

MICROBOSS

文乐 / 著

微商招商 运营全案

实用技巧、销售话术
及案例分享



一本书学会组建微商团队
众多成功微商讲述他们的经历和经验

实战派微商培训专家 文乐 倾情奉献



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



微商招商 运营全案

实用技巧 销售话术
及案例分享

文乐 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目（CIP）数据

微商招商运营全案：实用技巧、销售话术及案例分享 / 文乐著.

北京：中国经济出版社，2017.5

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4649 - 9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 059748 号

责任编辑 牛慧珍

责任印制 马小宾

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京科信印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 16

字 数 198 千字

版 次 2017 年 5 月第 1 版

印 次 2017 年 5 月第 1 次

定 价 42.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题，请与本社发行中心联系调换（联系电话：010 - 68330607）

版权所有 盗版必究（举报电话：010 - 68355416 010 - 68319282）

国家版权局反盗版举报中心（举报电话：12390） 服务热线：010 - 88386794

不知不觉，智能手机已问世那么久了；

不知不觉，微信也诞生那么久了；

不知不觉，微信已从当年身处米聊、陌陌、飞信、LINE 等海内外高手环伺中突出重围，拔剑四顾心茫然，找个对手已很难；

不知不觉，微信用户已遍及全球，多达数亿，且每分每秒都在增加中……

我相信，正在翻看这本书的您也是微信用户之一。毕竟，无论是微聊、交友、学习，还是娱乐、支付，或者申请微信公众号，经营自己的自媒体，微信都以其强大的功能，深深地植入了我们的生活。

但是，如果你对微信的理解、应用仅限于此，那么说明你还不了解微信。

因为微信还有一个更重要的功能，用优歌网 CEO 凌远强的话说，就是微信为垂直电商移动化提供了契机。微信的很多功能都不单单是为了方便人们沟通那么简单，而是基于给用户创造更多的商业价值。这也正如“微信之父”张小龙所说：“我特别希望，微信



能帮助到个人，让个人能发光。一个人只要有一点点想法，就可以有100个读者。哪怕是一个盲人，只要有一技之长，比如按摩，也能通过微信找到他的100个顾客而生存下去。那么这个盲人，也可以有自己的品牌、自己的粉丝群、自己的客户。”

有人说，你说了半天，不就是说微商吗？

没错。

无论您目前怎样看待微商，也无论您以后是不是做微商，无可否认，微商恰如微信的嫁妆，从你选择微信的那一刻，它便会如影随形地跟随你。你可以对它恼怒，也可以享受它带给你的方便，同时还可以选择自己也成为一名微商。往小里说，你可以在自用产品的同时赚点零花钱；往大里讲，你可以把它当成一份事业经营。关于它的优势，相信大家也早有所耳闻。

毫不夸张地说，微商是我们追赶财富浪潮的最后契机。这并不是单纯地自卖自夸，而是建立在中国的国情及时代特色之上的。这些年来，突飞猛进的中国经济每上一个台阶，就会造就一大批先富起来的人。除了少数人拥有极高的天分与专业知识，大多数人只不过是在迷茫中迈出了勇敢的一步，恰到好处地站在了风口浪尖上，顺应了时代的发展。

在股市方兴未艾之际，炒股都能赚钱；在房市刚刚兴起之时，买房都能赚钱……但由于各种各样的原因，我们错过了，而机会一去不复返。不过谁也不能否认，随着以微信为主体的各种微平台的出现，我们的生活方式也在不知不觉中发生了巨大变化，中国正悄然步入“微时代”。

巨大的变化中必有巨大的商机。这种巨大的商机不是隐含其中，而是已经为众多成功的微商所证明了的。当然，成功的微商人人相



似，不成功的微商个个不同。为什么同样是人，同样是做微商，起点也差不多，卖的产品也没有什么本质上的区别，他就能成功，我就不能成功？这一定是很多人想不通的问题。

答案就在这本书里。

你是不是已代理了某款产品，也通过现有渠道获取了一些资源，却不知道如何变现，只能眼睁睁地看着每天都有一批新人关注，都有一批老朋友退出，而为此伤透了脑筋？

你是不是已经建立起了自己的小团队，却还停留在空架子的基础上，一不会管理，二不会推广，三没有粉丝，四没有转化成客户和销售？

在《微商招商运营全案——实用技巧、销售话术及案例分享》中，我会立足于自身经验，立足于实践，为大家系统讲解关于微商的诸多层面，从心态到行动，从微信到QQ，从打粉到地推，从二维码到朋友圈，从公众号运营到销售话术……最重要的一点，我们这本书以团队打造为核心，为什么？因为不以团队打造为核心，不立足于招商，永远做不大，永远做不强。只有立足团队作战而不是单打独斗，你的力量才不会微薄，成功才能以最快的速度跑到你面前。

关于微营销，关于微商，多久都说不完，一来因为我多年来始终在从事微营销培训管理工作，身上的、手边的案例数不胜数；二来微商行业正在突飞猛进地发展，一天一个变化，有说不完的话题，讲不完的传奇。在从事微商品牌运营管理工作当中，我不可避免地要对自己的培训师及所有层级代理进行培训，此外我还经常给一些外部微商团队进行培训，但这种传播方式终究是有限的，也往往是碎片化的。毋庸讳言，对于我来讲，写这么一本书，仅从经济的角度看是绝对不划算的。但如果仅仅考虑经济因素，就成就不了更多



的成功微商。一个人成功不是成功，“独乐乐不如众乐乐”，抱着分享的态度，抱着探讨的态度，我把以往的培训资料加以整理，并进行了必要的扩充与深挖，从而有了这本书的问世。

多余的话就不必说了。这本书绝对是我自己多年培训管理总结的良心之作，我在这里期待大家读完本书后，给它打出一个良心分。

文 乐

2016 年 12 月 29 日



第一章 不做微商，就做“危商” / 001

1. 要么电子商务，要么无商可务 / 003
 2. 微时代，要做就做微商 / 006
 3. 做微商，有前景，更有钱景 / 009
 4. 做微商不容错过的 N 个理由 / 011
 5. 做微商不是在朋友圈卖东西那么简单 / 014
- ◆微商分享课堂——一无所有便是拼的理由 / 018

第二章 微商创业，成功就是这么简单 / 021

1. 做微商，你没必要“低调”！ / 023
 2. 成功微商的必备心态 / 027
 3. 做大咖，要有强大的态度 / 031
 4. 微商运营，从昵称、头像、个性签名和朋友圈封面做起 / 036
 5. 做微商同样需要“匠人精神” / 041
 6. 定位：自我定位，产品定位，受众定位 / 045
- ◆微商分享课堂——熬过来了，一切就都变得美好了 / 049



第三章 万能的朋友圈，魔幻的财富圈 / 053

1. “朋友圈四有”：有利、有用、有益、有趣 / 055
 2. 硬广告不如软广告，软广告不如与客户互动 / 058
 3. 九阳神功：生意是“晒”出来的！ / 063
 4. 六脉神剑：环环相扣，剑剑封喉！ / 069
 5. 如何开发朋友圈的陌生客户 / 073
 6. 会聊天，你就赢了！ / 077
- ◆微商分享课堂——梦想无国界，爱拼才会赢 / 081

第四章 粉丝经济学，涨粉全攻略 / 085

1. 要粉，但不要僵尸粉 / 087
 2. 先和粉丝交朋友 / 090
 3. 左手微信，右手 QQ / 094
 4. 在别人的圈里营销自己 / 097
 5. 微信引流十八式 / 102
 6. 异业联盟，走向共赢 / 110
 7. 地推：宅在家里做不好微商 / 113
- ◆微商分享课堂——我也没想到这么快就做起来了 / 119

第五章 玩转自媒体，做自己的微品牌 / 123

1. 个人微信公众号的巨大价值 / 125
2. 微文章，让标题先飞一会儿 / 128
3. 内容为王，原创为皇 / 132
4. 微信运营五大注意事项 / 136
5. 微博营销的4I原则 / 140



6. 疯狂转发的秘密 / 143

7. 二维码的运用及制作 / 148

◆微商分享课堂——年轻人就该活出年轻人的样子 / 152

第六章 销售为王，成交才是硬道理 / 155

1. 微商小白第一课：“杀熟” / 157

2. 想做赢家，先做专家 / 162

3. FAB 销售法则与运用技巧 / 166

4. 让沟通变得顺畅，让销售不再艰难 / 171

5. 善用人性的力量 / 175

6. 售后比售前更重要 / 179

◆微商分享课堂——何去何从，愿你能有自己的答案 / 183

第七章 团队裂变，打造微商帝国 / 185

1. 团队裂变的秘密 / 187

2. 代理是吸引来的，不是招来的 / 190

3. 团队发展的四个阶段 / 194

4. 团队管理三要素：目标、制度与情感 / 198

5. 建好群，管好群 / 201

6. 将培训进行到底 / 206

◆微商分享课堂——没关系，坚韧正是我的优点 / 210

第八章 招商，让你的力量不再微薄 / 213

1. 你和你的代理都需要招商 / 215

2. 寻找对的人，挖掘对的心 / 220



- 3. 意向代理咨询销售实战 / 225
- 4. 裂变是思维，招商是技术 / 230
- 5. 共赢，才能长久合作 / 234
- 6. 如何增强队员的信心 / 238
- ◆ 微商分享课堂——一天赚五毛钱，我就坚持下去 / 242





第一章

不做微商，就做“危商”

1. 要么电子商务，要么无商可务

让我们从“互联网+”这个概念谈起。

对于“互联网+”，应该没有人会陌生，不过很多人都会有所疑虑：互联网不是早就有了吗？“互联网+”也不是什么新鲜事儿，马云很早就开始搞网上销售了，这个地球人都知道，现在老话重提，有意思吗？

其实，彼时的互联网与今天的互联网，绝不可同日而语。当时的互联网，主要是针对PC端，也就是台式电脑而言；现在，则是移动互联网，也就是智能手机时代了。

在智能手机时代，手机绝不仅仅是通信工具。

早在2012年，在移动开发者大会上，腾讯掌门人马化腾就传递出了这样的消息：“腾讯正在将开放战略推向移动互联网。”而今，腾讯推出的移动互联网应用软件——微信，早已人尽皆知，可以毫不夸张地说，它也是互联网应用史上最为成功的产品，没有之一。

微信的成功，源于它是一个功能强大的开放平台，更在于它是一个可以为用户提供改变自身命运机会的平台。



比尔·盖茨早就说过：“21世纪，要么电子商务，要么无商可务。”阿里巴巴创始人马云也早就讲过：“现在你不做电子商务，5年之后你必定会后悔。”就事论事，二人的话有些绝对，理智来看，无论网络营销如何发展，在可以预见的未来，它都不可能完全取代传统的线下销售。但是，他们的话也在很大程度上反映出未来的趋势。或者说，这种趋势早就深刻地反映与体现在了我们的现实生活中。事实证明，这是一种伟大的预见，是经得起检验的先知先觉。

哲人说，世上只有三种人：先知先觉者、后知后觉者、不知不觉者。网络时代的文化牛人们根据这三句话衍生、总结出了很多小故事大道理，虽有些泛滥，但不失为至理名言，这里不妨摘录几句：

先知先觉是智者，后知后觉是愚者，不知不觉是弱者。

先知先觉经营者，后知后觉跟随者，不知不觉消费者。

先知先觉改变一生，后知后觉遗憾一生，不知不觉荒废一生。

先知先觉者创造机会，后知后觉者抓住机会，不知不觉者失去机会。

先知先觉者吃肉，后知后觉者啃骨头，不知不觉者喝西北风。

先知先觉先赚钱，后知后觉后赚钱，不知不觉不赚钱。

马云讲过一个真实的案例：

当年我刚搞出淘宝时，我告诉一位做皮具的老板说：“把你的生意放到网上来做吧。”他说：“我先看看。”过了三四年，我再次告诉他同样的话。他说：“有时间再说吧。”又过了两年，他自己来找我说：“我的生意都让网上那些小孩儿抢走了。”我还能说什么呢？我用两只手握住他的手说：“一只手是机会，一只手是方法，机会是网络，方法是网络营销。”



现在，马云都吵着闹着要退休了，身价也是中国福布斯第二了，再也不是当年的“骗子马云”“疯子马云”了。但是他说：“我开始害怕微信了。”

当然，我们不能简单解读马云所说的“怕”字。我更愿意把它解读为一种危机感，一种战战兢兢、如履薄冰的企业家必备的危机心态。微信早就从淘宝的大蛋糕中切下了大大的一块，这是不争的事实。至于以后怎么切，马云或者腾讯其他的竞争对手会有哪些后续动作，我们拭目以待，现阶段的当务之急，就是充分利用以微信为主的微平台，做一个紧跟先知先觉者的人，做一个成功的微商。



2. 微时代，要做就做微商

“我们做微商不仅仅是为了赚钱，还是一种生活方式！”——很多朋友可能都听说过这句话，或者我们自己就说过这句话。

在这里我想说的是：少说些虚头巴脑的话，多说些大实话！做微商不是搞文学创作，不能太浪漫主义。我们都是活生生的人，在这个不可以男耕女织、自给自足的现代社会中，都首先是个消费者。不赚钱，拿什么消费？无论什么样的生活方式，不以赚钱为前提，时间长了都会让人退避三舍。当然，我也不否认做微商确实是一种生活方式，但还是那句话：要以赚钱为前提。

我认为，人们之所以会说也爱说“做微商是一种生活方式”之类的话，是受我们这个民族长期以来都存在着并且现在依然存在着的以赚钱为耻、以炫富为耻的文化基因影响使然。诸如“君子喻于义，小人喻于利”“富贵于我如浮云”之类的先哲名言，大家从小就背，从小便铭记于心。直到近些年，人们才对金钱与财富有了相对正确的认知，即只要赚得合情合理合法，合乎道德，那么就算赚再多，也完全不必不好意思。当然，有些人比较异类，骨子里就是赤裸裸的拜金主义，但问题

