

老板要读，创业要看，运营要懂

# 从零开始学

# 微信创业



盛家齐 孔斌 著

8大成功案例

4种盈利模式

3大销售技巧

3个必备条件

6种创业思维

4种营销策略

3种创业形式

3个自明星打造方法

4大文案技巧

一本书帮您搞定微信创业和营销的方方面面  
从思维到方法，从产品到营销，  
手把手帮你实现**微信创业梦**



化学工业出版社

# 从零开始学 微信创业



盛家齐 孔斌 著



化学工业出版社

· 北京 ·

仅以此书献给怀揣梦想，渴望成功的创业者。

《从零开始学微信创业》是一本专业的微信创业指导书籍，目的就是帮助有创业梦想，但力量有限的创业者实现自己的创业梦想，并在“互联网+”时代的大潮中顺应潮流，迈入微信创业的成功之路！

《从零开始学微信创业》从当下最为耀眼的微信创业明星开始，讲述微信创业中需要了解的基础常识，到微信创业的形式、盈利模式、推广自己和产品的技巧。另外，还详尽地阐述了创业者在微信创业中必备的思维，如何把自己打造成自明星、怎样策划营销活动、如何写好文案以及如何扩大自己的事业等等。

《从零开始学微信创业》以深入浅出，图文并茂的风格让读者在赏心悦目中学习到微信创业的诀窍，在丰富的案例中品味创业的得失，鼓励创业者勇敢超越自己，一步步走向属于自己的成功，一点点铸就属于自己的传奇！

## 图书在版编目（CIP）数据

从零开始学微信创业 / 盛家齐，孔斌著. —北京：  
化学工业出版社，2016.10

ISBN 978-7-122-28018-3

I. ①从… II. ①盛… ②孔… III. ①网络营销  
IV. ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 215246 号

责任编辑：卢萌萌  
责任校对：王 静

装帧设计：王晓宇

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）  
印 装：高教社（天津）印务有限公司  
710mm×1000mm 1/16 印张 13 字数 183 千字 2016 年 11 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899  
网 址：<http://www.cip.com.cn>  
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：49.80 元

版权所有 违者必究



随着移动互联网的迅猛发展，传统纸媒开始走上了下坡路，微信则成为一匹黑马，成为移动互联网的第一入口。于是大街小巷出现了众多的“低头族”，人们的碎片化时间几乎都被微信所俘虏，微信成了人们生活中和空气、食物相提并论的不可或缺的存在。

在这个自媒体时代，没有好的舞台，好的创业和产品就不会被发现。那么自媒体的主舞台在什么地方呢？它并不是早已经出现的微博，也不是曾经辉煌一时的QQ，而是微信。在微信这辆高速飞行的喷气式客机内，有特色的产品或服务、有新意的想法，都能够找到自己的位置，飞上一个崭新的高度。

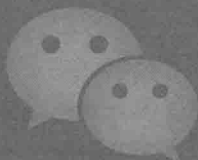
一提到微信，很多人首先想到的是微信朋友圈，这个圈子是大家平时社交的主要平台，拉拉家常，谈谈工作，放飞心情，人之间的情感连接在这个圈子里变得更加紧密了。但很多人不了解的是，微信朋友圈除了最基本的社交功能之外，还隐藏着巨大的商业价值。利用微信朋友圈，创业者可以找到客户、归集客户、激活客户，然后完成价值变现。一言概之，创业者可以利用微信朋友圈天然就存在的“熟人关系”，做好互动，增加参与感，提高客户关系的黏性，转化更多的新客户，完成更多的重复购买。

当然，同微信朋友圈相比，微信公众平台对创业者来说有着更大的商业价值。2012年微信推出公众平台之后，因为开启了一种新的营销方式而迅速成为众多企业、商家和创业者关注的对象，成为企业、产品与服务的最佳营销平台。与此同时，微信公众平台在未来几年内都将是有志青年和传统自媒体人实现创业梦想的最佳平台。

生活在这样一个日新月异的时代，我们需要不断地学习和研究才能紧跟社会发展的脚步，不被潮流所抛弃。我们必须及时地掌握最新动态，不断地吸收新事物，才能与时俱进。而微信带给我们的是一种崭新的商业模式，作为一个创业者或企业家，我们必须紧紧地抓住变革的机会，搭上微信这辆顺风车。尽管我们现在还稚嫩，没有丰厚的经验保障，没有强大的资本支撑，但是只要能够抓住这个机会，那么我们的创业想法就有实现的那一天。

著者

2016年7月



## 第1章

# 成功的微商人

---

1.1	微信创业卖水果，月净收入过三万 .....	002
1.1.1	有了想法就去实施 .....	002
1.1.2	微信创业给了他们更大的受众面 .....	004
1.2	微信创业卖燕窝，日进万元 .....	006
1.2.1	微信创业可以卖任何商品 .....	006
1.2.2	滋补品的市场越来越大 .....	008
1.3	微信创业卖化妆品，年入百万 .....	010
1.3.1	化妆品市场广阔 .....	011
1.3.2	先做朋友，再做生意 .....	012
1.4	微信创业卖海鲜 .....	013
1.4.1	口碑营销奠定发展基础 .....	014
1.4.2	搭建平台，展示创意 .....	015
1.5	微信创业卖家居用品 .....	018
1.5.1	足不出户逛百货 .....	018
1.5.2	检索查找超级便利 .....	019
1.6	微信创业卖酒水 .....	020
1.6.1	利润空间最大化 .....	020
1.6.2	酒文化推广 .....	022
1.7	微信创业提供服务 .....	024
1.7.1	把上门服务摆到微信平台上 .....	024
1.7.2	联系及时可信度高 .....	025

1.8 微信创业卖保健食品，3年从0到10亿.....	026
1.8.1 产品是核心.....	027
1.8.2 营销是关键.....	028
1.8.3 强大的代理商支持体系是保障.....	030

## 第2章

# 微信创业入门必备

---

2.1 大众眼中的微信创业.....	033
2.1.1 赚钱的新行业.....	034
2.1.2 微信创业者更讲究信誉.....	035
2.1.3 开店更简单.....	037
2.2 微信创业到底何方神圣.....	038
2.2.1 新形式的电商.....	038
2.2.2 应运而生的微信创业.....	040
2.3 微信创业基础知识.....	041
2.3.1 微信创业必需的基础物质投入.....	041
2.3.2 微信创业必备的心态.....	042

## 第3章

# 微信创业的形式

---

3.1 在“朋友圈”里拾金.....	046
3.1.1 高人气的平台.....	046
3.1.2 做免费广告.....	047
3.1.3 随时随地收获反馈.....	048
3.2 公众号里的商机.....	049
3.2.1 平台更专业.....	050
3.2.2 精准营销.....	051

3.2.3	便捷的二维码 .....	053
3.3	微信群营销 .....	055
3.3.1	信息传递反馈更迅速 .....	055
3.3.2	互动的交流更有效 .....	056
3.3.3	群策群力集群智 .....	057

## 第4章

# 微信创业的盈利模式

4.1	销售模式 .....	059
4.1.1	通过微信公众平台卖商品 .....	059
4.1.2	在微信朋友圈里卖商品 .....	060
4.1.3	O2O 模式的销售商品 .....	061
4.2	广告模式 .....	062
4.2.1	运用广告给自己带来流量 .....	062
4.2.2	打造自己专属的广告平台 .....	063
4.2.3	出租自己的广告平台 .....	064
4.3	会员模式 .....	065
4.3.1	部分免费部分收费 .....	065
4.3.2	给高端客户高端体验 .....	066
4.3.3	让中低端用户成为潜在的高端用户 .....	067
4.4	众筹模式 .....	068
4.4.1	大家集资你创业 .....	068
4.4.2	怎么搞好众筹 .....	069

## 第5章

# 微信创业必须了解的六大互联网思维

5.1	产品思维：选对产品，事半功倍 .....	072
5.1.1	多大的锅装多大的鱼 .....	072



5.1.2	充分考察备选产品 .....	073
5.1.3	便宜也会有好货 .....	074
5.1.4	既选之，则信之 .....	075
5.2	用户思维：粉丝是你赚钱的最佳手段 .....	076
5.2.1	粉丝对你的重要性 .....	076
5.2.2	正确地看待粉丝 .....	078
5.2.3	经营自己的粉丝 .....	079
5.3	碎片时间思维：把 24 小时过成 48 小时 .....	080
5.3.1	见缝插针，提高时间利用率 .....	081
5.3.2	提供简单的娱乐 .....	081
5.4	痛点思维：成为黑马的最佳时期 .....	082
5.4.1	搞清自身产业的痛点在哪里 .....	083
5.4.2	没有痛点也要挖掘出痛点 .....	084
5.5	简约思维 .....	085
5.5.1	专注，少即是多 .....	085
5.5.2	简约的美 .....	086
5.6	迭代思维 .....	087
5.6.1	小处着眼，微创新 .....	088
5.6.2	精益求精，快速迭代 .....	089

## 第6章

### 打造自明星，微信创业事半功倍

6.1	量化微信创业的经验 .....	091
6.1.1	把微商从“会”做到“精” .....	091
6.1.2	有了经验才能做令人慕名而来的大师 .....	092
6.1.3	搜集整理经验的方法 .....	093
6.2	建造展示自己的舞台 .....	094
6.2.1	舞台的选取 .....	094
6.2.2	出彩微商人 .....	096
6.3	借助媒体的力量 .....	097
6.3.1	他山之石，可以攻玉 .....	097
6.3.2	搭资媒的顺风车 .....	098

## 第7章

# 微信创业必知的三大销售技巧

---

7.1	营销活动技巧	101
7.1.1	微信营销, 内容为王	101
7.1.2	形式创新, 耳目一新	102
7.1.3	目的要突出	104
7.1.4	主题鲜明有特色	105
7.2	顾客心理分析	106
7.2.1	怀疑心理	106
7.2.2	贪图小便宜	107
7.2.3	如何应对顾客的小心机	108
7.3	用好口才打动顾客	109
7.3.1	伸手不打笑脸人	109
7.3.2	真诚地说话	110
7.3.3	口才训练计划	111

## 第8章

# 微信创业的营销方式

---

8.1	事件营销	115
8.1.1	注意力的稀缺给事件营销提供动力	115
8.1.2	大众传媒是事件营销的桥梁	116
8.1.3	整合营销资源让事件营销效果更好	117
8.1.4	事件营销应注意的关键点	118
8.2	活动营销	118
8.2.1	建立特定消费者数据库	119
8.2.2	活动营销的组织实施	120
8.2.3	对客户进行跟踪服务	121
8.3	口碑营销	122
8.3.1	意见领袖让口碑统一传播	123
8.3.2	实施各类奖励计划	125

8.3.3 注意倾听消费者的声音 .....	126
8.4 病毒营销 .....	127
8.4.1 寻找易被“感染”的群体 .....	128
8.4.2 设计要具备传播性 .....	129
8.4.3 营销细节要注意 .....	130

## 第9章

# 写好文案的技巧

---

9.1 文案基础知识 .....	132
9.1.1 文案与文笔不必然成正比 .....	132
9.1.2 文案整体构思 .....	134
9.1.3 文案写作技巧 .....	135
9.2 好标题更有吸引力 .....	139
9.2.1 取一个好标题就成功了一半 .....	139
9.2.2 取好标题的技巧 .....	140
9.3 图文并茂，让阅读更有趣 .....	144
9.3.1 色彩的诱惑 .....	144
9.3.2 有兴趣才会去浏览 .....	146
9.3.3 文案写作，内容为王 .....	147
9.4 留个悬念，激起顾客好奇心 .....	149
9.4.1 人人都有好奇心 .....	149
9.4.2 欲说还休的魅力 .....	151
9.4.3 悬念要留得有限度 .....	153

## 第10章

# 传统企业借助微信进行二次创业

---

10.1 微信助力传统企业降低经营成本 .....	156
---------------------------	-----

10.1.1	降低营销成本 .....	156
10.1.2	降低拓展客户的成本 .....	158
10.2	微信催生新的企业经营模式 .....	159
10.2.1	创建真正的 O2O 模式 .....	159
10.2.2	更容易找到合伙人 .....	161
10.3	传统行业如何做好微信营销 .....	162
10.3.1	教育行业如何做好微信营销 .....	162
10.3.2	百货零售行业实体店如何做好微信营销 .....	165
10.3.3	金融行业如何做好微信营销 .....	166
10.3.4	房地产行业如何做好微信营销 .....	168

## 第11章

### 微信创业中易犯的致命小错误

11.1	名称不好是硬伤 .....	173
11.1.1	取名的禁忌 .....	173
11.1.2	取个好名 .....	174
11.1.3	稳定自己的名称 .....	178
11.2	浪费了“群”资源 .....	178
11.2.1	建了群但是群中却无人 .....	179
11.2.2	急于管理 .....	180
11.2.3	群主“一言堂” .....	182
11.3	刷屏式宣传讨人嫌 .....	184
11.3.1	宣传靠质不靠量 .....	185
11.3.2	招来屏蔽，得不偿失 .....	186
11.3.3	把握宣传信息发布的节奏 .....	191
11.4	盲目囤货 .....	192
11.4.1	货物积压，资金链断裂 .....	192
11.4.2	老货占了新货的地 .....	193
11.5	一件代发 .....	194
11.5.1	提高了成本 .....	195
11.5.2	无压力导致无动力 .....	195



# 第①章

## 成功的微商人

Chapter 01

很多草根创业者都会陷入一种尴尬：梦想很美好，但是手中无资金，巧妇难为无米之炊。微信的出现从根本上解决了草根创业者所面临的这道难题，借助于快速发展的移动互联网，在家开店由最初的梦想变成了现实，零成本、营销一体化更大大降低了创业的门槛。



## 1.1

# 微信创业卖水果，月净收入过三万

微信可以卖水果？而且每月净收入过三万？没错，这就是微信在农产品领域的巨大商业价值，只要你产品足够好，营销有技巧，那么你就能通过微信获得足够的财富。而赵宝城正是抓住了微信创业的机会，成了第一个“吃螃蟹”的人，最终实现了草根创业者梦寐以求的成功，并且他的事业还在发展壮大中。

## 1.1.1 有了想法就去实施

2013年，赵宝城一直在为自己的创业梦想寻找方向，经过几次效果一般的尝试之后，赵宝城有了在微信朋友圈卖水果的想法。有了这个想法之后，他就立即行动起来，和大多数水果零售商一样，他最初也是从郑州当地的水果批发市场寻找合适的货源，然后销售给客户，赚取中间差价。不同的是，赵宝城在零售阶段主要成箱销售水果，而不是一斤斤地往外销售。他会骑着电动车在城市中穿梭，将成箱的水果送到客户手中。图1-1为赵宝城在朋友圈晒送货交通工具。

后来赵宝城发现随着人们生活水平的不断提升，很多客户对优质水果产品的需求异常强烈，而郑州本地的水果批发市场则很难寻找到满足这类客户的水果产品。所以赵宝城开始在全国著名的水果产地走访，寻找适合郑州的高端水果货源，直接和当地果农签订批发合同，甚至直接从海外进口，采用直供模式，引进了新鲜优质的水果产品。这样一来，他的水果产品正中客户的需求痛点，虽然水果的价格相对本地同类产品高了一些，但是其美味的口感还是迅速地征服了朋友圈中的“吃货”，这些人不仅自己成箱购买，还带来了更多的亲朋好友。一时间，赵宝城在微信朋友圈名声大振，成了大家购买水果时的第一



图1-1 赵宝城在朋友圈晒送货交通工具



图1-2 赵宝城在朋友圈晒空运来的水果

选择。图1-2为赵宝城在朋友圈晒空运来的水果。

赵宝城不仅仅在微信朋友圈卖水果，还很注重卖品牌。为了快速地打响自身知名度，赵宝城特地设计了自己的漫画形象，在微信朋友圈中定期发布。时间久了，带着眼镜、留着小平头的“水果哥”形象就深入到了每一个人的心目中，成了赵宝城水果的品牌形象。之后在微信朋友圈一提起“水果哥”，大家第一时间想起的就是憨实、真诚的赵宝城。大家纷纷将自己对“水果哥”的好评发布在微信朋友圈中，渐渐地，赵宝城在微信朋友圈有了明星效应，吸引了更多人的关注。图1-3为赵宝城在朋友圈晒自画像。

而且赵宝城还倾力将自己打造成水果“专家”，经常在微信朋友圈普及各种水果的营养知识和正确吃法，教大家如何制作美味营养的果汁。只有将自身深深地融入到客户的生活中去，成为客户生活中不可或缺的一部分，生意才能长久，才能伴随客户终身。再加上其服务一流，无条件退换货，所以成为郑州水果市场上最火爆的卖家也是自然而然的事情了。图1-4所示为赵宝城在朋友圈介绍芒果食用方法。



图1-3 赵宝成晒自画像



图1-4 赵宝成在朋友圈介绍芒果食用方法

## 1.1.2 微信创业给了他们更大的受众面

和传统的实体水果店相比，微信创业卖水果最显著的一个优势就是营销的受众面更加广泛了。传统的水果店对位置要求比较高，位置好就意味着店面周围的人流比较密集，受众面也就随之增大，销售额自然也会大很多；反之，假如水果店位置不好，那么店铺周边的人流也就不会密集，水果销售也就会大受影响。

但是微信出现之后，使得水果销售摆脱了空间上的限制，使得借助微信创业的水果商家获得了更大的受众面。借助于微信朋友圈、微信群以及微信公众平台，水果创业者能够充分享受到移动互联网红利，最大限度地扩大自身产品的受众数量，将尽可能多的同城销售者纳入到自己的营销视野中。更有甚者，借助微信庞大的使用基数和快速的物流体系，水果行业创业者还能将水果产品销售到全国各地，成为全国性的水果卖家。如此一来，水果销售商家也就摆脱了地域限制，有了做大做强的条件。



## (1) 通过微信互动可以吸引更多粉丝关注

我们知道，微信有着庞大的用户基数，从理论上讲这些用户都有可能成为微信创业者的粉丝。而通过持续有趣的互动，微信创业者则能够进一步拉近自身和粉丝心灵上的距离，在彼此之间建立起爱和信任的桥梁，继而将粉丝转化为自己水果产品的消费者。

赵宝城之所以能够在微信创业之路上越走越远，和他利用微信最大限度地扩大受众面有很大关系。赵宝城通过在微信朋友圈持续不断地进行互动，和很多人都成了朋友，而这些人又将自己的亲朋好友推荐给了赵宝城，这样一传十，十传百，赵宝城的水果生意也就遍布郑州各地，甚至飞出了郑州，延伸到了全国各地。假如赵宝城没有运用微信，仅仅凭借一家水果实体店，是很难拥有如此巨大的受众面的。图1-5所示为赵宝城在朋友圈和大家进行互动。

## (2) 通过微信可以实时传递营销信息

微信水果创业增加受众面的另一重要表现是，水果商家能够在第一时间将产品营销信息传递给潜在的消费者。由于水果的口感和新鲜度有很大的关系，商家借助微信在第一时间将产品信息发布出去，就能让客户在第一时间购买水果产品，品尝到最新鲜的水果。如此一来，不仅水果产品在客户心目中的质量提升了，水果商家在客户心目中的口碑也会随之确立起来。

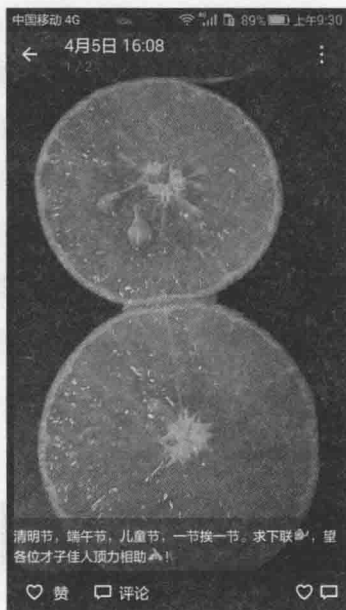


图1-5 赵宝城在朋友圈和大家进行互动



图1-6 赵宝城在朋友圈晒水果空运单据