

郭俊峰◎著

微商创业 进行时



创富

100万微商成功创业的经验总结

一本只教微商赚钱的书

中国电商第一自媒体龚文祥鼎力推荐

微商创业进行时

郭俊峰◎著

本书分为三部分。第一部分是基础篇，包括第一章和第二章，主要介绍微商
的定位以及玩转微商必备的社交工具——QQ、QQ 空间、微信和微信公众平台，
帮助微商创业者做好技巧修炼前的准备工作。第二部分是提升篇，包括第三章到
第九章，主要针对微商的几大问题——如何做粉丝、如何做内容、如何成交等分
别提出解决方案；介绍做微商需要掌握的一系列技巧，帮助微商创业者实现从 0
到 1 的跨越式发展。第三部分是案例篇，近距离透视微商成功者的经验，帮助微
商创业者偷师他们的秘籍为己用。

图书在版编目（CIP）数据

微商创业进行时 / 郭俊峰著. —北京：机械
工业出版社，2015.5（2015.7重印）
ISBN 978-7-111-50428-3

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 116146 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：解文涛 责任编辑：杨 洋
责任校对：舒 莹 责任印制：乔 宇
北京市四季青双青印刷厂印刷

2015 年 7 月第 1 版·第 3 次印刷
170mm×230mm·14.75 印张·1 插页·162 千字
标准书号：ISBN 978-7-111-50428-3
定价：39.80 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

服务咨询热线：（010）88361066
读者购书热线：（010）68326294
（010）88379203

网络服务

机工官网：www.cmpbook.com
机工官博：weibo.com/cmp1952
教育服务网：www.cmpedu.com
金书网：www.golden-book.com

封面无防伪标均为盗版



中国电商第一自媒体 龚文祥

自从半年前开始关注微商团及郭俊峰，就被他们的“卖好货、好好卖货”的微商理念所感染，所以我一直在支持与力挺他们。

微商团一直重视微商卖货的问题，微商也逐渐正规化，接下来，微商团还会继续努力下去，用卖好货、好好卖货的思维服务更多认真卖货的微商人。微商团成长为国内人数最多的微商圈子、国内最大的微商资源整合平台，不仅在于他们的微商卖货的理念好，还在于微商团拥有近3 000名付费会员和160个微商团队的创始人，覆盖微商代理超过30万人，专职服务工作人员达30人，是一个是实实在在做事、不忽悠的微商组织。

现在欣喜地看到郭俊峰写的《微商创业进行时》，干货很多，接地气，实实在在地告诉微商人如何做微商、如何卖货，微商看了马上就可以应用到工作中，是我见过的理念最正确、最实战的微商书籍，大力向微商界及微商人推荐。



你好，我是微商团创始人郭俊峰，先谢谢你对本书的支持。

因为种种的努力和运气，微商团开拓了中国微商的事业，发展成了国内人数最多的微商平台。在此，感谢你的信任和支持，更感谢你的一路同行。当然，也感谢那些“鞭策”我们的人，正是他们让我和我的团队时刻保持清醒，微商团才会有今天的成就。

为了搞懂微商，我把微商团也当成一个微商品牌商。我带着微商团 20 多个小伙伴，用微商的形式，先把微商团的会员名额卖出去。经过近一年的累积，微商团成了中国微商品牌商、微商创始人和微商创业者的聚集地。

在微商团的发展过程中，我们总结了大量的经验和方法，再把这些实战经验复制给微商团的会员。让我们的会员也去实践这些好的方法和技巧，最终做好微商，赚到钱。我们希望通过微商团服务团队的努力，服务好圈子里的那些微商创业者。

首先，本书不涉及太多高大上的理论和观点，全是一些能够落地的实操技巧和方法，而这些技巧和方法都是验证过的。希望广大读者能活学活用，更希望这些经验能够给你的微商生涯创造价值。说得通俗一点儿就是，希望你能卖好货、赚到钱。

其次，我们经过大量的研究和实践，总结了一套做好微商的经

验，并为此创建了一个系统。不仅告诉你如何做好微商和为什么要这样做，既有技巧，也有理论体系。

微商团不是做培训的，是做圈子的。在微商勃兴的大好机遇下，微商团正聚集更多的微商草根创业者，相互取暖、抱团前行。

如果把微商看成一条创业的路，你是过路者，而微商团就是那个修路的人。我们共同的目标就是希望创业者在这条路上能顺利前行。

如果本书的内容帮你做好了微商、赚到了钱，或者给你的生活带去了有意义的改变。请你也告诉我一声，我会给你发红包的，因为你帮我实现了这些文字的价值，你让我感受到了工作的价值和意义。

在此，非常感谢我的合伙人张雁传同学，在本书的成稿过程中，他投入了大量的心血和努力。同时，谢谢我们微商团的团长们，他们分别是：桃之夭夭若晴，涛哥养生汤料张伟涛，黄金哥崔国庆，铁棍男人朱萍，屠苏苏，小卖部长彭梓俊，名妆妖精，水姐，小奋斗，容嬷嬷。

最后，欢迎各界高手“拍砖”、赐教，非常期待你能给出更具价值的观点，以便微商团的伙伴能够及时改进工作，免于误人子弟！顿首期盼。

我个人的社交账号，私人 QQ/微信号：1650580707；微信公众账号：gjf021；书友交流 QQ 群：159120564。欢迎大家聚在一起交流。

什么是圈子？百度百科的答案是：圈子是指具有相同爱好、兴趣或者为了某个特定目的而联系在一起的人群。



推荐序

前 言

基础篇

玩转微商必备的基本知识

第一章 微商的定位 / 2

一、微商是什么 / 2

二、微商产品选择 / 5

三、微商群体定位 / 6

第二章 社交工具——玩转微商的利器 / 8

QQ / 9

一、QQ 账号的基础设置 / 9

二、快速和 50 个客户聊天 / 14

三、搭建营销型 QQ 群的要点 / 17

四、提高 QQ 群搜索排行的六项要素 / 21

五、实现 QQ 单向好友的两个方法 / 26

六、QQ 会员的营销价值 / 28

QQ 空间 / 34

一、QQ 空间基础资料的设置 / 36

- 二、PC 端 QQ 空间的装扮 / 39
- 三、手机端 QQ 空间的装扮 / 43
- 四、QQ 空间营销的三大杀手锏：相册，说说，日志 / 46
- 五、个人 QQ 空间与认证空间的区别 / 53
- 微信 / 55**
 - 一、营销型个人微信账号的定位 / 58
 - 二、打造个人微信的客户管理系统 / 59
 - 三、打造自动化营销微信朋友圈 / 61
 - 四、朋友圈营销的三大利器：点赞，评论，内容发布 / 65
 - 五、快速搭建一个微信群 / 70
 - 六、推广微信群常用的五大技巧 / 73
- 微信公众平台 / 75**
 - 一、个人微信和微信公众平台的区别 / 75
 - 二、订阅号和服务号的区别 / 76
 - 三、认证微信公众账号的条件及注意事项 / 78
 - 四、提高微信订阅号图文转化率 / 80

提升篇

玩转微商的技巧修炼

第三章 得粉丝者得天下 / 94

- 一、什么是粉丝 / 94
- 二、让你的粉丝喜欢你 / 95
- 三、微信朋友圈加粉丝的 11 种方法 / 98
- 四、微信公众账号引流的途径 / 107

五、搭建自动化营销的 QQ 群 / 111

六、利用 QQ 群精准日加 1000 个本地粉丝 / 112

第四章 内容即营销 / 115

一、什么样的内容是网民喜欢的？ / 117

二、生产内容的四大原则 / 120

三、引发粉丝互动的四个关键点 / 125

四、内容生产的 3 + 3 原则 / 131

五、微商广告的精准投放 / 132

第五章 社群即渠道 / 135

一、社群的形成 / 135

二、激活社群 / 137

三、微商社群的形成 / 141

四、如何管理好代理商 / 146

第六章 关系营销 / 149

一、把关系当作生意经营 / 149

二、如何与客户深度发生关系 / 151

三、营销即沟通 / 154

四、微商如何做好客户关系管理 / 157

第七章 信任是成交的基础 / 161

一、传统企业营销信任的危机 / 161

二、如何在互联网上建立信任 / 165

第八章 快速成交法 / 173

- 一、如何控制消费情绪 / 173
- 二、价格成交法 / 175
- 三、活动成交法 / 178
- 四、情感成交法 / 182
- 五、微商不成交的四个原因 / 183
- 六、推动客户成交的 15 种话术 / 186

第九章 转介绍的魔力 / 192

- 一、好的产品才是转介绍的根源 / 192
- 二、强调转介绍的价值和意义，给方法 / 197

案例篇

赚钱的微商都在怎么做

第十章 郭俊峰微商团实战案例 / 204

- 一、揭秘美女妈妈利用 QQ 空间做微商 150 万的流水如何来 / 204
- 二、蛋糕店美女老板如何把微信玩成了营销神器？ / 209
- 三、一个天猫美妆卖家自述：如何用 6 个月时间实现月流水 300 万的微商转型 / 211

附 录 郭俊峰：微商的核心是“卖好货，好好卖货” / 219



基础篇

玩转微商必备的基本知识

第一章 微商的定位

第二章 社交工具——玩转微商的利器



第一章 微商的定位

一、微商是什么

腾讯的联合创始人张志东说过：腾讯的未来是什么？是做大数据服务和连接的公司。腾讯做了十几年人和人连接，进度条也许就做了 30%，还有大量空间。连接人和服务，我们有微信公众平台，同滴滴打车、大众点评的合作都是尝试，进度条也许只推进到 3%。而连接人和物，整个业界的进度条也许推进了还不到 0.1%。我想在连接上能让腾讯折腾很多年。

微信的强大在于它的连接能力，通过社交和移动的结合，把人和人、人和物连接在一起，让交流变得更加方便。不管微信如何变，想做好微信营销，就必须做好你和客户之间的连接，做好互动。当你了解微信的本质的时候，你就能很快掌握如何玩转微信，做好微商。做任何事情只要思路是对的，方法很容易找到。

最近互联网上关于微商的讨论异常火爆，究其原因主要有两点：一是朋友圈的微商发展已经到了瓶颈期，越来越多的微商有一



种“钱”途末路的感觉；二是淘宝创业的成本越来越高，微商成为淘宝上那约80%无法赚钱的卖家的最后一根救命稻草。微信的一举一动都会触动微商们的神经，在这个新旧交替，传统电商向移动电商过渡的当口，微商作为先行者率先进入了公众视野。在越来越多的讨论中，我发现微商被狭隘化了，有人甚至认为微商就是做传销的。

关于什么是“微商”曾经有过一个调查，其答案是：朋友圈卖货，微信开店，口袋购物，微博打赏，自媒体……

综合所有的回答，最后我发现认为微商是朋友圈卖货的最多，这似乎成了共识，大家也比较容易接受。微商不仅仅是朋友圈卖货。微商是移动社交电商，绝对不是朋友圈卖货，但朋友圈卖货确是微商的一种。微商是基于社会化媒体或移动社交而存在的。从以上的调查结果来看，这些答案其实都是微商的表现形式。

微商的微绝不是微信、微小的意思。微商的特征首先是去平台化，其次是去流量化，最后是去品牌化。去平台化就是商家不再依赖淘宝、天猫等大平台生存；去流量化就是可以将所有社会化媒体聚合起来，一键发布商品；去品牌化就是随着“小而美”的产品越来越多，入口和场景变得越来越重要，消费者不再专注于某一种品牌，购物就成了一种随时随地的喜好和兴趣。

微商改变了什么？

即使微商发展得无比艰难（没有成熟的交易系统、信用保障、维权机制等），用个词语形容可谓步履维艰，但依旧受到不少“草根”的青睐。微商到底改变了什么，为什么这么多人愿意追捧？我认为微商在潜移默化中做到了以下四点：

1) 改变了自商业的群体结构。微商经历了一个微信电商—微电商—微商的成长过程。如果把朋友圈卖货看作是微商雏形的话,那么微信开店(或微店)的兴起则是微商的成熟和壮大。这一过程的转变不仅是微商作为一种自商业的完善,更是对这一群体的扩充和延伸。

2) 加速了用户从 PC 端到移动端的购物行为。2014 年“双十一”天猫 571 亿元的交易额中移动端的占比高达 42.6%, 尽管质疑在 PC 端下单选择在移动端支付的人不在少数, 但即便如此, 这一比例依旧很高。微商无法取代消费者在 PC 端交易的习惯, 但可以改变他们转向移动端的购物行为。

3) 改变了 C 端的用户身份。假如你是一个时尚达人, 在朋友圈买了一款朋友分享的产品, 而恰好你又对这款产品非常了解, 体验之后觉得很好, 于是你可能就会想着做他们的代理或分销。此时你的身份就会从 C 端走向 B 端, 你也可能从买家变成了买手。

4) 重塑了买家和卖家的关系。在淘宝电商时代, 买家和卖家的关系主要建立在产品上, 而人和人之间的内在关系几乎为零; 而在微商时代, 买家和卖家的关系建立在“社交—电商—社交”上, 在这样一个循环的生态之中, 前者只是一种单纯的商业关系, 后者先有关系后有商业, 这种商业还会不断被传播。

想做好微商, 首先你要找到一个好的产品, 口碑传播是微商的根本, 好产品自己会说话, 其次你要找到一群价值观相同的合作伙伴, 只要你要有一个开放的心态, 同时愿意把利润分享出去, 你就能把微商做好。



二、微商产品选择

黎万强曾说，小米成功的秘密在于参与感。参与感的背后是以用户为中心的新理念。忘掉过去的 4C、4P，要拥抱产品经理。现在做得好的营销，都要有产品经理思维。早期是电视、广播、搜索引擎等决定产品的影响力，现在是社交网络。

互联网带给我们最大的颠覆是用户消费行为的改变，这是最可怕的。现在 92% 的人相信朋友推荐，相信电视、广告的人数只有 50% 以下。现在所有公司都要变成自媒体公司。因为，移动互联网时代的到来，使点对点的革命可以实现。

在社交媒体时代，产品才是营销的核心。产品是 1，营销是零。如果产品的 1 不存在，后来再多的零都会失效。要让你的产品自己会说话，自己的产品都会变成自媒体。

根据过去一年和微商群体的沟通，我们总结了微商产品选择的六个要点，仅供参考。

1) 高毛利：保证有足够高的毛利。低利润的产品如牙刷、茶杯，花费同样的时间和精力，当你卖出 100 件时所获得的利润还不如卖出一盒黑枸杞所带来的利润时就算了，这样只会让你中途放弃。

2) 竞争少：如 3C 产品，像衣服和鞋子，建议不要去卖，因为太多了。

3) 质量可控：微商卖的其实是人品，一旦产品质量不行，影响的是你整个人的信誉，所以在选择销售哪种产品时，一定要对该产品知根知底，哪怕前期辛苦点，多在产品上下功夫，换来的是对



自身产品的信心和人品背书。

4) 大众需求：每个人都有基本需求，如吃的产品，人人都愿意尝试。如果是卖衣服和鞋子，顾客要么不满意款式，要么就是不合适等，后期将会花费你大量的时间去退换货，这将直接导致朋友不满意，透支你的朋友圈。

5) 易传播。不需要解释，方便讲故事：不要写太多字，放太多图片，否则容易引起阅读疲劳；所以产品能在 200 个字以内说清楚是最好的，也方便大家记住。

6) 客单价不宜过高。客单价过高，用户的试错成本变大，一般客单价为 200 元左右的产品销量是最好的。当然，客单价还是要根据你自己的实际情况和用户群体来定。

三、微商群体定位

在这个物质过剩的年代，定位用户群体特别重要。未来，社群将是新的营销方式的重点。目前，微商的销售分为两种：代理分销模式和终端用户。什么样的群体适合做你的代理商，什么样的群体是你的终端客户，如何把客户转化成你的品牌传播者，你必须考虑清楚。

我们把微商的群体大致分为六种：

1) 大学生。大学生空闲时间多，头脑灵光，90 后群体对社交网络的应用得心应手，非常适合做微商创业。

2) 初创业者。微商创业风险小，只要能有点收入，就会很开心，只需要投入些时间和用心。

3) 有单品货源的小商户。有货源，但只有单个产品，无法全



方位满足客户群的需求，不能进行产品组合营销，微信产品联盟可以做到产品组合促销，深度定制。例如，朋友圈有人要结婚，他需要红酒、香烟、蜜月旅行、招待用茶、特色婚装、个性定制的戒指等，你能提供的是戒指，而其他的需求你无法满足，这时你可以向他推荐红酒、招待用茶、蜜月旅行套餐等产品，价格便宜而且质量非常好，对方何乐不为，你在其中获得的是除戒指带来的收益外，还有其他打包产品的提成，并且其他产品的微信号也能推送你的产品信息，增加销量。

4) 自由职业者。不少自由职业者喜欢上网发微博、玩微信，而且喜欢寻找一些志趣相投的人，其实这也是资源，而且是非常优质的资源，好好维护这些资源，可以为后续产品落地做好铺垫。

5) 特别喜欢聊天的女孩子。微商营销，最核心的环节是互动，当你是个擅长沟通的聊天达人时，再加上女性身份，开展起来会比其他人顺利很多，女人天生就是一个好的销售人员。

6) 白领和家庭主妇兼职。有许多上班的白领和家庭主妇会在业余时间经营一个淘宝店，一是兴趣爱好，二是想赚点零花钱。我在这不讨论淘宝的优劣，微商是非常适合这类人群的，没有复杂的产品上传，不需要一直盯着旺旺服务询问的客户，一部手机在手，所有销售轻松搞定。

想要做微商寻找合作伙伴，这六种人是首选，因为他们不仅能购买你的产品，而且能传播你的产品。