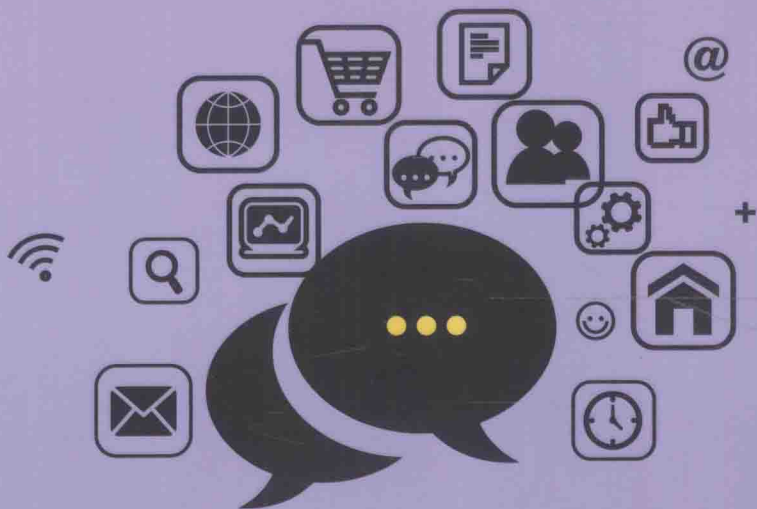


- 4大开店详细步骤
- 5大迅速下单秘诀
- 5大微信开发服务
- 6大微信营销高招
- 7大粉丝经营诀窍
- 7大营销工具详解
- 7大手机微店平台
- 11章专题内容详解
- 50多个微信电商案例
- 70多个行业专家指点
- 600多张图片全程图解

图文全彩版



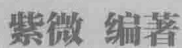
紫微 编著

草根微信创业者必备的赚钱利器！
资深专家倾力操刀，教你轻松开店赚钱！

微信开店一本通

体验营销	直复营销	情感营销	数据库营销	SNS营销	视频营销	论坛营销
软文营销	RSS营销	线上推广	线下培育	二维码O2O	餐饮O2O	租赁O2O
零售O2O	旅游O2O	服装O2O	住宿O2O	O2O平台	BAT布局	O2O体验

清华大学出版社



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书共分为11章, 主要内容包括“移动电商: 微信的商业价值巨大”“开店入门: 下载与使用微信APP”“开店第一步: 申请微信公众账号”“开店第二步: 开通微信支付功能”“开店第三步: 创建微信小店”“开店第四步: 打造大型微信商城”“运营装修: 设计完美的微信店铺”“店铺管理: 打造独特的优质服务”“店铺推广: 巧妙运用微信营销”“吸引粉丝: 获取精准好友的秘密”“一键开店: 教你如何快速开微店”。

本书结构清晰, 案例丰富, 实战性强, 适合初次接触微信的新手店家、拥有淘宝开店经验的网店老手, 以及微店和网店的客服人员与销售人员。此外, 对微信电商与移动互联网营销感兴趣的人士, 以及希望通过微信这个新领域获得第一桶金的投资者、创业者, 也能从本书中汲取营养。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

微信开店一本通/紫微编著. —北京: 清华大学出版社, 2015
ISBN 978-7-302-39861-5

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第080720号

责任编辑: 杨作梅 吴艳华

装帧设计: 杨玉兰

责任校对: 马素伟

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者: 三河市溧源装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 169mm×230mm 印 张: 21.25 字 数: 440 千字

版 次: 2015 年 6 月第 1 版 印 次: 2015 年 6 月第 1 次印刷

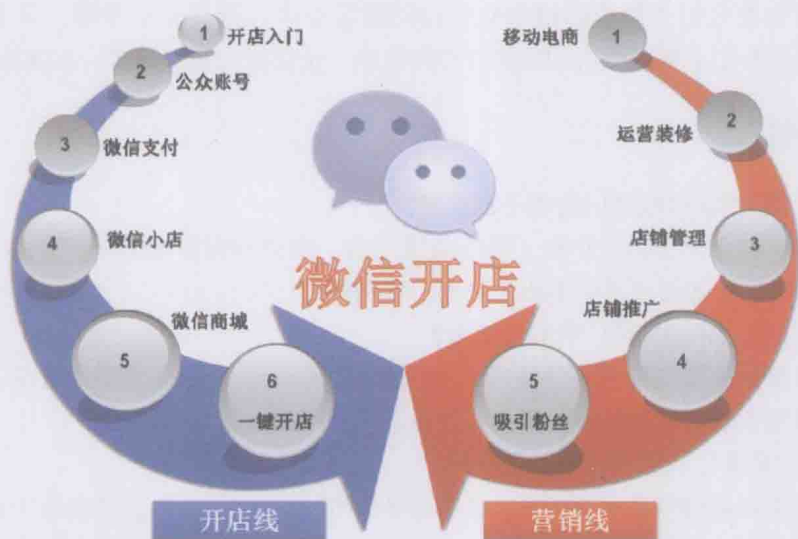
印 数: 1~3000

定 价: 59.80 元

前言

写作驱动

本书是关于微信开店——微信小店的专著，书中从开店与营销两方面入手，能够帮助想要在微信中寻求商机的人，使其掌握快速开店和推广营销的秘诀，将手机微信中的店铺进一步做大做强。无论是传统企业还是互联网企业，无论是大公司还是小公司，无论是创业团队还是个人，如果想要利用微信开店，按照本书中所讲的思路和方法去做，那一定就对了！



2014年是电子商务行业的重要年份，在这一年各大电商巨头纷纷上市。年初的微店热潮席卷了移动电商界，5月29日微信公众平台又趁热宣布正式推出“微信小店”。同样是微信开店，微信小店和普通微店的主要区别如下表所示。

主要区别	微信小店	微店
所属性质	微信小店直接由微信官方开发运营，是腾讯基于微信公众平台打造的原生电商模式	微店是实现用户免费在手机上开店销售的APP应用，只不过可以与微信公众平台进行对接，使微信成为其“入口”

主要区别	微信小店	微店
门槛条件	开通微信小店必须满足的条件包括： (1) 公众号类型必须是服务号； (2) 必须进行微信认证(每次需300元认证费用)； (3) 必须开通微信支付接口	微店可以说是真正零门槛，适合没有资金投入的群体。只需在手机上下载并安装相关微店应用，完成注册后，输入手机号并绑定银行卡即可快速开店
运营模式	微信小店基于微信支付并通过公众平台售卖商品，可以实现包括开店、商品上架、货架管理、客户关系维护、维权等功能，类似于移动端的淘宝	供应商把产品发到微店的云平台，由无数的网民开设微店帮其销售，供应商获得订单，微店主获得交易佣金，这是目前微店的主要运营模式。当然，微店主也可以自己寻找货源，采用淘宝的运营模式

本书主要介绍了基于微信公众平台的微信小店，既有开店步骤，又有营销推广；最后还介绍了普通微店APP的开店和管理，让读者创业、致富一本就够！

读者定位

(1) 你是刚刚接触微信的新手创业者？

本书详细介绍了微信小店、微信商城开店、营销等的具体操作步骤，以及一键开微店的方法，能够帮助新手店主快速、顺利开店。

(2) 你是已经拥有网店的淘宝卖家？

本书囊括微信与微店经营技巧，可以帮助网店店主顺利转型微信电商，合理引流，利用微信的“精准吸粉”高招，维护老客户，扩展新客户。

(3) 你是早已在微信开店的老手？

如果你对店铺流量不再增长、人气逐渐下滑感到纠结，本书将会给予你帮助，从运营装修、店铺管理、店铺推广、吸引粉丝等方面，全面讲解让商家走出困境、更上一层楼的技巧。

作者分工

本书由龙飞策划，紫微编著，同时参加编写的人员还有谭贤、柏松、苏高、张瑶、罗磊、罗林、刘斌、宋金梅、曾杰、罗权、周旭阳、袁淑敏、谭俊杰、徐茜、杨端阳、谭中阳等人，在此表示感谢。

由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系邮箱：itsir@qq.com。



目录

第1章 移动电商：微信的商业价值巨大 1

1.1 如何驾驭移动电商新“战场” 2

- 1.1.1 传统电商大势已去 2
- 1.1.2 移动互联网是全球趋势 3
- 1.1.3 移动电商开启新商机 4
- 1.1.4 移动电商的发展方向 6
- 1.1.5 移动电商打通线上与线下 9

1.2 手机开店有哪些平台 12

- 1.2.1 微信小店、微信商城、京东微店 12
- 1.2.2 口袋时尚微店 15
- 1.2.3 微店网 16
- 1.2.4 金元宝 18
- 1.2.5 口袋通 20
- 1.2.6 微盟 22
- 1.2.7 点点客 23

1.3 为什么要使用微信开店 26

- 1.3.1 微信粉丝快速增长 27
- 1.3.2 微信悄然改变我们的生活 28
- 1.3.3 微信中的品牌定位 28
- 1.3.4 微信电商思维三大法则 30
- 1.3.5 “用户体验至上”时代的来临 30

1.4 微信开店助力创业梦想 32

- 1.4.1 微信开店者应具备的素质 32
- 1.4.2 微信开店前的准备工作 33
- 1.4.3 微信开店的五大误区 33

1.5 微信电商的行业案例 35

- 1.5.1 【案例】：传统零售行业——天虹商城 35



1.5.2	【案例】：服装行业——绫致服装	36
1.5.3	【案例】：酒店行业——维也纳酒店	38
1.5.4	【案例】：客运行业——滴滴打车	40
1.5.5	【案例】：生活服务——专爱花店	42
1.5.6	【案例】：电视行业——中国互联网电视	43
1.5.7	【案例】：电影行业——万达影院	44

第2章 开店入门：下载与使用微信APP47

2.1 “微”万利，深度揭秘微信 48

2.1.1	微信是什么	48
2.1.2	微信的发展历程	49
2.1.3	微信与微博的区别	52
2.1.4	微信与短信的对比	52
2.1.5	微信的前景分析	53

2.2 下载与安装微信 55

2.2.1	通过扫描二维码下载	55
2.2.2	通过手机应用商店下载	58
2.2.3	通过电脑官网下载	60
2.2.4	通过电脑第三方平台下载	62

2.3 微信的基本使用方法 64

2.3.1	通过手机号注册	64
2.3.2	通过QQ直接登录	67
2.3.3	添加微信好友	67
2.3.4	与好友进行聊天	73
2.3.5	退出微信	75

2.4 “微”机四伏，微信用途之电子商务 76

2.4.1	微信在淘宝卖家的运用	76
2.4.2	微信在电商网站的运用	77



2.4.3 微信的电子商务价值	78
2.5 财运滚滚，微信挣钱有高招	80
2.5.1 【案例】：广西联通“沃创富”平台	80
2.5.2 【案例】：“优鲜果妮”微信卖水果	81
2.5.3 【案例】：微信卖糯米酒月销5万元	81
2.5.4 【案例】：微信卖粟米进账200万元	82
2.5.5 【案例】：微信直销3万只草鸡蛋	83

第3章 开店第一步：申请微信公众号85

3.1 微信账号分类	86
3.2 微信公众平台简介	86
3.2.1 服务号	86
3.2.2 订阅号	87
3.2.3 企业号	88
3.2.4 服务号、订阅号和企业号的区别	89
3.3 微信公众平台的使用方法	90
3.3.1 公众平台的注册条件	90
3.3.2 注册微信公众平台	92
3.3.3 在公众平台上发布消息	97
3.3.4 利用微信公众账号互动功能	99
3.3.5 关注公众号的三种方法	102
3.4 微信公众号的运营方法	104
3.4.1 内容运营	104
3.4.2 用户运营	105
3.5 微信公众号的推广方法	107
3.5.1 微博大号推广	107



3.5.2 微博私信推广	108
3.5.3 BBS平台推广	111
3.5.4 QQ群、邮箱推广	111
3.5.5 小号带大号推广	113
3.5.6 导航网站推广	113
3.5.7 线下活动推广	114
3.5.8 线上活动推广	115
3.6 微信公众号案例	116
3.6.1 【案例】：1号店微信公众号搜索购物	116
3.6.2 【案例】：淘宝公众号关键词下单	117
3.6.3 【案例】：“经典绘本”订阅号开微店	118
3.6.4 【案例】：中国银行北京分行公众号预约代销	119
3.6.5 【案例】：友品微信公众号成分销渠道	121

第4章 开店第二步：开通微信支付功能

4.1 微信支付：用户的全能钱包	124
4.1.1 什么是微信支付	124
4.1.2 微信支付的电商价值	124
4.1.3 微信支付的应用场景	125
4.1.4 微信支付的接入方案	126
4.1.5 微信支付的发展趋势	127
4.2 企业申请微信支付	129
4.2.1 申请成为微信服务号	129
4.2.2 微信支付的经营类目	130
4.2.3 申请微信认证的流程	130
4.2.4 微信认证的操作流程	131
4.2.5 微信支付的申请流程	137
4.2.6 认证失败的原因	141



4.3 玩转个人微信支付	142
4.3.1 绑定银行卡	142
4.3.2 微信钱包充值	145
4.3.3 扫描二维码支付	147
4.4 微信钱包的重点功能	149
4.4.1 微信转账	149
4.4.2 微信红包	151
4.4.3 信用卡还款	155
4.4.4 AA收款	157
4.4.5 理财通	158
4.5 微信支付案例	160
4.5.1 【案例】：小米微信价9分55秒销售15万台	160
4.5.2 【案例】：华为荣耀3X，30万人微信抢购	161
4.5.3 【案例】：应用宝1小时内送出100万元红包	162
4.5.4 【案例】：中兴青漾2，百万微信红包大派发	163
4.5.5 【案例】：中国建设银行AA收款游客短信付款功能	163
第5章 开店第三步：创建微信小店	165
5.1 什么是微信小店	166
5.1.1 微信小店项目简介	166
5.1.2 微信小店的基本要求	166
5.1.3 微信小店的运营模式	167
5.1.4 微信小店的电商价值	167
5.1.5 微信小店的主要优势	168
5.2 如何创建微信小店	168
5.2.1 微信小店的开通步骤	168
5.2.2 微信小店的接口开发	170



5.3 轻松玩转微信小店功能	170
5.3.1 添加商品	171
5.3.2 商品管理	172
5.3.3 货架管理	173
5.3.4 小店概况	175
5.3.5 订单管理	175
5.4 微信小店案例	176
5.4.1 【案例】：印美图，全球首款微信打印机上线	176
5.4.2 【案例】：好药师，完善的医药销售服务系统	178
5.4.3 【案例】：阳光印网，让印刷变得简单、快乐	179
5.4.4 【案例】：美丽说，首家微信小店的垂直电商	180
5.4.5 【案例】：Micronet微网，更直接地引导消费者	181

第6章 开店第四步：打造大型微信商城 183

6.1 什么是微信商城	184
6.1.1 微信商城的特点	184
6.1.2 微信商城的开通要求	184
6.1.3 微信商城的竞争优势	185
6.2 如何创建微信商城	185
6.2.1 微信商城的开通步骤	185
6.2.2 微信商城的主要功能	191
6.2.3 微信商城平台的选择	191
6.3 如何推广微信商城	192
6.3.1 软文推广	193
6.3.2 硬件刷粉	194
6.3.3 数据化引流	196
6.4 微信商城案例	197



6.4.1	【案例】：凡客诚品充分调动粉丝们的热情	197
6.4.2	【案例】：易迅主打“闪购闪电送”的模式	198
6.4.3	【案例】：京东“三驾马车”布局移动端	199
6.4.4	【案例】：微团购，新型便捷的团购商城	200
6.4.5	【案例】：大众点评，吃喝玩乐的百货商城	201
6.4.6	【案例】：泸州老窖，微信商城货物全	202
6.4.7	【案例】：好享购物，移动购物生活	203

第7章 运营装修：设计完美的微信店铺 205

7.1 微店的日常运营 206

7.1.1	日常文案、活动	206
7.1.2	客服管理系统	207

7.2 微信常用的开发服务 208

7.2.1	自定义菜单——打造最便捷的微信	208
7.2.2	微网站——打造专属微信网站	209
7.2.3	微会员——移动时代会员管理平台	210
7.2.4	微活动——一站到底的会员再营销	211
7.2.5	微社区——培养口碑达人	212

7.3 全面完善你的微信店铺 213

7.3.1	给微信二维码加水印	213
7.3.2	设置公众平台地理位置	214
7.3.3	公众平台绑定个人微信号	216
7.3.4	开启公众平台安全设置	217

7.4 店铺装修，漂亮店铺吸引人 218

7.4.1	店铺装修的六大原则	218
7.4.2	微信店铺的设计原则	220

7.5 微信运营与装修案例 222



7.5.1	【案例】：半岛晨报，互动型微社区	222
7.5.2	【案例】：珀莱雅，线上+线下微活动	222
7.5.3	【案例】：微店网络，微信云产品库	223
7.5.4	【案例】：国色天乡乐园，微信阅读时代	224
7.5.5	【案例】：柴公子，微网站旗舰店	225

第8章 店铺管理：打造独特的优质服务 227

8.1 优化商品的前期准备工作 228

8.1.1	确定商品销售类型	228
8.1.2	收集商品的相关素材	228

8.2 商品优化，视觉营销夺流量 230

8.2.1	提升商品点击率的技巧	230
8.2.2	提升商品搜索排名的技巧	232
8.2.3	通过数据优化商品	233
8.2.4	店铺商品促销	235

8.3 营造贴心的客服服务 236

8.3.1	与顾客沟通的技巧	236
8.3.2	把握售前、售中和售后	238
8.3.3	应对各种类型的顾客	239

8.4 微店的物流配送服务 242

8.4.1	第三方快递的选择	243
8.4.2	货物包装的特点	244

8.5 微信电商的服务案例 245

8.5.1	【案例】：宝乐迪KTV，服务为王的理念	245
8.5.2	【案例】：搜狗语音助手，诚意十足的应用	246
8.5.3	【案例】：广东电信微客服，亲切主动最懂你	247
8.5.4	【案例】：Louis Vuitton的个性解答服务	248



8.5.5 【案例】：雪佛兰的小机器人智能客服	249
8.5.6 【案例】：快乐购微信客服查物流下订单	250

第9章 店铺推广：巧妙运用微信营销 253

9.1 微信营销助力移动电商	254
9.1.1 微信营销的优势	254
9.1.2 微信营销的特点	255
9.1.3 微信营销的目的	256
9.2 微信的基本营销功能	256
9.2.1 漂流瓶	256
9.2.2 附近的人	258
9.2.3 扫一扫	259
9.2.4 信息推送	260
9.2.5 摇一摇	261
9.3 朋友圈推广，提高产品成交率	263
9.3.1 分享商品至朋友圈	263
9.3.2 打造精彩的朋友圈内容	265
9.4 微信群运营，培养好友忠实度	267
9.4.1 建立微信群	267
9.4.2 微信群的加入方法	269
9.4.3 微信群的运营方式	269
9.4.4 微信群的推广方式	270
9.5 微信营销案例	271
9.5.1 【案例】：图图搜，微信拍照购物搜索	272
9.5.2 【案例】：太平洋车险，酒后代驾预约神器	272
9.5.3 【案例】：依立紫砂电器，朋友圈集赞送礼	273
9.5.4 【案例】：泰康人寿，1元互助险玩转朋友圈	274



9.5.5 【案例】：吉野家“凭脸吃我”，4天7000多张图片参与	275
-----------------------------------	-----

第10章 吸引粉丝：获取精准好友的秘密 277

10.1 运营不累，玩转微信营销的六大高招 278

10.1.1 粉丝营销	278
10.1.2 事件营销	278
10.1.3 整合营销	279
10.1.4 会议营销	280
10.1.5 大数据营销	281
10.1.6 自媒体营销	282

10.2 让微信好友快速下单的五大秘诀 283

10.2.1 巧用体验产品，刺激二次消费	283
10.2.2 收集用户反馈，带动新消费	284
10.2.3 QQ空间营销，增加产品曝光率	285
10.2.4 发掘潜在客户，激发客户成交意向	287
10.2.5 挖掘客户痛点，提升客户购买率	288

10.3 留住微信粉丝的七大诀窍 288

10.3.1 定位：找准目标消费群体	289
10.3.2 内容：精致的内容和互动	289
10.3.3 活动：快速吸引粉丝关注	291
10.3.4 游戏：充满趣味的植入营销	291
10.3.5 认证：让商家获取粉丝信任	293
10.3.6 CRM：拥有二次营销能力	294
10.3.7 精准：一对一的个性化营销	294

10.4 微信粉丝经营案例 295

10.4.1 【案例】：MJbrand，一个月获得30个代理	295
10.4.2 【案例】：去哪儿网，10天交易量破千万元	296
10.4.3 【案例】：O2O国际皮具城，一星期招商1000家	297



10.4.4 【案例】：奔驰smart，3分钟销售388辆	297
10.4.5 【案例】：南方洁灵，3个月获得1000家加盟商	298

第11章 一键开店：教你如何快速开微店 299

11.1 手机就是微店	300
11.1.1 快速注册微店	300
11.1.2 登录微店	302
11.2 微店的基本设置	303
11.2.1 微信收款	304
11.2.2 卖家市场	305
11.2.3 设置我的微店	307
11.2.4 设置全场运费	308
11.2.5 设置货到付款	309
11.3 微店的运营技巧	310
11.3.1 添加微店商品	310
11.3.2 管理商品分类	314
11.3.3 给订单发货	317
11.3.4 管理微店客户	318
11.3.5 快速推广微店	319

第1章

移动电商：微信的商业价值巨大



随着手机、平板电脑等移动智能终端的普及，依托移动终端的电商开始进入人们的视野，微信便是其中的典型代表。凭借着微信的庞大用户基数，微信电商势必变得火热。本章便针对微信开店的常用平台以及基本准备进行详细讲解，希望对微信创业者有所帮助。



- 如何驾驭移动电商新“战场”
- 手机开店有哪些平台
- 为什么要使用微信开店
- 微信开店助力创业梦想
- 微信电商的行业案例