



WE SHARE, WE EARN

# 微商 这么做 才赚钱！

王易 著



微商领域里程碑之作，微商界教父级专家王易撰写  
具备高度的系统性、权威性、实操性和技巧性，数千万微商翘首以盼  
从微商模式、生态、思维、误区、定位、选品、吸粉、成交、  
代理、分销、团队、运营、自有品牌创建全方位深度揭露  
如何快速成为能赚钱的微商



机械工业出版社  
China Machine Press



WE SHARE, WE EARN

---

# 微商 这么做 才赚钱！

---

王易 著



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

微商, 这么做才赚钱! / 王易著. —北京: 机械工业出版社, 2015.5

ISBN 978-7-111-50181-7

I. 微… II. 王… III. 网络营销 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 087360 号

## 微商, 这么做才赚钱!

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 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm × 242mm 1/16

印张: 18.25

书号: ISBN 978-7-111-50181-7

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

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

## 赞誉

微商 2015 年火得不行，火到我在广州一天要参加四场微商大会，场场都要演讲分享，而且场场都是爆满。不过繁华背后必须清醒认识到今年（2015 年）必将是微商洗牌年，传统的化妆品、减肥行业大佬纷纷切入，自有品牌微商越来越难做，在这样一个群雄逐鹿的时代，强者为王，经验为王。那么自有品牌微商如何能够存活下去，并获取收益？王易兄弟凭借之前的实战经验，通过不断地总结摸索，率先解读当下形式，并撰写了《微商，这么做才赚钱！》。这本书的出版正是时候，微商已经进入 3.0 时代，只有懂得策划、营销、创意才能获得关注。单打独斗的时代已经过去，团队为王，希望大家多多从书中总结经验，获得更好的发展！

——K 友汇发起人 微社力社群联盟主席 皮皮精灵助理总裁 管鹏

王易是华南六少之一，他的第四本力作《微商，这么做才赚钱！》必将成为 2015 年最火爆的书，成为所有从事微商的人必读之书。王易不愧是微信类超级畅销书才子级作家，我认为他影响了一代微商，他是这个时代微商界的传奇人物。

——华南六少创始人 余小华

我的好兄弟王易的第四本书《微商，这么做才赚钱！》的面世，对于千万微商来说绝对是一个福音。在本书里面，王易整合他三年来在微商方面的实战经验和心得。可以说本书实现了理论和实战的完美结合，对于做微商的你，一定有帮助！

——华南六少之一 柴公子

华南六少王易是微信类畅销书排行榜的常客，也是微商领域最具实战性的营销导师之一，如今他的第四本力作《微商，这么做才赚钱！》即将面世，那一定是微商界 2015 年最值得期待的大作，必将引爆微商一波新潮流。做微商的朋友们一定不要错过，因为“微商，这么做才赚钱”！

——华南六少之一 海商会发起人 朱海

微商时代，我们需要一本更直接、更系统、更重实操的书籍，让从事微商的小伙伴们一入行就能读懂。《微商，这么做才赚钱！》必将成为“新农人”做微商必读书目。

——华南六少之一 勤劳农哥

微商已经从杂乱无序走向规范，《微商，这么做才赚钱！》一书深入浅出地讲解了微商如何进行系统化、规模化的管理，是一本值得推荐的优秀书籍！

——华南六少之一 微神

众多业内人士的推崇以及广大学员的热情追随，皆源于王易紧随时局、随势而动、推陈出新、先人一步的睿智和胆识。微傲商学院作为国内首家第三方微商培训服务平台，并为大众所熟知，微商导师王易亦起到了不可或缺的推动作用！

——微傲商学院院长 李雄

## 序 微商先遣图

王易是我的好兄弟。我们同是湖北籍，喝过几次酒，虽不常见面，但两心相知。我一直很欣赏他的学识与性格。单就对微商的研究来说，现阶段，应该没多少人能超过王易。从他笔下流淌出来的文字，似乎有一股魔力，让人信任与信赖。据说，当前微信畅销书中，排名第一的就是王易写的，排名第二的也是他写的。这是一份令人羡慕的成绩。

虽然王易年纪不大，但他身上怀有一份朴实沉稳的品性，不浮躁，不轻佻，不因一时成就而沾沾自喜，不因外界虚名而居功自傲。现在，他抱着精雕细琢、务实求真的心态，通过躬身践行之后的思维迭代，推出了第四本书——《微商，这么做才赚钱！》。

王易第一次让我为他的新书写序时，我是拒绝的，因为我和很多人一样，对于微商刚开始搞不明白，后来好像有点儿明白了，但再到后来又感觉不是很明白。但王易告诉我，这是微商进化过程中的一种正常状态，这本新书就是为了解决这个问题。这样一说，我心动了。其实于公于私，我都应该写这个序，因为可以先睹为快。

认真读完他新书的内容，感觉收益良多，这本书确实解决了我对微商的很多困扰，颠覆了我的很多想法。怎么来形容这本书呢？首先我想到的是电影《智取威虎山》中的“先遣图”，我认为，这就是智取财富的微商先遣图。

先遣图是东北先遣军留下的记载图卷，一共有三张：一张是先遣军联络图，有了它，就有了精准目标，攻城掠地知己知彼；一张是弹药分布图，工欲成其事，必先利其器，工具够给力，才能占山头；还有一张是藏宝图，三军未动，粮草先行，手里有粮，心中不慌。

有了先遣图，成为一方霸主那就是迟早的事了。而现在，王易的新书，就是微商先遣图。书中自有颜如玉，书中自有黄金屋，往来微商事，尽在一书中。

《微商，这么做才赚钱！》共有八章，归纳起来，也是解决了三个方面的内容：一是如何精准找到目标；二是如何利用工具武器；三是如何建立品牌。简单来说，这就是三张先遣图，一卷在手，微商大事，全盘掌握。

现阶段，微信、微商类的书籍越来越多，但是，假若作者没有卧身其中，根本就对不上“暗号”。纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。王易书中的案例都是亲历亲为，亲身参与，都是发生在他身边的，可靠可信，可鉴可仿，这就是价值。

这两年，微商的兴起，除了带动新渠道发展外，更催生了微商培训产业链，很多名不见经传的小伙子，摇身一变，就成了微商专家，就敢登大雅之堂，敢做天下文章。记得有一位朋友，颇有口才。突然间，他登堂入室，出入各种场合进行微商演讲，像模像样，深让笔者叹服。孰料某天，此朋友来访，扭扭捏捏之后，终于说出了自己的心声，实际上他连一个真正微商大咖都没见过，很想通过笔者认识一些大咖，取经学习，增加底气。

这确实颠覆了笔者的思想，真所谓敢拼就会赢，连微商在想什么、做什么都不知道的人，就敢站在台上面不改色、心不跳地教导人家怎么做微商，这不是叶公好龙吗？他教授的方法让人守株待兔都是好的，最严重的恐怕会发生南辕北辙的悲剧。

因此，我对所谓的微商专家心存芥蒂。而有幸同王易兄弟几次接触之后，我又改变了对微商专家的认知。确实，还是有一批人，对于微商能够拥有清醒的认识，并从实践中得出真知。因此我勉励王易要“常怀商人之雄心，不失文人之风骨”！

出一本书并不难，出一本好书却相当难，出一本实用性的教科书更是难上加难。没有成型的理论、系统的思维、亲身的实践、反复的求证，根本写不出这样一本书。一本书无法改变世界，却有可能改变一群人的世界观。

传说中，张良得到黄石老人的一本兵法，熟读之后，立刻胸怀天下，运筹帷幄。对于王易的新书，我觉得离这样的神奇还有一些距离，但对于如何重新认识微商、如何把微商做得更好，应该会有莫大的帮助。

最后，借用一下座山雕的口气真诚地说一句：一个字，这是本好书，值得一看！

《中国美妆》杂志出品人、中国百货商业协会化妆洗涤用品分会秘书长

桂绍元

## 前言 微商，因连接而美

目前用户常用的“摇一摇”和“扫一扫”以及类似的行为，都是把手机变成了手的延伸。在未来，随着时间和市场的变化，微信还会连接更多的东西，微信将变成高度抽象的信息处理系统，然后分发给需要信息的所有单元，如人、企业或者物品。

——张小龙

“(微店)里面大量的用户都不是过去从事电子商务的卖家，但是他们用手机、互联网很简单拍一个照、写一个价钱就可以做微店了。他的朋友转来转去，这样就可以使信息触达，所以叫微店、微商，很有意思。这个才刚刚起步，希望很多合作伙伴去做。”

——马化腾

自2011年年初微信横空出世，语音、图片、视频等各种功能更新换代，微信迅速进入人们视野。随着微信持续走热，打开微信朋友圈，家电、鞋子、衣服、化妆品、干果、自制蛋糕、外送美食，各种商品应有尽有，本用来交流朋友情感、了解亲朋近况的微信朋友圈，俨然成为一个网络大卖场。于是乎，你看见用于情感社交的“朋友圈”，有了“生意圈”的苗头。加之其他社交媒体的兴起，微商应运而生，它将传统方式与互联网结合，打破区域限制，移动性地实现销售渠道，这成为了微商最大的优势。

### 学习篇

有人说，淘宝花了十年，才发展了不到1000万的卖家，而微商，仅用了一年就有超过1000万人卖家。据初步统计，目前微商从业者已破千万！大型微商团队多达百万人，各级代理数量叠加过千者也很常见，月入百万的微商案例更是层出不穷。正是因为微商无租金无压货，相对实体店价格便宜很多，导致家庭主妇、



开实体店的小店主、想兼职赚钱的上班族都能跨过微商这道门槛，在微商领域一试身手，而且不少人似乎都收获颇丰。正是如此，越来越多的个人或者实体店企业纷纷加入微商的大军。

微商，究竟是什么？对你而言，你可以理解为通过微信的连接，实现你与朋友的连接，实现你与产品的连接，通过朋友的分享，进而在他们有需求的情况下产生交易。有人说，微商始于2013，兴于2014，必火于2015！其实，我倒不这么认为，我认为对于从事微商的你说来，懂得连接人、连接友情、连接商品，你就是个好微商。

微商，简单吗？记得张小龙在一次谈交互时表示，极致的用户体验就是自然。

他说：只有对“极简”有反复体验和思考，才能将“简单是美”变成骨子里的审美观，并体现在设计中。我一直强调微信是个有温暖有人性的地方，你越懂人性，越懂社交，越懂简单，让用户看你的东西的时候感觉自然、简单，用户就会越喜欢，用户喜欢就会分享，甚至购买，进而产生口碑传播。

微商，神秘吗？其实微商并不神秘，应该这么说，微商只是社交电商的一部分。手机和微信的普及已经形成了一种狂热的电商潮，与此同时，微信也成为在线购物的重要工具。我们知道，微信不仅仅是一个即时通信软件，它还能够进行支付和转账。用户只需要将银行账户与微信账户连通就能够进行在线交易。此外，由于微信的功能通常运用在好友之间，这也增加了它的可信度。如此这般，也催生了不少创业者从事微商。据麦肯锡公司的研究显示，2014年，上千位电商通过微信建立起50到100人的微信群，并借此向朋友们销售不同的商品，包括有机食品和衣服，由此实现他们的微商梦。

微商，究竟怎么做？微信等移动互联网社交媒体平台打破了实体圈层之间的空间限制，为商品的推广与转化提供了可能。在这种情况下，微商模式大量出现。我们知道，电商时代追求流量和入口，无论是PC时代还是APP时代，都要追求流量导入，追求不断拉新客户，追求成为入口。但社交购物的微商时代，游戏规则变了，追求的是关系深度，你不一定要有太多的客户，而是要将粉丝、用户的关系做深，维系老客户，提升购买频率，能够形成持续的购买。这时候做人的关系是核心，维护老客户是核心，提升复购率是核心。

微商，究竟怎么卖产品？我曾经写过一篇文章——《微商忘记卖货，就对了》。当你通过微信或者其他社交平台销售产品的时候，你必须明白：你与朋友怎么相处，与自己的顾客就要怎么相处。其次，要有用户思维，想想朋友们能否从你这

里获取价值，想想朋友们会怎么想。最后，要有平台思维，你要知道人是个体，但你包容、你给别人机会，就是在建立无形的平台。要把自己当成一个平台，让彼此参与直到发生关系。

易观智库发布的《2014年微信购物发展白皮书》显示，2014年中国移动购物用户规模突破3亿，增长速度超过35%。2015年移动购物的交易规模将接近10万亿，增长率达到270%。“社交+电商”俨然已经成了各家企业突破发展瓶颈的新方向，随着微信的不断优化发展，微商将会成为重要的社交电商入口。

随着从事微商的人员不断增长，我们必须知道，微信实现人与人的连接，人与物的连接，人与商业、娱乐的连接……摇一摇电视完成了电视和人的双向互动、扫一扫连接了线下实体商业，这让我们看到微信连接一切的力量所在。所以有人问我“如何做好微商”，我只想说，**做好连接人的对接，你就能做好微商。**

当然，从事微商并不是一件容易的事。因为微商不是天天挂在嘴巴上说出来的，而是做出来的。

## 感恩篇

微商，请不要哭泣！因为你是坚强的。2014年，你刚从事微商的时候，你面临家人的不解，朋友的不解，你们之间有太多的误会。没人看到你在黑暗的角落偷偷擦拭眼泪。有人说从事微商是为了赚钱，有人说从事微商是为了草根逆袭，有人说是为了实现梦想。我曾经见过好多90后在分享微商经验的时候，一上台就泪流满面，原来我以为我是坚强的，结果我依然眼角闪烁着泪光。最近感慨比较深，参加活动的时候，我总是在偷偷哭泣，不是我脆弱，是因为微商很坚强。我见过一幼儿园的老师，由20个粉丝起步，现在年收入破千万，我见过无数的微商，他们为了实现梦想，总是坚强的。无论你在哪里，无论你通过微商卖的是什么，我都跟你说声“佩服”，你的坚强，让你走到了今天。

微商，请不要哭泣！因为你是幸福的。我见过一个宝妈，孩子很小，但为了实现自己的微商梦，忘记了什么是家，忘记了赚钱是什么，只是为了梦想。我见过一个单亲的妈妈，如今成了成功的微商，她说她是幸福的，因为她实现了自己的梦想。她说，很多人活着，一辈子无法实现自己的梦想，但是她做到了。我见过我原本以为脆弱的女生，在做微商的时候竟然可以在哭泣后笑着说，我是幸福的，因为他们做到了自己原本以为不可能的事情。

微商，请不要哭泣！即使你是孤独的。微商就是一个熬的过程，不要怕麻烦，

每天进步一点点，日积月累之后，你会庆幸当初的坚持。微商最看重的就是执行力！或许有的新手小伙伴现在不了解，但是过了这个坎，你会得到你想要的！还是那句话，你的付出和回报一定是成正比的！

微商，请不要哭泣！即使你是浮躁的，甚至是急躁的。因为你想在第一时间把产品卖出去，所以你急了。我见过不少的微商，因为做了产品的代理，一个月没出货，结果哭了。后来因为坚持，走到了今天。我应该为大家鼓掌。

微商，请不要哭泣。尽管无数人不懂你，但是我能看到你的泪水。因为我们都是微商。最后，感谢你的支持。

值得一提的是，本书得以呈现在各位面前，要感谢微信团队不断地完善、规范微信的生态，还要感谢机械工业出版社副社长李奇先生及编辑杨福川先生、孙海亮先生的耐心指导。感谢《中国美妆》杂志出品人桂绍元先生。当然，还要感谢从事微商的你。

最后，特别感谢正在看这本书的你，你的支持与认可是我前进的动力。但是由于时间的关系，本书难免存在不足之处，还请各位多多见谅！

王 易

# 目录

赞誉

序 微商先遣图

前言 微商，因连接而美

## 第1章 重新认识微商 // 1

- 1.1 微商的8大错误认识 // 1
  - 1.1.1 微商 = 刷屏卖货 // 2
  - 1.1.2 微商 = 代理 // 4
  - 1.1.3 微商 = 商 // 6
  - 1.1.4 微商 = 囤货 // 7
  - 1.1.5 微商 = 微信 // 8
  - 1.1.6 微商 = 粉丝经济 // 9
  - 1.1.7 微商 = 没有保障 // 9
  - 1.1.8 微商 = 以假乱真 // 10
- 1.2 微商的4大特点 // 11
  - 1.2.1 去中心化 // 11
  - 1.2.2 去流量化 // 11
  - 1.2.3 去品牌化 // 12
  - 1.2.4 社交属性 // 12
- 1.3 微商的5大特性 // 13
  - 1.3.1 深度营销 // 13
  - 1.3.2 信任管理 // 14
  - 1.3.3 圈层 // 14
  - 1.3.4 直复营销 // 15
  - 1.3.5 体验经济 // 15
- 1.4 微商的7大商业价值 // 16

- 1.4.1 门槛低下 // 16
- 1.4.2 裂变 // 17
- 1.4.3 主动式营销 // 18
- 1.4.4 信任成交 // 19
- 1.4.5 交易方便 // 19
- 1.4.6 传播快 // 20
- 1.4.7 转化率高 // 21
- 1.5 微商的9大商业模式 // 21
  - 1.5.1 微商 B2C 模式 // 22
  - 1.5.2 微商 C2B 模式 // 22
  - 1.5.3 微商 C2C 模式 // 22
  - 1.5.4 微商 O2O 模式 // 23
  - 1.5.5 直销模式 // 24
  - 1.5.6 电购微商模式 // 25
  - 1.5.7 社会化分销模式 // 25
  - 1.5.8 微商 F2C 模式 // 26
  - 1.5.9 混合模式 // 26
- 1.6 微商赚钱的7大模式 // 27

## 第2章 微商思维：赢在微商 // 30

- 2.1 微商生态的6大特点 // 30
  - 2.1.1 品牌人格化 // 30
  - 2.1.2 品类非标化 // 33
  - 2.1.3 产品平台化 // 34
  - 2.1.4 渠道多维化 // 34
  - 2.1.5 营销人人化 // 36
  - 2.1.6 营销本地化 // 37
- 2.2 微商思维的8大核心 // 38
  - 2.2.1 产品思维 // 38
  - 2.2.2 社交思维 // 40
  - 2.2.3 信任经济 // 42
  - 2.2.4 分享思维 // 43
  - 2.2.5 媒体思维 // 45

- 2.2.6 团队思维 // 47
- 2.2.7 圈子思维 // 49
- 2.2.8 存量思维 // 49
- 2.3 微商思维的 5 大表现形式 // 49
  - 2.3.1 自媒体 // 50
  - 2.3.2 社群经济模式 // 53
  - 2.3.3 朋友圈 // 54
  - 2.3.4 微信公众平台 // 55
  - 2.3.5 社会化营销 // 55

### 第 3 章 微商 3 分钟速成秘诀 // 57

- 3.1 一分钟学会朋友圈装修 // 57
  - 3.1.1 个人微信号取名技巧 // 57
  - 3.1.2 微信头像设置法则 // 59
  - 3.1.3 微信号两大法则 // 60
  - 3.1.4 个性签名 // 60
  - 3.1.5 朋友圈封面 // 61
- 3.2 一分钟学会微商朋友圈运营技巧 // 61
  - 3.2.1 微商内容引人入胜的 11 个法则 // 62
  - 3.2.2 朋友圈用词 6 大技巧 // 65
  - 3.2.3 微商发图的 5 大法则 // 66
  - 3.2.4 微商内容发布的黄金时段 // 68
  - 3.2.5 轻松制作朋友圈中的九宫格图片 // 69
  - 3.2.6 善用微信群发助手 // 69
  - 3.2.7 利用微信备注功能对用户进行分组管理 // 69
- 3.3 一分钟学会加粉的 13 种简易技巧 // 69
- 3.4 玩“赚”微商的布局及规划 // 71
  - 3.4.1 微商自我定位的 6 大技巧 // 71
  - 3.4.2 微商选品的 7 大技巧 // 73

### 第 4 章 微商增粉速成秘籍——涨不停的粉丝 // 76

- 4.1 文库式引流 // 76
  - 4.1.1 百度文库引流的 7 大技巧 // 76

- 4.1.2 豆瓣引流的 5 大技巧 // 79
- 4.1.3 豆丁引流的 4 大技巧 // 82
- 4.1.4 百度经验引流的 3 大技巧 // 84
- 4.1.5 电子书引流的 3 大技巧 // 84
- 4.1.6 云存储引流的 3 大技巧 // 86
- 4.2 问答式引流 // 87
  - 4.2.1 百度问答及其他问答技巧 // 88
  - 4.2.2 好搜谈谈 // 90
  - 4.2.3 知乎引流的 6 大技巧 // 91
- 4.3 搜索式引流 // 93
  - 4.3.1 结合百度搜索风云榜造软文 // 93
  - 4.3.2 微信头条 // 94
  - 4.3.3 微信搜索 // 98
  - 4.3.4 百度图片搜索 // 101
  - 4.3.5 微博搜索的 3 大技巧 // 102
  - 4.3.6 QQ 空间搜索 // 107
- 4.4 交友式引流 // 107
  - 4.4.1 QQ 引流的方法 // 107
  - 4.4.2 QQ 群推广的 15 种方法 // 109
  - 4.4.3 朋友网 // 113
  - 4.4.4 QQ 空间引流 30 招 // 115
  - 4.4.5 微博增加粉丝 // 119
- 4.5 分类信息引流 // 122
- 4.6 APP 引流 // 125
  - 4.6.1 社交类 APP 引流 // 125
  - 4.6.2 购物类 APP 引流 // 127
  - 4.6.3 电台类 APP 引流 // 131
  - 4.6.4 女性工具 APP // 135
- 4.7 媒体平台类 // 137
- 4.8 贴吧及论坛 // 139
  - 4.8.1 百度贴吧 // 140
  - 4.8.2 论坛引流 // 141
- 4.9 微视频营销 // 144
- 4.10 微信导航站 // 148

- 4.11 展示性引流 // 150
- 4.12 微信引流 // 151
- 4.13 阿里系引流 // 152

## 第5章 微商自动成交密码 // 154

- 5.1 微商产品销售密码 // 154
  - 5.1.1 微商产品销售规划 // 154
  - 5.1.2 微商市场调研的5大技巧 // 157
  - 5.1.3 微商产品销售的11个步骤 // 158
  - 5.1.4 微商打造信任的5大法则 // 160
  - 5.1.5 微商利润最大化营销法则 // 162
- 5.2 微商自动成交技巧 // 166
  - 5.2.1 微商自动成交的7大秘诀 // 167
  - 5.2.2 微商快速成交的7大步骤 // 171
  - 5.2.3 新手成交第一单的5大技巧 // 175
  - 5.2.4 微商成交失败的核心因素 // 176
- 5.3 朋友圈消费行为学 // 178
- 5.4 微商成交倍增的方法 // 181
  - 5.4.1 微信客户转化率的5大要素 // 181
  - 5.4.2 微商提升传播率的3大要点 // 184
  - 5.4.3 微商广告成交的5大技巧 // 185
  - 5.4.4 微商转介绍业绩倍增的6大技巧 // 189
- 5.5 微商快速成交话术手册 // 191
  - 5.5.1 微商成交话术规划的5大技巧 // 192
  - 5.5.2 微商成交话术实战手册 // 193
- 5.6 微商不成交破冰术 // 195
  - 5.6.1 微商“考虑”成交的10大技巧 // 195
  - 5.6.2 微商“嫌贵”成交的4大技巧 // 198
  - 5.6.3 微商“便宜”成交的8大技巧 // 200
  - 5.6.4 微商“不要”成交的12大技巧 // 202

## 第6章 微商代理与分销技巧 // 207

- 6.1 微商代理，这么做才赚钱 // 207



- 6.1.1 微商代理的 7 大模式 // 207
- 6.1.2 微商代理层级设置 4 大技巧 // 209
- 6.1.3 微商代理的 10 大误区 // 212
- 6.2 微商招代理的技巧 // 214
  - 6.2.1 微商招代理的步骤 // 214
  - 6.2.2 微商代理产品的 3 大原则 // 215
  - 6.2.3 新手微商选团队的 5 大技巧 // 215
  - 6.2.4 新手微商招代理的 6 大技巧 // 216
  - 6.2.5 企业微商招代理的 8 大技巧 // 219
- 6.3 微商代理成功的法则 // 220
  - 6.3.1 微商代理成功的 6 大法则 // 220
  - 6.3.2 微商代理管理 4 大法则 // 222
- 6.4 微信分销的核心：激活用户 // 223

## 第 7 章 解密微商团队管理要诀 // 230

- 7.1 微商团队管理基本功 // 230
  - 7.1.1 微商团队规划 // 230
  - 7.1.2 微商团队防止逆向选择的技巧 // 237
  - 7.1.3 微商团队员工冲突的解决方案 // 240
  - 7.1.4 微商团队消极的解决方案 // 243
  - 7.1.5 如何防止代理自己做品牌 // 245
  - 7.1.6 微商团队业绩下滑的 7 大因素 // 246
- 7.2 微商团队管理的 6 大难点 // 248
- 7.3 建设微商高效团队的 7 大技巧 // 249
- 7.4 微商团队运营的核心 // 252
  - 7.4.1 团队运营的 3 大劣习 // 252
  - 7.4.2 四个运营核心 // 253

## 第 8 章 如何成为微品牌创始人 // 255

- 8.1 微品牌 // 255
  - 8.1.1 微品牌的 3 大价值 // 255
  - 8.1.2 微品牌产品炼金术 // 256