



我是微商

月入50万微商修炼笔记

I'M A MICROBOSS

HOW DID I EARNING 500K PER MONTH

.....
华人微商协会核心导师、万人迷微商导师、音媒体第一人首次公开分享自己成长和成功经验，已帮助5000家企业和数百万人走上微商路

从人性出发，道与术结合，从创业思路、品牌打造、信任培养、吸粉、营销、内容、团队、社群、自我学习等9个方面系统总结了微商必备的方法和经验
.....

徐东遥◎著



机械工业出版社
China Machine Press

我是微商

月入50万微商修炼笔记

I'M A MICROBOSS

HOW DID I EARNING 500K PER MONTH

徐东遥◎著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

我是微商：月入 50 万微商修炼笔记 / 徐东遥著. —北京：机械工业出版社，2015.5

ISBN 978-7-111-50031-5

I. 我… II. 徐… III. 网络营销 IV.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 080182 号

我是微商：月入 50 万微商修炼笔记

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：北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

版次：2015 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本：170mm × 242mm 1/16

印张：12.75

书号：ISBN 978-7-111-50031-5

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) 88378991 88361066

投稿邮箱：(010) 88379604

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzjsj@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 草根的逆袭

你是微商？自从我提出这个话题后，很多朋友都在这样问我。朋友们说，你曾经是一个互联网圈子的技术创业者、纯粹的“屌丝”，半年不见你就把微信玩得热火朝天的，还玩手机电台，自己做主播，你的世界我不懂。

我从来没有想到自己的创业之路会因为一个小小的微信发生如此大的转变，让我这个曾经每天干着建网站、做 SEO，简称 IT 民工的草根创业者能够有翻身的机会。

2013 年 5 月刚刚接触微信。那时候我还在一直关注电脑端的网络营销。很多人跟我说现在流行移动互联网营销，大家谈论的落脚点基本都是微信。我觉得微信很简单，反而网络营销更有挑战。因为网络营销需要学习美工、编程，还需要学习网络思维。当时大多数人对微信营销的理解还仅限于新趋势和产品的使用方法，比如，如何去注册微信公众平台，如何去注册微信账号。

终于有一天，我的营销启蒙老师黄佰胜告诉我，移动互联网已经给传统企业带来了非常大的冲击。现在最流行的就是“微营销”这个概念，他让我关注这一领域。

我当时认为微信营销太简单了，就是聊天和转发。但是我的老师告诉我：“你要有自己的地盘，你要做到某个领域的第一，你认为你在网络营销行业能够和谁进行比拼？你能做过那些已经沉淀了 10 年的网络营销培训公司吗？”

我说：“我不能。虽然我的技术水平并不比那些公司差，但这并没有太大的意义。”

老师又问我：“你怎么看待微营销？”

我说：“这个领域很混乱。”

他又问我：“微营销领域有没有人独树一帜？”

我说：“目前还没有，大家都还处在比较冲动的状态。”

老师告诉我：“那么你就大胆地进入这个行业，趁一个行业还没有标准、没有人举起旗帜的时候，你还有机会在这个领域占有一席之地！”

我将信将疑，但老师说的并不是没有道理，于是我深入地去钻研在微信中如何去做销售、如何去做营销。我越研究越兴奋，因为这似乎又让我回到了几年前在玩网络游戏时的虚拟社会，我可以任意地施展自己的个性。现在的社交化的媒体和游戏里的虚拟社会体验差不多，你敢说敢做、有自己的个性，就会非常容易被别人记下来。

我不断地学习，不断地总结，不断地实践。我看到了非常多的人苦苦地追求，也看到了非常多的人找不到方向。很多人问我如何才能加到更多的好友，也有很多人问我怎么样才能够快速地把产品卖出去。我反过来看待这个问题：**如何让陌生人愿意主动加我？如何让陌生人愿意主动买我们的产品？**终于，我悟透了，我兴奋不已。

自从我接触移动互联网，通过手机开始第一次收到钱的时候，我已经爱上了这种创业方式，它让我不再去使用超级复杂的工具，使用现有的手机软件就可以轻松创业。让我不用再去招聘管理团队，我提供价值，粉丝受益，大家就乐意一起玩、一起传播。也让我可以随时随地地利用零碎的时间来创造收益。

2013年9月，我的微信人数仅有两三百人，都是从QQ中导过来的。到现在短短的1年多的时间，我已经通过微信、QQ、手机电台这些现有的互联网工具影响了数百万人，回首1年前，我完全想象不到，自己仅需动一动手指头发布一条信息就能影响数万人，也没想到，不论是我销售自己的产品或者推荐朋友的产品，仅仅一条朋友圈的信息就能有成千上万元的收益。最使我没想到的是，在刚动手写本书时我月入仅有10万元，到本书截稿时，中间仅3个月，月流水已突破了50万元。当然，即使是这样，也仅仅是一个开始。

微商，让很多年轻的小伙伴都有一个梦想，渴望能够自由自在地生活，自由自在地赚钱，大家选择了在微信这个简单的工具中开始做销售，但进来后发现一切并不是那么容易。

微商，小商人、微信中的小商人、移动互联网中的卖家、微信中的商家……不论你怎么理解，社交平台要把产品卖出去，都要靠口碑传播，建造好口碑必须要有好服务，但很多小伙伴踏入微商创业的第一步便透支自己的口碑：刷屏、卖货、被鄙视、被拉黑，方向越走越偏。

一年多的探索让我感受到，做微商就是在销售自己的人格、个性、知识、人脉、圈子。如果我们有了一定的粉丝群体，销售会非常简单，甚至你自己什么都能卖，因为你已经将自己卖了出去。我尝试过在微信中推荐一些自己使用过的不

错的产品，很多朋友会问我在哪里可以买到。我也创建过付费的微信分享群，通过朋友圈推广，在3个月内吸收了近千位付费会员。我帮助了很多微商小伙伴，教他们如何玩转微信，如何通过建立个人品牌吸引微友主动和他交流沟通，通过分享价值让微友主动买他们的产品，甚至成为他们的产品的代理。事实证明：**做微商必须走个人品牌之路。**

有个性、被人关注、受人尊敬，你就可以成为意见领袖，你就是个人品牌，你卖任何产品都是轻而易举的。所以，**初级的微商刷屏，中级的微商做圈子，高级的微商做品牌。**有了圈子、有了品牌，你将会吸引非常多的人关注你，而让陌生人成为粉丝，让粉丝成为你的客户，这才是微商的终极秘诀。

你是微商吗？如果你想通过社交媒体来开发自己的客户、销售自己的产品、建立自己的品牌，那么恭喜你，你马上就是微商了。让我们一起进入微商的世界，共同享受新时代带给微商的机会。

本书就和大家一起探讨与分享，在移动互联网时代，如何做一个好微商，如何通过建立个人品牌吸引其他人主动向你购买产品。本书结合我近15年的网络营销经历、实战方法，将技术成分全部去掉，将众多的营销思维嫁接到现有的互联网社交平台中，从而力求让每一个章节都能给你带来不一样的体会。

我是微商，让我们一起重新定义微商。

目 录

前言 草根的逆袭

第 1 章 人人可行的微商之路 / 起航篇	1
1.1 微商之殇	2
1.2 未来人人皆微商	3
1.3 微商的四重境界	4
1.3.1 好友模式——杀熟	4
1.3.2 代理模式——放大	5
1.3.3 品牌模式——引蝶	5
1.3.4 分享模式——裂变	6
1.4 微商的 8 种创业思路	7
1.4.1 做微商红人收钱收人收心	7
1.4.2 借力网络大号做产品销售	8
1.4.3 作为微商服务的技能专家	9
1.4.4 紧盯行业动态做意见领袖	10
1.4.5 为人民服务做勤劳小蜜蜂	11
1.4.6 混各类圈子做人脉连接者	12
1.4.7 销售自己的经验做自媒体	13
1.4.8 走到线下自建圈子做分享	13
1.5 微商：颠覆传统的销售方式	14
第 2 章 为你的微商品牌添色彩 / 好感篇	16
2.1 快速成为微友心中的明星	17

2.1.1	用好形象直击微友第一面	17
2.1.2	用好故事承载梦想和理念	18
2.1.3	参与活动成为圈子中的明星	23
2.1.4	打造个性标签钉在客户大脑	25
2.1.5	用绝活吸引朋友眼球	28
2.1.6	工作生活多作秀彰显魅力	29
2.2	微商“七伤拳”	30
2.2.1	名字不真实、不易记	31
2.2.2	A货一族的名称	31
2.2.3	随意注册一个账号就开始干	31
2.2.4	漫无目的无节制地群发	32
2.2.5	浪费时间滥加群	32
2.2.6	建了群不管理	32
2.2.7	刷屏式的朋友圈信息	33
第3章 微商成功的关键是培养信赖感 / 关注篇		34
3.1	培养信赖感，我是这样做的	35
3.2	朋友圈信息发布四大要素	36
3.3	微商潜意识营销的12个方法	39
3.4	将陌生微友变成熟人直到成交	51
第4章 微时代最简单的就是增加好友数量 / 吸粉篇		56
4.1	我的1000位天使好友	57
4.2	线上拓展好友的7种方法	58
4.2.1	被忽略的金矿：老朋友召回	58
4.2.2	精准粉丝：QQ群中吸引	59
4.2.3	欲擒故纵：聊天加好友	61
4.2.4	价值引导：网络文章	62
4.2.5	爱来就来：QQ空间签名档	63

4.2.6	处女地：微电台音频吸引	63
4.2.7	简单直接：大号转嫁	64
4.3	线下拓展用户的7种方法	65
4.3.1	信赖感快速建立：参加线下沙龙	65
4.3.2	高端客户圈：参加付费培训	66
4.3.3	四两拨千斤：做见证吸引客户	67
4.3.4	王婆卖瓜：自我推荐增加好友	67
4.3.5	最傻最有效：二维码标贴	68
4.3.6	不要白不要：线下门店经营法	68
4.3.7	顺便留住：包装盒二维码推广法	69
4.4	3个绝招让你的转载分享评论爆棚	69
4.5	小@大作用	70
4.5.1	QQ空间中的@妙招	70
4.5.2	微信朋友圈的@妙招	71
4.5.3	线下沙龙中的@妙招	71
4.6	吸粉的3个终极秘诀	72

第5章 微商营销实战方法 / 绝招篇 73

5.1	“营”的绝招	74
5.1.1	如何抓住微友的注意力	74
5.1.2	如何保持微友的注意力	77
5.1.3	如何塑造产品价值提升客户价值感	78
5.1.4	如何挖掘客户的真实需求直到成交	81
5.1.5	如何成交高端人脉	83
5.2	“销”的绝招	84
5.2.1	“回马枪”销售法	85
5.2.2	“连续剧”销售法	86
5.2.3	有奖活动吸粉法	88
5.2.4	游戏娱乐销售及吸粉策略	89
5.2.5	资源整合销售法	89

5.2.6	树敌式销售法	90
5.2.7	恐吓式销售法	90
5.2.8	微群话题引流法	90
5.2.9	最有效的信息群发	91

第6章 做一个卖“声”的微商 / 内容篇 93

6.1	为什么要做微电台?	94
6.1.1	做电台是可以赚钱的	94
6.1.2	“讲”是一种人生的历练	96
6.1.3	学员们分享他们为什么做电台	97
6.2	从零开始玩转电台	98
6.2.1	下载安装	98
6.2.2	配置审核	99
6.2.3	内容定位	101
6.2.4	推广方案	102
6.2.5	自动增粉	103
6.2.6	学员成果	104
6.3	卖“声”的人讲述: 录制电台的18字口诀	105
6.4	如何做一个有逻辑的电台	106
6.5	录制电台的4个层次	108

第7章 微商团队裂变的秘密 / 团队篇 110

7.1	微商为什么要组建团队	111
7.2	微商如何组建团队	113
7.2.1	标准吸引法	113
7.2.2	设问引导法	113
7.2.3	抱怨放大法	114
7.2.4	“爱、情”激励法	114
7.2.5	工作分析法	115

7.3 微商如何扩大团队	115
7.3.1 胸怀天下，师出有名	116
7.3.2 降服大才，挥金如土	117
7.3.3 招兵买马，开疆拓土	120
7.4 如何增强队员的信心	122
7.4.1 给他事实证据	122
7.4.2 给他语言鼓励	123
7.4.3 改变他的状态	123
7.4.4 谈论他最自豪的事情	123
7.4.5 给他阶段化的目标	124
7.5 团队管理的 3 个要点	125
7.5.1 以钱财养其身	125
7.5.2 以知识养其脑	126
7.5.3 以情感养其心	127
7.6 案例：万人微商团队孵化的过程	127

第 8 章 疯狂的微群 / 社群篇

8.1 意外发现的金矿	130
8.2 不可小瞧的微信群操作技巧	134
8.3 不容忽视的微群文化建设	137
8.4 养群的 10 个秘诀	144
8.5 混群的 5 个步骤和 6 个大忌	147
8.5.1 混群的 5 个步骤	147
8.5.2 混群的 6 个大忌	149
8.6 将线上微群营销模式应用到线下沙龙	154
8.6.1 如何找到合适的线下活动	155
8.6.2 如何将别人的资源变成我们的资源	155

第 9 章 微信红包病毒式口碑营销秘诀 / 引爆篇

9.1 “微信红包”是怎样炼成的？	163
-------------------------	-----

9.2	如何派发微信红包?	165
9.3	微信红包的本质: 钱 + 游戏 + 社交	167
9.4	微信红包营销的 11 个价值	168
9.5	微信红包 10 大营销魔术	174
第 10 章 微商急速成长之路 / 学习篇		180
10.1	5 种最有效的学习方法	181
10.1.1	节约时间成本——付费学习	181
10.1.2	充分利用碎片时间——微群学习	182
10.1.3	让思维快速转动——视频学习	182
10.1.4	一本抵千本——读书神器 kindle	182
10.1.5	养成良好的习惯——随时随地记录	183
10.2	学习不总结等于白学	184
10.2.1	在聊天过程中总结	184
10.2.2	在收集过程中总结	184
10.2.3	在优化过程中总结	185
10.3	推荐一个让你聪明 10 倍以上的工具	186
后记 微商成长轨迹		188
特别感谢		189

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

第1章

人人可行的微商之路 / 起航篇

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

- 1.1 微商之殇
- 1.2 未来人人皆微商
- 1.3 微商的四重境界
- 1.4 微商的8种创业思路
- 1.5 微商：颠覆传统的销售方式

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

中国电子商务的崛起 / 2. 中国电子商务的崛起 / 3

2 我是微商：月入 50 万微商修炼笔记

微信之父张小龙曾说过：“我特别希望，微信能帮助到个人，让个人能发光。一个人只要有一点点想法，就可以有 100 个读者。哪怕一个盲人，只要一技之长，比如按摩，也能通过微信找到他的 100 个顾客而生存下去。那么，这个盲人，也可以有自己的品牌，自己的粉丝群，自己的客户。”

1.1 微商之殇

2013 年，微营销开始红遍全国，大大小小的线下培训像雨后春笋一样冒出来，我去听过一些相关的课程，发现大多数培训公司把微信营销说得神乎其神，将一些歪门邪道的方法搬上神圣的教育讲台，引导学生走低级的错误创业路线。比如，将名人的名字注册成成百上千的微信公共平台，然后发布虚假信息诱导粉丝，有的专门去找微信的漏洞，开发各种软件，据说可以自动定位、自动打招呼、自动加好友。大家听完这些讲师们的渲染，就像找到了一根救命稻草，纷纷开始了微信创业之路，却不知这些方法**已经践踏了道德的底线**。微信团队不断对产品进行升级，修补系统漏洞，不合常理的软件一夜之间就失效了，一些违规的公共平台也经过举报，被一一封杀。

2013 年年底，逐渐出现了一些在微信朋友圈营销的个人微信号。最早通过影响身边的朋友成交，很快被大家认为这是一种非常好的情感式营销。新事物的出现，各类微信朋友圈创业的案例也被各大媒体曝光，由于个人微商的进入基本没有门槛，在朋友圈发布代理产品的信息，就有可能成交身边的朋友。一夜之间，让这种新生的行业形态“个人微商”又一次像雨后春笋般出现。

总有一些浮躁的人希望一夜暴富，没多久，就造成了“满城尽刷朋友圈”的微商，由于每个人的内涵、修养、技能都不同，所以操作的方法和得到的结果也不同。这使我再一次陷入思考，我每天都会遇到这样的提问：

(1) 我没有客源，没有代理，囤了一大批货却只能眼巴巴地看着，我不知道怎么办。

(2) 想尽方法推销产品，但结果还是问得多，买得少，却不知道为什么。

(3) 每天疯狂地加好友，却大多数是同行，不是同行的总会拒绝我们。

(4) 付费找到推广团队，加了一群“僵尸”用户，忽悠了钱就走了，销售却毫无起色。

这些问题不是微信的问题，也不是移动互联网的问题，而是营销和销售的问题。微商，仅仅是在手机、移动互联网、微信这些载体中做营销和销售而已，我们弄清楚这个概念后遇到的所有问题都将迎刃而解。

1.2 未来人人皆微商

有人说2015年微商会死光光，我的观点则截然相反，我认为微商不但不能死掉，反而会越做越好、越做越值钱，未来人人皆微商。未来3至5年，一定是移动互联网的天下，越来越多的人都会抱着手机生活；人在哪里，市场就在哪里，会有更多的人开始注重移动互联网营销，都希望通过手机找到新的创富之路；时代的进步将会倒逼各行各业的创业者使用移动互联网创业，未来人人将都会是微商。

我的学生中有各种各样的人群从事微商。

这里有淘宝商京冠的卖家在寻求转型，她们的年营业额接近一亿元。

这里有曾经做PC端的平台型网站的，他们也转战微商，比如网络订餐通过微信平台下订单。他们在微信中的成交量已经远远大于电脑端的订单数量。

这里有在线下叱咤风云的直销行业总监，他们的团队通过十多年的打拼做到了千人万人，但是这种曾经看似不可超越的神话，被微信小商人三五个月就打破，建立了千人万人的微商团队。

这里有传统行业身价过亿的实体行业大佬，他们依然寻求转型。由于传统行业销售环节太多，利润越来越低，成本越来越高，实体行业已经呈现关门大潮。各种手机软件已经倒逼传统行业关门，美甲类的APP，让美甲店的员工辞职在家通过手机接单上门服务；摄影类APP让很多婚纱摄影店危机重重，恋人们可以通过手机软件在本地到可以拍摄婚纱照的个人工作室，完全架空了高额投资的婚纱摄影楼。传统行业的创业者、企业家们也将目光停在了微信营销中，人人都在窥视一种新型的营销方案，思考转型。

这里有具备二十多年培训经验的专职讲师，他们发现，人们对知识的渴求已经改变了角度，大家对企业管理、市场渠道、系统架构激情已经慢慢淡化了，而对移动互联网的营销知识热血沸腾。

这里有大学生的创业代表，他们的思维非常跳跃，不再去想着做一成不变的

工作。他们在上学期间就已开始通过微信做销售了，月入 10 万~20 万元。

这里也有面对重重困境的创业者，他们发现自己不懂管理，一开张就亏本。但是他们的个人能力超强，选择微信可以让他们没有任何后顾之忧。利用这种低成本的创业方式反而使他们咸鱼翻身。

我们应该怎么理解微营销？任何简单易行，行之有效的营销方式，都可以称为微营销。电子商务是什么？电子是工具，商务是根本；网络营销是什么？网络是平台，营销是王道。微商是什么？做个可以简单赚到钱的商人，一切简单易行，行之有效的营销方式都可以帮助我们赚到钱，故我们都是微商。人在哪里，利益就在哪里，竞争就在哪里。微信只是在这个时代变成了一个载体和平台，将人聚集在了这里。所以，微商并不仅仅是微信商人，更确切地说应该是具有移动互联网思维的商人。未来人人皆微商，让我们大家一起重新定义微商。

1.3 微商的四重境界

我一直告诫自己，做微商，不应一味地想着销售产品，而是应做个人品牌、销售自己，然后通过某一种健康的销售思维模式，做到产品不销而销。其实，要达到这种境界没有那么难，当你真正打通建立个人品牌的“任督二脉”时，一切都简单起来了。那么，什么样的销售思维模式才算是健康的呢？下面我们来具体分析一下。

1.3.1 好友模式——杀熟

一般来说，每个人的微信中都会有 200 个人，而且这些人和我们的关系非常紧密，通常是直系亲属、从小玩到大的朋友、一起上过学的同学、社会中认识的同事和朋友。做微商入门很简单，即使我们刷刷朋友圈，这些强关系的朋友们也会因为我们接触新的事物而感到新鲜，站在对我们的鼓励与信任的角度，他们也会很快成为第一批客户。

我接触过一位妈妈，她告诉我她的女儿上大一，也想着创业，但是因为没有任何经验，于是就采用了最简单的创业方式——从事微商。因为小姑娘一开始没有人脉积累，在微信中向朋友们销售产品很难，所以，孩子的第一个客户就是这位

妈妈。妈妈还到处帮助她做宣传，用她的话说，如果她都不支持还有谁能够给孩子信心呢？可怜天下父母心。

所以，很多新朋友会觉得，做微商太好了，这么快就能卖出去东西产生效益，但是我们同样也要看到，熟人朋友毕竟只有那么多。做任何生意都是从前端筛选出可以成交的客户，所以，当我们开发完身边的准客户时，必须每天吸引更多的人来成为我们的准客户。

好友模式是有“瓶颈”的，假如每个人有500个好友，可能只有5%的转化率（这已经是很高了），当我们身边的好友买完之后，二次消费就变得很困难。所以，微商遇到的第一个“瓶颈”是好友数量不足，于是微商们都会经历疯狂地加所谓“好友”的阶段，但是被加进来的人往往都不是好友，只是陌生人。所以，随着微信通讯录中人数的增多，转化率不断降低，于是大家开始想着做团队，这就进入了微商的第二层境界，即“代理模式”。

1.3.2 代理模式——放大

“代理模式”和传统的渠道经营极其相似，相当于厂家找分销商放大销售业绩。微商对身边的好朋友和用过产品且比较认可的朋友做了一层转化，让这些人成为自己的代理。这时，代理开始将产品卖给她身边的朋友，一时间，做团队的小伙伴们开始批发，代理们开始零售。但是好景不长，代理们会遇到“好友模式”一样的“瓶颈”，身边的好友使用完再卖给谁呢？并且代理们还会比较价格、比较渠道，哪怕是一块两块的差价，都会让朋友之间不能再“愉快玩耍”。这个时候团队就不好带了，这是很多微商领导在建立团队时都会遇到的，也是最头疼的问题，也是微商从业者的第二个“瓶颈”。但是总有一批微商过得比较滋润，这批人对团队伙伴非常好，并且让团队的伙伴非常信赖，这就是第三层境界，即“品牌模式”——引蝶。

1.3.3 品牌模式——引蝶

微商朋友们一定要有这种观念：吸引过来的粉丝比我们主动添加的陌生人质量高很多，主动添加100个陌生人为“好友”，不如被动吸引一个真正的粉丝。优秀的微商身边，总会有这样的代理和客户，哪怕我们的产品比别人贵，也有人愿