

Wechat Business Team Fission

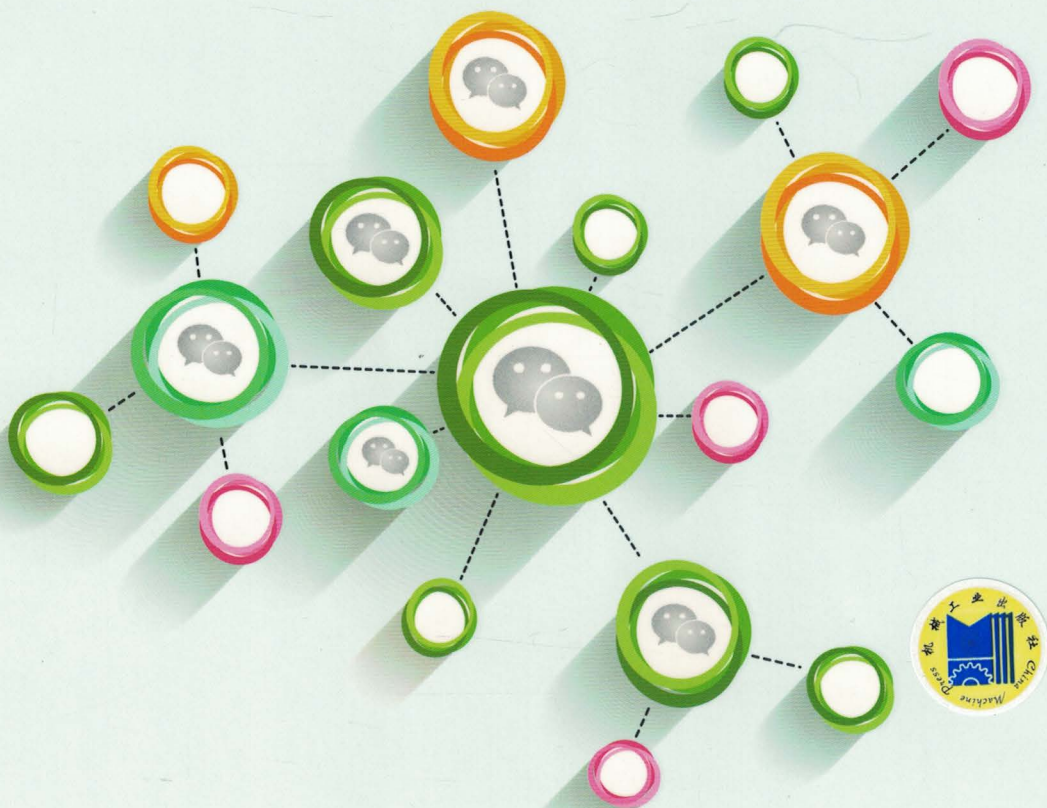
微商团队

裂变

快速打造万人微商团队

职业化微商团队管理进阶宝典

李婉卿 ○ 著



找对
微商代理

组建
核心团队

建设
万人团队

打造
培训体系

游戏化
管理团队

设置
激励机制

团队稳定
发展策略



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



李婉卿
(裂变女王)

沸点教育董事长；
沸点传奇掌门人；
流量裂变连赢模式创始人；
三分钟闪电成交系统创始人；
微商名人访谈栏目总顾问；
微商奥斯卡颁奖盛典主办者。

【个人经历】

2010年进入化妆品企业，半年时间晋升至销售总监。

2012年开始创业，一年时间做到六家分公司。

2014年转型微商。

2016年，首创股权众筹零成本开店模式，一年时间发展三十多家门店。

2016年，与勇哥、妮妮联合创立沸点教育。通过培训教育帮助了大量微商品牌和微商团队。

2017年，联合发起并主办微商实战操盘训练营，以自己的微商创业经历，总结出一套极具市场说服力的团队裂变方法，从而帮助参加培训的团队和品牌实现短时间裂变式发展！

【个人语录】

永远向有结果的人学习，因为结果不会说谎
相信就能拥有，感恩才能天长地久

微商团队裂变： 快速打造万人微商团队

李婉卿 著



机械工业出版社

刚刚从事微商事业的新代理们会发现一个问题，微商行业目前的发展已经进入瓶颈期，做起来并没有之前那么容易了。例如，他们可能看到别的微商只是在玩手机，就能轻轻松松完成裂变，收入颇丰，而自己按部就班地去做，结果却不尽如人意。

针对这种情况，本书根据微商团队裂变的各个阶段，从寻找微商人才、组建核心团队、建设万人团队、打造培训体系、游戏化管理、去中心化管理、设置奖励机制、保持稳定发展这八个方面展开论述，告诉微商从业人员通过哪些渠道可以快速增加精准“粉丝”，如何壮大自己的队伍，如何撰写精彩文案，如何让 500 人产生裂变，如何培训代理，如何对微商团队进行管理，以及如何通过专业的能力和灵活的技巧处理微商裂变过程中遇到的各种问题。

总之，本书讲述了微商团队裂变的全部过程及后续工作。微商从业人员通过本书可以进行有针对性的学习，从而提升自己的营销能力，让微商团队得到不断发展。

图书在版编目（CIP）数据

微商团队裂变：快速打造万人微商团队 / 李婉卿著. —北京：机械工业出版社，2018.7

ISBN 978-7-111-60287-3

I. ①微… II. ①李… III. ①网络营销—组织管理学
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 135624 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：丁 诚 责任编辑：丁 诚 陈 洁

责任校对：张艳霞 责任印制：常天培

北京铭成印刷有限公司印刷

2018 年 9 月第 1 版·第 2 次印刷

169mm × 239mm · 13.25 印张 · 215 千字

4001—5800 册

标准书号：ISBN 978-7-111-60287-3

定价：59.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：（010）88361066

机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：（010）68326294

机工官博：weibo.com/cmp1952

（010）88379203

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金 书 网：www.golden-book.com

前言

微商行业自出现后，发展势如破竹。微商代理也如雨后春笋般迅速发展，微商团队不断发展壮大。未来，微商的火爆程度将有增无减，但竞争也将越来越激烈，不少团队会被淘汰。确实，传统电商不断投入大量资源，抢占越来越多的消费者。与此对应的是微商行业洗牌浪潮高涨，团队管理问题全面爆发。

众所周知，目前微商还是依赖代理的流量实现产品营销，所以微商团队裂变依然是微商发展最重要的手段之一。微商团队裂变是建立在管理的基础上的，但如今微商团队裂变的最大瓶颈问题也是管理。

现在建立一个微商团队并不容易，很多微商管理者不是失败在组建团队上，就是失败在团队管理过程中，他们想要完成微商团队裂变更是寸步难行。因为微商的各个代理来自五湖四海，都有自己独立的生活，不像是普通公司员工拿了你的工资，就是你的下属，就要完成任务。而且微商的投入成本较低，行业诱惑较大，某个人今天还是你的代理，明天就有可能是竞争对手的代理。除此之外，如果统一培训效果不佳，情况恶化到团队代理无法开单，还会导致团队成员情绪低落。有时候微商团队氛围太差，各大交流群就会逐渐趋于安静，无法激起代理的积极性，这些问题都给微商团队管理带来了难度。

在内忧外患的情况下，微商管理者亟须新的管理方式来重塑代理群体，并在这个基础上完成一次又一次裂变。当然，微商管理者要想把裂变工作做得出色，不仅要有较强的沟通能力和系统的培训能力，还要有强烈的驾驭能力，积极调动微商的各项资源，对代理进行全方位、一体化的管理。

本书针对微商团队中出现的种种现象，介绍了当前微商团队的裂变难点，并详细解析了如何在裂变时通过各种渠道获取代理流量，如何明确团队的四大分工，以及团队裂变的技巧都有哪些。在组建团队的基础上，本书还涉及了如何打造一个完整的培训体系，将微商进行游戏化、去中心化管理，如何设置激励机制以激励代理。

广大的微商管理者以及其他微商从业人员，能够从本书中发现自己在团

微商团队裂变：

快速打造万人微商团队

队管理或营销产品时的不足，找到提升自己管理水平及营销能力的方法，从而让微商团队裂变更容易成功。

此外，本书除了能够帮助微商管理者提升管理水平，还提供了一些应对微商团队裂变后续工作的方法及具体的解决措施，如让微商团队稳定发展的五大策略。

总之，微商管理在裂变过程中显得越来越重要。所以，一个管理能力出众的管理者在微商行业中的前途是不可估量的，也最容易获得成功。在微商行业管理频频出错，裂变举步维艰的情况下，本书作者结合多年从事微商行业的工作经验和许多真实案例，给众多微商管理者提供了一个优质的裂变入口，以有效降低试错成本和管理风险。

本书内容及体系结构

本书首先讲述了目前微商行业管理出现的四大问题，并对问题做出详细的解析，让微商行业从业人员对目前的微商市场状况有一个准确地了解。

随后，本书从三个方面讲述了组建微商团队的具体步骤：第一，讲述了微商团队要在找对代理的基础上完成拓展裂变，为团队日后的高效打下基础。第二，介绍了如何组建了一支分工明确、各就各位的微商团队，让管理者与代理成员相得益彰。最后，传授给管理者如何把团队做大的小技巧，让裂变过程顺利进行。

在组建团队的基础上，本书从团队管理角度出发，从四个方面详细叙述了管理方法。第一部分针对代理的培训体系，从代理的心理变化和成长过程出发，让费尽口舌的说教变成引起共鸣的交流，帮代理迅速掌握微商技巧。第二部分介绍了娱乐化管理的真正魅力，并讲述游戏化管理的七大要素，让团队成员在娱乐的氛围下，不知不觉完成一些高难度的任务，还能让成员收获成就感，促使其高效工作。第三部分介绍了对陈旧制度具有挑战性的去中心化管理，这是近些年流行的有效管理模式。在去中心化管理模式下，微商代理将不断自我生长，破茧成蝶。第四部分讲述了所有行业都十分重视的激励问题，通过介绍微商行业所需的激励要素，让微商团队在管理过程中形成高效的工作氛围。

本书最后对微商行业发展做出了详细解说，指出通过将微商团队规模化、立体化、科技化，让微商团队完成质的飞跃。在这个基础上，这一部分还讲述了微商团队如何给代理进行营销支持，并为客户提供良好的后续维护。

本书特色

1. 内容全面，可以使读者掌握丰富的知识点

本书内容全面，既介绍了微商团队的管理现状，如微商群成员不活跃、轻易换代理等问题，又针对组建微商团队及管理给出了详细的流程和相关问题的具体解决方法，包括通过各种渠道获取代理流量、团队成员的具体分工及建设团队中必不可少的小技巧等。除此之外，本书还对微商行业发展提供了可行性的策略，对产品的后续维护做出了详细的讲解，使读者能够通过本书了解关于微商团队裂变方面的扩展知识。

2. 案例丰富，便于读者理解

本书在叙述的过程中，为了让读者更容易理解一些较难的理论知识点，插入了大量的案例，增强了内容的可读性。

本书大部分案例都采用实录式的形式，结合现实中的事件给读者最真实的阅读感受，切实贴合读者的实际情况，不仅使读者在阅读中更容易理解，还能让读者明白在现实中遇到相似情况如何恰当处理。

3. 布局合理，衔接到位

本书在讲解过程中引用不少经典案例，帮读者在阅读过程中展开联想，对案例进行独立思考。

本书的每一个章节都布局合理，衔接到位。读者能够充分学习到文中的知识点，并将知识点转化到现实工作中，洞察代理的心理，实现有效转化。

4. 内容详略得当，实战性强

本书在对微商管理的知识点进行描述时，详略得当。对重点知识花费了相当多的笔墨详细介绍，而对次要的知识点着墨较少。读者在阅读本书的时候，能够明确区分文章重点和非重点，有利于读者对重点内容的把握，具有较强的实战性。

本书读者对象

- 微商管理者。
- 微商其他代理。
- 淘宝、京东等电商卖家。
- 营销专业的学生。
- 对微商裂变感兴趣的人。

目 录

前言

第 1 章 代理式管理并不那么容易 / 1

1.1 代理遍全国，但无法全职式管理 / 1

1.1.1 微商代理发展现状 / 1

1.1.2 微商代理现状分析 / 2

1.2 团队内部活跃度低，微信群、QQ 群沦为死群 / 4

1.2.1 微信群、QQ 群沦为死群现象普遍 / 4

1.2.2 微信群、QQ 群沦为死群的三大“祸首” / 5

1.3 统一时间培训，但能准时听的不到四成 / 6

1.3.1 那些年，培训讲师做不到的事 / 7

1.3.2 是什么让被培训成员错失了培训机会 / 8

1.4 骨干成员换产品，挖走一半代理 / 9

1.4.1 骨干成员“跟人跑啦” / 10

1.4.2 “逃离”旧团队，还不忘带走其他人 / 10

1.5 团队成员长久未开单，消极情绪蔓延 / 11

1.5.1 成员未开单，微商团队责无旁贷 / 11

1.5.2 是什么让微商团队成员如此消极 / 12

第 2 章 组建微商团队应先找对人 / 15

2.1 设计团队建设基本架构 / 15

2.1.1 核心管理层带你“飞” / 15

2.1.2 专业微商怎么少得了专家顾问层 / 17

2.1.3 运营团队层是主要竞争力 / 18

2.2 招聘微商人才的渠道有哪些 / 19

2.2.1	通过自媒体平台加速传播 / 20
2.2.2	与名人大咖合作，流量迅速来 / 20
2.2.3	通过 QQ、微信、论坛等各大平台招聘人才 / 21
2.2.4	学会自建培训群，招聘千人不是梦 / 21
2.2.5	软文招聘，打动你的心 / 22
2.2.6	友情互推，招聘简单 / 23
2.2.7	手机 App 招聘，创意横生 / 23
2.3	盘点团队成员基本素养 / 24
2.3.1	目标清晰，效率高 / 25
2.3.2	熟悉工作技能，为客户提供优质的服务 / 26
2.3.3	沟通能力好，交流没烦恼 / 26
2.3.4	灵活性强，问题随手可解决 / 26
2.3.5	积极倾听并尊重他人，交流更显成效 / 27
2.3.6	成员之间相互依赖与协同 / 27
2.3.7	适当地进行信息共享，提高资源利用率 / 28
2.3.8	定位自我角色，进行自我管理 / 28
2.4	打造高效团队，彰显领导魅力 / 29
2.4.1	让团队绩效提升三倍的四种方法 / 29
2.4.2	塑造领导魅力，微商团队管理畅通无阻 / 32
第 3 章	组建核心团队，明确四大分工 / 35
3.1	文案：设计产品宣传，规划线下活动 / 35
3.1.1	撰写微商文案的四大要素 / 35
3.1.2	微商文案六大形式，你做到了几个 / 36
3.2	设计师：视觉呈现，便于代理复制 / 40
3.2.1	微商图片设计四大视觉手法 / 41
3.2.2	字体选择与运用 / 42
3.2.3	排版方式及故事元素 / 44
3.2.4	朋友圈配图四个角度 / 44
3.3	讲师：培训代理独立推介产品 / 45
3.3.1	想要成为优秀的讲师，话术要专业 / 45
3.3.2	优秀讲师必备小技巧 / 47

3.3.3 培训代理独立推介产品，讲师只要教九点 / 49

3.4 推广营销：多渠道获取代理流量 / 52

3.4.1 线上引流实现全方位突破，玩转微商新时代 / 53

3.4.2 线下引流潜力大，开发微商新流量 / 55

3.4.3 微商下乡：微商下个竞争主战场 / 57

第4章 万人团队建设技巧 / 58

4.1 各层代理的心态分析 / 58

4.1.1 三级代理的心态分析 / 59

4.1.2 二级代理的心态分析 / 59

4.1.3 一级代理的心态分析 / 60

4.2 如何打造 500 人群 / 62

4.2.1 准备材料——建群 / 63

4.2.2 搭建房子——群管理、维护 / 63

4.2.3 装修房子——价值输出 / 64

4.2.4 建设成功——加粉互利 / 65

4.3 打造 500 人群的必要条件 / 65

4.3.1 具备丰富的人脉资源 / 66

4.3.2 相似价值观让大家走到一起 / 66

4.3.3 大家出来聊聊 / 67

4.3.4 月入万元的共同利益不是梦 / 67

4.4 建立代理管理群、领袖核心群 / 68

4.4.1 挑选代理管理人选 / 68

4.4.2 培养代理管理能力 / 69

4.4.3 授予代理管理权力 / 70

4.4.4 分配代理管理目标 / 70

4.5 如何让 500 人群产生裂变 / 71

4.5.1 做好裂变的准备 / 71

4.5.2 产生裂变的方式 / 72

4.5.3 进行裂变的维护 / 74

4.6 如何用工具来管理多个群 / 75

4.6.1 WeTool 客服功能 / 76

4.6.2	WeTool 群发功能 / 79
4.6.3	WeTool 好友管理功能 / 81
4.6.4	WeTool 检测“僵尸粉”功能 / 83
4.6.5	WeTool 群管功能 / 84
4.6.6	WeTool 统计分析功能 / 86
4.7	如何营造并维持团队氛围 / 89
4.7.1	正确认识团队氛围的重要性 / 90
4.7.2	影响团队氛围的主要因素 / 90
4.7.3	营造并维持团队的良好氛围 / 91
第5章 打造培训体系，让代理快速入门 / 93	
5.1	培训成员了解产品质量、价格、功效 / 93
5.1.1	培训成员了解产品的质量 / 93
5.1.2	培训成员了解产品的价格 / 94
5.1.3	培训成员了解产品的功效 / 94
5.2	各阶段人员培训内容不同 / 95
5.2.1	对新成员进行初级培训，了解微商流程 / 95
5.2.2	培训旧成员的综合能力，引导“粉丝”成为代理 / 97
5.2.3	培训资深成员的领导能力，打造个人魅力 / 98
5.3	不同发展阶段选择不同的培训方式 / 100
5.3.1	培训新成员，方法要简单 / 100
5.3.2	培训旧成员，方法要有趣 / 102
5.3.3	培训资深成员，方法要专业 / 103
5.4	摆脱“填鸭式”培训 / 103
5.4.1	什么是“填鸭式”培训 / 104
5.4.2	“填鸭式”培训的危害 / 104
5.4.3	拒绝“填鸭式”培训 / 105
5.5	快速培训最有效的方法：模仿 / 107
5.5.1	模仿是入门的第一步 / 107
5.5.2	模仿别人的方法 / 108
5.5.3	微商应模仿什么内容 / 109
5.5.4	模仿以后怎么做 / 110

5.6 让成员养成学习型自我培训模式 / 110

5.6.1 快速锻造自我培训模式 / 111

5.6.2 打造自我培训体系需要做好事情 / 111

第6章 游戏化管理微商团队七要素 / 115

6.1 要素一：目标大比拼 / 115

6.1.1 游戏中的目标 / 116

6.1.2 游戏化的目标设定 / 117

6.1.3 团队成员目标大比拼 / 118

6.2 要素二：团队互动不能少 / 119

6.2.1 团队互动是进步的基础 / 120

6.2.2 产生互动要到位 / 120

6.2.3 像谈恋爱一样去互动 / 121

6.3 要素三：遇到问题及时反馈 / 122

6.3.1 大家来“找茬” / 123

6.3.2 接收反馈，我们是认真的 / 124

6.4 要素四：给成员额外的物质奖赏 / 126

6.4.1 做创新型激励的行家 / 127

6.4.2 物质奖赏是成员想要的 / 128

6.5 要素五：设立荣誉奖赏 / 130

6.5.1 以荣誉之名，创管理之新 / 130

6.5.2 以荣誉之名，寓培训于乐 / 131

6.5.3 以荣誉之名，行招聘之实 / 132

6.6 要素六：定时举办线下活动 / 133

6.6.1 举办线下活动，有趣才奏效 / 133

6.6.2 举办线下活动，归属感不能少 / 134

第7章 微商团队去中心化管理五大技巧 / 136

7.1 技巧一：团队中没有领导，只有教练 / 136

7.1.1 再见吧，“领导” / 137

7.1.2 新型管理方式：教练你好！ / 137

7.1.3 打造教练型管理，没有那么容易 / 138

7.2 技巧二：团队管理要扁平化，不能等级式 / 140

7.2.1	扁平化 VS 等级式 / 140
7.2.2	扁平化管理的正确打开方式 / 141
7.3	技巧三：团队管理要无边界，不能有界 / 143
7.3.1	有界已经出现了弊端 / 144
7.3.2	无边界挑战领导力 / 145
7.4	技巧四：团队管理要“放养”，不能“圈养” / 147
7.4.1	“放养” VS “圈养” / 147
7.4.2	打造“放养”式的狼性团队 / 150
7.5	技巧五：合理授权，管理不失控 / 151
7.5.1	管理有力：授权能让团队得到更好的发展 / 152
7.5.2	管理有方：适时授权 / 153
7.5.3	管理有度：授权而不失控 / 154
第 8 章 微商团队管理设置激励机制五大要点 / 156	
8.1	要点一：建立完善的绩效考核体系 / 156
8.1.1	团队绩效考核仍然存在问题 / 157
8.1.2	完善绩效考核体系，我们就该这么做 / 159
8.2	要点二：微商领导团队考核模板 / 161
8.3	要点三：微商成员考核模板 / 163
8.4	要点四：完善晋升体系 / 167
8.4.1	目前晋升体系弊端多多 / 168
8.4.2	微商团队晋升激励面临的挑战 / 169
8.4.3	完善晋升体系，让微商小白也有机会成为大咖 / 170
8.5	要点五：激励效果评估体系 / 173
8.5.1	结构薪酬机制 / 173
8.5.2	绩效考核机制 / 174
8.5.3	晋升发展机制 / 176
8.5.4	人才培养机制 / 176
第 9 章 微商团队稳定发展的五大策略 / 178	
9.1	规模化：人海战略是微商团队的发展趋势 / 178
9.1.1	人海战略：从你的全世界路过 / 179
9.1.2	玩转人海战略，先要减少代理流失 / 180

微商团队裂变：

快速打造万人微商团队

- 9.2 立体化：理性规划各渠道发展 / 183**
 - 9.2.1 微商营销渠道遇到阻力 / 184
 - 9.2.2 创新微商营销渠道，让其成为发展助力 / 185
- 9.3 科技化：紧跟时代趋势，充分利用移动端应用 / 187**
 - 9.3.1 合理利用移动端应用是微商发展的基础 / 188
 - 9.3.2 如何利用移动端应用，玩转微商行业 / 189
- 9.4 营销支持：为成员提供全方位宣传策略 / 192**
 - 9.4.1 微商宣传路上遇到了问题 / 193
 - 9.4.2 微商团队应教会成员们的宣传策略 / 193
- 9.5 后续维护：重视售后服务，做好售后支持 / 195**
 - 9.5.1 售后服务才是销售的开始 / 195
 - 9.5.2 微商售后服务存在的问题 / 197
 - 9.5.3 售后服务这样做，才能留住老客户 / 197

第 1 章

代理式管理并不 那么容易

近年来，微商发展势如破竹，每次打开朋友圈，很多都是微商代理的产品介绍。微商风靡市场就是因为微商代理，但是有人欢喜有人愁，有的代理依靠微商打造了神话，有的代理却不尽如人意，处境困窘。那么，究竟是什么原因让他们产生了这么大的差距呢？我认为，这与微商团队的管理是脱离不了关系的。微商代理呈指数级增长，但是很多问题也随之显现，这一章我们介绍微商团队管理过程中出现的问题。

1.1 代理遍全国，但无法全职式管理

微商代理是基于移动端的产物，主要分两种形式：①微商代理拥有某产品的授权，直接从厂家拿货或寻找其他货源。这种代理模式通常可以发展下级代理，上一级代理把产品销售给下级代理赚取差价，当然也可以自己直接把产品销售出去。②另一种代理无须囤积货物，通常只要推广、宣传并售出产品，但是利润较低。

不管是哪一种形式，微商代理是在新营销模式下出现的产物，它像雨后春笋一样冒出来，遍布全国各地。微商代理的主要目的是通过微商营销渠道完成销售目标，获得更多利润。

1.1.1 微商代理发展现状

2012 年，某微商品牌 A 公司只是一个注册资金 50 万元，员工十人的小

微商团队裂变：

快速打造万人微商团队

团队。而 2013 年，A 公司实现利润 300 多万元，2014 年更是达到了利润 4000 多万元。短短两年间，A 公司可以说是一飞冲天。但是，2016 年，A 公司却突然发布一条公告：A 公司进入休整，随后 A 公司便不见踪迹，消失在微商市场里，很多人都感到十分错愕。

直到近期，消失了一年多的 A 公司创始人 H 先生才出现在大家的面前，坦率承认 A 公司的失败是因为在代理管理上出现了失误。

事实上，A 公司只在 2012 年严格招聘过人才，接下来再也没有对代理进行过管理。他们随机招收代理，凭人情、亲情等关系，只要有人想加入，无条件批准，这种现象维持了两年。作为发展到微商行业保健品前几名的微商团队，大家或许很难想象 A 公司竟然没有一个正常完整的管理结构。

有人问过 H 先生，“为什么不对成员们进行统一管理？”H 先生的回答是：“太难了。大家都是通过网络认识的，而且来自全国各地，不知道怎么管。”

A 公司没有培养人才的计划，没有规章制度，盲目扩招代理，随意安排工作，最终形成一个成员安排不合理、结构单一的团队，严重阻碍了这个微商企业的发展，实际上造成了无法管理或者不管理的局面。

结合 A 公司失败的原因和微商当前的一些情况，我们可以看到微商代理的发展现状：无法培训或培训不到位，成员没有归属感；盲目加入微商团队，遭到打击后退出，人员流失严重；团队监督缺位，微商代理对工作不尽职。

1.1.2 微商代理现状分析

当前，越来越多的企业、团体及个人加入微商市场，微商代理遍布全国，谁也不愿意错过这个通过移动端带来的千亿元规模的商机。

可是，对于微商团队来说，来自全国各地各色各样的人加入团队，无疑为管理造成了很大的难度。微商代理对于很多人来说只是一个副业，正常的管理方法是不适用的。微商团队代理的特色决定了谁也无法分身出来当一个“全职母亲”，时刻跟踪代理的动向，这就让管理微商代理过程中出现了一些问题，如图 1-1 所示。

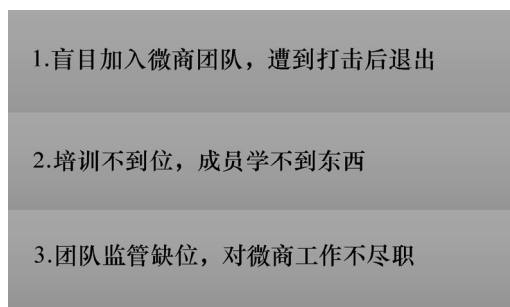


图 1-1 无法全职式管理带来的问题

1. 盲目加入微商团队，遭到打击后退出

有一些人看到一些公司把微商营销说得神乎其神，好像做了微商就能一夜暴富，于是盲目做了代理。可他们却不知道这些公司都是做了浮夸的宣传，误导了他们。例如，利用软件编造用户反馈体验，营销内容夸大产品功效，让其他代理成员发到朋友圈里，还晒一些虚假运单来证明生意火爆。而代理加入之后发现事情并不像预期的那样顺利，就会感觉梦想破灭，选择退出代理行业。

2. 培训不到位，成员学不到东西

这段时间，总有一些朋友向我反映，在参加培训之后反而更糊涂了。这是一些微商新手，尤其是从传统零售渠道转型当微商的学员参加培训时的感觉。微商成员们选择了好的产品，也听说或看到其他微商做得风生水起，于是想好好地参加培训，开拓微商营销渠道。他们不参加还好，培训过后反而更糊涂了。

毫无疑问，这是大多数微商团队都出现过的问题。很多微商团队对于新人都是进行单向“填鸭式”培训，如把群成员全部禁言，然后让讲师独自讲述，不断灌输知识。成员们有没有在听，讲师也掌控不了，培训结束后再让成员自己“爬楼”复习知识。这种培训方式既缺少互动，也没有考核内容，明显是不到位的。

培训不到位会导致成员们学不到微商专业的知识，对开拓营销渠道也就无从下手。当产品卖不出去时，他们难免会对微商团队心生怨念，这对微商团队的管理十分不利。