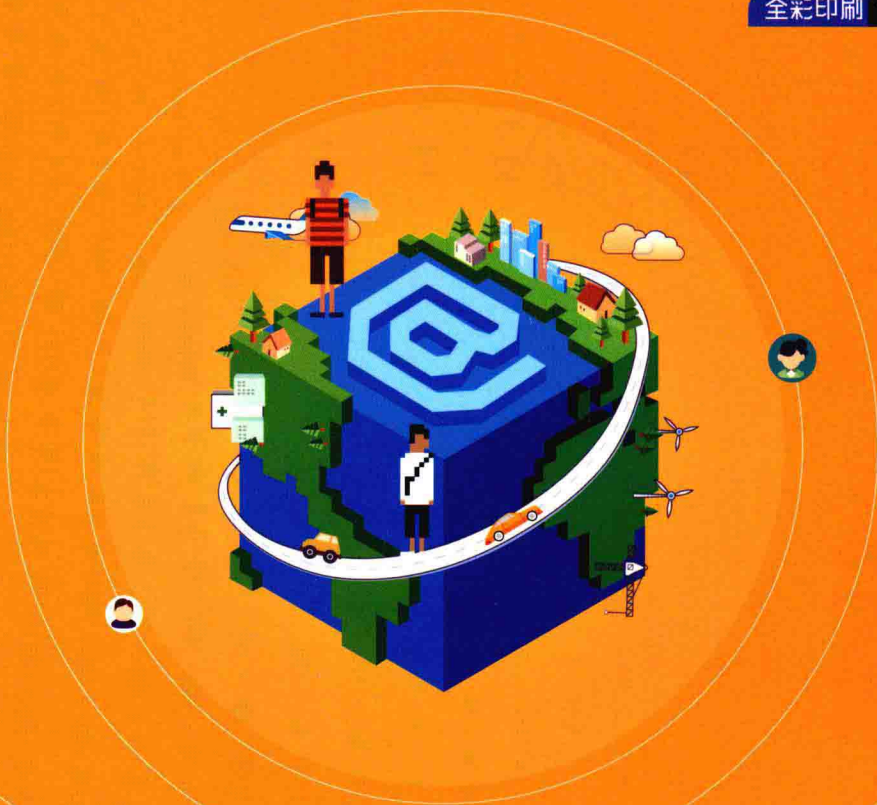




微商开店

运营与推广一本通

让网站更胜人一筹

必备的微商开店概念、微店赚钱的核心思维
微店运营的策略、微店营销的技巧与实用工具

王岩 等编著



机械工业出版社
China Machine Press



微商开店

运营与推广一本通

让网站更胜人一筹

王岩 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

微商开店运营与推广一本通：让网站更胜人一筹 / 王岩等编著. —北京：机械工业出版社，2016.1

ISBN 978-7-111-52196-9

I . ①微… II . ①王… III . ①电子商务 IV . ① F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 280037 号

这是一本开微店的工具书，全书共 8 章。第 1 章介绍了微店的概念、运营模式，以及如何选择微店平台等内容，第 2 章介绍了注册和使用微店的方法，第 3 章和第 4 章详细讲解了微店首页和商品详情页的装修方法，第 5 章和第 6 章讲解了微店的日常运营和线上引流的各种方法，第 7 章和第 8 章讲解了视频引流和制作引流视频的方法。

本书内容详尽、讲解清晰、图文并茂，让您一书在手、开店无忧。

微商开店运营与推广一本通——让网站更胜人一筹

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码：100037）

责任编辑：夏非彼 迟振春

印 刷：中国电影出版社印刷厂

版 次：2016 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开 本：170mm×242mm 1/16

印 张：11.5

书 号：ISBN 978-7-111-52196-9

定 价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：（010）88379426 88361066

投稿热线：（010）88379604

购书热线：（010）68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

微店是在移动互联网浪潮下诞生的新生事物，是继网店和微商之后的又一种电子商务模式。微店可以看作是网店和微商的结合体，它有平台作为依托，可以有效地保障买卖双方的利益，同时又继承了微商的社交电商和粉丝经济的特性，从而节约运营成本。

微店最大的特点是门槛低，绝大多数微店平台都不收取任何形式的费用，只要有一部能上网的手机，经过简单注册后就可以开店营业，特别适合那些心怀创业梦想但又缺乏创业资金的人。当然，门槛低是微店的优势同时也给微店的店主带来了挑战，因为门槛低意味着无论有没有资金、货源和营销经验，都可以开店经营，由此而带来的竞争必然十分激烈。如果你不了解微店的特点和经营理念，按照传统网店或者微商的运作方式来经营微店，将很难在大浪淘沙的市场中长久生存。本书的目的就是让读者在挑选货源、商品上架、日常运营、吸引流量等开店的各个环节中深入地了解微店特殊的运营理念和具体的运作方法，在最短的时间内开一家自己的微店，并且通过微店实现自己的创业理想。

本书主要由王岩编著，程建设、袁翠玲、宁芳、金铃、吴立兰、马春旻、李哲、孙丽萍、杨丽英等人也参与了本书的编写工作。由于时间和笔者知识所限，书中难免有疏漏之处，敬请读者朋友批评指正。

编者

2015年12月

目 录

Contents

前言

第 1 章 微店创业



1.1 什么是微店.....	1
1.2 网店、微商和微店	1
1. 网店.....	2
2. 微商.....	2
3. 微店.....	3
1.3 微店的运营模式.....	3
1. C2C 模式.....	3
2. B2C 模式.....	3
3. O2O 模式	4
1.4 微店的特点	4
1. 门槛低.....	4
2. 货源足.....	4
3. 有保障.....	4
4. 分工细.....	4
1.5 哪些人适合开微店	4
1. 生产企业	5
2. 淘宝店主	5
3. 实体店主	5
4. 创业人员	5
1.6 冷静地认识微店.....	5
1.7 选择微店平台	6
1. 京东微店	6
2. 拍拍小店	7
3. 微店.....	8

4. 微店网.....	9
5. 有赞.....	10
6. 其他微店	11
1.8 营销策略定位.....	11
1. 粉丝经济型	11
2. 服务关系型	12
3. 品牌资源型	12
1.9 商品定位.....	12
1. 市场导向型	13
2. 货源导向型	13
3. 专业导向型	13

第 2 章 新店开张

2.1 注册个人微店.....	14
2.2 注册企业微店.....	17
2.3 商品上、下架.....	18
2.4 设置商品分类.....	21
2.5 淘宝一键搬家.....	22
2.6 分销商品.....	24
2.7 设置商品运费.....	26
2.8 开通保障措施.....	28

第 3 章 首页装修

3.1 首页文案策划.....	29
1. 店铺取名原则	29
2. 店铺取名方法	30
3. 店铺公告设置	31
4. 聊天公告设置	31
3.2 店铺图标设计.....	32
1. 店标设计原则	33
2. 店标表现形式	33
3. 店标制作方法	36





3.3 封面招牌设计	40
1. 设置店铺封面	41
2. 设计风格	42
3. 色调选择	44
4. 色彩搭配	46
3.4 封面招牌制作	48
1. 制作店铺封面	48
2. 制作店铺招牌	52

第4章 详情页装修



4.1 商品详情页	56
1. 商品介绍	57
2. 详情图的作用	57
3. 详情图的种类	58
4. 详情图的布局	63
4.2 拍摄商品照片	64
1. 摄影器材	64
2. 外拍模特图	68
3. 棚拍模特图	68
4. 拍摄商品图	69
4.3 商品照片优化	70
1. 重新构图	71
2. 颜色校正	73
3. 曝光校正	75

第5章 运营推广



5.1 日常管理	78
1. 店铺运营管理	78
2. 了解买家心理	81
3. 掌握沟通技巧	82
4. 店铺日常维护	82
5.2 收款提现	83
1. 微信收款	83
2. 担保交易与直接到账	84

5.3 折扣优惠	85
1. 限时折扣	85
2. 私密优惠	87
5.4 宣传推广	89
1. 促销活动	89
2. 满包邮	92
3. 同城招商	93
4. 分成推广	95
5. 友情店铺	97
6. 口袋直通车	99



第 6 章 线上引流

6.1 微店推广策略	101
1. 自媒体	101
2. 自明星	102
3. 自品牌	102
6.2 微信朋友圈	103
6.3 微信公众平台	105
1. 公众账号种类	105
2. 申请公众账号	105
3. 公众平台营销	109
6.4 腾讯其他平台	112
1. QQ	112
2. 微视	114
6.5 百度平台引流	116
1. 百度贴吧	117
2. 百度知道	117
3. 百度经验	118
6.6 其他平台引流	119
1. 微博	119
2. 论坛	122



第7章 视频引流

7.1 游戏直播平台	123
1. 游戏直播条件	124
2. 选择直播平台	125
3. 斗鱼直播流程	126
4. 虎牙直播流程	131
7.2 下载录制视频	133
1. 下载在线视频	133
2. 手机拍摄视频	137
3. 电脑屏幕录制	139
4. 手机录制屏幕	141
7.3 使用优酷空间	143
1. 注册上传视频	144
2. 分享到朋友圈	146



第8章 视频制作

8.1 熟悉会声会影	148
8.2 制作引流视频	151
1. 实例说明	151
2. 准备素材	152
3. 制作视频	153
8.3 制作宣传片头	157
1. 实例说明	157
2. 准备素材	157
3. 制作视频	158
8.4 商品展示视频	162
1. 实例说明	162
2. 准备素材	162
3. 制作视频	162
8.5 快速制作视频	173
1. 实例说明	173
2. 制作视频	174



微店创业

“科技改变生活”，这句经典的广告语正在印证着我们目前的生活变化。二十年前，人们还只能在市场和商店中购物；十几年前，电脑和互联网开始在家庭中普及，淘宝顺应潮流将人们引入了线上购物的消费时代；近几年来，随着智能手机的迅速发展，人们的生活也随之进入到了移动互联网时代。

每次科技的进步都对我们的生活方式和消费习惯产生了深刻的影响。反过来，生活方式和消费习惯的改变也促进了电子商务模式的不断发展和转变，微店就是电子商务生态变化中的一种新兴模式。

1.1 什么是微店

微店并不是指那些开在手机上的网店，淘宝、京东等传统网店已经意识到“边走边购物”的移动互联网模式将成为未来发展的主流，于是纷纷推出了自己的手机客户端，京东更是直接在微信中开辟了入口。而微店也不仅仅局限于手机客户端，绝大多数的微店都上线了与手机客户端同步的网络商城。单纯从应用载体上很难区分网店与微店的差别。

要想弄明白微店的概念，我们还要先从微创业说起。微创业指的是用微小的成本进行创业，微创业模式最早出现于 2011 年发起的一项“中国互联网微创业计划”，该计划首次提出了比较完整的微创业运营模式，并推出了与互联网、移动互联网等先进技术和营销手段相结合，以实现成效最大化的微创业原则。

微店就是一种以微小成本进行创业和销售的商业模式。作为创业平台，微店简便易行且门槛极低，几分钟就可以注册一个店铺，没有资金和货源也可以经营。作为销售平台，微店充分利用移动互联网的一切资源进行推广营销，将网络购物提升到新的高度。

1.2 网店、微商和微店

对于经常通过网络购物的人来说，网店、微商和微店都是比较熟悉的名词，但是它们之间的区别就很少有人能说清楚了。从广义上来讲，网店、微商和微店同属于电

子商务的范畴，也就是在互联网上进行的商品交易和相关服务活动，它们之间最主要的区别是采用了不同的商务运作方式和盈利模式。

1 网店

作为最早的电子商务模式，以淘宝网、京东、亚马逊为代表的传统电商采用的都是中心化的运作方式。所谓中心化指的是由网店平台集中所有的商家和流量，形成消费者购物的第一入口，消费者通过这个入口寻找自己需要的商品，网店平台则通过这个入口进行利益分配，如图 1.1 所示。

从某种程度上讲，网店模式就是对线下零售商业模式的复制。我们可以把网店平台理解为线下的商场，商场一方面为零售商家提供经营场所，另一方面利用自己的知名度为零售商家提供足够的人流，零售商家要想获得更好的地段和人流就要付出更多的租金。与线下商场相对应的，网店为线上卖家提供的是平台和流量，线上卖家为了获得更多的流量就要不断地增加购买流量的成本。

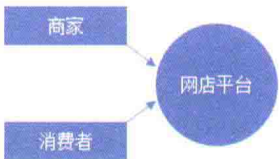


图 1.1 网店模式

2 微商

在移动设备快速发展的推动下，移动电子商务的概念和微商群体应运而生。与网店相反，微商采用的是去中心化的运作方式，去中心化的特征是不需要统一的入口，而是通过微博、微信等社交工具直接联系消费者，建立“关注”与“被关注”的关系，从而带来销量。

互联网时代也是流量为王的时代，去中心化带来的最大改变是解决了流量由网店平台把持的局面。对微商来说，入口并不是必需品，各种各样的自媒体和社交平台都是吸引流量和培养粉丝的渠道，这样就省去了购买流量的成本。

微商在初始阶段主要通过自媒体和自明星的方式培养卖家与消费者之间的亲近感和信任感。随着微商规模的不断扩大，微品牌开始出现，局限于个人圈子的营销方式已经不能满足企业级别的销售需求，于是团队合作和线下的代理模式被引入进来，并且成为微商最主要的运作方式。代理模式就是由品牌的供货商指定一家或几家总代理，再由总代理层层发展下级代理，最后由底层的代理将商品销售给消费者，主要的收入来源是发展下级代理获得的提成，如图 1.2 所示。



图 1.2 微商代理模式

代理型微商存在两个难以解决的问题。在卖家方面，先要从上级代理那里购买商品，

找到下级代理或消费者后才能获得收入，这种靠囤货和发展下线进行扩张的方式带来的是成本和风险的双重增加。在消费者方面，经过代理的层层加价，商品的价格对于消费者来说是不透明的，再加上缺乏监管机制，商品的质量和售后服务很难得到有效的保障。

3 微店

微店可以看作是微商的改进和升级版本。微店同样采用去中心化的运作方式，其本质也是移动电商+社交电商，与微商不同的是，微店引入了管理平台，并且用云销售模式代替了代理模式。

云销售是基于移动互联网的分销模式，这种模式由供货商将商品发布到微店平台上形成云端产品库，微店平台上的各个店铺在云端商品库中选择商品进行分销，交易成功后供货商支付给店主佣金，没有交易就不产生费用，如图 1.3 所示。从卖家的角度来讲，云销售从根本上避免了囤货带来的成本和风险。从消费者的角度来讲，管理平台负有审核商家资质和商品质量的责任，并且为消费者提供有效的保障措施，从而解决了消费者的后顾之忧。

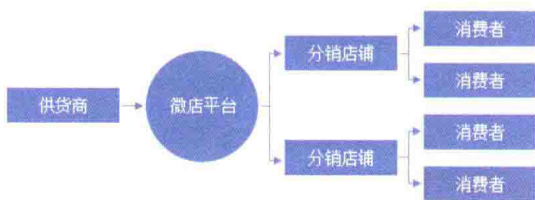


图 1.3 微店云销售模式

1.3 微店的运营模式

前面讲到云销售是微店主要的运营模式，但并不是唯一的模式，以下几种电子商务模式同样适用于微店。

1 C2C 模式

C2C 是 Customer to Customer 的英文缩写，是个人与个人之间的电子商务。举个简单的例子，C2C 模式就像是集市，集市的场地由第三方的平台提供，每个人都可以到集市中出售商品或者是购物。

2 B2C 模式

B2C 是 Business to Customer 的英文缩写，是企业对消费者的电子商务模式。如果把 C2C 模式比喻成集市，那么 B2C 模式就是超市，超市是由企业创办的，消费者则是

通过企业购买商品。从某种角度来讲，微店云销售模式的思路就是来源于 B2C 模式。

3 O2O 模式

O2O 是 Online to Offline 的英文缩写，是线上网络商城与线下实体店相结合。消费者在线上选择商品和支付可以获得优惠的价格，而在线下实体店中可以享受到更好的服务。商家则是通过线上营销获得更多的客户。

1.4 微店的特点

现在我们已经知道，微店既继承了微商去中心化的理念，又兼具 B2C 网店的运营模式，那么微店究竟有哪些自身的特点呢？

1 门槛低

与网店相比，微店的创业门槛很低，大多数的微店平台都不收取保证金、服务费和手续费。开店的审核过程也比较简单，在很多平台上，个人店铺甚至不需要审核，只要有一部能上网的手机，经过简单的注册后就可以营业。

2 货源足

与微商相比，微店店主可以直接从云端产品库中选择货源或品牌，即可以保障充足的货源，分销商品也不需要进货和周转资金。

3 有保障

与网店相同的是，微店上的交易由平台提供担保，店铺可以通过 7 天无理由退货和货到付款等措施有效地保障买卖双方的利益。

4 分工细

与微商相同的是，微店借鉴了团队合作、社会分工的方式。微店平台负责审核供货商的资质和商品的质量，供货商负责发货、客服和售后服务，而作为分销商的店主只负责推广商品。

1.5 哪些人适合开微店

微店平台主要服务两类客户：一类是作为供货商的企业店铺；另一类是自主经营和作为分销商的个人店铺。

1 生产企业

商品的生产企业或者是批发企业可以申请成为微店的供货商，借助微店平台提供的线上销售渠道和众多的分销商扩大商品的推广和销售力度。特别是那些初创的和小型的企业，利用微店平台可以不受地理位置和经营规模的制约，与知名大品牌获得相对平等的竞争机会。

2 淘宝店主

淘宝店主可以很方便地将店铺搬到微店平台上，既不需要增加成本，又可以利用移动互联网平台扩展销售渠道。

3 实体店主

自己有货源的实体店主可以充分利用线下体验和服务的优势，利用微店搭建 O2O 平台，扩展渠道的同时降低对运营成本和对店铺地理位置的依赖。

4 创业人员

缺少资金和货源的应届毕业生和待业人员可以将微店作为自己的创业平台，通过分销商品来积累营销经验，并且获得一定的收入。有空闲时间的家庭主妇和自由职业者也可以利用碎片时间兼职经营微店。

1.6 冷静地认识微店

在网络上搜索“微店”这个关键词，半数左右的搜索结果都是宣传类的文章，其中不乏“革命性创新”、“第三次零售革命”这样的标题。其实清醒的人都知道，世上没有完美的模式，各种新概念包裹下的微店同样也有它自身的问题。

首先，现在就预言微店模式取代传统网店还为时过早。任何事物从出现到被接受，再到被人们广泛使用，都需要经历一个时间过程，淘宝也不是上线伊始就开始火爆的。今后，基于移动互联网的商务平台快速发展肯定是大势所趋，但是微店只是其中的一个分支，这条路能否走通？要走多久？目前还很难判断。

前面提到过，微店的门槛极低，对于微店店主来说这既是优势同时也是挑战。入门低意味着谁都可以开店，竞争激烈只是一个方面，更重要的是，其他运营模式的经验能否在微店上运用还需要店主们自己摸索。可以肯定的是，指望像网店那样开张后就有顾客自动上门是不太现实的，特别是经过几轮微商的洗礼后，暴露出来的一些问题很可能让微店的营销受到影响，单纯的复制微商的营销方法未必行得通。

只有清醒地认识到问题，今后才能更好地发展。既然微店是新生的概念，那么就应该用创新的思维思考新的营销方式。同时对客户的分析和心态把握等工作也要做得更加

深入细致，切忌抱着过高的预期和浅尝即止的心态开店。

1.7 选择微店平台

如果你确定想开微店，那么首先就要面对在哪个平台上开店的问题。现在冠以微店名号的平台非常多，运营模式和服务侧重也不尽相同，这里就为大家介绍几个具有代表性的微店平台。

1 京东微店

京东微店以京东商城为依托，是立足自身商品资源的微店平台，主打中心化的 B2C 购物。京东微店直接在微信上开辟了入口，京东商城的商家可以通过这个平台获得微信客户端的资源，如图 1.4 所示。



图 1.4 京东微店及微信入口

京东微店既是“微店”也不是“微店”。说它是微店并不是其名字有“微店”二字，而是因为京东微店在微信上拥有入口，符合移动电商的身份。说它不是微店是因为微信对于京东微店来说仅仅是另一个提供流量的入口，而不是营销工具，从这一点来讲，京东微店不符合社交电商的身份，更像是淘宝网和当当网的手机客户端。就目前的统计来看，与京东商城入口的流量相比，微信入口带来的转化率并不高，其根本用意还是在移动电子商务领域获取一块前沿阵地。这就好比在淘宝网发展的初期，大多数的商家都保持观望的态度，等到淘宝网红火起来后再想进入时，早期的红利已经褪去，而且有利的位置都被别人占据了。

京东微店只面向企业商家开放，个人用户无法进驻。对于小型企业和新创建的品牌来说，京东微店的入驻门槛也比较高，不但要注册并开通企业运营模式的微信服务号，

提交身份证和各种企业资料进行审核,还要提交保证金、平台服务年费和交易技术服务费等。

2 拍拍小店

拍拍小店也是京东旗下的微店平台,其前身是腾讯的拍拍微店。与京东微店不同,拍拍小店是真正意义上的微店,它采用的是去中心化的 C2C 和分销模式,并且对企业和个人商家开放,手机客户端如图 1.5 所示。



图 1.5 拍拍小店手机客户端

与其他的微店平台相比,拍拍小店最大的特点是与京东商城的商品库完全接通,不仅有京东的自营商品,还可以分销国内外知名品牌的商品。除了手机客户端以外,拍拍网还以微商城的形式作为拍拍小店在 PC 端上的补充,两者搭配形成了覆盖更全面的移动社交电商平台,如图 1.6 所示。



图 1.6 拍拍网

3 微店

微店是北京口袋时尚科技有限公司推出的移动社交电商平台，主要采取 C2C 和云销售两种模式，手机客户端如图 1.7 所示。



图 1.7 微店手机客户端

从名字就可以看出来，微店平台的起步较早，它的特点是个人店铺和企业店铺都不收取任何的费用，并且提供了网页版的微店热卖商城和基于 PC 平台的网页版客户端，比较适合新创业的网络小卖家，如图 1.8 所示。



图 1.8 微店热卖商城

手机客户端、微商城和免费政策是很多微店平台都有的“标准配置”。微店平台最大的优势是北京口袋时尚科技有限公司围绕微店平台开发了一系列的工具集群，在这个集群中，有用来开设和经营店铺的微店，有用来购物和举办各种活动的微店买家版、口袋购物和今日半价，还有用来推广的口袋直通车和微店联盟，这些软件和工具相互服务和补充，在很大程度上帮助微店店主解决了最关心的流量问题，如图 1.9 所示。