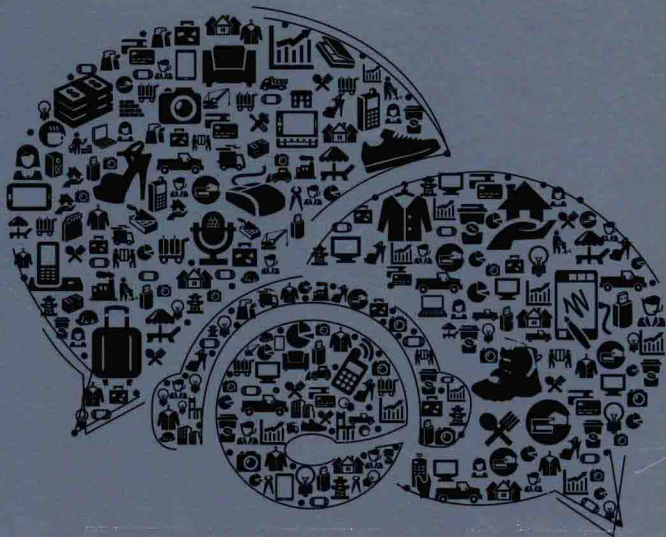


错过了10年前的淘宝创业? 不要紧!
错过了7年前的微博创业? 也不要紧!
今天, 微商来了! 不要再错过!



微商来了!

微店这样开才赚钱

田国志 马福平 ◎ 编著

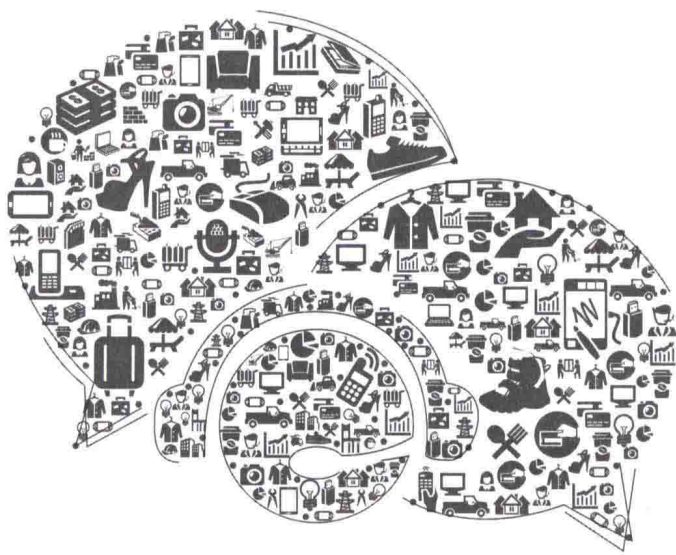
什么是微商 → 微商开店的正确认识 →
微店的注册与开通 → 微店装修与管理 →
微店的营销与推广、引流 → 微店售后服务



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



微商来了!

微店这样开才赚钱

田国志 马福平 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

继阿里巴巴、淘宝之后,微商已成为移动互联网时代最先进的电子商务模式之一。从2013年的诞生,2014年的快速发展,到2015年的创业大爆发,目前,微商已成为很多普通创业者的创业与致富之路。

本书共分10章,详细讲解了什么是微商、微商的形态与商业模式、微商创业的平台、开微店的相关准备与产品定位、微店的开通方法、微店的运营与推广策略、微店引流技巧及赚钱窍门等内容。

本书不仅适合广大在校大学生、初创业者、兼职寻求者、自由职业者学习,也适合有产品、有门店、想扩大销售规模的商家与个体经营者学习,还可作为大中专及职业院校相关专业的教学参考用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

微商来了!微店这样开才赚钱/田国志,马福平编著. —北京:电子工业出版社,2016.4
ISBN 978-7-121-28451-9

I. ①微… II. ①田… ②马… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第059775号

策划编辑:牛 勇

责任编辑:潘 昕

印 刷:北京天宇星印刷厂

装 订:北京天宇星印刷厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:720×1000 1/16 印张:15.25 字数:322千字

版 次:2016年4月第1版

印 次:2016年4月第1次印刷

定 价:59.80元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

目 录

第 1 章 微商, What 1

1.1 微商是什么	2
1.1.1 微商的概念	2
1.1.2 微店有哪些优势	4
1.1.3 微商到底应该怎么做	6
1.1.4 朋友圈该如何建立信任	7
1.2 微商的四大形态	9
1.2.1 个人微商	9
1.2.2 社群微商	9
1.2.3 品牌微商	10
1.2.4 平台微商	12
1.3 分析未来微商发展的 4 种模式	12
1.3.1 微商 + 平台	13
1.3.2 微商 + C2B	13
1.3.3 微商 + O2O	13
1.3.4 微商 + 农村	13
1.4 微商打假的 3 种方式	14
1.4.1 用关键词屏蔽假货	14
1.4.2 用价格手段屏蔽假货	15
1.4.3 发动用户举报假货并处理	15
经验与实战分享	16
主题 01 微店分销 vs 传统代理 vs 传销	16
主题 02 微店创业 vs 一般网上开店创业	17
主题 03 剖析 2015 年第 1 季度微店报告	18
本章小结	20

第 2 章 微商, 领域有多宽 21

2.1 认识微店与微支付	22
--------------------	----

2.1.1 微店	22
2.1.2 微支付	23
2.2 微官网与微商城	25
2.2.1 微官网	25
2.2.2 微商城	26
2.3 微店的开店领域	29
2.3.1 有赞	29
2.3.2 京东微店	30
2.3.3 微信小店	32
2.3.4 微品会微店	33
2.3.5 易米微店	33
2.3.6 口袋购物微店	34
经验与实战分享	34
主题 01 微商创业的误区	35
主题 02 微商创业的必然性	36
主题 03 做微商应具备的素质	37
本章小结	41

第 3 章 微店, 选产品在先 43

3.1 微商选产品的突破点	44
3.1.1 选商品的必备 6 大元素	44
3.1.2 选择微商产品的 3 大原则	46
3.2 微商好商品去哪儿找	47
3.2.1 按自己的特长找	47
3.2.2 按朋友的需要找	48
3.2.3 在淘宝卖家中找	49
3.2.4 在微商供货平台找	52
3.3 微商产品的 5 种合作模式	55
3.3.1 代理渠道型	55
3.3.2 品牌资源型	55
3.3.3 粉丝经济型	57
3.3.4 服务关系型	57
3.3.5 O2O 型	58
经验与实战分享	59
主题 01 微商的市场定位	59

主题 02 微商产品的定位.....	60
主题 03 预测产品是否会畅销的有效手段	64
本章小结	64

第 4 章 微店，现在就开通..... 65

4.1 安装与设置微店	66
4.1.1 微店的下载与注册.....	66
4.1.2 微店的设置.....	70
4.1.3 微店的 12 个功能模块.....	73
4.2 在微店中添加商品	82
4.2.1 添加商品.....	82
4.2.2 给商品分类.....	87
4.3 使用手机美图软件处理图片	90
4.3.1 调整图片的色调.....	91
4.3.2 多张商品图片拼图.....	94
经验与实战分享	97
主题 01 认识分销市场.....	97
主题 02 图片需要进行哪些必要的修饰.....	99
主题 03 使用马赛克涂抹局部信息.....	100
本章小结	101

第 5 章 微店，管理无压力..... 103

5.1 微店的购物流程	104
5.1.1 进入卖家店铺.....	104
5.1.2 填写收货地址.....	107
5.1.3 买家支付.....	108
5.2 微店的支付方式	109
5.2.1 微信支付.....	109
5.2.2 支付宝钱包支付.....	114
5.3 微店的订单管理	117
5.3.1 待处理订单.....	117
5.3.2 处理已完成的订单.....	119
5.4 微店的售后服务	120
5.4.1 微店的售后服务包含 5 大板块.....	120

5.4.2 重视微店的交易保障.....	121
----------------------	-----

经验与实战分享	123
----------------------	------------

主题 01 设置货到付款.....	123
-------------------	-----

主题 02 一键导出订单.....	123
-------------------	-----

主题 03 以“礼”悦客.....	124
-------------------	-----

本章小结	125
-------------------	------------

第 6 章 微信，看看怎么用 127

6.1 微信营销的基本常识	128
----------------------------	------------

6.1.1 申请微信账号.....	128
-------------------	-----

6.1.2 微信账号的定位与设置.....	130
-----------------------	-----

6.2 微信的多个商机入口	131
----------------------------	------------

6.2.1 扫一扫.....	131
----------------	-----

6.2.2 摇一摇.....	133
----------------	-----

6.2.3 附近的人.....	135
-----------------	-----

6.2.4 漂流瓶.....	136
----------------	-----

6.3 朋友圈的应用	138
-------------------------	------------

6.3.1 朋友圈内容发布有讲究.....	138
-----------------------	-----

6.3.2 发布朋友圈.....	140
------------------	-----

6.3.3 分享内容.....	142
-----------------	-----

6.4 微信的应用	143
------------------------	------------

6.4.1 群发消息给精准好友.....	143
----------------------	-----

6.4.2 在群聊中快速“@”某人.....	146
------------------------	-----

6.4.3 修改“我”的位置.....	147
---------------------	-----

经验与实战分享	148
----------------------	------------

主题 01 换机同步聊天记录.....	148
---------------------	-----

主题 02 更改共享位置.....	150
-------------------	-----

主题 03 微信加粉的有效方法.....	151
----------------------	-----

主题 04 微信营销的误区.....	152
--------------------	-----

本章小结	154
-------------------	------------

第 7 章 微信，产品“神推广” 155

7.1 拥有被信任的粉丝团	156
----------------------------	------------

7.1.1 在亲友推荐后决定购买.....	156
-----------------------	-----

7.1.2 在看到广告后决定购买.....	156
-----------------------	-----

7.1.3 在明确需求后决定购买.....	157
7.1.4 信任粉丝很重要.....	158
7.2 通过个人品牌吸引粉丝.....	159
7.2.1 打造个人品牌.....	159
7.2.2 学习、分享、互动.....	159
7.2.3 微信公众平台.....	160
7.2.4 微信商店常用功能模块的应用.....	165
7.3 快速发展微商代理.....	167
7.3.1 发展代理商的常用渠道.....	168
7.3.2 发展代理做分销.....	170
7.3.3 招代理的朋友圈推送技巧.....	170
7.4 微信数据分析.....	172
7.4.1 客户关系的管理.....	172
7.4.2 富媒体的应用.....	172
7.4.3 关系链管理.....	172
7.4.4 线下数据分析和商业决策指导.....	173
经验与实战分享.....	174
主题 01 利用用户体验, 刺激下次消费.....	174
主题 02 收集用户反馈, 带动新的消费.....	175
主题 03 发现潜在客户, 激发其成交意向.....	176
本章小结.....	177

第 8 章 营销, 多个引流端 179

8.1 QQ 营销.....	180
8.1.1 QQ 的基本设置.....	180
8.1.2 将产品信息发送给好友.....	181
8.1.3 将产品信息发送到 QQ 群.....	182
8.1.4 将 QQ 空间资料设置为产品介绍.....	182
8.1.5 QQ 空间的非常规设置技巧.....	184
8.2 陌陌社交营销.....	185
8.2.1 通过与周边的人聊天介绍微店.....	185
8.2.2 在资料页存放产品图片.....	187
8.2.3 加入群组方便宣传产品.....	191
8.3 微视营销.....	193
8.3.1 使用 QQ 号登录微视.....	193

8.3.2 发布产品微视频.....	194
8.3.3 将视频分享给 QQ 好友.....	197
8.3.4 在微视中快速增加粉丝的技巧.....	198
8.4 微博营销	199
8.4.1 分享我的微店至微博.....	199
8.4.2 在微博中推广的方式.....	201
8.4.3 做好“大 V”转发.....	201
经验与实战分享	202
主题 01 在论坛上推广微信号.....	202
主题 02 通过 QQ 群扩展微信群.....	203
主题 03 QQ 空间营销注意事项.....	205
本章小结	207

第 9 章 售后, 包装与物流 209

9.1 商品包装要讲究	210
9.1.1 产品运输包装的重要性.....	210
9.1.2 特殊产品的包装技巧.....	210
9.2 发货方式多选择	214
9.2.1 使用平邮发货更省钱.....	214
9.2.2 使用快递发货更迅速.....	214
9.2.3 时刻跟踪产品物流情况.....	216
9.2.4 专人直送的闪送快递.....	216
经验与实战分享	218
主题 01 货运方式的择优选择.....	218
主题 02 运输过程中货物损坏与丢失的处理方法.....	218
主题 03 快递省钱技巧.....	220
本章小结	221

第 10 章 赚钱, 也有小窍门 223

10.1 构建微商营销模型	224
10.2 营销传播要学会讲故事	228
10.3 转变自己的微商角色	231
10.4 从量变到质变的微商	232
本章小结	233

微商，What

本章导读

什么是微商？很多人将微商判定为朋友圈卖货、代购。如果从狭义和广义来讲的话，朋友圈卖货、代购及微商直销可定义为狭义上的微商；将微商看成一种新型的商业形态，并认为微商就是未来的移动社交电商，这种观点就是广义上的微商。虽然微商目前尚无统一的认知定义，但是通俗一点说，微商就是在移动端进行商品售卖的商家。

知识要点

通过本章的学习，读者能够了解什么是微商、微商有哪些优势、微商的分类及微商的3个阶段等，需要掌握的相关技能和知识如下。

- 微商到底应该怎么做
- 目前微商的4大形态
- 微商发展的4种模式
- 微商设定的3种“打假”方式

手机开店 用微店

Free

微店

★

微店设“打假公布日”
坚决向网络售假开战

¥ 支付放心

帐期短

一分钟开店

零成本

1.1 微商是什么

在过去的几十年里，我们经历了一次又一次购物体验的转变。先是百货商场，紧接着是各种超市、专卖店，而现在，随着社会生活节奏的加快，电子商务日趋发达，网络购物已经成了人们日常生活中必不可少的环节。随着时代的变迁，移动互联网蓬勃发展，各种微店就如雨后春笋般随处可见。这是一种新时代的商机。但是，微商是什么呢？

微商是基于微信平台的电子商务，类似于在淘宝上开店。微商是手机端的电子商务平台，它方便、简洁，也更实用。微商区别于传统 PC 平台的电子商务，只需要用手指轻轻一点，消费者就可以随时随地关注商品动态，商家更可以在第一时间与顾客进行贴心的沟通，了解他们的需求。



微商是全球第一个云销售电子商务平台，是零成本开设的巨型商城，是计算机云技术和传统电子商务相结合的创新模式，也是新生事物，潜力巨大。

1.1.1 微商的概念

微商最早源于微博。在淘宝电商火热的时候，很多人通过微博进行宣传，然后跳转到淘宝成交，拥有大量粉丝的微博主认为给别人发广告不如自己直接宣传，于是开始在微博上卖产品，但由于微博不便沟通，便留下自己的微信号，有需要的消费者可以加好友进行沟通。好友的数量增多了，人们便开始直接在微信朋友圈发布产品信息，有需要的直接沟通，这就形成了最原始的微商。

微博和微信是目前比较普及的新兴社交移动应用,也正是因为这两样东西的异常火爆形成了微商。

微商的“微”字来源于微博和微信,而我们要理解的“微”,更多的是基于移动互联网的生态环境。不管是用社交工具,还是用商业模式,它更多地代表着移动互联网时代。而“商”字呢?顾名思义,“商”,“我们可以理解成商人,或者是生意,往大了理解是商业模式,再往大了理解是商业文明。”而不同的定义,代表着不同的方向。但是,我们这里要讲解的微商,更多的是构建基于移动互联网的商业模式或者说是创业家。

这里需要强调一点,微商是创业家,而不是普通的创业者,也不是个体户。大部分微商刚开始的时候的确非常微小,可能是一个人从第一个客户开始做起来的。而现在的微商已形成一种潮流,一种趋势,如果仅仅是把微信的朋友圈变成一个零成本的店面,里面充斥着各种各样的商品信息,每天利用朋友圈的交情进行无节制的“刷屏”并以此赚钱,这肯定不是我们所要成为的微商——虽然目前 90% 的“微商”都是利用这种模式在做。

今天,微商潮流是“大势所趋,迎难而上”,正如下图中的分析所示。要开启移动互联网新时代,肯定不仅是把过去个体户或者路边摊的方式搬到微信上来,这不是我们想要的微商。我们对微商的定义是,构建基于移动互联网商业模式的创业家、思想家、社交家。



今天阿里巴巴之所以如此鼎盛,是因为它在 10 年前甚至 15 年前就站在了时代的尖端,而移动互联网时代和过去的 PC 互联网又有很大的不同。

1.1.2 微店有哪些优势

当我们打开互联网搜索引擎，输入关键词“微店”进行查找，与“微”字有关的商业平台不胜枚举。

微店营销已经成为一种新兴的商品经营模式，微店是未来发展的重要途径。那么微店具体有哪些优势呢？

1. 开店成本低

传统电商开店保证金需要数千元甚至上万元，年服务费也需要1万多元。目前微店网的入驻费用远远低于传统电商。

2. 独特先进的商业模式

微店网独特的商业模式，引发了大批网民的参与。微店的爆发式增长得益于其独特的商业模式。微店把传统电商从烦琐的网络推广中解放出来，个人网民也省去了找货源之苦，是互联网分工进一步细化的体现。

3. 数据统计尽在掌握

微店提供详细的粉丝数据和店铺流量数据，让卖家能以数据的方式观察自己店铺的生意，发现店铺的真正潜力或者店铺存在的问题、需要做哪些方面的优化等。

4. 有简单易用的商品管理功能

微店提供了强大的商品管理功能，卖家可以随时随地对商品进行分类、下架、置顶等操作，如下图所示。



5. 裂变式传播方式

通过“一键分享到朋友圈”(如左下图所示)功能,只要微店主发布一条消息,他的朋友圈、QQ空间、微博等所有朋友都能同时接收,其朋友再一键转发到自己的朋友圈(如右下图所示),消息的传播深度和广度远远高于之前任何一种网购平台。



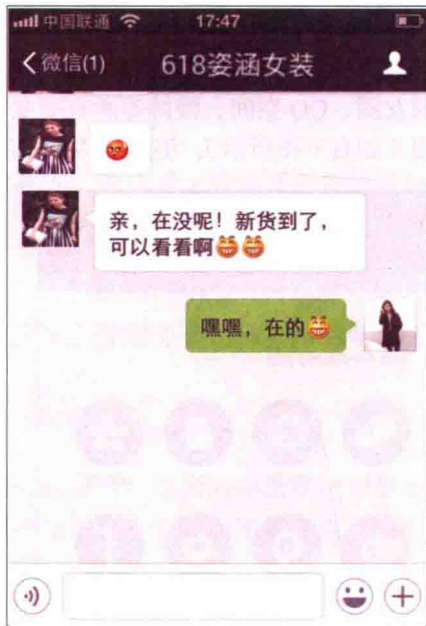
6. 轻松创建活动互动

用户能在微信中轻易地搜索到正在出售的宝贝,卖家可以通过编辑欢迎词和自定义回复与用户开展有趣的互动,以增加与用户的亲密度和信任感(如下左图所示)。有些卖家还设置了许多有趣的有奖问答活动,刺激用户对自己的关注(如下右图所示)。相对于传统的网购平台来说,微店具有双向性,真正实现了网络交易的直接反馈。从这个角度看,微店对于宣传介入、商铺推广有特殊的价值和意义。

此外,微店主还可以通过各类有趣的热门话题吸引顾客,让更多的人知道并了解自己的店铺,更好地推广自己的产品。

7. 机遇大,选择多

我们经常会看到“朋友圈卖面膜的,月收入上万”、“微信卖水果,6小时卖出3吨”、“姐妹花开微店,获得融资100万”这样的案例在朋友圈疯狂转载,出于对用户体验的考虑,虽然微信不得不对这些恶意营销者说“不”,但没有真正把这些个体创业者的道路堵死,反而给了更多借助微信创业的人以更多机会。



8. 介绍朋友一起开微店

每一个开微店的人都需要一个介绍人。介绍身边的亲戚朋友开微店, 他们就成了我们的分销商, 分销商越多, 我们的商业影响力就越大。另外, 打理微店是不需要投入太多精力的, 业余时间通过 QQ、博客、论坛等将消息发布出去, 就有佣金收入了。这相当于帮助身边的人找到了一份清闲的兼职, 为他们创造额外的收入。

您知道吗 什么是分销商, 分销商多有什么好处?

分销商是指我们介绍来开微店的人, 他们注册之后, 自动就成为我们的分销商了。每一个直接分销商的微店售出商品后所得到的佣金, 作为介绍人的我们可以从中提成 30%。分销商越多, 就有越多的人为我们推广和赚取佣金。

1.1.3 微商到底应该怎么做

微商本身也是做生意, 首先要定位, 其次要换位思考, 然后才是营销。如果前两者没有准备好, 直接奔向第三个主题, 则本末倒置, 事倍功半。

需要注意的是, 微商不仅要去做商品质量的服务者, 而且要做品牌商品的传播者。

1. 做质量的服务

想要做大做强, 产品却没有好的质量和服务, 用户也不会买单。现在微商面临的也是这个问题。所谓“熟人经济”是因为别人相信我们才会去买我们的东西, 但

难免会担心遇到这个问题, 所以, 做好质量和服务才是获取别人信任的基础。

2. 做品牌的传播

微信公众平台就是微商踏入正轨的一个突破口, 用公众号做品牌传播和产品营销, 在消费者心中建立品牌形象。

1.1.4 朋友圈该如何建立信任

无论是 PC 时代还是 App 时代, 都在追求流量导入, 追求不断拉拢新客户, 追求成为入口。但是, 在社交购物的微商时代, 游戏规则变了, 追求的是关系的深度。我们不一定会有很多客户, 只要将粉丝、用户的关系做深, 维系老客户, 提升购买频率, 就能形成持续购买。这时, 人际的关系是核心, 维系老客户是核心, 提升购买频率也是核心。

未来, 通过微信与手机 QQ 等移动社交工具产生的商业交易必将越来越多, 每个微商都将以口碑营销和信誉作为“代言”的产品。那么, 要想维护客户关系、产生深度的信任, 一定要注意以下几个方面。

1. 分享有“节操”

微信朋友圈中, 不少人为了提高自己产品的曝光率, 无节制推送产品信息, 严重骚扰用户。这样做的后果只有一个, 就是被朋友放入“黑名单”! 朋友圈营销是“熟人社交经济”, 我们要做的是建立信任, 在这个基础上达到目的, 而不仅仅是修完图到朋友圈发产品, 然后等着别人来买我们的产品。

2. 推送有价值的内容

我们不仅要推送产品的图片, 也可以分享这个产品背后的故事或者一些有关内容。例如, 卖一款化妆品, 可以为用户讲解分辨产品真假的技巧, 也可以在网上找一些关于这类商品的故事分享给用户。网上这样的文章很多, 从中挑选一些内容较好、可靠性较高的稍微修改一下即可。我们应该让用户从侧面了解我们的产品, 这在无形中也提升了用户对我们的价值认可和信任。

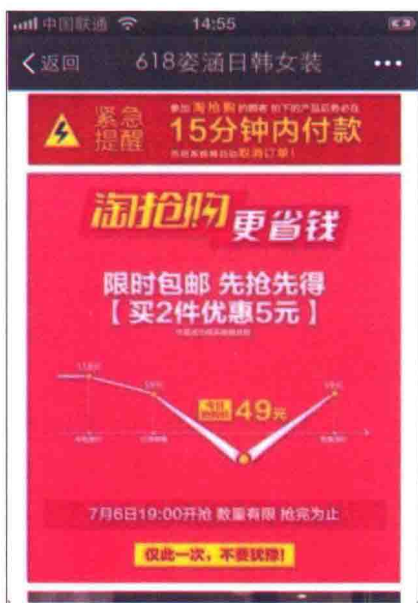
3. 集赞推广

通过免费或者赠送小礼品等方式吸引好友转发、点赞, 这个方法的效果其实挺不错的, 不过前提是别人对我们有一定的信任。毕竟, 如今朋友圈点赞泛滥, 而且大多是商家的噱头。没人想当傻子, 信任很重要。

4. 优惠与互动

微店铺进行优惠与互动也是对自身产品的曝光, 也能达到推广的目的。随着业务的扩展, 朋友圈会不断扩大, 买东西的人也会越来越多。我们要通过开展一些优

惠活动来吸引新顾客，回报老顾客，带动购买率的提升。还可以设计一些小游戏、小活动与朋友们互动，拉进彼此之间的距离。



5. 让消费者评价带动口碑

这种方法和我们常见的淘宝评价方式带动销量是一个道理，有好的评价，自然会吸引更多的人来购买。微信朋友圈还有一个优势是熟人社交可信度更高。鼓励消费者写出体验产品的过程——没有人会喜欢内容无聊空洞的商品介绍，或者一成不变的产品推销软文、博客，顾客只想知道商品能解决什么问题、是不是真的好用，因此，他们更想看到别人的使用反馈和评价。使用淘宝卖家经常使用的手段，在商品介绍中插入一些“买家真实体验，产品值得信赖”的积极评价截图，让那些潜在客户看到后产生一种怦然心动的感觉，用已有的热情来点燃顾客的购买欲望。

您知道吗 做微商，信任是关键

电商是做货的生意，以商品为中心；而微商则是做人的关系，以人为中心。电商时代都在追求“爆品”，只要产品有足够的吸引力，就能够制造“爆品”的“神话”。以微信为代表的移动互联网时代是社交时代，我们和粉丝的关系、人与人的关系才是最核心的东西。通过关系获取信任，通过信任卖出商品，才是关键所在。