

著名主持人“村长” 李 锐
超级畅销书作者 王 易

杨赵进 编著

鼎力推荐

微商之道



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

微商之道

杨赵进 编著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书是关于微商领域的实战之作,从微商运营的现状、误区、商业模式、吸粉、成交、营销、自媒体以及社群等方面,全面地讲解了微商的实战经验。具有系统性和实操性,从理论与实践的不同角度充分地阐述了微商的全新玩法。全书共7个章节,从微商现状、机遇、不成功的原因、最新玩法、产品、成交和成功案例,全面讲解了微商必须具备的知识。从而让微商在成长过程中少走弯路,尽快掌握微商运营的精华所在。

图书在版编目(CIP)数据

微商之道/杨赵进编著. —上海:上海交通大学出版社,2015

ISBN 978-7-313-13369-4

I. 微... II. 杨... III. 网络营销 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第157855号

微商之道

编 著:杨赵进

出版发行:上海交通大学出版社

地 址:上海市番禺路951号

邮政编码:200030

电 话:021-64071208

出 版 人:韩建民

印 制:常熟市大宏印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:6.625

字 数:134千字

版 次:2015年7月第1版

印 次:2015年7月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-313-13369-4/F

定 价:38.00元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:0512-52621873

名人推荐

微商在短短两年时间内,发展非常迅速,成就了很多草根创业者,90后的你很不错,走在互联网时代的前沿!鼎力推荐!

——村长李锐(著名主持人)

微商造就了一大批年轻人的财富传奇,本书从一个90后从业者的角度,解析了这些传奇故事背后的秘密,并对微商的未来作出进一步的思考和探索!

——云灯(中国云商协会会长)

《微商之道》是一个90后的梦想,阐述了微商的新玩法及创新模式,推荐大家品读!

——孔剑平(中国社群联盟发起人)

微商解决了无数人的生存之道,提供了无数人的创业之道,改变了无数人的生活之道,造就了无数人的成功之道。《微商之道》,一起学习!

——管鹏(K友汇发起人,嘉诚优品副总裁)

经过一番洗礼，微商开始回归本质。品牌化、系统化、社群化趋势渐显，每个成功的微商案例背后都有其内在逻辑，并不是随随便便能成功。《微商之道》，从一个 90 后的视角去解读微商，理论与实操兼具，想做好微商必读，推荐阅读。

——勤劳农哥(华南六少联合创始人，农友会创始人)

《微商之道》阐述了微商红利期以后的方向，让微商有了风向标。“道”就是微商的指挥棒，相信这本书会让你在微商道路上少走很多弯路。

——孙国强(《微商是怎样炼成的》作者)

微商：这梦想，不休不止。

谁说这是平常的一天？在每个夜晚，都有你忙碌着与你的粉丝交流的身影。你几乎每天都会去构想你的微商之路要如何走得更好。其实不止是你，你有无数个微商朋友也守候在手机旁边，一边聊，一聊笑，一边经营。其实有时候你连心也疲倦了几分，但你依然，依然轻轻地叹着，却终究微微地笑了……

这是一个收获祝福的日子，要赶紧抹去浮尘，擦亮梦想。《微商之道》一书从微商发展史，微商的机遇入手，先分析微商不成功的原因，再去剖析微商的全新玩法、微商如何选择产品、微商如何成交，让我们看到一本关于微商不一样的书。

走在微商的路上，这是你的光荣之路。你的付出，总会有人为你鼓掌。尽管无数人徘徊在从事微商的路上，但我们依然期待有更多的普通人，把微信当成事业，把微商当成一种职业。倘若如此，这是微商的幸运。只要你致力于参加推动微商的发展进程，这一年就是你微商的光荣之路。

走在微商的路上，这是你的甘苦之路。我们难以忘记从事微商给你带来的快乐，难以忘记你第一次成交之后的喜悦，也难以忘记种种的理解与不理解。

走在微商的路上，这是你的幸运之路。无论你是何种角色，都不要被历史的大潮淹没，或者被冲刷去你的独立存在。至少你要在大时代中做个坚强的小人物，在狂欢夜中做个自由的舞者。加油，

序

每个怀揣梦想的微商人。

我知道,不是每一天,每一个人,都可以闪出光亮。不是每一天,每一个人,都可以热烈燃烧。但是很多人正在通过微信或者其他社交工具,慢慢释放着自己的人格魅力,让它无声地生长,直到更多的人闪出光亮,更多的人热烈燃烧。让我们再次上路,做一个珍惜粉丝的微商。所谓待人如己、言之无文,行之不远,我们更期待你能在微商的路上找到属于自己的微商之道,从而做一个成功的微商。中国梦,微商梦,这梦想,不休不止!

王 易

《微信,这么玩才赚钱》作者

微信自 2011 年推出至今已有四年多的时间,用户从 0 达到了近十亿级,让很多人不禁为微信“点赞”。

有人的地方就会有生意,有流量的地方就会有交易。从 2013 年开始,一些之前在空间、微博等其他社交媒体上销售产品的商家开始看好微信并且通过微信来销售产品。到陆陆续续有俏十岁、思埠、韩束等品牌企业进军微商,并且销售额都达到了上亿级别,“微商”二字似乎瞬间在互联网界炸开了,无人不知微商,无人不晓微商。

在十二届全国人大二次会议开幕式上,李克强总理在作政府工作报告中多次强调电子商务,分别提出了要“鼓励电子商务创新发展”、要“加快电子商务等新议题谈判”等。同时马化腾也表示:微商,很有意思,希望更多合作伙伴去做。这些无疑宣示着 2015 年将是微商发展的元年。因为微商门槛低,风险小,方便快捷。不管是大学生还是上班族都可以进行尝试,一部手机就可以实现与用户交流,了解用户的需求。

我也是一位微商实践者,从给企业做营销策划、平台搭建、教育培训再到成为微商导师、微商品牌操盘手。最大的感触就是微信给了很多人创新创业的机会。微信让我们结识了一群志同道合的朋友,让我们的视野更加宽广。

2015 年 3 月受上海交通大学出版社约稿,让我写一本关于微商的书,我毫不犹豫地答应了,因为经过几年时间的沉淀,拥有了丰

前言

富的素材以及感悟。《微商之道》的撰写更是在笔下一气呵成。这本书是我的一个梦,也是很多人所期待的梦!

这是一本阐述微商现状及微营销最新玩法的一本书,里面也是我多年微营销实操经验的精华。希望能够帮助更多的微商创业者,在从事微商途中少走弯路,使得微商运营变得简单!

这本书的出版首先必须感谢我的家人、朋友以及进友会所有的梦想赞助者!有了你们的支持,才使得《微商之道》能够顺利出版!

感谢中国云商协会云灯会长以及林逾凡常务副秘书长、郭建中副会长等人。我作为中国云商协会的一员,在本书撰写过程中,得到了他们的指导和帮助,在此深表感谢!

还要感谢上海交通大学出版社的所有编辑,有了他们的付出,才能让我的作品得以出版!

最后要感谢每一位读者,同时也希望各位在阅读中受益的时候将此书分享给身边更多的朋友!如需进一步与我交流,可添加本人的微信号:yangzhaojin88;公众平台:杨赵进。由于本人第一次写书,时间也较仓促,如有不足之处也请各位提出宝贵的意见,谢谢你们!

杨赵进

2015年3月写于深圳

第1章 微商发展史	1
1.1 2013年微商基本状况	1
1.2 2014年微商发展趋势	2
1.3 2015年微商发展方向	4
1.4 微商随着时代的变迁	8
第2章 微商带来的机遇	11
2.1 草根创业	11
2.2 微商服务	11
2.3 个人品牌	12
第3章 微商不成功十宗罪	14
3.1 微商不成功的第一宗罪太懒惰	14
3.2 微商不成功的第二宗罪没方法	15
3.3 微商不成功的第三宗罪没粉丝	15
3.4 微商不成功的第四宗罪没团队	16
3.5 微商不成功的第五宗罪没定位	16
3.6 微商不成功的第六宗罪没客户	17
3.7 微商不成功的第七宗罪没产品	18
3.8 微商不成功的第八宗罪没品牌	19
3.9 微商不成功的第九宗罪没互动	19

目 录

3.10 微商不成功的第十宗罪没坚持	20
第4章 微商全新玩法	22
4.1 微商之路	22
4.2 回归微商本质	27
4.3 微商必备的八大思维	34
4.4 微商如何快速从0到1	36
4.5 常规加粉实用37招	39
4.6 微商如何玩转社群	72
4.7 微商如何招募代理	83
4.8 微商团队如何打造	86
4.9 微商如何打造个人品牌	89
4.10 微商自明星	105
第5章 微商如何选择产品	115
5.1 选择产品的八大原则	115
5.2 打造爆品的十大核心	120
5.3 微商如何挖掘产品八大卖点	127
第6章 微商成交篇	133
6.1 打造无敌销售文案	133

6.2	微商“恋爱”式成交四部曲	143
6.3	微商绝对成交六部曲	151
6.4	微商活动营销四部曲	158
第7章	成功案例展示	171
案例1:	歌丽诗 O2O 众筹实体店成长之路	171
案例2:	小 C 颠覆传统微商模式	174
案例3:	O2O 模式助喜尔康智能家居线上线下齐发展	180
案例4:	“加倍美丽”不同寻常的微商之路	182
案例5:	微水开启社交营销之路	184
案例6:	B365 酵素第一品牌,缔造保健美容新传奇	186
案例7:	赫斯佩儿教你玩转社群经济	188
案例8:	瑞丰堂颠覆传统微商模式	190
案例9:	一米儿童守护星的微商之路	192
附录	《微商之道》众筹参与者梦想榜	197

第1章 微商发展史

1.1 2013年微商基本状况

微商起源于2013年,兴于2014年,爆发于2015年。2013年,微商最先起源于一些用户在朋友圈里分享一些自己购买过的产品,分享之后马上就有朋友来问价格、哪里买等问题,其实这就是朋友之间的信任背书,我可能不相信卖产品的人,但是我相信我朋友,因为我跟我朋友很熟,之间有信任。当发现好用的化妆品或奢侈品,朋友亲身体验并且分享出来的产品,我们的消费冲动就会更大一些,因为信任,所以简单。慢慢的一些在QQ空间、微博里销售产品的商家开始进入微商,主要以服装、饰品、A货为主,基本以个人化运作为主,团队化的很少。

真正带动微商的是“俏十岁”做微商的成功案例,引起了很多商家的注意。“俏十岁”无疑是2013年最火爆的微商案例。“俏十岁”于2013年初正式进入市场,一年之后销售额高达2个亿。当时“俏十岁”处于试水阶段,2亿的销售额出乎创始人武斌的意料。“俏十岁”主要是依靠免费赠送面膜引爆了产品的裂变式销售,通过免费赠送面膜给周围的朋友使用,客户感觉产品品质好,体验效果非常佳,然后朋友传朋友,在短短的几个月内迅速爆红朋友圈,因为拿人手短,你免费拿了别人的产品,并且效果好,帮别人分享、宣传一下是很正常的事。当然产品品质好是“俏十岁”致胜的关键点,“俏十岁”的产品见效快,让消费者能迅速见到效果,所以用户愿意去购买、愿意去分享给身边的朋友使用,品质好

是营销的基石。“俏十岁”的案例,让很多商家知道朋友圈的力量是很大的,微商是有前景的,于是越来越多商家开始琢磨着手成为微商。

1.2 2014 年微商发展趋势

2014 年上半年伊始,很多微商开始在朋友圈卖奢侈品 A 货,并且销量还可以,因为年轻人有这个需求点,买正品又太贵,A 货在质量和价格这块还是比较能使人接受的。在卖 A 货潮流之后,一些做化妆品的商家开始陆陆续续进入微商,他们发现面膜、化妆品等日常快消品的利润更大,而且重购率更高,也是女性的必需品,所以 2014 年中旬开始面膜、化妆品成了微商圈的爆品。朋友圈天天可以看到微商在“贴面膜”,有一句话非常的火:“面膜贴得早,老公回家早!”经过了市场的验证微商看好化妆品这块市场,一些微商开始与小品牌厂家合作,并从无团队状态逐渐发展为团队运作。抱团运作肯定比单打独斗发展要快得多,由于团队的裂变非常快,微商在这一时期快速发展。

正是由于市场的火爆,一些做假货的商家也开始混入了微商,打着擦边球抢占市场。很多产品的品质、品牌信誉、销售渠道、管理经验等出现了问题,微商圈变得非常混乱,出现了假货、传销、给钱不发货等问题。人们对微商的看法是:刷屏、广告、传销等,非常不看好微商,甚至传出一些“微商必死”,“缓期执行”之类的消息。还有一个重大问题就是很多代理手中囤了大量产品,产品最终都没流到消费者手上去,这也形成了一种假象:厂商产品销量很大,但是实际上产品一直在代理商手中轮流转,没有到消费

者手上去。很多人怀疑,微商这样下去还能走多远,经过种种问题之后一些微商开始会根据自己的需求理性囤货,不会盲目地大量囤货。

2014年下半年开始很多化妆品公司进入微商领域,类似韩后、韩束、幸美等大型品牌,这些大型品牌大多数是依靠明星代言、线下举办各种微商大会,然后依靠明星、微商大咖助阵,进而吸引大量微商过来参会。由于品牌本身有了一定的知名度,再通过各种高大上的活动造势,品牌很快就在微商圈打开了。2014年韩束做了10多亿元的销售额。大量品牌进入微商,并且做得如火如荼,另外很多非微商人员感到很惊讶,微商市场原来这么大。人们对微商的看法慢慢有了转变,开始慢慢接受微商的发展,抵触心理没有那么强烈了。尤其是在年底举办的各种微商大会,邀请各种微商大咖、明星助阵,把微商更是炒得红红火火,并且一些微商大咖也开始做微商产品。微商从业人员也开始越来越有激情,看到了微商的希望和前景。

在过去2014年短短8个月的时间里思埠通过微信,完成了一次“屌丝逆袭”,从最早公司只有3个人,一间不足10平米的小车库,到现在拥有思埠大楼,全国百万计的代理团队,2014年思埠创造了微商奇迹,年销售额达到了20亿元。2014年,思埠已经成为国内顶尖的微商企业之一,面膜通过网络、微信销售创造的“奇迹”。思埠为何能做得这么成功呢?

(1) 当微商这个新生事物诞生时,大部分人抱着怀疑、观望的态度,这时思埠已经开始着手做了,走在了微商时代前沿。所以说

思埠抓住了微商的最早的红利期,抢占了微商的先机,使思埠成为微商最大的品牌。思埠早期抓住了一批渴望创业的年轻人、大学生、屌丝,思埠给草根创业者带来了很多的机遇和财富,帮助他人就是成就自己。

(2) 吴召国之前在做电商时,就对自媒体、微博、微信这块有所探索,摸清了一套微商运营模式。拥有了这块基础之后快速进入并抢占了微商市场。所以说有一个懂微商玩法的领头人是非常重要的,他能够带你把握方向,带你前进。

(3) 团队化运作早,思埠团队化运作的时候,一些其他品牌还没意识到团队化运作的重要性,很多还处于单打独斗的零售阶段。再加上思埠团队那种“拼命”的精神,吴召国说他和他的团队每天都要工作近 20 个小时,正是用这种“拼命”的精神,才能帮助思埠的梦想得以实现。思埠的整个发展离不开团队的努力。

1.3 2015 年微商发展方向

经过了 2014 年微商的火爆发展,2015 年进入了全民微商年,微商进入了飞速发展阶段。下面我们来盘点一下 2015 年微商界发生的几件大事情:

(1) 1 月份广州思埠集团入股幸美股份,并且成为幸美股份的最大股东。思埠集团仅仅通过 8 个月的时间就成为面膜销量第一的微商企业,并成为准上市的微商企业,这是在微商界非常震惊的!因为这意味着越来越多的传统企业或电商企业会进入微商分蛋糕。类似韩束、韩后等传统企业进入微商并且创造了微商奇迹,销售额均突破十几个亿。



(2) 2月份微信联合春晚发红包搞得沸沸扬扬,全民抢红包。央视春晚通过微信摇一摇红包当晚实现互动总量 110 亿次,最高峰值实现 8.1 亿次/分钟,出现了人民币交易市场、交易量极大、单



央视春晚
微信摇一摇互动

除夕 20:00—初一 0:48

☐ 春晚微信摇一摇
互动总量达 110 亿次

除夕 22:34

☐ 春晚摇一摇互动出现峰值
达 8.1 亿次/分钟



二零一五·乙未年