

肖森舟 李鲟 著

# 微商造势 108招

肖森舟、李鲟  
再度携手

讲透微商造势秘笈



没有失败的微商  
只有不会造势的微商

金城出版社  
GOLD WALL PRESS



微商造势  
108招

肖森舟

李 鲟

著

图书在版编目(CIP)数据

微商造势108招 / 肖森舟, 李鲟著. — 北京:

金城出版社, 2018.7

ISBN 978-7-5155-1707-0

I. ①微… II. ①肖… ②李… III. ①网络营销

IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第140136号

微商造势108招

作 者 肖森舟 李鲟

责任编辑 李轶武

开 本 880毫米×1230毫米 1/32

印 张 7.75

字 数 175千字

版 次 2018年8月第1版

印 次 2018年8月第1次印刷

印 刷 天津盛辉印刷有限公司

书 号 ISBN 978-7-5155-1707-0

定 价 59.80元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区利泽东二路3号

邮编 100102

发行部 (010)84254364

编辑部 (010)64391966

总编室 (010)64228516

网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 [jinchengchuban@163.com](mailto:jinchengchuban@163.com)

法律顾问 北京市安理律师事务所 18911105819

---



## 目录

策划手记	没有失败的微商，只有不会造势的微商 .....	001
第1招	造势比做事重要 .....	005
第2招	造势是成功者的必备素质 .....	007
第3招	造势是草根逆袭的神兵利器 .....	009
第4招	不会造势，别来做微商 .....	011
第5招	借势是造势的捷径 .....	013
第6招	万物皆势，皆可为我所用 .....	015
第7招	顺势而为，更容易造势成功 .....	017
第8招	好的创意，价值千金 .....	019
第9招	放大你的格局 .....	021
第10招	努力帮助更多的人 .....	023
第11招	会晒才会赢 .....	025
第12招	造势之前要先定位 .....	027

---

第 13 招	造势就是共振和叠加 .....	029
第 14 招	在固定的时间做固定的事 .....	031
第 15 招	高频率打败低频率 .....	032
第 16 招	多数人打败少数人 .....	034
第 17 招	先造势，后成交 .....	036
第 18 招	经常晒客户见证，是很好的造势 .....	039
第 19 招	制造稀缺也是造势 .....	041
第 20 招	善用超级符号来造势 .....	044
第 21 招	为自己代言 .....	046
第 22 招	给代理荣誉感 .....	048
第 23 招	吸引更高端人士参与 .....	050
第 24 招	让更多的人信任你 .....	052
第 25 招	羊群效应 .....	055
第 26 招	利用微博、微信宣传自己 .....	057
第 27 招	给自己打造光环 .....	059
第 28 招	自带流量 .....	061

---

第 29 招	给自己一个机会 .....	063
第 30 招	双赢才是王道 .....	066
第 31 招	造势是一个日积月累的过程 .....	068
第 32 招	打造眼球经济 .....	070
第 33 招	基础扎实才能走得更远 .....	072
第 34 招	提前为造势做好充分准备 .....	073
第 35 招	首先塑造价值 .....	075
第 36 招	借助名人 .....	077
第 37 招	多跟名人、明星合影 .....	080
第 38 招	信任背书 .....	084
第 39 招	面子没那么重要 .....	086
第 40 招	主动出击才有机会 .....	089
第 41 招	把过程录下来 .....	091
第 42 招	向追星族学习 .....	093
第 43 招	拉近关系，打感情牌 .....	095
第 44 招	小恩小惠推波助澜 .....	097

---

第 45 招	在礼物上印广告 .....	099
第 46 招	舍得投资 .....	101
第 47 招	不能合影，先求同框 .....	104
第 48 招	用“名人说”来证明自己 .....	107
第 49 招	好口才价值连城 .....	109
第 50 招	让别人在一分钟之内记住你 .....	110
第 51 招	言而有信，说到就要做到 .....	112
第 52 招	成就别人才能成就自己 .....	114
第 53 招	让别人觉得你很重要 .....	116
第 54 招	朋友圈吸引力法则 .....	118
第 55 招	好的平台，自带势能 .....	120
第 56 招	发朋友圈的图片要精致 .....	122
第 57 招	制造热销文案 .....	124
第 58 招	做活动前要预热 .....	126
第 59 招	有截图，才有证据 .....	128
第 60 招	权威背书 .....	130

---

第 61 招	活动倒计时 .....	132
第 62 招	展示团队活力 .....	134
第 63 招	与朋友合作 .....	136
第 64 招	批量制造内容 .....	138
第 65 招	你需要一个神助攻 .....	140
第 66 招	跟随策略 .....	142
第 67 招	先学习，再超越 .....	144
第 68 招	不要和机会讨价还价 .....	146
第 69 招	多分享，多制造内容 .....	148
第 70 招	主动提供素材给对方 .....	150
第 71 招	学会拍照 .....	152
第 72 招	勾肩搭背还要眼神一致 .....	154
第 73 招	把别人拍好看 .....	156
第 74 招	多积累素材 .....	158
第 75 招	把照片拼成九宫格 .....	160
第 76 招	在图片上加文字 .....	162



---

第 77 招	背后有人才是大咖 .....	164
第 78 招	一群人合照才有力量 .....	167
第 79 招	统一才有气势 .....	168
第 80 招	海报要突出创始人 .....	170
第 81 招	大图营销 .....	173
第 82 招	用高品位的素材刷屏 .....	176
第 83 招	随时随地拍视频 .....	179
第 84 招	注重仪式感 .....	181
第 85 招	开会要坐前排 .....	184
第 86 招	要么不做，要么做第一 .....	186
第 87 招	给自己排名 .....	188
第 88 招	用数字来造势 .....	190
第 89 招	要做地推 .....	192
第 90 招	把结果展示给别人看 .....	194
第 91 招	身体就是你最好的广告 .....	195
第 92 招	把握好诉求和痛点 .....	197

---

第 93 招	塑造真实感 .....	198
第 94 招	有效的方法重复用 .....	200
第 95 招	场内造势，场外传播 .....	202
第 96 招	利用易拉宝 .....	204
第 97 招	品质好不如传播好 .....	206
第 98 招	借助工具 .....	208
第 99 招	开创行业先河 .....	210
第 100 招	向高人学习 .....	212
第 101 招	懂得借场 .....	214
第 102 招	拍一套专业大片吧！ .....	216
第 103 招	高度重视会议营销 .....	218
第 104 招	旅游造势 .....	221
第 105 招	全球化造势 .....	223
第 106 招	用课程来造势 .....	225
第 107 招	给自己出一本书 .....	227
第 108 招	不断升级自己的圈子 .....	230

## 没有失败的微商， 只有不会造势的微商

李鲆

2014年，我和肖森舟合作出版《微信营销108招》，这本书成为许多微商的启蒙读物，也是微商领域最畅销的图书之一，直到现在还在持续销售。

由此，我们也开始对微商进行了长期的观察和研究。

我们发现，在整个商业领域，微商可谓是草根逆袭的最有效的途径。很多根本没有资源和人脉的人，选择了微商，身价就能迅速变成百万、千万，甚至上亿。

可以这么说，微商是最公平、最不“拼爹”的一个行业。只要你有能力、够努力，就一定能出头。

那么问题来了：

为什么同是做微商，有些人能迅速做大，有些人却根本做不起来？

微商领域好像也没有什么太大秘密，微商的运行模式其实都是一些很简单的东西，一看就能明白。

成功者和失败者的区别，到底在哪里呢？

肖森舟的答案是：造势。

没有失败的微商，只有不会造势的微商。

微商的核心除了做好产品，也需打造个人品牌。是否有更多的人知道你、信任你、追随你，是能否做好微商的关键因素。

那么怎样才能让更多的人知道你、信任你、追随你呢？

这就需要用到造势：

为自己打造一个值得信任的成功者形象，吸引更多的人追随你、加入你。追随你的人越多，你的影响力就越大，然后就能吸引更多的人。

就像滚雪球一样，越滚越大，势能也越来越大，成功就是一件很简单的事。

其实不只是微商，古往今来，在各个领域里能做出一番事业的人，

大多是造势的高手：

诸葛亮要刘备三顾茅庐才肯出山，是在造势；

雷军做小米，搞“饥饿营销”是在造势；

马云西湖论剑，请来金庸参加，也是在造势。

无论是政治、商业还是其他领域，会造势的人就容易成功，不会造势的人就容易失败。

水之柔弱，可以冲走巨石，是因为它造足了势；

强弩之末，不能穿透鲁缟，是因为它已经没有了势。

很多时候，造势比做事更重要。

只会埋头做事，不会造势的，不可能做好微商。

我跟肖森舟决定再合作一本书，就是《微商造势 108 招》。

肖森舟是一位自我营销高手，也是一位造势高手，书里写到的大部分造势招数，都是他亲测有效的。

和他合作这本书，对我来说，也是一个学习进步的过程。

像《微信营销 108 招》一样，《微商造势 108 招》不讲艰涩高深的理论，只讲实实在在的方法。有些方法可能看上去很 Low，但是，

都很有用。

有用的，才是最好的。

相信这本书，对每一位微商都有用。

特别是那些想成功的。

## 造势比做事重要

激水之疾，至于漂石者，势也。——《孙子兵法》

《左传》里有一个“一鼓作气”的故事：

公与之乘，战于长勺。公将鼓之。刿曰：“未可。”齐人三鼓。刿曰：“可矣。”齐师败绩……既克，公问其故。对曰：“夫战，勇气也。一鼓作气，再而衰，三而竭。彼竭我盈，故克之。”

这个故事很简单。

曹刿跟随鲁庄公与齐军作战，齐军擂第一次鼓，曹刿不回应、不出战；齐军擂第二次鼓，曹刿还是不回应、不出战；齐军擂第三次鼓，曹刿擂鼓出战，结果大获全胜。

原因是什么呢？

曹刿解释说：“作战，靠的是士气。第一次击鼓能够振作士兵

们的士气，第二次击鼓士兵们的士气就开始低落了，第三次击鼓士兵们的士气就耗尽了。齐军三次击鼓，我们第一次击鼓，他们的士气已经消失，而我军的士气正旺盛，所以就战胜了他们。”

这就是一个很经典的造势的故事：原先兵力强大的齐国，因为不会造势，所以输了战争；原先弱小的鲁国，因为会造势，所以赢了战争。

这也说明了一个道理，造势在很多时候，比做事更重要。

哪怕你拥有很好的产品、很好的资源，以及遇上了很好的风口，但如果你不会造势，那么你一样会一事无成。

《孙子兵法》曰：“激水之疾，至于漂石者，势也。”

湍急的流水，能冲走巨石，这就是势的力量。

《汉书》又云：“强弩之末，不能入鲁缟；冲风之衰，不能起毛羽。”

即使是强弓射出的利箭，射到极远的地方，势已尽时，就连最薄的丝绸也不能射穿；即使是狂暴的烈风，刮到最后，剩下的一丝微力，连极轻的羽毛都吹不起来。

这就是正反两个例子，说明势的重要性。

想成大事者，不可不研究怎样造势。



## 造势是成功者的必备素质

诸葛亮为什么要刘备三顾茅庐才肯出山？

古往今来，但凡成功者无一不是会造势的高手。

诸葛亮要刘备三顾茅庐才肯出山。三顾就是造势，一次比一次具有更强的势。如果诸葛亮在刘备第一次去请他的时候就马上答应出山，那么他在刘关张集团中的身份地位就没有那么重要。只有端足了架子、造足了势才能提高自己的身份地位。

雷军也是造势的高手，他做小米手机，先做核心粉丝，然后利用核心粉丝扩大影响力。他又做饥饿营销，成功地把小米做得家喻户晓。

马云也是造势的高手。21世纪初，搜狐、新浪、网易三大门户网站的知名度远远高于阿里巴巴。互联网新贵资金充裕，为了吸引眼球投了不少钱。马云想改变目前的情况，但又不想走别人