

微商， 下一个淘宝

蚂蚁也能变大象

陈鹏全 主编



“互联网+”的时代，机会与争议并存
微商，下一条财富通路

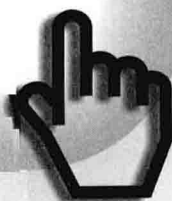


SPM

南方出版传媒
广东人民出版社

微商， 下一个淘宝 蚂蚁也能变大象

陈鹏全 主编



Weishang Xiayige Taobao

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社
·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

微商, 下一个淘宝: 蚂蚁也能变大象 / 陈鹏全主编. —广州:
广东经济出版社, 2015. 7

ISBN 978-7-5454-4111-6

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 123810 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司 (广东省佛山市南海区狮山科技工业园 A 区)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	13 2 插页
字数	219 000 字
版次	2015 年 7 月第 1 版
印次	2015 年 7 月第 1 次
印数	1~5 000
书号	ISBN 978-7-5454-4111-6
定价	36.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601980 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

近年来，中国的电子商务呈现出了快速增长的势头。“十二五”期间，作为新一代信息技术的分支，电子商务被列入战略性新兴产业的重要组成部分，成为信息化建设的重心。尤其是2010年之后，中国的电子商务进入了大发展与大跨越的时代。

2015年两会上，“电商”可谓是最出“风头”的行业，在总理的“互联网+”以及春晚微信红包营销的影响下，2015年是微商大有作为的一年，当网购消费成为一种习惯后，以社交媒体为平台的微商渠道，发展速度则像高速列车般飞驰，风头正劲，微商将颠覆传统电商时代。

借着2015年“两会”的春风，互联网创业成为了众星捧月的热点，不少参会人员都提出了关于互联网创业的议案。对于大多数人来说，微信创业并不是什么新鲜的话题。据相关数据表明，从2013年起，每年平均有超过1/4的“85后”、“90后”选择线上创业。随着移动互联网的崛起，微信的霸主地位如日中天，通过微信创业的人会越来越多。

那么微商是什么？微商是一座在朋友圈、微信群和QQ群里涌动的巨大金山。微商使得那些“90后”、全职妈妈和大学生等月入百万且流水千万的事例不再是传说，坐在家轻松动动手指就能赚钱已经成为现实。在这个提倡“大众创业，万众创新”的年代，越来越多的人加入到微商大军。然而，大多数人只是看到别人通过做微商赚了不少钱，感觉微商是个趋势，就稀里糊涂地做了微商，但是，这些人并不知道微商怎么做。

基于此，我们微商黑马“V.I.P.团队”在开设“如何做微商”培训课程的过程中，搜集了大量的实战案例，并结合已经成熟进入电子商务领域企业的经



验，编写了《微商，下一个淘宝——蚂蚁也能变大象》一书。

《微商，下一个淘宝——蚂蚁也能变大象》一书对于如何做微商的朋友和企业给出了一些建议和参考，全书通过知识点的解读、运作的模式、经典的案例、发展的趋势对如何做微商进行了很好的诠释，由浅入深，从理论到实践。具体内容包括：微商强势崛起，剑指淘宝；微商，风口上的猪；大众创业，全民微商；各行各业，融进微商；“掌”握商机，新手变老掌柜；借势“互联网+”，搭建微商平台；微营销，玩转微商；赢在指间，微商大咖秀等内容。

微商是移动时代的革命，是一个极具潜力又颇受争议的全新的创业模式，也是一个看似简单却又极富挑战的营销方式。微商的“微”，不仅仅是微信的微，而是指移动互联网时间的碎片化，将沟通的即时性和便捷性发挥到极致。

“微”代表的是无孔不入，充分体现出移动互联网的特性。微商时代是一个公平机会的到来，是任何人都有机会的全新起点。

微商是互联网下的一个新业态，编者只是从个人的角度对如何做微商进行了解读，同时，由于编者水平有限，加之时间仓促，错误疏漏之处在所难免，敬请读者谅解，并不吝赐教。

由于写作周期紧迫，部分图片与文字内容引自互联网媒体，其中有些未能一一与原作者取得联系，请您看到本书后及时与编者联系。

微购物品牌创始人
知名电商营销专家

导读 微商强势崛起，剑指淘宝 / 1

电商行业的“新宠”——微商崛起 / 1

“朋友圈”卖货——微商的瓶颈 / 2

突破个性化和私人定制化——微商的转型 / 3

新型模式的发展——微商的出路 / 4

平分秋色——微商成不了淘宝 / 6

第一章 微商，风口上的猪 / 7

在2015年的“两会”上，“电商”可谓是最出“风头”的行业。在总理的“互联网+”以及春晚微信红包营销的影响下，2015年是微商大有作为的一年。当网购消费成为一种习惯后，以社交媒体为平台的微商渠道，发展速度则像高速列车般飞驰，风头正劲，微商将颠覆传统的电商时代。

1.1 微商解读 / 8

解读01：微商有多火 / 9

媒体聚焦 央视等各大媒体助力首届世界微商大会 / 10

解读02：微商赚钱吗 / 11

解读03：微商如何发展 / 13

1.2 微商的转变 / 14

转变01：由朋友圈微商升级为平台微商 / 15

转变02：由个人微商转战为团队微商 / 15



转变03：由草根搭台转为技术规范 / 15

转变04：由层层代理的近乎传销变为社会化分销 / 16

媒体聚焦 微商还能任性多久 / 16

1.3 微商与传统电商 / 18

区别01：微商的推广成本低 / 19

区别02：微商是以人为中心 / 19

区别03：微商追求的是关系深度 / 19

媒体聚焦 “微商”挑战传统电商模式 / 19

1.4 微商与传销 / 20

避免01：重分销轻推销 / 22

避免02：多平台多维度推广 / 23

避免03：不囤货 / 23

避免04：重建达人经济 / 23

避免05：自律规范 / 24

媒体聚焦 一种新型的“微商传销”正在微信流行 / 24

1.5 微商与淘宝 / 26

差异01：在于购物的碎片化 / 27

差异02：在于购物的场景化 / 27

差异03：在于购物的情感化 / 27

媒体聚焦 微商是否会替代淘商 / 28

1.6 微店与微商城 / 29

区别01：功能不同 / 30

区别02：销售形式不同 / 30

区别03：购物入口不同 / 30



区别04: 会员系统不同 / 30

区别05: 营销工具不同 / 31

第二章 大众创业, 全民微商 / 33

借着2015年“两会”的春风, 互联网创业成为众星捧月的热点, 不少参会人员都提出了关于互联网创业的议案。对于大多数人来说, 微信创业并不是什么新鲜的话题。据相关数据显示, 从2013年起, 每年平均有超过1/4的“80后”、“90后”选择线上创业。随着移动互联网的崛起, 微信的霸主地位如日中天, 通过微信创业的人会越来越多。伴随着传统企业转战移动互联网, 微信的商业契机也越来越多, 那么哪些人适合做微商呢?

2.1 做微商应具备的能力 / 34

能力01: 总结与归纳的能力 / 35

能力02: 抓住重点的能力 / 35

能力03: 积极思考的能力 / 35

能力04: 不断学习的能力 / 35

能力05: 建立关系的能力 / 36

能力06: 了解受众兴趣的能力 / 36

能力07: 定位与分析能力 / 36

能力08: 品牌树立的能力 / 37

能力09: 营销策划的能力 / 37

能力10: 综合推广的能力 / 37

资源共享 影响微商成交的五大因素 / 38

2.2 微商创业的要点 / 39

要点01: 找准格调 / 41

要点02: 质量保证 / 41



要点03: 互动传播 / 42

要点04: 线上线下结合 / 42

要点05: 用心交友 / 42

资源共享 微商的误区有哪些 / 42

2.3 大学生创业, 试水微商 / 44

优势01: 微信提供了创业舞台 / 46

优势02: 学校和老师支持学生创业 / 46

优势03: 自身能力成就了创业 / 46

媒体聚焦 鼓励大学生创业可以“微商”为突破口 / 50

媒体聚焦 世界微商大会最具人气大学生微商奖: 青春激情
铺创业之路 / 51

2.4 上班族创业, 兼职微商 / 52

建议01: 善用身边的资源 / 53

建议02: 练习销售 / 53

建议03: 学习领导和公司管理 / 54

建议04: 加入一个创业的圈子 / 54

建议05: 展示出自己的优势 / 54

建议06: 学会用人和授权 / 54

建议07: 与有经验的人合作 / 55

建议08: 全职创业 / 55

媒体聚焦 微商创业者的三条准则 / 55

2.5 主妇创业, 触电微商 / 56

优势01: 主妇更具奉献精神 / 58

优势02: 主妇更懂进退有度 / 58



优势03: 主妇交际圈子更广阔 / 58

优势04: 主妇更会精打细算 / 59

优势05: 主妇是财政大臣 / 59

媒体聚焦 “80后” 宝妈微商成长记 / 59

第三章 各行各业，融进微商 / 63

在微商如火如荼的强势潮流下，很多人都想做微商，但是哪些产品适合做微商呢？首先，产品的品质要安全，要符合国家规定，而且使用后的效果较为明显；其次，产品要有一定的利润率，这决定了渠道的占有率，以及代理商的热情；最后，产品要有品牌传播性，这和产品的传播速度和未来销售相关。

3.1 化妆品，引爆微商 / 64

注意01: 产品在食药监要有备案 / 65

注意02: 产品要有检验报告 / 66

注意03: 产品要有卖点 / 66

媒体聚焦 2014年最火的“朋友圈面膜” / 67

3.2 食品特产，进军微商 / 71

适合01: 各种地方特产 / 72

适合02: 成熟期长的产品 / 73

适合03: 容易包装，且不易损坏 / 73

适合04: 单重小、体积小的产品 / 73

适合05: 有特点的产品 / 73

适合06: 保质期长的产品 / 73

媒体聚焦 进口食品微商营销攻略 / 74

3.3 快销品，扎根微商 / 75

方式01: 陪聊式 / 76



方式02: 促销式 / 77

方式03: 客服式 / 77

媒体聚焦 利用微信公众账号做好快消品牌营销 / 78

3.4 服装业, 握手微商 / 80

方法01: 做好二维码扫描引导工作 / 80

方法02: 微信互粉 / 81

方法03: 建立微信公众账号 / 81

媒体聚焦 “微时代”走进服装行业 / 81

3.5 酒店餐饮, 踏足微商 / 82

招数01: 主打官方大号, 小号助推加粉 / 83

招数02: 打造品牌公众账号 / 84

招数03: 实体店面同步营销 / 84

招数04: 举办各种活动 / 84

媒体聚焦 M-BOX“援手”传统餐饮企业“微餐饮” / 85

3.6 成人用品, 跻身微商 / 86

优势01: 行业竞争小 / 87

优势02: 市场潜力大 / 87

优势03: 顾客私密性好 / 87

优势04: 投资成本低 / 88

优势05: 产品管理易 / 88

第四章 “掌”握商机, 新手变老掌柜 / 89

2015年, 在党的十八届三中全会上, 人大代表们已经认可了微商的创业方式, 并且将此提升到了国家的战略层面: 互联网+。在这个提倡“大众创业, 万众创



新”的年代，越来越多的人加入到微商大军。然而，大多数人只是看到别人通过做微商赚了不少钱，感觉微商是个趋势，就稀里糊涂地做了微商，但是，这些人并不知道微商该怎么做。

4.1 选择产品 / 90

方向01：根据自身爱好选择产品 / 91

方向02：根据自己所学的专业选择产品 / 92

方向03：根据朋友圈人群特点选择产品 / 92

资源共享 选择产品的三大原则 / 92

4.2 寻找货源 / 93

渠道01：搜索引擎 / 94

渠道02：相关QQ群、微信公众账号 / 94

渠道03：阿里巴巴 / 94

渠道04：关注微商招商新闻信息 / 94

渠道05：微商行业的大会、博览会 / 94

4.3 寻找客源 / 95

步骤01：定位客户群体 / 96

步骤02：对感兴趣的客户进行推广 / 96

步骤03：掌握技巧引流客户 / 96

资源共享 如何确定谁是你的客户 / 99

4.4 添加好友 / 100

妙招01：维护好现有的好友 / 101

妙招02：推广获取精准客源 / 102

妙招03：学会沟通，建立信任 / 102

资源共享 微商如何提高自己的信任度 / 103



4.5 产品推广 / 104

策略01: 打造个人品牌 / 104

策略02: 内容真实有个性 / 105

策略03: 目标用户好友 / 105

策略04: 持续分享价值 / 105

策略05: 用心耐心细心 / 106

资源共享 你的产品为什么卖不出去 / 106

4.6 维护关系 / 107

技巧01: 顾客关怀 / 108

技巧02: 顾客跟进 / 108

技巧03: 顾客集中 / 108

资源共享 微商如何做好客户关系管理 / 109

4.7 微商代理 / 110

选择01: 易消耗品 / 112

选择02: 品质过硬 / 112

选择03: 易展示易传播 / 113

选择04: 竞争相对较小 / 113

选择05: 通用性强 / 113

资源共享 如何寻找上家 / 114

第五章 借势“互联网+”，搭建微商平台 / 117

2014年微信已经带来了1000多万的就业人数，而微信将面对第三方平台开放专门的、有针对性的接口，以便获得商户信息的管理权。不得不说，2015年必将是微商的爆发年，微商的发展会更加迅猛。微商必将走向行业规范化，产品走向阳光化，微商操作将平台化。那么微商怎么做？微商有哪些好的平台呢？



5.1 微店 / 118

特点01：零成本、支付安全方便 / 119

特点02：功能多 / 119

特点03：三大阵营 / 120

特点04：两大模式 / 121

资源共享 微商如何选择一个好的微店平台 / 121

5.2 微信小店 / 122

了解01：开店条件 / 123

了解02：开店步骤 / 123

了解03：“微信小店”的优劣势 / 125

了解04：微店与“微信小店”的区别 / 126

媒体聚焦 “微信小店”真的打得过淘宝吗 / 127

5.3 京东微店 / 129

优势01：有品牌支持，店铺转化率高 / 131

优势02：与京东微信、手机QQ两大入口无缝对接 / 131

优势03：服务标准统一 / 132

优势04：与京东商城PC端完全打通 / 132

优势05：去中心化 / 133

5.4 微商城 / 134

潜力01：具有一定的商业价值 / 137

潜力02：不用担心支付风险 / 137

潜力03：能利用碎片化时间 / 137

潜力04：能与其他系统对接 / 138

潜力05：数据分析完善 / 138



潜力06: 营销入口方便 / 138

资源共享 企业开微信商城的几大优势 / 138

5.5 微官网 / 139

功能01: 能多角度地吸引消费者 / 142

功能02: 操作简便 / 142

功能03: 支付方式方便 / 142

资源共享 企业建设微网站的好处 / 143

第六章 微营销, 玩转微商 / 145

集文字、语音、视频于一体的微信, 正在深刻地改变着我们的社交与生活。当自媒体迅速崛起, 微信公众账号广泛受宠, 微信已经早已超过了7亿用户, 微信朋友圈成为人们晒心情、晒活动的社交圈时, 媒体营销人蓦然发现, 以电视、广播和纸媒为途径的传统传播模式, 已经遇到了成长的“天花板”, 而以微信朋友圈口碑传播为主要表现形式的微信营销, 因为拥有了海量用户和实时、充分的互动功能, 正成为营销利器。

6.1 关注营销——快速加粉 / 146

方法01: 软文推广 / 147

方法02: 好友推荐 / 147

方法03: 通过微信群加人 / 147

方法04: 线下活动 / 147

资源共享 揭秘“掉粉”的原因 / 148

6.2 情感营销——经营朋友圈 / 149

秘诀01: 精准定位 / 150

秘诀02: 提高价值 / 151

秘诀03: 视频分享 / 151



秘诀04: 分享生活 / 152

秘诀05: 坚持原创 / 152

秘诀06: 混圈子 / 152

秘诀07: 学会借力 / 153

秘诀08: 互动话题 / 153

秘诀09: 温柔刷屏 / 153

秘诀10: 执行力 / 154

资源共享 微信朋友圈刷广告该如何刷才好 / 154

6.3 推广营销——微信公众账号 / 155

推广01: 内容上塑造一个独特的形象 / 155

推广02: 视觉上少一点疲劳, 多一点欣赏 / 157

推广03: 推送时间上找一个专属的时间 / 158

媒体聚焦 看耐克如何利用微信号锁住目标群体 / 158

6.4 口碑营销——走心服务 / 160

技巧01: 产品质量永远摆在第一位 / 160

技巧02: 让顾客享有尊贵感 / 161

技巧03: 注重快递的细节服务 / 161

资源共享 微信营销的精髓——用心交朋友 / 162

6.5 分层营销——代理卖货 / 163

策略01: 先把自己推销出去 / 164

策略02: 用心和别人交流 / 165

策略03: 学会和别人聊天 / 165

策略04: 对自己的代理好 / 165



策略05：要学会感恩 / 165

媒体聚焦 微商层层分销的利弊 / 166

6.6 价值营销——建立社群 / 167

要点01：社群的建立 / 169

要点02：社群的维护 / 170

要点03：社群的激活 / 170

媒体聚焦 微商新玩法——社群 / 171

6.7 信息营销——提倡原创 / 172

习惯01：做生活的有心人 / 175

习惯02：学会经常思考 / 175

习惯03：战胜自己的惰性 / 175

第七章 赢在指间，微商大咖秀 / 177

微商是移动时代的大革命，是一个极具潜力又颇受争议的全新的创业模式，也是一个看似简单却又极富挑战的营销方式。微商的“微”，不仅仅是指微信的微，而是指移动互联网时间的碎片化，将沟通的即时性和便捷性发挥到极致。“微”代表的是无孔不入，充分体现出移动互联网的特性。微商时代是一个公平机会的到来，是任何人都有机会的全新起点。

7.1 韩束3个月将销售额做到上亿元 / 178

7.2 “吃货”美女从32个粉丝起家 / 180

7.3 试水“微商”，一年时间净赚50万元 / 183

7.4 女生弃学从商，月入5万元资助同学上大学 / 185

7.5 月销售50万元，“90后”扛起的时代 / 187

7.6 1天销售129万元，“80后”微商团队营销奇迹 / 189

参考文献 / 191