

36氪从多个渠道获悉，企业微信服务商「卫瓴科技」获得数千万元Pre-A轮融资，天眼查显示，本轮资方是企业微信和腾讯云，以及创始人&CEO杨炯伟个人注资；去年12月份，卫瓴科技曾获得红杉中国的数千万天使投资，本轮也进行了跟投

卫瓴科技成立于2020年底，是基于企业微信的、以客户为中心的协同型CRM公司，专注赋能B2B营销和销售环节，通过打通公私域数据，提升线索流转效率，从而在市场和销售等角色之间实现数据协同、沟通协同、服务协同。

卫瓴偏重协同和沟通，上一代CRM偏重监管。

这是因为，以往的CRM工作逻辑是为顶层管理者设计的，只关注管理者想要看到数据和结果。但对于销售人员来说体验并不好，要将工作流程手动记录在系统里，耗费时间和精力，并且无法给他们带来直接的收益——万一被截单了呢？这带来的后果是，一是信息滞后，二是信息真实度低，三是管理者不会打开这个系统。杨炯伟告诉36氪：“卫瓴在调研中发现，很多CRM系统里90%的数据都是假的。”最终，为管理者服务的CRM系统很像一个“表单”，很难真正帮助管理者、以及一线销售发挥其作用。

而之所以会产生这个悖论，根源在于整套工作场景的割裂——线索来源是市场部，从公域转到私域环节后是销售对接，沟通在线下线上都有，但是成单在线下的，但是管理又回到了线上。尤其对于toB企业来说，客户决策流程长且需要多人团队服务，因此销售对于认知线索来源、线索特点、及判断线索质量有刚需，但市场往往难以给出精确的画像。

因
此如
何解决线
上线下场景的割裂
以及市场和销售的鸿沟成为一个重要
的问题。

卫瓴以“企微+微信”社交环境为中枢，通过“内容、触点、数据”的商业闭环解决了这一问题。

具体来说：

卫瓴实现了跟各大主流广告平台比如抖音、快手、头条、百度等的数据打通，并支

持在广告投放环境下直接跳转微信生态，一键添加广告主的企业微信，进入企微客户资产池，从而解决了把B端客户大量加到企业微信上的老大难问题。

在加进客户的第一时间，客户视图上会合规展示客户在广告公域的行为，市场给到销售的初始线索就是携带有画像、意图的，SDR孵化过程中的客户轨迹也会通过内容引擎实时push给协作的多人团队；

销售也能使用“一键添加聊天内容为跟进记录”、“语音快捷输入”等形式更新商机跟进记录，市场或者销售可以把想要传播的文章、PDF文件等内容上传到资料库再把内容通过微信好友、群、朋友圈、企业微信客户、企业微信朋友圈等触点传递出去；卫瓴中的AI助理小微会实时将客户旅程传达给销售等协作人员。

刚刚发布的0.8版本还增加了跟进记录列表中@同事的功能，这个功能适用以下场景，重点解决一线销售或者市场低成本、有秩序地调起服务资源的问题，主要满足几个场景需求，一是领导拆分工作，二是跨部门沟通，三是跨层级和部门日常寻求帮助。