



# 15天打造 金牌微商

TO BE A GOLD MICROBOSS IN 15 DAYS

谢伟 唐顿 苏木◎著



机械工业出版社  
China Machine Press



TO BE A GOLD  
MICROBOSS  
IN 15 DAYS

上架指导：管理/电子商务

ISBN 978-7-111-50430-6



9 787111 504306 >

定价：49.00元

投稿热线：(010) 88379604  
客服热线：(010) 88379426 88361066  
购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

华章网站：[www.hzbook.com](http://www.hzbook.com)  
网上购书：[www.china-pub.com](http://www.china-pub.com)  
数字阅读：[www.hzmedia.com.cn](http://www.hzmedia.com.cn)

# 15天打造 金牌微商

TO BE A GOLD MICROBOSS IN 15 DAYS

谢伟 唐顿 苏木◎著



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

15 天打造金牌微商 / 谢伟, 唐顿, 苏木著. —北京: 机械工业出版社, 2015.5

ISBN 978-7-111-50430-6

I. 1… II. ①谢… ②唐… ③苏… III. 网络营销 - 基本知识 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 110321 号

## 15 天打造金牌微商

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: 北京诚信伟业印刷有限公司

版 次: 2015 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 170mm×242mm 1/16

印 张: 14.75

书 号: ISBN 978-7-111-50430-6

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

华章科技  
HZBOOKS | Science & Technology



## 前言

本书是笔者继《挡不住的微店生意经：低成本微信创业全攻略》后的第二本描述微商的实战兵法。在笔者编写本书之前，有很多人通过微信刷屏获得了巨大的成功，笔者接触了很多半年销售过亿的微商品牌团队，一旦他们发动品牌招商，几个月的时间，销售业绩就会不停上涨，但是随之问题也出来了，代理商可以很快找到，但是如何让代理商的货销售到终端的用户手里，这个变成了一个最大的问题。解决不了这个问题，微商品牌资金链就会很快断掉，前期的风光将不再。

笔者在这几个月的时间里，见证了微商这个行业的风起云涌。故笔者除了筹备出版本书外，还做了其他更有价值的事情：筹备快创网，将微商中的品牌商、代理商还有一线的从业人员可能遇到的所有问题都以视频的方式呈现出来，并在视频中给大家进行一一解答。加过笔者微信的朋友就会知道，周末的时候，笔者经常会发加班的动态。微商这个行业每天都在发生变化，要是不快速学习，并将学到的东西变成有价值的内容，就会很快被淘汰。

在准备本书素材的时候，笔者花了两个月的时间走访了广州、深圳、北京、中山、上海和杭州等城市，拜访了各地做微商比较成功的品牌商和个人，有前顺丰和当当的高管，现在转型做珠宝微商品牌的孙岐；前太平洋汽车网高级编辑，跨界做成人用品撸撸杯的“主席”；前沃尔玛电商规划第一人、百读社社长，微信社群玩得很棒的庄帅（不在微信里打任何广告，他创办的帅橙照样卖得很好）；带领阿迪王品牌三年做到6000万销售额的、现羽凡网络创始人刘一峰（转型做自有微商品牌）；美娘燕窝品牌创始人万欢；放弃空姐的高薪，做微商销售的乔祺媛（现在微商团队管理得很棒）；背书哥，花了几个月的时间，足迹遍布广东、河南、安徽、上海和浙江等，所到之处，没花一分钱的车马费，现在成了好几个微商品牌的代言人（知名情感作家陈保才先生还安排了

媒体对背书哥的事迹做了专访)。我们做的事情越来越有价值,通过我们的分享,帮助了很多,让他们不但可以提升生活的品质,还能结识更多的朋友,大家在一起共同成长、提高。

此外有很多读者在微信和 QQ 里给笔者留言说:老师能不能将微商培训的教程更加系统化,让我们的学习更加快速高效?为满足这种需求,笔者在编写本书的过程中,按照天数来进行安排,一天学习一个章节,只要你能坚持并实践,在 15 天的时间内就能将微商的系统知识全部掌握,以后就能灵活运用到微商销售和品牌打造的实操中,助力你的微商梦。

# 目 录

## 前言

### 第1天 为什么要做微商？ // 1

#### 第1堂课 什么是微商 // 2

##### 第1节 品牌商的微商之路 // 3

##### 第2节 恶意刷屏惹人恼 // 4

#### 第2堂课 快速转型微商的根本 // 6

#### 第3堂课 做微商无法抗拒的理由 // 9

##### 第1节 微商卖家数已超淘宝 // 9

##### 第2节 易操作，入行门槛低 // 10

##### 第3节 易传播，营销成本低 // 12

##### 第4节 易成功，快速掘金 // 12

#### 第4堂课 坚定我的微商之路 // 13

##### 第1节 父母起初的不理解 // 14

##### 第2节 产品和人群调性吻合 // 14

##### 第3节 面临的滞销难题 // 15

### 第2天 风云突变的微商 // 17

#### 第1堂课 朋友圈刷屏成功的微商 // 18

##### 第1节 疯狂的微信营销培训 // 18

##### 第2节 代理商的盲目入行 // 19

##### 第3节 微信好友的冲动消费 // 24

#### 第2堂课 传统品牌盲目转型做微商 // 25

#### 第3堂课 微信朋友圈变成营销圈 // 27

#### 第4堂课 新微商路在何方 // 30

##### 第1节 重视自己个人品牌 // 30

第2节 与用户积极互动沟通 // 31

第3节 借力大的微商平台 // 31

第4节 做微商无须囤货 // 32

### 第3天 微商思维的转变 // 33

第1堂课 互联网思维已成绊脚石 // 34

第2堂课 微商应抛弃的3大思维 // 37

第1节 流量入口思维 // 38

第2节 销售产品的思维 // 40

第3节 闭门造产品的思维 // 41

第3堂课 移动思维重构传统品牌 // 43

第1节 用户参与构建品牌 // 44

第2节 盈利模式的改变 // 46

第3节 传播渠道的改变 // 47

第4节 沟通模式的改变 // 47

第5节 销售渠道的改变 // 48

第4堂课 微商需要懂的社交思维 // 49

### 第4天 初级微商入门 // 52

第1堂课 哪些人适合做微商 // 53

第1节 改变现状的野心 // 53

第2节 愿意付出的心态 // 55

第3节 超强的执行力 // 57

第2堂课 微商的前期准备工作 // 58

第1节 个人微信号 // 58

第2节 定制你的订阅号 // 62

第3堂课 做微商不要梦想一夜暴富 // 64

第4堂课 坚持到底才能成就微商 // 65

### 第5天 团队的选择 // 68

第1堂课 微商行业逐步规范 // 69

第2堂课 选择合适的微商产品 // 71

第1节 找适合自己的产品 // 73

第2节 身边资源优先考虑 // 74

第3节 选择复购率高的产品 // 75

第3堂课 微商如何找到自己的组织 // 76

第1节 选择组织的3个误区 // 76

第2节 诚信是成功的基石 // 78

第4堂课 微商代理系统存在的4个问题 // 79

第1节 心态的问题 // 79

第2节 价值观难统一 // 80

第3节 培训体系不健全 // 80

第4节 缺乏榜样和鼓励 // 81

## 第6天 微商快速推广之路 // 83

第1堂课 我们的客户在哪里 // 84

第1节 找到自己的定位 // 84

第2节 客户引流的方法 // 87

第2堂课 微商如何精准挖掘客户 // 90

第1节 客户详细信息的收集 // 90

第2节 善用微信的功能 // 91

第3堂课 让人快速知道你在做微商 // 93

第1节 借用节日巧妙切入 // 93

第2节 埋下悬念让粉丝互动 // 94

第3节 践行承诺继续送出 // 95

第4节 保证活动公平公正 // 95

第4堂课 如何将客户吸引到我的平台 // 96

第1节 好口碑是成长的基石 // 97

第2节 好名字让你一夜成名 // 97

第3节 社交营销要接地气 // 98

第4节 提前规划导流轨迹 // 99

## 第7天 微商运营的黄金法则 // 101

第1堂课 激活客户的好奇心 // 102

第1节 美女大学生如何破局 // 102

第2节 自媒体明星激活用户玩法 // 103

第2堂课 如何建立强大的信赖感 // 104

第1节 调整心态帮助客户 // 105

第2节 做客户的专业顾问 // 105

第3节 对产品的专业水平 // 106

第4节 和客户成为朋友 // 107

第3堂课 朋友的朋友才是你的客户 // 109

第1节 第1条朋友圈动态 // 109

第2节 第2条朋友圈动态 // 110

第3节 第3条朋友圈动态 // 110

第4节 第4条朋友圈动态 // 111

第4堂课 如何做好老客户回购 // 112

第1节 把客户集中在一个池子里 // 113

第2节 客户购买环节的维护 // 113

第3节 购买之后的客户维护 // 114

第4节 客户细分精准定位营销 // 115

第8天 微商如何做好客户互动 // 116

第1堂课 沟通是成交的关键 // 117

第2堂课 销售前的准备 // 119

第1节 客户需求分析 // 119

第2节 自我形象的包装 // 120

第3堂课 如何进行销售推荐 // 122

第1节 发朋友圈预告 // 122

第2节 先了解客户需求 // 123

第4堂课 售后的跟踪服务 // 125

第1节 客户消费习惯分析 // 125

第2节 产品的增值服务 // 126

第9天 你不知道的朋友圈 // 129

第1堂课 朋友圈的核心价值 // 130

第1节 朋友圈的本质 // 130

第2节 互动分享的小驿站 // 130

第3节 朋友圈的奇妙之处 // 131

第4节 做自己的导演 // 132

## 第2堂课 朋友圈真实的现状 // 133

第1节 产品跟风品质难保障 // 133

第2节 公信力弱招商圈钱 // 134

第3节 销售价格普遍偏高 // 135

第4节 刷屏不断引人反感 // 136

## 第3堂课 朋友圈的商业模式 // 136

第1节 代理模式 // 136

第2节 直营自销模式 // 137

第3节 品牌营销模式 // 138

## 第4堂课 朋友圈营销内幕 // 138

第1节 朋友圈营销场景 // 138

第2节 朋友圈“集赞”骗局 // 139

# 第10天 玩转朋友圈 // 141

## 第1堂课 如何发朋友圈 // 142

第1节 发朋友圈的时间选择 // 142

第2节 朋友圈的内容选择 // 143

## 第2堂课 快速提升朋友圈互动频率 // 144

第1节 互动的心态 // 145

第2节 互动率是关键 // 145

第3节 互动的内容 // 145

第4节 互动氛围的调节 // 149

## 第3堂课 朋友圈防拉黑绝招 // 150

第1节 朋友圈内容少而精 // 150

第2节 互动中做广告 // 151

第3节 合理地使用好友分组 // 151

第4节 多点赞多评论 // 152

## 第4堂课 朋友圈的新玩法 // 152

第1节 微信只是宣传工具 // 152

第2节 招募宣传代理 // 153

第3节 朋友圈官方广告 // 153

第11天 零成本打造逆天文案 // 155

第1堂课 文案的价值 // 156

第2堂课 文案的构思 // 157

第1节 寻找用户痛点 // 159

第2节 用户需求的切入点 // 160

第3堂课 文案内容快速撰写 // 161

第1节 聚焦产品卖点 // 161

第2节 延伸和浓缩要点 // 161

第3节 善用图片突出优势 // 162

第4节 巧用文案防御攻击 // 162

第4堂课 如何增加图文转发量 // 164

第1节 思路决定出路 // 164

第2节 操作方法和策略 // 165

第12天 自媒体明星打造之路 // 168

第1堂课 背书哥的前世今生 // 170

第1节 运动中的灵感 // 171

第2节 核心价值的提炼 // 171

第2堂课 与人合影的风波 // 174

第1节 星巴克遇美女 // 175

第2节 爱上了搭讪 // 176

第3节 想怎么做就怎么做 // 177

第3堂课 全国“穷游”之路 // 178

第1节 最初的想法 // 178

第2节 顺利的第一站 // 179

第3节 沿途的风景 // 181

第4节 偶遇爱神王子 // 182

第4堂课 背书哥的感悟 // 183

第1节 用心去做事 // 183

第2节 快速的行动 // 184

## 第13天 如何打造微商社群 // 187

### 第1堂课 微信群的诞生及问题 // 188

#### 第1节 微信群的诞生记 // 188

#### 第2节 微信群的问题 // 189

### 第2堂课 微信群运营的价值 // 190

#### 第1节 微信群的价值 // 190

#### 第2节 微信群运营秘籍 // 191

### 第3堂课 百读社社群分享 // 192

#### 第1节 百读社群规 // 193

#### 第2节 语音分享的好处 // 195

#### 第3节 学员和老师的互动 // 196

### 第4堂课 解密百读社微信群运营 // 197

#### 第1节 百读社的起源 // 197

#### 第2节 清晰的社群定位与严格的群规 // 198

#### 第3节 仪式感的建立 // 199

#### 第4节 群昵称引发的营销事件 // 200

#### 第5节 拍卖活动 // 200

#### 第6节 中转站：航站楼与男码女码 // 201

#### 第7节 志愿参与式管理 // 202

#### 第8节 关于情怀 // 202

## 第14天 微商团队打造 // 203

### 第1堂课 坚定的创业梦 // 204

#### 第1节 乔乔顺利圆梦空姐 // 204

#### 第2节 纠结的内心 // 205

#### 第3节 微商的诱惑 // 205

#### 第4节 说干就干 // 206

### 第2堂课 团队价值观的践行 // 207

#### 第1节 月饼糕点风波 // 207

#### 第2节 团队齐心协力 // 208

#### 第3节 让大家收获成长 // 210

#### 第4节 再次并肩携手 // 211

### 第3堂课 建立并明确团队的目标 // 212

#### 第1节 设定合理的目标 // 212

#### 第2节 建立自己的代理群 // 212

### 第4堂课 服务团队的打造 // 213

#### 第1节 快速的自我学习 // 213

#### 第2节 树立团队标杆 // 214

#### 第3节 成立讲师团 // 214

## 第15天 微商的最高级——成为客户的老师 // 215

### 第1堂课 明确自身的优势 // 216

#### 第1节 发现未知的自己 // 217

#### 第2节 询问身边信任的人 // 218

### 第2堂课 学习能改变自己 // 218

### 第3堂课 打造自己的课程 // 220

#### 第1节 把握趋势和需求 // 221

#### 第2节 市场调研分析 // 221

#### 第3节 确定方向严格执行 // 222

### 第4堂课 随时随地分享 // 223

第 1 天

## 为什么要做微商？

- 第 1 堂课 什么是微商？
- 第 2 堂课 快速转型微商的根本
- 第 3 堂课 做微商无法抗拒的理由
- 第 4 堂课 坚定我的微商之路

## 第1堂课 什么是微商

微商目前尚无统一认知的定义。但是笔者认为，微商是指以“个人”为单位的、利用 Web3.0 时代所衍生的载体渠道，将传统方式与互联网相结合，消除区域限制，且可移动性地实现销售渠道新突破的小型个体商业行为。通俗来说，微商是通过移动端社交平台（微信、微博、QQ、陌陌、新闻 APP 等）进行人脉扩展，增强产品和品牌认知度，时时刻刻宣传互动，从而将人脉转化成生意的一种商业模式。我们也可以这样理解，移动端的社交平台都是微商营销的工具。这就好比你要爬山，我给了你一副梯子和一把刀，这些工具可以很好地帮助你爬山，至于你能不能真正攀登到顶峰，那还要看你自己。因为只是依靠工具是不够的，还需要靠你的坚持和正确的策略，工具运用得好，只会加快成功。



大家通常理解的微商可能就是在朋友圈卖东西，其实这只是其中的一个表现形式。甚至于顾客在朋友圈中买东西，都和朋友圈没有太大的关系，因为真正促成顾客下决心去购买产品的是基于朋友间的信任、人品的认可、专业度的理解及对产品的需求等，这是一个系统的决策过程，在这个过程中，朋友圈仅仅起到了“展现”的作用。顾客在准备买你的产品时，其实往往他对你的产品已经心仪很久了。微信仅是微商的一个组成部分，是其中的一个媒介载体，是大家建立对你认可的一个平台。

在很多朋友看来，微商是一门投入小、门槛低、传播范围广、足不出户便可推广与销售的好营生，只要用心经营，多加粉丝，是很容易获得成功的。80 后做淘宝获得了成功，90 后应该做微商。我曾发过一条说说：为什么做微商很多 80 后