基于全貌会员标签化体系，进行内容种草及匹配差异化运营旅程，提升复购率及全域GMV

整个 C 端用户旅程可以分为三部分：获客、活客粘客以及创造价值。而所有的动作，都应该在这三部分中去完成。在获客阶段，需要企业所关注的指标主要是流量来源和新用户转化；在活客阶段，保险平台已经存有一定量的用户，需要对这部分用户进行分群和针对性的精细化运营；在价值创造阶段，需要企业重度运营当前的高价值用户，促进用户来提升保额或交叉购买其它险种，创造更多的额外价值。

支持细分客群在不同阶段，自定义配置宠粉/福利等个性化营销旅程。

会员体系，会员场景设计出来

会员产品的设计是为你的用户群提供一种生活节省成本的服务解决方案，而不是给你一堆好处说：你看咱家挺实惠，来吧。

把用户的会员场景设计出来，以大家熟知的大型保险金融平台为例，通过建立统一账户，实现平台旗下的产、寿、健康、养老、银行和投资等不同业务线客户的综合管理，实现了该平台综合场景金融的同时，搭建了出行、医疗、健康的线上场景，进一步丰富了用户体验，从而保证用户在该平台生态内的活跃和留存。

精细化运营

就是针对用户做更细颗粒度的运营，如针对用户群体、营销渠道、转化流程、使用

场景、用户行为数据，展开更有针对性的运营活动、运营分析，以实现运营目的。

借助大数据分析的能力，来将已有用户
进行用户画像、精准分群和基于场景的智能化触达

基于用户生活消费场景，进一步挖掘需求：重新设计用户线上旅程
实现全周期运营价值提升