



从零开始 做微商



樊明春 著

现在的微商，就是十年前的淘宝，蕴藏着无限的商机。把握趋势，掌控人性，你就能迅速从小白进阶到金牌！

金城出版社
GOLD WALL PRESS

从零开始做微商

樊明春 著



金城出版社
GOLD WALL PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

从零开始做微商 / 樊明春著. —北京: 金城出版社,
2015. 9

ISBN 978-7-5155-1273-0

I. ①从… II. ①樊… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 199793 号

从零开始做微商

作 者	樊明春
责任编辑	李轶武
开 本	880 毫米 × 1230 毫米 1/32
印 张	7
字 数	92 千字
版 次	2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷
印 刷	天津午阳印刷有限公司
书 号	ISBN 978-7-5155-1273-0
定 价	39.80 元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区利泽东二路 3 号
邮编: 100102
发 行 部 (010)84254364
编 辑 部 (010)64391966
总 编 室 (010)64228516
网 址 <http://www.jccb.com.cn>
电子邮箱 jinchengchuban@163.com
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501



在中央电视台《奋斗》栏目录制现场，左为主持人温梦欣



在中央电视台《奋斗》栏目录制现场，中间为作者



与中华全国工商业联合会美容化妆品业商会会长、广东省美容
美发化妆品行业协会会长马娅女士合影



与美丽俏佳人战略合作签约仪式

自序

掌握人性，微商就这么简单

2015年4月19日，我以一个成功微商的身份，做客中央电视台大型励志商务访谈栏目——《奋斗》，和全国观众分享了我的创业故事。

20世纪90年代中期，当我离开家乡外出打工时，我做梦都不会想到，有一天，我会以这么“高大上”的形象，出现在CCTV（中央电视台）里。

那个时候，手机还是少数有钱人的专利。而且手机的功能也很少，除了打电话，好像就没有其他的功能了。连个短信都不能发。

一转眼，手机成了人人可以拥有的日常用品，除了打电话，还有了电视、电脑、照相机、银行等功能。

科技和时势的发展是如此迅猛，你永远不知道，下一个十年，还会诞生什么新的东西。

移动互联网改变了很多人的生活，而我，就是其中的受益者，它让我的人生成为一个传奇。

我出生于一个普通的家庭，17岁时孤身一人外出打工，到繁华的都市寻找自己的梦想，开始接触美容这个行业。

我不是一个循规蹈矩的人，我不甘心一辈子打工，我想自

己创业。

2002 年，我就在温州成立了歌迪生物科技有限公司，招聘了 10 多个业务员，从事护肤品销售。

那时做传统代理，苦啊，亏狠，天天给自己打鸡血，自己带领业务员身先士卒地开发市场。

产品烂，模式烂，自己没有核心竞争力，忙死累死，关键是还赚不到钱，全是白辛苦。月月制定目标，月月没有完成。年年制定目标，年年没有完成。

梦想贴在墙上，成功学天天练。结果还是照样亏，欠下了十几万。

因为混得烂，感觉太没有面子，几年没有回家。

印象很深的是，有一次交完 300 元电话费后，口袋里只剩下 100 多元钱。面对员工，还要强装没事，还要给人感觉：公司没有问题，能撑下去。

过年不回家的日子真的不好受啊，大家都万家灯火、全家团圆，我一个人在马路上瞎逛，挺心酸的。面对压力，又没有人可以讲。

到了 2007 年，因为直接从厂家拿货，价格低一些，公司业绩才好了一些。

但是传统专业线依然很难做，一年比一年难做，顾客大量流失。

我越来越感觉，传统模式的势不对了。因为发展的代理都是公司，公司再发展店家。做生意没办法，开公司就要费用，

还要招一批业务员跑市场，美导做售后，自然要把这些费用摊在产品里，加价。

加多了，到消费者那里自然就贵了。本来 20 元钱的东西，到了消费者手里，就变成了 200 元。

卖不动了咋办？做活动，搞促销，搞得热热闹闹的。

后来我发现，凡是活动搞得很热闹的，基本上是他这个行业的势差不多了。过于注重促销和术的层面，将导致顾客的背离，顾客用脚投票吗？这些和人性是违背的，人性就是希望得到价廉物美的东西。

整个行业不景气，销售下滑，我被逼寻找出路。

分析顾客流失的原因，很简单，网络平台抢去了大半个江山。电商已经发展了十年，微商正在强势崛起。现在的顾客信息广泛，也不愿意听人说教。电商、微商就变成他们的选择。你想象一下，一个顾客如果做微商了，成为经销商了，可以以经销商的价格拿货了，他还会去实体店买产品吗？传统模式价格太高了，不符合人性。

看到这块，我在 2013 年一直想启动做微商，就是不知道怎么做。

那一年，到处去听课，学习，听微营销课程。不过听了，都是个渣。全是理论，讲一些怎么加人，加粉，怎么发朋友圈，全是术的层面，没有用。

在 2014 年上半年，一个好朋友，给我通了个电话。超简单嘛，就是把传统的代理模式放在微信上来做，把中间利润做薄。

找几个朋友一讲，他们立刻听懂了，他们一传播，就做起来了。

然后发展速度快得惊人，产品根本不够卖。

2014年下半年，我开设了自己的工厂，创建了自己的品牌“水云诗”。

以前做传统专业线，就像是老牛拉破车。

做了微商之后，就像坐上了小火箭。公司发展的速度，快得我自己都觉得不可思议。

这就是微商时代创造的奇迹。

别把微商想得太复杂，不要听太多大师的课，大师讲得太神秘。只有简单的东西，才容易被执行，想做就去做，别有更多的恐惧。

别错过这个时代，这是一个“屌丝”也可以逆袭的年代。

世界没有营销，只有人性。

掌握人性，符合人性，做好微商就这么简单。

本书中，我将和大家分享微营销最实用的秘诀。

本书在出版过程中，得到了天津万有文化传播有限公司总经理、出版专家李鲆的大力支持，并参考了《微信营销 108 招》的部分内容，笔者在此一并致谢。

樊明春



上篇 取势

把握趋势，才能轻松赚钱 /1

第一章 一部手机走天下，微商时代来临 /5

1. 微商其实很简单 /6

2. 别把微商当传销 /7

3. 微商是比电商更高级的形式 /9

4. 现在的微商，就是十年前的淘宝 /11

第二章 好的产品是成功的一半 /15

1. 好产品要具备四个特性 /16

2. 微商不能选的四类产品 /21

3. 具备这四点的品牌才能久远 /23

4. 用三种方法寻找好产品 /24

第三章 轻松赚钱，还是辛苦赚钱 /28

1. 把长板优势发挥到极致 /28

2. 发挥优势，才能轻松赚钱 /29

3. 成功微商的四种类型 /32

4. 微商成功三部曲 /37

第四章 适合做微商的七种人	/42
1.敢于尝试的人	/43
2.内心不安分的人	/44
3.思维活跃的人	/45
4.有强烈赚钱欲望的人	/46
5.放荡不羁、爱自由的人	/46
6.不怕失败、内心强大的人	/47
7.擅长交际、朋友众多的人	/48
 第五章 做微商前，先问自己六个问题	 /49
1.你有什么优点？	/49
2.你有好产品吗？	/50
3.你有恒心吗？你能坚持多久？	/50
4.你有野心吗？	/51
5.你有时间吗？	/51
6.你有执行能力吗？	/52
 第六章 微商前景广阔，竞争激烈	 /54
1.微商的发展会越来越专业	/54
2.传统营销模式有五大弊端	/57
3.微商的八大优势	/59
4.一个关键点决定微商品牌的生死	/63
5.四种微商笑到最后	/65

中篇 明道

做微商就是做人性 /69

第七章 微商成功的三大秘籍 /72

1.两个概念 /72

2.一个傻瓜式执行 /74

3.两把撒手铜 /78

第八章 代理商心理分析 /85

1.做微商的三大理由 /85

2.领头羊的三大特质 /88

3.明确代理商的四种类型 /90

4.满足代理商内心的四种渴望 /93

5.影响准代理做决定的三大因素 /97

第九章 快速发展代理商，就这么三招 /103

1.少谈产品，多谈趋势 /103

2.不做零售，只做批发 /104

3.搞定对方，迅速做决定 /106

第十章 优秀微商的三项修炼 /110

1.做好自我营销 /110

2.找对好产品	/114
3.跟对好上家	/115
第十一章 搞定消费者的四个要点	/118
1.消费者要什么	/119
2.消费者怕什么	/121
3.消费者喜欢什么	/122
4.消费者讨厌什么	/123
第十二章 把握好销售的三个环节	/126
1.售前，销售就是问问题	/126
2.售中，做好口碑营销	/130
3.售后，把消费者发展成经销商	/133

下篇 优术

好方法，让你更快捷	/135
第十三章 打开陌生人的市场	/139
1.加微信好友的十五种方法	/139
2.线下引流的多种方法	/147
3.寻找准顾客的三项原则	/153

第十四章 朋友圈应该发的九种内容	/155
1.生活照片	/155
2.产品反馈	/157
3.成交记录	/157
4.原创广告	/157
5.团队管理内容	/159
6.幽默有趣的内容	/159
7.相关活动	/160
8.转发有价值的内容	/160
9.专业实用知识	/161
第十五章 微营销要注意的问题	/163
1.发朋友圈的四大误区	/163
2.微营销四大忌	/165
3.玩微信的十三个细节	/168
4.要多渠道配合	/176
第十六章 六步沟通，搞定代理就这么简单	/180
1.第一步：破冰	/182
2.第二步：发现需求	/182
3.第三步：扩大需求	/183
4.第四步：提出解决方法	/183
5.第五步：利益描述	/184

6.第六步：假设成交	/184
第十七章 不走错路，你离成功更近	/190
1.产品选择失败	/190
2.跟风导致失败	/191
3.急功近利导致失败	/195
4.跟错老师导致失败	/196
附录 樊明春：一个游走在时代之巅的微商舞者	
——今日微商专访广州歌迪生物科技有限公司总经理 樊明春	/199
后记 掌握人性，符合人性，你就能做微商	/204

上篇 取势

把握趋势，才能轻松赚钱

