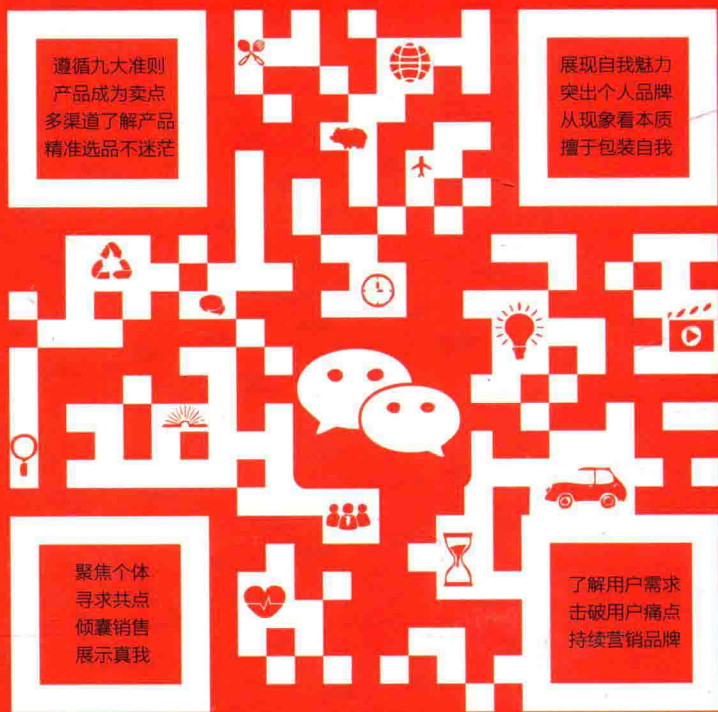




微商干货

选品 · 吸粉 · 运营 · 成交

郭军军◎著



从0开始详述微商成交过程，直击痛点，解决交易恐惧
精细化微商运营必备思维总结，完全干货经验分享
六种成交秘密武器，真实全方位解析微商营销推广



中国工信出版集团



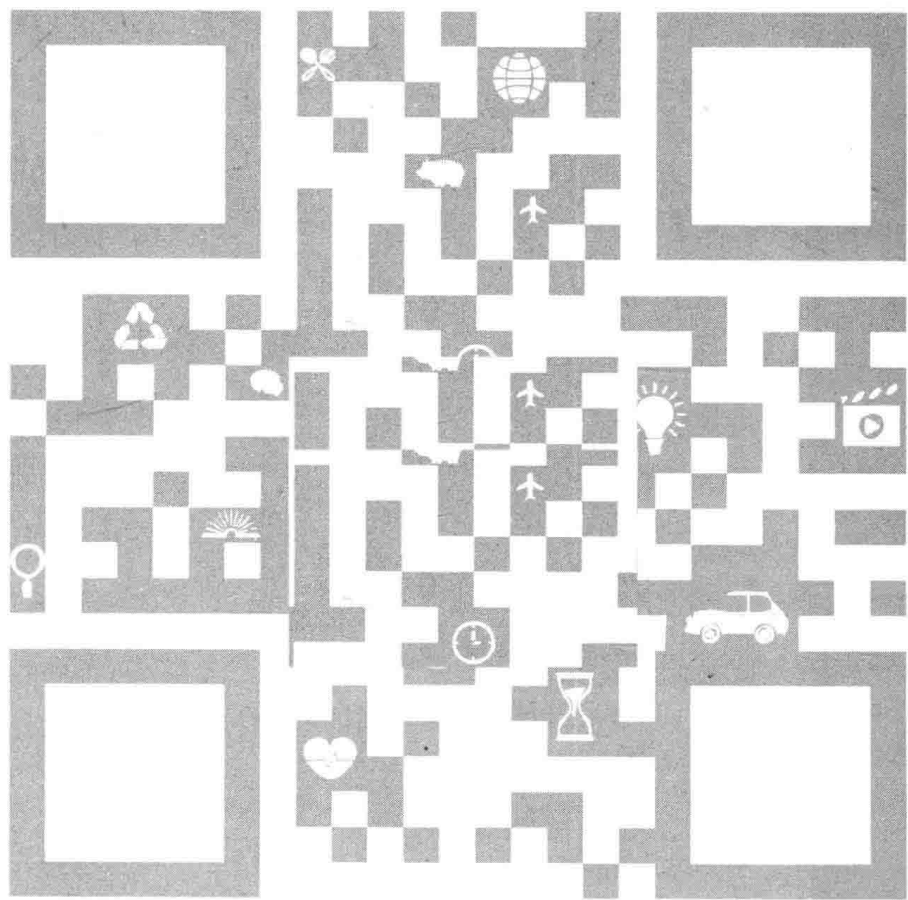
电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
http://www.phei.com.cn



微商干货

选品 · 吸粉 · 运营 · 成交

郭军军◎著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

微商可以让很多人清楚地见证更好的自己。本书旨在让想做微商的人能够看清微商的门道，走出自己的微商之路。

全书分为8章，第1章让我们见证微商如何开始做，它具有哪些模式，能够清楚地了解什么是微商；第2~第6章展示了微商在起步阶段的准备工作，从微商的账号、拓展朋友圈、微商团队的组建、人性情感以及微商推广思维等几个方面对微商进行全面而精细的流程剖析；第7章介绍了微商在社群中的魅力，通过社群化运营拓展更直接、更高效的运作维度；第8章从用户的角度阐述了微商成交的秘密，结合团队魅力，塑造成行业领袖。

本书是一本微商运营全流程的指导书，适合所有想做微商、正在做微商和那些准备全渠道运营的电商从业人员，对于传统电商转型微商也具有极大的启示作用。

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

微商干货：选品、吸粉、运营、成交 / 郭军军著. —北京：电子工业出版社，2017.7
ISBN 978-7-121-31040-9

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

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第044601号

责任编辑：郝黎明

印 刷：三河市兴达印务有限公司

装 订：三河市兴达印务有限公司

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：720×1 000 1/16 印张：13 字数：249.6千字

版 次：2017年7月第1版

印 次：2017年7月第1次印刷

定 价：38.00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）57565890，meidipub@phei.com.cn。

前言

目前，微商正逐渐被大众认可，甚至有人给出定论：人人都是电商人，人人都是自媒体，人人都是微商人。为什么会有这样的一种结论呢？这是有多种原因的，简单来说就是市场空档可以被用户利用，或者发挥自我能量，创造财富、价值和满足感，促使自己的生活过得美满一些。再简单来说即微商投资少，但是可以创收，能满足自己的一点儿私欲。

从我们最先认识微商的时候，多数人在思维认知中，微商就是一个人、一个微信，或代理或自己找个产品就可以操作。不需要去想团队，不需要想传播，不需要创意，不需要体验。只要在朋友圈发个图片，写上价格，想当然身边的朋友就会来购买。而且随时随地都可以利用自己的碎片化时间创造点儿收益，赚点儿外快，甚至是贴补家用。这种想成为微商的人，多数是在微信上或者对互联网稍微看了一点儿文案或者是成功学看得比较多。在微信营销的理解上，还仅仅是如何注册账号，如何复制粘贴朋友圈的文案方面。

但是不能认为微信营销就是这样，那也太简单了，不能仅仅是聊天转发。从微商的市场环境以及这几年的发展历程来看，做微商人并不仅仅是局限于做朋友圈这么简单的事情。拿朋友圈举例，稍微做得好一点的微商朋友圈每天一定是有固定格式的广告形式的，在层次更深的微商人朋友圈一定会有圈主自己个人生活态度的展现。这仅仅是展现出来的一种态度，需要自己的粉丝用户自动感知，

形成一种崇拜、向往的心态，才能有机会使自己的用户与你有互动交流。

我们从更深的层次钻研微信该如何去做销售，如何去做营销，不断地学习，不断地总结，不断地实践。你可以在这个微营销中任意地展示自己的个性，有敢作敢为的个性才能被人记住。在不断的经历中不难发现，还是有很多人在苦苦地追寻着创意，有很多人想知道如何加到更多的好友，也会很苦恼怎么才能把产品卖出去。那么我告诉大家，就是需要改变自己，思考问题要有逆向思维。例如，陌生人为什么主动加我？为什么愿意和你聊天？作为陌生人凭什么会在没有支付环境保护下购买你的产品？能感受到这种魅力，你就会兴奋，成为一个有潜力股的微商人。

做一切事情都需要动力，微商也是一样的，需要一定的精神支撑，心灵鸡汤的作用只是让你有一定的不安感，有成为一个微商从业者的愿望。但收到第一笔通过微信赚来的钱之后，你就会爱上这份职业，提供自己的价值，让大众受益，才能感受到从碎片化时间中创造收益的惊喜，动力才是创意的导火线，是财富的引路人。

成为一个成功的微商人是从从事互联网工作的小伙伴们都有的一个梦想，渴望能够自由自在地生活赚钱。从业者在参与进来之后，发现一个小小的工具只是一个转折点，真正做微商还需要认识到在社交媒体销售产品，更多的是靠口碑宣传，并不是一开始想的那么简单。只有建立了良好的口碑宣传，才能让自己在微商这条路上走得更加长久。但是还是有很多的小伙伴在开始接触微商的时候就无限制地透露出自己急切想获取的心：疯狂刷屏、朋友鄙视、好友拉黑，等等，一系列的事情做下来之后，方向越走越偏。这时候就会有人说为什么这么不好做，不要做了。多半会放弃，但是成功的微商人都是从点滴开始积累的，不是想当然就可以成功的。

现在大家都逐渐认识到做微商就是在销售自己的人格魅力，包括你的个性、

知识、人脉、圈子和资源。当我们有了一定的用户群体基础之后，销售才能变得更加简单直接。在我做电商这么久的过程中，当我遇到好的产品时，我就会在朋友圈分享，同时也可以满足好友的需求。我也创建过微信的付费群，教他们如何做微商，如何通过个人的魅力，分享出自己的价值与微友沟通，甚至可以成为个人品牌的代理。事实上现在的微商走个人品牌魅力的绝对不在少数。

所以说初级微商人在刷屏，中级微商人在做圈子，高级微商人在做品牌。经过这三个阶段，你有了圈子，有了品牌，将会通过你的个性逐渐被人关注和受到重视，让陌生人成为你的知心人。如果你具备了这种思维，那么你不能再等待了，着手成为互联网大潮中的一员，你可以马上成为一名优秀的微商人了。

本书就是和大家一起分享与探讨，在现在火爆上升的移动互联网时代，要想成为一名优秀的微商人，如何通过个人魅力建立品牌，如何引导别人成为你的口碑分享者，而不只是产品兜售获利营销的表面需求。本书结合我做电商近几年的网络营销的实战方法，将更多的思维转嫁到现有的互联网平台中，让每一个章节都能给你一个全新的认识，从而对微商有一个全新的体会。

让我们每一个人都可以成为一个光亮的媒体人，成为一位对商品、对人文社交的微商人，创造出自己的品牌，拥有自己的粉丝圈，有自己的知心客户。而不是被媒体封杀的广告商，不是被朋友嫌弃的广告屏微商，利用自己的热心帮助每一个人，不在道德边缘进行漏洞查找。让我们可以骄傲地说，我就是微商，一起来重新对微商进行定义吧！

目 录

第1章 人人都是微商人 // 1

- 1.1 微商常见的四种做法 // 2
- 1.2 微商成功的八大秘籍 // 9
- 1.3 微商的战场与入门 // 26

第2章 微商选品就是选格调 // 31

- 2.1 十大赚钱产品该如何抉择 // 32
- 2.2 选款要遵循九大准则 // 40
- 2.3 寻找产品的途径 // 54

第3章 为你的品牌添加色彩属性 // 61

- 3.1 如何快速成为粉丝中的偶像 // 62
- 3.2 微商账号五连珠 // 68

第4章 微信好友拓展渠道 // 83

- 4.1 通过QQ和通讯录加好友 // 84
- 4.2 线下如何加精准好友 // 106

第5章 微商团队的组建 // 113

- 5.1 微商如何组建团队 // 115
- 5.2 微商如何扩大团队 // 118
- 5.3 微商如何引领队员赚钱 // 122

第6章 微商推广思维 // 133

- 6.1 人性思维放大营销持续爆破 // 135
- 6.2 社交让互动成为习惯 // 140
- 6.3 客户自带成交秘密 // 146
- 6.4 微商销售技巧和话术 // 157

第7章 微商社群强化成长篇 // 163

- 7.1 有效的学习环境 // 164
- 7.2 微群病毒式营销策略 // 168

第8章 微商爆炸式强化篇 // 179

- 8.1 疯狂成交的六种秘密武器 // 180
- 8.2 众人划桨群为关键 // 188
- 8.3 造就领域领袖 // 194

第1章

人人都是微商人

2 微商干货：选品、吸粉、运营、成交

自从微商出现的那一刻开始，这个社交平台就陷入了无止境的舆论旋涡中，正反方坚持着各自的意见进行论证，充分地表述自己的观点，但是到目前为止谁都说服不了对方。在舆论的僵持过程中，微商就被抬上了头条。在这种环境中，微商的经营模式就更为重要了。微商是一个全新的操作模式，虽然目前微商环境对不能退换货，或不能及时到终端存在弊端，但不能一棍子打死，微商作为新事物才出现两年左右，目前还是一个需要扶持和规范的健康发展环境，这就是机会，必然会逐步进入主流视野中。

1.1 微商常见的四种做法

微商的概念出来以后，微商经历了太多的进化，我们见过太多的微商人一味地在刷屏销售产品，从来没有重视过人文价值的输送，所以这种销售模式是不健康的。现在的网络销售离不开个人品牌的凝聚，也少不了展现自我的释放。要做到静默转化，需要一种健康的销售模式，要达到这种境界，需要什么样的销售思维呢？我们接下来做一下具体分析。

1.1.1 杀熟

互联网现在高速发展中，每一个自然人手中经常不止一个手机，涉及多类型的交流。原先我们用拨打对方电话的方式互报平安，现在一个小小的微信就可以实现这些功能。亲人之间、朋友之间、同学之间、恋人之间都可以进行友好及时的沟通交流，随时随地都可以，特别是对于年老的父母都已经算是“赶时髦”一样的也用上微信交流了。所以这个刚开始的微信好友基本都可以达到200人左右的一个集体。

做微商入门很简单，即使我们刚开始只是仅仅刷刷朋友圈，那么我们微信好友之间的这种紧密关系会因为接触新鲜的信息而更加直截了当地进行支持和帮助，特别是自己的父母、兄弟姐妹之间，会从无私奉献的角度为我们进行宣传、推广或者朋友、同学之间形成第一批客户关系。但是必须切记的是，不能过度消费至亲熟人。

我身边有一位非常要好的朋友，是一个大三的女学生，做微商两年了，微信好友不多，但是每一个微信好友都可以算是她的知心好友，我见过她会从A—Z每月进行一次简短的小交流，关心朋友的工作生活，而且是一个一个的交流，而不只是每天群发一篇鸡汤，或者一些产品福利，原则上是和每一个人成为一个能闲扯的好友。从事微商开始，任何人都是一个小小的个体，一开始都没有人脉积累，所以好友之间一定要发展为紧密关系，有一些铁杆粉丝路才能走得长远。用小姑娘的话来说，每一个好友都是生命中的缘分，如果有了缘分不上心，那么缘分就剩下分了。每月就做这么简单的一件事情，小姑娘的微商小事业一直蒸蒸日上，好友一直在为她推荐产品。她的案例足以说明，是熟人为她做了引荐，然后靠自己的努力获得每一次的成交，并不是极度“杀熟”。

有很多的朋友会觉得，做微商太好了，轻松自在很快就能卖出产品产生收益，不用起早贪黑，即可获益。但是我们同样也知道好友圈熟人毕竟就那么多，做微商入门还可以，但是要想成交更多，开发完身边的熟人之后，就需要引入更多的种子用户。就算200人的小圈子开始起步，熟人帮忙支援，但是第一轮销售完毕之后，第二次销售就会比较困难，转化率会不断地降低，于是大家就可以想着做一个团队，拓展自己的好友圈人数。所以微商的第一个“瓶颈”就出来了，于是入门的新微商人就需要开始经历疯狂地加“泛粉丝”阶段，而且加进来之后都不是好友，还处于陌生人阶段，那么建立一个团队的想法就会蔓延开来。也就

4 微商干货：选品、吸粉、运营、成交

开始进入了第二个阶段：发展代理。

1.1.2 代理

微商代理就是拥有产品授权，可以直接从厂家拿货，或者也可以自己寻找货源。做微商代理可以发展下级代理，把货发给下家赚差价，自己也可以拿来卖。

还有一种就是不用自己囤货，没有压货压款的风险，可以由你的上家给你发货，你只需要拿图发广告，卖出产品你就赚钱了（建议最好是自己囤货做代理，自己手里都没产品，别人怎么相信你）。

目前的微商代理发展模式还是以一种分级方式为主，总代理、一级代理、二级代理、三级代理，以此类推。多数人开始做代理的时候，就是抱着试一试的态度，寻思着最坏的结果就是产品卖不出去，要么自己用，要么分给周围的亲戚朋友，就当人情往来了。好一点的结果就是通过身边的好朋友，或用过该产品且认可的好友一层一层的分级下去发展代理。很多人做代理的时候都有这种心态，这也是总代理非常愿意无限制地发展下级代理，而不担心自己的利润被瓜分的主要原因。与传统的线下销售渠道经营有些相似，让这些人成为自己的代理。对每层代理进行一定的销售价格分级。不同的级别代理拿货的价位是不一样的，级别越低，拿货价位就会越高，然后，代理们在自己的好友圈启动“杀熟”模式。但是同理这些代理们也会遇到“瓶颈”，身边的熟人逐步也会形成转化下降的结果，那么他的产品到底卖给谁去呢？

做面膜的情情跟我说：“单盒进货价50元，会以60元的价格卖给一级代理，告诉她卖给顾客的价格是298元，但需要囤货10箱。一级代理想把这些面膜全部卖出去，也不是一件容易的事情，他会发展二级代理，以80元的价格出货，自

己只需囤货7箱。在这种情况下，我的利润是最大的，而随着代理的级别一层一层推进，等到最末端的代理再想发展代理的时候，利润空间已经非常小了，他就只能做零售了。零售显然不是分分钟都能卖货的，不过好在自己手里的货也不多了，剩下的就自己留着用吧。”倩倩说：“还有很多时候，有的人想成为代理，上级代理就会要求他先购买一部分货物进行体验，这就是变相销售，只不过他自己以为自己是老板罢了。”

所以，在真正的消费者还没有出现的时候，已经有大批的货物卖出去了，这对于厂家和上级代理来说，是一件值得高兴的事情。

另外，代理们越来越多，顾客也越来越多之后，代理们就会开始比较上层分销商给的价格是否符合市场行情，比较售后服务是否完善，那么就会因为几块钱，甚至是几毛钱而离开分销商，寻找更适合他的渠道进行分销。这个时候代理就不好代理了，因为他们赚不到钱了。这也是微商团队遇到的非常棘手的一个问题，朋友之间也就不那么“友好相处”了。这也就是微商的发展的第二个头疼的事情了。

但还是有一批微商过得很滋润，产品一批又一批的出，团队越做越大，每一个代理商都对他非常信赖，热衷。因为他们在个人的品牌方面进行拓展，促使每一个成为他好友的用户都能被自己的个人品牌所影响。换句话说，既已入门，就需把自己再次进行包装，进行品牌沉淀、拓展、放大阶段。

1.1.3 拓展

微商是需要资源、需要人脉、需要渠道逻辑的一个社交销售圈，做一段时间之后微商都会知道：想要你的圈子更加具有人气，那么你就需要更多的熟人来助

6 微商干货：选品、吸粉、运营、成交

力。因为在微信购物环境中，粉丝购物的原则就是我很喜欢，你值得我信任，所以我不管你是卖我贵了，还是你代理商品是否合法，只要我看上了，你就要给我发货。那么这种信任的来源就在于个人魅力输出，这种紧密关系才能成长。

互动率的高低取决于与粉丝交流的态度，那么大家都知道，粉丝推荐过来的用户，比我们自己一个一个主动添加的会更热情。在粉丝的心中，你就是这个领域的明星自媒体人，各种正能量激励自我，创业的精力值得学习。能够形成一种莫名的斗志，加你为好友，不仅仅是选择与你产生交易，更重要的是对生活的一种向往和渴望。

Tips: 拓展不能仅仅理解为是加粉，扩展产品种类，更重要的是建立个人的交互圈，做事情要诚心诚意，认真负责，给客户的形象一定是一个健康的、正能量态度。

微商的月收入多数都可以达到5 000元以上，但是也有月入过万，甚至几十万的，为何之间会有如此大的差别呢？原因就在于是否拥有一个极具格调的个人品牌。一个微商缔造品牌，最成功的核心价值就在于用户需要的时候是不是第一个能想到的就是你。

那么如何在个人品牌魅力方面进行拓展呢？有几个小方法。

1.吸引点

微商需要通过自己的兴趣和特长挖掘自己真正能吸引别人的地方，以自己的真实实力来建立自己的品牌效应，比如你的成功来源是你的服装搭配，喜欢打扮，做自己的服装行业，对搭配有着不错的心得。在朋友圈发布的时候，给出自己的建议和搭配思维，为更多想变漂亮的小姑娘在选择服饰时提供建议。这样你很快就可以成为圈子里面的搭配达人，成为潮流和美丽的风向标。

2.内容

在朋友圈有三种形式的展现即文字、图片、视频。社交媒体发展到现在，微商都可以感觉到视频是可以刺激用户身心的，关乎声音的甜美程度。第二种是图片，直观、明白，展示清晰，让用户不陌生。最后一种才是文字，篇幅太长，看得眼花；篇幅太短，说不清楚。所以在朋友圈输出内容的时候，一定要搭配着这三种方式进行展示引导才是正道。

3.受众群体

从最开始杀熟的时候就要清晰地对好友进行标签备注，比如收入情况、从事的工作、受到的教育等都可在日常的交流中得知，这样我们就可以通过微信的群发助手以200人作为群发集体，每次都可以对用户进行精准的内容营销。

4.聚焦

做微商的不要试图把自己的产品和内容做到面面俱到，你只要把自己的产品优势放大，然后做一点儿聚焦即可，做精准人群的推广才能更加突出你的产品魅力。把大做小，把小做大。意思就是让你把产品功效或者品牌魅力缩小到一个点上，然后再把这个点放大即可。

当微商人开始这么用心地交互的时候，就会发现，你的微商事业会一步一步地稳固上升。这样我们的拓展才较为健康。微商的基础思维做完之后，就需要对微信的粉丝进行裂变加粉。圈子就和滚雪球一样，一层圈一层地进行滚动式成长。

1.1.4 加粉

微商的销售额增长最离不开的就是粉丝的增长量，学不会微信引流，微商难

8 微商干货：选品、吸粉、运营、成交

赚钱，这已经成为不争的事实，微商就必须裂变筛选精准用户成为好友。但是什么样的模式才是最快的加粉方式呢？为什么这些人会这么情愿地加你，然后再通过你的个人品牌营销成为你的顾客呢？仔细回想一下，做微商加粉最快的方式就是做分享，分享网络资料，分享创业趣事，分享成长经历，分享销售技巧，这种一堆多人的分享模式可以让你迅速地成为用户心中的明星。

世界上最昂贵的产品是免费的产品，最暴利的产品是思维模式，只有销售思想才是零成本的。在自我营销的氛围中，我们不难发现，现在的互联网中，不是你影响着别人，就是别人营销着你。

微商团队要想壮大，团队里面的成员就必然有持续学习和进步的需求，他们非常愿意看到别人的经验干货，可以跟着操作，所以每一次分享都会聚集一大群微友来关注你，产品的扩展和团队的壮大就会达到一个瞬间裂变的拓展，那么加粉的目的就可以达到。要知道，卖家也是非常爽快的买家，因为他们知道互联网购物其实非常便捷。

如果学会分享，你除了会成为客户心中的明星，还是一位专家，一位知心好友，客户会非常尊重你。如果做大量的分享，你会在微商圈子里面具备一定的名气，你就可以吸引上游分销商。当你略有成就时，就会被多数的微商团队带着征求你做分享，这样你才能有所成就，资源也会越来越广的。做互联网一定要记得聚焦，不管你有多少资源，但是一定要把握住一个点，形成一米的宽度，一千米的深度，一定要有内涵，才能被人所追逐。所以加粉要善于做分享。

微商的产品销售展示战场是在朋友圈，那么上一个顾客就是你下一个顾客的背书。你展示出来的态度和你的正能量都可以为下一个用户做铺垫，这样一来新加来的粉丝也能看到你的态度。

除了圈子内的分享干货，分享经验，我们也可以去各大论坛和网站进行资源整合。当我们的思想能够表述出来，被多数人认可的时候，还可以去人群集中的论坛里面发布我们分享的内容，或者我们的成功经验，或者做微商的经验，都可以用以点带面的形式获取到精准的粉丝用户。做微商影响别人至关重要，加粉的第一要素就是微主人一定是一个正能量的从业者，一定是一个自我销售的过程。

Tips: 粉丝是微商最重要的运营基础，拥有粉丝即可拥有微商梦，聚集粉丝最快的渠道就是用我们自己的经验去做分享，把自己的营销渠道、营销方法、营销结果展示到粉丝的面前，在加粉方面才能注入原动力。

1.2 微商成功的八大秘籍

微商创业成功的多，失败的也多，一个人、一部手机、一个圈子构成一个大舞台，让微商创业尽情地展示出聪明才智。微商创业者们勇于用行动又富有商业的头脑尝试新生的事物，虽然投入资本少，但是却要有很多的新点子，建立在熟人基础的社交平台成为他们最好的创业舞台。更直白点儿，微商就是做销售，那么销售又不仅仅是做产品销售，还可以有服务、资源、工具、配图、模特等一系列的“微生意”。微商要成功首要就是坚持，再好的梦想也需要老牛式的坚持。

1.2.1 以诚信为基础建立格调

古人云：“身不正，不足以服；言不诚，不足以动”，说的就是诚信。诚信是一个人的魅力所在，是一个民族发展壮大的动力源泉，是一个国家不断地走向繁荣富强的基石，而能够令人把自己的职业作为一生追求的秘诀更在于诚信。

目前微商在社交平台进行销售，由于没有资金担保的这个概念存在，那么