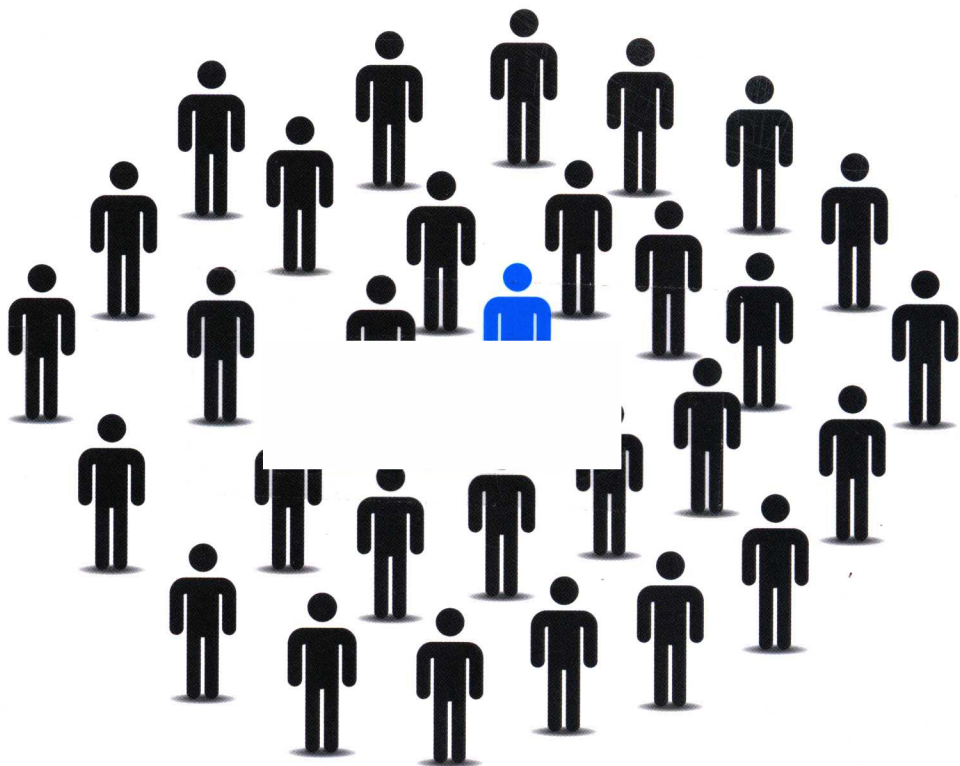


微商 生意经

真实再现33个成功案例操作全程

伏泓霖 罗晓慧◎著

通过一个个真实生动的案例，
教你如何**做产品、做营销、做服务**。



中华工商联合出版社

微商 生意经

伏泓霖 罗晓慧◎著

真实再现33个成功案例操作全程



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微商生意经：真实再现 33 个成功案例操作全程/伏泓霖，罗晓慧著.
—北京：中华工商联合出版社，2015. 12

ISBN 978-7-5158-1546-6

I. ①微… II. ①伏… III. ①罗… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 285398 号

微商生意经：真实再现 33 个成功案例操作全程

作 者：伏泓霖 罗晓慧

责任编辑：于建廷 王 欢

责任审读：郭敬梅

封面设计：久品轩

责任印制：迈致红

出版发行：中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷：三河市文阁印刷有限公司

版 次：2016 年 4 月第 1 版

印 次：2016 年 4 月第 1 次印刷

开 本：710mm × 1000mm 1/16

字 数：270 千字

印 张：20.75

书 号：ISBN 978-7-5158-1546-6

定 价：68.00 元

服务热线：010 - 58301130

团购热线：010 - 58302813

地址邮编：北京市西城区西环广场 A 座

19 - 20 层，100044

http: //www. chgslcbs. cn

E-mail: cicap1202@sina. com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina. com (总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题，
请与印务部联系。

联系电话：010 - 58302915

大咖·荐

酒仙网通过电子商务实现了发展腾飞，如今正在努力拥抱移动互联网。《微商生意经》这本书里面的33个非常鲜活、接地气的微商实战案例相当于一本扎实的微商工具书，体现了很多商业本质的内容，给我本人很多启发，推荐大家仔细阅读。

——郝鸿峰 酒仙网创始人

这是一本具有“众筹”思维的书，当大多数人还在众筹资金和产品的时候，已经有人悄悄在众筹思想与智慧。

任何一个时代，当思想与思想碰撞，智慧与智慧聚合的时候，都必然会产生新的变革。

而关于你的变革之路，也许就是从打开这本书开始。

——戴赛鹰 三个爸爸联合创始人兼 CEO

微商对于每一个人都是一个公平的机会，有些人在怀疑，有些人在行动，而恰恰奇迹是干出来的。本书中的案例，均为不起眼的个体和初创公司，他们通过坚定的信念和超强的执行力最终获得让人羡慕的成绩，这种精神值得我们每个创业者学习。

——宗毅 芬尼克兹创始人、中欧创业营一期学员、湖畔大学一期学员

本书是目前看到的，按照行业细分，最具操作性、内容最翔实的微商实战教材，上手即可使用，深入研究其中原则精神，融会贯通则可对整个社会化营销功力提升一个档次，是传统企业转型的必修课，是微商创业乃至团队战斗的指南针。易学有效才是硬道理。

——**咸叔** 知名自媒体人，互联网人，社群研究者

讲道理不如讲故事，讲故事不如讲案例，讲案例不如讲亲身经历。《微商生意经》的大量企业和个人的亲身经历犹如创业灯塔，给创业者指明了成功之路，值得推荐。

——**凌教头** 中国电子商务微商专业委员会秘书长，《微商创业者手册》作者

微商圈内牛人多，但是愿意分享干货的人特别少。《微商生意经》这本书里面的33位微商实战者通过单个环节复盘的形式，给我们展示非常落地的干货，建议每一位微商朋友好好读一下这本书，一定让你印象深刻。

——**管鹏** 《玩转微信实用攻略》作者，K友汇创始人

企业微商与个人微商在营销策略上各有特点，但是总的来说离不开定位战略、品牌打造、团队建设、人性营销、粉丝营销、代理招商等主线。本书通过微商从业者实际操作的案例分析，揭秘微商的本质，对于所有的微商人有着非常重要的指导意义。

——**方建华** 《企业微商经营手册》作者

这是我在《淘宝转微商，正在风口》书后最隆重推荐的图书，因为，它用大量的、各行各业的案例佐证了我的理论。相比而言，理论是枯燥的，而案例则是鲜活的、有趣的，这本书将为很多想从事微商赚钱而不知如何下手的朋友，提供特别多的启发。

——**马涛** 知名作家，著有《淘营销》、《淘品牌》、《淘宝转微商》

这是我阅读过众多关于电商团队管理、营销、案例解析的最优秀的、也是最具实战意义的书籍之一。我衷心地希望读者要反复阅读、揣摩，并加以应用，一定会为大家带来指引。

——大熊猫博博 著名自媒体人，微震天下网络科技有限公司总经理

我身边有不少做微商的朋友，平时与他们聊过不少，但像《微商生意经》这样全面细致复盘微商实战经验的实属第一次，有幸先睹为快，着实感觉干货满满，力荐此书，愿身边的朋友都能仔细读一读。

——小猪 电商教主，小猪八卦创始人，电湘会创始人

对于微商来说，最核心的问题是如何找到所需要的信息。如果你是创业者或准备创业，那么很幸运，这本《微商生意经》就是你需要的。

——丽塔 sos 商学院院长

微商经济的崛起和扩散便是其中顺应时代潮流的一大变化，通过分布式、扁平化、垂直性、O2O 的全新生产营销流通组织方式，从更贴近用户和更注重用户体验的角度，对长期以来的集中化、链条式、规模化的工业化经济模式构成了巨大冲击。此书从理论到实践，用大量的实际案例佐证了这一点，非常值得一读。

——张天赫 经济学博士，达则投资创始人，FSSF 社群发起人

这本书的案例很典型，可能很多电商从业者都能从其中找到自己的影子，几乎就是电子商务的发展历史。然而遗憾的是，能快速、准确抓牢每一次红利期的人毕竟是少数。

提前洞察下一波的增长高峰在哪里，并提前进行布局。这需要持续的学习能力，更需要在关键时刻的决断能力！

——电商老高王勇军 上海皇冠俱乐部掌门人

涓涓细流，汇成江湖；芸芸微商，聚就乾坤。威武创客，霸气微商！

——肖勇 房龙点评网创始人、董事长，中国房地产学会副会长，中国房地产主流媒体联盟秘书长

这本《微商生意经》超越了营销的单一维度，透过生意的核心本质结合微信营销的特点和微商们的案例，值得希望通过微信做生意的每个人仔细研读！

——庄帅 百读社创始人，百联咨询 CEO

微商是中国移动互联网发展过程中社交电商和传统渠道分销、直接销售及直销的综合体。学习微商最好的方法是“以案解案”，用最新的成功案例来解读原有理论在这个变化的时间下的应用。本书的很多案例可以直接拿来应用，这些实际操作的方法、策略、技巧，非常适合广大微商朋友学习。

——营销极客李东阳 视界商学院创始人

这本书是打开你的互联网智慧，创造财富的钥匙。互联网的发展，需要“大众创业、全员营销”。企业内部创业将在3年内全国盛行，微商模式的企业内部创新是大势所趋。

——石建鹏 著名网络营销专家，清华、北大总裁班首批特邀网络营销讲师

实体店也好，微商也好，不管是什么形态的商业经营，一切终将回归产品的品质。你必须要有好的产品和好的服务，加上好的营销方法，才有可能牢牢抓住顾客。创业，都需要耐心、专注并坚持。这本书将通过一个个真实生动的案例，教你如何做产品、做营销、做服务。

——杨志琼 《创业》杂志主编

许多品牌通过微商渠道突然爆发，许多品牌通过微商渠道快速爆发又快速死亡。

微商是未来，这场关于商业创新的战争才刚刚开始。

——裴大鹏 有量网 CEO

朋友·说

微妙观道，商情天下！

——伏弘 著名书画家、评论人

经商之道，同于用兵，决策为先，知人善任，资源整合，上下同心，方

可成就！

——张文凯 岐黄八法创始人，著名中医大师

“自媒体”和“微商”都因为顺应了去中心化的趋势而成为“风口上的猪”，但他们究竟是如何起飞的？《微商生意经》为你展现这些先行者的足迹，让你看到他们起飞背后那些不为人知的“法门”。

——伍立 国广润和文化传媒有限公司副董事长，第九届全国十佳制片人，前《养生堂》制片人

微商的本质是基于人与人之间的信任，我们与其说是卖产品，不如说是卖自己！《微商生意经》带给你一个不一样的微商世界！

——余奕宏 中国首个收费制新餐饮俱乐部“失控会”创始人

有幸先睹《微商生意经》一书，受益良多：一是感受到作者的大爱之心。大爱，在于引路；二是书的内容，案例经典，百里挑一，授人以渔。新时代，新希望，梦想家、创业者读此书可免吃后悔药，收获早知道。千金难买后悔药，万金难求早知道！

——林振文 上海预知网络科技有限责任公司创始人

授人以鱼不如授人以渔。相遇只为托起：愿本书可以托起更多的有缘人。

——诸葛玉堂 “国学与教练”研讨协会副会长

这是一本与时俱进的，关于商业模式的最佳读本！

我深刻坚信，只要您按着作者的技术指引与先进理念，适时对照灵活衍变，您一定会攫取到信息资源整合时代的最佳生发点！

——刘洪郡 青年画家、美术理论家

如果你想依靠气势澎湃的励志故事来激发你日渐消失的创业激情，也许这本书并不适合你。这是一本精心筛选过的，经历过市场厮杀的实战攻略，对于从事微商和市场营销的朋友有极高的借鉴价值，避免多次试错和误入市场陷阱带来的挫败。你与财富只是一步之遥！

——郑莹莹 北京波恩迈腾教育咨询有限公司联合创始人

你一定看到过不少关于微信的案例，神马南航，神马故宫，神马小米的，

动辄一天几百万元几千万元的销售额，但是那都是故事，其实你更需要的是你隔壁老王如何通过卖地瓜每月卖出 5 万利润的故事。本书从 100 多个各类案例中精选了 33 个，有隔壁老王的，也有对面阔爷的，很多具体操作细节都有——列出，如果刚好有你的行业 你甚至可以直接照搬，要做微信营销此书不得不读

——范士武 三欧科技，粉丝聚变系统创始人

《微商生意经》这本书是一本微商实操手册，也是工具书，说是一本开创性的著作一点不为过。这其实跟其他的微商类书籍完全不同，大多数微商书籍大道理和理论说得太多，所谓的案例也是很肤浅的带过，原因很简单，写书的大多不是实操的人。

而本书分享的完全是真实经历过的成功案例，既有方向性的观点和看法，还有项目从想法到完整策划的出台，更有落地实操的细节方法。

如果你是或者将是微商，千万不要错过这本书。

——前进同学 蚁工团创始人

微商杂牌军乱斗天下的时代即将过去。在此时机，这本书可帮你轻易挤进正规军的队伍。

——邵曦玥 知名国学学者

这是一本具有实战指导意义的微商百科全书。

——牛哥 知名互联网餐饮人

2015 年是社区商务元年，随着移动互联网时代的全面到来，把消费者组织起来，组建社区、衍生商务的社区商务模式将成为时代的选择。我们的微商们是率先行动起来的那一批探索者、创业者。顺时而动、依道而行，他们掌握了这个时代企业经营“赢的道理”，并通过艰苦卓绝的努力真正付诸了实践。他们是社会前进的动力，向他们致敬！

——冬青哥 智点江山（北京）科技顾问有限公司联合创始人

我认识的作者是一个有故事，有经历，有实操的接触过，做好过很多行业，互联网营销人，他所写的这本生意经都是踏实落地的经验，值得认真

钻研！

——张鹏 岐黄八法一代弟子，武医

这是本好书，写书的人也是好人。务实、落地，书如其人，人如其书。读一本好书就是与高尚的人交朋友，好书值得珍存，好人应当交往。

——左葛生 衡阳师范学院校友办主任、党政办副主任

除了实战，我想不到更合适的词来形容这本书了。如果你是刚了解微商，把听取 33 位微商前辈的实战案例作为行动的第一步，那不仅可以帮你省钱，省时间，还能帮你找到适合自己的产品及团队。如果你是微商行业的老手，可以从这本书开始系统化的总结自身的经验教训，激发起更多的创新操作，甚至直接和各大团队带领人直接对话。

——明·亦明 知名微信达人

作为微商，不全面了解微信实在说不过去。本书详尽介绍了微信的各种使用方法及在各个行业的应用，让我读时醍醐灌顶。特别是里面的经验之谈，很多能直接用到自己的企业中。此书对于想使用微信营销的朋友再合适不过了。

——朱云涛 糖果果交友网 CEO

在这本书里，任何行业的企业家和创业者都会找到符合自己的微营销战略或者得到灵感。

——李园举弟 安馨创始人

做微商，有良方！尽在《微商生意经》。

——钱松根 振东建筑工作室创始人

做一个优秀的微商，需要良好的综合素养，需要有充足的时间和足够的耐心；而去收集成功的微商案例，探寻他们解决问题的关键，获取他们成功的密钥，则需要更为充足的时间，更为足够的耐心，以及对品牌营销的热爱和助人度人的善心。作者正是这样一个人，并正在做这样一件事！这是一本全是营销的书，这是一本全是干货的书！

——董毅 互通国际传播集团创意总监

在移动互联网时代，商业活动不可避免的转移到智能手机。微商就是典型，你爱或是恨，都无法影响它的存在。

——刘忠良 《大国危途》作者、人口经济研究者

作为一个微商从业者，在微商发展的过程中，我们遇到了很多的疑问，微商没有交易的保障？微商管理的松散？我们也经常问自己微商未来真的会成为企业商业模式的一部分吗？会成为整个商业环境中的常态嘛？

带着这些疑问有幸提前拜读了伏老师的《微商生意经》，我找到了答案。

——大魏 济南互帮网络科技有限公司运营总监

如果你想创业又没迈出第一步，那这本书一定能帮助你。微营销是一个综合体，包含了不同途径的推广销售方式，从客户心理到多途径的引流。这本书都是实实在在的成功创业案例，值得你细细的去揣摩。

——冯云稚 魅儿微商城创始人

如果你想做微商；如果你想活得不平庸；如果你想通过努力证明自己；如果你想创建一份小小的事业；那么，请你一定记得读读《微商生意经》这本书，这将助你在成功的道路上快人一步！

——刘鹏志 美妮莱执行总裁

这绝对是一本实用管用好用的新媒体营销策划书。书中如何做好家具行业新媒体营销，特别是如何策划吸引眼球的文案，为我们家具经销商们开拓了经营思路，为今后如何借助移动互联网做好产品营销提供了参考。

——刘源 亚兰帝斯美式家具经销商经理

作为一个奋斗士，在微商时代，也是需要扎扎实实认真奋斗学习的，推荐每一个为了自己理想奋斗的人来阅读《微商生意经》这本书。

——彭琳 奋斗士国际教育，奋斗士国际英语俱乐部 CEO

电商老高

这是个伟大的时代。

假如非要用一句话来概括我对这个时代的看法，我想我一定会如是说。

凯文·凯利曾表达过这样的观点：如果我们今天能够跳出历史，站在历史之外看现在的话，我们会发现，我们这个时代科技发展的水平是以近乎垂直的线条在往前推进（如图1所示），每一秒都在发生巨大的改变。

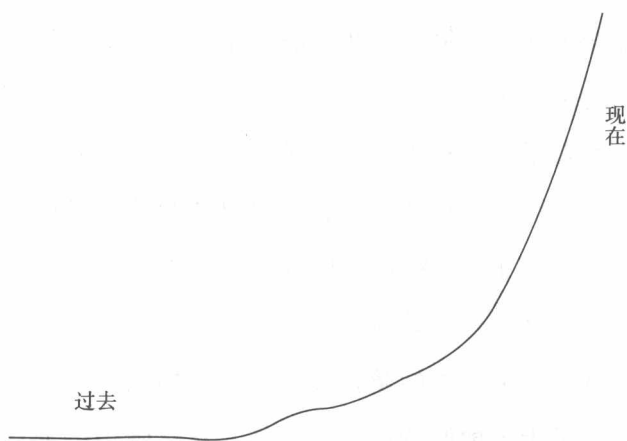


图1

我们花了几万年的时间从猿猴进化成人类；
我们花了近一万年时间建立了第一个的部落；

我们用了几千年时间建立起第一个帝制国家，有了完整意义上的国家机器；

我们花了几百年的时间开辟新航路，寻找好望角；

我们只用了几十年建立了互联网，将世界连接到一起；

我们只用了几年时间架构了移动互联网，将世界掌握在我们手中；

我们从未像这一刻离世界如此近过。

具体如图2所示。

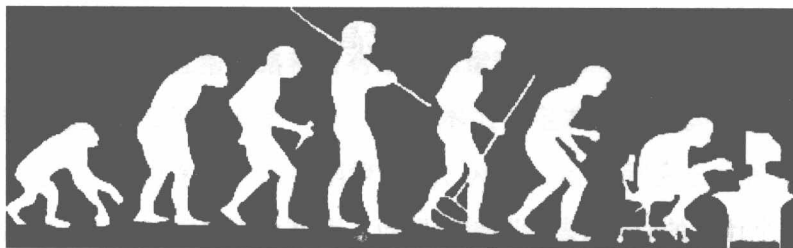


图2

5000多年前，太昊、伏羲画出先天八卦，大呼一声：“天地本为一体。”

700多年前的明朝心学大师王阳明在龙场悟道，大喊一声：“万物本为一体。”

千里眼、顺风耳、嫦娥奔月……我们的先祖曾认为只存在于传说中仙人才有的能力，在今天却几乎每个人都具备。曾经我们认为是玄之又玄的东西，在今天却都一一变成了现实。

我们每个人拿着手机，每天接收、传达着数以万计的信息。手机，已不仅仅是一个帮助我们优化生活的工具，而且已成为我们身体的一部分，如同昆虫们的“触角”。我们凭借着它来感观那些用肉眼不能直接看到的世界——那个虚拟却又真实存在着的世界。

如果说互联网是一个巨大的孕育着的胎儿，那么移动互联网则是那个破茧而出的真实的行走于天地间的巨大生命体。从它降生的那一刻开始，这个世界从此真正融为一体。

在一个巨大的放大镜下，我们发现自己如同蚁穴里那只忙碌的蚂蚁，凭借着手里的这根“触角”与其他的蚁族、与整个“母体”联系着，既独立着

却也从未真正独立过。

我们曾持着一种叫“信仰”的东西踽踽独行。就像蚂蚁信仰蚁后，佛徒信仰佛陀，基督徒信仰上帝一般，我们无时无刻不在妄想着与“上帝”对话，而今天，“上帝”无时无刻与你同在。

在移动互联网这个巨大的生命体中，有一个叫“微商”的群体分布在其各个部位。他们散乱地分布着，却又紧密地联系着，他们像一颗颗神经元，有着一种专属于自己群体进行沟通的“摩斯密码”。

我们并不了解他们的“语言”，但我们却实实在在看到了他们所创造出的一个个创富奇迹，我们迫切地想与他们取得联系。

了解微商，似乎成了你迈向移动互联网这个巨大生命体至关重要的一步。而这一步，注定将从这本书开启！

2012 年是微电商的萌芽期，2013 年、2014 年则是微电商的高速发展期。

经过两年如火如荼的发展，微商目前已经成为一个受众广泛的职业。

但是到了 2015 年，我们忽然发现，很多在 2014 年名噪一时的微商品牌、微商团队消失得无影无踪。原因不外乎：产品不好、运营人员不专业、资金断链、消费者不买单。

很多微商从业者不懂得如何鉴别产品好坏，没有从事过销售及相关工作，不会写文案和修图，不懂得如何做售后和客服。他们仅仅凭借着一腔热情，或是被某个“导师”一通洗脑，就贸然囤一大批货，进入微商这个领域。

微商和电商的区别在于，微商又回归到了以人为本的“点对点”销售模式。跟线下传统行业当中的销售员上门拜访、电话销售本质上是一样的，只不过场景转换成了在微信上。

原来的电话邀约有即时性，需要好好揣摩用户的行为习惯，不然在错误的时间打电话过去会导致销售的失败。现在我们发条微信，等对方有空时再来查收，更方便了。

原来的邮件销售是发一个制作精美的 PPT 或内容翔实的文档过去，然后发短信嘱咐对方记得查收。而现在只需要将产品图片和资料发布在朋友圈里并@ 一下准客户，对方上线时自然会查看。

原来用户有问题会打 400 电话来咨询，这就需要有专门的客服人员坐在电话机旁接听电话，一旦没有及时接听电话就可能造成用户的流失或投诉。现在用户可以随时发微信给我们，我们也脱离了电话线的约束，在任何时间、

任何地点即时帮助用户答疑解惑。

以微信为代表的移动社交工具带来了非常大的便捷。但从本质上来讲，它还是人与人的关系，不再是电商中产品与流量的关系。

一台手机是可以使你轻松进入微商，如同曾经的销售职业一般，入门门槛极低，但想有所成就却很难。

做一个优秀的微商，需要你有充足的时间及足够的耐心；

做一个优秀的微商，需要你有专业的产品知识、一定的文案编写能力、一定的美化图片的能力、懂得一些销售的话术、有对客户提出问题后应激处理的能力；

做一个优秀的微商，需要你言语幽默会逗人发笑、需要你知识渊博有问必答、需要你热心知心随时成为知心姐姐；

做一个优秀的微商，需要你挖掘人性懂得如何快速加粉，需要你了解诉求懂得如何快速破冰，需要你换位思考善于寻找情感共鸣。

这些都考验一个人的综合素质，但遗憾的是，目前大多数微商从业者没有这方面的综合素养。

我们再看一下目前微商市场上的培训师。他们大多是“90后”，自身并没有太充足的工作经验和阅历，有的甚至没有亲自操盘过真正的微商产品、项目，在这种情况下就给初入微商领域的新手们培训，传授“月入百万”的方法和技巧。这些方法和技巧听起来很诱人，也着实迎合了中国人喜欢“投机取巧”的心理：不用上班，坐在家里玩玩手机即可月入数万元。

遗憾的是，在囤货之后，真正与一线用户交锋的时候，新手们才发现自己欠缺得太多。

当新手们愤怒地质问培训导师“为什么你教我的12345都不管用”时，导师通常会理直气壮地质问你：“我让你做的56789，你照着做了吗？”于是，新手一下气短。

还有很多微信营销方面的书籍和学习资料，讲了很多理论性的东西，其实微商入门者都看不懂。看不懂又不能及时找到作者沟通，于是带着疑惑去

实操，难免方向偏离，效果不佳。

为了更有针对性地解决微商从业者们目前存在的各类问题，我们撰写了本书，以理论与实践相结合的案例形式再现成功微商们的创业历程。

我们花了200余天的时间，调研了1000多名微商从业者，通过与他们进行深入地沟通，筛选出了近100个成功的案例。

在整个案例的征集过程中，我们走访了北京、上海、杭州、苏州、扬州、广州、深圳、长沙等36个城市，空间距离跨越了近2万公里。

由于部分案例提供者身在国外，例如一个案例提供者身在加拿大蒙特利尔，我们通过计算对方的时间，约了一个双方都相对空闲的时间进行案例录音资料的采集。采集时我这边是上午10点，他那边已是深夜。沟通的过程尤其艰辛，网络传输不稳定，信号差，经几次协调，最终才把一个完整的内容采集完备。

在近100个成功的案例中，有很多所在行业或产品同质化的情况，还有一些突发状况。例如案例提供者中间转行，原来卖化妆品的，忽然转行做餐饮卖小龙虾去了。

我们遭遇了种种难以预料的问题，最终到了7月的时候，才把这近100个案例进行了第二次过滤，最后确定了现在33个经典的成功案例。

这33个成功的微商创业者，在创业的过程中都经历了很多变故。他们用大量的时间、精力填了很多坑，花了很多冤枉钱，才一步一步摸索出一些行之有效的办法。今天，他们毫无保留地把这些经验和心得分享给大家。

我们按照企业和个人两个维度进行了划分，真实再现企业微商化转型和个人微商创业过程中所经历的点点滴滴。

在学习案例的过程当中，读者一定要学会思考：他们为什么能够在这个领域取得成功，这与他们哪些独特的先天条件或专业技能有关？要知道，任何成功都是有理由的，而大多数成功都是不可复制的，我们要学会思考其中的核心内涵，化为己用。

对于他们掉过的坑，花过的冤枉钱，我们要防微杜渐，可能现在我们还