DINGCHUN · CHIEF SERVICE OFFICER

拓客工作台
使用指南

名片宣传效率 · 商务社交效率 · 人脉资源利用效率

CONTENTS · 目 录

01	**名片宣传效率**	让人看见你	2
02	**商务社交效率**	让人信任你	5
03	**人脉资源利用效率**	让人愿意和你做生意	9
04	**把三件事转起来**	一条动线，一周上手	12
—	附录　常用路径速查	按"我想……"查路径	14

适用对象 **已开通拓客工作台的会员（服务官）**　　版本 **2026-11-05 发布版**

第一章

名片宣传效率

1.1 你的名片，应该是双面的

一张只有「姓名 + 公司 + 电话」的名片，对方收下后大概率只会说一句"回头联系"。

因为对方真正关心的只有两件事：

- **你能帮我解决什么问题？**（服务面）
- **你手上有什么我要的资源？**（资源面）

拓客工作台的名片就是按这两面设计的：

面	回答的问题	对应内容
服务面	你能做什么	服务领域标签、服务描述、服务对象特征
资源面	你手上有谁	圈子、企业名录、机构列表

只写服务面，你是一个"供应商"，谁都能替代；**只写资源面**，你是一个"中间人"，别人不知道要你做什么；**两面都写**，你才是"值得主动联系的人"。

1.2 把服务面填到能打动人的程度

路径：**我的 → 管理名片 → 编辑**

服务面包含三组信息，填写时按下面的标准自查：

① 服务领域标签

选 3 ~ 5 个你最擅长的，不要全选。全选等于没有重点。

② 服务描述（最多 200 字）

写"帮谁、解决什么问题、怎么解决"，不要写自我评价。

- 反例：本人从业多年，专业可靠，服务周到。
- 正例：帮 50 ~ 200 人的制造企业做精益生产改造，擅长把交期从 45 天压到 30 天以内。

③ 服务对象特征

- 企业规模、行业偏好、发展阶段、地区覆盖。

这一组不只是"介绍"，它决定**别人能不能精准匹配到你**——伙伴要转介客户时，第一眼看的就是这几项。

1.3 把资源面做实：圈子、企业、机构

资源面不是几个数字，而是三块实在的内容。点开「资源卡」（工作台 → 商务合作 → 点某人），就能看到：

资源	里面是什么	怎么积累
圈子	你加入的圈子（发起人 / 管理员 / 成员）	入圈（见第二章）
企业名录	你手上有往来的企业	客户详情关联企业 / 录入企业名录
机构列表	商协会、社会组织	录入机构列表

这三块的展示顺序就是 **圈子 > 企业 > 机构**，打开时默认落在第一个非空的页签。

为什么这三块是重点

- **圈子** = 你所在的场，决定谁能给你牵线；
- **企业** = 你能触达的客户，决定你能对接什么业务；
- **机构** = 你能批量撬动的组织，一次触达一批企业。

一个常见误解：名片页顶部那四个数字（人脉资源、服务官伙伴、业务委托、互关伙伴）只是概览，不是资源面本身。对方真正会点开看的，是资源卡里的这三块内容。

怎么让资源卡不空：入圈、把客户关联到企业、登记机构。

一句话：**资源不是写出来的，是攒出来的。**

1.4 上线、展示与隐身

名片有四个状态，要分清楚：

状态	含义	影响
草稿	还没发布	不能发送、不能转发
已发布	对外可用	可发送、可被查看
正常展示	平台内其他人可见	出现在伙伴列表、可被搜索
已隐身	名片仍在线，但不在公开展示	仅互关与主动分享可见

- **名片完善度**：补齐必填项，完善度越高，被匹配到的概率越大。
- **什么时候该隐身**：客户资源敏感、暂不接新合作时，关掉展示但保留"主动分享"能力——别人看不到你，但你发出去的名片照样能打开。
- **会员状态**：会员过期后，「发送名片」会置灰。这不是 bug，是权益边界。

1.5 名片怎么送到对方手上

现在实际有两条路径：

1. **转发给微信好友**：名片页右上角转发，或工作台右上角「发送名片」直接选好友，对方点开小程序卡片就能看；
2. **互关可见**：互相关注后，彼此在「协作伙伴」列表里长期可见，随时点得开。

关于二维码，要说清楚一件事：名片里那个二维码是你**自己上传的微信个人码**，对方长按能加你私人微信——它是"加微信"的入口，不是"看名片"的入口。真正的小程序名片码（扫码直接打开你名片页）目前还没上线，线下递名片时请用微信转发名片卡片代替。

建议：见完客户 24 小时内发一次名片。超过三天，对方基本想不起你是谁。

1.6 三个常见误区

1. **以为填完就有人看**——名片不会自己传播，必须主动发；
2. **只写服务不写资源**——对方不知道你手上有什么，就没有合作理由；
3. **资源面一片空白还怪平台没客户**——圈子、企业、机构都是攒出来的，不入圈、不录企业就永远是空的。

第二章

商务社交效率

2.1 问题不在"认识谁"，在"有没有共同场景"

加了微信躺在通讯录里的人，不是人脉，是名单。

商务社交效率低，通常卡在三处：

- 没有共同场景 → 不知道聊什么；
- 没有信任背书 → 不敢把客户交给你；
- 没有合作理由 → 谁也不会主动找你。

拓客工作台对应给三个答案：**圈子给场景，伙伴给信任，委托给理由。**

2.2 圈子：先进对的场

圈子不是微信群，是"有共同资源诉求的一群人"。

怎么进圈子

本服务的圈子统一走圈主审核：

1. 打开圈子详情，点底部「联系圈主加入」；
2. 长按识别圈主的微信二维码，添加圈主；
3. 圈主确认后邀请你入圈。

入圈为什么要选身份

入圈时会让你选择"以哪家公司、什么职务加入"。这个身份决定了别人怎么看你——同一个圈子里的成员，看到的是「某某公司的总经理」，而不是一个微信昵称。

身份可以提前在 **我的** → **我的身份** 里维护，最多 5 条，支持企业与机构两类。

为什么看不到完整名单

非成员只能看到打码后的脱敏样例。这不是藏着掖着，而是说明一件事：**成员名单本身就是圈子的核心资源**，只对圈内人开放。

圈子的用法

- 先看成员构成，判断有没有你要对接的行业和人；
- 参与圈子活动，线下见一面胜过线上聊十次；
- 有合适的伙伴，直接互关（见 2.3）。

2.3 伙伴：把同频的人变成"互关"

路径：**底栏「伙伴」**

伙伴页分三个页签，别混用：

页签	里面是谁	什么时候用
⭕ 我的圈子	你加入的圈子（发起人 / 管理员 / 普通成员）	看自己在哪些场里
🤝 协作伙伴	互关 / 我关注的 / 关注了我	找能合作的人
🧡 服务官伙伴	会员正常 / 体验期 / 会员过期	维护上下游团队

看伙伴名片，看三样东西：

1. **服务标签**：他能不能做我这单；
2. **服务对象特征**：他的客户画像和我的一不一致（一致才有转介可能）；
3. **委托次数与评分**：他靠不靠谱，别人已经用脚投票了。

「互关」和「关注」的区别

- 关注 = 单向，你能看到他；
- 互关 = 双向，彼此可见、可推荐、可委托。

建议：每进一个新圈子，至少互关 3 个人。互关不是加好友，是建立"可以互相交客户"的信任起点。

2.4 委托：最高效的合作方式

路径：**我的 → 我的委托记录**

委托解决的是一个非常具体的问题：

- 我有人脉，但**做不了**这单 → 交给能做的人；
- 我能做，但**缺客户** → 接别人的单。

发起委托时，三件事必须写清：

要写什么	为什么
需求	对方要判断自己能不能接
期望	交付标准、时间要求
费用约定	没写清，后面一定扯皮

承接委托前，先看两件事：

1. 需求和期望你是否真的能做到；

2. 费用约定是否明确。**对方没写，就先沟通再承接**，不要默认"做完再说"。

五种状态，心里要有数：

待确认 → 进行中 → 已完成；另有 已拒绝、已终止。

委托不是发出去就完了，状态卡在"待确认"超过两天，主动问一句。

2.5 活动大屏：一场活动，一次资源整合

先说清楚它不是什么——**它不是一块放 PPT 的电视。**

活动大屏是这套系统在「现场」的终端：把这个圈子的人、资源、历史，在一场活动里集中整合、当场展示。散在各人手机里的东西，第一次被摊到同一块屏上。

大屏上到底有什么

屏	内容	数据从哪来
活动首页	期数、主题、圈子、时间地点、当日流程	活动信息
本期报名嘉宾	报名名单（姓名 / 单位 / 职务）	报名记录
组织者与资源总览	发起人 / 管理员，以及全圈资源总量：圈子、企业、机构、客户	名片、圈子、企业名录、机构列表
往期活动	已办场次、累计报名、最近几期报名趋势	历史活动与报名记录
自我介绍环节	报名人名单，已签到的排在前面，逐位上台	报名 + 签到
会员资源墙	到场会员一人一页：他在的圈子、企业 / 机构名录、合作意向、微信码	名片 + 资源卡

为什么说它是"数据整合"，而不是一块显示屏

1. **人的整合**：报名 → 签到 → 到场。谁报了名、谁真的来了，是大屏上的实时数字，不是主持人凭印象估的。
2. **资源的整合**：资源总览把全圈的圈子、企业、机构、客户合成一张图；资源墙再把每个人的资源一人一页铺开。**你手上有什么，全场当场看得见。**
3. **时间的整合**：办过几期、累计多少人报名、最近几期是升是降——「这个圈子一直在做事」变成看得见的数据，而不是一句自我介绍。

这三层叠起来，一场活动就不再只是"见个面"，而是一次把人和资源重新排列的机会。

参与者怎么用

1. 活动前把名片补全：服务面写清，企业名录、机构列表挂上；
2. 报名时选好身份（以哪家公司、什么职务参加）；
3. 到场第一件事是**签到**——不签到，资源墙上就没有你；

4. 轮到你自我介绍，讲资源和需求，不讲客套话；
5. 散场后 24 小时内，给聊过的人发名片、互关。

组织者怎么用

- 后台上传活动并生成大屏链接，链接**仅活动当天有效**，过期或作废需重新生成；
- 现场电脑打开大屏页会显示 **6 位数字码**，手机输入即配对投屏（码 10 分钟有效、用一次即失效），不必再复制粘贴链接；
- 会员资源墙什么时候上、要不要上，由主持人现场决定。

一句话：活动大屏不是装饰，它是把「散落的资源」变成「可被看见的资源」的那块屏。**屏上有没有东西，取决于会前名片和资源卡填得怎么样。**

2.6 雷达：不是消息中心，是"今天该做的事"

路径：**底栏「雷达」**，三个页签：

页签	看什么
伙伴消息	伙伴之间的互动与动态
客户动态	客户侧发生的变化
今日待办	需要你今天处理的事

底部「雷达」出现**蓝点**，说明有未处理的待办。蓝点不清，说明你在漏事。

第三章

人脉资源利用效率

3.1 你手里其实是三张网，不是一堆联系人

大多数人只维护"人"：这是我的客户、那是我的朋友。

但一个人背后至少还有两层：

人脉（谁） → 企业（他在哪家公司） → 机构（他所在的商协会/圈层）

拓客工作台的「客户」页就是按这三层设计的：

页签	是什么	价值
👥 人脉清单	你直接认识的人	起点
🏢 企业名录	这些人所在的公司	放大
🏛️ 机构列表	商协会、社会组织	批量触达

只用人脉清单，你是在"点对点"做生意；三张网一起用，才是"点对面"。

3.2 客户的客户：怎么从一个人延展到一张网

这是本指南最想讲清楚的一件事。

路径：客户 → 客户详情 → 关联的企业 / 机构

四步延展法：

1. **看他的企业**：他在什么行业、多大规模、什么阶段——判断还有谁和他相似；
2. **看他的机构**：他所在的商协会背后是一批同频企业，一个入口撬一批人；
3. **看同行业同规模的企业**：企业名录里按分类筛，找出"还没接触过的同类客户"；
4. **看他的需求**：他提的往往不是你能做的——**这就是委托的起点。**

变现链路：

客户提出需求
↓ 我做不了
委托给能做的人
↓ 对方完成
我拿到答谢 / 分润

一次成交，客户关系、伙伴关系、收益，三样都留下。

> 说明：「资源地图」是团队正在推进的方向——把上面这张网做成可查、可视的图。当前版本需要按本节路径逐层点进去，未来会更好用。

3.3 周边客户：把地理密度变成拜访效率

路径：**客户 → 人脉清单 → 右下角「周边客户」**

支持按 1 / 3 / 5 / 10 公里筛选。

用法：出门前先看一眼半径 3 公里内有多少客户，一次出门串三个，别为一个客户跑一趟。

3.4 跟进：把一次接触变成可复用资产

路径：**客户 → 新建客户 / 客户详情**

新建客户：姓名必填，公司、职务选填。**当天见到的人当天录**，隔天就忘。

客户详情里三块内容要认真用：

内容	怎么用
跟进次数 / 最近跟进	超过 30 天没跟进的，基本等于流失
跟进记录（时间线）	写主题，不写"聊了聊"——例如"确认 11 月沙龙参加意向"
等级与徽章	让优先级一眼可见，别把时间平均分配

删错了能找回：删除的客户会在搜索命中时单独成组，点击可恢复。找不到就用公司名搜一下。

3.5 商务合作：把自己的资源摆上货架

路径：**工作台 → 商务合作**

这里展示的是"资源卡"：一个人的服务、他的企业名录、机构列表、圈子，以及最新一条合作意向。

怎么看别人的资源卡：

1. 先看合作意向——他想对接什么；
2. 再看推荐理由——为什么值得认识；
3. 然后看企业名录 / 机构列表 / 圈子——他手上到底有什么。

怎么让别人看到你： 把名片补全、把企业名录和机构录入完整，你的资源卡才有内容。

> 资源卡 = 双面名片在"合作场景"下的完整形态：服务面 + 资源面，一次看完。

3.6 用数据判断有没有效

工作台顶部三格：

指标	说明
本周分享	名片、内容的对外触达
客户跟进	有效互动量
新增客户	网络扩张速度

三格都低，说明在"空转"；只有新增没有跟进，说明在"囤客户不转化"。

会员中心两个数字：

- ⭐ **星 • 推荐会员**：你推荐进来、并已开通正式会员的人数（同一人算 1 个）；
- 🔥 **火 • 客户开通**：你推荐的客户累计完成的会员开通次数。

星与火**只增不减**，仅作贡献记录，用于展示你的推荐与协作情况。

第四章

把三件事转起来

4.1 一条日常动线

时间	动作	对应
早上	看雷达「今日待办」，清掉蓝点	第二章
白天	跑客户、录跟进；顺路的用「周边客户」串起来	第三章
遇到接不了的单	发起委托给合适的伙伴	第二章
晚上	补当天跟进、给见过的人发名片	第一、三章
每周	补 1 ~ 2 条企业/机构，互关 1 ~ 2 个伙伴	第二、三章

4.2 新开通用户的第一周

新开通最容易犯的错，是"开通完不知道干什么"，然后慢慢不用了。按这个顺序走一遍：

1. **第 1 天**：补名片到 100%（服务面三组 + 联系方式），发布；
2. **第 2 天**：进 1 个圈子，入圈选好身份；
3. **第 3 天**：互关 3 个伙伴，看他们的资源卡；
4. **第 4 天**：录 5 个现有客户，补一条跟进记录；
5. **第 5 天**：挂 1 个企业、1 个机构进资源库；
6. **第 6 ~ 7 天**：试接 1 单委托，或把 1 个需求委托出去。

一周走完，你的资源卡里这三块就不再是空的了。

4.3 常见问题

Q1：我的「发送名片」按钮是灰的？两种原因：名片还没发布（去「我的 → 管理名片」发布），或会员已到期（续费后恢复）。

Q2：名片「已隐身」是什么意思？名片仍在线，但平台内其他人看不到；互关伙伴和收到你主动分享的人仍可查看。

Q3：名片上的「人脉资源」为什么是 0？它等于你名下的客户数。去「客户 → 新建客户」录入，数字才会长。

Q4：找不到「周边客户」入口？在「客户 → 人脉清单」页右下角的浮动按钮，需要授权位置权限。

Q5：委托对方一直不确认怎么办？状态停在「待确认」超过两天，主动联系对方；确认无法推进就终止，避免长期挂着。

Q6：承接委托前要注意什么？看需求、期望，以及**费用约定是否明确**。没写就先沟通，不要默认"做完再说"。

Q7：星和火会减少吗？不会，只增不减，仅作贡献记录。

Q8：小程序里能直接买会员吗？不能。会员开通与续费为线下办理，小程序内不收款；在会员中心点「会员咨询」由服务官对接。

Q9：为什么我看不到圈子完整成员名单？非成员只能看到脱敏样例。加入圈子（圈主审核通过）后即可查看完整名单。

Q10：删掉的客户还能找回来吗？可以。在客户列表搜索时，已删除的会单独成组显示，点击即可恢复。

Q11：资源卡上的企业名录、机构列表是别人填的吗？是他们自己维护的资源库。你看到的越完整，说明对方越用心；反过来，你的资源卡也要认真填。

Q12：活动大屏和我有什么关系？到场后你的自我介绍与资源会被展示，前提是名片已完善。若你是组织者，还可以用投屏功能把内容投到电脑。

4.4 帮助与客服

我的 → 帮助与支持 里可以找到：

- 帮助中心（常见问题自助查询）
- 用户协议、隐私政策、会员须知
- 联系客服（微信人工会话）
- 客服电话：**13671729596**（人工接听）

附录：常用路径速查

我想……	路径
编辑 / 发布名片	我的 → 管理名片
发名片给客户	工作台 → 右上角「发送名片」
看今天该做什么	底栏「雷达」→ 今日待办
加合作伙伴	底栏「伙伴」→ 协作伙伴 → 互关
把单转给别人	我的 → 我的委托记录 / 客户详情 → 委托
录新客户	底栏「客户」→ 新建客户
找附近的人	客户 → 人脉清单 → 右下角「周边客户」
看企业 / 机构	客户 → 企业名录 / 机构列表
看别人的资源	工作台 → 商务合作 → 资源卡
看会员与星火	我的 → 会员信息 / 会员中心
联系客服	我的 → 帮助与支持 → 联系客服 / 客服电话

迪春 · 首席服务官

让每一次见面，

都留下可以继续的理由。

上海迪春信息服务有限公司

小程序：迪春首席服务官 | 客服电话：13671729596

本手册仅向已开通拓客工作台的会员提供。