위챗 매니저 (wechat manager)

1 중국 디지털 마케팅의 현실

2 위챗 (wechat; 微信)

3 위챗 공식계정 (official account; 公众号)

4 위챗 매니저

중국 디지털 마케팅의 현실

국내 브랜드의 기회

한류

'별에서 온 그대' 신드롬

중국 브랜드의 국내 PPL

요우커(游客)

2014년 600만 명 돌파

2020년 1200만 명 전망

한국-중국 FTA

관세 장벽 철폐

수출 활성화 기대

정치, 경제, 문화 분야의
우호적 환경 조성으로
국내 브랜드의 중국 진출은
과거 어느 때보다 유리합니다.

중국 디지털 마케팅의 현실

그러나 현실은?

‘중국어’라는 장벽

국내 시장의 현실과
중국 시장을 동시에 이해하는
중국어 가능 마케터의 존재?

중국 정부의 정보 통제

google, facebook, youtube…
다음, 네이버, 카카오톡, 라인.
접속 NO

중국 IT의 급격한 부상

세계 인터넷 기업 시가총액 Top 10 중
4개가 중국 IT기업

중국은 과거, 현재, 미래가 동시에 존재하고 있습니다.

중국 디지털 마케팅
결코 쉽지 않습니다!

중국 디지털 마케팅의 현실

우리가 알던 디지털 마케팅 환경과 다르다.

우리가 알던 디지털 마케팅 채널:
구글, 페이스북, 유튜브, 네이버, 카카오톡

중국에서 접속이 불가능!
우리가 알던 디지털 마케팅 채널을 잊어야 한다.

중국 디지털 마케팅의 현실

그러나 탐난다. 세계 최대 규모, 중국 인터넷 시장 Demographics

- 상상을 초월하는 인터넷 인구 규모 -

중국 인터넷 사용자 한 명이 콘텐츠를 올리면 1분만에 100만 명이 소비합니다.

전체 인터넷 인구

약 649,000,000

2014/4Q 기준 전년대비 5% 증가

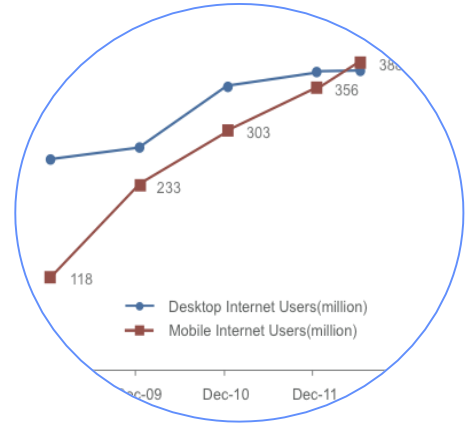
[출처:CNNIC]

모바일 인터넷 인구

약 557,000,000

2014/4Q 기준 전년대비 11.4% 증가

[출처:CNNIC]



중국은 벌써 Mobile First 단계

2012.06 모바일 인터넷 사용자 > PC 인터넷 사용자

[출처:CNNIC]

중국 디지털 마케팅의 현실

중국 시장에 진입하려면 중국의 디지털 플랫폼을 이용해야 한다!

바이두(百度)

검색엔진 점유율 1위
중국의 google

위챗(wechat; 微信)

모바일 메신저 점유율 1위
중국의 카카오톡

웨이보(微博)

마이크로 블로그 서비스
중국의 twitter

타오바오(淘宝网)

최대 전자상거래 플랫폼
중국의 amazon, ebay

중국 디지털 마케팅의 현실

현재 주목해야 할 미디어는 모바일 메신저 (mobile instant messenger) !

陌陌: momo

腾讯: QQ

微信:wechat

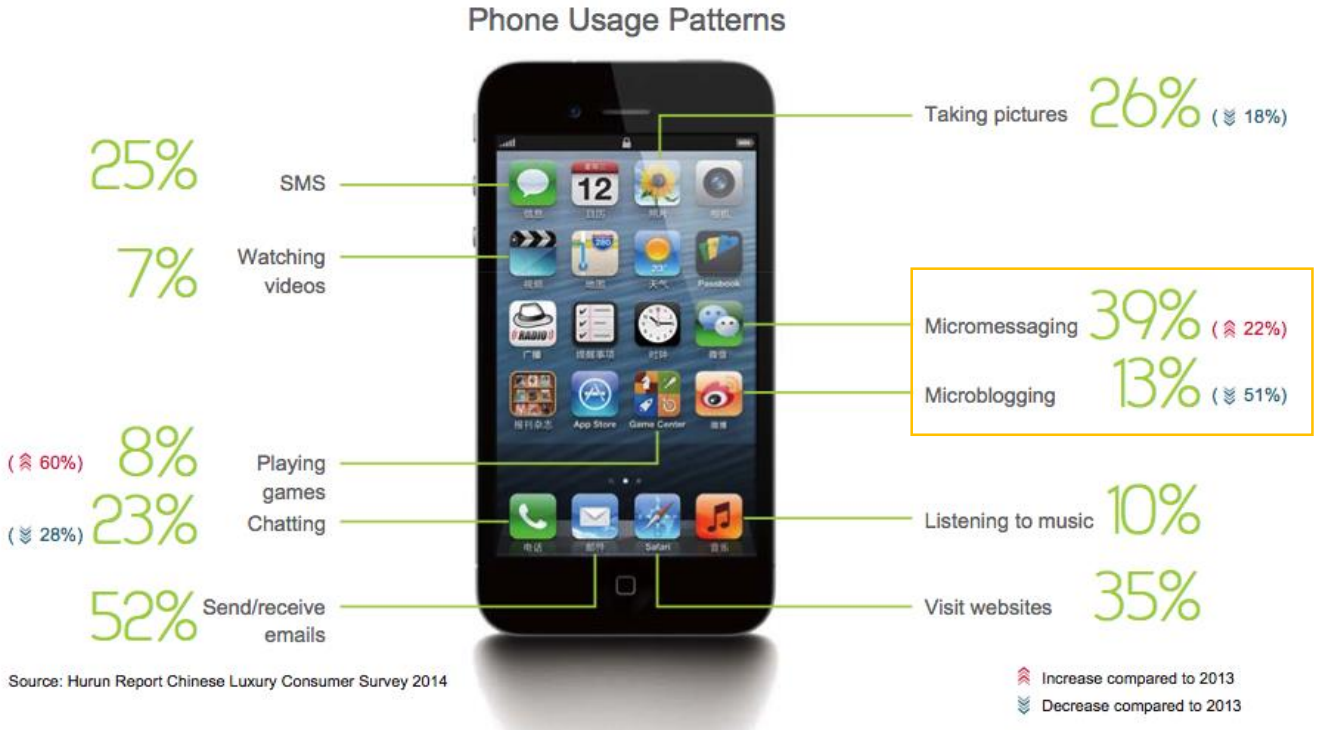
90.6 %

모바일 인터넷 인구 중
모바일 메신저 사용 비율

2014/4Q 기준 [출처:CNNIC]

중국 디지털 마케팅의 현실

모바일 메신저 (mobile instant messenger) 이용률 증가!



39% (전년 대비 22% 증가)

모바일 메신저 이용 비중

[출처: Hurun Report Chinese Luxury Consumer Survey 2014]

중국 디지털 마케팅의 현실

모바일 라이프 3대 화두: 소셜, 위치, 모바일

- So Lo Mo 마케팅 대두 -

소셜 + 위치 + 모바일 3가지 요소를 통합한 미디어를 활용
target audience의 관심과 참여를 증대!

소셜 (Social)
사람과 사람을 연결

위치 (location)
사용자와 특정 장소의
위치를 확인

모바일 (Mobile)
이동성이 확보된
미디어를 활용

위챗(wechat; 微信)

중국 라이프 스타일의 혁명! 중국인의 일상을 대표하는 브랜드

중국 모바일 인터넷 인구의 대다수 이용

- 모바일 인터넷 인구의 80%가 이용 중
- 중국 스마트폰 사용자의 필수 앱!

서비스이용 비중 증가

- 가입자, 이용시간, 데이터 사용량의 지속적인 증가
- 중국인의 생활 플랫폼으로 자리잡아 이용 빈도 지속적 증가

So Lo Mo 마케팅에 최적화된 미디어

- '검색(search) 에서 발견(discovery)으로' 미디어 이용의 변화
- 단순한 메신저에 그치지 않고 'Moments'라는 소셜 미디어를 통합
- Social + LBS + Mobile 의 완벽한 조합

위챗(wechat; 微信)

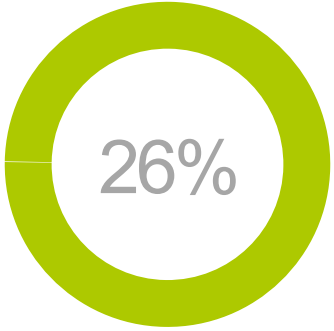
위챗 관련 주요 지표_글로벌

글로벌 누적 가입자

B: billion (10억)

2011년 1월 서비스 출시 이후,

[출처: tencent, 2015.01]

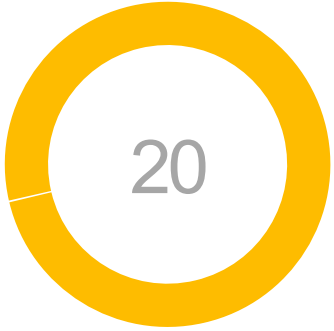


가입자 증가율

2013년 대비

글로벌 기준

[출처: L2, 2015.01]



지원 언어

20개 언어 지원

20개 언어, 200여 국가에서 사용
명실공히 글로벌 앱!
[출처: tencent, 2015.01]

소셜 미디어 랭킹

70여 국가 소셜 미디어 앱 랭킹

70여 국가와 지역에서
소셜 미디어 앱 랭킹 1위
[출처: tencent, 2015.01]

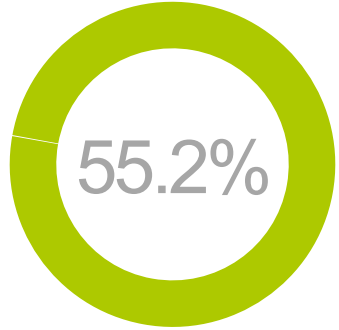
위챗(wechat; 微信)

위챗 관련 주요 지표_중국

월간 활성 사용자

M: million (100만)

MAU (monthly active users)
월 1회 이상 서비스 사용자 기준
[출처: tencent, 2015.01]



하루 10회 이상 접속 비율

중국 기준

1일 1회 이상 서비스 이용자 기준

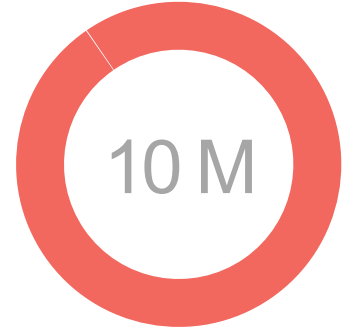
[출처: tencent, 2015.01]

이용자 일 평균 소비 콘텐츠

기사 (article) 개수 기준

공유를 통해 소비되는 콘텐츠

[출처: tencent, 2014.09]



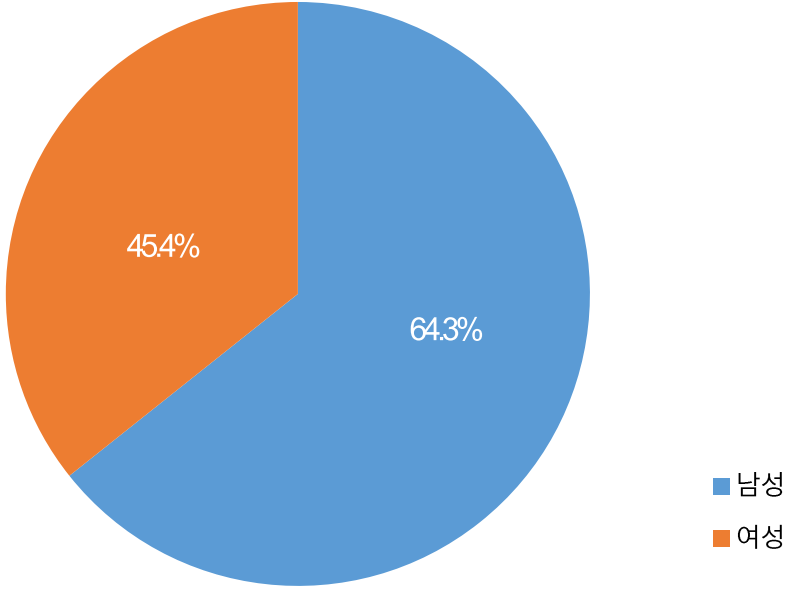
1분당 최대 발송 메시지

M: million (100만)

중국 명절 춘절 하루 전
분당 최대 1,000만 건 발송
[출처: tencent, 2014.05]

위챗(wechat; 微信)

위챗 사용자 Demographics_성별



[위챗 사용자 성별 비율]

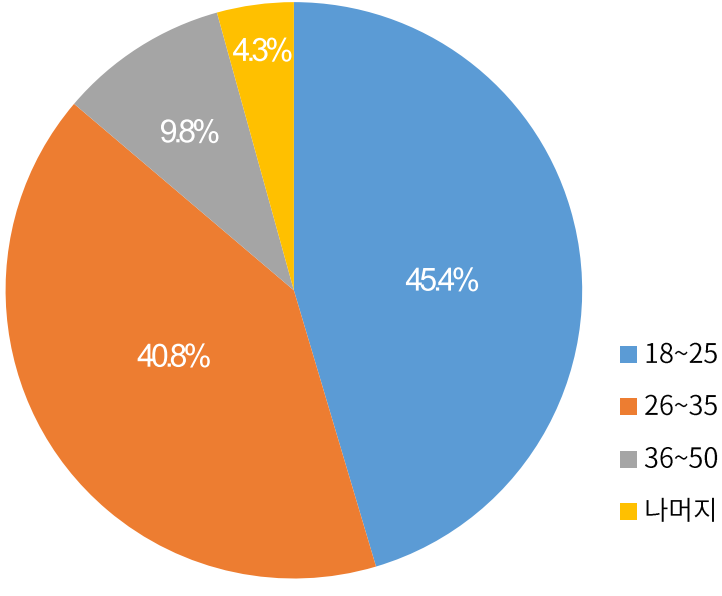
1.8 : 1

남성 대 여성 사용자 비율

[출처: tencent, 2015.01]

위챗(wechat;微信)

위챗 사용자 Demographics_연령별



[위챗사용자 연령별 비율]

86.2%

18세~35세 사용자 비율

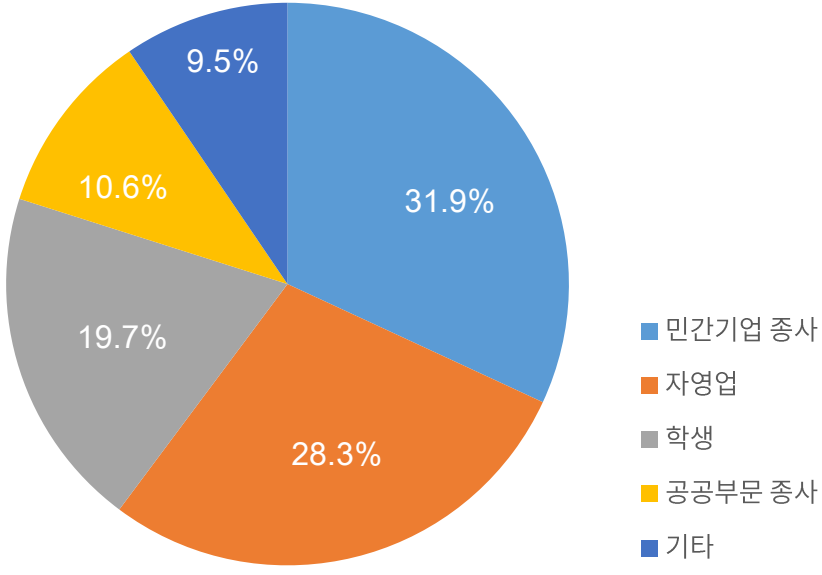
*위챗 사용자 집단은 평균 26세의 비교적 젊은 연령 집단
중국 주요 소비계층으로 자리잡은 80后, 90后 와 일치

*80后 : 80년대생 / 90后 : 90년대생

[출처: tencent, 2015.01]

위챗(wechat; 微信)

위챗 사용자 Demographics_직업별



[위챗 사용자 직업별 비율]

90%+

도시 직업군 분포 비중

*민간기업, 자영업, 학생, 공공부문에서 종사하는 비중이 90% 이상
위챗 사용자 대부분이 도시에 거주하며, 3차 산업에 종사

[출처: tencent, 2015.01]

위챗(wechat;微信)

위챗(wechat;微信) 사용자 인터페이스(UI) 1.

'1:1 또는 그룹 커뮤니케이션의 시작'

채팅 연락처 발견 나

채팅UI

*홍바오(현금선물)전송

채팅
그룹 채팅 지원
텍스트, 음성 채팅지원

통화
음성 또는 영상으로
실시간 커뮤니케이션 지원

공유(전송)
이미지, 영상, 위치, 명함(프로필)
홍바오(현금 선물)까지

위챗(wechat;微信)

위챗(wechat;微信) 사용자 인터페이스(UI) 2.

'검색(search)에서 발견(discovery)으로 진화'

채팅 연락처 발견 나

발견>모멘트(moments;朋友圈)

*모멘트(moments;朋友圈)검색

모멘트(朋友圈)
친구에게 공개되는
앨범+타임라인 구조의 SNS
*카카오 스토리와 동일

QR코드 스캔
친구, 공식 계정으로 연결
*off line to on line

흔들기, 주변사람, 병편지
GPS 기반으로
새로운 친구를 발견

게임
위챗 연동 게임
*카카오 게임과 동일

위챗(wechat;微信)

위챗(wechat;微信) 사용자 인터페이스(UI) 3.

'커뮤니케이션, 소셜 미디어를 넘어 금융까지'

채팅 연락처 발견 나

나>지갑(钱包)

나>지갑(钱包)>카드지갑(卡包)

지갑

금융, 송금, 결제대행
쇼핑, 공동구매, 선물하기,
영화예매, 외식 예약,
항공권예약, 택시예약…

앨범

모멘트(朋友圈) 게시물관리

즐겨찾기, 이모티콘, 설정

*즐겨찾기: 콘텐츠저장

위챗(wechat;微信)

위챗(wechat;微信) 사용자 인터페이스(UI) 4.

WATCH

메인

채팅

모멘트(moments)

위챗(wechat; 微信)

위챗(wechat; 微信) 생태계를 이루는 핵심 기능 1.

메시징 (Instant Messaging)	위치 기반 서비스 (LBS)	소셜 미디어; 모멘트 (Moments; 朋友圈)	공식 계정 (公众号) (Official Accounts)
텍스트, 음성 메시지	주변 탐색	텍스트 또는 이미지 게시	조직, 기업 등의 이용
음성, 영상 통화	위치 공유	친구의 타임라인 보기	위챗 공중 플랫폼으로 관리
이미지, 영상, 명함(프로필) 공유	지도 연동 서비스	댓글 / 좋아요	브랜딩, CRM, 뉴스, 프로모션 활용
이모티콘	위치기반 할인쿠폰, 공동구매 이벤트 검색	친구와 콘텐츠 공유	이용목적에 따라 서비스계정, 구독계정

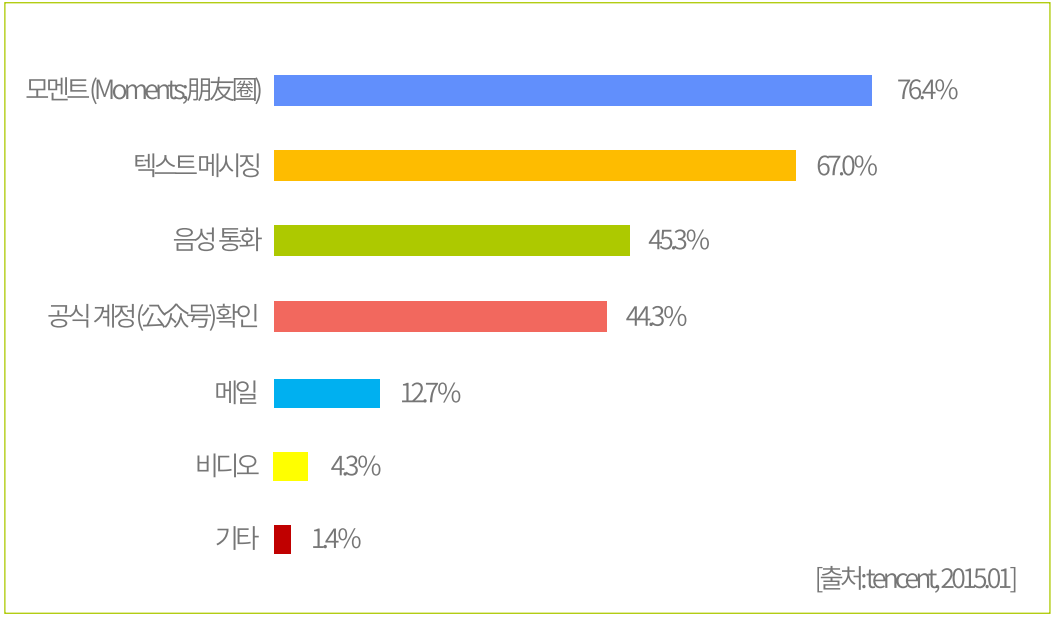
위챗(wechat; 微信)

위챗(wechat; 微信) 생태계를 이루는 핵심 기능 2.

모바일 게임	in app commerce	Tenpay (모바일 결제) 지원	친구 추가
위챗 친구와 함께 게임	공동 구매 (소셜 커머스)	송금, 홍바오(현금 선물) 지원	공식 계정 follow(关注)
위챗 친구의 스코어 확인	택시 예약, 식당 예약	O2O (offline to online) 구현:	제품 검색 및 위챗 쇼핑몰 구매
중국 모바일 게임 시장 60% 점유	영화 예약, 항공권 예약	QR코드를 이용한 오프라인 결제	오프라인 결제 지원
게임 (Games)	**전자 상거래 (E-Commerce)**	**결제, 지갑 (Payment, wallet)**	**QR 코드 (QR code)**

위챗(wechat; 微信)

위챗 기능 사용비율



SNS 이용 > 메신저 이용 !

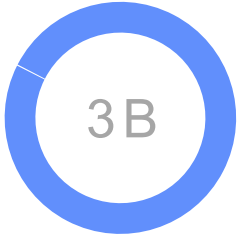
위챗 탑재 SNS, 모멘트(Moments; 朋友圈) 이용이 메신저 기능인 텍스트 메시징, 음성 통화 이용을 넘어섰습니다.

공식 계정 (公众号) 이용 증가 !

모멘트(Moments; 朋友圈), 메시징, 음성 통화에 이어 공식 계정 (公众号) 이용 비율이 높습니다.

위챗(wechat; 微信)

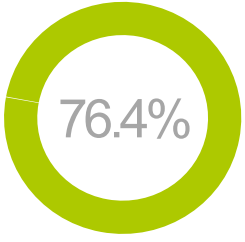
모멘트(Moments; 朋友圈) 관련 주요 지표



1일 평균 공유 페이지

B: billion (10억)

[출처: tencent, 2015.01]



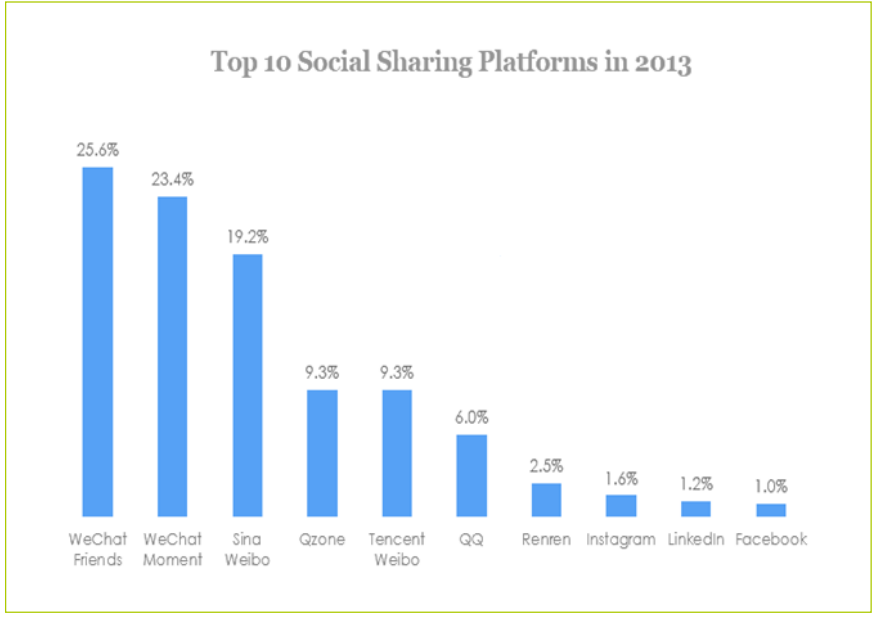
모멘트 정기적 사용 비율

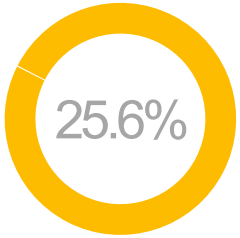
중국 기준

1일 1회 이상 서비스 이용자 기준 [출처: tencent, 2015.01]

위챗(wechat; 微信)

중국 소셜 플랫폼에서 위챗이 차지하는 비중 (공유)

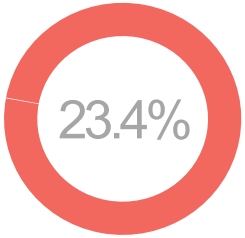




위챗 친구공유

중국기준

[출처: iiMedia Research, 2014]



위챗 모멘트 공유

중국기준

[출처: iiMedia Research, 2014]

위챗(wechat; 微信)

메시징, SNS, 전자 상거래, 고객 서비스 등 모든 기능을 통합한 생태계

사람, 사물, 서비스를 연결하는 위챗

- 커뮤니케이션 부터 결제까지 모든 기능의 통합은 서비스 확장의 무한한 가능성을 보여줌: 이것이 위챗의 핵심 경쟁력!

- 메시징, 모멘트, 주변 사람, 흔들기, 병편지, 명함(프로필), QR코드 등 다양한 기능들은 사용자간 커뮤니케이션을 증가시킴.

- 이런 커뮤니케이션의 증가는 개인과 개인뿐만 아니라 기업-고객간 관계도 긴밀하게 함.

메시징 – 콘텐츠 – 커머스 사이 긴밀한 연결

- 위챗 플랫폼에서 메시징을 통해 사람과 사람이 연결.

- 메시징을 통해 콘텐츠가 공유, 콘텐츠는 커머스로 긴밀하게 연결.

위챗(wechat; 微信)

중국 고객에게 접근하고, 사로잡을 수 있는 효율적인 마케팅 tool

Real People, Real Connections

- 사용자 연락처 기반의 실재 인맥 기반으로 연결되는 경우가 대부분
- 연락처 : 스마트 폰 연락처뿐만 아니라 기존 QQ 연락처와도 연동
- 적절한 정보를 전달하면 즉시적 반응을 기대할 수 있음.

수익을 창출하는 1:1 관계

- 브랜드는 공식 계정을 통해 고객과 1:1 관계 구축 가능
- 공식 계정을 통해 target audience에게 rich media 커뮤니케이션 가능

효율적인 온라인-오프라인 프로모션

- 위치 정보 연동을 통해 O2O 프로모션 진행 가능
- QR코드 스캔 및 결제 기능을 활용하여 잠재 고객의 참여를 유도

중국 시장에 진입할 수 있는 효율적인 수단

- 중국 시장에 오프라인 매장 없이 저렴한 비용으로 브랜딩 가능
- 광대한 사용자 기반의 바이럴 마케팅 플랫폼 역할

위챗 공식 계정 (公众号)

기업, 조직, 오피니언 리더(KOL)를 위한 위챗 브랜드 전용 계정

[사례. UNIQLO 공식 계정]

*위챗 공중 플랫폼(微信公众平台)

위챗 API를 활용한 모바일 마케팅 및 CRM 플랫폼!

- 위챗 공중 플랫폼(微信公众平台)을 통해 생성하는 애플리케이션 계정

- 브랜드는 공식 계정으로 공중 플랫폼에 접속, target audience 대상으로 텍스트, 이미지, 음성, 동영상 등으로 상호 커뮤니케이션 가능.

- 위챗 플랫폼에서 공식 계정과 개인 계정 사이 전방위적 커뮤니케이션을 통해 브랜드 커뮤니케이션이 이루어짐. *카카오 플러스 친구와 동일

위챗 공식 계정 (公众号)

공식 계정 관련 주요 지표

공식 계정 총량

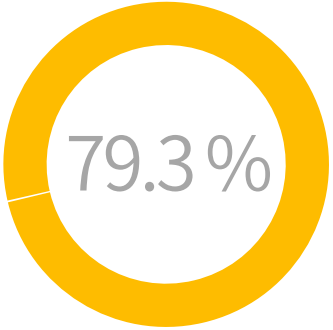
중국 기준

[출처: tencent, 2015.01]

1일 평균 증가량

중국 기준

[출처: tencent, 2015.01]



위챗 사용자 关注 비율

关注 (follow): 친구 맺기

[출처: tencent, 2015.01]

위챗 공식 계정 (公众号)

2가지 타입의 공식 계정 : 서비스 계정 VS 구독 계정

*구독계정폴더

*서비스계정

[채팅리스트 내서비스계정,구독계정]

서비스 계정 (服务号)
service account

■ 기업, 조직의 고객 대상 서비스에 최적화
* 위챗 API를 활용한 다양한 기능 제공

- 주 1회 메시지 푸시 가능
- 높은 주목도 (푸시 알림)
- 메뉴 인터페이스 지원
- 위치기반 서비스 지원
- 위챗 결제 지원 (인증 필요)

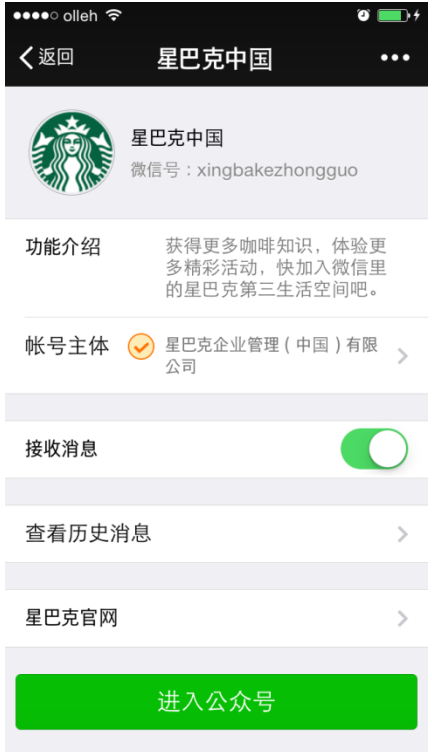
구독 계정 (订阅号)
subscription account

■ 뉴스레터 형태의 정기적 정보 전달에 최적화
* 제한적 기능 제공

- 일 1회 메시지 푸시 가능
- 낮은 주목도 (구독 계정 폴더에 배치)
- 메뉴 인터페이스 지원(인증 필요)
- 위치기반 서비스 미지원
- 위챗 결제 미지원

위챗 공식 계정 (公众号)

공식 계정 인터페이스 (UI) 1.



[공식계정명함(프로필)]

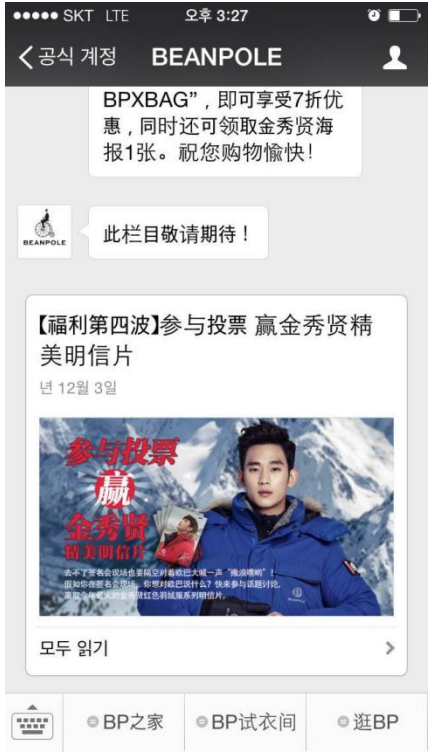
[채팅 UI]

[메뉴 UI]

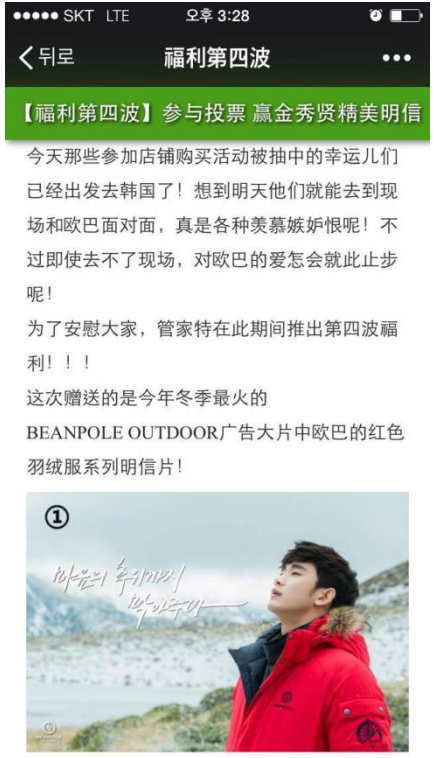
- 위챗 사용자가 공식 계정을 follow(关注)하면, 사용자(개인 계정)와 공식 계정은 1:1 관계 형성
- 위챗 기본 채팅 UI와 동일한 메시지 송수신 형태
- 추가로 메뉴 UI를 지원, 고객은 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있음.

위챗 공식 계정 (公众号)

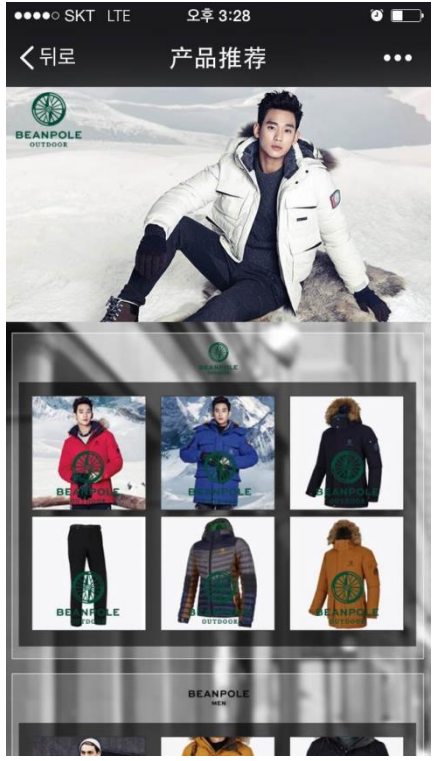
공식 계정 인터페이스(UI) 2.



[메시지 UI]

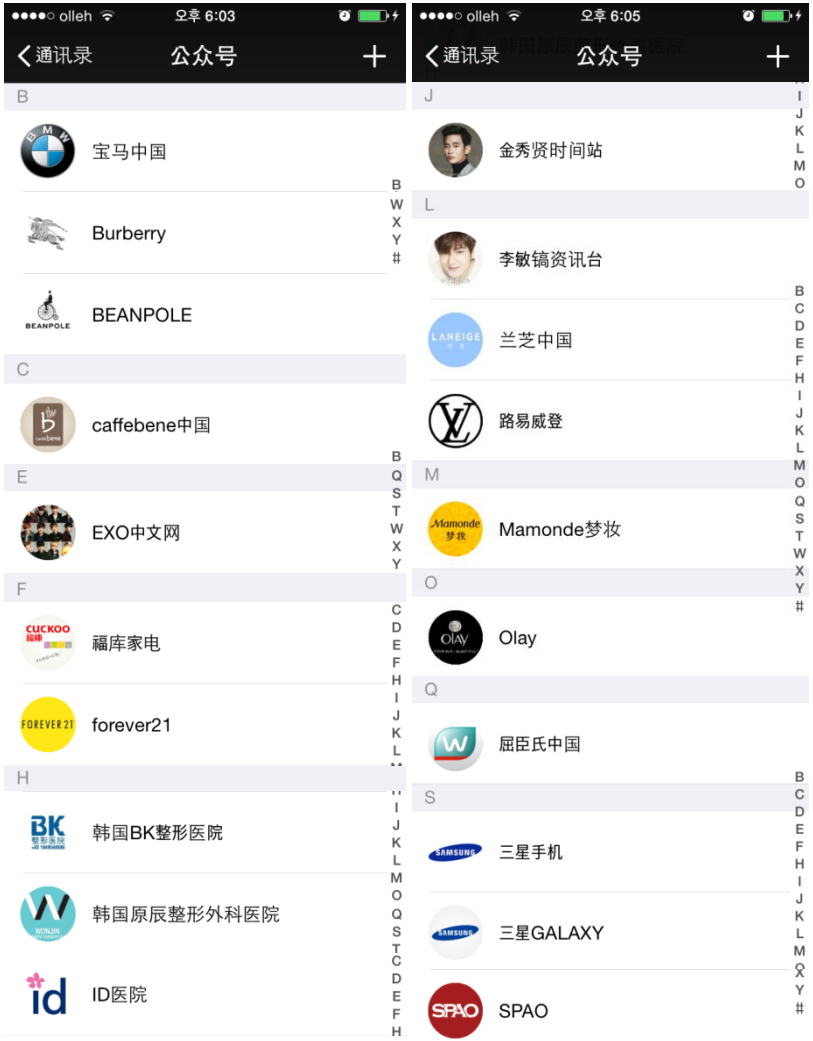


[메시지>내부 콘텐츠 연결]



[메시지>외부 콘텐츠 연결]

- 단순 텍스트를 제외한 정보는 MMS 형태 메시지
- 이 MMS를 클릭하여, rich media 콘텐츠를 고객이 소비하는 구조
- 내부 콘텐츠: 공중 플랫폼에서 생성된 콘텐츠
- 외부 콘텐츠: 외부 웹 환경에서 생성된 콘텐츠



위챗 공식 계정 (公众号)

왜 수많은 브랜드가 공식 계정을 이용할까요? 1.

■ 1:1 커뮤니케이션

-고객과 개인적인 대화 가능
-보안환경 속에 고객의 개인정보 요청 가능

■ 강력한 CRM Tool

-위챗 API 이용 기존 CRM 통합 가능
-안전하고 개인적인 커뮤니케이션은 CRM의 필수

■ rich media 메시징

-텍스트뿐만 아니라 이미지, 사운드, 영상까지 전달
-고객도 rich media 형태로 전달 가능

■ 다양한 형식의 콘텐츠 지원

-고객의 관심과 참여를 높이는 스크래치 카드, 할인 쿠폰 등 개발 가능
-QR코드 스캔 기능을 이용한 O2O 콘텐츠 개발 가능

■ 위챗의 강력한 API

-위챗 공중 플랫폼 API를 이용 앱 개발 가능

위챗 공식 계정 (公众号)

왜 수많은 브랜드가 공식 계정을 이용할까요?2.

■ 고효율의 모바일 앱 솔루션

-독자적인 앱 개발보다 훨씬 저렴한 비용 소요
-모든 스마트폰 OS 지원

■ 커뮤니케이션 targeting

-설정 기준에 따라 고객 세분화 가능
-세분화된 고객 그룹별로 메시지 푸시(push) 가능

■ 도달율 100%의 잠재력

-메시지를 푸시할 경우, 채팅 리스트 최상단 노출
- 이 과정에서 별도의 비용이나 노력이 추가되지 않음.

■ 편리한 콘텐츠 공유

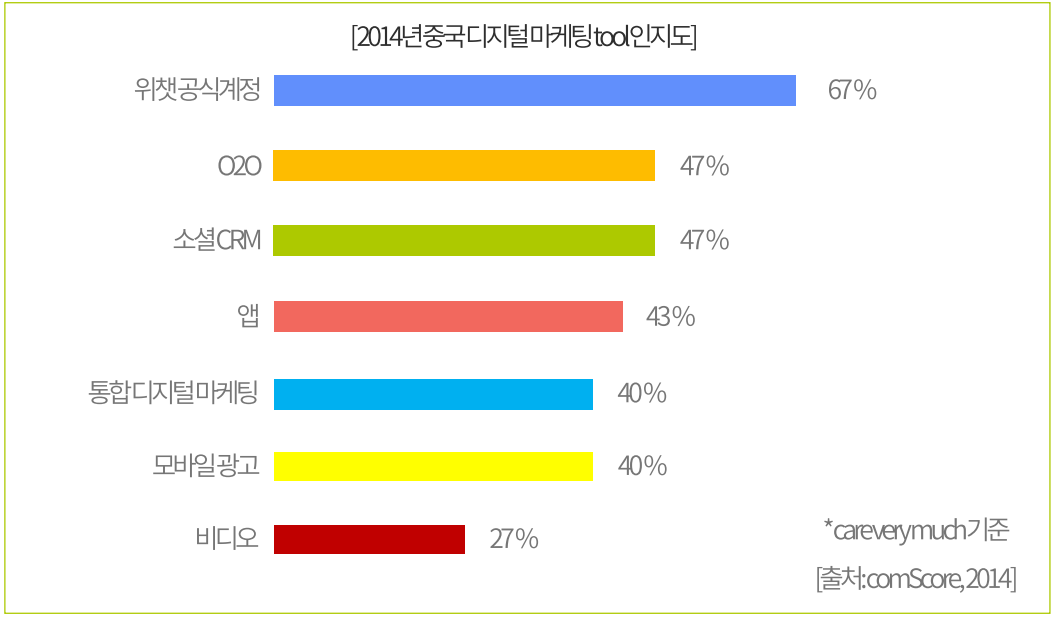
-강력한 공유 기능: 명함, 친구, 모멘트 공유 등
-콘텐츠 공유는 바이럴 마케팅 효과 창출

■ 제한 없는 folllower 수

-개인 계정 등록 가능 최대 친구 수: 5,000 명
-folllower 수에 제한 없이 메시지 푸시 가능

위챗 공식 계정 (公众号)

그럼 위챗 공식 계정에 대한 마케터의 인식은 어떨까요?



이제 위챗 공식 계정은 필수!

공식 계정의 중요성에 대해 누구도 부정하지 않음.
O2O, 소셜 CRM 기능도 위챗 공식계정에서 구현 가능.

기존 디지털 마케팅 툴 중요성 하락

앱, 모바일 광고, 비디오, 통합 디지털 마케팅 등
기존 마케팅 도구는 위챗 플랫폼 등장으로 중요성 하락

위챗 공식 계정 (公众号)

위챗 사용자는 어떻게 공식 계정에 접속할까요?

[키워드 검색을 통한 접속]

[QR코드를 통한 접속]

"扫一扫" 左侧二维码，即可添加联合国官方微信
您也可在微信上搜索 "lianheguo" 获取更多资讯。

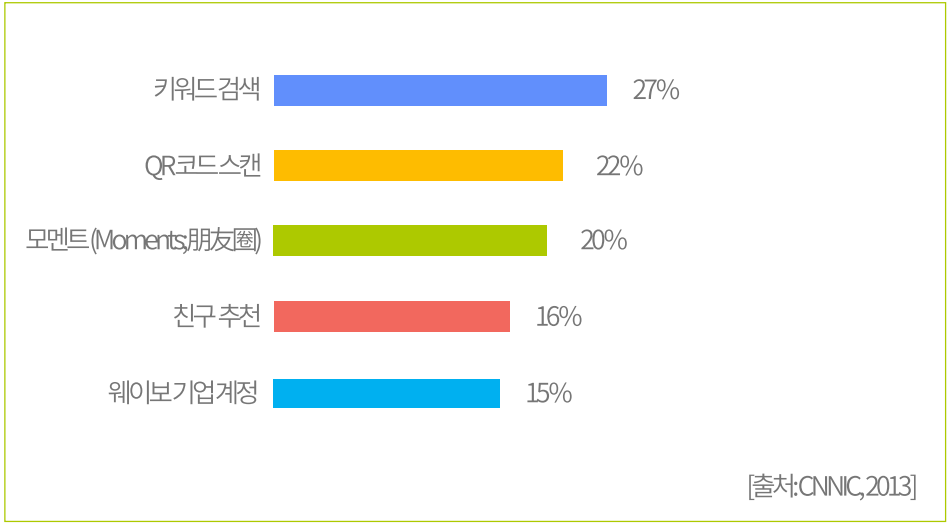
[공유를 통한 접속]

■친구추천

■모멘트(朋友圈)공유

위챗 공식 계정 (公众号)

위챗 사용자는 어떻게 공식 계정에 접속할까요?



■ 불필요한 정보를 피하기 위해 키워드검색 비중 높음

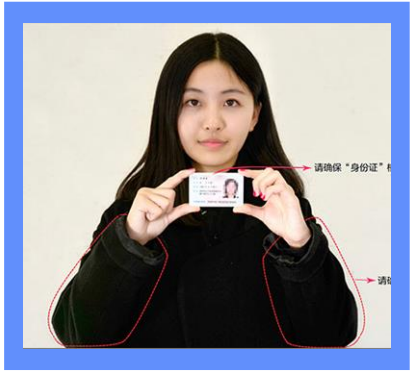
■ QR코드를 통한 공식계정 접속도 비중 높음
-오프라인에서 온라인으로 연결하는 고리로서 QR코드 사용이 활발함.

■ 다음으로 인적 네트워크를 통한 공유, 추천 순

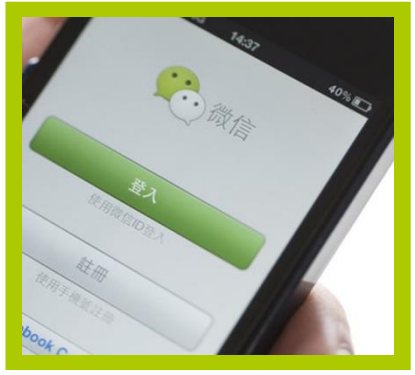
위챗 공식 계정 (公众号)

그럼, 위챗 공식 계정, 어떻게 시작할 수 있나요?

위챗 공중 플랫폼에서 공식 계정을 생성하려면 아래 4가지가 필수!



중국 신분증
계정 신청자
중국 신분증



중국 본토 휴대 전화
중국 본토에서
개통된 휴대 전화

중국 사업자등록증
영업집조 (营业执照)

조직기구코드증
조직기구다마증
(组织机构代码证)

위챗 공식 계정 (公众号)

위챗 공식 계정, 국내 기업이 생성해 활용할 수 없을까?

공식 계정 생성 + 시스템 한글화

윙코커뮤니케이션이 국내 최초로 해냈습니다.

중국 내 법인 설립 없이 공식 계정 생성과
위챗 오픈 API와 연동하는 3rd party platform을 한글화했습니다!

중국 모바일 마케팅 플랫폼에 들어갈 수 있는 길을 열었습니다!

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 공식 계정, 이제 우리가 활용할 기회가 왔습니다.

위챗 매니저는 3가지 서비스를 제공합니다.

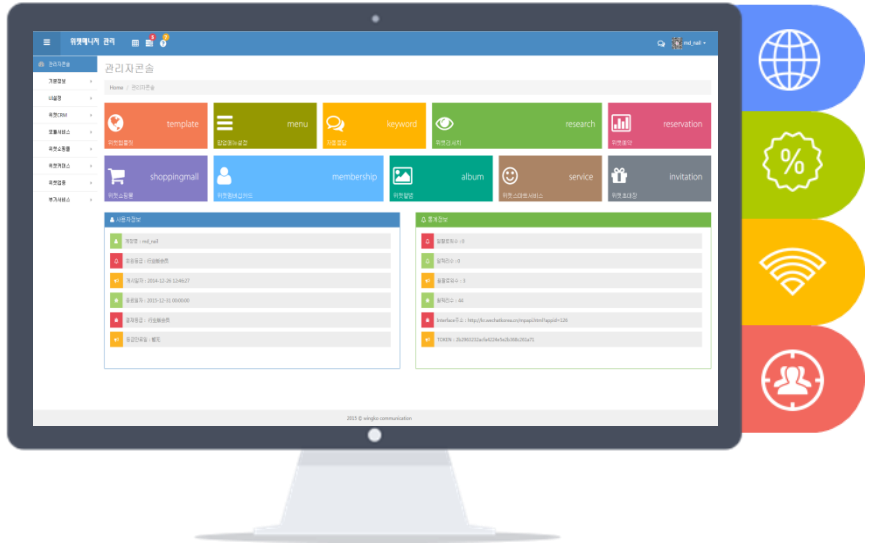
공식 계정 생성
중국 내 법인 없이 생성

한글 시스템
관리의 편의성

다양한 부가기능
위챗 공중 플랫폼 기능+
미제공 부가기능 제공

위챗 매니저 (wechat manager)

써드파티 공식계정 관리 플랫폼으로서 위챗 매니저



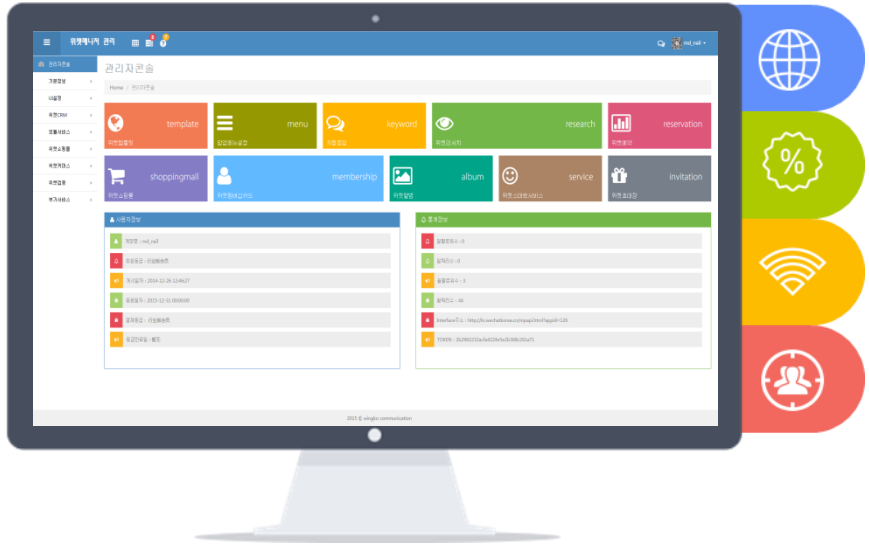
위챗 매니저

위챗 오픈 API를 이용하여, 콘텐츠 관리 및 위챗 공중플랫폼에서 제공하지 못하는 다양한 부가서비스를 이용할 수 있는 써드파티 공식계정 관리 플랫폼 (3rd party platform) 입니다.

www.wechatmanager.co.kr

위챗 매니저 (wechat manager)

공중 플랫폼 대비 위챗 매니저 특징 및 장점



모바일 사이트 구축 템플릿 지원

- 공식 계정을 모바일 사이트로 변화시키는 템플릿 지원 (무료)

외부 URL 링크 설정 지원

- 공식 계정 내 메뉴 설정 시, 메뉴에 외부 URL 링크 가능
- 콘텐츠 내 이미지에 외부 URL 링크 가능

유틸리티 tool 지원

- 클릭 몇 번으로 제작하는
  멤버십카드, 투표, 게시판, 앨범, 초대장…

표준화 모듈 적용 지원

- 1:1 상담…

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저, 어떻게 이용하면 가장 효과적일까요?

- 위챗 공식 계정 마케팅 전략 -

위챗 매니저를 이용, 공식 계정 UI, 콘텐츠 전략 실행

공식계정의 역할 규정	공식계정 UI 전략수립	콘텐츠 전략수립	공격적인 QR코드 프로모션
마케터의 역할	위챗 매니저 활용	위챗 매니저 활용	온라인, 오프라인 매체 활용

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 UI 설정: 템플릿 (微官网)

표준 템플릿

■ 브랜드 개성을 살리는 90여가지 템플릿 무료 제공
*별도의 중국어 모바일 웹 페이지 구축 불필요

-중국어 웹 페이지 구축에 소요되는 비용 절감
-개성 있는 모바일 사이트 구축 가능

업종별 템플릿

■ 템플릿 선택 및 UI 구성이 어려울 경우
*업종별 표준 템플릿을 선택

-의료, 호텔, 요식업, 미용, 자동차, 여행, 식품
- 짧은 시간에 모바일 사이트 구축 가능

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 UI 설정: 메뉴 설정

[예. 빈폴 공식계정 UI]

메뉴 설정 (menu customizing)

■ 메뉴를 통해 고객은 원하는 정보 및 콘텐츠에 신속하게 접근
* 서비스 계정, 인증 받은 구독 계정만 적용

- 하단 바 메뉴를 클릭 시, 세로 바 형태의 메뉴가 팝업 형태로 노출
- 내부 콘텐츠 및 기능 접근
- 외부 URL 링크 지원 (공중 플랫폼은 미지원)
- 가로 3개 X 세로 5개까지 최대 15개 메뉴 생성 가능

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 콘텐츠 관리: 关注(follow) 인사, 자동 응답 (Auto Reply)

[예. 스타벅스 follow 인사]

[예. 중국남방항공 자동 응답]

关注(follow) 인사

■ 공식 계정을 关注(follow) 시, 자동 발신
*공식 계정 가입 환영 인사

- rich media 지원
- 필수 설정 기능

자동 응답(Auto Reply)

■ 고객이 특정 키워드 입력 시, 해당 키워드 설정 콘텐츠 자동 발신
*키워드 매칭 방식

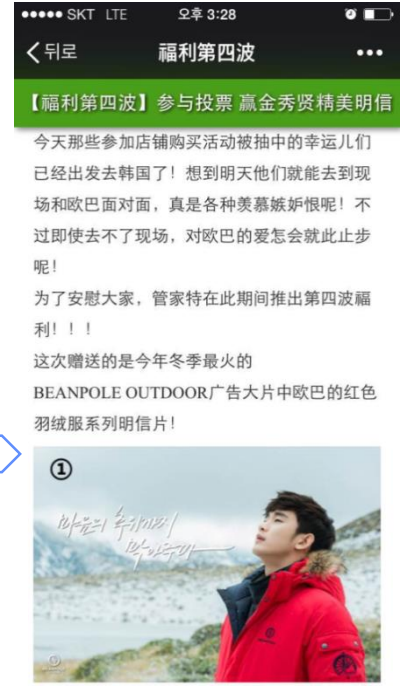
- 고객이 원하는 정보에 대해 신속 응답 가능
- rich media 지원

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 콘텐츠 관리: 콘텐츠 편집 및 저장

[제목+메인이미지1개]

클릭



[연결된콘텐츠]

콘텐츠 편집 및 저장

■ 메시지 형태로 발신되는 콘텐츠의 편집 및 저장
*MMS 형태로 발신>수신자 콘텐츠 확인

■ MMS 형태:
*제목+메인이미지 1개
*제목+메인이미지 1개+썸네일이미지

- rich media 지원
- 콘텐츠 내 이미지 외부 URL 링크 지원

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 CRM: 멤버십카드

[예. clarins 모바일 멤버십카드]

멤버십카드

■ 팔로워 대상 멤버십 카드 발행
* 모바일 멤버십 카드 기능

- 팔로워를 고정 고객으로 전환하는 효과 기대
- O2O 프로모션에 활용

위챗 매니저 (wechat manager)

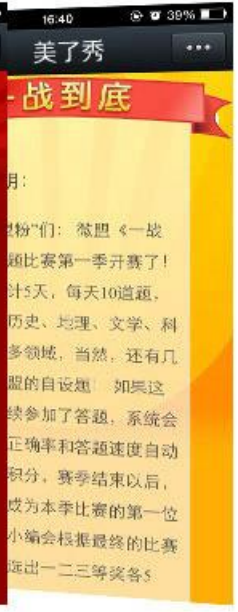
위챗 매니저가 지원하는 CRM: 이벤트

[쿠폰]

[스크래치카드]

[회전판]

[슬롯머신]



[퀴즈]

이벤트

■ 단기 프로모션 및 이벤트 생성 기능

-쿠폰: 할인, 증정 이벤트용
-스크래치 카드: 복권 이벤트용
-퀴즈: 퀴즈 이벤트용
-슬롯머신, 회전판: 확률 이벤트용

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 CRM: 커뮤니티 기능

[서베이(survey)]

[게시판]

커뮤니티

■ 팔로워들의 커뮤니티 형성 기능
* 서베이, 게시판, 투표, 토픽

-관여도가 높은 브랜드에 적용 시 효과

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 외부 모듈 연동: 위챗 상담원

[kuaishang: 위챗 연동 웹 클라이언트]

위챗 상담원 (1:1 상담)

■ 외부 모듈 연동 1:1 실시간 상담 기능 구현
* 웹 클라이언트(kuaishang)를 이용한 1:1 실시간 채팅

-자동 응답으로 해결 못한 사항이나 보다 자세한 상담 가능
- 전문적인 상담이 필요한 업종에 필수적인 기능
-긴밀한 상담으로 고객 전환 효과 기대

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저가 지원하는 부가 기능: 위챗 부가서비스

음악상자

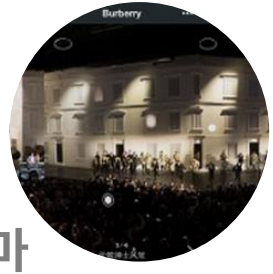
■음악리스팅 및 저장기능

위챗앨범

■이미지리스팅 및 저장기능
*많은 이미지 노출이 필요할 경우 추천

위챗스마트서비스

■위챗을 제외한 다른 API를 이용한 서비스
*주식 시세, 날씨, 택배 위치, 뉴스…
-현재 국내 미지원



360파노라마

■특정 전경이나 실내의 파노라마 뷰 지원

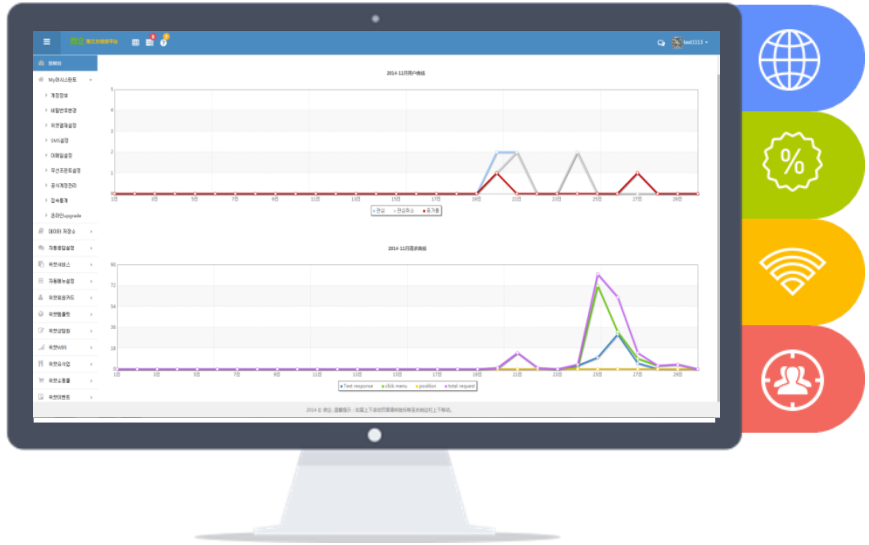
위챗초대장

■행사 및 경조사 초대장 제작 및 발송 기능

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저 통계 (Analytics)

서비스, 콘텐츠에 대한 팔로워의 반응을 실시간으로 파악하여,
향후 위챗 마케팅 전략 수립에 도움이 됩니다.



실시간 결과 조회

팔로워 (follower) 증감 결과 조회

콘텐츠에 대한 반응 결과 조회

- 텍스트, 이미지, 영상, 음악···콘텐츠 클릭 수
- 메뉴 클릭 수

위챗 매니저 (wechat manager)

위챗 매니저 공식 계정과 친구를 맺으세요!

위챗 매니저 공식 계정과 친구(关注; follow) 를 맺으세요.
위챗 매니저의 다양한 기능을 확인하고 체험할 수 있습니다.

Step. 1 스마트폰에 wechat 설치

Step. 2 wechat 가입

Step. 3 QR 코드 스캔

Step. 4 팔로우 클릭!

위챗 공식 계정으로 중국 디지털 마케팅을 시작하세요.

위챗 매니저가 도와 드리겠습니다.

wechatmanager.co.kr

윙코커뮤니케이션(주)
서울특별시 강서구 강서로31길 52 3층
☎ 02 -6365 - 1030~9 E-mail : wechat@wingkostory.com