

千万微商人必备的微商运营手册

Wechat Business
微商实战
大南 | 著

战 2.0

揭秘微商赚钱之道

 Wechat Business
微商实战 2.0
大南 | 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

微商实战2.0 / 大南著. — 北京 : 人民邮电出版社,
2015.12
ISBN 978-7-115-40843-3

I. ①微… II. ①大… III. ①网络营销 IV.
①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第252544号

内 容 提 要

本书详细阐述了微商产品选择策略、微商核心运营技巧、微商分销体系的建立和维护以及微商团队管理等内容,在业内首次系统梳理了微商实战所需的方法和技巧。

本书主要面向草根微商从业者,同时也适合微商企业和团队管理者,是一本实战和理论兼备的指导书籍。

-
- ◆ 著 大 南
责任编辑 杨 凌
责任印制 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京圣夫亚美印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 12.5 2015 年 12 月第 1 版
字数: 135 千字 2015 年 12 月北京第 1 次印刷
-

定价: 42.00 元

读者服务热线: (010)81055488 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315



推荐序一

作为目前国内流量最大独立博客的博主，我面向的用户群体主要是一些互联网从业者，并且集中在网络营销推广、电商、独立站长等几个领域。自2013年起，我便发现博客浏览者里面微商的占比逐渐多了起来，其中一部分人是由原来的互联网圈的从业人员转型而来的，但更多的则是“圈外人士”。这些微商，有的是全职太太、家庭主妇，也有很多是中小企业的文员、行政——他们的共同特点就是以前接触互联网非常少，现在则对微商这种新兴的移动电商充满热情。

很难用语言来形容那段特殊时期中国移动互联网圈的急剧变化：这个圈子虽然谈不上门槛有多高，但毕竟也会对从业者的学历、积累、能力有一定的要求。但几乎是一夜之间，几十万甚至上百万甚至连互联网是什么都还不清晰的人都挤了进来。他们当中有些人进步的速度特别快，在很短的时间内便完成了从小白到专业人士的过渡。但更多的，则是长时间徘徊在门槛边缘，并且迷茫于互联网的信息海洋，不知该如何做起，也不知道去哪里学习。

早期（甚至到现在）微商行业最突出的矛盾，便是急剧增加的从业者数量和极低的从业者平均专业素质之间的矛盾。由此所造成的，则是微商后来所面临的假货肆虐、朋友圈恶性刷屏等种种乱象。

可以这么说，想要让微商作为一个行业长久、健康地发展下去，一方面我们或许需要像行业协会这样的自律性机构，但另一方面，从业者教育必不



可少。可惜的是，很长的一段时间里，微商虽然引起了主流媒体的关注，但更多的则是无数草根自娱自乐的游戏——在很多人看来，它既然上不得台面，显然也没有资格得到额外的关照。

大南是我认识多年的朋友，也是国内知名的微信营销和微商研究专家。当他跟我说自己想要创办一个专门面向微商、提供免费培训和推广的平台的时候，我是感到特别欣慰的。因为对于微商圈子的人来说，盼望这样的平台已经太久了，而且我也发现业内确实还有人想真真切切地为微商这个行业做点实事。后来，大南的微阔网横空出世，到现在已经成为国内最大的微商教育推广平台之一，从这个角度也可以看出微商行业在学习方面的需求有多么强劲。

而现在，大南又把自己多年研究和实践的经验总结出来，写成这本《微商实战 2.0》，对行业中的人来说则是再一次的福音。和许多类似定位的书籍不同的是，《微商实战 2.0》非常注重实操性和系统性。除了必要的行业分析之外，大部分都是学来马上可以使用的方法和技巧，几乎没有华而不实的内容。整本书几乎涵盖了微商操作需要的方方面面的知识，在系统性上尤为突出。

对于想要了解微商行业的人来说，《微商实战 2.0》可以作为一本很好的普及教育书籍。阅读完它，你就会对微商有一个全面的了解，对这个行业有更为清醒、客观的认识。

对于已经进入微商行业的人来说，《微商实战 2.0》则是一本最佳入门书和参考书。即便你是零基础，按照本书的指导一步一步学习下来，你也能够



迅速成长提高。

最后，再次给大家强烈推荐本书，并祝愿大家的微商之路越走越宽。

卢松松：中国百强自媒体，IT 博客 50 强，个人品牌博客为国内访问量最大的独立博客，著有《出奇制胜——互联网营销完全攻略》一书。



推荐序二

2013年至今，在所有的新兴行业中，微商无疑是最引人注目的一个。短短两年多时间，这个发自草根的行业便以迅雷不及掩耳之势席卷大江南北，对众多国人完成了心智上的初步教育。

根据第三方市场调查报告，微商行业的成交规模已经突破千亿元，行业从事人口也已经突破千万量级。尽管尚未得到公众的广泛认可，但谁都不可否认它已经关系到千千万万人的未来。

和行业快速发展形成鲜明对比的是微商从业人员普遍缺乏专业素质，长时间将微商理解为朋友圈刷屏和加好友。若以这样的理念和方式从事微商，一般很难获得成功，这也是导致公众对微商行业抱有偏见的主要原因。可以说，微商行业想要进一步发展，一个迫切的工作便是提高从业者的专业水平。

大南是国内最早研究微商和实践微商的先行者之一，一方面担任多家大型企业的微商顾问，一方面自身也一直在实践。他对行业的理解，以及自实战中总结出来的操作经验，可以说对从业者来说具有非常宝贵的参考价值。

一本好的工具书，就是能够让零基础的人学习之后也能够获取到很多可以实操的方法，能够让新手减少很多自我摸索和走弯路的过程。具体到微商行业，还要对从业者的理念和价值观起到指引作用。而在我看来，大南的《微商实战 2.0》就是这样的一本好书。



在浮躁的网络时代，很多人抱着“一夜暴富”的心态选择了微信，开始了微商创业。但因为行业的局限性以及到处可见的陷阱，很多人少则屡屡上当受骗，多则倾家荡产。这个时代需要梦想，但梦想需要实干和方法支撑。《微商实战 2.0》，不仅是让你了解微商，更重要的是让你重新调整自己的心态，从一开始就用正确的方式、方法去操作，让未来的路走得更加稳当。

互联网是一个朝阳行业，现在也是一个创业的好时机。而《微商实战 2.0》，就是你微商路、创业路上不可或缺的一本好书。

朱卫坤：中山汇道企业咨询有限公司 CEO，知名自媒体人，乾坤会社群发起人。



自序

因为一直从事传统企业转型互联网的服务工作，笔者一直保持对传统互联网以及移动互联网发展的关注。自2013年起，伴随着微信自身的蓬勃发展，以及各类型支付工具的完善，笔者便发现基于微信这个超级APP，一种新兴的商业形态正在萌芽。

这种商业形态，一开始是以海外代购的形式展开的，最初在微信朋友圈流传，主要也是源自“朋友之间互相帮忙”的初衷。其时，微信虽然尚未成长为如同PC上的QQ这样几乎“一人一号”的统治级应用，但在信息传播方面已经显露出不容小觑的威力。再加上那时一般人的微信好友几乎都是现实生活中的朋友，不存在信任问题，一些做得好的海外代购者很快便发现联系自己的客户数量迅猛增加，仅仅依靠“朋友帮忙”的热情已经很难将这件事情持续下去。这时候，一些人选择了放弃，一些人则开始思考如何商业化地通过微信这个平台运营海外代购生意，而这也预示着“微商”作为一种崭新的商业形态正式诞生。再后来，除了海外代购之外，一些本土的化妆品、零食特产和服装鞋帽厂商也开始切入微商领域。在这些厂商和无数个体小微商从业者的共同促进下，自国内移动互联网普及以来最大的一次商业奇迹正在逐渐诞生。

事实上，什么是微商，市场一直缺乏严格的定义。到目前为止普遍的看法是：只要是通过微信这个平台进行的信息传播以及销售成交，就可以理解



为微商。本质上说，微商属于移动电商的类别，但和其他移动电商不同的是，微商的展示、传播、咨询、成交过程几乎全部发生在微信上，属于微信平台上的“寄生式商业”。在传统电商模式中（比如天猫、京东），你需要开设店铺。而在微商领域，甚至连店铺都不需要了——在诞生的前期，微商最主要的操作模式就是在朋友圈展示商品信息，通过微信的聊天功能进行客服咨询和下单工作，通过微信支付完成交易的闭环，这种微商也就是人们通常所指的“朋友圈微商”。

微信再大，也是一个封闭的生态。此外，移动互联网和传统互联网相比最大的一个问题便是碎片化以及流量的割裂化——在传统互联网时代，通过浏览器这个统治级别的应用以及基于超链接而衍生的网站链接技术和搜索引擎，让信息的传播和获取变得前所未有的简单。但在移动设备上，人们更习惯通过 APP 获取信息和服务，从而导致流量的分散和连接的困难。

基于这样的逻辑分析，在一个封闭的平台上产生的寄生商业应该是很难发展壮大起来的。但事实并非如此，自诞生以来，微商便以迅雷不及掩耳之势发展壮大。2013 年微商从业人数仅数十万，业界承认的成交金额也不超过百亿元。但到了 2014 年，从业人数猛增到数百万，业界可统计的成交金额也突飞猛进至 600 亿元以上。在一年多的时间里，微商便从最初的“草根个体创业”壮大为一个完整的商业生态。到今天，你或许没有在微信上购买过产品，但一定听说过微商，也有很大的概率在朋友圈看到过微商的身影。

笔者认为，微商之所以有如此令人瞠目结舌的发展速度，最主要的原因可归结为以下几点。



1. 微信具备了基础的支撑条件

一开始，微信是作为移动通信社交工具来设计的。后来在自身商业化探索过程中，又增加了朋友圈、微信支付、微信小店等功能。这些功能完备后，微信在自己的生态内已经可以形成交易的闭环，这就为微商的发展提供了基础的支撑条件。

2. 极低的入门门槛

不管是传统行业还是电商，都经过了多年的发展而趋向成熟，成熟则意味着竞争的加剧和门槛的提升。但微商却不一样：

一方面，微商不需要像开实体店铺那样租赁店面和装修，也不像天猫、京东那样需要佣金和保证金、年费。只要有产品、有微信号，随时就可以开展，在资金投入方面的要求非常低。

另一方面，在入门的操作技巧方面微商，也是要求非常低的：低到只要会聊天、会微信的基本操作就可以了。与此相比的是其他行业让大部分普通人都会感到为难的要求：开实体店涉及租赁、审批、装修、消防、工商，每一个都非常复杂且烦琐；就算最简单的淘宝店，也少不了要对店面进行设计，还有直通车的投放等，同样拦住了很多人。

3. 符合中国国情

在一次公开培训的时候笔者曾经戏称“微商之所以如此火爆，是因为中



国有时间但没钱的人实在太多了”，这个观点虽然不够严谨，但中国的人口分布结构和收入分布结构确实造成存在大批这样的人：他们个人时间上比较充裕，有较强的意愿希望干点什么来增加自己的收入。但在过去确实很少有合适的兼职、创业机会适合这批人，直到微商的出现。

只要一部手机、一个微信，找到合适的产品，随时随地都可以卖货，做得好的话收入还不错。这对全职太太、家庭主妇、企业白领、大学学生等中国数目庞大的“有时间而期望提高收入”的人群来说都具有致命的吸引力。

种种原因，最终的结果便是微商在一夜之间成为全中国最火爆的一个名词，移动互联网时代的创富奇迹几乎每一天都在发生。有些陷入困境的传统企业，转型微商之后起死回生，发展壮大。很多年轻人通过微商赚到了人生第一桶金，甚至实现财富自由。互联网的核心精神在于平等，而微商的其中一个精髓，便是不管你的出身、学历、背景，它都能够提供一个相对公平而自由的创业途径。这也是为什么直到今天，仍然有很多人在了解微商，希望进入微商行业的原因所在。

但在快速发展的同时，微商行业也呈现出种种乱象，比如说假货横行、朋友圈恶意刷屏现象严重、从业者鱼龙混杂，等等。这一点在舆论转向上也有明显的体现：在微商发展的早期，是作为个体创业的正面典型来报道的。2013年，互联网上出现了大量微商创业的故事，基本都是肯定的态度。但自2014年下半年起，特别是2015年以来，舆论导向便极速转弯。首先是网络媒体开始批评微商行业各种不规范操作，到最后中央电视台也开始提醒观众微商购物小心假货。今天，很多人一听到微商已经不再把它作为个体创业的



良好途径，相反很容易产生反感情绪，这不得不说是非常遗憾的事情，也是行业发展不得不经历的阵痛。

作为行业中人，我非常理解目前公众对微商持有的负面看法，也承认很多被批评的地方确实客观存在。但与此同时我又深知，大部分人对微商的看法是片面的，他们也没有条件客观、全面地去了解这个行业。在诸多乱象的背后，微商行业自身具有的高黏性、高复购率、社交传播性等诸多闪光点仍然存在，至少到目前为止它确实仍然是个体创业的最佳途径之一。如果单纯因为它在早期野蛮生长过程中凸显的问题而彻底否认，不仅是对行业本身的伤害，也是千千万万希望通过创业改变自身命运的人的最大损失。

此外，微商行业还存在一个非常突出的问题，便是从业人群普遍缺乏专业知识。作为一个新兴的行业，目前市场上微商相关的教程极度匮乏。网络上虽然文章不少，但大多数非常杂乱，不成体系。不少企业、工作室开设的培训班往往又以收取高价培训费为目的，真正能够提供的实操方法其实很少。

基于这样的想法，我便萌生了写作这本《微商实战 2.0》的想法。我期望通过这本书达到两个目的：一方面是普及微商知识，让公众更加了解这个行业，能够以更理性的眼光看待微商；另一方面是提供指导，让无数期望进入这个行业，或者已经在这个行业的朋友能够通过体系化的学习掌握微商的操作方法。

当然，我也深知仅仅通过一本书便完成行业的普及教育是不现实的。为了更好地帮助广大微商朋友，我又创办了国内首家微商垂直平台——微阔网 (<http://www.wekuo.com>)，主要为大家提供免费的在线学习和推广服务。本书



最后有微阔网的详细介绍，如果有需要，大家可以详细查阅。

很多朋友在这本书的写作过程中给我提供过帮助，在这里表示衷心的感谢。感谢我的父母，在条件有限的情况下仍然给予我良好的教育，方有今天的我能够著书立说；感谢我的爱人，没有她照顾好家庭，我根本没办法安心写作；感谢我的助理郑宗敏，他帮助我整理了书中大部分的案例素材。最后，还要感谢所有的微商从业者，是你们造就了这个行业，造就了这个属于万千个体创业者的黄金时代。



目 录

第一章 微商时代正在到来	//1
小蔡的故事	//2
什么是微商?	//7
微商时代正在到来	//9
第二章 你适合做微商吗?	//13
微商的优势和劣势	//14
不是每个人都适合做微商	//29
第三章 三大步骤快速上手微商	//35
微商每天都在做什么?	//36
你每天需要干什么?	//42
小白进阶新手微商三大步骤	//53
第四章 微商行业产品选择策略	//57
2015 年微商产品销售现状分析	//60
微商渠道特点决定产品选择	//62
自身情况特点决定产品选择	//65
根据产品、品牌和公司决定产品选择	//68
根据微商团队领袖决定产品选择	//71



第五章	微信基本操作技巧	//73
	新手熟悉微信的任务清单	//75
	微信和微商相关的操作技巧	//76
第六章	微商五大核心操作技巧	//95
	个人品牌定位和包装	//97
	微信朋友圈运营方法	//107
	微商加入增粉推广技巧	//117
	微商客户服务沟通技巧	//129
	如何提高客户的转化率和复购率	//136
第七章	如何做好微商培训推广	//143
	什么是微商线上培训推广	//144
	决定微商培训效果的因素	//147
	如何组织好一次微商线上培训	//150
	微商培训的人员安排、控场以及气氛塑造	//154
第八章	微商注意事项	//159
	混乱的微商行业	//160
	入行微商需要注意的事项	//165
第九章	微商行业发展趋势分析	//167
	微阔网简介	//183



第一章

微商时代正在到来