



企业微商 经营手册

MICROBOSS OPERATION MANUAL FOR ENTERPRISE

方建华◎著



机械工业出版社
China Machine Press

企业微商 经营手册

MICROBOSS OPERATION MANUAL FOR ENTERPRISE

方建华◎著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

企业微商经营手册 / 方建华著. —北京: 机械工业出版社, 2015.9

ISBN 978-7-111-51566-1

I. 企… II. 方… III. 企业管理 - 网络营销 - 手册 IV. F274-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 215067 号

企业微商经营手册

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 孙海亮

责任校对: 董纪丽

印 刷: 北京市荣盛彩色印刷有限公司

版 次: 2015 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 170mm × 242mm 1/16

印 张: 15.75

书 号: ISBN 978-7-111-51566-1

定 价: 49.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379426 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

前 言

为什么要写这本书？

成为微商风口上的那头“猪”。

一个企业如何在最短的时间里，财富增加 100 倍、甚至 1000 倍，成为行业里的第一品牌？答案只有一个——找到风口，成为风口上的那头猪。

□ 苹果找到了智能手机的风口，成为智能手机第一品牌，市值 1 万亿美元；

□ 微软找到了操作系统的风口，成为操作系统第一品牌，成为这个世界上最值钱的公司之一；

□ 百度找到了中国搜索引擎的风口，成为国内搜索引擎第一品牌，市值 760 亿美元；

……

成功的企业都有一个特点，就是它们都抢占了当时所处时代的风口，成为风口上的那头“猪”。

如今微商到来了，微商成为当下时代的风口，但是很多企业不相信，他们这一群人将错失再一次获得巨额财富的机会。现在已经有企业靠微商一年的销售额突破亿元，而且是在没有扩招一名销售员的情况下。这充分证明：微商将改变整个商业的格局，其是一个巨大的财富风口。

对于企业来说，微商是一个巨大的渠道红利，整合一群微商创业者，企业将拥有无数个产品销售渠道，并且成本是零，因为不需要招聘大量的

销售员，不需要支付高额的工资（这些微商创业者的薪酬是自己挣来的，是按劳分配所得），从而缓解了企业的巨大经济压力。

按照传统企业之前的玩法，组建一个 1000 人的团队，需要投入上亿元的资金，而且长期维护团队的费用也是一个惊人的数字（一年要几个亿）。

笔者了解到，一些大型微商团队人数都在几千，有的甚至达到万级，这是传统企业永远不能超越的。管理几万人需要投入多少的人力、物力才可以做到？

作为一位微商的实践者，笔者每天都跟很多微商创业者、企业责任人沟通、交流，对他们的生存情况非常了解，他们都非常认可微商，可是他们都很迷茫，在微商创业当中会遇到各种各样的问题。他们对微商的了解都很片面，对于什么是微商，仁者见仁智者见智，很难达成共识。微商说起来很简单，其实就是在移动端构建的商业，以手机端为主。

微商完全改变了传统商业的玩法，回到了商业的本质，好的产品人人抢着购买，人人都帮着宣传、传播，企业再也不需要投入百万、千万甚至上亿的资金去做广告，转而把更多的资金投入到产品的研发上，生产出更多超出顾客期望的产品。以前，传统企业采用的是广告模式，而微商则使企业进入了产品时代。

商业的存在根本是信任，只有解决了信任才会产生购买。传统企业之前之所以投入大量的广告，为的就是产生品牌效应，和顾客建立信任。到了微商时代，充当企业信任代理的是人而不再是广告了，所以卖产品之前一定要把自己这个人卖出去，只有把人卖出去了，才能把产品卖出去，人成了产品最好的背书。

传统媒体带来的是大众品牌，人人都会购买同一个产品，随着传播渠道的改变，传播媒体已经失去了它的价值，而每一个细分的行业里的第一品牌，会

得到越来越多的人认可，他们制造出让顾客心动的产品，长期跟粉丝保持很好的关系。

传统企业的旧有玩法是注重顾客的第一次购买，使用各种促销方法诱导顾客产生购买，而微商注重和顾客之间的关系，重视后续不断地购买产品。因此，相对于传统企业之前的做法，微商的玩法可以产生 10 倍甚至百倍千倍于传统企业旧有玩法的利润，因为微商随时都可以联系到顾客，可以和顾客保持长期的关系，从而保持长期的购买，产生更多的利润。

对于那些已经进入微商的企业，他们通常会犯下面三个致命的错误。

错误 1 对代理商没有任何要求。

对代理没有任何的要求，人人都可以做公司的代理；对代理商的情况没有任何了解，就授权其卖公司的产品。企业这种做法表面看起来是获得了一定的利润提高，但是同时也埋下了隐患。因为部分代理或者代理商一些不正规的玩法，可能会造成顾客的反感，顾客同时会把这种反感转嫁到企业身上。对于企业的长远发展来说，其实这是得不偿失的。所以企业一定要严把代理、代理商资格这一关。

错误 2 多级分销，做成传销的方式。

很多微商团队把微商分销的方式做成了传销，不卖产品却在不停地招代理，分级代理商层层加价，结果是卖的产品价格不一样，顾客需要花高价才能买到企业的产品，买到产品的顾客往往最后都有一种被骗的感觉。最后是企业用自己的信誉为这种不正规的玩法买单。

错误 3 产品没有竞争力，拼命招商。

好的产品不怕招不到代理商。很多企业没有把精力放到产品的研发上，而是把过多的精力浪费在招商上，结果是做了一段时间，所有代理都做不起来，

因为自己的产品没有核心竞争力，代理很难把产品卖出去。

看到很多企业微商一途举步维艰，甚至误入歧途，笔者作为该领域的先行者，异常的焦虑。所以笔者一直在不断为一些企业出谋划策，因此也使不少企业在微商领域获得了成功。但是同时笔者意识到，毕竟力量有限，亲自指导的企业也就有数的几十家，现在有数以万计的传统企业依然处于水深火热之中。于是笔者决定以出书的形式，把自己经过实战总结得到的一套被证明100%有效的微商实操思维分享出来，以最大化帮助传统企业顺利开展自己的微商之路。

这是一本实战性极强的微商指导书，笔者在书中会手把手教企业该怎么做，不该怎么做；这也是一本指导性极强的书，笔者在书中不但给出了做法还给出了使用这些做法的原因。每一个企业都有自己的独特性，别人的方法不可能完全适用于自己，所以笔者给出了广适性的理论，参透这些理论自然能找到适合自己的方法。

每一个成功做法的背后都有一定的规律可循，都有值得我们借鉴的地方，所以笔者给出了很多案例，希望企业能在这些案例中找到可以用在自己身上的方法。为了帮助企业准确把握案例，在每个案例之后笔者都进行了点评。

本书的特色

本书重点介绍了企业如何快速成为明星企业及个人如何快速成名，只有成名才能吸引众多粉丝的关注。本书重实战、讲实操，书中所讲的每一个方法都被笔者证明100%有效。

本书不讲空头理论，因为笔者就是一位移动电商的实践者。笔者每天都要拿出大量的时间跟粉丝沟通和互动，每天都飞往不同的城市指导传统企业向移动互联网企业转型，因此本书最大的亮点就是实战。

本书分享的成功案例都源自笔者指导的企业，这样的案例对企业最有帮助、最有价值。而市面上同类书大多都是在网上抄来的案例，这些炒作出来的案例对指导企业作用甚微，有的甚至会让企业不断地走错路，浪费企业大量的人力、物力。

笔者之所以花这么多时间来写书，就是要净化整个市场，让那些没有实战经验的所谓专家没有生存空间，让企业能真正借助移动电商的大势创造更多的利润。

致谢

本书得以顺利地呈现在各位读者面前，首先要感谢微信团队，是他们开发出了微信这一划时代的产品。其次要感谢机械工业出版社的各位编辑，尤其是本书的策划编辑孙海亮为本书付出的努力。当然，更要感谢我的家人及每一位关心我的人一直以来对我事业的支持。最后，特别感谢正在看本书的您，您的认可与支持是我前进的动力。

笔者一直有一个坚定的信念：“一个人能走多远，不是看他有多么成功，而是看他能真正帮助多少人”，真心希望本书能帮到您。

目 录

前言

第1章 微商的趋势 // 1

- 1.1 微商 PK 淘宝 // 1
- 1.2 微商如何快速成名 // 3
 - 1.2.1 找到自己的优势和爱好 // 4
 - 1.2.2 放大自己的优点 // 4
 - 1.2.3 拥有身份标签 // 5
 - 1.2.4 打造个人品牌 // 6
- 1.3 微商把生意当作生意经营 // 6
- 1.4 微商如何玩转自媒体 // 8

第2章 解读微商思维，助力企业转型 // 9

- 2.1 产品的转型：设计出让粉丝尖叫的产品 // 10
- 2.2 传播、渠道的转型：手机成为第一媒体 // 14
- 2.3 顾客的转型：顾客即粉丝 // 16

第3章 企业如何搭建微商平台 // 21

- 3.1 微信小店 // 21
- 3.2 京东微店 // 29
- 3.3 有赞 // 31
- 3.4 什么是微网站 // 32

第4章 个人如何搭建微商平台 // 34

- 4.1 微信朋友圈是最好的微商产品展示平台 // 34
- 4.2 微信朋友圈开创人人创业时代 // 37

4.3 QQ 空间如何做好自媒体 // 43

第 5 章 快速成为明星企业 // 55

5.1 人人都是产品经理，生产出让顾客尖叫的产品 // 55

5.2 成立专门的团队来宣传公司 CEO // 59

5.3 靠鲜活人格魅力获得粉丝 // 64

5.4 如何利用微信群快速暴增 5000 粉丝 // 66

5.5 如何得到微商大咖的推荐 // 69

5.6 如何传播自己感人的故事，吸引粉丝关注 // 71

第 6 章 自我营销，打造个人品牌 // 75

6.1 要想有身份就写作 // 75

6.2 把自己商品化，塑造自己的价值 // 79

6.3 打造个人品牌的 6 个秘诀 // 82

6.4 个人品牌能给你的人生带来什么好处 // 85

6.5 如何快速成为自媒体中的明星 // 87

6.6 自媒体盈利秘诀 // 94

6.7 玩转自媒体电商 // 95

第 7 章 微信朋友圈里的微商 // 108

7.1 朋友圈里的财富秘密 // 108

7.2 展示你的社交微商高价值身份 // 111

7.3 三种精英式人生的顶级生活展示 // 114

7.4 如何把你的微信朋友圈做活 // 116

7.5 如何展示自己以获得粉丝的芳心 // 117

7.6 如何跟粉丝保持长期的关系 // 120

7.7 如何用朋友圈做自媒体 // 124

7.8 跟粉丝恋爱的模型 // 125

7.9 最有魅力的人都拥有自己的框架 // 127

7.10 控制需求感 // 129

7.11 如何在朋友圈跟粉丝产生深度的互动 // 130

7.12 如何玩转粉丝经济 // 132

第8章 让粉丝爱上你 // 135

8.1 你为什么吸引不到粉丝 // 135

8.1.1 自身价值塑造 // 136

8.1.2 增加自己的知识面 // 137

8.2 成为粉丝眼中的潜力股 // 138

8.3 吸引力的核心秘密——放大你的优点 // 140

8.4 如何利用社交拓展自己的人脉 // 143

8.5 如何展示高价值产生共鸣 // 145

8.6 微商如何改造自己 // 148

8.7 微商朋友圈里的10大误区 // 154

第9章 企业如何经营 O2O 电商社群 // 158

9.1 如何组建 O2O 电商 // 158

9.2 社群的分类运营 // 166

第10章 微商的客户关系管理与维护 // 169

10.1 服务就是营销，服务就是企业核心竞争力 // 169

10.2 如何做好微商客服 // 170

10.3 如何让顾客重复购买 // 174

第11章 微商团队的管理与绩效 // 179

11.1 微商之心态篇 // 179

11.2 如何打造自己的团队 // 184

11.3 微商运营团队的组建 // 185

11.4 微商团队管理中的5大误区 // 187

11.5 留住员工的5大法则 // 190

11.6 微商团队的人员配置 // 194

11.7 微商运营人员的日常注意事项 // 198

11.8 微商团队的目标设定 // 201

11.9 微商团队的工资制定及考核 // 203

第12章 8大成功微商真实案例揭秘 // 205

12.1 牛当家牛肉火锅的微信朋友圈运营与营销策略 // 205

12.2 浪琴湾浪琴三宝自媒体运营策略 // 210

12.3 浪琴湾活动策划的秘密 // 212

12.4 五千年红木家具厂如何玩转微商 // 219

12.5 荣昌e袋洗创意的洗衣店粉丝运营法则 // 221

12.6 如何做好农业微商自媒体 // 225

12.7 如何做女性自媒体 // 228

12.8 微商卖好面膜的秘诀 // 231

淘宝 800 万家商户，天猫 6 万家商户，真正赚钱的不到 10%，其中最主要的原因不是商户产品不好，也不是平台流量太少，而是淘宝卖家向阿里巴巴支付的广告费用超过了产品本身盈利的临界点。广告投放 1 万元，销售额 1 万 ~ 2 万元的情况比比皆是。商户被压榨，利润出现亏损，商户该怎么办？

微商的到来正是给这些小卖家一次很好的机会，不需要投入大量的广告费就可以获得大量的目标客户，并且可以与该顾客群保持长期的关系，获得顾客的重复购买，为企业创造大量的利润。

笔者接触的学员中就有很多从淘宝直接转向微商的，并且运营得非常有色。在微商领域运营最好的平台为微信朋友圈，顾客购买产品以后都要求加为好友，以和顾客保持长期的联系，获得后续销售产品的机会，这一切都说明微商将取代淘宝成为最有潜力的商业平台。

本章重点讲解微商为什么能取代淘宝，到底如何才能把微商做好，成为微商风口上的那头“猪”。

1.1 微商 PK 淘宝

微商为什么将取代淘宝？主要有以下原因。

原因 1：微商强关系 PK 淘宝弱关系。

淘宝和顾客产生的关系是通过交易模式形成的弱关系，很难持续维护和客户之间的关系，顾客购买产品之后商户就失去了与顾客的联系，同时也失去了再一次向顾客销售产品的机会，企业也损失了多次获得利润的机会。

而微商和顾客产生的关系是强关系，可以和顾客长期保持联系，获得多次向顾客销售产品的机会，为企业创造大量的利润。

本来只能从一位顾客身上争取 100 元，现在却可以获得 1 万元甚至 10 万元。微商给企业带来的是顾客的终身价值，淘宝只是注重对顾客的第一次销售，且往往使用各种促销手段促成成交。

微商注重的是产品的质量，注重的是顾客的长期购买，靠高质量的产品维持和顾客之间的关系。

原因 2：淘宝注重产品的前端，微商注重产品的后端。

鉴于此，微商就要在产品的设计模式上做出改变，淘宝注重的是产品的前端所以走的是低价策略，大多数人到淘宝上购买产品都是因为价格便宜，往往不是很注重产品的质量，企业多数采取多品策略。

微商注重产品的后端，非常注重产品的质量，提供超出顾客期望的产品，采取的是单品策略。苹果手机就是一个很好的例子，一款苹果手机卖给全世界的人，苹果手机靠后续的产品升级多次在顾客身上获得利润。

原因 3：淘宝靠长期的推广，微商靠的是长期的累积。

淘宝要获得长期产品销售就要靠长期的推广，没有推广就没有销售，所以淘宝要想获得产品销售就要做直通车，在直通车上“烧钱”才能获得产品销售。

微商则要靠长期的累积，经过长期的累积，后面不用怎么推广就可以获得大

量的顾客，靠顾客的口碑、转介绍和分享，长期累积下来的顾客就是企业最大的财富。

原因 4：淘宝很难获得传播，微商很容易获得传播。

由于没有设计传播机制，淘宝很难获得顾客主动传播，要想顾客主动帮助企业做传播是一件非常困难的事情。可是微商却不同，它很容易就能获得顾客主动传播，只要设计好顾客主动传播的模式，就会有无数的顾客主动帮助企业做传播。

原因 5：淘宝经营非常复杂，微商经营却很简单。

与微商相比，经营淘宝非常复杂，而微商却很简单，只要一部手机就可以搞定，经营淘宝要自己上架宝贝，并且要专业美工进行美化才能上传，而微商却很简单，只要拍照、分享就可以完成，不需要投入太多的人力和物力。

随时随地可以用手机经营自己的生意，在等车、等飞机以及旅行时都可以经营自己的生意。

对于个人创业者一部手机就可以搞定自己的生意，微商开创了人人创业最好的时代。

微商取代淘宝已经成为一种趋势，未来一定是微商的时代，您一定不要错过这个机会。

1.2 微商如何快速成名

人人都想做好微商，可是做好微商需要解决的一个问题就是，要获得粉丝关注，并且长期需要有源源不断的粉丝关注自己。什么人才有粉丝，全中国 13 多亿人中有多少人拥有自己的粉丝，您想过这样的问题吗？

如果您还不知道，那么请您到微博看一看，哪些人拥有的粉丝最多，成为

众人的焦点，答案只有一个，那就是明星。一个明星可能拥有千万的粉丝，而一般人开一个微博只能获得几个粉丝，并且这些粉丝都是朋友之间相互关注获得。

一般，只有那些明星、名人才能拥有大量粉丝。同样地，做微商要想获得大量粉丝，需要成名才能吸引大量的粉丝关注。只有你成名了，你才有了被关注的价值，成为一件商品，拥有被交换、利用的身价，自己的时间变得越来越值钱了。

1.2.1 找到自己的优势和爱好

一个人只有为社会提供更多的价值，才能得到社会的认可。社会分工越来越细，表明社会对人的专业能力要求越来越高，一个人的专业水平越高社会认可他的价值就会越来越高。

每个人来到这个世界上都是独一无二的，每个人都有自己的爱好，如果能把自己的爱好转化成职业，再通过自己的职业获得收入，这是一件最好的事情。

一个人一旦做自己喜欢做的事情，就会长期坚持去做，一旦长期坚持就会专业，一旦自己专业就会得到社会的认可，每个人都喜欢做自己喜欢做的事情，做自己喜欢做的事情做多久都不会累，每一天工作都会很开心。

要想做好微商就要找到自己身上的优点、专长，用这些优点和特长去吸引粉丝关注。

1.2.2 放大自己的优点

当自己发现优点以后，接下来要做的事情就是，放大自己拥有的优点。一个人的价值是由市场决定的，当你想增加自己的价值，就必须扩大市场作为自己的需求，要让更多的人知道自己的价值。

1. 增加媒体的曝光度

要让更多的人知道自己，就要想办法增加自己的曝光度，最快获得曝光的方法就是借助媒体的力量。所有的明星、名人若要获得成功，都需要借助媒体的力量，著名电视台主持人白岩松说：“把一头猪放到中央电视台上播放一个月，这头猪就能成为一头名猪”，这句话充分说明了媒体的力量。

如果你会唱歌，去参加各电视台选秀节目，就能增加自己的曝光度，邓紫棋就是一个很好的例子。在参加湖南电视台我是歌手选秀节目之前，邓紫棋的粉丝不到几万人，可是参加选秀节目以后不到一年的时间里，粉丝达到了1602万人，出场费从原来的几千元，到现在的百万元。

2. 写作分享自己的技巧

长期研究自己的行业，一定有很多心得体会，如果把自己知道的这些心得、方法、技巧通过写作的方式分享出来，你会得到更多人的读可。例如，你是一位理财专家，那么你可以写一些教人怎样理财的文章，再通过互联网平台传播出去。

当然你也可以申请成为各个平台的作者，长期在这些平台上写文章，自然就能吸引大量的粉丝关注。当你的专业水平达到一定程度时，还可以把这些文章整理出来编成书出版，借出版社的平台，增加自己的曝光度。

1.2.3 拥有身份标签

当通过各种渠道增加了自己的曝光度，放大了自己的优点，最终的目的只有一个，就是一定要拥有身份标签。身份标签代表自己的价值，打造身份标签最好的办法就是成为一个行业里的专家，当然这需要自己长期投入时间去研究，在行业里建立权威，才会得到行业里的人认可。

很多人不明白身份标签是什么，身份标签实际上就是你等于什么：健康专家、理财专家、美容专家、网络专家、投资专家、恋爱专家等。