

畅销书《淘营销》《淘品牌》姊妹篇！

纯微商开发陌生粉丝购买还是比较难的，从淘宝导入微信的成交客户复购则是简单的，电商微商本来就是一体的。本来只是为了提高复购率，后来微商的很多粉丝要做代理，而设计代理体系前还要策划微品牌，本书就是解决这些问题的。

淘宝转微商， 正在风口

马涛 著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

淘宝转微商，正在风口

马 涛 著



机械工业出版社

本书是针对移动互联网时代电商发展新需求编写的一本实用型电商运营书籍。作者结合大量实例和自身对电商发展的理解向读者介绍了一套从淘宝电商向微商转型的切实可行的方法。全书分为四个部分,分别是:淘宝成交客户导入到微信复购、创建自己的微品牌、如何快速建立批发代理体系和以电商规律展望微商未来。

本书适合那些想从淘宝店转战微信平台的电商阅读,同时也对现有微商提升运营水平具有指导意义。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝转微商,正在风口/马涛著. —北京:机械工业出版社,2015.7
ISBN 978-7-111-50876-2

I. ①淘… II. ①马… III. ①网络营销-基本知识 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第184711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

责任校对:张艳霞 责任印制:李 洋

三河市国英印务有限公司印刷

2015年8月第1版·第1次印刷

169 mm × 239 mm · 11.25 印张 · 168 千字

0001—6000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-50876-2

定价:39.00 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) 88379833

机工官网:www.cmpbook.com

读者购书热线:(010) 88379649

机工官博:weibo.com/cmp1952

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

众星推荐

微商的本质是社交电商和微信上的零售，它与直复式营销的本质非常相似，所以用直复式营销的道去御微商的术是非常高效的策略。马涛老师是电商领域的直复式营销集大成者。本书同样会让大家在微商领域明道优术。

视界商学院、营销极客商学院创始人，营销极客 李东阳

如果你还在淘宝的领域里厮杀，如果你还没在微商站稳住脚，如果你想移动互联网地盘拥有一张王牌……那么，去用心读读马涛老师的这本书《淘宝转微商》吧，这是一本难得的从淘宝成功转型微商的实战类书籍。

广州本泓生物科技有限公司总经理 张晓莉

微商崛起，是意外还是必然？那么淘宝电商如何应对？看了马涛老师的书，豁然开朗，全新视角，值得一看。

口袋世界创始人 道长

淘宝最贵的是流量，微商最贵的是情怀。马涛老师此书不仅取长补短，并且将微商的赚钱原理和实用技巧相结合，干货十足，值得推荐。

中国微信营销协会特邀讲师 杨镇

我从大学毕业做淘宝就一直看马涛老师的书籍，至今做淘宝已经三年多了。早期电商主要是以淘宝平台为代表的电商模式，如今社会化媒体迎来变现转化的最好机会，微商是基于移动端社交工具（微博、微信、QQ空间、YY语音、陌陌等）建立个人品牌的信任产生交易，



微商时代的到来让草根有了逆袭的机会，微商已成为大众创业最受追捧的平台！时代在变，机会也在转移！

华南六少联合创始人，农友会创始人 勤劳农哥

我是马涛老师第一批淘宝学员，也是马涛老师的忠实读者。马涛老师的书有三个特点：首先是文风很朴实，读起来很舒服；其次，思路清晰，逻辑性很强；第三，也是最重要的，很接地气，实操性强。

VEIKOOU 威裤旗舰店 任吉鹏

从《淘营销》到《淘品牌》，再到《淘宝转微商》，世界上唯一不变的就是变化本身。营销，即是如此。这是马涛沉淀数年的力作，字字珠玑，补苴调脔，值得拜读！

新知网、升业绩联合创始人，自由投资人

臧艺祥（网名：翻滚 de 土豆）

成功不是做自己喜欢做的事，而是要做好该做的事！微小的积累，可成就大商之道。

天猫店主 林祖森

我有一位朋友，做淘宝护肤类产品，月销售额 50 万元，还不满足。他想拓展渠道，恰逢老马这本书初稿完成，于是将内容告之。最近，他告诉我，按照这本书的方法去做，公司的微商流水已经超过了淘宝流水。老马的这本书，讲的不是微商理论，是实操细节，是实战方法，是淘宝结合微商，是最接地气的教程。

业界公认文案高手，原脑白金策划团队骨干 刀歌

这是一本以“用户”为核心而建立的全体运营体系运营的好书，融合了作者多年的实战经验，可谓是站在了社交化电商的趋势前沿。如果你是电商企业的操盘手，那么这本书不容错过。

御宝羊奶电商运营总监 宫正坤

一直是马涛老师的忠实读者，一直很期待《淘宝转微商》这本书。最近身边很多做淘宝的朋友都转做微商了。微商这么火，可是无法入门。当知道马涛老师正在创作这本书的时候，很激动，微商时代，我也不能落后，支持马涛老师！

点淘电商创始人 黄帅

淘宝卖家当下的唯一出路是增强新客户的粘性，维护好老客户的复购，这本书将帮助卖家走出淘宝低粘性的瓶颈区，冲破淘宝封闭式的生态圈，淘宝与微商相互结合才能让新客户快速沉淀，从而提高新客户成交率和老客户的复购率，马涛老师这本书值得任何一位卖家细细品读。

@微商吸粉狂人，淘宝赚校长 一米

大多数人想要改造这个世界，但却罕有人想改造自己。马涛老师是我见过里面很有智慧思维敏捷的人，在圈内被称为智囊团。

陕西开天电子商务股份有限公司、
陕西天元企业管理咨询有限责任公司、
韩城市天元电子商务有限公司、
韩城市开元车城有限责任公司
法人及创始人
翟斌（网名：8月22号）

初识马涛老师是在一次主题沙龙的活动上，有幸拜读了马老师写的《淘品牌》《淘营销》这两本书，由于我们共处一室，有机会聊了很多关于微营销的话题，获益匪浅！没想到这么短的时间里马老师又一力作《淘宝转微商》即将面世了，希望给朋友们带来全新的营销模式。

中联世纪文化艺术发展有限公司董事长 朱庆华

作为国内淘宝营销领域的权威，马涛老师对任何事总能一言以蔽之，对于微商和淘宝的总结更是滴水不漏，在沉寂的这几年里他把推倒重来好几遍、并验证正确确实有效的内容全部浓缩在了《淘宝转微商》

这本书里，随便翻上几页你就会发现它的与众不同之处。如果你是淘宝店主或是想进入移动互联网的传统企业主，你一定要反复研读，因为你不仅仅能从中得到营销的“术”，更能体悟到微商的“道”。

三欧网络科技、粉丝聚变系统创始人 范士武

此书介绍了大量的干货，分析了未来的趋势，看过后一定会让你在微电商这个领域有所收获。总之一句话：跟着马老师，就会有肉吃。

淘宝店主、本书第一章主人翁 飞来飞去的空姐

这是一本让淘宝卖家尖叫的书，一本从 PC 电商转移社交电商的实操手册！

互联网阿胶糕领导品牌“张药师”创始人 曾钧

如果要问 2015 微商圈最值得期待的书籍，那么非《淘宝转微商》莫属，标题里面每一个观点都抓住了广大微商圈和电商圈的痛点，这本书无疑是微商圈和电商圈最激烈的一次思想碰撞。

青山俱乐部创始人 胡应邦

马涛老师从淘品牌到微品牌，一直身体力行地培育中国原创品牌。《淘宝转微商》利用微信这个庞大的流量入口，对品牌从建立到培育到引导壮大，进行了更详尽的诠释！我相信，这本书对中国原创品牌的发展会起到不可估量的作用！

朗捷品牌设计创始人 绳召阳

微商已经成为一种全新的低成本、高效果的创业方式，微商，开启了手机营销自动化、最大化的时代。马涛老师的作品，对于想从事微商行业的朋友来说，至关重要。

@ 颠覆式网络营销创始人 郑俊雅

马涛老师是淘营销领域大牛，最懂淘宝卖家，本书是迄今第一本为淘宝卖家量身定制的微商实战秘笈，它不止告诉你为什么一定要做

微商，更通过大量案例和实战干货告诉你怎么样才能做好微商！

时尚情趣品牌 LifeEngines 擎趣创始人 沈志勇

从淘品牌到淘宝转微商，马涛老师始终关注成就品牌的大格局，本书不仅有学术性的理论探讨，更有从微品牌策划到运营火爆全过程的详细剖析，还特别对微运营中备受争议的分销及价格体系提出了许多实用建议，是电商和微商们不可不读的一本好书。

实战客服管理与培训专家 杜立

随着微商崛起，越来越多的卖家想从淘宝转向微商，但是始终找不到要领，马涛老师的这本书从微商的本质出发说明了目前微商成功的几种成功模式，能够帮助卖家更好地走向微商，为转型成功打了良好的基础，真心为卖家们感到高兴！

嗨推创始人 坏坏

知道马老师是从电影《夫子的淘宝梦》里，而见到他时是在一场微商牛人大会上。没想到他这么年轻，也许年轻对移动互联网的理解更犀利，更有“网感”。总之读人就像读书，人对了，书更好。

阳光菓子创始人 邱黎红

时代在发展，我们不能落后。这本书不仅讲了从淘宝到微商的发展趋势，而且还展望了将来的将来，可能从微信发展到其他平台的思路。总之这本书讲的思路很超前，值得一看。

升业绩工具创始人，潍坊升业科技有限公司 CEO

秦曙光（网名：加油）

我相信国内又将冒出很多实力大微商，仅因这本书的出现。

自由营销者 蔡侑霖

好书的意义在于指明道路，在于给读者开启一扇窗（窗外风景独好的，读者自然乐得多读几遍）……马涛老师自电商一线出发，跳出



经纬看微商，值得多读几遍。

温州金州电商城总经理 王源（网名：偏执的帽子）

我是马涛老师的一名非常忠实的粉丝，做淘宝的过程中，《淘营销》是对我帮助最大的；而这本《淘宝转微商》我相信也是目前为止，市面上最有价值，拿来就能运用到实战中的一本好书！

淘宝5皇冠卖家 王小帮

微商时代的来临，对传统企业和传统电商的冲击，你可能已经感受到了！《淘宝转微商》会给你很多启发和策略，你要做的就是执行！

大卫博士创始人 于常来

这是一个特别的公开大讲堂，一位善教、乐教的老师，正用他极高的教育和引导智慧，激发着同学们的探究热情，热烈地讨论着微互联是怎样从本质上催生出一个崭新的世界……在这里，我们看到的不仅是微创商业指导理论，更多的是马涛老师用生动的深度案例激活课堂，让大家看清自己，找到答案，以更加积极的心态加入微创商业，开创属于自己的传奇！

汉润元合（北京）文化传播公司创始人 张艳

转型之阵痛，非一般人所能承受，转型之决心，非一般人所能拥有。马涛老师字字真切表达出个中滋味，并给读者一系列中肯的建议。一句话，要么就干，要么就别看！

上海洛基国际英语创始人 深圳前海基金董事 陈斌

淘宝与微商，其实最大的区别在于思维的转变，一个追求流量和人口，一个追求人的关系。从《淘宝转微商》一书中，其实我们看到了两者的相辅相成，让你更好的利用平台赚钱。一个转字道出了淘宝与微商的关系，这个就像左手和右手的结合，只有如此，方能赢在微时代。

超级畅销书作者王易，著有《微信，这么玩才赚钱》

草根常有而平台不多，10年前马云为我们搭建了淘宝让一部分人从草根变成了凤凰，你兴许错过了，今天微信再一次为我们搭建了梦想的平台，马涛老师带你们起飞，你还有啥理由错过？

巾幗联盟创始人 范范

马涛比任何人都更懂如何从淘宝转微商，因为他本身就是一个从淘宝系转到微商的实践者。假如你在淘宝系遇到了瓶颈或正在苦苦挣扎。请不要错过这本书，它将告诉你如何摆脱现在的痛苦。淘宝系商家转微商的最大优势是有客户积累。如果你遇到了转变的烦恼，请不要错过这本书，它将告诉你怎么从淘宝玩转微商。

曾任老人头品牌亚太电商总监，

ASF JEEP 品牌电商顾问，

德国 Geiger GmbH 品牌电商总顾问

杨少楠

我创业最穷的时候，一天只吃一顿饭，特别感谢淘宝、京东这样的“店商”平台，给我们这些“懂电脑”的年轻人创造了机会，让我实现财务自由，而微商，将给“懂手机”的人们一个更大的造富机会！此书就是微商的造富之路！就是“店商”在“微商”开疆辟土的启明星。

本书的中心点，就是转型做微商过程中，遇到或者正在遇到的难题。本书内容非常全面，做过微商的人深有体会。我尝试做过一点微商，哪怕我的淘宝系可以做得很好，微系也是还是从零开始，需要有这样介绍经验技巧的书。

吊丝逆袭的80后代表，国学机创始人 张宾

我从事电视购物，电商、微商一路走来，一直是马涛老师文案写作和营销策略的推崇者，并从《淘营销》《淘品牌》中获益匪浅。现在，这本《淘宝转微商》一定会让很多的淘宝店主们华丽转身，无论你是想做微商还是已经在做了，请读这本书吧。干货很多，只讲实战！

亚太微商协会会长，逍遥会创始人 法合



微信的伟大在于开放了“公众号”接口，微商的伟大在于改变了“商”的规则，现在是“人人微商挣钱”的时代！未来，微商结合公众号接口数字化管理分销关系，为此，微分销系统将成为微商的“核武器”。

知名讲师，微分销系统开发工程师 米高

从淘宝转微商，马涛老师用自己的亲身实践写出这本书，他是用生命在写书啊。不是纸上谈兵，更不是空中楼阁，那么，也许这本书就是淘宝卖家和微商的支点，给你一个支点，你能做些什么？

荔枝 FM “低成本女神养成计划” 主播，知名自媒体人 施猫猫

马涛老师的新书《淘宝转微商》是一本可实操性极强的书，和一般的微信营销书不同，除了在“术”层面上的传授，作为营销专家，马涛老师集合了电商本质、鱼塘营销理论、品牌定位、超级符号在实操案例中的应用，给大家提供了一条在后微商时代的良性发展思路，是继《淘营销》《淘品牌》之后又一干货十足的电商作品。

“音乐人网”“果果娱乐”“舞尚界” 品牌创始人 罗晓然

微信是一个非常好的转化成交平台，与电商平台的区别在于微信成交的客户都属于你而不是平台！这本书让你找到真正属于你的客户！

富网店商学院联合创始人，

说减肥健康学院创始人

修培洋（网名老朽）

微商是现阶段的热点，马涛老师的新书从思路、技巧以及经典的实战案例出发，以一个全新角度将电商和微商做了深度融合，使读者能够真正从中受益。

海课教育创始人，周六微商网校联合创始人 洪榕

互联网变化太快，现在的风口在微信，做错没事，不做就是错！要玩微信，少走弯路，马涛老师的这本书会很有帮助！

逐鹿工具箱创始人 逐鹿

我是通过《淘营销》这本书结识马涛老师的，如今我们已经认识五六年了，我非常认真地研读过这一本书。当时，作为一个网络新手而言，这本书为我展示了淘宝和互联网的本质，也为我以后进入阿里系、百度系提供了强有力的理论支撑和实践启发。

我于2012年创立了自己的品牌，并用五个月的时间成为全网前三，通过纯零售月销售额达到50万元。

2013年开始，微商异军突起，各路“诸侯”轮番上阵，新生品牌如雨后春笋般涌现，吸引了营销界的广泛关注。同时，朋友圈假货泛滥，拉人头现象也被广泛报道，这个时候《淘宝转微商》的横空出世必然能为淘宝系、微商系的各路英豪揭示真相、回归本质，继而为微商运营指明理论和实践的方向。

刘华成，颠覆团队创始人，微信号：7345544

一年前，拜读马涛老师的《淘营销》之后，我毅然辞去政府工作，继承了祖传糕团技艺而涉足淘宝，第一次成功地将父母坚守了一辈子的手作糕团卖向了全国。之后又因《淘品牌》助我成功创建了现有品牌。现在，马涛老师的又一新作《淘宝转微商》，将为我的传统美食事业开启一个全新的格局。要我概括马老师的著作，四个字“实用、有效”。

宏凤脚踏糕第三代掌门人 麦糕糕

2013年以来，经我手注册的商标数以万计，有法律保护的才叫真品牌。再经过马涛老师阐述的超级符号方法，把品牌注册到消费者心中的，从而达到变现的目的。二者相得益彰，共同构建起品牌壁垒和品牌资产。

互联网商标第一人，
风行国际知识产权董事长，
易标网发起人
商标先生「成道」

一本书看清当下互联网营销的风口，顺势而为抓住新时期的创业



机遇。我推荐马涛老师的新书《淘宝转微商》。

众创世纪 CEO 马喜峰

跟马涛老师是很多年的朋友了，他的书比较容易看懂，也比较实用。就像一个农民播种，一切源于一线的实践。这本书打破了淘宝到微信，电商到微商的转型，更确切的说是融合，不能错过的风口助力。预祝马涛老师成就更多有梦想的人。

中国企业现金流设计第一人 马驰原

道可，道非，常道。马涛先生对道的理解和深入都体现在本书中，阅读之余要深入思考，更能得道。

刘易

前言

淘宝转微商是不知不觉完成的，而且是平滑过渡的。

本来，我们在淘宝上营销的终极目标，就是建立自己的客户鱼塘，实现老客户的一次又一次复购。这是因为，在流量成本越来越高的情况下，只有老客户复购足够多，最终才能有钱赚，如果只有新客户购买的话，销量可能很好，但是最终利润却都被瓜分了。

然而要想实现复购的目标，就需要一个连接卖家和买家的工具，这个理想工具就是微信。所以，把淘宝成交客户引导到微信上来提供服务就可以了，以前是用旺旺提供服务的，现在改用微信服务，因为微信比旺旺用户多而且更方便。

上述这一切都是水到渠成的，经营者并不需要刻意去做什么，只要客户在你的微信通讯录里出现并接受服务之后，你们之间的关系就不一样了，变得更亲密、更熟悉、更信任了。尤其是在微信上能够直接实现支付之后，买家甚至不愿意回到淘宝上拍产品，而是选择直接在微信上交易。因为只要能付钱就可以做成买卖，就是在进行商业贸易，这时淘宝卖家就已经是微商了，这一切都是在不知不觉中完成的，只是因为没有敲锣打鼓鞭炮齐鸣，所以他们自己都没有意识到而已。

淘宝转微商是大势所趋。

淘宝的生意越来越难做，倒不是没人买，而是忙活了半天没有获得利润。随着各种成本不断上涨，小夫妻店勉强还可以维持，很多大团队的天猫店则是亏损的，这从每年天猫不续费店家的数量就可见一斑。

微信是一个封闭空间，微商在微信里卖东西，没法比价，只要商

家有信誉，产品有质量保障，是可以卖高价的，利润也是可以得到保证的，所以淘宝卖家转微商是大势所趋。值得欣慰的是，对淘宝卖家而言，这并不是转行也不是转型，只是把老客户重视起来，做了应该做的事而已，但在事实上为做微商铺平了道路。

电商和微商是两种思维模式。

在建立了自己的“鱼塘”之后，依靠老客户的复购就可以让卖家活得比较滋润，他们往后就可以继续从淘宝引流而不用担心在淘宝上不赚钱了。这样，他们的鱼塘就会越做越大，而且也确实能实现客户的长期价值，但是这个价值并不是最大的。

淘宝电商暗含“店商”的意思，就是你的网店卖什么产品，你就一直卖什么，是有限的品类。而微商思维则是要把有限的客户的需求满足到最大，理论上说，客户需要什么我就可以卖什么，因为微信好友是固定和有限的，要想开发更大的价值，不得不如此。

所以，把这两种思维方式结合在一起，就很厉害了。淘宝电商是流量思维，卖家都希望流量多多益善，流量多销量就多，就可以打造爆款，这是在人群广度上下工夫。微商是粉丝思维，每个粉丝可以服务很长时间，甚至几十年，粉丝有很多需求，只要微商主动挖掘并满足这些需求，都是有利可图的，这是在人群深度上下工夫，对每个客户都深挖其价值。一个是广度，靠人多，一个是深度，把每个人的价值挖掘到最大，两者结合就威力无比。

微品牌才是做大之道。

虽然作为一个个体微商既可以在人群广度上做文章，又可以在客户个人价值深度上下工夫，从而获取最大的利益，但是，这毕竟是只有靠自己的两只手在做，虽然可以赚不少钱，但很累，更难以上规模。

要想上规模，就要把一个个微商连接起来，连接的微商越多越好，人越多力量越大，卖得越多赚得越多。靠什么连接呢？靠一个好卖的产品连接很多微商。微商为什么愿意被连接呢？因为产品好卖，拿过来就能卖，卖了就能赚钱。

从宏观角度看，每连接一个微商，就意味着增加了一个销售渠道，大量的微商构成了一个多级的销售网络。产品通过这个销售网络流通到消费者手中，这个产品的名字就是品牌，整个链条中获益最大的就是这个微品牌，产品和微商所到之处都在宣传着微品牌，所以微品牌才是微商做大之道！

感谢范士武、夫子、于常来、杨玉丰、熊万迟、杜立、张晓丽、宋晓会等在本书写作中给予的支持、鼓励、理解和帮助！

马 涛

目 录

前言

第一部分 淘宝成交客户导入到微信复购	1
1.1 用微信维护老客户，复购转化率是淘宝新客户的5倍，积累 30000多客户年销售额就有3000万	2
1.2 把淘宝客户引导到微信上，朋友有通财之谊，不用担心关系 太近不好做生意	4
1.3 什么时机加客户微信通过率最高，要在你对客户最有用的 时候加，设计的话术也是关键	6
1.4 加客户微信前就要设计好身份和形象，并给出存在于客户 朋友圈的理由	8
1.5 加强和客户间的私人情谊，现实关系靠走动，线上关系靠互动	12
1.6 带着客户一起玩，从主动与客户互动开始，逐渐培养客户积 极与我们互动的习惯，非闭环理论是设计互动话题的法宝	14
1.7 每周促销一次刺激复购，提前让用户补仓并满仓，不给对手 可乘之机	16
1.8 促销立足于为客户创造价值，“近者悦，远者来”是对待老客户 的原则	20
1.9 有了微信支付，淘宝电商不知不觉成了微商	22
1.10 微商客服离钱太近了如何管理，搞懂了趋利避害，管10万人 跟管10个人一样简单	24
1.11 微信鱼塘已经建成，从淘宝引流更多客户粉丝，推广就是 花钱“买”客户	26