

新手学

微商团队管理与实战

邱超群 编著

新手学微商团队建设，紧抓发展趋势，快速令团队做大做强。

揭秘团队管理短板，扩展人脉圈，轻松打造高效、专业、敬业微商团队。



专题 精讲

全面介绍微商团队运营全过程，组建、考核、培训、管理、协作、引流，面面俱到。

11
↑

微商运 营案例

战略布局、营销开展、团队管理、考核激励通通搞定。10个主流常用工具、9个微商营销渠道，打造极致微商活动，全面发展自身业务。

40
↑

微商 团队

微商管理建议，沟通问题、团队矛盾、岗位设定等难题轻松解决，打造超强微商团队。

30
↑

引流 渠道

轻松扩展人脉圈，解析6种团队成员类型，发挥各自所长。

15
↑

清华大学出版社



大众创业系列丛书

新手学 微商团队管理与实战

邱超群 编著

常州大学图书馆
藏书章

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书共包括 11 章, 内容包括微商团队的组建、管理以及运营等相关内容, 循序渐进地为微商整理了一条清晰的团队管理思路, 并在文中全面细致地介绍了微商团队的管理方法。

全书注重理论与实践的结合, 以全面、简单和清晰的叙述引导微商们以更有效、更专业 and 更严谨的方式来组建及管理自己的团队, 从而使得微商团队的营销活动更为成功。

本书适合准备通过微商进行创业, 或正在进行微商经营, 并想管理好自己团队的读者学习借鉴。

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

新手学微商团队管理与实战 / 邱超群编著. —北京: 清华大学出版社, 2018

(大众创业系列丛书)

ISBN 978-7-302-49072-2

I. ①新… II. ①邱… III. ①网络营销—组织管理学 IV. ①F713.365.2

中国版书图书馆CIP数据核字(2017)第296020号

责任编辑: 李玉萍

封面设计: 郑国强

责任校对: 周剑云

责任印制: 李红英

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 装 者: 三河市君旺印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×240mm

印 张: 20.75 字 数: 365千字

版 次: 2018年2月第1版

印 次: 2018年2月第1次印刷

定 价: 49.00 元

产品编号: 073143-01

关于本丛书

在商业蓬勃发展的现代，不少人认为与其给人打工不如自己当老板，因此在中国这个人口大国掀起了大众创业和草根创业新浪潮，开启了全民创业的新时代。

在全民创业的大浪潮下，很多有抱负的年轻人都希望通过创业来获得人生事业的成功。据某创业现状调研报告显示，约有 75% 的在校学生对创业满怀期待，既羡慕创业者的勇敢和成就，也希望能有这样的机会成就自我。

但是成功的创业者毕竟是少数，每年新创办的企业中，至少有 50% 的企业在半年之内倒闭，因此创业并不是一件容易的事，也不是一件随便说干就干的事。“万事开头难”，做任何事情都不是那么容易的，不是只靠嘴上说说或心里想想就可以做到的，更不用说创业这种高风险低成功率的事情了。

于是，我们针对这部分人专门策划了“大众创业系列”这套丛书。本丛书立足“切实可行”这一前提，挑选了创业起步过程中创业者最想要了解的内容，如行业选择、公司注册、人事行政、资金、行销、团队、培训和扩展等方向，切实解决新手创业者的创业难题。本丛书具有如下特点。

特点	特点说明
大量实战案例提高可操作性	本丛书采用理论知识结合实战案例的创作结构，在具体讲解过程中，列举了大量案例，以帮助创业者更高效地进行公司经营和管理
海量各种栏目拓展内容深度	本丛书在讲解过程中，穿插各种形式的栏目，剖析了创办公司过程中遇到的高频问题、关键问题及无法解决的难题，不仅解决了创业者的实际问题，还大大扩充了本丛书知识的广度和深度
全程图解展示学习轻松容易	本丛书除了介绍创业相关的理论知识外，特意将烦琐的操作步骤进行图示化展示和图示讲解，力求让读者轻松学会相关理论和操作

本书结构

本书是一本介绍微商团队创业与管理的实用书籍，主要站在团队管理者的位置介绍了如何创建微商团队、如何管理微商团队、如何开展微商活动以及如何运营微商团队成员等内容，以实际有效的操作管理方式为管理者解决了若干微商团队的问题。

全书共 11 个章节，主要内容可分为如下三个部分。

章节介绍	主要内容	作用
第 1 章	该部分介绍了当前微商发展的相关情况，以团队的形式发展的微商更容易获得成功	这部分内容作为全书的开篇，介绍了微商基础的相关内容，为后文微商团队的建立、管理以及运营打下了基础
第 2~9 章	该部分介绍了微商团队的组建、团队成员的培训、团队成员的绩效考核、团队内部管理、团队外部管理以及团队的微商营销活动等内容	这部分内容作为全书的重点，全面介绍了微商团队的组建、管理和运营等内容
第 10~11 章	该部分主要是对微商团队常用的工具和微商团队的运作注意事项等内容进行介绍	这部分内容属于微商团队能力的升级，从而提升微商团队的战斗力

本书特点

特点	特点说明
典型案例快速精通	本书在创作过程中注重对理论知识的进一步认识和分析，为此提供了大量典型案例，通过对这些案例的分析和借鉴，相信读者能够更好地开展微商团队营销活动
图解呈现步骤讲解	本书中穿插大量图片、表格和图示，以多元化的形式为读者介绍了微商团队创建、管理与运营等方面的知识，并且用步骤的形式来讲解操作性较强的知识，帮助读者提升对理论知识的理解能力

本书读者

本书是一本实用的微商团队管理书籍，能够帮助初创业的微商快速成立自己强大的微商团队，并对成员进行有效的管理，促进团队成员和微商团队的共同成长，从而实现自己的创业梦想。

本书作者

本书由邱超群编著，参与本书编写的人员有杨群、罗浩、林菊芳、马英、邱银春、罗丹丹、刘畅、林晓军、周磊、蒋明熙、甘林圣、丁颖、蒋杰、何超等，在此对大家的辛勤工作表示衷心的感谢！由于编者经验有限，书中难免会有疏漏和不足，恳请专家和读者不吝赐教。

第 1 章 微商逐渐趋于 团队化发展 ... 001

1.1 微商是如何发展起来的 ... 002

1.1.1 什么是微商 ... 002

1.1.2 微商的分类情况 ... 003

1.1.3 常见的微店
电商平台 ... 004

1.1.4 社交电商和
微商红利 ... 007

1.2 微商发展的三阶段 ... 009

1.2.1 野蛮生长阶段 ... 010

1.2.2 品牌发展阶段 ... 011

1.2.3 平台微商发展阶段 ... 012

1.3 抓住微商的重要商业价值 ... 013

1.3.1 微商的低门槛性 ... 013

1.3.2 无处不在的
移动营销 ... 015

1.3.3 便捷的交易方式 ... 016

1.3.4 传播速度快 ... 017

1.3.5 主动式营销 ... 018

1.3.6 信任式的营销 ... 019

1.4 微商营销手段的发展过程 ... 021

1.4.1 微商初期的销售模式：
杀熟为主 ... 021

1.4.2 微商前期的销售模式：
代理分销 ... 022

1.4.3 微商中期的销售模式：
品牌宣传 ... 023

1.4.4 微商发展后期的销售
模式：分享模式 ... 024

1.5 微商团队发展的必要性 ... 026

1.5.1 个人微商发展的
局限性 ... 026

1.5.2 微商团队的优势 ... 027

1.5.3 微商团队应该
具备的条件 ... 029

1.5.4 团队转型是
微商的必经之路 ... 030

第 2 章 微商团队的 战略布局 ... 033

2.1 认识微商团队的运作系统 ... 034

2.1.1 微商团队的
运作系统有哪些 ... 034

2.1.2 渠道系统 ... 034

2.1.3 推广系统 ... 038

2.1.4 技术化系统 ... 041

2.1.5 成员管理系统 ... 042

2.1.6 代理招聘系统 ... 043

2.1.7 培训系统 ... 046

2.2 常见的几种微商团队 运营模式 ... 048

2.2.1 朋友圈代理模式 ... 048

2.2.2 微商分销模式 ... 049

2.2.3 服务型微商模式 ... 049

2.3 微商的 3 种销售模式 ... 050

2.3.1 以自营为主的
C2C 模式 ... 051

2.3.2 以代销为主的
B2C 模式 ... 051

2.3.3 以自营 + 代销为主
的 B2B2C 模式 ... 052

第3章 组建一支强大的微商团队 057

3.1 如何组建微商团队	058
3.1.1 带领团队, 通过情感维系	058
3.1.2 建立团队的原则 ...	059
3.2 微商团队中的岗位设定 ...	060
3.2.1 运营总监	060
3.2.2 渠道经理	061
3.2.3 策划人员	062
3.2.4 美工设计和文案编辑人员	063
3.2.5 客服人员	064
3.2.6 物流人员	066
3.3 创建微商团队的要素	067
3.3.1 一个响亮的微商团队名称	067
3.3.2 具备管理能力的团队领头人	068
3.3.3 树立团队文化	069
3.4 团队管理的方法	070
3.4.1 了解自己的队员 ...	070
3.4.2 明确队员的定位 ...	072
3.4.3 制定团队的管理制度	073
3.4.4 善于激发成员的潜能	075
3.4.5 开展团队集体活动	078

第4章 微商团队成员的绩效考核 081

4.1 对绩效考核的全面认识 ...	082
4.1.1 绩效与绩效考核 ...	082
4.1.2 绩效工资差异化分配	084
4.1.3 从定性指标体现管理能力	087
4.1.4 以绩效考核为中心的薪酬激励 ...	089
4.1.5 绩效考核与绩效管理	091
4.2 制定绩效考核方案	092
4.2.1 确定绩效考核的内容	092
4.2.2 制定绩效考核的流程	095
4.2.3 微商团队绩效考核管理制度	096
4.3 选对绩效考核方法	098
4.3.1 相对评价法	099
4.3.2 绝对评价法	100
4.3.3 描述法	105
4.4 完善绩效的奖惩机制	108
4.4.1 建立阶梯绩效奖励	108
4.4.2 将人才的晋升与绩效考核挂钩	109
4.4.3 建立有效的惩处机制	111

4.5	绩效考核如何落到实处	112
4.5.1	统一成员的思想问题	112
4.5.2	考核方法要恰当	113
4.5.3	绩效考核有效执行	114
4.5.4	绩效考核过程中的管理建议	115

第 5 章 微商团队的队员培训计划 117

5.1	什么是团队培训	118
5.1.1	定期开展团队培训的意义	118
5.1.2	团队培训方案组成要素分析	119
5.2	设计适合的培训方案	121
5.2.1	培训课程需求分析	122
5.2.2	建立团队培训体系	124
5.2.3	设计培训课程	127
5.3	对培训效果进行评估	129
5.3.1	培训效果评估的主要内容	129
5.3.2	培训效果评估的方法	130
5.3.3	培训效果评估的步骤	132
5.4	对不同的人才进行区别培训	135
5.4.1	对管理人才的培训	135
5.4.2	对专业技术队伍的培训	137

5.4.3	对营销人员的培训	138
5.5	培训中要注意些什么	141
5.5.1	实施培训计划中的误区	141
5.5.2	掌握培训成本的计算	144
5.5.3	培训的奖励和处罚	145

第 6 章 高效的微商团队内部管理 147

6.1	微商团队的扁平化管理	148
6.1.1	认识“扁平化”管理模式	148
6.1.2	削减过多的人员	149
6.1.3	团队扁平化管理设计	151
6.2	微商团队的成员管理	154
6.2.1	赏罚分明	155
6.2.2	定期考核	156
6.2.3	预留升职空间	157
6.3	微商团队激励策略制定	159
6.3.1	榜样激励	159
6.3.2	目标激励	160
6.3.3	授权激励	161
6.3.4	尊重激励	163
6.3.5	沟通激励	164
6.3.6	赞美激励	166
6.3.7	信任激励	167
6.3.8	竞争激励	169
6.3.9	团队文化激励	170

第7章 计划性的微商团队 外部营销管理 ...171

- 7.1 品牌微商分销团队的
规划营销管理 172
 - 7.1.1 招商方案设计 172
 - 7.1.2 价格系统的设计 ... 174
- 7.2 对代理商进行管理 176
 - 7.2.1 学会对代理商
进行控制 176
 - 7.2.2 代理商的
策略性管理 179
 - 7.2.3 如何引导代理商
做强 180
 - 7.2.4 帮助代理商做大 ... 182
 - 7.2.5 用“心”管理 183
- 7.3 提高客户的黏性 185
 - 7.3.1 强化“客情”
关系提升成交量 ... 185
 - 7.3.2 分析客户行为
提高其黏性 187
 - 7.3.3 建立回访记录表 ... 188
- 7.4 优势明显的微商团队 189
 - 7.4.1 有质量保证
的产品 189
 - 7.4.2 增加产品黏性 190
 - 7.4.3 高质量的
服务水平 192
 - 7.4.4 良好的广告推送 ... 195

第8章 团队协作多方面 开展营销活动 ...197

- 8.1 微信公众号的运营 198
 - 8.1.1 创建一个微信
公众号 198
 - 8.1.2 明确微信公众号推送
内容的风格 202
 - 8.1.3 推送优质内容
吸引用户 205
 - 8.1.4 微信公众号中的
群发功能 207
 - 8.1.5 进行回复设置 209
- 8.2 朋友圈打造微信营销 213
 - 8.2.1 编辑完整的
个人信息 213
 - 8.2.2 朋友圈温柔刷屏 ... 214
 - 8.2.3 朋友圈文案的
编辑 215
 - 8.2.4 朋友圈的
高频率互动 217
- 8.3 微信小店、微商城以及
微网站的运营策略 218
 - 8.3.1 微信小店怎么开 ... 218
 - 8.3.2 微信小店的
运营技巧 220
 - 8.3.3 微商城的
分类情况 221
 - 8.3.4 公众号接入第三方
微商城 222

8.3.5 搭建团队的微网站 ... 223

8.4 其他能够用于营销的

微信功能 225

8.4.1 微信群是
营销热门地 225

8.4.2 漂流瓶做营销 228

8.4.3 用微信红包做营销 ... 230

第 9 章 微商团队多 渠道引流 233

9.1 线上多途径引流 234

9.1.1 QQ 引流 234

9.1.2 视频引流 236

9.1.3 博客引流 240

9.1.4 微博引流 241

9.1.5 邮件引流 243

9.1.6 百度系引流 244

9.2 线下活动也可以 进行引流 248

9.2.1 活动引流 248

9.2.2 线下实体店引流 ... 250

9.2.3 玩转二维码引流 ... 251

9.3 利用客服聊天完成引流 ... 254

9.3.1 顾客拒绝客服推销的
原因分析 254

9.3.2 品牌的辨识度 256

9.3.3 产品的价格商讨 ... 257

9.3.4 产品的正规性 258

9.3.5 提高客户的
购买欲 259

9.3.6 客服开场白的
聊天技巧 260

第 10 章 微商团队常用的 工具介绍 263

10.1 必不可少的硬件工具 ... 264

10.1.1 上网和沟通工具 ... 264

10.1.2 自拍神器 266

10.1.3 其他硬件工具 268

10.2 软件工具应该 包括哪些 269

10.2.1 社交媒体工具 269

10.2.2 文字处理工具 272

10.2.3 图片优化工具 274

10.2.4 视频软件工具 278

10.3 H5 页面的制作工具 281

10.3.1 确定 H5 页面的
功能目标 281

10.3.2 H5 页面的
具体设计 285

10.3.3 H5 页面制作
软件 287

第 11 章 进一步强化微商 团队 291

11.1 给团队管理者的建议 292

11.1.1 团队的矛盾管理 ... 292

11.1.2	成员的目的 在于“赚钱”	294	11.3.3	玩转概念, 产品同质化	308
11.1.3	拒绝瞎囤货	295	11.4	了解微商当前的 发展形势	310
11.1.4	微商团队货源 代发问题	297	11.4.1	微商行业 发展现状	311
11.2	微商团队做好 服务性营销	298	11.4.2	微商渠道的 发展优势	312
11.2.1	分内的服务: 产品 使用的相关服务	298	11.4.3	在良好的形势下该 如何做微商	314
11.2.2	增值的服务: 与产品 关联性的服务	300	11.5	微信卖烧鸡引来 300 万元 风投	317
11.2.3	无关的服务: 与产品 无关的服务	301	11.5.1	下蛋公鸡价值 300 万元	318
11.3	微商团队需要 规避的雷区	304	11.5.2	分析下蛋公鸡的 微商营销过程	319
11.3.1	假冒伪劣, 大行其道	304	11.5.3	下蛋公鸡给微商 团队的启示	321
11.3.2	以量定价, 渠道压货	307			

第 1 章

微商逐渐趋于团队化发展



本章要点

- ◆ 什么是微商
- ◆ 微商的分类情况
- ◆ 常见的微店电商平台
- ◆ 社交电商与微商红利
- ◆ 野蛮生长阶段
- ◆ 品牌发展阶段
- ◆ 平台微商发展阶段
- ◆ 微商的低门槛性
- ◆ 无处不在的移动营销
- ◆ 便捷的交易方式
- ◆ 传播速度快



学习目标

由于微商低门槛、便捷以及灵活等特性，越来越多的创业者通过微商来实现自己的梦想。但是随着微商的进一步发展，个人微商面临着各种困境，微商团队出现在人们的视线中，以团结和合作形式共同创业，更符合微商当前的发展形势。

知识要点	学习时间	学习难度
微商是如何发展起来的	25 分钟	★★
微商发展的三阶段	30 分钟	★★★
抓住微商的重要商业价值	50 分钟	★★★★
微商营销手段的发展过程	50 分钟	★★★★
微商团队发展的必要性	40 分钟	★★★★

1.1

微商是如何发展起来的

随着社交平台的发展，微商也慢慢进入了人们的视线，微商借着社交平台向朋友、客户以及粉丝推销自己的产品或服务，那么微商究竟是怎样发展起来的呢？下面来一起看看。

1.1.1 什么是微商

尽管对于“微商”很多人并不陌生，但是很多人却不知道什么是微商，甚至片面地认为在朋友圈中销售商品的商人就是微商，这是错误的。想要明白什么是微商，首先就要了解什么是微电商。

微商是基于微信和微博等社交工具展开的微平台电子商务，因此也被称为微电商。微电商是一种基于交互、体验、口碑以及分享，以简化购买过程、优化购买体验和缩短购物时间为目标的精细化电子商务。实际上，微电商就是直销的电子商务化，既是电子商务的重要分支，也是电子商务的发展趋势。

另外，微电商的主要载体是以手机为代表的移动终端，有别于传统电商的在线模式，而是充分利用每个个体的碎片化时间进行的电子商务行为，所以又被称为移动电商。

微电商投入小、门槛低、传播范围广泛，足不出户便可以推广和销售，满足了大多数有自主创业意识，但又不敢轻易尝试实体创业，以及没有充足资本的创业者实现自己创业梦想的需要。微电商的出现还弥补了传统市场与电商市场的渠道费等成本高、短促人员管理要求高以及投入成本回收慢等缺点。微电商不仅可以快速打开销售渠道，还可以用较低的成本进行营销推广。

由于语言习惯，微电商简称为“微商”，但这并不是部分人认为的微信电商。微商包含微信电商，微信电商仅仅是微商中的一部分，是其中的一个重要媒介载体，除了微信之外，其他社交媒体平台，如微博、QQ 以及论坛等媒介载体，都是微商运营的重要工具。

1.1.2 微商的分类情况

微商近几年异常火爆，越来越多的创业者加入了微商大军，按照不同的运营模式可以将微商进行不同的分类，具体的分类情况如下。

1. 个人微商

在微商中最基础的便是个人微商，即个人（消费者）对个人（消费者）之间的电子商务，相当于线下传统零售或电商的个人淘宝店，个人微商将产品直接销售给消费者。比较有代表性的是朋友圈做代购，个人微商通过朋友圈直接将代购产品卖给朋友。

个人微商一般比较适用于初创业者，如妈妈群体，她们的特点是时间较多，能够专心从事自己的微商事业。但是这类个人微商通常没有资源，也没有专业技能，只能做底层的代理商或者是分销商。

2. 品牌微商

品牌微商有两种类型：一种是营销的商品一开始就是品牌，品牌商从传统行业进入微商，以多种社交媒体宣传推广品牌产品；另一种是产品本来不是品牌，通过在微商中逐渐发展，慢慢形成品牌。

品牌微商相较于个人微商而言更具优势，因为产品打造了自己的品牌之后更容易得到消费者的信任，在同类产品中更容易获得消费者的青睐，这是个人微商所无法达到的效果。

3. 社群微商

社群微商是近两年才慢慢发展起来的，指的是由某个群体内的意见领袖发起，以兴趣点或某种情感共鸣形成的在线社群，通过有主题运营，将粉丝转换为消费者，从而实现变现。

随着《互联网广告管理暂行办法》的实施，个人微商的发展已经越发艰难，社群微商发展已经成为微商的一个主要出路。

4. 平台微商

平台微商包括微信小店、京东小店、京东拍拍以及口袋通等，平台微商具备许多独特的优势，如不用囤货，解决了货源、交易机制、信任机制以及消费者保障等核心交

易的问题，商品也更加多元化等。它完全是一个去中心化和去流量化的交易平台，有着一整套完善的交易机制：从上游的上架选品到中游的代销分销再到下游的购买返佣，形成了一个完整的链条。

知识补充 | 平台微商的进一步认识

需要注意的是，平台微商尚且不能真正称为微商，他们只是给从事微商的人提供了一个平台，并且提供了工具和技术方面的支持。

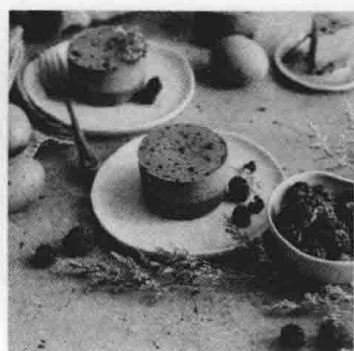
1.1.3 常见的微店电商平台

随着微商的快速发展，各种微店电商平台也如雨后春笋般涌现，对于想做微商的创业者而言，认识并了解常见的微店电商平台是非常有必要的。

目前微店平台主要分为两大类：第一类是基于微信等社交平台的 C2C 电商平台，如口袋购物和喵喵微店等；第二类是嫁接在社交软件平台上的 B2C 开放平台，如有赞和微信小店等。下面来具体介绍。

1. 口袋购物

口袋购物是一款移动平台的推荐购物类应用软件，主打个性化和精准化的商品推荐，帮助用户一站式购买淘宝、天猫、京东、凡客以及苏宁等商城的商品，随时随地发现便宜好用的单品，为用户提供良好的购物体验。如图 1-1 所示为口袋购物平台为用户推荐的商品。

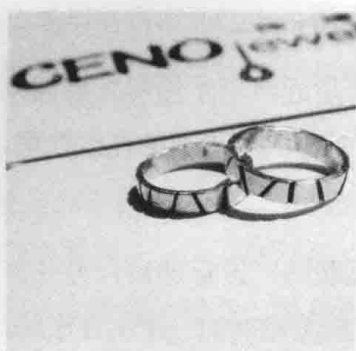


¥ 158 还差5份

杭州 | 美爆朋友圈的甜品，全靠它！

浙江 杭州市下城区 0099星

02月18日 周日 14:00



¥ 338 还差18份

北京 | 银匠初体验，锻造纯银对戒

北京 北京市海淀区

02月05日 周日 10:00

图 1-1

无论是从店主开店管理店铺的角度，还是从消费者购物的角度，口袋购物都能提供便捷、精准的服务，比较适合微商创业者。

2. 喵喵微店

喵喵微店是国内领先的微店平台，是钱喵喵旗下面向女性服务的专属手机网点，以帮助女性店主赚钱为使命，为女性店主以最简单、最快速的方式建立属于自己的手机网店。

喵喵微店主要围绕微信平台进行店铺营销和客户管理，有商品发布、订单管理、编辑信息以及设置秒杀等功能。虽然喵喵微店与其他平台相比并没有明显的优势，但是其绚丽的界面仍然吸引了众多女性店主以及女性消费者的关注，自喵喵微店出现以来得到了广大女性朋友的青睐。如图 1-2 所示为其页面情况。



图 1-2

3. 有赞

有赞原名为口袋通，是在微信上搭建的微信商城平台，是当前最欢迎的手机微商城。它是基于 SAAS 模式形成的免费社会化 CRM（微店铺 + 微粉丝营销）平台，简单来说就是帮助微商管理客户，提供店铺、商品、订单、物流、消息以及客户管理等服务。

有赞中的商户大部分都是从淘宝的第二梯队皇冠店整合过来的，属于企业品牌的

二次重塑。因此，有赞实际上是对企业微店理解比较透彻的一个微店平台，并且是免费的，所以比较适合企业微店入驻。如图 1-3 所示为其首页（<https://www.youzan.com/>）。



图 1-3

知识补充 | 名词解析

SAAS (Software as a Service, 软件即服务) 是一种通过 Internet 提供软件的模式，用户不用再购买软件，而改用向提供商租用基于 Web 的软件，来管理企业经营活动，且无须对软件进行维护，服务提供商会全权管理和维护软件，对许多小型企业来说，SAAS 是采用先进技术的最好途径，它消除了企业购买、构建和维护基础设施和应用程序的需要等问题。

4. 微信小店

微信小店是基于微信公众平台打造的原生点上模式，包括添加商品、商品管理、订单管理、货架管理以及维权等功能，微商可以使用接口批量添加商品，实现快速开店。

2014 年 5 月 29 日，微信公众平台宣布正式推出“微信小店”，将形形色色的小店搬进微信。这不但让“微信，不仅仅是聊天工具”成为现实，也让移动电商大战正式拉开序幕。如图 1-4 所示为微信小店中某商户的商品展示。