



全方位剖析微信商业模式
多角度揭秘微商运营管理

微商运营

和团队管理全攻略

杜一凡◎著

商业分析+运营模式+推广策略+团队管理
上手容易、简单实际，用典型的真实案例教你轻松赚大钱！

朋友圈·公众号·微信群
微商城·微网站·微小店



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

微商运营 和团队管 理全攻略

杜一凡◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

微商运营和团队管理全攻略 / 杜一凡著. — 北京 :
人民邮电出版社, 2017.7
ISBN 978-7-115-45843-8

I. ①微… II. ①杜… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第112750号

内 容 提 要

移动互联网的发展,为微商的出现奠定了坚实的基础。在这一新兴群体中,有人实现了月入百万的梦想,生意做得风生水起;有人则收入惨淡,甚至出现了积货压货的现象。同样是微商,为什么有的人可以潇洒自如,而有的人却深陷泥潭?为了帮助那些想要做微商或者在微商的道路上停滞不前的人看清微商的门路,掌握运营管理的基本思路,我们特意编写了此书。

本书分为五大部分,从基础知识谈起,为大家讲述了微商的商业价值和运营管理策略,内容包括微商的特点、微商走过的三个阶段、微商的定位方法、运营方式以及管理策略,集理论指导与实践于一体,为广大微商从业者和爱好者指明了前进的方向,内容通俗易懂,实用价值极高,是不容错过的好书。

-
- ◆ 著 杜一凡
责任编辑 李士振
责任印制 周昇亮
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 15 2017年7月第1版
字数: 358千字 2017年7月河北第1次印刷
-

定价: 49.80 元

读者服务热线: (010)81055296 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147 号



——● 作者简介 ●——

杜一凡

- 文明微商发起人
- 2015自媒体十大风云人物
- 九五部落、【人人招商】创始人
- 世界微商联盟委员会微商专家顾问
- 全国工商联美业大数据电商专业委员会副主席
- 台湾国际美容交流协会互联网+微商总会副会长
- 旅游卫视【大微直播间】联合创始人兼执行策划

拥有超过6年的市场营销及一线实战经验，专职于金融、快消、零售卖场等行业的O2O解决方案，曾为中国银行、兰州银行、光大银行、慈铭体检、尼雅葡萄酒、修正药业、海尔集团、华为集团、到到网、奔腾电器、中生集团、华侨移民、奥特莱斯商场、咖啡陪你、中国投治会等企业提供微信营销咨询及解决方案。著有《微信营销实战手册：赚钱技巧+运营方案+成功案例》《微商团队管理实战手册：运营必备+赚钱必读+管理必会》《网红粉丝经济：运营、管理、变现方法与技巧》等多部畅销书。

前言

移动互联网时代的到来让人们认识了微信。而时至今日，微信已经不再是一款单纯的社交工具，它已逐渐贯穿于人们生活的方方面面，并成为许多个人或企业进行营销的重要工具。在微信营销的“小时代”里，无论你是身怀绝技的营销高手，还是普普通通的草根一族，不管你来自哪行哪业，只要你乐于发掘，总能找到一条适合自身发展的营销之路。

说到微信，我们就不得不谈微商，这个依托微信平台而崛起的新兴群体以其火爆的发展方式刺激着人们的眼球。一群成功的微商纷纷现身说法并开班授课，更是令社会上兴起了一股“全民微商”的风潮，人人都可以在这个圈子里大展身手，实现个人事业上的成功。然而正因如此，微商发展进入了所谓的红海时期，产品品质低劣、野蛮刷屏以及售后无保障等各种问题层出不穷，因此及时改变策略，掌握新时代微商运营管理的策略是极其重要的。

如今，微商已从单打独斗走到了团队合作的层面，只有理性顺应微商发展需求，实现团队合作，才能真正找到突破口。但即使是组建团队也会出现很多亟待解决的问题，比如团队合作的方法技巧以及团队管理的策略等。为了让更多人了解微信营销，并从微信营销中获得有效、实际的益处，掌握微商团队管理运作的方法和技巧，我们特意编写了此书。

本书在对基本常识和理论做出简明阐述的同时，也为广大读者讲述了微商的商业价值和运营管理策略，内容既包括公众号的运营、朋友圈的运营以及内容、用户的运营方法，此外还有基本的推广思路，以及团队管理的策略和方法，教给大家如何招代理，如何留住代理等，可以说本书集理论指导与实践于一体，为广大微商从业者和爱好者指明了前进的方向，内容通俗易懂，实用价值极高，是不容错过的好书。

本书特点

1. 话题较热，内容时尚

微商是近几年持续火热的话题之一，本书与时俱进，紧跟时代节奏，以

微商运营管理为主，抓住当下微商发展趋势，全面讲述了微商运营管理方法和技巧，并结合营销重点做出了贯穿性指导。

2. 理论性强，权威专业

本书针对微商运营和管理给出了明确的理论指导，针对性较强，环环相扣，为广大读者指明了正确的微商运营方向。

3. 语言通俗，图文并茂

本书虽然理论性较强，但语言通俗易懂，旨在用最简单、最直接的方式将最复杂、最难懂的理论方法教给大家。全书图文并茂，操作步骤直观，让广大读者学习起来更加得心应手。

4. 案例丰富，示范性强

微商从业人群十分广泛，而且适用于各个行业，本书在加入理论指导的同时还穿插了丰富的案例来落地指导，将其中成功的方法与技巧加以总结和提炼，让读者从中学习到宝贵经验的同时，少走弯路。

Part

1

基础认知，那些年你不知道的微信

1.1 微信功能带来的商机 / 2

1.1.1 附近的人 / 2

1.1.2 扫一扫 / 4

1.1.3 漂流瓶 / 7

1.1.4 摇一摇 / 9

1.1.5 朋友圈 / 11

1.1.6 微信群 / 13

1.1.7 我的银行卡 / 15

1.1.8 九宫格 / 20

1.2 微商的出现 / 24

1.3 微商走过的三个阶段 / 25

1.3.1 微商 1.0 / 25

1.3.2 微商 2.0 / 27

1.3.3 微商 3.0 / 28

1.4 微商的类别 / 29

1.5 你适合做微商吗 / 31

1.6 微商的特点 / 33

1.6.1 门槛低 / 33

1.6.2 回报快 / 34

1.6.3 传播快 / 35

1.6.4 交易便捷 / 37

2.1 微商的销售渠道 / 42

2.1.1 朋友圈销售 / 42

2.1.2 微信群销售 / 43

2.1.3 微商城销售 / 46

2.1.4 微店销售 / 47

2.2 微商的销售模式 / 48

2.2.1 自我销售型 / 49

2.2.2 微商代理型 / 49

2.2.3 平台分销型 / 51

2.3 微商的运营模式 / 53

2.3.1 个人微商 / 53

2.3.2 团队微商 / 54

2.3.3 品牌微商 / 55

2.3.4 企业微商 / 56

2.4 微商的商业模式 / 57

2.4.1 O2O 模式 / 57

2.4.2 B2C 模式 / 59

2.4.3 C2B 模式 / 60

2.4.4 F2C 模式 / 61

2.4.5 直销模式 / 62

2.4.6 分销模式 / 63

2.4.7 电购模式 / 64

2.4.8 微商 + 电商模式 / 65

2.4.9 自媒体模式 / 67

2.4.10 组合拳模式 / 68

2.5 草根眼中的微信价值 / 70

2.5.1 提供创业价值 / 70

2.5.2 发展自身业务 / 72

2.5.3 开展创新渠道 / 74

- 2.5.4 开放广阔市场 / 76
- 2.5.5 打造衍生产品 / 77
- 2.5.6 开发新模式 / 78
- 2.6 明星眼中的微信价值 / 80
 - 2.6.1 微信对公众人物的影响 / 80
 - 2.6.2 实现一对一互动 / 81
 - 2.6.3 提高亲和力 / 83
 - 2.6.4 激发互动热潮 / 83
 - 2.6.5 直播拉近距离 / 85
- 2.7 企业眼中的微信价值 / 87
 - 2.7.1 企业是否适合做微信营销 / 87
 - 2.7.2 微信对企业的价值 / 88
 - 2.7.3 品牌利用微信突出特色 / 90
 - 2.7.4 CRM 系统与微信对接 / 91
 - 2.7.5 充分运用 F2F 模式 / 93
 - 2.7.6 全面发展 O2O 模式 / 95
 - 2.7.7 充分利用线下活动 / 97

Part

3

运营筹划，整体把控微商发展方向

- 3.1 微信群运营方法和技巧 / 100
 - 3.1.1 基本操作方法 / 100
 - 3.1.2 建设微信群文化 / 101
 - 3.1.3 学会“混群”和“养群” / 102
 - 3.1.4 组织线下沙龙活动 / 103
 - 3.1.5 规避微信群的雷区 / 104
- 3.2 朋友圈运营方法和技巧 / 105
 - 3.2.1 设置个人标签 / 105
 - 3.2.2 创作产品文案 / 107
 - 3.2.3 巧妙发送图片 / 108
 - 3.2.4 利用视频推广 / 109

- 3.2.5 注重互动交心 / 110
- 3.2.6 掌握经营法则 / 111
- 3.3 公众号运营方法和技巧 / 115**
 - 3.3.1 公众号的定位 / 115
 - 3.3.2 账号名称与微信号的设置 / 118
 - 3.3.3 头像与介绍的设置 / 120
 - 3.3.4 标题的设置 / 124
 - 3.3.5 优质内容的打造 / 125
 - 3.3.6 常用的推送技巧 / 127
 - 3.3.7 分组管理的方法 / 130
 - 3.3.8 如何设置自动回复 / 132
 - 3.3.9 巧妙进行双号运营 / 136
- 3.4 微信小店运营方法和技巧 / 139**
 - 3.4.1 如何进行定位 / 139
 - 3.4.2 开店的步骤 / 140
 - 3.4.3 第三方开发平台 / 141
 - 3.4.4 交易流程 / 142
 - 3.4.5 售后服务 / 143
 - 3.4.6 运营核心技巧 / 143
- 3.5 微商城、微网站运营方法和技巧 / 145**
 - 3.5.1 微商城的类别与优势 / 145
 - 3.5.2 微商城的建立 / 147
 - 3.5.3 微商城的经营 / 147
 - 3.5.4 微商城的操作系统 / 149
 - 3.5.5 微官网的特点与搭建 / 150
 - 3.5.6 微网站的操作技巧 / 151
- 3.6 客户群运营方法技巧 / 152**
 - 3.6.1 拓宽客户群的方法 / 152
 - 3.6.2 常见沟通技巧 / 155
 - 3.6.3 打造客户数据库 / 157
 - 3.6.4 巧用邮件营销 / 158
 - 3.6.5 情感营销的关键点 / 159

- 3.6.6 解决客户的信任问题 / 160
- 3.6.7 持续互动提升客户黏性 / 161
- 3.6.8 借线下活动建立超强客户关系 / 161

Part

4

团队管理，微商成败与否的关键

4.1 成立团队的必要性 / 164

- 4.1.1 个体发展受到限制 / 164
- 4.1.2 团队优势日渐凸显 / 165
- 4.1.3 建立团队必备要素 / 166
- 4.1.4 选人、用人的标准 / 167
- 4.1.5 如何招代理 / 169

4.2 分销团队的策略规划 / 171

- 4.2.1 设计招商政策 / 171
- 4.2.2 设计价格系统 / 172
- 4.2.3 实施招商步骤 / 174
- 4.2.4 提高代理黏度 / 177
- 4.2.5 管理代理技巧 / 178
- 4.2.6 三级微分销 / 179

4.3 团队的组织构架 / 181

- 4.3.1 制定构架的原则 / 181
- 4.3.2 企业微商团队的组织架构 / 182
- 4.3.3 个人创业微商团队的组织架构 / 183
- 4.3.4 自媒体微商团队的组织架构 / 184

4.4 团队的运作系统 / 186

- 4.4.1 渠道系统 / 186
- 4.4.2 推广系统 / 188
- 4.4.3 信息化系统 / 190
- 4.4.4 培训系统 / 191
- 4.4.5 代理招募系统 / 193
- 4.4.6 管理系统 / 196

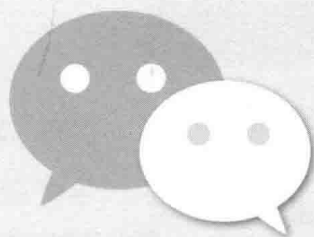
- 4.4.7 三级微分销系统 / 197
- 4.4.8 价格系统 / 198
- 4.5 团队的岗位设置 / 199**
 - 4.5.1 运营总监 / 199
 - 4.5.2 渠道专员 / 201
 - 4.5.3 策划专员 / 202
 - 4.5.4 技术专员 / 203
 - 4.5.5 编辑人员 / 203
 - 4.5.6 美工设计 / 204
 - 4.5.7 客服人员 / 205
 - 4.5.8 物流人员 / 206
- 4.6 团队管理的方法 / 206**
 - 4.6.1 管理的要点 / 206
 - 4.6.2 管理的技巧 / 208
 - 4.6.3 制约的平衡 / 209
 - 4.6.4 信心的提高 / 211
 - 4.6.5 精英的管理 / 212
 - 4.6.6 抵制违规行为 / 213
 - 4.6.7 缓解成员冲突 / 215
- 4.7 如何进行团队规划 / 216**
 - 4.7.1 扩大团队的原则 / 216
 - 4.7.2 勇于变革与创新 / 217
 - 4.7.3 强化团队执行力 / 220
 - 4.7.4 集权与授权 / 222

Part

5

雷区规避，微信营销的注意事项

- 5.1 不可不知的营销准则 / 224
- 5.2 营销雷区提高警惕 / 226
- 5.3 谨防广告带来的弊端 / 227
- 5.4 前景发展早预测 / 228



基础 认知

那些年你不
知道的微信

Part

1

1.1

微信功能带来的商机

1.1.1

附近的人

在移动社交应用横扫全球的当下，微信以其丰富且全面的功能独领风骚。其中有一个功能让微信成为了一款极为精准的手机广告投放工具，它就是融入了 LBS（定位服务）的“附近的人”功能。当用户使用这一功能时，就能看到自己所在位置附近商家推送的详细信息。可以说，“附近的人”不仅让商家实现了准确的广告投放计划，还有效地宣传了商家自身的理念，提升了商家的影响力。不得不承认，LBS 正在逐渐渗透到人们的日常生活中去，让人们在享受便利生活的同时，将客户与商家联系在一起，为商家发掘出一大批潜在客户，拓宽了商家的营销渠道。

功能介绍

注意事项

1. 功能介绍

“附近的人”是在 2011 年 8 月 3 日由微信正式推出的一项社交功能，此功能是在 LBS 的基础上打造的。用户使用此功能时，可以在自己所在的地

理范围之内搜到同样开启此功能的人。

“附近的人”功能位于“发现”选项中。一旦用户开启此功能,就会看到他人的用户名以及签名栏内的相关信息。如果营销人员把所要推销的信息输入到“签名栏”中,就能轻而易举地达到推广产品或服务的目的。另外,营销人员也可以主动向周围的用户“打招呼”,推送即时信息,促使“微友”围观。此功能就相当于一个免费的广告位,有助于商家高效且精准地投放广告。



2. 注意事项

◆打造醒目的头像、有吸引力的用户名和有价值的签名信息,第一时间吸引用户眼球。需要注意的是,“签名栏”最多只能输入30个字,所以内容亮点要突出,要能引起用户的兴趣。

◆使用微信“附近的人”做宣传会受到地理位置的限制,所以在实施之前,商家必须要考虑自身的地理位置,选准目标人群。

◆商家可以采取“人海战术”,在人群密集的不同地方留下自己的地理位置,或者开启多个小号,让更多人看到自己的信息。

“饿的神”招揽“附近的人”

“中午吃什么”已经成了让众人头痛的一件事情。如何才能帮助人们解决这个问题呢?上海一家名叫“饿的神”的快餐店就抓住了消费者的这个“痛点”,利用“附近的人”推出了一项新颖的服务——借助微信LBS功能,向“附近的人”热情地打招呼,将自己的快餐店推荐给大家,让人们了解餐厅的特色。用户看到信息后,可以亲自到店



就餐，也可以通过语音点餐，享受免费送餐的服务。

这种微信“电子传单”的宣传方式比派人到街头发纸质宣传单的效率高得多，同时也大大降低了宣传成本。它彻底打破了传统的交友方式，将宣传和交友引到一个更加广阔的领域。在此不得不说，这种超时空的宣传方式在为“饿的神”快餐店带来利润的同时，也让我们看到微信给生活带来的翻天覆地的变化。

1.1.2

扫一扫

相信微信用户对“二维码”并不陌生，它成功地打通了线上和线下营销的壁垒，进一步拓宽了 O2O (Online To Offline) 营销模式。很多商家纷纷开始制作专属的二维码，并把它印刷在宣传单、广告牌、服装等物品上，或者发送到媒体平台上，从而吸引用户扫描，促使用户到实体店消费，达到增加利润的目的。“扫一扫”除去扫描二维码的功能外，还有扫描条码、封面、街景以及翻译四种功能。用户只要简单一扫，不仅能获取相应的商品信息，还可以完成订购、支付操作，这对商家来说，势必会增加一笔可观的利润。

1. 功能介绍

◆扫描二维码 / 条码——微信用户只要将取景框对准商家的二维码 / 条码，即可获得商家会员卡或参与优惠活动，了解商家的动态，成为该商家的关注者。

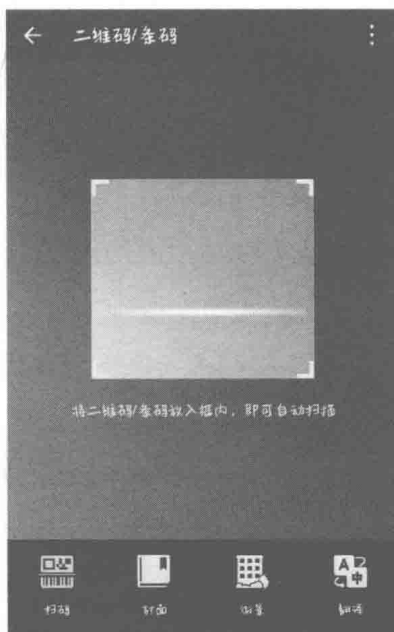
功能介绍

注意事项

◆**扫描封面**——该功能可以扫描图书、CD、海报等物品,能够帮助用户快速获得商品基本信息,并为用户提供商品链接,方便用户购买。

◆**扫描街景**——用户可以通过扫描街道、建筑物等街景获取相应的地理位置,以及娱乐、餐饮等优惠资讯,完美地实现线上线下信息的无缝对接。

◆**扫描翻译**——只要将取景框对准某个英文单词,用户即可获得相应的翻译结果。不过该功能目前只支持英译中。



2. 注意事项

◆商家在使用 O2O 营销模式时,需要精心策划优惠、打折、促销、会员卡等吸引客户关注的活动,并加入支付功能,实现 O2O 闭环营销。

◆商家可以借助各种物品来宣传自己的二维码,如报刊、宣传单、服装、媒体平台、生活用品等,增加创意宣传效果。

北京朝阳大悦城

从北京朝阳区集现代化与时尚感为一体的大型购物中心——大悦城中,读者可看到微信 O2O 营销模式的潜力,大悦城利用此模式做了一次成功的营销。

2012 年 6 月,朝阳大悦城牵手腾讯微生活,开创了微生活会员账号。紧接着,在 2012 年 7 月 1 日,朝阳大悦城举办“开通微生活会员卡”有奖参与活动。活动期间,用户只要用手机扫描朝阳大悦城的二维码,就能获得免费微生活会员卡,即便用户没有实体会员卡,也能享受到优惠和折扣特权。此次活动不仅得到了星巴克、西堤牛排、将太无二、蜜桃餐厅等商家支持,还获得了玛花纤体、贝黎诗等品牌的支持。