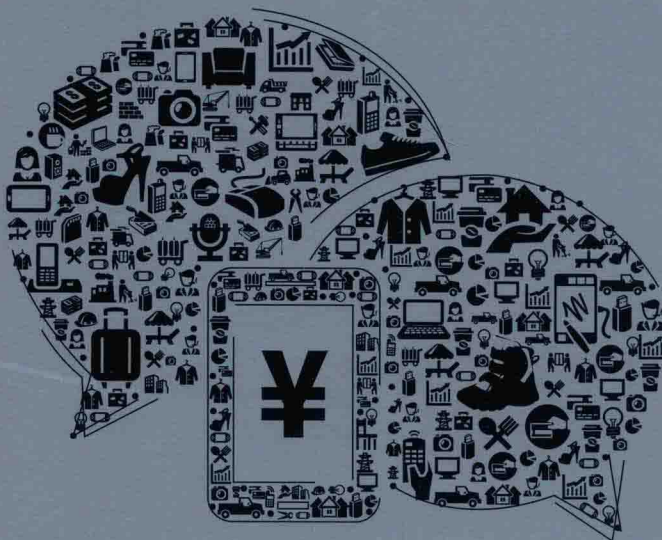
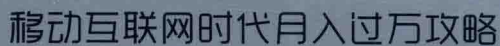
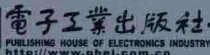
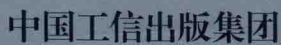
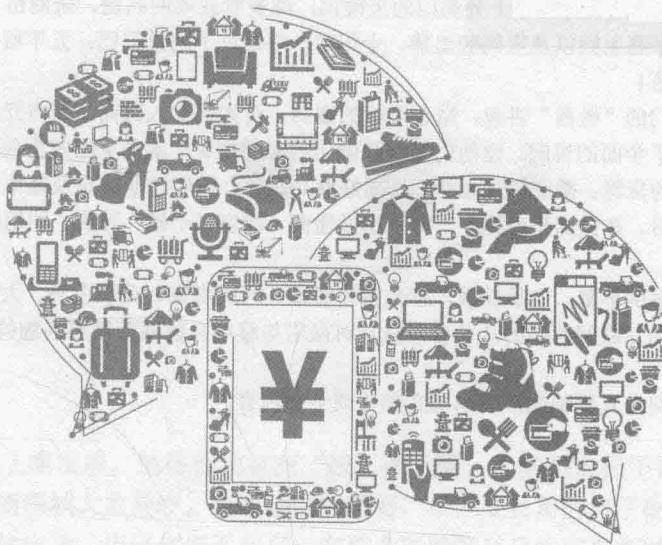




手把手教你开赚钱微店

崔恒华 陈石送◎编著





玩转微商

手把手教你开赚钱微店

崔恒华 陈石送◎编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

自 2014 年开始,微商成为一个十分热门的关键词,随着就业难的问题,微商由于较低的准入门槛,受到了很多大学生、家庭主妇以及宝妈的追捧。十年前,你错过了阿里巴巴;五年前,你错过了淘宝;今天,你不能再错过微店!

本书从时下最热门的“微商”讲起,结合实际的案例,对如何加入微商,如何开微店,如何进行微店的管理和营销等进行了全面的讲解,使他们了解开微店的必要知识。本书主要内容包括什么是微商、在哪里开微店、寻找微店的货源、微商模式创业、处理好商品照片、微店注册登录及基本设置、微店添加发布商品、订单管理及售后、在微店平台推广、阿里也做微商,淘宝“小铺”开店、利用微信获取粉丝及其他推广微店产品的方法。

本书结构清晰,案例丰富,实战性强,适合微店卖家、网店卖家、在职白领、大学生、工薪阶层、家庭主妇、互联网与移动互联网营销的从业者,以及对微店与移动互联网营销感兴趣的人士。

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

玩转微商:手把手教你开赚钱微店 / 崔恒华, 陈石送编著. —北京: 电子工业出版社, 2016.2
ISBN 978-7-121-28008-5

I. ①玩… II. ①崔… ②陈… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 321376 号

策划编辑: 林瑞和

责任编辑: 徐津平

印 刷: 三河市双峰印刷装订有限公司

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

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: 787×980 1/16 印张: 11.75 字数: 259.3 千字

版 次: 2016 年 2 月第 1 版

印 次: 2016 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 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。

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。

服务热线: (010) 88258888。

前言

移动互联网的飞速发展，使得移动电商“钱”途无量，尤其是依托于智能移动端的微商，无疑会在未来的电商领域大放异彩。迅速崛起的微商，正改变目前的电子商务版图。微商正慢慢的进入我们日常的生活，也许你每天都可以在朋友圈看到自己的朋友在转发各种化妆品、服装鞋帽的图片，殊不知，这些人靠发图片，每天的纯收入就可以几百元，甚至上千元。在你不屑和充满怀疑的眼神中，人家已经挣了大把大把的钱。也许 15 年前你错过了阿里巴巴，10 年前你错过了淘宝，现在不要再次错过微商，把握好足以改变你人生命运的机会。

本书内容

对于想要转型微商的网店店主，或者刚接触微商的个人开店者，微店创业的关键问题摆在他们面前：如何入驻微店？如何装修店铺？如何管理商品？如何营销推广？如何解决这些难题呢？本书将一一为您解答。

本书主要内容包括什么是微商、在哪里开微店、寻找微店的货源、微商模式创业、处理好商品照片、微店注册登录及基本设置、微店添加发布商品、订单管理及售后、在微店平台推广、阿里也做微商，淘宝“小铺”开店、利用微信获取粉丝、其他推广微店产品的方法。

本书特色

本书与市面上其他微店图书不同之处在于，本书中所总结出的微店运营技巧和知识体系，都来自于作者亲身的微店运营成功经验，能够给读者带来更直接的帮助，可以称得上是最实用的微店图书。本书主要特点如下：

- ◆ 内容全面。本书全面讲述了店铺运营所有阶段的常用策略，从店铺装修到发布，从微店



进货到微店营销，微店核心问题无所不包。

- ◆ 图解操作。本书以详细、直观的步骤讲解相关操作，使读者轻松上手，举一反三。读者只需要根据这些操作步骤一步一步的完成，这样完全可以开设自己的店铺。
- ◆ 实用。本书作者具有多年的微店的经验，将开店过程中的经验和技巧总结了出来，涵盖了开微店过程中遇到的许多细节问题。

适合读者

本书结构清晰，案例丰富，实战性强，适合微店卖家、网店卖家、在职白领、大学生、工薪阶层、家庭主妇、互联网与移动互联网营销的从业者，以及对微店与移动互联网营销感兴趣的人士。

本书的编者中既有多年开店经验的微店店主，又有网络营销老师，本书参加编写的有郭海旺、孙东云、邓静静、张连元、孙素华、徐洪峰、王冬霞、刘桂香、陈石送、马武帮、葛俊科、葛俊彬、孙起云、吕志彬、崔恒华等。由于作者水平有限，加之创作时间仓促，本书存在不足之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。

目 录

第1章 微店入门 1

1.1 什么是微商 1

1.1.1 传统电商大势已去 2

1.1.2 移动电商开启新商机 3

1.1.3 微商卖什么最赚钱 4

1.1.4 微商创业前的准备工作 6

1.2 为什么开微店 6

1.2.1 什么是微店 6

1.2.2 微店的特点 7

1.2.3 微店中的品牌定位 8

1.3 在哪里开微店 9

1.3.1 有赞微商城 9

1.3.2 口袋购物微店网 9

1.3.3 微盟旺铺 10

1.3.4 中兴微品会 11

1.3.5 微小店 11

1.3.6 京东微店 12

1.4 从哪里寻找微店的货源 13

1.4.1 批发市场进货渠道 13

1.4.2 厂家第一手货源 14

1.4.3 批发网站 15

1.4.4 地方特产和民间工艺品 17

1.4.5 外贸尾单货 18

1.4.6 海内外代购 18

1.4.7 手工DIY商品 19

1.4.8 网上代销产品 20

1.4.9 积压库存商品 21

1.5 进货技巧 22

第2章 微商模式创业 24

2.1 微商创业应具备的素质 24

2.1.1 积极向上的创业心态 25

2.1.2 超强的服务意识 27

2.1.3 不断地学习能力 28

2.2 微商销售模式 29

2.2.1 微信朋友圈卖货的模式 30

2.2.2 微信公众号卖货的模式 30

2.2.3 手机APP商城卖货的模式 31

2.2.4 自媒体卖货的模式 32

2.2.5 手机微店卖货的模式 32



2.2.6 微商 O2O 模式	33
2.2.7 微商的微视频卖货模式	34
2.3 微商创业的误区	35
2.3.1 目标不明确，盲目选择产品	35
2.3.2 运营成本低，没有门槛	35
2.3.3 急于求成	36
2.3.4 要么不更新，一更新就刷屏	36
2.3.5 不顾及客户的感受	36
第 3 章 处理好商品照片	37
3.1 简单的照片处理	37
3.1.1 调整拍歪的照片	37
3.1.2 缩小图片	39
3.1.3 自由裁剪照片	40
3.1.4 调整图片的大小	40
3.2 调整照片效果	41
3.2.1 调整曝光不足的照片	42
3.2.2 调整曝光过度的照片	42
3.2.3 调整模糊的照片	43
3.2.4 调整对比度突出照片主题	45
3.3 为照片添加水印和边框	47
3.3.1 为照片添加水印防止他人盗用	47
3.3.2 为照片添加相框提高商品档次	48
3.4 照片特殊效果处理技法	49
3.4.1 把照片中的产品抠出来	49
3.4.2 快速更换图片的背景	51
3.4.3 给商品图片加圆角	52
3.4.4 制作闪闪发亮的商品图片	54
3.5 一次性处理大量产品图片	57

第 4 章 微店注册、登录及基本设置	60
4.1 下载并安装微店	60
4.2 注册自己的微店	62
4.3 登录并查看微店	64
4.3.1 登录微店	64
4.3.2 微店的功能模块	65
4.4 微店基本设置	72
第 5 章 微店添加发布商品	74
5.1 商品优化	74
5.2 如何添加商品	76
5.2.1 商品图片	76
5.2.2 商品描述	77
5.2.3 商品价格	78
5.2.4 商品库存	79
5.2.5 商品型号	80
5.2.6 对商品进行分类	81
5.2.7 删除商品	81
5.3 使用店长推荐展示商品	83
5.4 网页版微店	84
第 6 章 订单管理及售后	86
6.1 查看未付款订单并与买家进行沟通	86
6.2 查看待处理订单并为买家发货	88
6.3 查看已完成订单并查询快递	90
6.4 查看已关闭订单并与买家沟通	91
6.5 登录微店网页版一键导出订单	92

第7章 在微店平台推广94

7.1 微店推广前注意事项94

7.1.1 淡定的心态是前提94

7.1.2 吸引更多人关注,培养潜在顾客95

7.1.3 树立微店的整体形象95

7.1.4 服务买家才能长期有效推广95

7.2 在微店平台推广95

7.2.1 限时折扣96

7.2.2 私密优惠98

7.2.3 友情店铺99

7.2.4 分成推广100

7.2.5 口袋直通车102

7.2.6 入驻市场103

7.3 策划微店活动,吸引粉丝和订单104

7.4 SEO 优化商品搜索排名106

7.5 如何让微店热卖优先推广你的店铺107

7.6 让客户成为代理商108

第8章 阿里也做微商,淘宝“小铺”
开店110

8.1 淘宝小铺产品介绍110

8.2 店铺名片设置111

8.3 小铺店铺号推广技巧113

8.4 小铺发微淘广播114

8.5 淘宝小铺引流方法117

8.6 无线店铺引流利器——店铺宝箱120

第9章 利用微信获取粉丝123

9.1 微信内容123

9.1.1 微信号取名技巧124

9.1.2 微信签名124

9.1.3 微信头像126

9.1.4 丰富内容吸引粉丝127

9.2 微信最好的发送时间128

9.3 微信增加粉丝秘笈129

9.3.1 QQ 批量导入129

9.3.2 手机号码导入132

9.3.3 微信合作互推133

9.3.4 O2O 活动134

9.3.5 开放平台136

9.3.6 位置签名138

9.3.7 二维码140

9.3.8 社交分享式的朋友圈141

9.3.9 品牌活动式的漂流瓶144

9.4 微信留住粉丝的技巧146

9.4.1 好的内容留住粉丝146

9.4.2 好的营销活动吸引粉丝参与147

9.4.3 为粉丝服务黏住粉丝149

9.4.4 产品折扣优惠吸引粉丝149

第10章 其他推广微店产品的方法 ...151

10.1 通过 QQ 推广151

10.1.1 通过 QQ 签名推广151

10.1.2 QQ 空间推广153

10.1.3 QQ 群推广154

10.1.4 QQ 文章分享155

10.2 写出优秀的博文成为博客精英155

10.2.1 做好定位156

10.2.2 建立博客156

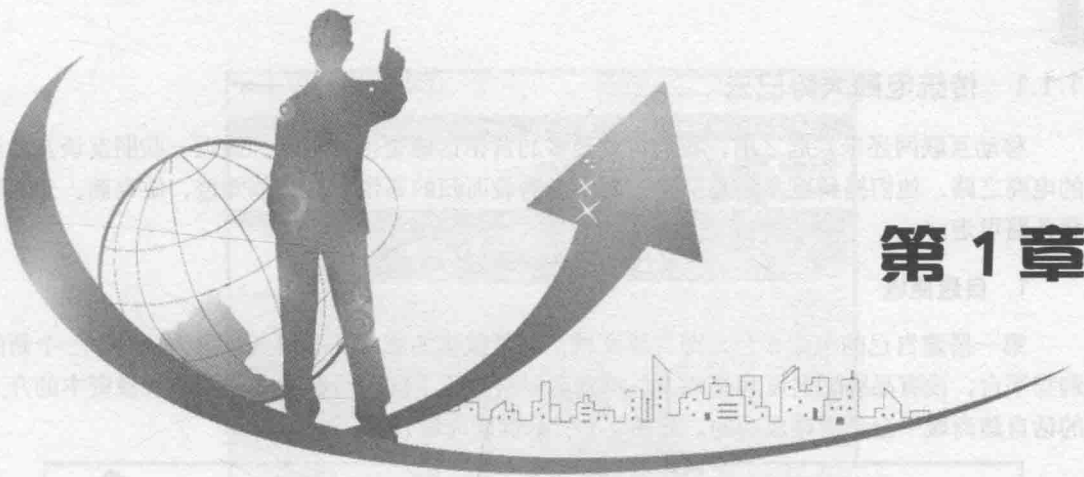
10.2.3 引人入胜的标题157

10.2.4 丰富的文章内容158



玩转微商：手把手教你开赚钱微店

10.2.5 撰写博文的技术	161
10.3 精心打造你的微博	162
10.3.1 利用微博做个微店促销海报	162
10.3.2 必须明确主题定位及内容定位	164
10.3.3 微博的头像要有特点	165
10.3.4 给自己的微博取个好名字	166
10.4 邮件推广，也能让你流量上万	167
10.4.1 电子邮件推广	167
10.4.2 让客户一定回复你的邮件技巧	168
10.4.3 邮件推广营销的营销诀窍	168
10.5 玩转百度，轻松增加微店浏览量	170
10.6 在分类信息网站推广	171
10.7 登录导航网站	172
10.8 投放网络广告，带来可观的流量	173
10.9 采用传统方式推广	173



第 1 章

微店入门



开店指导

最近一段时间微商越来越火，从 QQ 空间到朋友圈甚至各个电商相关的网站论坛都存在他们的身影。不可否认，有些微商做的顺心顺手，盆满钵盈。这确实也诱惑了很多。但殊不知这些人其实早在线下就积累了大量人脉资源与客户群体，做微商自然手到钱来。

1.1 什么是微商

微商从字面上大多数人认为这是在微信上销售商品。不仅仅是微信，“微”其实是一种互联网工具，“商”是指的一种商业行为。微商最大的魅力在于，一部手机就可以完成交易，手机在哪里，你的店铺就在哪里，接单、收款、发货一个手机就能搞定。

1.1.1 传统电商大势已去

移动互联网还未兴起之前，我们讨论最多的营销话题是传统电商。最近一些朋友谈及自己的电商之路，他们提到更多的是辛酸，而不是满载而归的喜悦。大家都知道，做电商，无非就两条路可走。

1. 自建商城

第一搭建自己的电商平台，即自建商城，这种做法的成功几率很低。因为，对于一个新的购物平台，没有品牌知名度和影响力，消费者是很难到上面进行购物的。没有大量资本的介入的话自建商城平台是很难成功的。如图 1-1 所示自建商城开店。



图 1-1 自建商城开店

2. 进驻第三方平台

在第三方平台开店是我们最常见的，比如在淘宝开店，或者去开一家天猫店（现在天猫的门槛很高了，不是大牌一般很难通过审核了），资金允许的话，可以在京东、苏宁易购、一号店等这些平台上都开一个店。每个平台都需要有运营的团队，一般要配 2-3 个人来运营一个平台。如图 1-2 所示为进驻第三方平台天猫开店。



图 1-2 第三方平台天猫开店

前几年在淘宝开店还要有流量，就会有成交，而且转化率也很高。可是最近两年，流量难求，靠自然优化关键词排名所得的流量是极其有限的，因此，需要卖家砸钱打广告，花钱去购买流量，使得很多试水电商的传统企业望而却步，传统电商的大势已去。

1.1.2 移动电商开启新商机

随着智能手机的发展，今天移动互联网连接的是活生生的人。在社交、本地、移动和个性化的时代，智能手机消费群已经崛起，正在掀起第三次零售革命，把全球消费者跨越时间和空间连接起来，所有的商业都将运行在这个操作系统上，运行在移动智能终端上。

基于 PC 互联网的电子商务 1.0 时代，造就了亚马逊和阿里巴巴等杰出的电子商务平台型公司。移动互联网的普及也让网络购物体现出新的面貌，带来新的增量。

截至 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿人，互联网普及率为 47.9%，较 2013 年年底提升 2.1%，手机网民规模达 5.57 亿人，较 2013 年年底增加 5672 万人。网民中使用手机上网的人群占比由 2013 年的 81.0% 提升至 85.8%。手机网民规模保持稳定增长，高于其他上网设备的使用比例，这意味着手机依然是中国网民增长的主要驱动力。



根据统计数据发现，2013 年美国移动端的电子商务交易额达 388.4 亿美元，比 2012 年的 248.1 亿美元增长 56.5%，预计到 2017 年移动商务交易额将高达 1085.6 亿美元，如图 1-3 所示。

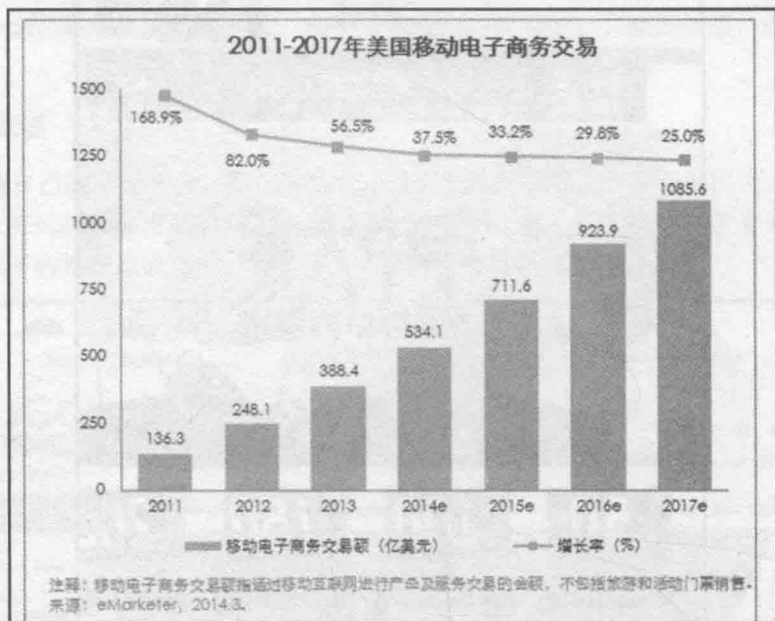


图 1-3 美国移动电子商务交易额

不仅是平台，商家、第三方服务商等整个电商行业都在加速转向移动互联网行业。在移动互联网时代，电商是最早一批尝试将流量变现的行业之一，微信首先开放接口，开启微信开店模式，随后推出自己的微信小店，刚刚完成上市的京东进驻微信，拍拍网紧接着推出微店平台。

1.1.3 微商卖什么最赚钱

淘宝用了 10 年的时间，才发展了不到 1000 万个卖家，微商仅仅用了一年，就有了超过 1000 万的卖家，且不说在朋友圈卖货的人，仅仅是在口袋微店数量就已经超过了 1200 万，商品总额超过了 11 亿元，同时微信用户早已经超过 6 亿人，开通微信支付的也超过 8000 万。

那么做微商销售什么产品最赚钱？哪些产品在是热卖的？

1. 受欢迎的“圈子产品”

受欢迎的圈子产品就是指在微信朋友圈里流行的时尚产品，这类型的产品不需要大众化的，但是必须是在微信朋友圈里面很受欢迎的。如图 1-4 所示在朋友圈很受欢迎的海外代购的美食产品。



图 1-4 受欢迎的海外代购的美食产品

2. 大众化产品

所谓的大众化产品相信大家都可以理解，简单一点来说，就是广泛，大家都需要的产品，如鞋帽、服装、化妆品、食品等，这些产品都跟我们的日常生活息息相关的。如图 1-5 所示服装就是大众化产品。在朋友圈做营销发广告可以引起别人对你的关注，卖这些产品做微信营销时，需要注意的是，广告不可以太过生硬，而且也不可以发太多，否则会引起好友的反感。

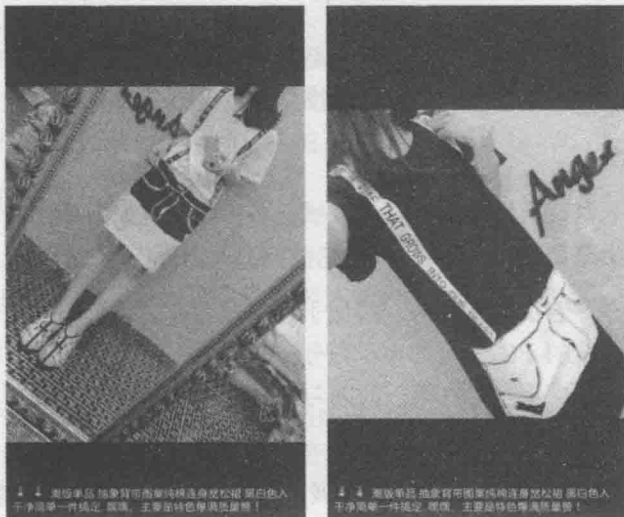


图 1-5 服装就是大众化产品



1.1.4 微商创业前的准备工作

微商非常火爆，怎样才能做好微商？下面介绍微商创业前的准备工作。

1. 关于商品的选择

首先要注意的就是产品的质量。一旦产品不合格，微商也会逐渐失去客户。

除了产品质量要过关，不要做太多种类的商品，毕竟，种类太多容易给人不专业，杂乱的感觉。产品过于繁杂容易给客户带来“不靠谱”的印象，而且卖家精力有限，通常很难掌握诸多产品的功能、特性等。

2. 消费群体的确定

以卖化妆品来说，对于一般的工薪阶层，月薪也就三四千，要让她们拿出工资的一半甚至更多的钱买化妆品，显然是不大可能的。要注意消费群体的选择，这样才能更好的推广自己的商品。

3. 选择优质的供货商

一个优质的供货商不但能帮助微商快速赚钱，更重要的是，还可以为微商提供学习销售经验的机会。大家在选择品牌商时，不妨选择这样有诚意的品牌商，因此对方不仅会给你带来优质的服务，往往还能为你节省不少时间和资金投入。

1.2 为什么开微店

互联网经济风靡时下，网络创业成就了无数新贵，微店成为不可或缺的移动互联平台，是电子商务的未来发展趋势，其信息扩散，销售推广力度不可小觑。

1.2.1 什么是微店

随着时代的变迁，移动互联网时代蓬勃发展。各种微店犹如雨后春笋一般蓬勃发展。这是一种新时代的商机，但是微店是什么？

微店就是基于微信平台的电子商务，类似于淘宝开店，是手机端的电子商务平台。它方便简洁更实用，区别于传统的 PC 平台的电子商务。只需用手指轻轻一点，消费者就可以随时随地关注你的商品动态，商家更可以在第一时间与顾客进行贴心的沟通，了解他们的需求。如图 1-6 所示微店。

众所周知，由于这几年电子商务的飞速发展，在淘宝开店的成本越来越高，竞争越发激烈，赢利空间日益收窄，普通人进入电子商务的创业机会越来越少。微店是电子商务创业的新模式，

微店无处不在,玩在手心,改变传统营销模式,人人都是老板、人人都是消费者。微店是零成本开设的小型网店,没有资金的压力,没有库存的风险,没有物流的烦恼,只需利用碎片时间和个人社交圈就可进行营销推广。



图 1-6 微店

1.2.2 微店的特点

移动互联网飞速发展,而微店正以更加强大的优势将众多的创业者吸引到自己的面前。微店的出现也在一定程度上对传统网店的地位构成了威胁。

1. 无需额外费用

微店是真正的免费店铺,不需要收取任何的注册费用、开店费用。用户在微店购买产品后,如果效果不错,会在朋友圈宣传,通过这种口碑传播的方式推广店铺。

2. 简单易学

只要一提到“开店”,很多人觉得开一家店铺是一件很烦琐的事情。其实开一家“微店”非常简单,即使毫无经验微店店主,也可以轻松开店,享受赚钱的乐趣。



3. 不再依赖“狭窄”的入口

微商是去中心化的，它不需要入口，只要生成一个店铺，这个店铺就可以在手机上的各种平台展示，不需要被绑定在一个平台上。

微商的新客可以从不同的渠道带来，这些用户也会成为你的粉丝，随着粉丝的口碑营销和裂变传播，你会有更多的新客。

4. 无需高昂的广告费

可以刷朋友圈、微博等各种社交媒体，更重要的是，这些流量带来的顾客就是你自己的，你走到哪，这些人就带到哪，后期你就无需再不断投入。

5. 不用大量囤货

不用大量囤货，没有库存风险、无资金压力。

6. 科学的分销

微商的分销系统更科学。用户在分销库选择商品，将这些商品一键选择放在自己的店铺里代销，一键就能分享到朋友圈中，或者推广其他社交媒体上，销售完成后直接获取佣金返利，发货和售后都由上游供应商解决。

7. 盈利渠道多

和传统店铺的单一盈利模式不同，微店目前具有多种盈利渠道。

(1) 卖别人的产品，赚佣金，设置一定的佣金比例并从中盈利。

(2) 发展自己的分销商，拿取一定的推广佣金，分销商越多，你赚的钱也越多。

微店独特的电商模式再次创造了电商奇迹。

1.2.3 微店中的品牌定位

刚开始创立微店品牌的时候，商家需要根据产品的特点给品牌做一个定位，定位的主体就是消费者。在这里，大家必须学会寻找目标消费者。一般来说，根据消费层次、消费习惯、年龄、偏好等因素不同，消费者会分成许多不同的类型，大家在定位品牌时应分别从主、客观条件出发，根据市场变化、不同消费者的不同需求，找准市场空缺，从而明确品牌定位。例如，可以根据年龄给受众做一个划分，将不同的品牌定位给 20~25 岁的女性、30~35 岁的男士等不同消费群体。

需要注意的是，消费者的需求并不是一成不变的。因此，在定位品牌时，必须弄清顾客的心理需求，这是品牌定位的关键因素，那么，我们怎么才能做到这一点呢，一个行之有效的方