



实战的运营模式，权威的案例分析

新媒体 引流

移动社交微电商实战秘籍

高光泽◎著

移动社交微电商全流程解析，
新手小白90天强势逆袭

超经典的实战案例，超全面的流程分解

微电商达人必备实战工具书

理论、方法、案例、技巧一本通

解决流量获取与运营的疑点、难点、痛点

3重垂直定位
4大引流策略
100种实操案例

拉新、留存、促活、复购，
电商只需这四步



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>

新媒体 引流

移动社交微电商实战秘籍



高光泽◎著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

微商正处于高速发展的阶段，人群基数超过数百万人，而对于如何获取流量，大部分人却很少系统地学习过。目前市场上的相关图书，理论性的内容太多，实用性的内容太少。本书基于实际操作方法及授课经验，通过系统性的理论及方法进行知识学习，从而实现轻松营销的目的。

本书内容全面，百度、腾讯、阿里巴巴平台均有涉及。例如，关于腾讯平台，讲述了公众号、微信、QQ群、QQ空间、QQ好友等引流方法，步骤详细，具有很强的可操作性。

本书在介绍方法、案例前，先从策略布局着手。只有先布局，然后再进行实施，最终的收获才更大，风险也更低。

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

新媒体引流：移动社交微商实战秘籍 / 高光泽著. — 北京：电子工业出版社，2017.7
ISBN 978-7-121-32005-7

I. ①新… II. ①高… III. ①电子商务—网络营销—基本知识 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第139732号

策划编辑：张彦红 董 雪

责任编辑：石 倩

印 刷：北京季蜂印刷有限公司

装 订：北京季蜂印刷有限公司

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：787×1092 1/16

印张：14.75

字数：216千字

版 次：2017年7月第1版

印 次：2017年7月第1次印刷

定 价：59.00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, 88258888。

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。

本书咨询联系方式：010-51260888-819，faq@phei.com.cn。

推荐序

欣闻光泽兄的大作《新媒体引流：移动社交微电商实战秘籍》即将出版付梓，并有幸能先睹为快，颇感荣幸。

众所周知，目前，中国的电子商务已经到了高速发展期。就在不久前，阿里巴巴集团董事局主席马云先生曾公开宣称“电商将消失”的观点。作为全球领先的“电商企业”，为什么不再提“电商”了呢？这值得我们每一位电商从业者深思并深究。

1999年，中国电子商务初具雏形、初露锋芒；2012年，中国移动互联网时代正式开启；2017年，已进入“社交电商”蓬勃发展的时代。

从论坛、BBS、社区到博客、微博、微信，几乎每一个时代，都会给嗅觉灵敏的电商从业者带来一次次商业市场掘金的机会。

论坛营销、社区营销、微博营销、微信营销、网红营销、事件营销……

这些层出不穷的营销模式及营销工具，无一例外地证明，“新媒体”“移动电商”“社交网络”的营销方式已经逐渐替代“重资产、重模式、重运营”的传统互联网营销方式，逐渐进入了“新颖、创意、融合”的电商营销新业态。

不管哪一种营销方式，都离不开流量。

有了流量，就有了曝光度、知名度、准客户的前期积累、老客户的数据统计及分析平台。掌握了流量，也就掌握了客户的来源和企业经营、营销、宣传、推广，以及客服的“命脉”。所以本书的核心是“引流”。

读完这本书中所讲到的一些观点和案例，确实深有感触。本书实战可用、创意新颖，非常适合新媒体电商从业者阅读学习。

在知识的海洋中，愿我们都是潜心修行的耕耘者。

最后，再次祝贺光泽兄大作出版。愿每一位读者均有所收获，祝本书大卖。是为序。

电商老兵：赵亮亮

2017年6月13日

自序

“流量”是一切商业的入口，一切商业的竞争都从“流量”开始。由此可见，“流量”对于商业的价值不容忽视。

笔者全面分析了微电商的整体环境、未来趋势。期望通过本书能够帮助更多的传统企业和新型企业找到流量的入口，并因此打开一个新的商业帝国。

本书源于实战、回归实战，用最直接、最有效的方式帮助你获得流量，抓住商业入口。书中对新媒体逐一做了分析和讲解，直播平台作为最新的商业流量入口，其最直接的社交特性代表着未来的流量趋势，人人直播的时代必将到来。

本书全面分析了以BAT为核心的互联网平台，其中，社交平台成为新商业的重要入口。

拥抱移动互联网，成为传统企业转型和新型企业创业的刚需。借此希望通过本书给予创业者更多的借鉴。

高光泽

2017年6月13日

前 言

移动互联网时代的到来，加速了互联网由 PC 端向移动端的转化，也迎来了一片大好形势。微电商借着移动端的东风，一路狂奔。本书以移动社交为主题，全面分析了当下微电商运营者面临的机遇和挑战，同时，本书以实战经验传授微电商运营者如何利用直播、App、线下自媒体等新媒体引流，以及如何在腾讯、百度、阿里巴巴、新浪等互联网公司搭建的移动社交平台上进行全方位、立体化的引流布局。另外，本书还传授大家如何利用传统媒体和线下媒体迅速打通线上线下的引流闭环。

如何在“直播元年”利用主播“吸粉”？如何在生活休闲类 App 上引流？如何选择沙龙场地进行线下引流？如何运营微信公众号？微信群里该说什么？QQ 群里怎么“捞鱼”？怎么装扮 QQ 空间？对于以上问题，你都能在书中找到答案。

2016 年，VR（虚拟现实）、直播等新媒体带动整个移动微电商圈走进“直播元年”。斗鱼 TV 作为国内的直播分享网站之一，其主播和粉丝数量都占有绝对优势。第三方数据显示，“2016 年，斗鱼 TV 的日活跃用户达 1200 万人，月活跃用户为 1.3 亿~1.5 亿人”。另外，微信作为社交 App“神器”，其日活跃用户达 5.7 亿人，而且以年轻人居多，覆盖了中国 90% 以上的智能手机用户。用户每天使用微信进行通话的总时长超 2.8 亿分钟，成为名副其实的“通话神器”。

从上面的数据可以看出，在微电商时代，利用好各种新媒体引流工具，能帮助大家迅速“吸粉”，快速提高成交率。其中，直播的突出特点是流量精准、成交速度快，比如，美宝莲在直播 Angelababy 担任美宝莲纽约品牌代言人的现场活动时，在两个小时内，有 500 万人观看，卖出其新产品“唇露”10000 支，实际销售额达到 142 万元。

QQ 引流的巨大优势是见效快、成本低、渗透度高，有人仅靠 QQ 空间里

的一篇日志就引流达 10000 人以上；微信引流的突出特点是用户覆盖率高、用户数绝对值高，微商运营者可以合理利用这些资源，通过上传原创文章、自制视频等方式引流；百度推广引流的特点是渠道分明、互融互通，百度贴吧、百度知道、百度百科和百度竞价都可以成为微商运营者的引流平台，通过交叉使用以上平台来打造立体化的百度引流城堡。

其中，在贴吧、论坛中发帖要以质量为第一要求，因为没有人喜欢看“灌水帖”，而“心灵鸡汤帖”也已经不适合快节奏的电商时代。百度百科、百度知道以实用科学的态度，用分享的模式构造了一个全新的知识世界。总之，微商运营者只有掌握规则才能利用规则，在百度的地盘里更是如此。

当然，淘宝店主同样可以运用此书中介绍的实用案例为自己的店铺进行推广引流。阿里巴巴以淘宝、阿里旺旺和支付宝等平台为分支，构成了强有力的电商网络体系。以淘宝为例，淘宝店铺、第三方免费活动以及阿里旺旺都成为淘宝分支的重要结点。“双十一”活动凭借其引爆电商圈、惊动互联网的震撼力成为商家引流的绝对良机。

相比 BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）的盘根错节，新浪微博（以下都简称微博）以其实用、轻便、有机互动的特点成为电商引流重地。发微博、添加微博群都是电商推广的好办法。除了前面介绍的线上引流方式，传统媒体广告、线下媒介也是微商运营者们可以考虑的推广方式。

微商已经迎来了引流推广的最好时代，马云说：“梦想还是要有的，万一实现了呢”，每一位微商运营者的心里都有一个创业梦想，在通往成功的路上布满荆棘，唯有坚持不懈才能披荆斩棘、收获成功。如今，微商的最好时代已经到来，你还在犹豫什么？

本书内容及体系架构

第 1 章讲述当下微商迎来的机遇，以及微商运营者必须要有的时代感和危机意识。本章主要从两个方面来介绍：一是时代趋势，大数据分析结果显示，中国移动端用户的增长率超过 35%，未来，移动端用户必将成为电商引流的主力军；二是自我革新，人的思想是随着社会环境的变化而变化的，唯

有顺应潮流、自我革新的人才能取得成功。

第2章以直播、App和线下自媒体作为据点，教读者如何在直播间、App、社群活动中轻松引流。2016年是“直播元年”，无数主播在直播平台收获了自己的第一桶金。微电商运营者绝对没有理由不加入这场直播狂欢。在狂欢的同时，利用App与网友互动就是引流的途径。当下各种类型的App让人目不暇接，如社交、商务、资讯、音频、视频、互动、生活休闲、健康医疗等，微电商运营者需要全面覆盖，另外，也不要错过各种线下推广活动。

第3章到第6章分别介绍了腾讯、百度、阿里巴巴、新浪平台，这4个平台吸引了无数微电商运营者入驻，第3章到第6章对这些平台旗下的各种社交软件的引流方法进行了一一讲解。笔者相信，所有的微电商运营者都得用这些工具进行引流。

本书的3大特色

1. 浅显易懂，实用性强

本书是为众多微电商运营者量身打造的实战攻略秘籍，其中没有晦涩难懂的深奥理论，也没有毫无逻辑的长篇大论。本书是一本浅显易懂的实操性教程，为微电商运营者，尤其是电商新手，带来一场全新的盛宴。

2. 内容全面，详略得当

从战略布局到战术攻守，从外部环境到内部升级，本书涵盖了微电商运营的全部框架性内容，并且详细叙述重要细节，省略烦琐多余的内容，力求为读者呈现条理清晰、层次分明的电商运营图谱。

3. 图文并茂，生动有趣

本书用大量的图片阐释文字内容，书中的官方网站数据、技巧要点和注意事项均使用图片进行归纳总结，生动有趣。

读者服务

轻松注册成为博文视点社区用户（www.broadview.com.cn），扫码直达本书页面。

- 提交勘误：您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- 交流互动：在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/32005>



目 录

| | |
|---|----|
| 第 1 章 微商时代趋势，不可阻挡..... | 1 |
| 1.1 大数据告诉你，移动社交微商将成为主流..... | 2 |
| 1.1.1 QQ、微信实时登录地图画像..... | 2 |
| 1.1.2 移动端强势崛起，PC 端慢慢没落..... | 4 |
| 1.1.3 估值数亿元的罗辑思维是如何在微博中卖书的..... | 7 |
| 1.1.4 手机 App 成为大量微商运营者的新宠..... | 10 |
| 1.2 为什么你挣钱越来越难..... | 11 |
| 1.2.1 你有时代感吗..... | 11 |
| 1.2.2 为何微商造就不了比尔·盖茨..... | 14 |
| 1.2.3 顺势而为..... | 15 |
| 1.2.4 网红做微商月赚上百万元..... | 17 |
| 第 2 章 新媒体：直播、App、线下自媒体引流..... | 20 |
| 2.1 直播元年，直播引流方法..... | 21 |
| 2.1.1 剖析 6 大直播平台：斗鱼、花椒、龙珠、战旗、虎牙、映客..... | 21 |
| 2.1.2 怎样装扮直播间才有吸引力..... | 25 |
| 2.1.3 什么样的个人标签才适合自己..... | 26 |
| 2.1.4 将直播间的流量引入 QQ 群的方法..... | 27 |
| 2.1.5 如何将直播间的流量引入微信..... | 28 |
| 2.1.6 在视频直播中植入微信号的 6 种方法..... | 29 |
| 2.1.7 女主播利用 40 分钟“吸粉” 3100 名的技巧..... | 31 |
| 2.2 App 引流方法..... | 34 |
| 2.2.1 社交类 App 引流方法..... | 34 |
| 2.2.2 商务类 App 引流方法..... | 37 |
| 2.2.3 资讯类 App 引流方法..... | 40 |
| 2.2.4 音频类 App 引流方法..... | 40 |

| | | |
|---|----------------------------|-----------|
| 2.2.5 | 视频类 App 引流方法 | 42 |
| 2.2.6 | 互动类 App 引流方法 | 44 |
| 2.2.7 | 生活休闲类 App 引流方法 | 47 |
| 2.2.8 | 健康医疗类 App 引流方法 | 48 |
| 2.2.9 | App 内部引流的 9 大方法 | 49 |
| 2.3 | 线下自媒体社群引流方法 | 52 |
| 2.3.1 | 沙龙场地的选择 | 52 |
| 2.3.2 | 沙龙嘉宾与沙龙成员的选择 | 53 |
| 2.3.3 | 应该如何选择赞助方 | 55 |
| 2.3.4 | 设计沙龙活动引流环节 | 56 |
| 2.3.5 | 一场小小的社群活动，收入百万元 | 58 |
| 第 3 章 腾讯：微信公众号、QQ 公众号、QQ 群、QQ 空间引流 | | 61 |
| 3.1 | 微信公众号 | 62 |
| 3.1.1 | 以“吸粉+内容”为核心的自媒体 | 62 |
| 3.1.2 | 以“吸粉+卖货”为核心的“卖货”模式 | 63 |
| 3.1.3 | 以宣传为核心的品牌模式 | 63 |
| 3.1.4 | 设置好公众号名称，让流量自动找你 | 64 |
| 3.1.5 | 如何设置关键词 | 64 |
| 3.1.6 | 如何定位公众号 | 66 |
| 3.1.7 | “手机排行榜”公众号在 7 天内做到第 2 名的技巧 | 67 |
| 3.1.8 | 微信公众号命名面面观 | 70 |
| 3.1.9 | 微信公众号文章引流的方法 | 71 |
| 3.1.10 | 抓住近期热门事件 | 72 |
| 3.1.11 | 文章内容一定要“有料” | 73 |
| 3.1.12 | 配上图片给文章增添色彩 | 73 |
| 3.1.13 | 相关行业网站投稿的版权问题 | 74 |
| 3.1.14 | “60 后”大哥靠一篇软文年入 500 万元 | 74 |
| 3.1.15 | 参照微信公众号引流方法的 QQ 公众号引流 | 75 |
| 3.2 | QQ 群 | 76 |

| | | |
|--------|---------------------------|----|
| 3.2.1 | 加入别人的 QQ 群疯狂“捞鱼”的方法 | 76 |
| 3.2.2 | 如何精准、快速地加入 QQ 群 | 77 |
| 3.2.3 | 根据整理好的关键词来搜索 QQ 群 | 78 |
| 3.2.4 | 利用左侧导航栏选择 QQ 群 | 78 |
| 3.2.5 | 添加 QQ 群时, 如何填写验证信息更容易通过验证 | 79 |
| 3.2.6 | 多个 QQ 号同时添加 QQ 群, 增加入群机会 | 80 |
| 3.2.7 | 如何在 QQ 群内有技巧地进行宣传推广 | 80 |
| 3.2.8 | 加足够多的 QQ 群进行批量推广 | 81 |
| 3.2.9 | 融入 QQ 群当管理员进行渗透式推广 | 82 |
| 3.2.10 | 与 QQ 群的群友进行交流 | 82 |
| 3.2.11 | 与 QQ 群的群友进行 QQ 私聊 | 83 |
| 3.2.12 | 利用群直播间传授知识经验 | 84 |
| 3.2.13 | 群公告板块是不错的推广位置 | 85 |
| 3.2.14 | 如何使用群文件功能 | 85 |
| 3.2.15 | 如何使用群相册功能 | 85 |
| 3.2.16 | 如何通过 QQ 多人聊天引流 | 86 |
| 3.2.17 | 创建 QQ 群增加推广基础 | 86 |
| 3.2.18 | 如何巧用关键词提高 QQ 群的搜索量 | 86 |
| 3.2.19 | 设置 QQ 群成员人数与群管理员的方法 | 87 |
| 3.2.20 | 利用百度知道平台推广 QQ 群 | 88 |
| 3.2.21 | 如何使用 QQ 电话功能 | 89 |
| 3.2.22 | 与其他 QQ 群群主互换 QQ 群管理员的引流方法 | 89 |
| 3.3 | QQ 空间 | 90 |
| 3.3.1 | QQ 空间动态引流 | 90 |
| 3.3.2 | QQ 空间日志留言引流 | 90 |
| 3.3.3 | QQ 空间点赞引流 | 91 |
| 3.3.4 | 贺卡、明信片、漂流瓶引流 | 91 |
| 3.3.5 | 更新 QQ 空间状态引流 | 92 |
| 3.3.6 | 借用明星的 QQ 空间引流 | 92 |

| | | |
|--------------|---------------------------------|------------|
| 3.3.7 | 转载 QQ 日志引流..... | 92 |
| 3.3.8 | QQ 空间留言及日志点评引流..... | 92 |
| 3.3.9 | QQ 应用引流..... | 93 |
| 3.3.10 | 热门话题引流..... | 94 |
| 3.3.11 | QQ 礼物引流..... | 94 |
| 3.3.12 | QQ 空间相册引流..... | 95 |
| 3.3.13 | 怎样利用 QQ 空间引流达到 10000 人次以上..... | 96 |
| 3.4 | 微信..... | 97 |
| 3.4.1 | 15 天通过论坛增加 4700 名精准微信粉丝的方法..... | 97 |
| 3.4.2 | 用微信“附近的人”功能引流..... | 98 |
| 3.4.3 | 在 3 分钟内搞定微信陌生人..... | 99 |
| 3.4.4 | 微信朋友圈动态引流..... | 100 |
| 3.4.5 | 一个小视频引流上万人次..... | 100 |
| 3.5 | 微信群..... | 101 |
| 3.5.1 | 快速建立一个微信群的方法..... | 101 |
| 3.5.2 | 如何同时与多位微信好友互动..... | 102 |
| 3.5.3 | 如何加入别人的微信群..... | 103 |
| 3.5.4 | 通过“换群”的方法，一天添加了近百个微信群..... | 104 |
| 3.5.5 | 在别人的微信群中发布推广信息时，需要注意些什么..... | 105 |
| 3.5.6 | 加入微信群需要知道的规则..... | 105 |
| 3.5.7 | 如何发布自己的微信群公告..... | 105 |
| 3.5.8 | 利用二维码在微信群内推广商品的技巧..... | 106 |
| 第 4 章 | 百度：贴吧、知道、百科、竞价引流..... | 107 |
| 4.1 | 百度贴吧..... | 108 |
| 4.1.1 | 利用百度贴吧发表新帖引流..... | 108 |
| 4.1.2 | 利用百度贴吧回复留言引流..... | 113 |
| 4.1.3 | 关于百度贴吧引流你不知道的小秘密..... | 115 |
| 4.2 | 百度知道..... | 118 |
| 4.2.1 | 巧用百度知道昵称进行引流..... | 119 |

| | | |
|--------------|---------------------------------|------------|
| 4.2.2 | 利用百度知道回答问题进行引流..... | 120 |
| 4.2.3 | 利用百度知道提问进行引流..... | 123 |
| 4.2.4 | 一个简单的百度知道答案如何吸引 400 名粉丝..... | 125 |
| 4.2.5 | 利用百度授课进行引流..... | 127 |
| 4.2.6 | 利用百度经验进行引流..... | 129 |
| 4.3 | 百度百科..... | 132 |
| 4.3.1 | 创建一个高质量词条的方法..... | 132 |
| 4.3.2 | 修改词条的方法..... | 133 |
| 4.3.3 | 如何设置高效有用的百度百科图片..... | 134 |
| 4.3.4 | 填写参考资料的技巧..... | 135 |
| 4.4 | 百度竞价..... | 137 |
| 4.4.1 | 关键词挖掘与分类的方法..... | 138 |
| 4.4.2 | 出价多少才好..... | 139 |
| 4.4.3 | 一条竞价广告如何带来数十万元的收益..... | 141 |
| 第 5 章 | 阿里巴巴：淘宝、旺旺、支付宝等平台引流..... | 142 |
| 5.1 | 淘宝店铺..... | 143 |
| 5.1.1 | 优化淘宝店铺引流的方法..... | 143 |
| 5.1.2 | 优化淘宝店铺自然排名..... | 144 |
| 5.1.3 | 淘宝店铺的装修技巧..... | 146 |
| 5.1.4 | 如何参加淘宝官方活动..... | 147 |
| 5.2 | 淘宝活动..... | 149 |
| 5.2.1 | 利用淘宝第三方免费活动引流..... | 149 |
| 5.2.2 | 利用淘宝直通车引流..... | 150 |
| 5.2.3 | 最快获得钻石展位的方法..... | 153 |
| 5.2.4 | 为什么要引入淘宝客..... | 154 |
| 5.2.5 | 淘宝论坛发帖引流..... | 156 |
| 5.2.6 | 如何利用论坛回复引流..... | 158 |
| 5.3 | 阿里旺旺..... | 160 |
| 5.3.1 | 高效添加阿里旺旺好友的方法..... | 160 |

| | | |
|------------|----------------------------|------------|
| 5.3.2 | 高效添加旺旺群及旺旺群成员的方法..... | 162 |
| 5.3.3 | 创建旺旺群..... | 162 |
| 5.3.4 | 利用阿里巴巴“诚信通”引流..... | 164 |
| 5.4 | 淘宝其他平台..... | 165 |
| 5.4.1 | 一淘网引流..... | 165 |
| 5.4.2 | 商友圈引流..... | 166 |
| 5.4.3 | 支付宝引流..... | 168 |
| 5.4.4 | 生活圈引流..... | 169 |
| 5.4.5 | 支付宝转账引流..... | 170 |
| 5.4.6 | 支付宝商家引流..... | 172 |
| 第6章 | 新浪：微博、微博群、博客引流..... | 173 |
| 6.1 | 新浪微博..... | 174 |
| 6.1.1 | 设置外链引流的3种方法..... | 174 |
| 6.1.2 | 布置微博主页的3种模式..... | 176 |
| 6.1.3 | 为什么长微博要配图..... | 179 |
| 6.1.4 | 如何对长微博进行排版..... | 180 |
| 6.2 | 微博群及其他..... | 182 |
| 6.2.1 | 如何加入微博群..... | 183 |
| 6.2.2 | 与好友互相转发微博的引流思路..... | 184 |
| 6.2.3 | 什么是有效评论..... | 186 |
| 6.2.4 | 如何设置转发抽奖活动..... | 188 |
| 6.2.5 | 利用微博私信也能高效引流..... | 190 |
| 6.3 | 博客..... | 191 |
| 6.3.1 | 设置博客名称的要点..... | 192 |
| 6.3.2 | 布置博客首页的方法..... | 194 |
| 6.3.3 | 博客标签的使用方法..... | 196 |
| 6.3.4 | 设置博客文章图片的方法..... | 198 |
| 第7章 | 传统媒体、线下媒体引流策略..... | 201 |
| 7.1 | 传统媒体..... | 202 |

| | | |
|-------|-------------------------|-----|
| 7.1.1 | 报刊广告引流方法..... | 202 |
| 7.1.2 | 电视广告引流方法..... | 203 |
| 7.1.3 | 公交车广告引流方法..... | 204 |
| 7.1.4 | 电梯广告引流方法..... | 206 |
| 7.1.5 | 户外广告引流方法..... | 207 |
| 7.2 | 线下媒体..... | 209 |
| 7.2.1 | 利用一千张街头传单引流过百人次的方法..... | 209 |
| 7.2.2 | 这样操作扫码有礼绝对不亏本..... | 211 |
| 7.2.3 | 如何通过问卷调查引流..... | 212 |
| 7.2.4 | 快递引流的方法..... | 214 |
| 7.2.5 | 如何通过线下招聘方式引流..... | 215 |
| 7.2.6 | 如何通过餐桌贴码引流..... | 216 |
| 7.2.7 | 桶装矿泉水贴码,月引流过10万人次..... | 218 |
| 7.2.8 | 如何通过汽车车贴引流..... | 219 |

第 1 章

微电商时代趋势，不可阻挡

2016年，微电商的时代已经开启，“微商+电商”的运营模式成为新的时代趋势。早在2014年，中国移动电子商务的市场规模就呈现出爆发式增长的局面。在短短一年的时间内，微商作为主力军，从几十万人发展到上百万人，创造了近1500亿元的交易额。2015年，天猫在“双十一”活动当天的交易额达912亿元，京东在“双十一”活动当天的交易额超过100亿元。随着2017年的来临，微商和电商的发展如火如荼，两者之间相辅相成、共同发展，两者走向融合已是时代的要求。如今，微电商时代已经来临，并且不可阻挡！