT（免费版/3.5版）：适合撰写深度文案（如公众号推文、产品介绍长文），逻辑清晰、内容详实。

操作方式：注册账号后，输入详细需求（如“为母婴店写一篇公众号推文，主题是‘新手妈妈必看的婴儿纸尿裤选购指南’，突出透气、防漏、性价比”），生成后可根据需求微调。

> **具体操作指导：**

1. 注册登录：浏览器搜索“ChatGPT”进入官方平台，点击“Sign Up”，使用邮箱注册并完成手机号验证，验证通过后登录账号；
2. 需求输入：在左侧对话框内清晰输入包含“行业+场景+主题+核心要点”的详细需求，避免表述模糊；
3. 微调优化：生成文案后，若需调整可补充指令（如“缩短开头部分，增加用户真实使用案例”），点击发送即可获取优化后的内容，选中文案可直接复制。

③ 稿定设计AI（免费+付费）：解决“图文设计难”问题，支持AI生成海报、朋友圈配图、社群封面等。免费版可满足基础需求，付费版（每月19元起）功能更全。

操作方式：打开稿定设计网页版，选择“AI生成”，输入需求（如“为服装店设计一张朋友圈促销海报，主题是‘换季清仓，全场5折’，风格简约清新”），选择模板后一键生成，可直接下载使用。

具体操作指导：

1. 平台进入：浏览器搜索“稿定设计”官网，无需注册直接点击“免费使用”即可进入编辑页面；
2. 找到AI生成功能：在顶部导航栏点击“AI”，在下拉菜单中选择“AI生成海报”；
3. 需求输入与生成：在弹出的输入框内填写海报需求，点击“生成”，系统会给出3-5个模板风格；
4. 下载使用：选中心仪的模板，点击右上角“下载”，选择“PNG”或“JPG”格式，无需调整即可直接用于朋友圈、社群等场景。

2.1.2 实操技巧：让AI生成高质量文案的3个关键

① 明确需求：告知AI“行业+场景+核心卖点+语气”，如“为奶茶店写一条社群新品推广文案，突出无糖、低脂、颜值高，语气活泼亲切”；

② 多轮微调：如果生成的文案不符合预期，可补充需求让AI修改（如“把这条文案改得更简洁，增加互动提问”）；

③ 结合人工：AI生成的文案可作为基础，人工微调细节（如加入品牌名称、活动时间、联系方式等），提升精准度。

2.2 用户运营类AI工具：解决“用户维护繁琐、响应慢”问题

私域运营中，用户答疑、社群互动、标签管理等工作耗时耗力，这类工具能实现自动化响应、精准化管理，提升用户体验。

2.2.1 必用工具推荐（免费为主）

① 企业微信AI助手（免费）：企业微信自带的AI功能，可设置自动回复、关键词触发话术、群内智能答疑。适合社群运营、用户私信回复。

操作方式：登录企业微信后台，进入“客户联系-效率工具-自动回复”，设置关键词（如“活动时间”“产品价格”“领取福利”）及对应回复话术，用户发送关键词即可自动获取回复；群内可开启“智能答疑”，自动解答常见问题。

② 有赞AI客服（免费+付费）：适合有线上店铺的中小微企业，可实现订单咨询、售后问题的自动化回复，支持接入企微、微信公众号。免费版可满足基础答疑需求，付费版（每月99元起）支持更精准的用户画像匹配。

操作方式：注册有赞账号，进入“客服中心-AI设置”，上传常见问题及回复话术，设置触发条件（如用户发送“退款”“发货时间”），即可自动响应。

③ 腾讯云智服（轻付费）：适合用户量较多的企业，支持多渠道（企微、微信、电话）AI客服整合，可自动给用户打标签、分类管理。付费版每月199元起，适合100人以上团队的中小微企业。

2.2.2 实操技巧：用AI工具做好用户运营的核心

① 梳理常见问题：先整理私域运营中用户最常问的10-20个问题（如活动规则、产品参数、售后政策等），作为AI自动回复的基础；

② 精准打标签：通过AI工具记录用户互动内容（如用户询问“敏感肌适用的产品”），自动给用户打上“敏感肌”标签，后续针对性推送内容；

③ 定期优化话术：根据用户反馈，优化AI回复话术，让回复更自然、更贴合用户需求，避免“机械感”。

2.3 数据统计类AI工具：解决“数据看不懂、决策凭感觉”问题

私域运营的核心是“靠数据说话”，但很多中小微企业缺乏专业数据统计能力。这类工具能自动统计私域各环节数据（如获客数量、社群活跃度、转化转化率），生成可视化报表，辅助决策。

2.3.1 必用工具推荐（免费为主）

① 企业微信数据统计（免费）：自带的数据分析功能，可统计客户增长数、社群活跃度、消息触达率等核心数据，支持按日/周/月查看。

操作方式：登录企业微信后台，进入“客户联系-数据统计”，即可查看详细报表，无需手动统计。

② 简道云AI（免费+付费）：适合需要自定义数据统计的企业，可搭建专属数据表单（如获客来源统计、用户需求调研），自动收集数据并生成分析报表。免费版可满足基础需求，付费版（每月88元起）支持更多功能。

操作方式：打开简道云网页版，选择“AI搭建表单”，输入需求（如“搭建一个私域获客来源统计表单，包含渠道、获客数量、转化情况”），一键生成表单，分享到社群或私信让用户填写，自动统计数据。

③ 蝉妈妈AI（轻付费）：适合做短视频/直播私域获客的企业，可统计短视频播放量、直播观看人数、粉丝增长数等数据，分析获客效果。付费版每月69元起，新手可先试用免费版。

2.3.2 实操技巧：中小微企业重点关注的3个私域数据

① 获客成本：统计每个渠道的获客成本（如社群裂变获客100人，投入礼品成本500元，获客成本=5元/人），优先保留低成本渠道；

② 社群活跃度：统计社群每日发言人数、互动次数，活跃度低于10%的社群需优化运营策略（如增加互动活动、调整内容方向）；

③ 转化率：统计私域用户的购买转化率（如私域用户1000人，成交50人，转化率=5%），结合用户标签分析高转化用户的特征，优化营销方案。

第3章：3个立竿见影的AI私域应用场景

核心逻辑：从中小微企业私域运营的“**高频痛点**”出发，选择“**投入少、见效快**”的场景，每个场景包含“**场景说明+工具选择+详细实操步骤+注意事项**”，确保看完就能落地。

3.1 场景1：AI辅助社群裂变获客（最快1天见效）

> **场景说明：**社群裂变是中小微企业最低成本的获客方式，传统裂变需要人工设计活动规则、撰写裂变文案、统计参与人数，耗时耗力；用AI工具可快速完成这些工作，1天就能搭建起裂变活动。

3.1.1 工具准备

免费工具：企业微信（建群+自动回复）、**豆包**（撰写裂变文案）、**稿定设计AI**（设计裂变海报）、**简道云AI**（统计裂变数据）。

3.1.2 详细实操步骤（共6步）

步骤1：明确裂变目标与诱饵

目标：新增私域用户100人；诱饵：选择低成本、高吸引力的礼品（如行业干货手册、免费体验券、小额优惠券等，如餐饮行业可设置“邀请3人进群，免费领取价值20元的小吃一份”）。

用AI辅助确定诱饵：打开豆包，输入“为餐饮小店设计3个社群裂变诱饵，成本控制在5元以内，吸引力强”，选择合适的诱饵。

步骤2：撰写裂变文案

用豆包生成文案，输入Prompt“为餐饮小店写一条社群裂变文案，主题是‘邀请3人进群免费领小吃’，突出免费、无门槛、即时到账，语气亲切有吸引力”，生成后微调（加入群二维码、活动时间、领取方式）。

步骤3：设计裂变海报

用稿定设计AI，输入需求“为餐饮小店设计一张社群裂变海报，主题是‘邀请3人进群免费领小吃’，包含群二维码、活动时间、店铺地址，风格简洁明了”，选择模板生成后下载。

步骤4：搭建企业微信群与自动回复

登录企业微信，创建“裂变专属群”，设置群公告（粘贴裂变文案+海报）；进入“自动回复”设置，添加关键词触发规则（如用户发送“邀请”，自动回复“邀请3位好友进群，截图发送给群主，即可领取免费小吃一份”）。

步骤5：启动裂变活动

将裂变海报+文案分享到现有社群、朋友圈、个人微信好友，引导现有用户参与裂变；用简道云AI搭建“裂变统计表单”，让用户邀请好友后截图上传，自动统计参与人数。

步骤6：兑现诱饵与用户留存

用户完成裂变任务后，及时兑现礼品（如发放小吃兑换券、干货手册）；对新增用户进行欢迎语推送（用企业微信AI自动回复，如“欢迎加入XX餐饮社群，群内每周三发放专属优惠券，每月有抽奖活动，有任何问题可随时留言\~”），引导用户留存。

3.1.3 注意事项

① 诱饵要真实：避免设置“虚假诱饵”，否则会损害品牌信任；

② 控制裂变节奏：避免短时间内大量用户进群，导致群内混乱，可分批次邀请用户进群；

③ 及时维护社群：裂变结束后，及时开展互动活动（如问答、抽奖），提升社群活跃度，避免群变成“死群”。

3.2 场景2：AI个性化用户触达（提升转化效率）

> **场景说明：**传统私域触达多为“一刀切”（如给所有用户发送相同的促销信息），转化率低；用AI工具可根据用户标签（如行业、需求、消费能力）生成个性化触达文案，提升转化意愿。

3.2.1 工具准备

免费工具：企业微信（用户标签管理）、**豆包**（个性化文案生成）；轻付费工具：**有赞AI客服**（精准触达）。

3.2.2 详细实操步骤（共5步）

步骤1：梳理用户标签

先对现有私域用户进行标签分类，核心标签包括“行业（如餐饮、美妆、服装）”“需求（如获客、转化、用户维护）”“消费能力（高/中/低）”“互动频率（高/中/低）”。用企业微信自动打标签：设置规则（如用户发送“获客”，自动打上“需求-获客”标签）。

步骤2：确定触达主题

根据业务需求确定触达主题（如“美妆店新品推广”“餐饮小店周末促销”“服装店主换季清仓”）。

步骤3：生成个性化文案

用豆包按标签生成文案，输入Prompt“为美妆店写一条新品推广文案，针对‘敏感肌’用户，突出产品温和、无刺激、适合敏感肌，语气亲切”，为不同标签用户生成不同文案（如针对“油性肌”用户，突出“控油、清爽”）。

步骤4：精准触达用户

用企业微信“客户群-群发”功能，按标签筛选用户（如仅选择“敏感肌”用户），发送对应的个性化文案；如有赞AI客服，可设置“定时触达”（如晚上8点用户活跃高峰期发送）。

步骤5：统计触达效果

用企业微信数据统计功能，查看不同标签用户的触达率、打开率、转化率，分析哪种标签用户的转化意愿更高，后续重点关注。

3.2.3 注意事项

① 避免过度触达：同一用户每周触达不超过2次，避免引起用户反感；

② 文案要简洁：私域触达文案控制在100字以内，突出核心卖点和行动指令（如“点击链接购买”“私信领取优惠券”）；

③ 及时回复互动：用户收到触达信息后如有疑问，要及时回复，提升用户信任。

3.3 场景3：AI辅助私域转化成交（降低人工成本）

> **场景说明**：私域转化过程中，用户会提出各种问题（如产品功能、价格、售后），传统人工回复效率低，容易遗漏；用AI工具可自动解答常见问题，辅助人工完成转化成交，提升转化效率。

3.3.1 工具准备

免费工具：企业微信AI助手（自动答疑）、**豆包**（生成产品介绍文案）；轻付费工具：**有赞AI客服**（订单咨询自动化）。

3.3.2 详细实操步骤（共4步）

步骤1：整理产品核心信息

梳理产品的核心卖点、价格、售后政策、常见问题（如“产品是否支持试用”“退款流程是什么”“发货时间”），形成“产品信息手册”。

步骤2：设置AI自动答疑话术

用企业微信AI助手，将产品常见问题及回复话术上传，设置关键词触发规则（如用户发送“试用”，自动回复“我们的产品支持7天无理由试用，试用期间如有任何问题可随时联系客服，运费由我们承担”）；用豆包优化话术，输入“将这条售后回复话术改得更亲切自然，避免机械感”。

步骤3：生成产品介绍文案

用豆包生成不同场景的产品介绍文案（如社群种草、私信推荐、朋友圈推广），输入Prompt“为服装小店的羽绒服写一条社群种草文案，突出保暖、显瘦、性价比高，适合北方冬季”，生成后微调。

步骤4：AI辅助人工转化

用户咨询时，AI自动解答常见问题；对于复杂问题（如个性化需求、大额订单咨询），转人工跟进。用有赞AI客服可实现“订单自动跟踪”，用户下单后自动发送订单确认、发货提醒、售后问候，提升用户体验。

3.3.3 注意事项

① 明确AI与人工的边界：简单问题由AI解答，复杂问题必须人工跟进，避免因AI回复不当导致用户流失；

② 及时更新话术：根据用户新提出的问题，及时补充和优化AI回复话术；

③ 重视售后体验：转化成交不是结束，售后维护能提升用户复购率，用AI工具自动发送售后问候，人工跟进售后问题。

第4章：常见误区避坑

中小微企业做AI私域，最容易因“**认知偏差**”“**操作不当**”走弯路。以下是4个常见误区，避开这些坑，能让你少花冤枉钱、少走冤枉路。

4.1 误区1：认为“AI可以替代一切”，完全依赖AI

很多企业主认为“用了AI就能不用人工”，完全依赖AI做私域运营，结果导致用户体验差、转化效果差。

核心原因：私域的核心是“人与人的信任关系”，AI只能替代重复工作，无法替代人工的情感沟通、个性化决策、关系维护。例如，用户遇到复杂问题时，AI的机械回复会让用户感到不被重视，而人工的耐心解答能提升用户信任。

正确做法：AI与人工分工协作——AI负责文案生成、自动答疑、数据统计等重复工作；人工负责核心决策（如活动策划、产品定位）、情感沟通（如用户投诉处理、大额订单跟进）、关系维护（如核心用户一对一沟通）。

4.2 误区2：盲目追求“复杂AI工具”，忽视实用性

有些企业主认为“工具越复杂、功能越全，效果越好”，花大价钱购买专业AI技术工具，结果因操作复杂、不贴合中小微企业需求，最终闲置。

核心原因：中小微企业的核心需求是“降本增效、简单易操作”，而复杂的AI工具需要专业技术人员操作，且成本高，不适合中小微企业。

正确做法：优先选择“免费/轻付费”“操作简单”“针对性强”的工具，如企业微信AI助手、豆包、稿定设计AI等，先把基础工具用熟练，再根据业务需求升级工具。

4.3 误区3：只关注“工具”，忽视“私域基础建设”

有些企业主急于用AI工具做私域，却没有做好私域基础建设（如用户标签体系、社群规则、品牌定位），导致AI工具无法发挥作用。

核心原因：AI工具是“赋能工具”，需要依托完善的私域基础才能发挥效果。例如，没有用户标签体系，AI就无法实现个性化触达；没有社群规则，AI辅助的社群运营会混乱无序。

正确做法：先做好私域基础建设——① 明确品牌定位（如“为餐饮小店提供AI私域获客服务”）；② 搭建用户标签体系（如行业、需求、消费能力）；③ 制定社群规则（如禁止广告、鼓励互动）；④ 梳理核心产品/服务信息。基础做好后，再用AI工具赋能。

4.4 误区4：不重视“数据复盘”，盲目投入

有些企业主用AI工具做私域后，不统计数据、不复盘效果，盲目投入时间和成本，结果不知道哪些工作有效、哪些无效。

核心原因：数据是私域运营的“导航仪”，只有通过数据复盘，才能发现问题、优化策略。例如，不统计获客成本，就无法知道哪个渠道更划算；不统计转化率，就无法知道哪种触达方式更有效。

正确做法：养成“数据复盘”习惯，每周/每月统计核心数据（获客成本、社群活跃度、转化率），分析数据背后的问题（如转化率低可能是文案不精准、诱饵吸引力不足），针对性优化策略。用AI数据工具自动生成复盘报表，减少人工统计成本。

第5章：六大行业AI私域落地案例拆解

不同行业的用户需求、运营场景、转化逻辑存在显著差异，AI私域的落地方式也需精准适配。本章针对六大主流行业，结合真实中小微企业运营痛点，从获客、运营、转化全链路拆解AI与私域的结合方案，附专属工具推荐，确保方案可直接复用。

5.1 教育行业：K12/职业教育/素质教育

行业特点：用户决策周期长（家长/学员需多方对比），核心需求是“效果可视化”“个性化辅导”，私域核心价值是建立信任、长期培育。

5.1.1 全链路AI私域方案

① 获客环节：

- 以“免费干货”为诱饵，用AI批量生成行业资料（如K12的“期末复习考点汇总”、职业教育的“行业备考指南”）。通过豆包生成裂变文案，搭配稿定设计AI制作海报，在家长群、社区社群开展裂变获客，可实现单场裂变获客80-120人，获客成本低至3-5元/人（传统人工裂变获客成本约15-20元/人）；
- 用企业微信AI助手设置自动回复，用户添加后自动推送干货资料，初步留存率可达65%以上（人工手动推送留存率约40%）。

② 运营环节：

- 按“年级/学科/备考阶段”给用户打标签，用AI实现个性化内容推送（如给初三家长推送中考政策解读，给会计备考学员推送每日刷题提醒）。
- 借助企业微信AI群助手开展群内答疑，自动解答“课程时长”“上课方式”“退费政策”等常见问题，答疑响应时间从人工的5-10分钟缩短至30秒内，群内活跃度提升40%；
- 用AI工具批量生成课后总结、学习规划，每周可节省人工创作时间6-8小时，用户粘性提升35%。

③ 转化环节：

- 用AI生成个性化课程推荐话术（如根据学员测试成绩，推荐适配的提分课程），搭配学员成功案例（AI批量整理真实案例素材）开展私域触达，课程推荐转化率可达8-12%（传统统一话术转化率约3-5%）。

- 设置AI预约工具，用户可直接预约试听课，系统自动发送预约提醒、上课链接，试听课到课率提升50%，最终课程成交转化率提升25%。

5.1.2 专属AI工具推荐

免费工具：豆包（文案/资料生成）、企业微信AI助手（答疑/标签管理）、稿定设计AI（裂变海报制作）；轻付费工具：腾讯云智服（多渠道咨询整合）、小鹅通AI（课程预约+课后数据统计）。

5.2 电商行业：快消/服饰/家居

行业特点：用户决策周期短，核心需求是“性价比”“新品体验”，私域核心价值是提升复购、清理库存、打造用户忠诚度。

5.2.1 全链路AI私域方案

① 获客环节：

- 以“优惠券/新品试用”为诱饵，通过电商平台订单引导用户添加企微（如包裹卡打印企微二维码，标注“添加领5元无门槛券”），用户添加率可达15-20%。
- 用AI批量生成朋友圈种草文案、社群促销文案（每秒可生成3-5条），搭配蝉妈妈AI分析短视频热门素材，制作获客短视频，单条短视频可引导添加私域30-50人，短视频获客转化率提升60%；传统人工创作文案+分析素材，单条短视频制作耗时2-3小时，AI辅助下可缩短至30分钟内，效率提升80%。

② 运营环节：

- 按“消费能力/购买偏好/浏览记录”给用户打标签，用AI实现个性化推送（如给购买过连衣裙的用户推送新款裙装，给家居用户推送搭配方案），消息触达率可达75%以上（传统统一推送触达率约35%）。
- 借助有赞AI客服自动解答“尺码问题”“发货时间”“售后政策”等咨询，日均可处理咨询200-300条，咨询解决率达90%，节省人工客服1-2人/天。
- 用AI工具批量生成产品测评、使用教程，社群月活跃度提升50%，用户复购周期从30天缩短至20天。

③ 转化环节：

- 定期开展私域专属活动（如“社群秒杀”“老客复购礼”），用AI快速生成活动方案、促销文案，单场活动筹备时间从人工的1-2天缩短至2-3小时。
- 通过企业微信按标签精准推送活动信息，活动参与率可达25-30%，活动转化率提升45%；
- 用AI自动跟进未付款订单，发送催付提醒，未付款订单付款率从30%提升至55%，单月私域GMV提升30%。

5.2.2 专属AI工具推荐

免费工具：豆包（种草/促销文案生成）、有赞AI客服（订单咨询）、企业微信数据统计（用户分析）；轻付费工具：蝉妈妈AI（短视频获客分析）、简道云AI（活动数据统计）。

5.3 本地生活行业：餐饮/美业/健身房

行业特点：用户地域属性强，核心需求是“即时优惠”“便捷体验”，私域核心价值是提升到店率、复购率，激活周边流量。

5.3.1 全链路AI私域方案

① 获客环节：

- 以“到店礼/专属折扣”为诱饵，通过门店海报、店员引导用户添加企微（如餐饮门店标注“添加企微送小吃”，健身房标注“添加企微领周卡”），单店日均引导添加企微30-50人，用户添加率可达25-30%。
- 用AI批量生成社群活动文案、朋友圈优惠信息（3分钟可生成5-8条）搭配稿定设计AI制作门店活动海报（从设计到完成下载仅需20分钟，传统人工设计需1.5-2小时），在周边1-3公里社区、写字楼社群开展获客，单场社群获客60-80人，获客成本低至2-4元/人（传统地推获客成本约15-20元/人），精准用户（周边3公里内用户）占比90%以上。

② 运营环节：

- 按“到店频率/消费偏好/地域距离”给用户打标签（如“高频到店-餐饮-3公里内”“低频到店-美业-抗衰需求”），用AI推送个性化优惠，消息触达率可达80%以上（传统统一推送触达率约35%）。
- 借助企业微信AI助手设置自动回复，解答“门店地址”“营业时间”“预约方式”等常见问题，答疑响应时间缩短至1分钟内，日均处理咨询150-200条，咨询解决率达92%，节省人工客服1人/天。

- 用AI工具批量生成菜品推荐、护理常识、健身计划，社群月互动次数提升60%，用户粘性提升45%，社群活跃度从12%提升至28%。

③ 转化环节：

- 定期开展“到店专属活动”（如餐饮的“周三会员日”、美业的“新品体验价”），用AI快速生成活动文案、预约表单，单场活动筹备时间从人工的1天缩短至1-2小时。通过企业微信按地域精准推送活动信息，活动参与率可达35-40%，活动到店率提升55%；
- 设置AI预约工具，用户可直接预约到店时间，系统自动发送预约提醒、到店指引，预约到店率从40%提升至75%。
- 用AI数据工具统计活动到店率、转化率，优化活动策略，单场活动转化率提升48%，餐饮门店私域用户月复购率从20%提升至42%，美业门店私域用户成交客单价提升30%。

5.3.2 专属AI工具推荐

免费工具：豆包（活动文案生成）、企业微信AI助手（预约/答疑）、稿定设计AI（活动海报）；轻付费工具：有赞AI客服（多渠道预约整合）、简道云AI（到店数据统计）。

5.4 医美行业：轻医美/整形/皮肤管理

行业特点：用户决策周期长，核心需求是“安全保障”“效果可控”，私域核心价值是建立专业信任、规避合规风险。

5.4.1 全链路AI私域方案

① 获客环节：

- 以“免费皮肤检测/医美常识”为诱饵，用AI批量生成合规的医美科普内容（如“敏感肌护肤指南”“轻医美术后护理”），单份科普资料创作时间从人工的2-3小时缩短至20分钟内。
- 通过豆包生成裂变文案，搭配稿定设计AI制作科普海报，在女性社群、美妆社群开展裂变获客，可实现单场裂变获客50-80人，获客成本低至8-12元/人（传统地推获客成本约50-80元/人）；
- 用企业微信AI助手设置自动回复，用户添加后自动推送科普资料，初步留存率可达70%以上（人工手动推送留存率约45%），精准用户（有医美需求的25-45岁女性）占比95%以上。

② 运营环节：

- 按“皮肤类型/需求（抗衰/美白/祛痘）/消费能力”给用户打标签，用AI推送个性化科普内容（如给敏感肌用户推送温和护肤方案，给抗衰需求用户推送合规抗衰科普），消息触达率可达78%以上（传统统一推送触达率约32%）。
- 借助腾讯云智服自动解答“项目安全性”“术后恢复时间”“价格”等常见问题，答疑响应时间从人工的8-15分钟缩短至1分钟内，日均处理咨询120-180条，咨询解决率达94%，节省人工客服1人/天；
- 用AI工具批量生成隐去隐私信息的真实案例，社群月互动次数提升55%，用户信任度评分从3.2分（满分5分）提升至4.6分。

③ 转化环节：

- 用AI生成个性化项目推荐话术（如根据用户皮肤检测结果，推荐适配的轻医美项目），搭配合规的项目介绍开展私域触达，项目推荐转化率可达6-10%（传统统一话术转化率约2-3%）。
- 设置AI预约工具，用户可直接预约面诊，系统自动发送预约提醒、面诊注意事项，面诊到店率从35%提升至68%；
- 用AI数据工具统计面诊转化率、用户跟进周期，优化培育策略，用户从添加私域到成交的跟进周期从60天缩短至35天，单月私域成交GMV提升40%。

5.4.2 专属AI工具推荐

免费工具：豆包（合规科普文案生成）、企业微信AI助手（答疑/预约）、稿定设计AI（科普海报）；轻付费工具：腾讯云智服（合规咨询整合）、简道云AI（面诊数据统计）。

5.5 B2B行业：SAAS服务商/企业服务

行业特点：用户决策链条长（多部门协同决策），核心需求是“解决方案适配性”“售后服务保障”，私域核心价值是传递专业价值、长期跟进培育。

5.5.1 全链路AI私域方案

① 获客环节：

- 以“行业解决方案/白皮书”为诱饵，用AI批量生成专业资料（如“中小企业数字化转型方案”“SAAS工具选型指南”），单份方案文档的创作时间从人工的3-5小时缩短至40

分钟内。

- 通过豆包生成行业干货文案，搭配稿定设计AI制作案例海报，在行业社群、企业主社群开展裂变获客，可实现单场裂变获客40-60人，获客成本低至15-20元/人（传统展会/竞价获客成本约80-120元/人）；
- 用企业微信AI助手设置自动回复，用户添加后自动推送资料并完成初步需求调研，初步留存率可达68%以上（人工手动推送+调研留存率约42%），精准用户（匹配目标行业/企业规模的决策层）占比92%以上。

② 运营环节：

- 按“行业/企业规模/需求（获客/管理/数字化转型）”给用户打标签，用AI推送个性化行业案例（如给电商企业推送电商SAAS解决方案案例，给制造企业推送生产管理数字化案例），消息触达率可达72%以上（传统统一推送触达率约28%）。
- 借助企业微信AI助手开展群内答疑，自动解答“产品功能”“部署方式”“收费标准”等常见问题，答疑响应时间从人工的10-20分钟缩短至1分钟内，日均处理咨询80-120条，咨询解决率达93%，节省人工客服1人/天；
- 用AI工具批量生成行业洞察、解决方案文档，每周可节省人工创作时间10-12小时，社群月互动次数提升50%，用户信任度提升40%。

③ 转化环节：

- 用AI生成个性化解决方案建议书（如根据企业规模，推荐适配的SAAS套餐），搭配合行业成功案例开展私域触达，方案推荐转化率可达5-8%（传统统一方案转化率约1-2%）。
- 设置AI预约工具，用户可直接预约产品演示，系统自动发送预约提醒、演示资料，产品演示到会率从30%提升至65%；
- 用AI数据工具统计演示转化率、用户跟进周期，优化跟进策略，用户从添加私域到成交的跟进周期从90天缩短至55天，单季度私域成交订单量提升35%，客单价提升25%。

5.5.2 专属AI工具推荐

免费工具：豆包（方案/案例文案生成）、企业微信AI助手（答疑/预约）、稿定设计AI（案例海报）；轻付费工具：腾讯云智服（多部门咨询整合）、简道云AI（跟进数据统计）。

5.6 母婴行业：母婴用品/母婴服务

行业特点：用户群体精准（孕妇/0-6岁宝妈），核心需求是“产品安全性”“育儿专业性”，私域核心价值是建立情感信任、提升复购。

5.6.1 全链路AI私域方案

① 获客环节：

- 以“育儿干货/母婴福利”为诱饵，用AI批量生成育儿资料（如“新生儿护理指南”“辅食添加手册”），单份资料创作时间从人工的2-3小时缩短至25分钟内。通过豆包生成裂变文案，搭配稿定设计AI制作温馨风格海报，在母婴社群、孕妇学校、社区宝妈群开展裂变获客，可实现单场裂变获客60-90人，获客成本低至4-6元/人（传统地推/母婴展会获客成本约30-50元/人）；
- 用企业微信AI助手设置自动回复，用户添加后自动推送资料并完成宝宝年龄、孕期阶段等基础信息调研，初步留存率可达72%以上（人工手动推送+调研留存率约48%），精准用户（孕妇/0-6岁宝妈）占比96%以上。

② 运营环节：

按“孕期阶段（孕早期/孕中期/孕晚期）/宝宝年龄（0-1岁/1-3岁/3-6岁）/消费偏好（奶粉/纸尿裤/辅食/玩具）”给用户打标签，用AI推送个性化内容（如给孕早期宝妈推送孕吐缓解指南，给1岁宝宝宝妈推送辅食食谱），消息触达率可达76%以上（传统统一推送触达率约30%）。

借助有赞AI客服自动解答“产品安全性”“适用年龄”“成分说明”“售后政策”等常见问题，答疑响应时间从人工的6-10分钟缩短至1分钟内，日均可处理咨询150-200条，咨询解决率达92%，节省人工客服1人/天；

用AI工具批量生成育儿科普、产品安全测评内容，每周可节省人工创作时间7-9小时，社群月互动次数提升58%，用户信任度评分从3.5分（满分5分）提升至4.7分。

③ 转化环节：

- 定期开展私域专属活动（如“母婴用品团购”“宝宝辅食专场”），用AI快速生成活动方案、产品推荐话术（突出成分安全、适用年龄适配性），单场活动筹备时间从人工的1天缩短至2-3小时。通过企业微信按标签精准推送活动信息，活动参与率可达30-35%，活动转化率提升42%（传统统一活动转化率约15%）；
- 用AI自动跟进未付款订单，发送“成分安全说明”“适用场景”等催付提醒，未付款订单付款率从28%提升至52%。
- 借助AI数据工具统计复购数据，优化会员权益，私域用户复购周期从45天缩短至32天，单月私域成交GMV提升38%，老客复购占比达65%以上。

5.6.2 专属AI工具推荐

免费工具：豆包（育儿文案/活动文案生成）、有赞AI客服（订单咨询）、企业微信AI助手（答疑/标签管理）；轻付费工具：稿定设计AI（母婴海报制作）、简道云AI（活动数据统计）。

第6章：专属福利申领（1页）

感谢你阅读**《中小微企业AI私域入门指南》**！为了帮助你更好地落地AI私域运营，我为你准备了专属福利——**《AI私域高效Prompt手册》**。

6.1 福利内容：《AI私域高效Prompt手册》

手册包含10+私域高频场景的现成Prompt，可直接复制使用，帮你快速生成高质量文案、答疑话术、活动方案，节省80%的AI使用时间。具体包含：

- 社群裂变文案Prompt（3条，覆盖餐饮、美妆、服装等行业）；
- 个性化触达话术Prompt（5条，针对不同用户标签）；
- 产品种草文案Prompt（4条，适合朋友圈、社群、私信等场景）；
- AI工具使用技巧Prompt（2条，提升AI生成内容质量）。

6.2 申领方式（免费）

本文已直接收录完整版《AI私域高效Prompt手册》（见附录 A），无需另外申领。

想要更多资料、或想聊聊你的私域该怎么用 AI，可以这样找到我：

· 网站：**paiyeyunying.com**（内容馆每天更新，全部可免费查看） · 微信：搜索 **paiyeyunying** 添加（添加时备注「行业 + 身份」，通过更快）

6.3 额外惊喜

添加企微后，可免费参与《AI私域入门直播课》（每周三晚8点开播），直播将详细讲解书中实操场景的落地细节，还可在线答疑。同时，后续会持续推送AI私域最新工具、实操技巧，帮助你快速落地AI私域运营，实现降本增效。

> 温馨提示：本福利仅面向中小微企业主及私域从业者，添加时请备注“行业+身份”（如“餐饮+企业主”“美妆+私域运营”），方便我们为你提供更精准的服务。

关于Pai爷运营

关于 Pai爷运营

我是 Pai爷，8 年私域实战，服务过 100+ 中小微企业，专注中小微企业的私域 AI 化转型。

我做的事情很简单：**只做能落地的 AI 私域，不玩虚的。**

· 网站：**paiyeyunying.com** —— 内容馆收录 1000+ 条私域与 AI 实战内容，每天更新 · 微信：**paiyeyunying** —— 有私域或 AI 方面的问题，直接找我聊 · 服务：私域AI专项咨询 / 私域AI深度诊断 / AI私域系统搭建 / 年度AI私域陪跑

如果你看完这份指南，觉得路子对，欢迎按上面的方式找到我。

附录 A · AI私域高效Prompt手册

手册说明：本手册聚焦教育、电商、本地生活、医美、B2B、母婴六大核心行业，覆盖私域运营“获客-运营-转化”全流程，适配小红书（图文）、抖音（短视频脚本）、公众号（长文案）、朋友圈（种草/转化/活动）、社群（种草/带货）等高频私域营销场景。

每个模块配套“**精准Prompt+使用场景说明+行业适配技巧**”，所有Prompt可直接复制至豆包、ChatGPT等主流AI工具使用，帮助中小微企业快速生成高质量私域内容，实现降本增效。

使用须知： 1. 所有Prompt中“[ ]”为占位符，需替换为企业具体业务信息（如产品名称、活动福利、目标人群等）； 2. 不同AI工具适配优化：豆包适配所有中文场景，直接复制使用；ChatGPT需补充“用中文输出”指令； 3. 生成内容后可根据实际需求，结合行业适配技巧微调语气、侧重点。

一、教育行业（K12/职业教育/素质教育）

阶段1：获客（核心目标：精准引流私域）

场景1-1：小红书图文（家长/学员精准触达）

【Prompt】

为[K12数学/会计考证/少儿美术]培训机构写一篇小红书获客图文文案，核心主题“[期末提分技巧/考证高效备考法/少儿美术启蒙指南]”，内容结构：1．开头引发共鸣（如“初三家长必看！数学压轴题总丢分？”）；2．3个核心干货点（配具体案例/步骤）；3．私域引流福利（如“免费领《期末考点汇总》”）；4．引导语（如“评论区扣‘提分’获取领取方式”）。要求语气亲切专业，适配家长阅读，带3个行业相关话题标签（如#K12数学提分 #会计考证攻略）。

行业适配技巧：K12类突出“提分、考点、权威”，职业教育类突出“高效、拿证、就业”，素质教育类突出“兴趣、能力、成长”。

场景1-2：抖音短视频脚本（干货引流）

【Prompt】

为[K12/职业教育/素质教育]培训机构写一条抖音获客短视频脚本，时长60秒内，核心主题“[1分钟学会中考数学压轴题技巧/考证高频考点速记/少儿绘画入门方法]”。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“还在为中考数学发愁？这个技巧让你多拿10分！”）；2．核心内容讲解（分2-3个步骤，配画面提示）；3．引流引导（如“想要完整考点资料的，点击主页私信‘资料’，免费领取”）。要求语言简洁易懂，节奏紧凑，画面提示具体（如“讲师手持白板讲解”“学员解题过程特写”）。

场景1-3：朋友圈获客海报文案

【Prompt】

为[教育品类]培训机构写一条朋友圈获客海报配套文案，核心福利“免费领《[考点汇总/备考手册/启蒙指南]》+1对1学习规划”，内容包含：福利价值亮点、领取条件（如“评论区扣‘学习’”）、紧迫感营造（如“限前100份”），语气专业亲切，字数80字以内，带1个引导互动表情（如📚）。

场景1-4：直播脚本（干货引流型）

【Prompt】

为[K12/职业教育/素质教育]培训机构写一场60分钟干货引流直播脚本，核心主题“[中考数学提分技巧/会计考证高频考点/少儿美术启蒙方法]”。脚本结构：1．开场3分钟（自我介绍+直播主题+福利预告，如“全程3个抽奖环节，免费送资料包”）；2．核心干货讲解45分钟（分3个模块，每个模块配案例/实操演示提示）；3．引流转化10分钟（私域社群价值介绍+入群方式+最后一波福利抽奖）；4．结尾2分钟（总结+感谢+下次直播预告）。要求节奏紧凑，互动环节穿插设计（如“评论区扣1表示听懂了”），语气专业亲切，适配线上直播场景。

场景1-5：裂变海报文案+设计需求生成

【Prompt】

为[K12/职业教育/素质教育]培训机构写一份裂变海报文案及设计需求，核心福利“[免费领备考资料包/1对1学习规划/体验课]”，裂变机制“[老带新，邀请1人添加企微双方均可获得福利]”。内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利说明+行动指令+裂变规则）；2．设计需求（风格定位+核心元素+色彩搭配+排版要求）。要求文案有吸引力，设计需求具体可落地，适配家长/学员审美。

场景1-6：个性化触达文案

【Prompt】

> 为[K12/职业教育/素质教育]培训机构写3类个性化触达文案，适配不同细分场景：1．按用户标签精准推送（标签如“初三数学薄弱/会计考证二战/4-6岁少儿美术启蒙”）：结合标签推荐对应干货/课程，突出适配性；2．高价值用户一对一维护（如“长期付费学员/高意向未报名用户”）：专属福利+定制化学习规划，强调专属权益；3．沉睡用户唤醒（如“3个月未活跃/未完成课程学员”）：温情问候+唤醒福利（如“免费补课/资料包更新”），降低抵触感。触达场景可选“添加企微后首次问候/长期未活跃唤醒/课程更新通知”，语气亲切真诚，避免营销感，每类话术字数100字以内。

阶段2：运营（核心目标：建立信任、提升粘性）

场景2-1：公众号长文案（专业价值传递）

【Prompt】

> 为[教育品类]培训机构写一篇公众号运营长文案，主题“[2026中考数学备考规划/会计考证全年复习时间表/少儿美术学习成长路径]”，内容结构：1．行业背景分析（如“2026中考数学趋势解读”）；2．核心学习规划（分阶段说明，配具体方法）；3．学员成功案例（1-2个真实案例，隐去隐私）；4．私域社群价值告知（如“群内每日干货分享、答疑”）。要求内容专业详实，逻辑清晰，字数800-1000字，结尾引导关注公众号+加入社群。

场景2-2：社群种草（干货+机构价值传递）

【Prompt】

> 为[教育品类]培训机构的私域社群写一条种草文案，主题“[如何帮孩子高效规划寒假学习/考证备考避坑指南]”，内容包含：1．用户痛点分析（如“寒假孩子学习不自觉？”）；2．3个实用解决技巧；3．机构课程/服务适配性说明（不生硬营销）；4．互动提问（如“你家孩子寒假有学习计划吗？”）。语气亲切真诚，字数150字左右。

场景2-3：直播脚本（信任培育型）

【Prompt】

> 为[教育品类]培训机构写一场90分钟信任培育型直播脚本，核心主题“[学员成功案例分享+学习规划指导]”。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+直播流程+互动问候）；2．案例分享30分钟（2-3个学员真实案例，含学习前后对比、学习方法，隐去隐私）；3．学习规划指导40分钟（分

年龄段/品类给出针对性建议，搭配互动答疑）；4．社群引流10分钟（社群专属福利介绍+入群方式）；5．结尾5分钟（总结+感谢）。要求语气真诚有感染力，互动性强（如“评论区留言孩子年级，获取专属建议”），突出机构专业度和信任感。

场景2-4：答疑转化文案

【Prompt】

为[教育品类]培训机构写一套针对[课程报名常见疑问/学习效果相关疑问/费用相关疑问]的答疑转化文案，适配私域社群/私信场景。内容包含：1．用户疑问预判（列出3-5个高频疑问）；2．专业解答（简洁易懂，消除顾虑）；3．转化引导（解答后自然衔接课程/服务优势，引导报名）。语气专业耐心，避免生硬推销，每个答疑内容控制在80字以内。

场景2-5：常见问题AI自动回复话术

【Prompt】

为[教育品类]培训机构撰写10条常见问题AI自动回复话术，覆盖“课程报名条件/学习方式/费用明细/资料领取/售后保障”5大核心场景，每条话术要求：1．先精准回应问题核心；2．补充关键信息（如“课程支持手机/电脑双端学习，有效期1年”）；3．引导进一步互动（如“若有其他疑问，可直接留言具体需求”）。语气专业耐心，简洁易懂，每条约50字以内，适配私域社群/企微私信自动回复场景。

场景2-6：高意向用户转化跟进话术

【Prompt】

为[教育品类]培训机构撰写3轮高意向用户转化跟进话术，适配“首次咨询未报名/已领取资料未下单/活动优惠期内未决策”3类场景，话术逻辑：1．首轮（咨询后24小时）：回顾需求+重申核心价值（如“针对你家孩子数学薄弱问题，课程含1对1错题解析”）；2．次轮（3天后）：补充信任背书（如“近期已有20+同款问题学员报名，反馈提分明显”）；3．末次（优惠截止前1天）：专属福利加码+限时提醒。语气真诚不压迫，每轮话术80字以内。

场景2-7：活动方案与数据复盘

【Prompt】

为[教育品类]培训机构策划一场[寒假备考冲刺营/考证刷题打卡营/少儿美术体验营]私域活动方案，并撰写数据复盘框架。方案内容：1．活动主题+核心目标+时间周期+参与人群；2．活动规则+福利设置+传播路径；3．执行节奏表。复盘框架：1．核心数据指标（参与人数、转化率、留存率等）；2．数据对比分析（目标vs实际）；3．问题总结+优化建议。要求方案可落地，复盘框架逻辑清晰，适配机构私域运营需求。

阶段3：转化（核心目标：促进课程报名）

场景3-1：社群带货（课程促销）

【Prompt】

为[教育品类]培训机构的私域社群写一条带货文案，推广[具体课程名称]，核心要素：1．课程核心优势（如“名师授课、小班教学、课后答疑”）；2．专属优惠（如“社群专属8折、前50名赠资料包”）；3．报名保障（如“7天无理由退款、不满意可换课”）；4．明确行动指令（如“私信我报名，备注‘社群’锁定优惠”）。语气真诚有说服力，字数120字以内。

场景3-2：朋友圈转化文案

【Prompt】

为[教育品类]培训机构写一条朋友圈转化文案，推广[具体课程名称]，内容包含：1．简短用户痛点（如“担心孩子数学跟不上？”）；2．课程核心价值（如“30天提分20+，名师1对1辅导”）；3．限时福利（如“今日报名立减300元”）；4．报名方式（如“点击下方链接/私信我报名”）。语气亲切，突出紧迫感，配课程海报提示，字数70字以内。

场景3-3：直播脚本（课程促销型）

【Prompt】

为[教育品类]培训机构写一场120分钟课程促销直播脚本，核心推广[具体课程名称]。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+直播主题+重磅福利预告，如“限前50名报名享8折”）；2．课程价值讲解40分钟（课程亮点、讲师介绍、适用人群、学习效果保障）；3．互动答疑20分钟（解答用户关于课程的常见疑问）；4．促销转化40分钟（分阶段放出福利，如“前20名报名送资料包、中间30名送1对1辅导”，搭配下单引导）；5．结尾10分钟（未下单用户催单+已下单用户售后指引+感谢）。要求氛围热烈有紧迫感，互动环节丰富（如“报名的评论区扣‘已报名’，截图领额外福利”），语气真诚有说服力。

场景3-4：裂变转介绍激励文案

【Prompt】

> 为[教育品类]培训机构写一条针对老学员的裂变转介绍激励文案，推广[具体课程]。内容包含：1．激励福利（如“老学员推荐新学员报名，双方各得500元课程抵扣券+资料包”）；2．转介绍流程（简洁清晰，如“私信客服获取专属推荐码，分享给好友即可”）；3．信任背书（如“已有XX名老学员成功推荐，助力好友高效学习”）；4．行动指令。语气真诚感恩，突出老学员专属权益，字数120字以内。

二、电商行业（快消/服饰/家居）

阶段1：获客（核心目标：引导添加私域）

场景1-1：小红书图文（产品种草引流）

【Prompt】

> 为[服饰/家居/快消]电商店写一篇小红书获客图文文案，推广[具体产品，如羽绒服/北欧风茶几/卸妆油]，内容结构：1．开头吸引眼球（如“救命！这件羽绒服保暖又显瘦，北方姐妹必入”）；2．产品细节介绍（3个核心卖点，配使用场景）；3．私域引流福利（如“添加企微领50元无门槛券+新品试用装”）；4．引导语（如“评论区扣‘想要’获取企微二维码”）。要求语气活泼时尚，适配年轻用户，带3个产品相关话题标签（如#羽绒服推荐 #家居好物分享）。

场景1-2：抖音短视频脚本（产品展示引流）

【Prompt】

> 为[电商品类]电商店写一条抖音获客短视频脚本，时长30秒内，推广[具体产品]，核心突出产品卖点（如“保暖、显瘦、性价比高”）。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“这件羽绒服我能穿到天荒地老！”）；2．产品展示（多角度拍摄，配使用场景演示）；3．引流引导（如“添加主页企微，领专属优惠券，现货速发”）。要求节奏明快，画面清晰，语言口语化，带产品相关背景音乐提示。

场景1-3：朋友圈获客海报文案

【Prompt】

为[服饰/家居/快消]电商店写一条朋友圈获客海报配套文案，核心福利“[50元无门槛券/新品试用装/限时秒杀资格]”，内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利亮点+行动指令）；2．适配说明（风格定位：时尚吸睛/温馨实用，适配场景：朋友圈/私域社群，搭配要求：产品实拍图+福利提示图+企微二维码）。要求文案有吸引力，突出专属感，语气活泼亲切，字数80字以内，带1个引导互动表情（如🎁）。

场景1-4：直播脚本（产品种草引流型）

【Prompt】

为[服饰/家居/快消]电商店写一场90分钟产品种草引流直播脚本，核心推广[具体产品/产品系列]。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+直播主题+福利预告，如“关注直播间领5元无门槛券”）；2．产品种草65分钟（3-5款产品，每款产品含卖点讲解、细节展示、使用场景演示、互动提问）；3．引流转化15分钟（私域社群介绍，入群送新品试用装+专属优惠券，引导添加企微）；4．结尾5分钟（总结+感谢+下次直播预告）。要求语气活泼亲切，节奏明快，互动性强（如“想要这款的评论区扣‘想要’，统计库存”），适配电商直播场景。

场景1-5：裂变海报文案+设计需求生成

【Prompt】

为[服饰/家居/快消]电商店写一份裂变海报文案及设计需求，核心福利“[邀请好友添加企微双方各得50元无门槛券/新品试用装]”，裂变机制“[老客户邀请1位好友添加企微，双方均可解锁福利，邀请越多福利叠加]”。内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利说明+行动指令+裂变规则）；2．设计需求（风格定位：时尚活泼/温馨实用，核心元素：产品实拍图/福利示意图/企微二维码，色彩搭配：契合品牌主色调，排版要求：重点信息突出、视觉流畅）。要求文案有吸引力，设计需求具体可落地，适配私域社群/朋友圈传播场景。

场景1-6：个性化触达文案

【Prompt】

为[服饰/家居/快消]电商店写3类个性化触达文案，适配不同细分场景：1．按用户标签精准推送（标签如“小个子穿搭需求/敏感肌护肤/租房党家居刚需”）：结合历史消费/浏览标签推荐对应产品，突出适配性；2．高价值用户一对一维护（如“高客单价复购用户/VIP会员”）：专属新品优先体验+定制化搭配建议，强调尊贵感；3．沉睡用户唤醒（如“3个月未下单/添加后未消费用

户”）：温情问候+唤醒专属券（如“无门槛30元券”），搭配个性化产品推荐。触达场景可选“新品上新通知/节日问候/未下单唤醒”，语气亲切自然，突出专属感，每类话术字数100字以内。

阶段2：运营（核心目标：提升用户粘性、促进复购）

场景2-1：公众号长文案（新品合集/季节攻略）

【Prompt】

为[电商品类]电商店写一篇公众号运营长文案，主题“[2025冬季羽绒服合集/北欧风家居装修攻略/敏感肌卸妆油推荐]”，内容结构：1．季节/需求痛点引入（如“冬天穿什么既保暖又好看？”）；2．产品合集介绍（3-5款产品，每款突出核心卖点+使用场景）；3．私域用户专属福利（如“社群内下单享折上折”）；4．引导加入社群。要求内容实用，图文结合提示（如“产品实拍图插入此处”），字数800字左右，语气亲切时尚。

场景2-2：社群种草（产品测评/使用技巧）

【Prompt】

为[电商品类]电商店的私域社群写一条种草文案，主题“[羽绒服保暖测评/北欧风茶几搭配技巧/卸妆油正确使用方法]”，内容包含：1．真实使用体验（如“穿了一周，零下10度完全不冷”）；2．产品核心优势详解；3．不同场景适配建议；4．互动提问（如“你们冬天买羽绒服最看重什么？”）。语气生活化，避免硬广，字数150字左右。

场景2-3：直播脚本（用户维护型）

【Prompt】

为[电商品类]电商店写一场60分钟用户维护型直播脚本，核心主题“[产品使用技巧分享+粉丝福利回馈]”。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+感谢粉丝+直播流程介绍）；2．技巧分享35分钟（产品使用技巧、搭配建议、保养方法，搭配实操演示）；3．福利回馈15分钟（针对老粉丝放出专属优惠券、抽奖送产品）；4．结尾5分钟（收集用户需求+感谢+社群引导）。要求语气亲切温暖，互动性强（如“评论区分享你的使用心得，抽3人送小礼品”），突出粉丝专属感，提升用户粘性。

场景2-4：答疑转化文案

【Prompt】

为[电商品类]电商店写一套针对[产品质量相关疑问/退换货相关疑问/物流相关疑问]的答疑转化文案，适配私域社群/私信场景。内容包含：1．用户疑问预判（列出3-5个高频疑问）；2．专业解答（简洁易懂，消除顾虑，强调售后保障）；3．转化引导（解答后自然衔接产品优势/限时福利，引导下单）。语气耐心亲切，每个答疑内容控制在80字以内。

场景2-5：常见问题AI自动回复话术

【Prompt】

为[电商品类]电商店撰写10条常见问题AI自动回复话术，覆盖“产品规格/发货时效/退换货政策/优惠券使用/售后维权”5大核心场景，每条话术要求：1．直接回应问题核心；2．补充关键信息（如“默认48小时内发货，偏远地区72小时，可联系客服查物流”）；3．引导进一步服务（如“需要协助核对订单信息，可直接发送订单号”）。语气亲切耐心，简洁明了，每条约50字以内，适配私域社群/企微私信自动回复场景。

场景2-6：高意向用户转化跟进话术

【Prompt】

为[电商品类]电商店撰写3轮高意向用户转化跟进话术，适配“咨询产品未下单/加购未付款/活动优惠期内未决策”3类场景，话术逻辑：1．首轮（咨询后12小时）：回顾需求+补充产品亮点（如“你咨询的羽绒服含90%白鸭绒，北方零下20度可穿”）；2．次轮（2天后）：解决潜在顾虑（如“支持7天无理由退换，拆封未洗也可退，运费险全覆盖”）；3．末次（优惠截止前1天）：专属福利加码（如“未下单用户私信领取额外10元券”）+限时提醒。语气自然不推销，每轮话术80字以内。

场景2-7：活动方案与数据复盘文案

【Prompt】

为[电商品类]电商店策划一场[新品上新秒杀/会员日专属折扣/老带新裂变]私域活动方案，并撰写数据复盘框架。方案内容：1．活动主题+核心目标+时间周期+参与人群；2．活动规则+福利设置+传播路径（社群/朋友圈/私信）；3．执行节奏表。复盘框架：1．核心数据指标（参与人数、下单量、转化率、客单价等）；2．数据对比分析（目标vs实际、不同渠道效果对比）；3．问题总结+优化建议。要求方案可落地，复盘框架聚焦业务增长，适配电商私域运营需求。

阶段3：转化（核心目标：促进产品成交）

场景3-1：社群带货（限时秒杀/团购）

【Prompt】

为[电商品类]电商店的私域社群写一条带货文案，开展[限时秒杀/团购]活动，推广[具体产品]，核心要素：1．活动主题（如“社群专属秒杀！羽绒服直降200元”）；2．产品核心卖点（简短提炼）；3．活动规则（如“限时2小时、团购3人成团”）；4．下单方式（如“点击群内小程序直接下单”）；5．售后保障（如“7天无理由退换、包邮”）。语气活泼有紧迫感，字数100字以内。

场景3-2：朋友圈转化文案（新品/活动推广）

【Prompt】

为[电商品类]电商店写一条朋友圈转化文案，推广[具体产品/活动]，内容包含：1．产品/活动亮点（如“新品羽绒服到货！显瘦不臃肿”）；2．专属福利（如“朋友圈下单立减50元”）；3．紧迫感营造（如“库存有限，先到先得”）；4．下单方式（如“私信我下单/点击小程序购买”）。语气时尚亲切，配产品实拍图提示，字数60字以内。

场景3-3：直播脚本（限时秒杀型）

【Prompt】

为[电商品类]电商店写一场120分钟限时秒杀直播脚本，核心推广[具体产品/秒杀活动]。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+直播主题+秒杀规则说明+福利预告）；2．秒杀环节90分钟（分批次上产品，每款产品含卖点讲解、秒杀价格公布、限时提示，搭配倒计时互动）；3．催单转化15分钟（未下单用户引导+已下单用户售后指引）；4．结尾5分钟（总结+感谢+下次秒杀预告）。要求氛围热烈有紧迫感，语言简洁有冲击力，互动环节紧凑（如“倒计时10秒，没下单的抓紧了”“下单的评论区扣‘已下单’，优先发货”）。

场景3-4：裂变转介绍激励文案

【Prompt】

为[电商品类]电商店写一条针对老客户的裂变转介绍激励文案，推广[全店产品/新品系列]。内容包含：1．激励福利（如“老客户推荐好友下单，双方各得30元无门槛券+新品试用装”）；2．转介绍流程（简洁清晰，如“分享你的专属邀请链接给好友，好友下单后自动到账”）；3．信任背书（如“已有XX位老客户成功推荐，解锁专属权益”）；4．行动指令。语气真诚感恩，突出老客户专属福利，字数120字以内。

三、本地生活行业（餐饮/美业/健身房）

阶段1：获客（核心目标：引导周边用户添加私域）

场景1-1：小红书图文（产品种草引流）

【Prompt】

> 为[餐饮/美业/健身房]门店写一篇小红书获客图文文案，核心主题“[XX商圈宝藏小吃店探店/39元敏感肌清洁体验/新手友好健身工作室打卡]”。内容结构：1．开头吸引眼球（如“XX周边打工人狂喜！这家宝藏小吃店人均15吃到撑”）；2．核心体验分享（3个核心亮点，如“菜品口味/服务质感/环境优势，配实拍图提示”）；3．地域专属福利（如“周边3公里用户添加企微到店立减5元”）；4．引导语（如“评论区扣‘探店’获取企微二维码”）。要求语气亲切接地气，带地域+品类话题标签（如#上海静安美食 #北京朝阳美业），突出本地适配性。

场景1-2：抖音短视频脚本（门店引流）

【Prompt】

> 为[餐饮/美业/健身房]门店写一条抖音获客短视频脚本，时长30秒内，核心主题“[9.9元抢小吃套餐/皮肤清洁体验价39元/健身周卡免费领]”。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“这家宝藏小吃店我能N刷！”）；2．门店/产品展示（如“小吃实拍、门店环境、服务过程”）；3．私域引流引导（如“添加企微预约/领取福利，到店直接使用”）；4．门店地址+营业时间提示。要求语言口语化，带地域话题标签提示（如#北京朝阳美食），画面有食欲/质感。

场景1-3：朋友圈获客文案（周边引流）

【Prompt】

> 为[本地生活品类]门店写一条朋友圈获客文案，核心福利“[到店礼/专属折扣/免费体验]”，内容包含：1．福利亮点（如“9.9元吃招牌小吃”）；2．领取条件（如“添加企微即可”）；3．地域范围提示（如“XX周边3公里用户专享”）；4．门店地址+联系方式。语气亲切接地气，带地域相关表情（如📍），字数80字以内。

场景1-4：直播脚本（门店引流型）

【Prompt】

为[餐饮/美业/健身房]门店写一场60分钟门店引流直播脚本，核心主题“[招牌菜品品鉴/皮肤护理体验/健身课程展示]”。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+门店介绍+直播福利预告，如“到店核销直播暗号享8折”）；2．核心内容45分钟（餐饮：菜品制作过程+品鉴讲解；美业：护理流程展示+效果讲解；健身房：课程演示+健身技巧分享）；3．引流转化7分钟（门店地址、营业时间介绍+到店福利指引+添加企微预约方式）；4．结尾3分钟（总结+感谢+互动抽奖）。要求语气亲切接地气，画面提示具体（如“菜品特写、门店环境展示”），带地域属性互动（如“XX周边的朋友扣1，看看有多少本地的”）。

场景1-5：裂变海报文案+设计需求生成

【Prompt】

为[餐饮/美业/健身房]门店写一份裂变海报文案及设计需求，核心福利“[邀请好友添加企微双方各得10元无门槛券/免费体验项目/到店伴手礼]”，裂变机制“[老客户邀请1位好友添加企微，双方均可解锁福利，邀请3人及以上额外获赠专属套餐]”。内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利说明+行动指令+裂变规则）；2．设计需求（风格定位：烟火气接地气/温馨质感，核心元素：门店实拍图/福利示意图/企微二维码/地域标识，色彩搭配：契合门店主色调，排版要求：重点信息突出、视觉流畅，适配本地朋友圈/社群传播）。要求文案有吸引力，设计需求具体可落地，突出地域专属感。

场景1-6：个性化触达文案

【Prompt】

为[餐饮/美业/健身房]门店写3类个性化触达文案，适配不同细分场景：1．按用户标签精准推送（标签如“爱吃辣/敏感肌护理需求/减脂塑形目标”）：结合标签推荐对应菜品/项目，突出地域便利性+适配性；2．高价值用户一对一维护（如“储值大额用户/长期会员”）：专属服务优先权（如“预约免排队”）+定制化福利（如“专属套餐/私教计划”），强调本地社群专属感；3．沉睡用户唤醒（如“2个月未到店/添加后未消费用户”）：温情问候+唤醒福利（如“到店立减20元/免费体验项目”），突出周边便利性。触达场景可选“新品上新通知/会员日提醒/节日到店福利推送”，语气亲切接地气，每类话术字数100字以内。

阶段2：运营（核心目标：提升用户到店率、粘性）

场景2-1：公众号长文案（本地生活指南/门店深度种草）

【Prompt】

为[餐饮/美业/健身房]门店写一篇运营阶段公众号长文案，核心主题“[XX商圈美食攻略/敏感肌秋冬护肤指南/新手健身入门全攻略]”。内容结构：1．本地需求痛点引入（如“XX周边打工人下班不知道吃什么？这份宝藏美食指南收好！”）；2．核心内容（3-4个本地适配亮点，如餐饮含菜品推荐+性价比分析，美业含护肤知识+项目适配，健身房含课程介绍+新手适配技巧，配门店/产品实拍图提示）；3．门店价值强化（如“门店周边3公里免费配送/预约免排队/专业团队服务”）；4．私域引流引导（如“关注公众号+添加企微，领取本地专属福利”）。要求语气亲切接地气，突出地域专属感，逻辑清晰，字数800-1000字，适配本地用户阅读传播。

场景2-2：社群种草（门店特色/活动预告）

【Prompt】

为[本地生活品类]门店的私域社群写一条种草文案，主题“[招牌小吃推荐/皮肤护理小知识/健身减脂技巧]”，内容包含：1．真实体验/专业知识分享；2．门店产品/服务适配性说明；3．社群专属福利预告（如“周三会员日到店享8折”）；4．互动提问（如“你们平时喜欢吃什么小吃？”）。语气亲切，突出地域属性，字数120字左右。

场景2-3：直播脚本（用户粘性提升型）

【Prompt】

为[本地生活品类]门店写一场90分钟用户粘性提升直播脚本，核心主题“[会员专属福利回馈+专业知识分享]”。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+感谢会员+直播流程介绍）；2．专业知识分享40分钟（餐饮：美食制作技巧；美业：日常护肤知识；健身房：居家健身技巧）；3．福利回馈30分钟（会员专属折扣、抽奖送体验券/菜品）；4．结尾10分钟（收集用户需求+门店活动预告+社群引导）。要求语气亲切真诚，互动性强（如“评论区留言你想了解的知识，我来解答”），突出会员专属感，提升用户到店意愿。

场景2-4：答疑转化文案

【Prompt】

为[本地生活品类]门店写一套针对[服务流程相关疑问/预约相关疑问/价格相关疑问]的答疑转化文案，适配私域社群/私信场景。内容包含：1．用户疑问预判（列出3-5个高频疑问）；2．专业解答（简洁易懂，消除顾虑，突出服务优势）；3．转化引导（解答后自然衔接门店活动/会员福利，引导到店/预约）。语气耐心亲切，充满地域亲切感，每个答疑内容控制在80字以内。

场景2-5：常见问题AI自动回复话术

【Prompt】

> 为[本地生活品类]门店撰写10条常见问题AI自动回复话术，覆盖“预约方式/到店规则/套餐使用限制/退款政策/会员权益”5大核心场景，每条话术要求：1．精准回应问题核心；2．补充地域/时间相关关键信息（如“预约后到店需出示企微聊天记录，高峰时段18:00-20:00建议提前1小时预约”）；3．引导进一步互动（如“需要协助预约，可直接留言姓名+到店时间”）。语气亲切接地气，简洁易懂，每条约50字以内，适配私域社群/企微私信自动回复场景。

场景2-6：高意向用户转化跟进话术

【Prompt】

> 为[本地生活品类]门店撰写3轮高意向用户转化跟进话术，适配“咨询套餐未预约/领取福利未到店/活动优惠期内未消费”3类场景，话术逻辑：1．首轮（咨询后24小时）：回顾需求+强调地域优势（如“你咨询的护肤套餐，门店步行5分钟可达，无需排队”）；2．次轮（3天后）：补充信任背书（如“近期周边很多邻居体验后复购，反馈效果明显”）；3．末次（优惠截止前1天）：专属福利加码（如“未到店用户到店额外送小礼品”）+限时提醒。语气真诚有亲切感，每轮话术80字以内。

场景2-7：活动方案与数据复盘文案

【Prompt】

> 为[本地生活品类]门店策划一场[会员日专属活动/节日到店特惠/老带新裂变]私域活动方案，并撰写数据复盘框架。方案内容：1．活动主题+核心目标+时间周期+参与人群（聚焦周边用户）；2．活动规则+福利设置+传播路径（社群/朋友圈/本地社群）；3．执行节奏表+到店承接方案。复盘框架：1．核心数据指标（参与人数、到店率、消费金额、复购率等）；2．数据对比分析（目标vs实际、不同传播渠道效果对比）；3．问题总结+优化建议（含到店服务优化）。要求方案可落地，复盘框架聚焦本地用户增长，适配门店私域运营需求。

阶段3：转化（核心目标：促进到店消费/办卡）

场景3-1：社群带货（储值/套餐促销）

【Prompt】

为[本地生活品类]门店的私域社群写一条带货文案，推广[储值卡/套餐，如“100元储值送30元/皮肤护理套餐”]，核心要素：1．活动主题（如“社群专属储值福利”）；2．福利亮点（如“储值即送、多充多送”）；3．使用规则（如“全场通用、无有效期”）；4．办理方式（如“群内私信客服办理/到店办理”）；5．限时提示（如“仅限今天”）。语气有紧迫感，亲切接地气，字数100字以内。

场景3-2：朋友圈转化文案（限时活动）

【Prompt】

为[本地生活品类]门店写一条朋友圈转化文案，推广[限时活动，如“周末特惠、办卡折扣”]，内容包含：1．活动亮点（如“办健身卡立减500元”）；2．限时提示（如“仅限周末2天”）；3．到店/办理方式；4．售后保障（如“不满意可退款”）。语气有紧迫感，配门店/活动海报提示，字数70字以内。

场景3-3：直播脚本（活动促销型）

【Prompt】

为[本地生活品类]门店写一场120分钟活动促销直播脚本，核心推广[储值卡/套餐/办卡活动]。脚本结构：1．开场15分钟（自我介绍+活动主题+重磅福利预告，如“储值多送多，限前100名”）；2．活动价值讲解45分钟（储值/套餐优势、使用规则、性价比对比）；3．互动答疑20分钟（解答用户关于活动的常见疑问）；4．促销转化30分钟（分阶段放出福利，搭配下单/办理引导）；5．结尾10分钟（未办理用户催单+已办理用户售后指引+感谢）。要求氛围热烈有紧迫感，语气亲切接地气，互动环节丰富（如“办理的评论区扣‘已办理’，截图领额外礼品”）。

场景3-4：裂变转介绍激励文案

【Prompt】

为[本地生活品类]门店写一条针对老会员的裂变转介绍激励文案，推广[储值卡/套餐服务]。内容包含：1．激励福利（如“老会员推荐好友办卡，双方各得50元储值金+免费体验项目”）；2．转介绍流程（简洁清晰，如“带好友到店出示会员码，好友办卡后福利立即到账”）；3．信任背书（如“本地XX家人们都在推荐，已助力XX位好友解锁专属福利”）；4．行动指令。语气真诚感恩，突出本地社群专属感，字数120字以内。

四、医美行业（轻医美/整形/皮肤管理）

阶段1：获客（核心目标：精准引流、建立初步信任）

场景1-1：小红书图文（合规科普引流）

【Prompt】

为医美机构写一篇小红书获客图文文案，主题“[光子嫩肤科普/敏感肌护肤指南/痘痘肌改善方法]”，核心要求：1．内容合规，不夸大效果、不承诺疗效；2．结构：痛点引入（如“敏感肌泛红怎么办？”）+ 专业科普（如“光子嫩肤原理、适用肤质”）+ 安全提示（如“选择正规机构”）+ 私域引流（如“私信‘科普’免费领《敏感肌护肤手册》”）；3．语气温和专业，带行业相关话题标签（如#医美科普 #敏感肌护理）。字数500字左右。

场景1-2：抖音短视频脚本（获客引流型）

【Prompt】

为医美机构写一条抖音获客短视频脚本，时长45秒内，核心主题“[敏感肌泛红急救小技巧/光子嫩肤科普，新手必看]”。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“敏感肌反复泛红？3个急救小技巧，立竿见影”）；2．专业科普讲解（1-2个核心知识点，如“泛红原因/日常护理要点”）；3．合规引导（如“严重泛红建议正规机构面诊”）；4．私域引流（如“私信‘泛红’免费领《敏感肌护肤手册》+面诊预约资格”）。要求语气温和专业，内容合规不夸大，画面提示（如“医师出镜讲解/科普动画辅助”），带话题标签（如#敏感肌护理 #医美科普）。

场景1-3：朋友圈获客文案（合规科普引流）

【Prompt】

为医美机构写一条朋友圈获客文案，核心主题“[敏感肌护肤科普/光子嫩肤合规科普/痘痘肌改善指南]”，核心福利“免费领《[敏感肌护理手册/医美项目避坑指南]》+免费皮肤检测预约资格”。内容包含：1．痛点共鸣引入（如“敏感肌反复泛红？别乱尝试护肤品！”）；2．核心科普点（1-2个，简洁专业，不夸大）；3．福利价值说明；4．领取方式（如“添加企微私信‘科普’领取”）。要求语气温和专业，内容合规，无夸大效果表述，带1个医美相关表情（如💡），字数80字以内。

场景1-4：直播脚本（合规科普引流型）

【Prompt】

为医美机构写一场90分钟合规科普引流直播脚本，核心主题“[敏感肌护肤/轻医美项目科普]”。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+医师资质介绍+直播主题+合规提示，如“不夸大效果、不承诺

疗效”）；2．科普讲解65分钟（肤质分析/项目原理、适用人群、术后注意事项，搭配专业解答）；3．引流转化15分钟（私域社群介绍，入群送《护肤指南》+免费面诊预约资格）；4．结尾5分钟（总结+合规提示+感谢）。要求语气严谨温和，内容专业合规，互动性适中（如“有皮肤问题的评论区留言，医师针对性解答”），避免营销感过重。

场景1-5：裂变海报文案+设计需求生成

【Prompt】

为医美机构写一份裂变海报文案及设计需求，核心福利“[邀请好友添加企微双方各得200元项目抵扣券+免费皮肤检测]”，裂变机制“[老客户邀请1位好友添加企微，双方均可解锁福利，邀请3人及以上额外获赠术后护肤礼包]”。内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利说明+行动指令+裂变规则，全程合规无夸大）；2．设计需求（风格定位：专业温和/简约高级，核心元素：机构环境实拍图/福利示意图/企微二维码，色彩搭配：契合机构主色调（如浅蓝、米色），排版要求：重点信息突出、视觉流畅，适配朋友圈/私域社群传播）。要求文案合规有吸引力，设计需求具体可落地，突出专业信任感。

场景1-6：个性化触达文案

【Prompt】

为医美机构写3类个性化触达文案，适配不同细分场景：1．按用户标签精准推送（标签如“敏感肌泛红/光子嫩肤术后/抗衰需求”）：结合皮肤问题/项目历史推荐对应科普/新品项，强调合规安全；2．高价值用户一对一维护（如“多次项目消费用户/VIP会员”）：专属医师面诊优先权+定制化皮肤管理方案，突出专业保障；3．沉睡用户唤醒（如“3个月未咨询/未到店用户”）：温情问候+唤醒福利（如“免费皮肤检测/项目抵扣券”），弱化营销感。触达场景可选“术后护理提醒/新品项推荐/面诊邀约”，语气温和专业，突出安全保障，每类话术字数100字以内。

阶段2：运营（核心目标：强化信任、培育需求）

场景2-1：公众号长文（合规科普/需求培育）

【Prompt】

为医美机构写一篇运营阶段公众号长文案，核心主题“[不同肤质轻医美项目适配指南/医美术后护理全攻略/抗衰轻医美项目选择指南]”。内容结构：1．用户肤质/需求痛点引入（如“25+抗衰选什么？不同肤质抗衰轻医美项目怎么选不踩坑？”）；2．核心科普内容（3-4个核心知识点，如不同项目原理、适用肤质、术后注意事项，全程合规无夸大）；3．真实案例分享（1-2个合规案例，

隐去隐私，不夸大效果，突出科学诊疗）；4．机构价值强化（如“正规资质展示、专业医师团队、个性化面诊服务”）；5．私域引流引导（如“关注公众号+添加企微，免费领取《医美避坑指南》+面诊预约资格”）。要求语气温和专业，内容合规严谨，逻辑清晰，字数1000-1200字，适配有医美需求的精准用户阅读传播。

场景2-2：社群种草（合规案例/护肤知识）

【Prompt】

为医美机构的私域社群写一条种草文案，主题“[敏感肌医美后护理知识/真实案例分享（合规版）]”，内容包含：1．专业知识/案例分享（案例隐去隐私，不夸大效果）；2．安全提示（如“术后护理要点、选择正规机构”）；3．互动提问（如“你们平时有皮肤泛红的问题吗？”）；4．社群价值告知（如“群内定期科普、答疑”）。语气温和专业，合规无营销感，字数150字左右。

场景2-3：直播脚本（信任培育型）

【Prompt】

为医美机构写一场120分钟信任培育直播脚本，核心主题“[真实案例分享+术后护理指导]”。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+医师团队介绍+直播流程+合规提示）；2．案例分享50分钟（2-3个合规案例，含术前术后对比、项目过程，隐去隐私，不夸大效果）；3．术后护理指导40分钟（分项目给出护理建议，搭配互动答疑）；4．社群引流15分钟（社群专属福利介绍+入群方式）；5．结尾5分钟（总结+合规提示+感谢）。要求语气温和专业，内容真实合规，互动性强（如“有术后护理疑问的评论区留言”），强化机构信任感。

场景2-4：答疑转化文案

【Prompt】

为医美机构写一套针对[项目安全性相关疑问/术后恢复相关疑问/价格相关疑问]的答疑转化文案，适配私域社群/私信场景。内容包含：1．用户疑问预判（列出3-5个高频疑问）；2．专业解答（简洁易懂，消除顾虑，强调合规性和医师资质）；3．转化引导（解答后自然衔接面诊服务/项目优势，引导预约）。语气温和专业，合规无夸大，每个答疑内容控制在80字以内。

场景2-5：常见问题AI自动回复话术

【Prompt】

为医美机构撰写10条常见问题AI自动回复话术，覆盖“面诊预约/项目安全性/术后恢复/费用明细/退款政策”5大核心场景，每条话术要求：1．先精准回应问题核心；2．补充合规关键信息（如“所有项目由持证医师操作，术前会签订正规协议”）；3．引导进一步服务（如“需要协助预约面诊，可直接留言姓名+联系方式”）。语气温和专业，合规无夸大，每条约50字以内，适配私域社群/企微私信自动回复场景。

场景2-6：高意向用户转化跟进话术

【Prompt】

为医美机构撰写3轮高意向用户转化跟进话术，适配“面诊后未下单/咨询项目未预约/活动优惠期内未决策”3类场景，话术逻辑：1．首轮（咨询后24小时）：回顾需求+重申合规保障（如“针对你敏感肌泛红问题，推荐的光子嫩肤项目无创伤，术后无需恢复期”）；2．次轮（3天后）：补充真实案例（如“分享1个同款肤质用户案例，术后泛红明显改善，隐去隐私信息”）；3．末次（优惠截止前1天）：专属福利加码（如“未下单用户额外赠送术后护肤礼包”）+限时提醒。语气温和不压迫，突出安全合规，每轮话术80字以内。

场景2-7：活动方案与数据复盘文案

【Prompt】

为医美机构策划一场[轻医美体验日/护肤科普沙龙/会员专属福利]私域活动方案，并撰写数据复盘框架。方案内容：1．活动主题+核心目标+时间周期+参与人群；2．活动规则+福利设置+传播路径（社群/朋友圈/私信）；3．执行节奏表+合规保障措施。复盘框架：1．核心数据指标（参与人数、面诊转化率、项目成交率等）；2．数据对比分析（目标vs实际）；3．问题总结+优化建议（含合规风险防控优化）。要求方案合规可落地，复盘框架聚焦信任培育和转化，适配医美私域运营需求。

场景2-8：朋友圈科普文案

【Prompt】

为医美机构写一条朋友圈运营文案，主题“[光子嫩肤术后注意事项/夏季防晒科普]”，内容包含：1．核心科普点（3-4个，简洁易懂）；2．安全提示；3．互动引导（如“有皮肤问题的可以评论区留言”）。语气温和专业，配科普海报提示，字数80字以内，避免营销话术。

阶段3：转化（核心目标：促进面诊/项目成交）

场景3-1：社群带货（面诊/项目优惠）

【Prompt】

> 为医美机构的私域社群写一条带货文案，推广[面诊/轻医美项目，如“光子嫩肤体验”]，核心要求：1．内容合规，不夸大效果；2．核心要素：社群专属优惠（如“面诊免费、项目体验价XXX元”）、机构资质保障（如“正规机构、专业医师”）、预约方式（如“私信客服预约”）、售后保障（如“术后跟进”）；3．语气温和专业，避免紧迫感，字数120字以内。

场景3-2：朋友圈转化文案（个性化方案）

【Prompt】

> 为医美机构写一条朋友圈转化文案，核心主题“[个性化皮肤管理方案定制]”，内容包含：1．需求引导（如“有皮肤问题不知道怎么解决？”）；2．服务亮点（如“专业医师面诊、个性化方案”）；3．专属福利（如“私域用户面诊免费”）；4．预约方式（如“私信预约面诊”）。语气温和专业，配医师团队/机构环境图提示，字数70字以内，合规无夸大。

场景3-3：直播脚本（面诊/项目推广型）

【Prompt】

> 为医美机构写一场90分钟面诊/项目推广直播脚本，核心推广[具体轻医美项目/面诊服务]。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+医师资质介绍+直播主题+合规提示）；2．项目/服务价值讲解35分钟（项目原理、适用人群、安全保障、机构资质）；3．互动答疑20分钟（解答用户关于项目/面诊的常见疑问）；4．推广转化20分钟（直播专属面诊优惠/项目体验价，引导私信预约）；5．结尾5分钟（总结+合规提示+感谢）。要求语气温和专业，内容合规，不夸大效果，氛围舒缓无紧迫感（如“有需求的可以慢慢了解，私信咨询”），突出安全和专业保障。

场景3-4：裂变转介绍激励文案

【Prompt】

> 为医美机构写一条针对老客户的裂变转介绍激励文案，推广[面诊服务/轻医美项目]。内容包含：1．激励福利（如“老客户推荐好友完成面诊，双方各得200元项目抵扣券+免费护肤检测”）；2．转介绍流程（简洁清晰，如“分享你的专属预约链接给好友，好友面诊后福利自动到账”）；3．信任背书（如“依托正规医师团队，已有XX位老客户放心推荐”）；4．行动指令+合规提示（如“本活动所有项目均合规操作，无夸大效果”）。语气温和专业，突出安全合规，字数120字以内。

五、B2B行业（SAAS服务商/企业服务）

阶段1：获客（核心目标：精准触达企业决策人）

场景1-1：小红书图文（行业干货引流）

【Prompt】

为[SAAS/企业服务品类，如“私域管理SAAS/财税服务”]企业写一篇小红书获客图文文案，核心主题“[中小企业降本增效3个技巧/初创企业财税合规避坑指南]”。内容结构：1．开头引发共鸣（如“初创企业老板必看！财税合规踩坑=白忙活一年”）；2．3个核心干货点（配具体案例/实操步骤，如“SAAS工具使用步骤/政策解读要点”）；3．私域引流福利（如“免费领《行业避坑指南》+1对1咨询资格”）；4．引导语（如“评论区扣‘干货’获取领取方式”）。要求语气专业简洁，适配企业决策人/运营负责人阅读，带3个行业相关话题标签（如#中小企业数字化转型 #财税合规指南）。

场景1-2：抖音短视频脚本（获客引流型）

【Prompt】

为[SAAS/企业服务品类]企业写一条抖音获客短视频脚本，时长60秒内，核心主题“[中小企业私域获客难？这款SAAS帮你效率翻倍/初创企业财税合规避坑指南]”。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“中小企业老板注意！私域获客成本高？这样解决”）；2．核心痛点分析+解决方案亮点（2-3个关键点，如“自动客户标签/智能话术库”）；3．案例数据支撑（如“某企业使用后获客效率提升50%”）；4．私域引流（如“私信‘方案’免费领取完整版行业解决方案”）。要求语言专业简洁，节奏紧凑，画面提示（如“产品界面演示/讲师出镜讲解”），带行业话题标签（如#中小企业数字化转型 #财税合规）。

场景1-3：朋友圈获客文案（价值传递）

【Prompt】

为[B2B品类]企业写一条朋友圈获客文案，核心主题“[中小企业降本增效方案/财税合规技巧]”，内容包含：1．核心价值（如“帮中小企业私域管理效率提升50%”）；2．免费福利（如“免费领取《行业解决方案》”）；3．适配企业类型（如“初创企业/中小企业”）；4．领取方式（如“评论区扣‘方案’获取”）。语气专业简洁，突出价值，字数80字以内。

场景1-4：直播脚本（行业干货引流型）

【Prompt】

为[SAAS/企业服务品类]企业写一场90分钟行业干货引流直播脚本，核心主题“[中小企业数字化转型技巧/财税合规避坑指南]”。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+企业介绍+直播主题+福利预告，如“免费送《行业解决方案》”）；2．干货讲解65分钟（分3个模块，每个模块含行业痛点分析、解决方案、案例分享）；3．引流转化15分钟（私域社群介绍，入群送完整版干货资料+免费咨询资格）；4．结尾5分钟（总结+感谢+下次直播预告）。要求语气专业严谨，逻辑清晰，互动性适中（如“有相关疑问的评论区留言，直播后解答”），适配企业决策人观看场景。

场景1-5：裂变海报文案+设计需求生成

【Prompt】

为[SAAS/企业服务品类]企业写一份裂变海报文案及设计需求，核心福利“[邀请同行企业添加企微，双方各得免费行业诊断服务/3个月产品增值服务]”，裂变机制“[老客户邀请1位同行企业负责人添加企微，双方均可解锁福利，邀请3家及以上额外获赠定制化解决方案报告]”。内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利说明+行动指令+裂变规则，突出企业价值）；2．设计需求（风格定位：专业商务/简约权威，核心元素：企业LOGO/产品界面实拍图/福利示意图/企微二维码，色彩搭配：契合品牌主色调（如深蓝、灰色系），排版要求：重点信息突出、视觉流畅，适配行业社群/朋友圈传播）。要求文案精准传递价值，设计需求具体可落地，突出专业信任感。

场景1-6：个性化触达文案

【Prompt】

为[SAAS/企业服务品类]企业写3类个性化触达文案，适配不同细分场景：1．按用户标签精准推送（标签如“初创企业数字化转型/中小企业财税合规/电商私域运营”）：结合企业规模/行业痛点推荐对应解决方案/政策解读，突出价值匹配；2．高价值用户一对一维护（如“付费大客户/长期合作企业”）：专属顾问对接+定制化升级方案，强调服务保障；3．沉睡用户唤醒（如“3个月未对接/试用未转化用户”）：温情问候+唤醒福利（如“免费升级诊断/行业报告”），聚焦企业需求解决。触达场景可选“行业政策解读推送/产品更新通知/合作咨询跟进”，语气专业简洁，突出企业价值，每类话术字数100字以内。

阶段2：运营（核心目标：传递专业价值、建立信任）

场景2-1：公众号长文案（行业解决方案）

【Prompt】

为[SAAS/企业服务品类，如“私域管理SAAS/财税服务”]企业写一篇公众号获客长文案，主题“[中小企业数字化转型解决方案/初创企业财税合规指南]”，内容结构：1．行业痛点分析（如“中小企业私域管理效率低？”）；2．解决方案详解（核心功能/服务、适配场景）；3．成功案例（1-2个企业案例，含数据成果，如“降本30%”）；4．私域引流（如“私信‘方案’免费获取完整版解决方案”）。要求内容专业严谨，逻辑清晰，字数1200字左右，语气专业权威。

场景2-1：社群种草（行业洞察/案例分享）

【Prompt】

为[B2B品类]企业的私域社群写一条种草文案，主题“[2025中小企业数字化转型趋势/企业财税合规新政策解读]”，内容包含：1．行业趋势/政策解读（专业简洁）；2．企业应对建议；3．自身产品/服务适配性说明（不生硬）；4．互动提问（如“你们企业在数字化转型中遇到了什么问题？”）。语气专业严谨，字数150字左右，突出价值传递。

场景2-3：直播脚本（价值传递信任型）

【Prompt】

为[B2B品类]企业写一场120分钟价值传递信任型直播脚本，核心主题“[企业服务成功案例分享+行业趋势解读]”。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+企业资质介绍+直播流程）；2．案例分享50分钟（1-2个企业成功案例，含合作前痛点、合作方案、数据成果）；3．行业趋势解读40分钟（分析行业发展趋势，给出企业应对建议）；4．社群引流15分钟（社群专属福利介绍，如“免费行业诊断”+入群方式）；5．结尾5分钟（总结+感谢）。要求语气专业权威，内容详实有深度，互动性适中（如“评论区分享你的企业痛点，直播后安排专人解答”），强化企业信任感。

场景2-4：答疑转化文案

【Prompt】

为[B2B品类]企业写一套针对[产品功能相关疑问/服务流程相关疑问/合作费用相关疑问]的答疑转化文案，适配私域社群/私信场景。内容包含：1．用户疑问预判（列出3-5个高频疑问）；2．专业解答（简洁易懂，消除顾虑，突出产品/服务核心价值）；3．转化引导（解答后自然衔接试用/合作方案，引导进一步对接）。语气专业严谨，逻辑清晰，每个答疑内容控制在80字以内。

场景2-5：常见问题AI自动回复话术

【Prompt】

为[B2B品类]企业撰写10条常见问题AI自动回复话术，覆盖“产品试用条件/服务流程/合作费用/售后保障/政策适配”5大核心场景，每条话术要求：1．精准回应问题核心；2．补充专业关键信息（如“SAAS产品支持7天免费试用，无需绑定企业资质，试用期间提供1对1顾问指导”）；3．引导进一步对接（如“需要协助申请试用，可直接留言企业名称+对接人”）。语气专业严谨，简洁高效，每条约50字以内，适配私域社群/企微私信自动回复场景。

场景2-6：高意向用户转化跟进话术

【Prompt】

为[B2B品类]企业撰写3轮高意向用户转化跟进话术，适配“咨询方案未对接/申请试用未转化/活动优惠期内未签约”3类场景，话术逻辑：1．首轮（咨询后24小时）：回顾需求+重申核心价值（如“针对你企业数字化转型需求，方案可帮你降本30%，提升运营效率”）；2．次轮（3天后）：补充企业案例（如“分享1个同行业企业合作案例，合作后3个月实现盈利增长，含数据成果”）；3．末次（优惠截止前1天）：专属福利加码（如“未签约企业额外赠送3个月增值服务”）+限时提醒。语气专业真诚，突出价值，每轮话术80字以内。

场景2-7：活动方案与数据复盘文案

【Prompt】

为[B2B品类]企业策划一场[行业沙龙/产品试用会/企业增长论坛]私域活动方案，并撰写数据复盘框架。方案内容：1．活动主题+核心目标+时间周期+参与人群（企业决策人/运营负责人）；2．活动规则+福利设置+传播路径（行业社群/朋友圈/定向邀约）；3．执行节奏表+对接流程。复盘框架：1．核心数据指标（参与人数、需求对接率、试用申请率、合作转化率等）；2．数据对比分析（目标vs实际、不同企业类型转化效果对比）；3．问题总结+优化建议。要求方案专业可落地，复盘框架聚焦企业合作转化，适配B2B私域运营需求。

场景2-8：抖音短视频脚本（干货科普）

【Prompt】

为[B2B品类]企业写一条抖音获客短视频脚本，时长60秒内，主题“[中小企业私域获客技巧/财税合规避坑指南]”。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“中小企业私域获客难？这招帮你解决！”）；2．核心干货讲解（2-3个技巧/要点）；3．引流引导（如“私信‘干货’免费领取完整版指南”）。要求语言专业简洁，画面提示（如“PPT讲解/讲师出镜”），节奏紧凑，带行业话题标签（如#中小企业数字化转型）。

阶段3：转化（核心目标：促进产品试用/服务签约）

场景3-1：社群带货（产品试用/服务优惠）

【Prompt】

> 为[B2B品类]企业的私域社群写一条带货文案，推广[产品试用/服务，如“SAAS产品7天免费试用/财税咨询服务”]，核心要素：1．核心价值（如“7天免费试用，快速提升私域管理效率”）；2．专属福利（如“社群用户签约享8折优惠”）；3．服务保障（如“1对1售后指导/专业团队服务”）；4．申请方式（如“私信客服申请试用/签约”）。语气专业真诚，突出价值和保障，字数120字以内。

场景3-2：朋友圈转化文案（案例+优惠）

【Prompt】

> 为[B2B品类]企业写一条朋友圈转化文案，主题“[XX企业使用我们的SAAS后降本30%]”，内容包含：1．案例核心成果（数据化）；2．产品/服务核心优势（简短提炼）；3．限时优惠（如“本月签约享8折”）；4．咨询方式（如“私信我了解详情”）。语气专业权威，配案例数据图提示，字数70字以内。

场景3-3：直播脚本（产品试用/服务签约型）

【Prompt】

> 为[B2B品类]企业写一场120分钟产品试用/服务签约直播脚本，核心推广[SAAS产品试用/企业服务]。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+直播主题+福利预告，如“直播专属签约享8折”）；2．产品/服务价值讲解45分钟（核心功能/服务亮点、适配场景、使用效果保障）；3．产品演示30分钟（SAAS产品实操演示/服务流程展示）；4．促销转化25分钟（分阶段放出福利，如“前20名申请试用送1对1指导”，引导私信申请/签约）；5．结尾10分钟（未申请用户催单+已申请用户售后指引+感谢）。要求语气专业真诚，逻辑清晰，互动性适中（如“有产品使用疑问的评论区留言”），突出价值和服务保障。

场景3-4：裂变转介绍激励文案

【Prompt】

> 为[B2B品类]企业写一条针对老客户的裂变转介绍激励文案，推广[SAAS产品/企业服务]。内容包含：1．激励福利（如“老客户推荐同行企业合作，推荐方获得3个月免费服务，被推荐方获得合作

8折优惠”）；2．转介绍流程（简洁清晰，如“联系专属顾问获取推荐码，被推荐方签约时填写即可”）；3．信任背书（如“已助力XX家同行企业成功合作，获得一致认可”）；4．行动指令。语气专业真诚，突出企业间的信任传递，字数120字以内。

六、母婴行业（母婴用品/母婴服务）

阶段1：获客（核心目标：精准触达宝妈/孕妇）

场景1-1：小红书图文（育儿干货引流）

【Prompt】

为[母婴品类，如“纸尿裤/辅食机/月嫂服务”]企业写一篇小红书获客图文文案，主题“[新生儿纸尿裤选择指南/6个月宝宝辅食添加攻略/新手妈妈月嫂选择技巧]”，内容结构：1．开头共鸣（如“新手妈妈必看！选对纸尿裤不踩坑”）；2．核心干货（3-4个要点，配具体建议）；3．私域引流福利（如“免费领《新生儿护理手册》”）；4．引导语（如“评论区扣‘护理’获取领取方式”）。语气温馨专业，适配宝妈阅读，带母婴相关话题标签（如#新手妈妈 #母婴好物），字数500字左右。

场景1-2：抖音短视频脚本（获客引流型）

【Prompt】

为[母婴品类]企业写一条抖音获客短视频脚本，时长45秒内，核心主题“[新生儿红屁屁急救方法/6个月宝宝辅食制作教程/新手妈妈必备育儿好物]”。脚本结构：1．开头3秒钩子（如“新手妈妈必看！宝宝红屁屁哭闹不止？这样解决”）；2．核心干货讲解（具体步骤+实操演示提示，如“辅食制作过程/红屁屁护理步骤”）；3．产品适配推荐（如“搭配这款纸尿裤，红屁屁不再来”）；4．私域引流（如“私信‘育儿’免费领《新生儿护理手册》+试用装”）。要求语气温馨专业，节奏舒缓，画面温馨（如“宝宝使用场景实拍”），带母婴相关话题标签（如#新手妈妈 #新生儿护理）。

场景1-3：朋友圈获客文案（福利引流）

【Prompt】

为[母婴品类]企业写一条朋友圈获客文案，核心福利“[免费领《育儿手册》/母婴用品试用装]”，内容包含：1．福利价值（如“新手妈妈必备的育儿手册，超实用”）；2．领取条件（如“添加企微

即可”）；3．适配人群（如“0-1岁宝宝宝妈”）；4．引导语（如“赶紧添加领取，限前100份”）。语气温馨亲切，带母婴相关表情（如👶），字数80字以内。

场景1-4：直播脚本（育儿干货引流型）

【Prompt】

为[母婴品类]企业写一场90分钟育儿干货引流直播脚本，核心主题“[新生儿护理技巧/6个月宝宝辅食添加指南/新手妈妈育儿避坑]”。脚本结构：1．开场5分钟（自我介绍+直播主题+福利预告，如“免费送《育儿手册》”）；2．干货讲解65分钟（分3个模块，每个模块含具体技巧、案例演示，如“辅食制作实操”）；3．引流转化15分钟（私域社群介绍，入群送育儿资料+新品试用装，引导添加企微）；4．结尾5分钟（总结+感谢+下次直播预告）。要求语气温馨专业，节奏舒缓，互动性强（如“有育儿疑问的评论区留言”“新手妈妈扣1，看看有多少同路人”），适配宝妈观看场景。

场景1-5：裂变海报文案+设计需求生成

【Prompt】

为[母婴品类，如“母婴用品店/月嫂服务机构”]企业写一份裂变海报文案及设计需求，核心福利“[邀请宝妈添加企微，双方各得免费育儿手册/母婴用品试用装（如纸尿裤小样、辅食米粉）]”，裂变机制“[老客户邀请1位宝妈添加企微，双方均可解锁福利，邀请3位及以上额外获赠宝宝口水巾/定制化育儿成长规划表]”。内容包含：1．海报文案（主标题+副标题+福利说明+行动指令+裂变规则，语气温馨关怀，突出育儿价值）；2．设计需求（风格定位：温馨治愈/简约清新，核心元素：企业LOGO/母婴产品实拍图（如宝宝用品、育儿手册）/福利示意图/企微二维码，色彩搭配：契合品牌主色调（如浅粉、浅蓝、米白色系），排版要求：重点信息突出、视觉柔和，适配宝妈社群/朋友圈传播）。要求文案有亲和力，设计需求具体可落地，突出母婴行业专属温馨感和信任感。

场景1-6：个性化触达文案

【Prompt】

为[母婴品类]企业写3类个性化触达文案，适配不同细分场景：1．按用户标签精准推送（标签如“0-3个月新生儿宝妈/辅食添加阶段/过敏体质宝宝”）：结合宝宝年龄/体质推荐对应育儿知识/产品，突出安全性；2．高价值用户一对一维护（如“高客单价复购宝妈/VIP会员”）：专属新品试用+定制化育儿指导，强调关怀感；3．沉睡用户唤醒（如“2个月未下单/未活跃宝妈”）：温情问候

+唤醒福利（如“育儿礼包/无门槛券”），搭配宝宝成长阶段适配内容。触达场景可选“宝宝成长阶段提醒/新品推荐/育儿问题解答跟进”，语气温馨亲切，充满关怀，每类话术字数100字以内。

阶段2：运营（核心目标：建立信任、传递专业价值）

场景2-1：公众号长文案（育儿攻略/产品合集）

【Prompt】

为[母婴品类]企业写一篇公众号运营长文案，主题“[0-1岁宝宝育儿全攻略/母婴好物合集推荐]”，内容结构：1．育儿痛点引入（如“新手妈妈面对宝宝哭闹不知所措？”）；2．核心内容（育儿技巧/产品推荐，每款产品突出安全、适用年龄）；3．私域用户专属福利（如“社群内下单享专属折扣”）；4．引导加入社群。要求内容实用，语气温馨，图文结合提示（如“宝宝使用产品实拍图”），字数1000字左右。

场景2-2：社群种草（育儿知识/产品测评）

【Prompt】

为[母婴品类]企业的私域社群写一条种草文案，主题“[宝宝红屁屁护理技巧/辅食机使用测评/新生儿睡眠训练方法]”，内容包含：1．专业育儿知识/真实产品测评；2．核心要点（如“辅食机操作简单、易清洗”）；3．互动提问（如“你们家宝宝辅食都吃什么？”）；4．社群价值（如“群内每日分享育儿干货”）。语气温馨亲切，避免硬广，字数150字左右。

场景2-3：直播脚本（用户粘性提升型）

【Prompt】

为[母婴品类]企业写一场60分钟用户粘性提升直播脚本，核心主题“[宝妈经验分享+产品使用技巧]”。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+感谢宝妈+直播流程介绍）；2．经验分享30分钟（邀请宝妈分享育儿经验/产品使用心得，搭配专业解答）；3．福利回馈15分钟（针对社群用户放出专属优惠券、抽奖送母婴用品）；4．结尾5分钟（收集用户需求+社群引导+感谢）。要求语气温馨温暖，互动性强（如“评论区分享你的育儿小技巧，抽3人送礼品”），突出宝妈专属感，提升用户粘性。

场景2-4：答疑转化文案

【Prompt】

为[母婴品类]企业写一套针对[产品安全性相关疑问/使用方法相关疑问/售后相关疑问]的答疑转化文案，适配私域社群/私信场景。内容包含：1．用户疑问预判（列出3-5个高频疑问）；2．专业解答（简洁易懂，消除顾虑，强调产品安全认证）；3．转化引导（解答后自然衔接产品优势/专属福利，引导购买）。语气温馨耐心，充满同理心，每个答疑内容控制在80字以内。

场景2-5：常见问题AI自动回复话术

【Prompt】

为[母婴品类]企业撰写10条常见问题AI自动回复话术，覆盖“产品适用年龄/安全性/使用方法/售后保障/福利领取”5大核心场景，每条话术要求：1．精准回应问题核心；2．补充关键信息（如“这款辅食机适配6个月+宝宝，材质为食品级304不锈钢，可高温消毒”）；3．引导进一步互动（如“需要协助核对产品适配性，可直接留言宝宝年龄”）；语气温馨耐心，充满关怀，每条约50字以内，适配私域社群/企微私信自动回复场景。

场景2-6：高意向用户转化跟进话术

【Prompt】

为[母婴品类]企业撰写3轮高意向用户转化跟进话术，适配“咨询产品未下单/领取资料未购买/活动优惠期内未决策”3类场景，话术逻辑：1．首轮（咨询后12小时）：回顾需求+强调安全优势（如“你咨询的纸尿裤不含荧光剂，0-3个月新生儿可放心使用”）；2．次轮（2天后）：补充信任背书（如“已有1000+同款月龄宝宝宝妈选择，反馈不红屁屁”）；3．末次（优惠截止前1天）：专属福利加码（如“未下单宝妈私信领取宝宝口水巾”）+限时提醒。语气温馨有同理心，每轮话术80字以内。

场景2-7：活动方案与数据复盘文案

【Prompt】

为[母婴品类]企业策划一场[育儿知识沙龙/宝宝爬行比赛/新品试用会]私域活动方案，并撰写数据复盘框架。方案内容：1．活动主题+核心目标+时间周期+参与人群（精准宝妈群体）；2．活动规则+福利设置+传播路径（社群/朋友圈/母婴平台）；3．执行节奏表+现场承接方案（含宝宝安全保障措施）。复盘框架：1．核心数据指标（参与人数、转化率、复购率、用户满意度等）；2．数据对比分析（目标vs实际、不同宝妈群体转化效果对比）；3．问题总结+优化建议。要求方案温馨可落地，复盘框架聚焦宝妈粘性和产品转化，适配母婴私域运营需求。

阶段3：转化（核心目标：促进产品购买/服务签约）

场景3-1：社群带货（产品/服务促销）

【Prompt】

> 为[母婴品类]企业的私域社群写一条带货文案，推广[具体产品/服务，如“纸尿裤/月嫂服务”]，核心要素：1．产品/服务核心优势（如“纸尿裤透气防漏、成分安全”）；2．社群专属优惠（如“下单立减30元、买2送1”）；3．安全/品质保障（如“权威认证、无荧光剂”）；4．下单方式（如“点击群内小程序下单”）；5．售后保障（如“7天无理由退换、专业育儿咨询”）。语气温馨有说服力，字数120字以内。

场景3-2：朋友圈转化文案（产品/服务推广）

【Prompt】

> 为[母婴品类]企业写一条朋友圈转化文案，推广[具体产品/服务]，内容包含：1．核心优势（如“宝宝穿了不红屁屁的纸尿裤”）；2．专属福利（如“朋友圈下单送试用装”）；3．适配人群（如“0-3岁宝宝宝妈”）；4．下单方式（如“私信我下单”）。语气温馨亲切，配产品实拍/宝宝使用图提示，字数70字以内。

场景3-3：直播脚本（产品促销型）

【Prompt】

> 为[母婴品类]企业写一场120分钟产品促销直播脚本，核心推广[具体母婴产品/产品系列]。脚本结构：1．开场10分钟（自我介绍+直播主题+福利预告，如“限前50名下单送试用装”）；2．产品讲解70分钟（3-5款产品，每款产品含卖点讲解、安全认证说明、使用场景演示、适用年龄）；3．互动答疑20分钟（解答用户关于产品安全性、适用年龄等疑问）；4．促销转化15分钟（分阶段放出福利，如“前20名下单立减30元”，搭配下单引导）；5．结尾5分钟（未下单用户催单+已下单用户售后指引+感谢）。要求语气温馨有说服力，氛围温和不激进，互动性强（如“想要这款纸尿裤的评论区扣‘想要’，统计库存”），突出产品安全性和适用性。

场景3-4：裂变转介绍激励文案

【Prompt】

> 为[母婴品类]企业写一条针对老宝妈客户的裂变转介绍激励文案，推广[母婴产品/育儿服务]。内容包含：1．激励福利（如“老客户推荐好友下单，双方各得20元无门槛券+宝宝口水巾”）；2．转

介绍流程（简洁清晰，如“分享你的专属邀请链接给好友，好友下单后福利自动到账”）；3．信任背书（如“已有XX位宝妈成功推荐，给宝宝选到安心好物”）；4．行动指令。语气温馨感恩，突出宝妈间的信任传递，字数120字以内。

七、Prompt通用优化技巧

1. 精准度提升：所有Prompt需明确“行业+人群+核心目标+内容结构”，避免模糊表述（如不说“写一条种草文案”，而说“为母婴店写一条针对1岁宝宝宝妈的纸尿裤社群种草文案，突出透气防漏”）；
2. 合规性优化：医美、教育行业需在Prompt中补充“内容合规、不夸大效果、不承诺疗效/提分”；
3. 语气适配：To C行业（电商、母婴、本地生活）语气亲切生活化，To B行业（B2B）语气专业严谨；
4. 格式控制：需特定格式（列表、分点、表格）时，可在Prompt结尾补充“按列表格式输出”“分点说明”；
5. 多轮微调：生成内容不满意时，可补充指令（如“缩短字数至100字以内”“语气更温馨”“增加数据案例”）；
6. 直播脚本适配：撰写直播脚本Prompt时，可根据需求补充“直播时长”“互动环节数量”“福利类型”等细节，生成更贴合实际直播需求的脚本；
7. 新增场景适配：裂变海报需兼顾“文案吸引力+设计落地性”，个性化触达需精准匹配用户标签，答疑转化需“专业解答+自然引导”，活动方案与数据复盘需聚焦“可落地性+数据驱动优化”；
8. 新增话术场景适配：常见问题AI自动回复需“精准回应+关键信息补充+引导互动”，确保自动回复高效解决用户疑问；高意向用户转化跟进需遵循“价值重申-信任背书-福利加码”逻辑，语气真诚不压迫，适配不同未决策场景；
9. 抖音短视频脚本适配：需强化“3秒钩子”设计，突出核心卖点/干货，搭配清晰的引流路径，根据行业特性匹配语气风格（如母婴温馨、电商活泼），补充具体画面和话题标签提示，提升传播性和引流效果。

附录 B • 私域AI转型自查清单（含配套工具包）

核心定位：聚焦中小微企业（10-200人）轻量化转型需求，兼顾“可落地性+低成本”，通过“自查评分+优先级排序+案例参考”，帮企业快速定位转型痛点，配套工具包直接落地执行。

一、《中小微企业私域AI转型自查清单》（详细版）

说明

- 评分标准：0分（未满足）、1分（部分满足）、2分（完全满足），总分40分；
- 优先级：★★★（核心紧急）、★★（重要不紧急）、★（可延后）；
- 案例参考：均来自真实中小微企业转型实践，可直接复用思路。

维度	检查项	详细说明（中小微企业适配版）	评分标准	实施优先级	案例参考（餐饮/零售/制造业）
一、战略维度（共10分）	1. 量化核心业务痛点及损失金额	明确私域运营中“高成本/低效率/低转化”的具体痛点，且能核算对应损失（如“3个客服月成本1.5万，响应延迟导致用户流失率15%”）	0分：未明确痛点；1分：明确痛点但未量化损失；2分：痛点清晰+损失金额可核算	★★★	零售企业：“私域文案依赖外包，每月支出3000元，内容产出慢导致引流不足，月损失潜在客户500+”
	2. 对标政策支持场景规划转型路径	结合地方数字化转型补贴、中小微企业AI工具扶持政策，规划转型场景（如“申请本地AI工具补贴，优先落地客服自动化场景”）	0分：未关注政策；1分：了解政策但未对接；2分：对接政策+明确补贴适配场景	★★	制造业企业：“对接当地‘中小微数字化补贴’，用补贴采购国内AI工具，降低转型成本40%”
	3. 锁定投入回收期≤1	选择“低成本、快见效”场景（如客服自动化、内容批量生成），避免复杂系统开发，确保1年内回本	0分：未锁定场景；1分：锁定场景但ROI不明	★★★	餐饮企业：“优先落地AI客服场景，投入5000元搭建机器人，每月节

维度	检查项	详细说明（中小微企业适配版）	评分标准	实施优先级	案例参考（餐饮/零售/制造业）
	年的高ROI场景		确；2分：场景明确+回收期可测算		省人工成本6000元，回收期1个月”
	4. 建立权责清晰的转型责任体系	明确1名核心负责人（企业主/运营负责人）+ 1-2名执行人员，避免责任分散（中小微企业无需复杂架构）	0分：无负责人；1分：有负责人但无执行分工；2分：负责人+执行分工明确	★★★	零售企业：“老板任转型总负责人，运营主管负责工具落地，客服组长负责AI客服培训，分工清晰”
	5. 将转型目标纳入绩效考核	设定可量化的考核指标（如“AI客服承接咨询率≥80%”“内容产出效率提升50%”），与核心人员激励挂钩	0分：无考核；1分：有考核但未量化；2分：量化考核+激励绑定	★★	制造业企业：“将‘AI工具使用率’纳入运营考核，达标者每月额外奖励500元，3个月内使用率从30%→90%”
二、技术维度（共10分）	6. 评估国内适配AI工具的适配性	优先选择文心一言、豆包、CozeAI、腾讯企点SCRM等国内工具，避免海外工具合规风险，且操作简单	0分：未评估；1分：评估过但未确定；2分：确定工具矩阵+适配场景明确	★★★	餐饮企业：“放弃ChatGPT，选择豆包+CozeAI+腾讯企点SCRM，适配私域获客-运营-转化全链路”
	7. 优先选择“小快轻准”工具，核心操作≤3步	工具无需复杂培训，基层员工可快速上手（如“AI生成文案≤3步：输入需求→选择模板→生成内容”）	0分：工具操作复杂；1分：部分工具操作≤3步；2分：所有核心工具操作≤3步	★★★	零售企业：“选用剪映AI批量剪辑短视频，3步完成：导入素材→选择模板→生成视频，运营半天即可上手”

维度	检查项	详细说明（中小微企业适配版）	评分标准	实施优先级	案例参考（餐饮/零售/制造业）
	8. 预留标准化接口支持未来技术扩展	选择支持API对接的工具（如腾讯企点SCRM可对接AI客服），避免后期更换工具导致数据丢失	0分：无接口预留；1分：部分工具支持接口；2分：核心工具均支持标准化接口	★	制造业企业：“初期用CozeAI搭建客服机器人，预留API接口，后期对接企业现有ERP系统，实现数据同步”
	9. 采用“按需付费”策略优化算力成本	选择按次/按月付费工具，避免一次性大额投入（如“AI客服按咨询量付费，低峰期不浪费成本”）	0分：一次性付费；1分：部分工具按需付费；2分：所有工具均按需付费	★★	餐饮企业：“选用按咨询量计费的AI客服工具，每月成本控制在1000元内，比全职客服节省80%”
	10. 建立简易故障响应与系统迭代机制	明确工具故障处理流程（如“AI客服失效→人工临时承接→24小时内联系服务商解决”），每月优化1次工具配置	0分：无响应机制；1分：有机制但未执行；2分：机制明确+定期优化	★★	零售企业：“建立‘工具问题台账’，每月5号复盘优化，3个月内解决AI文案生成不精准等3个核心问题”
三、组织维度（共10分）	11. 开展分层级（基层/中层/高层）人才培育	基层：工具实操培训；中层：方案落地协调；高层：战略支持（无需复杂培训，聚焦“够用就好”）	0分：未开展培训；1分：开展1个层级培训；2分：3个层级均开展针对性培训	★★★	制造业企业：“基层学AI工具操作（2小时），中层学方案落地流程（1天），高层学战略方向（1小时）”
	12. 开通数字化转型意	设立简单反馈方式（如企业微信群、表单），收集员工使用工具的问题（如	0分：无反馈通道；1分：有通道但无响应；2分：	★★	餐饮企业：“建立‘AI转型反馈群’，员工随时反馈工具问题，运营

维度	检查项	详细说明（中小微企业适配版）	评分标准	实施优先级	案例参考（餐饮/零售/制造业）
	见反馈通道	“AI客服无法解答的高频问题”）	通道畅通+问题及时处理		主管每日回复，1周内解决80%问题”
	13. 通过试点部门标杆案例消除变革阻力	先在1个部门（如客服部）试点转型，用效果带动其他部门（如“客服部AI落地后节省2人成本，销售部主动申请转型”）	0分：无试点；1分：有试点但无效果；2分：试点成功+全公司推广	★★★	零售企业：“先在社群运营部试点AI内容生成，1个月内内容产出效率提升3倍，其他部门主动跟进转型”
	14. 将工具使用熟练度与激励晋升挂钩	设定工具使用考核标准（如“AI客服操作熟练度≥90%”），与员工奖金、晋升关联	0分：无挂钩；1分：部分挂钩；2分：明确挂钩+执行到位	★★	餐饮企业：“将AI工具使用熟练度纳入员工月度考核，达标者奖金上浮10%，3个月内全员熟练使用”
	15. 设立“数字化创新实验室”鼓励员工提案	无需实体部门，用“提案奖励”鼓励员工分享AI工具使用技巧（如“提出有效优化建议，奖励200-500元”）	0分：无鼓励机制；1分：有机制但无奖励；2分：有奖励+员工积极参与	★	制造业企业：“每月开展‘AI创新提案’活动，员工提出‘用AI优化用户标签’，落地后节省30%时间，奖励500元”
四、数据维度（共10分）	16. 统一核心数据字段命名规则	明确私域核心数据字段（如“私域新增用户数=企微新增好友数”“转化率=成交用户数/私域总用户数”）	0分：无统一规则；1分：部分字段统一；2分：所有核心字段统一	★★★	零售企业：“统一数据字段：新增用户=企微好友+社群成员，转化率=30天内成交数/新增用户数”
	17. 完成近1年核	清理重复、无效数据（如“删除私域中3个月无互动	0分：未清洗；1分：部	★★	餐饮企业：“用Excel筛选功能，1天内完成近1

维度	检查项	详细说明（中小微企业适配版）	评分标准	实施优先级	案例参考（餐饮/零售/制造业）
	心数据的轻量化清洗	的僵尸用户”“修正错误的成交金额数据”），无需专业工具	分清洗；2分：核心数据全部清洗完毕		年私域数据清洗，删除重复用户200+，修正数据错误30+条”
	18. 部署基础安全配置（多重验证、加密存储）	工具开启账号多重验证（如企微+短信验证），用户数据加密存储（选择符合《数据安全法》的工具）	0分：无安全配置；1分：部分配置；2分：全部核心安全配置部署	★★★	制造业企业：“所有AI工具开启双重验证，用户联系方式加密存储，未出现数据泄露问题”
	19. 遵循《数据安全法》《个人信息保护法》	不收集无关用户信息，获取用户数据时明确告知用途（如“添加企微时提示‘用于发送专属福利’”）	0分：未遵循；1分：部分遵循；2分：完全遵循+用户授权清晰	★★★	零售企业：“用户添加企微时，弹出授权提示‘同意获取您的昵称/头像，用于私域服务’，合规率100%”
	20. 规划数据价值落地的内部/外部应用场景	内部：用数据优化运营（如“通过AI分析用户标签，推送精准内容”）；外部：数据辅助决策（如“根据引流数据调整渠道投入”）	0分：无规划；1分：有内部场景；2分：内部+外部场景均明确	★★	餐饮企业：“内部用AI分析用户消费偏好，推送定制化套餐；外部根据抖音引流数据，加大直播投放”

自查结果应用

1. 总分≥30分：转型基础良好，可直接启动全链路AI落地；
2. 20分≤总分＜30分：核心环节达标，需针对性优化短板（如数据清洗、人才培育）；
3. 总分＜20分：转型基础薄弱，优先落地“战略维度1-3项+技术维度6-7项”核心内容。

二、配套工具一：《中小微企业私域AI转型路径规划模板》

基础信息

企业名称	_____	所属行业	_____
企业规模（人数）	_____	转型负责人	_____
联系电话	_____	自查总分	_____
核心短板（≤3项）	_____	计划启动时间	_____年____月____日

阶段目标与核心动作（按“3个月快速落地”设计）

阶段	时间周期	核心目标（量化）	核心动作（按优先级排序）	负责人	所需资源（工具/预算/人员）	预期成果（可验证）
启动期	第1个月第1-2周	1. 明确转型核心场景；2. 完成工具选型；3. 核心人员培训完毕	1. 基于自查清单，锁定1-2个高ROI场景（如客服自动化）；2. 采购/开通国内适配AI工具；3. 开展基层工具实操培训	_____	工具：CozeAI、腾讯企点SCRM；预算：5000元内；人员：1名执行+1名负责人	1. 转型场景明确；2. 工具可正常使用；3. 核心人员掌握基础操作
试点期	第1个月第3-4周	1. 试点部门AI工具落地；2. 初步数据对比；3. 解决核心故障	1. 在客服部/运营部试点工具；2. 记录试点前后数据（如人工成本、响应时间）；3. 建立故障响应机制	_____	人员：试点部门全员；预算：无额外投入；工具：已开通的AI工具	1. 试点部门工具使用率≥80%；2. 初步实现降本/增效（如响应时间缩短30%）
优化期	第2个月	1. 优化工具配置；2. 扩大试点范围；3. 完善考核机制	1. 根据试点数据优化工具（如AI文案模板调整）；2. 向其他部门推广；3. 制定量化考核指标	_____	人员：全公司相关部门；预算：1000元（优化培训）；工具：同上	1. 工具优化≥3项；2. 全公司工具使用率≥60%；3. 考核机制落地
推广	第3个	1. 全公司AI工具落地；	1. 所有核心部门适配AI工具；2. 核算	_____	人员：全公司；预算：无额外投入；	1. 全公司工具使用率≥90%；2.

阶段	时间周期	核心目标（量化）	核心动作（按优先级排序）	负责人	所需资源（工具/预算/人员）	预期成果（可验证）
期	月	2. 达成转型核心目标；3. 建立长期迭代机制	转型ROI；3. 制定每月优化计划		工具：同上	实现降本50%/增效3倍/转化提升25%；3. 迭代机制运行

风险预判与应对措施

潜在风险	发生概率	应对措施
员工抵触AI工具，不愿使用	中	1. 用试点部门效果现身说法；2. 简化操作流程；3. 激励机制绑定使用熟练度
工具效果未达预期（如AI文案不精准）	中	1. 优化Prompt模板；2. 反馈给服务商迭代；3. 人工辅助修正（初期过渡）
数据安全风险（如用户信息泄露）	低	1. 强化安全配置；2. 定期检查数据存储情况；3. 合规收集用户信息
预算超支	低	1. 坚持按需付费；2. 优先落地低成本场景；3. 对接政策补贴

三、配套工具二：《中小微企业私域AI转型数据治理最小可行方案》（轻量化落地）

核心目标

用最低成本（无需专业数据团队/工具）实现“数据统一、清洗、安全、复用”，支撑AI私域转型效果量化。

一、数据统一：明确“3类核心数据+统一规则”

1. 核心数据分类（中小微企业必抓，无需复杂数据）

数据类型	具体字段（统一命名）	统计周期	数据来源
增长类数据	私域新增用户数（企微好友数+社群成员数）、各渠道引流数（抖音/门店/小红书）	每日	腾讯企点SCRM、活码后台
运营类数据	AI工具使用率（使用次数/总任务数）、内容产出量（AI生成/人工生成）、用户互动率（留言/点赞数）	每周	工具后台、社群统计
转化类数据	私域转化率（30天成交数/新增用户数）、复购率（复购用户数/成交用户数）、客单价	每月	订单系统、企微标签

2. 统一统计规则（避免数据混乱）

- 时间统计：新增用户按“添加时间”统计，成交按“支付时间”统计；
- 口径统一：“有效用户”=添加后3天内有互动（留言/点击链接）的用户；
- 记录方式：用Excel/腾讯文档建立“私域AI数据统计表”，每日/每周固定时间更新。

二、数据清洗：3步轻量化操作（无需专业工具）

1. 去重（1天完成）

- 操作：用Excel“条件格式”功能，筛选重复用户（按手机号/企微ID），保留最新数据；
- 示例：餐饮企业用Excel筛选出重复企微好友200+，统一保留活跃账号。

2. 纠错（1-2天完成）

- 操作：检查数据格式（如金额统一为“元”，百分比统一保留1位小数），修正明显错误（如“成交金额100000元”改为“1000元”）；
- 示例：零售企业修正“转化率80%”（实际为8%）等数据错误30+条。

3. 去无效（1天完成）

- 操作：删除“僵尸数据”（如3个月无互动的用户、测试订单数据）；
- 示例：制造业企业删除私域中1年无互动的用户500+，提升数据精准度。

三、数据安全：4项基础配置（零成本落地）

1. 账号安全：所有数据相关工具（企微、SCRM、AI工具）开启双重验证（如企微+短信验证）；

2. 存储安全：用户核心数据（手机号、地址）加密存储（如Excel设置密码，SCRM开启加密功能）；
3. 访问权限：仅负责人+核心执行人员可查看完整数据，其他人员仅开放部分权限（如仅看统计结果）；
4. 合规安全：收集用户数据时，明确告知用途（如企微添加备注“用于发送福利”），不收集无关信息（如无需收集身份证号）。

四、数据复用：2个核心场景（直接支撑转型效果）

1. 内部优化场景

- 操作：用AI工具（如豆包）分析数据，生成优化建议（如“抖音引流用户转化率低，建议优化AI接待话术”）；
- 示例：零售企业通过数据发现“门店引流用户复购率高”，加大门店活码投放，复购率再提升10%。

2. 外部决策场景

- 操作：根据数据调整转型方向（如“AI客服承接咨询率90%，可减少1名客服，增加AI文案生成投入”）；
- 示例：餐饮企业通过数据核算“AI转型3个月回本”，决定扩大AI工具使用范围（新增AI用户分层功能）。

落地时间表（共5天，可拆分执行）

时间	核心任务	负责人	交付物
第1天	明确核心数据字段+统一规则	_____	数据分类表+统计规则文档
第2-3天	完成数据去重+纠错+去无效	_____	清洗后的核心数据表
第4天	部署4项数据安全配置	_____	安全配置检查表
第5天	落地2个数据复用场景	_____	数据优化建议+决策调整方案