

微商创业实操

——步步为赢

师一宁◎著



⚙ 讲真正实操、针对性强的微商读本

⚙ 方法 + 技巧 + 实践的微商经典教程

⚙ 规避禁忌、解析误区的实用工具书



河北人民出版社



师一宁 被中国品牌创新发展论坛评选为“优秀企业家”，华北制药河北华诺微商联合发起人，微商创业导师，移动电商高级运营师，河北珍氏美生物科技有限公司董事长，河北驰威电子商务有限公司总经理，珍萃河北健康管理有限公司总经理，珍氏美品牌创始人，Beau·T 珍果玺品牌创始人，第二届郑州微商博览会联合发起人，第三届微商春晚联合发起人。

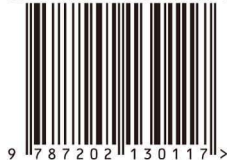
责任编辑 唐 丽

高 菲

美术编辑 秦春霞

责任校对 余尚敏

ISBN 978-7-202-13011-7



定价：35.00 元

微商创业实操

——步步为赢

师一宁◎著

字田书馆
书 章



河北人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微商创业实操：步步为赢 / 师一宁著. -- 石家庄：
人民出版社，2018.3
ISBN 978-7-202-13011-7

I. ①微… II. ①师… III. ①网店—运营管理 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 055949 号

书 名	微商创业实操：步步为赢 Weishang Chuangye Shicao: Bubu Weiyong
著 者	师一宁
责任编辑	唐 丽 高 菲
美术编辑	秦春霞
责任校对	余尚敏
出版发行	河北人民出版社 (石家庄市友谊北大街 330 号)
印 刷	石家庄联创博美印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	12.5
字 数	190 000
版 次	2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 202 - 13011 - 7
定 价	35.00 元

版权所有 翻印必究

序

时代在不断地发展，许许多多的新生事物纷纷应运而生，形形色色的创新模式令人目不暇接。尤其在这个各行各业的传统规则和习惯都被颠覆，而“互联网+”大行其道的时代，一部智能手机，就让人们的生活发生了翻天覆地的变化！正如网络改变了人们的生活方式、微信改变了人们的联络方式一样，包括微商在内的新型的销售模式改变了人们的购物方式 and 市场格局，成为绝对不可以也不可能忽略的销售力量，从而让广大传统销售从业人员不得不重新审视自己的思维和行为，如何应变和转型成为他们现实而迫切的任务。

百度百科给微商的定义是：“微商是基于移动互联网的空间，借助于社交软件为工具，以人为中心，社交为纽带的新商业。”窃以为该定义非常准确。微商这种产生未久的新型销售模式，以其消费、传播、服务和创业人员等不同角色实现多位一体的显著特征及销售流程简单、运营成本低廉和销售达成便利，迅速占领了人们日常生活的各个领域。

明代的王夫之说，“新故相推，日生不滞”，意思是新旧事物的变化，不随着时间的推移而停滞；《大学》中说，“苟日新，日日新，又日新”，意思是“如果能够一天新，就应保持天天新，新了还要更新”。由此可见，任何事物以及人的思维在不断地发展变化中更趋完善，是亘古不变的规律，也就是说发展变化是事物和思维更新的充分而必要的条件，这就是趋势。顺应趋势则能顺应事物发展的规律。如果不能顺应趋势、与时俱进，则一定会像船山先生所说的另一句话一样，“守其故物而不能自新，虽其未消，亦槁而死”，必将因固步自封而遭到淘汰。

新型事物的产生，必定有众多实时的追随者和从业者，而欲走向事业的成功，除了敏锐的洞察力、恰好的切入点及满腔的热忱之外，还有一个最为重要的方面，那就是专业知识，亦即成功的方法。“工欲善其事，必先利其

器”，专业知识好比战士手中的武器，手持武器则如猛虎添翼，拥有专业知识，才能成为专家，做好微商，亦复如是。

本书作者师一宁，是微商领域的领军人物之一，在风起云涌的销售战场，建立了自己牢不可破的“微商帝国”，取得显著的成就。如此骄人的业绩，并非仅是她作为微商先行者的“运气”和超人的胆识，最主要的还在于其具有非常专业的知识、水平和能力。本书就是她在微商一线积累的实战经验，涵盖全面，布局合理，心得独到，角度独特，深入浅出，简单有效，操作性强，容易复制。

总而言之，出版该书的目的，用微商业内的话，就是希望能让“小白秒变大咖”！毋庸多言，相信诸位看官必能以己之慧见仁见智，得岭得峰！并藉此而走上实现财富自由、时间自由、心灵自由等崇高梦想的坦途，成为大众的楷模、商业的精英，活出自己的人生，成就自己的梦想！

是为序。

迪文

戊戌春仲于砺镜堂

目 录

步步为赢篇

第一步 初级入门	(3)
第一节 新手微商如何起步	(3)
第二节 微商的思路	(4)
第三节 适宜做微商的人群	(7)
第四节 微商该怎么去坚持	(10)
第二步 如何打造 IP	(15)
第一节 微商的前期准备	(15)
第二节 六个技巧让你成为明星	(19)
第三节 改掉七个禁忌让你的 IP 更响	(22)
第三步 如何培养信赖感	(25)
第一节 让陌生人信任你	(25)
第二节 让陌生人依赖你	(30)
第四步 如何增加流量	(34)
第一节 如何获得 1000 位好友	(34)
第二节 线上线下“吸粉”的七种方法	(38)
第三节 如何让转载和评论爆棚	(44)
第四节 “吸粉”的四个终极秘诀	(45)
第五步 如何打造朋友圈	(56)
第一节 朋友圈的核心价值	(56)
第二节 如何发圈不让人烦	(57)
第三节 朋友圈布局	(59)

微商创业实操

第四节 如何发高质量朋友圈	(64)
第六步 如何利用“套路密码”写好文案	(77)
第一节 会写广告文案，就会写微商文案？NO！	(77)
第二节 微商文案的核心	(78)
第三节 微商文案的两个原则	(80)
第四节 微商文案的四个特点	(81)
第五节 微商文案的八项注意	(84)
第六节 先做自我营销后做产品营销	(91)
第七节 懂得客户的真正需求	(94)
第八节 产品文案多写软文	(95)
第九节 用朋友圈文案打造个人魅力	(98)

实战技巧篇

实战一 意向代理成交术	(109)
第一节 “引导式”建立联系	(109)
第二节 “夺心式”介绍产品	(117)
第三节 “灌输式”解除抗拒	(121)
第四节 “催眠式”促进成交	(128)
实战二 横扫实体店	(152)
实战三 线下销售秘籍	(159)
第一节 线下沟通	(159)
第二节 销售流程	(164)
第三节 分享的五大步骤和七大准备	(174)
实战四 如何组建团队	(178)
第一节 微商团队管理的十三大原则	(178)
第二节 团队的建设与管理	(182)
实战五 微商培训体系	(188)

步步为赢篇

..... BUBU WEIYING PIAN

第一步 初级入门

2016年，微商很火，很多朋友开启了微商财富之旅。至于什么是微商、微商的种类、微商模式，相信各类有关微商书籍都有说明，这里就不一一阐述，我们只给广大微友“实战的干货”。

第一节 新手微商如何起步

一、定位产品

首先，社会上大多数微商选择销售的产品一般是个人感兴趣的、个人消费的，商户选择一款个人认可的产品无疑可以使渐渐对微商这个职业产生乏味感的商户拥有足够的活力。

其次，商户周围的交际网络对其销售的产品具有一定的认可度。从某种程度上讲，商户和客户是志同道合的消费者，交际网络的认可代表着市场的可行性。

再次，商户无论销售产品还是推广产品，一定要选择做正品，因为产品所拥有的品牌力量是商户初期的信誉保障。

最终，定位商户销售平台主要的营销商品。因为微商的成本过低，大多数微商甚至还未开发出市场便宣告放弃，而后选择全新商品进行推广销售。这种状况的长期存在对于市场是一种摧毁性的打击，因为市场的容纳程度极为有限，而微商市场的容纳却主要在于商户本身而并非商品。

微商的商户大多数是个体经营户，很多商户人手不足或者了解商品的时间不够充分。如果客户初期选择销售商品过多，在营销推广环节中很难解答客户关于商品的疑问，这是很多微商在初期面临的最大困难。因而应精准定位微商商品，商户初期营销商品重在精而不在多。

二、选择合作伙伴

一般微商的合作伙伴主要是生产商或者分销商，选择正确的合作伙伴在某些时候可以保证微商商户的长期发展。微商商户的推广运营受到社交网络的限制，因而客户群体的多少决定着商户的销售或者分销实力。一个对微商市场有足够了解度且对商户拥有足够理解度的合作伙伴是微商长期发展的保障。

三、销售渠道问题

销售渠道在微商中代表着微商的社交网络，实质上也是微商的存在意义。因为市场的自我调整，微商市场日趋向实体交易方式靠近。当今的微商营销需要讲究方法策略，消费者越来越注重服务，对商品和商户的要求明显提高，微商客户资源稳定的前提就是对客户的服务态度要好，因为微商客户多是通过沟通交流慢慢建立起来的。因此，微商商户一定要保持好的心态，要有足够的耐心。

四、摆正心态

某些微商市场还需开发，但并非通过暴力营销快速拓展，许多初入微商行业的群体遭受市场冷遇后活力急速衰退，不得不退出微商行业。微商商户和客户间的沟通非常便捷，但同时也意味着某些销售是一个长期过程，因而要求微商群体要摆正心态。成本的低廉也意味着微商本身就是一个可以长期坚持的行业。

第二节 微商的思路

一、想做微商，先做好人

在平时的生活中，微商的社交网络极为重要。大多数成功的微商首先应该是一个乐于助人的人，一个能常常帮助别人的人，在社交网络内部才会留有上佳印象。只有社交网络认可了微商商户，商户所卖的商品才会得到认可。

做微商不能只以商业目的去交友，不能把销售过程搞得太商业化，可以

把自己的形象生活化一点，比如在朋友圈里发发你的生活故事、美食照片、旅游照片等等，让社交平台中的朋友感到你很亲切、很真实，这样你的商品可能会更受欢迎。

二、借公众号，销售商品

在我们的朋友圈里有很多的公众号，公众号里面有很多的粉丝，我们可以借助这个平台，让更多的朋友了解你，了解你的产品，最后达到更好的销售业绩。当然，推广商品的前提是以诚待人，童叟无欺。

公众号平台存在的意义在于广告营销，即商品的营销推广，事实上一个成功的微信公众号不仅能支撑起微商商品的营销，甚至能支撑一个知名实业厂家的广告需求。因而商户所选择营销的商品需要广告辅助时，不妨换种思路，通过开发微信公众号实现营销效果。

三、看准时机，服务微友

某些商户的商品可能并非畅销品，而其他商户的商品销售份额极高，这时候商户可以互帮互助为这类商户做宣传推广、发布微信喜帖，让销售量大的微商销量更大，那么这名微商商户的价值也就体现出来了，因为别人收获的或许是一个额外的销售渠道，而这名商户收获的却是一次成功的营销推广。

当其他商户的商品广受市场认可时，我们可以借机免费帮助这类商品进行广告宣传，这样一方面可以获得其他商户的好感，另一方面获得潜在客户的好感。在某种意义上可以让客户潜意识认为，我们的眼光能够和市场需求保持一致，从而可为自家商品进行铺路。

四、紧盯行业，总结理论

当我们对某个行业做深入研究时，发现其他人也在研究，没关系，可以借鉴别人的研究，做好自己的笔记，多看书进行更深入学习，再加上自己的经验积累，相信你会成为这个行业的领袖。

事实上可以利用微商进行营销的商品极多，称得上让人眼花缭乱。当我们发现某类商品市场发生变化时，不妨从其他商户身上学习成功或者失败的经验，从而为自己进入这类商品的市场提供经验。

五、勤能补拙，服务大众

在业余时间，有的人去旅游，有的人去泡吧，有的人去钓鱼，而有的人就经常地“刷脸”，宣传自己，使自己在朋友圈中的存在感更强了，这就有可能成为某些知名产品的合作伙伴，因为大多数商品的营销是需要时间来积累市场的。

很多商户的成功绝非偶然，但凡是品牌较大的企业需要微商市场时，大多会首选混迹在微商中时间最长的商户，其中的缘由就是这些商户在社交网络中面对亲朋好友占据着社交主动地位。

六、混迹人圈，人脉链接

我们在多个朋友圈中，要尽可能多地展现自己，让更多的朋友了解你，另外不要只局限于自己的朋友圈，你要走出去，和全国各地的朋友多交流，借助你自己的平台，让更多的平台了解你，以此来链接更多的人脉！笔者一向认为人际关系是微商商户的发展重点。在笔者看来，大多数商户随意添加陌生人借此增加交际数量，是一种饮鸩止渴的行径。如果可以选择，微商商户不妨进入各个行业、各个地区的讨论群组，一方面积极发言获得他人认可，另一方面认真学习相关的专业知识，这将是商户成功的保障。

七、总结经验，做自媒体

现在的媒体多种多样，我们每个人都称的上是媒体人了，可以通过微博、微信发表自己对某些事的想法、感受以及经验总结，从而引得更多的朋友来关注，这是最便捷的自媒体营销方式方法。

有人认为自媒体营销见效慢，耗费时间过多。这种态度极不可取。随着热搜的上线，大批紧跟时事的微博用户立刻炙手可热，因而自媒体营销反倒是宣传度最广、成本最为低廉的营销方式。

八、线上线下，双面结合

大多数微商认为线下活动需要高昂成本，认为线下无论是交际还是宣传都需要付出不少的金钱，这种认知极为正确。然而很少有人想到，线上销售和线下交际的结合方式是最容易获得人们认可的，相比较已培育出的多名长

期客户而言，这种成本微乎其微。

据笔者所知，很多微商中的知名人物在创业中曾多次主持过交际活动，这种活动为他们积攒了为数不少的高忠诚度客户和高忠诚度分销商，一度使得他们能够在数量广袤的微商群体中脱颖而出。大量数据表明，人们面对面地平淡交流远比间隔一条互联网谈笑风生要更容易拉近关系。

第三节 适宜做微商的人群

随着实现全方位沟通的微信的火爆，出现了一种人人微商的热潮，然而有的商户真的赚钱了，有的却亏钱了，这是为什么？因为每个人都有不一样的品质，不一样的性格，不一样的态度。根据以往成功的范例，笔者认为微商商户应该具备以下能力。

一、总结与归纳的能力

很多微营销运营者，只顾着埋头苦干，却忘了去总结。总结与归纳就是能够从浩瀚的知识中总结出对自己有价值的东西并且能够很好地将语言组织到位，同时融入自己的理念与观点。这是作为微信运营的第一个能力，也是考验基本功的能力。

譬如利用微信公众平台进行营销的，需要每日去看看后台数据，看看粉丝数量，看看文章传播情况，总结出哪些地方做的好，哪些地方需要改善。用发展的目光看待问题，每个时间点对微商公众平台的要求都是不同的。

二、抓住重点的能力

找到事物独特的吸引点，而不是毫无规律乱做内容，也就是能够迅速准确地在众多的微信用户以及所发布的内容当中找到自己想要的，并且能够结合时下的热点以及你的受众用户感兴趣的事物，将其很好地用自己的语言呈现在微友面前。

这同时要求微商商户需要透过现象看本质，譬如一件娱乐圈大新闻，商户首先需要从中看到重点，而并非跟从他人转发事件。商户可以探查出其中能够对自己的商品有利的一面，如果毫无关联，同样可以借此时机发表自己

的观点，干脆利落地选择营销自己。

三、积极思考的能力

一名出色的微信运营者一定是思维敏捷的，因为他们无时无刻不在思考，思考怎样让自己的内容更有价值，思考如何提高图文转化率，思考如何向更多人分享转发，思考如何吸引更多的受众用户关注以及对未来商户的营销进行整体策划与方针制定等。

笔者之所以提出微商需要积极思考的观点，是因为大多数商户选择营销时很少会主动思考宣传推广方式，多采用直白的营销方法。我们现在更应该做的，是思考如何利用好微商商户和客户间便捷的沟通方式，从而让客户选择最佳的营销接收点。面对我们营销商品时遇到的问题，我们更应该主动地去思考为什么会发生诸类状况，应当如何避免客户再度拒绝营销，而并非一味地忽视客户体验，以更粗暴的方式进行营销。

四、不断学习的能力

微营销时代，学习不只是停留在书本上面了，更应该学习的是实战，建议多去关注做得比较成功的微信平台，你关注 50 个平台就有 50 个老师教你做微营销，不断地去学习他们是做微营销的技巧，把学到的东西用到你自己的微信营销上。

微商是个从业者偏年轻的行业，因而微商群体很容易接受各类观点。学无止境，事实上目前微商所能利用的方式方法依然并不多，我们更应该借此机会学习一切能够为我们铺平道路的营销方法，只有通过不断学习，才能从容面对日新月异的微信市场。

五、建立关系的能力

现在不是单打独斗的时代，你还是单枪匹马的话，迟早都会被抱团的人击败，在微营销时代，是一个资源共享的时代，你要学会去建立属于你自己的人脉圈子，建立你自己的资源圈子。你不仅仅要建立与粉丝之间的关系，还要建立与同行或者其他微信运营者之间的关系，还有其他一些网络平台的运营者、管理者等，你都要去建立关系，方便以后需要。