

全民微商创业必备工具书



FANGNIUGE JIAONIZUO
WEISHANG

放牛哥

教你做微商

陈洪波◎著



放牛哥，本名陈洪波，微信号：199557，微商传媒有限公司创始人兼CEO，微商控股有限公司董事长，2003年涉足互联网，多年积累深谙全网营销之道，2014年起开始玩个人QQ空间自媒体，靠QQ空间年赚200万，被誉为中国最值钱的QQ空间。现在用自媒体、自明星的方式做微商平台，在中国微商博览会上被评为微商界十大导师，2015年度微商风云人物。

中国纺织出版社

放牛哥

教你做微商

FANGNIUGE JIAONIZUO
WEISHANG

陈洪波◎著

内 容 提 要

当下移动互联网正在改变人们的生活和思维方式，也改变了商业的运营模式，而微商传媒就是顺应时代而生的崭新创业模式。微商传媒之所以成功，最根本的原因是抓住了生意的本质，即链接。链接缩短了商品与用户之间的距离，从而减少了商品的成本，真正让利于消费者。

放牛哥通过对微商传媒创业经验的总结，从全新的角度解读了什么是微商，如何做好微商，并为读者分享、解析了微商传媒成功的案例。这是一本微商创业者必备的指南书，在教会读者微商运营知识的同时，更对提升读者的互联网思维有一定的帮助。唯有改变了思维，人生才会改变！

图书在版编目（CIP）数据

放牛哥教你做微商 / 陈洪波著. —北京：中国纺织出版社，2016.9

ISBN 978-7-5180-2863-4

I. ①放… II. ①陈… III. ①电子商务—商业经营
IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 193139 号

策划编辑：于磊岚 特约编辑：周馨蕾 责任印制：储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址：北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124

销售电话：010—67004422 传真：010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2016年9月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：14

字数：167千字 定价：48.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

放牛哥：生意的本质就是链接

记得清·魏源《默觚·治篇五》中有这样一句话：执古以绳今，是为诬今；执今以律古，是为诬古。其大意就是：拿古代来衡量现在，这是诬陷现在；用现在去衡量古代，这是诬陷古代。说得通俗点，古人就是叫我们要学会与时俱进。

“与时俱进”是放之四海而皆准的大道理，无论做什么事，不与时俱进都不行。就拿创业来说吧，现在是互联网时代，你要想创业成功，就必须掌握互联网思维，别总守着过去的一亩三分地思想默默耕耘。经常有人问我：放牛哥，为什么你的生意做得这么好呢？每每我都说：“我只是与时俱进罢了，赶上了互联网的好时代。”别人听了，总认为我放牛哥人不实在，故意装腔作势，非也！不信，我给大家细细道来。

关注互联网的人都知道，2015年12月16日，在浙江省乌镇有一件大事发生了，那就是第二届世界互联网大会在此召开。为什么说此事重大呢？因为它惊动了习主席，习主席出席了开幕式并发表了主旨演讲，他在演讲中说了这样一句话：互联网让世界变成了“鸡犬之声相闻”的地球村，相隔万里的人们不再“老死不相往来”。

现在不管你做什么行业，做的是什生意，都要学会“互联网+”，卖服装的开实体店的收益大不如前了，必须要有网店，让客户点一下鼠标，就能送货上门；出租车公司要开发打车软件，让客户能叫车到楼下，滴滴一下，车来了；就连电影院都要与互联网联姻，以前我们看电影最起

码要提前半个小时到影院排队买票，太耽误事，现在能在线选座，提前五分钟到影院，时间绰绰有余……这样的例子不胜枚举。

“互联网+”是大势所趋，历史潮流，谁都无法违背，否则，只能落得个失败的下场了。准确地说，现在是移动互联网的时代，如果说互联网是当前国内经济的风口，那么，移动互联网无疑就是“风口浪尖”。

据悉，我国目前拥有 8.5 亿移动互联网用户，6 亿微信用户，2.75 亿微博用户。央行统计显示，2014 年移动支付业务 16.74 亿笔，总金额达 96400 亿元，同比分别增长 212.9% 和 317.6%。这两组数据意在告诉我们要赚的钱装在谁的口袋里。

俗话说，哪里有人哪里就有商业，哪里就有盈利的空间。在如此巨大的数据背后，必然会孕育一个新的经济群体，那就是我们经常说的微商。近年来，微商的发展速度可以用日新月异来形容，就这一点，我们仅从微店的一些数据中就可以窥一斑而知全豹。自 2014 年 1 月 1 日微店正式发布第一个版本起，到 2015 年 3 月 31 日，微店用户达到 2926 万，遍布全球 197 个国家，而这只是众多微商中的九牛一毛。

如今，越来越多的人加入到微商创业的队伍中来，涵盖了各个年龄段、各个阶层，掀起了全民微商热。我的微商传媒正是在此背景下诞生，它为越来越多的创业者寻找到了一条捷径，让人们从过去的为工资而拼，到现在的为自己而搏，收入、人脉、成就感、口碑都是自己的，这些都是为别人打工无法获得的额外收获。

有人曾用质疑的口吻对我说：“放牛哥，现在很多大老板都跑路了，你凭什么说做粉刷匠能赚钱呢？”

我这样告诉他，因为我抓住了做生意的本质，即链接。链接是什么意思呢？

比如你卖衣服，你链接了厂家和顾客，你赚的就是差价。

比如你卖馒头，你链接了面粉和顾客，你赚的就是手艺。

比如你蹬三轮拉人力车，你链接了顾客和目的地，你赚的就是苦大力。

.....

无须举太多的例子，做任何生意都是同样的道理，既然链接能让我们赚到钱，我们就干链接的事儿，不就 OK 了吗？没错，这就是我们微商传媒所做之事，就是我们粉刷匠要做之事，也就是说，链接就是我们赚钱的资本。

也有人问我：“现在电商的竞争都如此激烈，我们微商势单力薄的，怎么能拼得过他们，怎么能赚到钱呢？”

我要告诉大家的是，微商与电商是不同的，电商是以商品为中心，而微商是以人为中心，电商追求的是走红的商品和超低价格，而微商的关键是通过信任卖出商品，也就是说做微商最核心的东西是人与人之间的关系，通过关系获得用户的信任，通过信任卖出商品，获取利润。

说得通俗点，在社交购物的微商时代，追求的不是太多的客户，而是增加粉丝、用户的感情，维系老客户，提高重复购买率，从而形成持续的购买，简单地说，微商经营的是人际关系。而这一点，也是我们微商传媒最看重的，我们会定期培训学员，不仅教他们如何卖出商品，更重要的是告诉他们如何经营维护客户，扩展人脉。所以，在这里，你学到的不仅是营销知识，还包括为人处世的道理。

本书花费一年多的时间而成，是我多年做微商的经验总结，我将从全新的角度为大家解读什么是微商，内容涉及的范围很广，既有行业前瞻，如移动互联网下的商业模式，个人创业的选择，又有实操经验解析，教读者如何做微信营销，如何做好微商，还包括成功案例分享。我希望读者阅读本书，获得的不仅是微商的运营知识，更为重要的是使读者的互联网思维得到提升，因为只有改变了思维，才可以改变人生！

陈洪波

2016年6月

目 录

Contents

第一章 微商，引领新的蓝海时代

第一节 微商，一种信任经济

深度解读微商	2
无可比拟的微商优势	5
微商的本质是什么	7

第二节 微商创业，不可错过的致富机遇

微商的发展历程	10
微商创业正当时	12
微商创业是必然发展趋势	15
微商展望	17

第三节 微商的定位，理清微商路

微商的产品定位	19
微商的客户群体定位	22
微商的商业模式定位	24

第二章 个人创业致富的财路在这里

第一节 个人创业的三大选择

实体店为什么越来越难	28
淘宝时代还有机会吗	30
微商凭什么能改变你的命运	32
创业选择决定成功的高度	34

第二节 互联网开启个人创业的掘金时代

互联网+，一个颠覆的时代	36
真正的财富就是一种思维方式	39

第三章 新淘金时代：移动互联网下的商业模式

第一节 移动环境下的新营销模式

从细微处看移动互联网的大趋势	44
移动互联网的特征给我们带来什么启示	47
移动互联网思维到底是啥玩意	49
移动营销是如何实现的	51

第二节 微店创业模式：最具潜力的手机赚钱模式

微店电商平台该如何选择	54
开微店真的很简单	58
微店的运营	61
微店推广方法	64
微店如何维护客户关系	68

第三节 微信朋友圈创业模式：让朋友为你的梦想买单

微信营销的优势在哪里	71
微信营销的模式有哪些	73
做好微信营销的绝密技巧	77
如何对微信营销的效果进行评估	79

第四节 微信公众号创业模式：闷声发大财

不可不知的微信公众号推广技巧	82
从零开始，草根微信公众号的运营之道	84
微信公众大号路在何方	86

第四章 微信营销玩转攻略

第一节 朋友圈营销，玩的就是精准粉丝

朋友圈营销之快速加粉	90
爆机爆粉模式，永远无法实现优质客户	93
如何让粉丝喜欢你	94
让粉丝尖叫的互动方法	97
朋友圈没互动，别怕	99

第二节 朋友圈这样营销不可能不赚钱

朋友圈适合卖什么	102
什么人适合做朋友圈营销	105
朋友圈营销要善于动脑	106
在朋友圈卖货的核心玄机	109

第三节 企业微信营销，四两拨千斤

企业为什么要做微信营销	113
-------------	-----

企业微信营销的详细步骤.....	115
传统企业如何搭档微信营销.....	118

第五章 微商实操方法：如何做一个成功的微商大咖

第一节 自媒体营销：平民化网络营销的新玩法

一定要懂的自媒体营销要点.....	122
自媒体营销，内容为王.....	125
自媒体营销的六大技巧.....	127
牛人成功的秘籍，你知道几个.....	129

第二节 社群营销：最具影响力的营销方式

社群是未来商业竞争的核心动力.....	132
如何组建一个好的社群.....	134
社群的运营：教你打造长期活跃的社群.....	140
玩嗨社群开启悦享之旅.....	143

第三节 微商公司：微小个体的创业平台

什么是微商传媒，什么是粉刷匠.....	147
微商传媒就是生意综合体.....	148
加入粉刷匠，改变命运.....	150
粉刷匠新手出单秘籍.....	152
为什么必须让客户自己下单.....	154
当客户嫌贵时，怎么办.....	156

他明明需要，为啥不买呢	157
微商传媒粉刷匠刷屏秘籍	159
如何用框架思维招募粉刷匠	163
别人的成功，你能复制吗	164
成功变身产品经理	166
写文章带来的超高转化率	167
写日记如何带上情绪	169
做生意归根结底做的是人品与口碑	171
参加自明星大会的收获	174

第六章 眼见为实：成功案例与经验分享

手把手教你轻轻松松月赚两万

3000 人争抢卖的内裤	180
县域微商创造的奇迹	182
微商传媒在城口县的运营实录	183
传统公司与微商传媒结下美好姻缘	186
改变产品思维模式	188
月赚 16000 元的粉刷匠现身说法	190
微商上的化妆品要怎么做	192
附录 1：一个真实的微商传媒	197
附录 2：微商传媒的大事小情	203



第一章 微商，引领新的蓝海时代

Chapter 1



第一节 微商，一种信任经济

◎ 深度解读微商

不知从何时起，微商一夜之间传遍了大街小巷，街头巷尾年轻人讨论最多的就是微商。那么，什么是微商呢？可能多数人在提到微商的时候，都会想到朋友圈卖货，因为这是人们感受微商气息的最直观方式。如果你这样理解微商，就比较狭隘了。这一小节，我来为大家解读一下微商，让大家对微商这一概念有一个全面而正确的理解。

最早提出微商这一概念的是微盟 CEO 孙涛勇，他指出微商是继电商之后最新兴起的一种网络商业模式，是以微信、微博、微商城（微店）为载体，以移动智能终端为硬件基础，借助 SNS 关系开展产品及服务的营销。

任何一新生事物的兴起，都有人追捧，也有人抵制，之所以会有一些人不看好微商，很大程度上是他们把微商与传销等同在了一起，其实，这两者是有着明显的界限的。首先我们来说一说什么是传销。

一、微商与传销的区别在哪里

在《禁止传销条例》中有明文规定，传销是组织者或者经营者发展人员，通过对被发展人员以其直接或者间接发展的人员数量或者销售业绩为

依据计算和给付报酬，或者要求被发展人员以交纳一定费用为条件取得加入资格等方式牟取非法利益，扰乱经济秩序，影响社会稳定。

很多人认为微商就是传销，多是把朋友圈卖货的那批人看作是传销者。如果朋友圈卖货靠的是一级级发展代理，不断发展下线（代理），下线一般都是亲朋好友，一般都需要先购买商品，才能成为代理者，那这批人看起来的确十分可疑。

微商与传销的根本区别之一，是所销售的商品并非虚报高价，多为面膜、服装、特产等消费频率较高的商品，他们的目的是卖货赚钱，而不是拉人头，通过诈骗赚钱。

我认识一个大学生朋友，她在读大学时一直想找一个兼职做一做，经过一番考察后，她看准了学生群体的商机，在微信上代理某韩国品牌的面膜，仅仅三个月，她就放弃了。因为“微商代理赚钱非常难”。

我的这位朋友在交了3600元代理费用后，成为了某品牌面膜的代理，第一次就拿了10盒面膜。之后，她便开始了疯狂的推销，身边的同学、朋友都成了她推销的对象，可购买的人寥寥无几，而且还伤了同学、朋友之间的友谊。

三个月过去了，除了自己用了一盒面膜外，9盒面膜还躺在她的宿舍里。于是，她联系“上线”卖家要求退货，结果却得到这样的回复：“你不要只顾着卖面膜，还要多多发展下线，这样就可以从中抽成了。”

很显然，事情发展到这一步，性质就完全变了，从开始的在朋友圈卖货演变成了拉下线，赚取人头费了，这是典型的传销特征。无论微商的形式是怎样的，还要认准一点，是否拉人头，这用作判定是否是传销的依据之二。

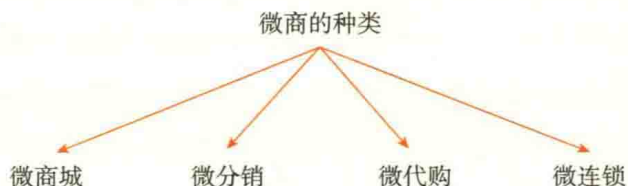
微商虽然在生产商—分销商—微客上具有一定的层级关系，但他们都是靠卖货赚钱，而非通过诈骗赚钱。

此外，在形式上，无论是分销商还是微客，他们推销的产品都是企业移动商城上的产品，微客所拿佣金为对应的企业或分销商直接提供而非层层代理的盘剥方式，这是区别之三。

二、微商的种类与模式

（一）微商的种类

我们先来说一说微商的种类，微商具有多种分类，主要是以经营方式和产品作为分类依据，一般微商主要按照经营方式分为四大类：



微商城：主要是借助微信公众号、微信朋友圈和微博等媒介推送微店和微商城的产品。交易均通过微店和微商城进行，这是一种比较有保障的微商模式。

微分销：这主要是一些比较纯粹的单品或简洁实用的商品，拥有自主品牌，具备快消品属性，该种类微商主要以招募代理来实现层级铺货，进行分销，以美容护理产品为主。

微代购：这与电商代购基本一致。

微连锁：这属于 O2O 模式，线上线下相结合，以实体店加盟的形式参与微营销。

（二）微商的模式

微商是基于微信生态，集移动与社交为一体的新型电商模式，目前微商模式主要有如下三种：

（1）以微信第三方为主的 B2C 模式。随着微商的发展，我认为有越来越多的小 C 微商会被淘汰或向 B 端转移，小 B 或大 B 微商将会迅速崛起。这种企业级的 B2C 微商，其优势明显，货源、管理、囤货、交易等方面都可以通过平台来规范管理。

（2）以京东购物入口为主的 B2C2C 模式。目前，京东购物入口面向的是 B 端用户，而二级入口内的微店除了自营之外，已开始向 C 端商户挺进。

(3) 以口袋购物为主的 C2C 模式。从这个主打个性化和精准推送的电商导购型的 APP 可以看出，市场对于移动电商的需求十分强烈，自从口袋购物的微店推出以来，已经吸引了几千万的微商加入。

从微商的这三种模式来看，微商并不等同于简单的朋友圈卖货，众所周知，单纯的朋友圈卖货是没有保障的，包括产品的质量、维权等方面对消费者来说都是有一定风险的，虽然有一些先行者在朋友圈的红利期曾收获过第一桶金，但这毕竟不是长久之计，C2C 发展到最后都会面临洗牌。随着微信官方对朋友圈恶意营销的严厉打击和用户对微商广告的深恶痛绝，新的移动电商平台的崛起必将使朋友圈卖货走向消亡。

◎ 无可比拟的微商优势

要说当下最火的创业模式，恐怕只有微商莫属了。微商为什么会如此火爆呢？我认为归根结底是因为微商的优势深深吸引了大众，那么，微商有哪些其他创业模式无可比拟的优势呢？

一、门槛低，人人都可参与

一部手机就可以实现创业，这是任何创业模式都无法比拟的，与实体创业相比，它是最廉价的创业模式，也是门槛最低的，人人都可以参与，但收入又不能小觑。我认识一位在县城里做微商的朋友，他每月的销售额高达二三百万元，听起来是不是有点不可思议，但这确实是真的。

二、即使失败，付出的代价也是最小的

没有人能保证一次创业就能走向成功，很多人创业都是历经了太多的磨难。比如我们比较熟悉的马云、李嘉诚、史玉柱，尤其是史玉柱，在创业失败后，负债 2.5 亿元，又重新实现成功创业。这样的人恐怕百万中也难得有一人。

我讲这个案例是想告诉大家，对于多数普通人来说，创业失败是承受