



没有成交，一切的引流和策划都将毫无意义

重痛点：从多个痛点逆推出心理和沟通上的问题，容易理解

重场景：全书包括十多个模拟情景，让你真切体会成交的秘诀

重故事：如何编写故事，让故事自己到处跑，客户自动上门

重心理：教你做到处事不惊，闻声识人，从心理上留住客户

微商成交 全攻略

孙凡卓◎著

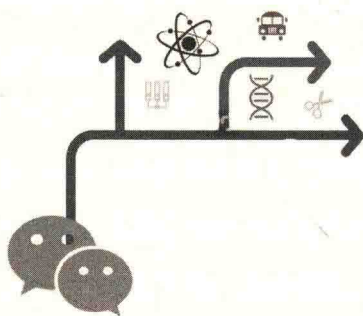


中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

微商成交 全攻略



孙凡卓◎著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书从心理学、行为学、沟通学角度出发,阐述了微商成交所使用的方法。通过深入浅出地讲解和分析销售话术,让读者先了解现象,再通过原理剖析,最后灌输方法,以达到成交的目的。该书最有价值的地方是成交方法背后蕴含的道理,让读者从根本上学会成交。无论未来微商如何发展,看过此书的读者都可以快速迭代自己的思维,跟上互联网的最新变化。

本书实用性强,适合对微商持观望态度或初次接触微商,传统电商转型做微商,以及在微商领域已有一定成就的人阅读。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

微商成交全攻略/孙凡卓著. —北京:电子工业出版社, 2018.9

ISBN 978-7-121-34707-8

I. ①微… II. ①孙… III. ①网络营销—通俗读物 IV. ①F713.365.2-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第150186号

责任编辑:张毅

文字编辑:姜晶晶

印 刷:三河市鑫金马印装有限公司

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:720×1 000 1/16 印张:13.5 字数:182千字

版 次:2018年9月第1版

印 次:2018年9月第1次印刷

定 价:48.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至zltz@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:(010) 57565890, meidipub@phei.com.cn。

序

前段时间，我的脑筋突然搭错线，深夜里给凡卓打电话，说我想写一本书，但是一想到这是个浩瀚的大工程，头皮就发麻。凡卓听罢笑道：“我正要出第三本书，书名叫《微商成交全攻略》，要不你给新书写个序吧！”我一听，心里自然是乐意的，便一口答应了。于是这本书就有了这个序，也算是圆了我一个“出书的梦想”。

众所周知，国内电子商务大概可以分为两个派系：传统电商派和社交电商派（也可以理解为淘宝派和社群微商派）。在认识凡卓之前，我的团队一直从事淘宝派的软件产品研发，公司内部相继发布了速度达、客户达（kehuda.com）、猎流、铺大大等产品，从淘宝信誉、淘宝装修，到淘宝货源、淘宝客源、快递单打印等，凡是和淘宝相关的应用都涉及了。我们将软件使用体验优化到了极致，全系列产品合计拥有超过300万个用户。（其实淘宝派和微商派，不分好坏，只要两者结合得好，威力不次于“导弹”。）

2015年，我发现身边越来越多的朋友加入了微商大军，通过朋友圈卖东西，那我为什么不做个和微商相关的产品呢？通过关注“罗辑思维”的订阅号，创始人罗振宇的一段话让我印象深刻，大意是知识本身是免费的，但是知识的二次加工却需要付费。“得到”“喜马拉雅”“分答”等App的成功，带来了知识付费的新时代。此时，网上免费的微商课程大多没有效果，还有一些更新不及时。我想，为何不做

一个微商界的知识付费平台，为微商提供高效精良的知识培训呢？区别于其他行业，微商们对培训是非常热衷的。线上课堂系统研发对我来说不是问题，只差一个资深讲师了。之前我在淘宝上买过一本《微商运营全攻略》，所以我第一时间想到了这本书的作者——孙凡卓。能不能找凡卓来制作课程呢？只有这样，课程的质量才会有保障。我怀着忐忑的心情加了他的微信，并使出浑身解数旁征博引地向他讲述了我的想法。

只聊了短短30分钟，凡卓居然毫不犹豫地答应了。敲定了一个日期，凡卓从杭州专程飞来深圳，我们开始了视频课程的录制。凡卓的执行力，着实让我目瞪口呆。

后来我开玩笑地问凡卓：“为什么这么爽快就飞来深圳，难道就不怕被素未谋面的陌生人骗去‘卖肾’吗？”凡卓听罢哈哈大笑道：“是你的真诚打动了我，而我也看好知识付费的前景。好内容本身就值得付费，况且你有技术支持和大量的客源，我有培训内容，这种融合是最互补的。可一旦犹豫，机会便稍纵即逝了。”凡卓顿了顿，神情转为严肃，补充道：“但执行力更为重要，如果缺乏执行力，再好的点子也不过是纸上谈兵。创业就是这样的，不断试错，与时间赛跑。高频试错加高频纠错是移动互联网创业的核心精神。不要惧怕未知，你只有每一步都勇敢地踏在你曾经未知的领域，才可能走出与他人不一样的路。否则我们凭什么让自己的明天变得不同？！”

为了不辜负凡卓对我的信任，我和技术团队加班加点，终于，“循序微商课堂”（xunxu.com）于2016年上线了。后来，凡卓的第二本书《微商引流全攻略》也同步推出。图书与线上课堂形成互补，增强了学习效果。2017年，“循序微商课堂”还推出了小程序版本，使学习体验更上一层楼，生源也越来越多了。我当初想打造国内最好的微商线上课堂的愿望终于实现了。

通用电气前CEO杰克·韦尔奇曾说过：“你可以拒绝学习，但你的竞争对手不

会。”这是一个激烈竞争的时代，一个最坏的时代，同时也是一个最好的时代。电视剧《乔家大院》讲述了清朝商人乔致庸为了实现汇通天下和货通天下的终极理想，历经万难而不断奋斗的故事。在今天，乔致庸的理想都已经实现了：支付宝和微信支付的普及应用，解决了汇通天下的难题；各种快递和驿站的普及应用，解决了货通天下的难题。

所以，这确实是一个最好的时代。而在这个最好的时代中，最可怕的事情却是比你优秀的人比你更努力，他们正在马不停蹄地紧跟着大趋势，探索着更多的未知和可能性。你会迎头赶上吗？

愿小伙伴们都学有所成。与君共勉。

郑少强（微信号 776062）

循序微商课堂联合创始人

客户达/速度达联合创始人

前言

成交与交易，到底是什么？我想很多人都清楚这两者字面的意思，但只有极少数人去深刻地探究其背后的道理。在我的前两本书《微商运营全攻略》《微商引流全攻略》中，提到最多的还是技术的层面，而讲到成交与交易的时候，我想，如果还是仅仅去谈论“术”，可能这本书存在的意义将会微乎其微。因为在移动互联网崛起后，变化太快了，可能3个月后，你之前所掌握的“术”就完全没有作用了。

学术派喜欢将微商和移动社交电商画等号。那我们不妨将“移动社交电商”拆开来理解一下。

移动：将移动网络设备作为内容载体，例如：手机、微信。

社交：交往、交互、交流、交友等。

电商：电子商务，通过电子化的网络设备完成商务交易，例如：淘宝、支付宝、微信支付。

顾名思义，微商就是运用移动设备，通过社交的方式完成交易的一种经营模式。而成交的过程，其实就是交易的过程。我们不妨再把“交易”拆开来理解一下。

交：交往、交流、交互、交友。

易：交换、交易。

其实我想说的是，很多人只在乎“易”，却遗忘了“交”。没有“交”，何

谈“易”？“易”是一个成交的结果，所以本书更多地是教给读者怎样“交”。而作为微商、移动社交电商，最为核心的环节就是社交的环节。

假如微商丢失了社交会怎样？咱们不妨看看。如果“移动社交电商”将“社交”这两个字去除，还剩下什么？“移动电商”。“移动电商”不就是今天的淘宝手机版、京东手机版吗？那还需要微商做什么？

如果你此刻正在看前言，我建议你试着放下本书，去找几个朋友把酒言欢。我想这个时候，你会发现生活变得有意思了。因为真正成功的微商就是典型的不销而销。

本书阐述的微商成交攻略是从心理学、行为学和沟通学的角度，以通俗易懂的语言创作而成的。微商喜欢简单粗暴的东西，但这并不一定是一件好事。简单粗暴的东西固然更“快”，但也很容易让人越发急功近利。我希望读完这本书的伙伴们，可以沉下心来思考什么是你想要的，甚至还可以考虑一下，在未来，你还需要什么，而非仅仅关注眼前。

本书深入浅出，先抛出现象，再讲原理，最后灌输方法。虽然书中所讲的方法在当前是行之有效的，但最有价值的不是这些方法，而是这些方法背后蕴藏的原理。如果你可以读懂这本书深层次的逻辑结构，那么无论微商未来如何发展，你都可以快速地迭代自己的思维，跟上任何一个变化。互联网时代，没有任何事物是一成不变的。

本书在内容上吸取了很多世界知名的营销大师、演讲大师、心理学大师的精髓成果，可以说，取其精华、与时俱进是这本书最大的亮点。

本书特色

1. 场景化教学

学成交术最重要的是“应用”，即将具体的方法用在对应的场景中。不分场

景的成交术不仅不会带来订单，反而会带来更多的困扰。本书按不同的场景配比出最适合的成交方法，以便读者直接运用。

2. 内外兼修，不断创造新方法

移动互联网时代的变化速度已经达到了不可思议的地步，好的方法固然重要，但是如果只是学方法，而不参透背后的思维逻辑，方法很容易就会被淘汰。因此本书所讲述的成交术虽然是时下最有效的，但最核心的部分却是全面揭秘创造这些方法的思维方式。

3. 独家秘术倾囊相授

不是所有作者都会将他“压箱底”的知识以出版物的方式进行广泛传播的，而本书的知识含量，只有在看完整本书后，你才会彻底明白，书中到底教了你些什么。

本书内容及体系结构

第1章 为什么你做不好微商

微商成交的基础知识框架与不同人群画像的分析，让读者先弄清楚自己做不好微商的原因，以及自己的瓶颈在哪里。俗话说，知己知彼，百战不殆。本章是让读者先“知己”。

第2章 微商如何快速成交

学习和成长最快的方式就是模仿，但是模仿也有特定的技巧。如何模仿很重要，怎么才能模仿得像模像样更重要。本章糅合了世界潜能开发大师安东尼·罗宾的顶级心理学思维，让读者内外兼修、融会贯通。

第3章 如何和客户进行精准的沟通

成交的前提是做一个善于沟通的人，而中国人的沟通方式在很多时候都是比较含蓄的。如何在日常的沟通中提高效率，是本章最有阅读价值之处。

第4章 微商如何创造信任感

交易、成交的前提是信任，本章主要教会读者如何快速让陌生人熟悉你、相信你，并与你之间达成难以置信的默契。

第5章 如何让朋友圈自己说话

成交源于沟通，沟通要有引子。微商通常都是借助朋友圈文案和软文创造与潜在顾客沟通的机会。本章着重教会读者怎样创作有吸引力的文案，从而为成交打下良好的基础。

第6章 设计一个励志的微商故事

赤裸裸的广告已经很难抢夺消费者的眼球，而一个吸引人的故事，不仅可以有很好的广告效果，更可以让喜欢这个故事的人为你免费传播。本章主要教会读者怎样创作一个“自己长脚还会跑”的励志故事，为自己的成交打下坚实的基础。

第7章 超级零售沟通技巧

所有的铺垫都做好了，成交就变得很简单了。本章主要告诉读者如何做好零售，如何说服消费者，如何简明却不失严谨地介绍产品，以及如何在客户犹豫不决的情况下成交。

第8章 如何将客户转化为代理

招募代理要有严密的思维逻辑。本章把你可能在招募代理过程中遇到的困境做了详细的场景分类，以不同的场景搭配不同的话术，最终将所有的话术汇集成一个一个要点，让你轻松学习。

第9章 100%好评复购技巧

本章所述的技巧是我的独门秘笈，对我自己运作品牌的实战经验和思维进行了全面剖析，告诉你怎么卖产品才可以得到消费者100%的好评与复购。

第10章 如何处理团队管理中遇到的问题

能零售，能招商，还要有良好的沟通方式。如何维护团队情感和处理团队问题，是所有微商团队都需要面对的挑战。这一问题在本章得到了全面的解析，我将教会你如何做一个让每个人都钦佩的团队“老大”。

第11章 高级微商必懂的数据管理

不懂数据管理的公司，不是好公司。不懂得用数据管理团队的“老大”，不是好“老大”。本章主要教会读者在团队已经具有一定规模后，如何通过数据来管理团队；如何通过数据管理，有理有据地招募更多代理，促进团队人数裂变。

第12章 微商要善于洞悉客户心理

一个会沟通、能成交的人，通常都具有善于察言观色的能力，知道如何审时度势，把握时机，在适当的场合说适当的话和做出有效的刺激，但这一切的前提，就是你能够洞悉对方的心理。

第13章 微商应该如何平衡工作与生活

微商的工作和生活息息相关，那么微商应该如何平衡自己的工作与现实生活？本章对此做了量化分析，让读者能够清晰把控自己。到底应该把更多的时间留给家人还是工作，本章也道出了真谛。

本书读者对象

- 所有微商从业者
- 所有微商创业者
- 希望通过互联网传播产品、服务及品牌的企业
- 其他对移动互联网感兴趣的读者

目 录

第1章 为什么你做不好微商 // 1

- 1.1 为什么微商越来越多 // 1
- 1.2 微商成功的五大要素 // 2
- 1.3 不适合做微商的四种人 // 5
- 1.4 成为超级微商人的三种能力 // 10
- 1.5 成为超级微商人的两种心法 // 14
- 1.6 做一个有手艺的微商 // 17

第2章 微商如何快速成交 // 20

- 2.1 如何学习成功微商现有的模式 // 20
- 2.2 如何模仿一个成功的人 // 22
- 2.3 如何诊断自己的朋友圈 // 24
- 2.4 行为的次序很重要 // 26
- 2.5 快速实现微商成交的七种效应 // 29

第3章 如何和客户进行精准的沟通 // 47

- 3.1 如何精确地和客户沟通 // 47
- 3.2 法则一：沟通内容要具体 // 48

- 3.3 法则二：和正确的人沟通 // 49
- 3.4 法则三：为双方创造价值 // 51
- 3.5 法则四：坚定信念 // 52
- 3.6 法则五：持之以恒 // 52
- 3.7 对方沟通能力差时应该怎样做 // 53

第4章 微商如何创造信任感 // 60

- 4.1 如何让别人相信自己 // 60
- 4.2 怎样回答你想逃避的问题 // 64
- 4.3 如何躲过那些必须回答的问题 // 66
- 4.4 如何快速与他人形成默契 // 68

第5章 如何让朋友圈自己说话 // 75

- 5.1 如何做一个说话高手 // 75
- 5.2 如何与陌生人打招呼 // 78
- 5.3 吸引客户的软文 // 80
- 5.4 标题党的七大“党章” // 81
- 5.5 行文要有逻辑性和可读性 // 84
- 5.6 如何写一篇引爆流量和销量的文案 // 89
- 5.7 用众筹的方式逆袭微商界 // 93

第6章 设计一个励志的微商故事 // 105

- 6.1 朋友圈的本质 // 105
- 6.2 个人励志故事的设计是有套路的 // 106
- 6.3 用七个步骤讲一个精彩的故事 // 108
- 6.4 故事的设计公式 // 110
- 6.5 如何为自己的事业创造一个动人的故事 // 110

6.6 20秒精彩自我介绍 // 111

第7章 超级零售沟通技巧 // 118

7.1 活用类比法 // 118

7.2 类比法更容易说服他人 // 119

7.3 知己知彼 // 121

7.4 如何引导客户体验产品 // 123

7.5 FAB法则 // 124

7.6 客户嫌贵怎么成交 // 126

7.7 客户说“我考虑一下”时怎么成交 // 127

7.8 客户说“我支付宝里现在没钱”时怎么立即成交 // 128

第8章 如何将客户转化为代理 // 131

8.1 招募代理的基础逻辑 // 132

8.2 招募代理前要先突破的心理障碍 // 132

8.3 客户转化为代理的前提条件 // 133

8.4 千万不要冲动，乱发价格表给意向代理 // 134

8.5 做过微商的意向代理怎么转化 // 135

8.6 临门一脚转化意向代理 // 139

8.7 没有意向做代理的客户怎样转化 // 141

第9章 100%好评复购技巧 // 147

9.1 用微信语音做产品使用讲解 // 147

9.2 100%好评复购技巧实例讲解 // 148

9.3 将对你有利的内容植入到客户的脑子里 // 150

9.4 100%好评复购技巧的创作原理 // 150

第10章 如何处理团队管理中遇到的问题 // 152

- 10.1 合一架构 // 152
- 10.2 所有的微商都会遇到困难 // 157
- 10.3 如何通过特定的词语解决沟通困难 // 157
- 10.4 通过终止模式处理问题 // 159

第11章 高级微商必懂的数据管理 // 163

- 11.1 数据管理是什么 // 163
- 11.2 通过数据分析把代理分级 // 164
- 11.3 通过数据管理发现产品的生命力 // 170
- 11.4 如何提高客户的产品使用周期 // 171

第12章 微商要善于洞悉客户心理 // 174

- 12.1 微商都要懂一点沟通知识 // 174
- 12.2 微商要懂客户的心 // 177
- 12.3 闻声识人 // 180
- 12.4 如何洞悉他人所想 // 182
- 12.5 说服和被说服 // 184

第13章 微商应该如何平衡工作与生活 // 188

- 13.1 当微商工作遇上生活 // 188
- 13.2 不要忽略情感成本 // 191
- 13.3 微商其实是个伪命题 // 192

微商百强成交达人 // 193



微信扫码获取整套语音视频教程

第1章

为什么你做不好微商

作为开篇，首先让我们来认识一下微商成交的基本知识和条件，包括在成交的场景中，如何在交流的过程中阐述微商的本质，让谈话对象接受和理解微商。

1.1 为什么微商越来越多

微商其实是一种生存方式，并不完全是一种职业。2014年，微商是人们眼中的异类，可到了2016年，微商已经被接受和追捧。微商经常把“活出自我”挂在嘴边。如今，微商参与者数量越来越大，经常会有人问“怎么你也做微商了？微商到底是怎么回事？微商有这么好做吗？”之类的问题。很多人虽然做微商，但是他们根本没搞清楚微商到底是怎么回事，和对方在谈生意、谈成交的时候，张口闭口都是自己的品牌、产品、模式、分利形式，可对方在这个时候还没有通过与你交流而接受微商，试问怎么能成交呢？

微商是科技进步的必然产物

其实，微商是科技进步的必然产物。从20年前的传统生意说起，那时候电脑还是Windows95操作系统，上网要用电话拨号，网速慢，甚至很少人能拥有手机，所以生意都在实体店做。后来网络发达了，人们可以在网上办公，于是生意就渐渐地被搬上互联网，可以说是时代衍生出了电商产业。今天的我们，人手一部手机，生意也自然而然要做到手机上。

微商，是今天人类科技进步、社交方式升级的必然产物。早年间QQ流行的时候，我们做传统生意的人，就通过QQ做生意了。下订单、完成交易，当然还有电话销售。事实上，我们生意模式的升级，都是随着社交方式、科技进步的发展而升级的。微商并不是一些人刻意而为之，而是科技进步的必然产物，是社交方式、社交工具升级的必然产物。因为有人的地方才有生意，人在哪儿，生意就在哪儿！

你可以排斥很多微商的操作方法，但是无法排斥移动化、手机化的交易形式，而这种交易形式是什么？就是微商。总之，微商是科技进步的必然产物，你，无法拒绝。

1.2 微商成功的五大要素

在这样一个信息发达的时代，什么样的微商可以取得成功和活出自我呢？如今，加入微商行列的人越来越多，随之而来的竞争也就越来越激烈，这永远是成正比的关系。在此，有必要讲一下微商成功的五大要素。