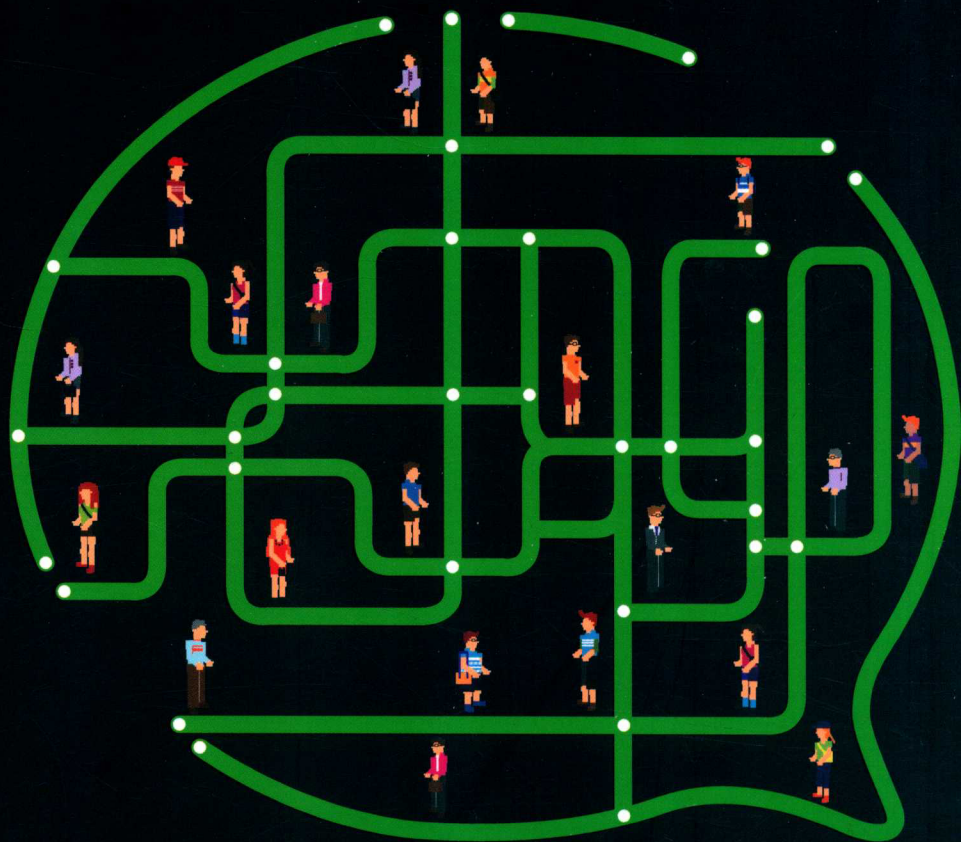




微商团队系统化 运营实操秘籍

快速搭建微商团队自动运转体系

金迹人◎著

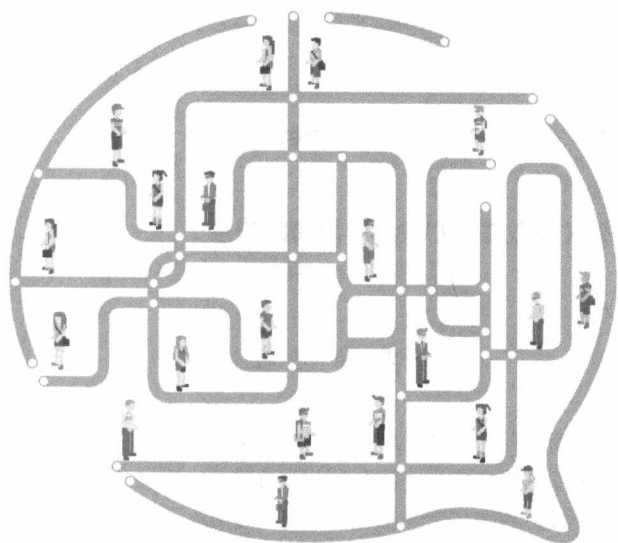
4年微商团体运营经历，200家微商品牌成功运营的经验总结，揭示带领万人团队背后的秘密，这是一套团队运营系统背后的根本系统，将成为微商品牌和团队的好帮手！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



微商团队系统化 运营实操秘籍

快速搭建微商团队自动运转体系

金迹人◎著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

微商团队系统化运营实操秘籍 / 金迹人著. — 北京:
人民邮电出版社, 2019.3 (2019.4 重印)
ISBN 978-7-115-50326-8

I. ①微… II. ①金… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第300769号

内 容 提 要

随着微商、移动电商的发展,很多品牌和企业都在积极引入移动电商、微商模式。特别是在马云提出“新零售”等概念后,移动电商、微商的地位更加凸显,因为只有它们才能与线下紧密结合。不过,很多品牌和企业引入微商、移动电商的过程中却不知所措,不知道如何将企业产品与微商模式巧妙结合;很多创业者想从微商入手,却不知道如何才能完美地运营微商,如何管理微商团队,如何激励和招募代理商……因此,本书以微商团队运营为中心,从微商团队系统化运营模式、微商团队运营思维、微商产品及团队营销、微商招商、微商系统管理、微商团队教育6个方面,给出帮助企业、创业者运营微商团队的方法,轻松打造微商模式,抢占新零售风口。

-
- ◆ 著 金迹人
责任编辑 单元花
责任印制 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京虎彩文化传播有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 13 2019年3月第1版
字数: 172千字 2019年4月北京第2次印刷
-

定价: 49.00 元

读者服务热线: (010)81055488 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147 号

前言

新零售时代已经来临，很多品牌和企业正在积极引入移动电商、社交电商、微商模式。社交电商、微商等，因为将线上与线下紧密结合，可以与消费者联系更紧密。不过，很多品牌和企业正在引入微商、社交电商的过程中遇到了很多难题。大家不知道如何才能完美地运营微商，如何管理微商团队，如何激励和招募代理商……

本书正是基于读者的这些需求，以微商团队系统化运营与管理为切入点，全面呈现微商团队的**系统化运营模式、微商团队运营思维、微商产品、团队营销、微商招商、微商系统管理、微商团队教育**等几大方面，让读者成功运营团队、找到适合自己的模式，做好团队培训与教育，抢占新零售机遇。

1. 本书适合以下读者阅读

微商、社交电商创业者。

微商、社交电商团队长。

转型中的企业管理者与运营者。

新零售行业从业者。

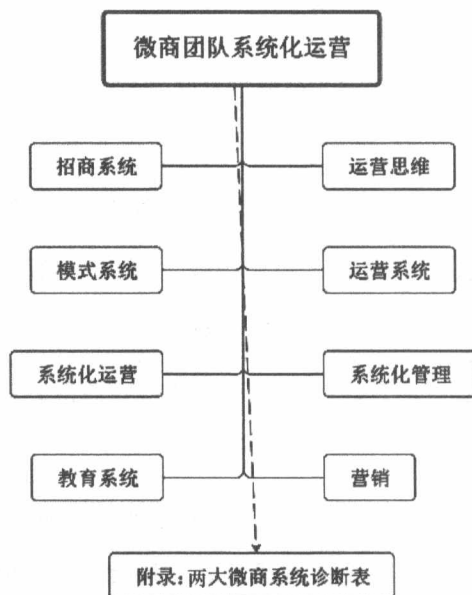
电商从业者。



微商、电商、新媒体社群运营人员。

对新零售、团队、社群运营感兴趣的研究者。

2. 本书的逻辑框架



3. 本书阅读方法

本书内容全面而系统，不同的团队或者管理者，面对的难题和障碍不同，因此在阅读时可有针对性地选择相应的章节阅读和实操。

附录的两大表格为作者多年实践经验所得，适合大多数微商、社交电商从业者进行自我诊断，建议大家先进行自我诊断，再有针对性地阅读本书。

目 录

第一章 微商团队系统化运营思维 1

- 市场节奏思维 2
- 复制裂变思维 4
- 利他思维 6
- 人性化的运营思维 7
- 遵守规则思维 10
- 企业运作思维 14
- 感恩文化思维 16
- 团队作战思维 19

第二章 微商企业必备运营系统 25

- 打造企业组织文化体系 26
- 微商品牌营销体系 32
- 微商企业内部团队组织架构 45
- 微商品牌管理的 5 个策略 54

第三章 微商模式系统：团队持续发展的发动机 61

- 微商品牌类型 62
- 微商模式的设计要点 72
- 微商模式的不同阶段的用法 79
- 微商团队管理工具 84



第四章 微商代理商招商系统：聚一群人，做一件事 87

- 招商会的三大形式 88
- 会前如何策划才能确保招商成功 92
- 招商会现场如何执行才能拿到结果 108
- 如何做本地化的招商会务系统 118
- 合作伙伴招募的7个原则 126

第五章 微商团队系统化运营：运营人的核心需求 133

- 微商团队招募的8个步骤 134
- 开发团队潜能：增加动力 141

第六章 做好微商团队系统化管理 143

- 微商运营系统化管理的3个方法 144
- 微商借势与造势的3个管理策略 147
- 团队分工明确化与专业化 151
- 微商运营制度化与规范化 152
- 如何防止代理商跳槽 154

第七章 玩转微商营销，打出精彩营销组合拳 157

- 引导式营销：内部引导与外部引导 158
- 线索式营销：你的分享链接发在哪里 159
- 答案式营销：人工回复与智能趣味回复 163
- 兴趣式营销：抽奖活动与红包、优惠券 166
- 关联式营销：留下链接，引导购买 169
- 整合营销：多方借力，整合资源 172
- 口碑营销：让客户源源不断的奥秘 176

第八章 微商教育系统 181

- 微商为什么要团队教育 182
- 微商教育系统化 183
- 强大的师资队伍 186
- 完整的课程体系 192

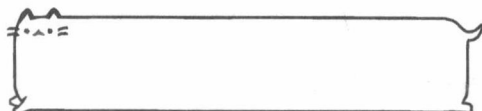
附录 195

晚上10:10

0.13K/s 0.13K/s 中国移动 4G

<消息

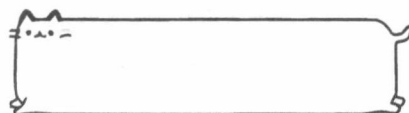
手机在线-Wi-Fi



第一章



微商团队系统化运营思维





市场节奏思维

微商兴起于互联网，立足于移动互联网社交，是科技进步、社会发展变化的一种现象。

不妨先看看以下对比。

20 世纪八九十年代，电视广告媒体占据了营销传播领域的主流地位。一款名气较小的产品，花高价邀请代言人在主要的媒体做个广告，就能热销。

今天，微商传播者是消费者身边熟悉的朋友、家人……

为什么会有这样的变化？因为社会发展了，人们的想法改变了。我们想看懂微商，必先从市场发展状况入手。

我们先看看人类社会发展的阶段，如图 1-1 所示。



图 1-1 人类社会发展的阶段

在未来，人类还会迈入物联网阶段、全智能社会阶段。彼时，人与人、人与物、物与物都将在网络技术下得到连接，人类个体生命将极大程度融入整个自然与社会中，商业形态随之发生翻天覆地的变化。

同样，市场属于社会的一部分，市场节奏也决定企业的成败。商业市场格局的变化，经历过如下阶段：

第一阶段，在农业社会、小商业社会，从业者单打独斗；

第二阶段，在工业社会，产业链形成一体化；

第三阶段，在现代工业社会，企业开始形成联盟；

第四阶段，在互联网信息社会中，企业发展借助互联网工具和思维，利用互联网将资源链接整合，最终做到线上与线下一体。

目前，市场变化已进入第五阶段，即移动互联阶段。遗憾的是，市场中很多竞争者尚未完全适应上一个阶段，面对移动互联阶段就更无所适从。现实就是如此残酷：只要在手机上找不到你的企业和产品，你的营销就已经出现了问题！

与此同时，当下的市场还表现出金融化、证券化的节奏特点。具体而言，即企业要将企业资产证券化，吸收更多优质资源。

市场节奏变化说明，传统的竞争方法已经过时，新的运作模式正在成形。未来，任何竞争方法单一的企业都可能被时代淘汰。

除了市场变化之外，商业环境的节奏变化同样值得关注。

在社会、市场和环境三重节奏的影响下，各个产业都在面对节奏更替的阵痛。某些传统产业，在移动互联网化、智能化技术的席卷下，已经没有太好的未来。

商家不妨根据以下问题进行自我判断。

1. 我所做的产业有没有受到全球、国家战略影响？
2. 我所做的产业对社会、顾客价值的影响有多深远（价值越大，利润空间越大）？
3. 我所做的产业市场需求有多大？



4. 我所做的产业有无很强的被替代性？
5. 我所做的产业成熟度是多少？
6. 我所做的产业在中国市场的总流量是多少？
7. 我所做的产业在主板上市的公司有多少？经营状况如何？

面对市场的变化，从业者必须观察、了解节奏运行。节奏运行包含着“势”的思维，只有看清大势，才能战胜自我、战胜对手。

复制裂变思维

先做一道简单的选择题。

一份工作，可以采取两种薪资报酬的方式，如表 1-1 所示。

表 1-1 不同的薪酬计薪方式

方式	计算方式	总额（元）
第一种月薪（30 天）	每天 10000 元	300000
第二种月薪（30 天）	第一天 0.01 元，此后每天的钱数是前一天的两倍	5368709.12

为什么会有如此巨大的差异？答案在于复制倍增。哪怕只是 1 分钱的资源，经过不断复制倍增，也能变成原先不敢想象的财富。这说明，即便从业者手中的资源很少，只要能不断复制，也能得到巨大的收益。

选择复制裂变模式，还能带来种种好处。

1. 复制会减少试错成本

经验是从業者最好的老师，最好的经验大多来自成功者。善于从管理者

那里得到经验，是最好的成长方式。

2. 复制最为简单直接

当你成为高手，也需要提供一套模式给后来者学习、复制，这样就能在较短时间内将成功的经验教给别人，从而帮助更多的人。

3. 复制可以确保成员有良好的工作心态

表面上的学习只能保证业绩数量，而深入的复制能保证更重要的“质”。

复制裂变能带来成功，微商正是因此崛起的。

移动互联网技术提供了高速复制的可能，人际关系、信息、模式等资源，可以通过人手一部的手机，在数量庞大的人口基础上不断复制，无限拓展你的商业运作范围。这就是为什么有的微商仅凭一条裙子、一套口红，就能获得不菲的利润，这也是为什么原本默默无闻的普通人，能够在微商领域开创出创业传奇。

在微商中，没有人是一个人战斗的，通过复制裂变，你将得到千万名同心同德的盟友共同奋斗。

在执行复制裂变的过程中，微商的心态也很重要。

所有的复制裂变，都应该有具体的目标。只有定下目标，让梦想具体化，才能让复制裂变得以成功。具体做法包括制定近期目标、制定远期目标并自我暗示，让业绩不断向目标推进。

复制裂变的执行，必须具备强烈的成功欲望、必胜的信心、强大的智力支持和完备的策划方案，而这些都需要坚定的毅力。要想获得这种毅力，你需要做到以下几点：

（1）在强烈的欲望驱使下拥有明确的目标；



- (2) 不断用行动体现出明确的计划；
- (3) 不要受消极懈怠思想的影响，即便思想来自亲人、朋友和熟人；
- (4) 结交一个或几个能鼓励你依照计划和目标行事的人。

微商必须符合国家政策、符合公司政策、跟着团队运作、接受上级老师的指导、注重伙伴同事的合作。

利他思维

无论是大工业时代，还是互联网电商时代，个体客户只能先发现需求，再自行搜索产品信息，找到有针对性的产品，进而购买。但微商的出现，可以让客户和商家以社交网络的形式充分连接，由商户帮助客户成就自我。

通过微商的努力，客户不用再花费更多的时间和精力去发现产品信息，而是通过碎片化的社交行为，从微信、微博等渠道了解对自己最有用的产品信息。在这样的市场形势影响下，客户的个人价值被彰显，他们不再是传统零售业眼中的“标签”人群，而是与众不同的个体。

成就他人的思维，还体现在为创业者提供创业空间上。

在传统商业模式中，普通人要想创业，必须具备足够的资源作为启动成本，如租赁门店场地、进货、聘请人工所需的金钱，另外还需要花费时间和精力成本进行门店装潢、宣传推广、日常运营。

此外，创业者要全身心投入零售事业中，付出隐形的机会成本。即便采取电商模式创业，他们也不得不面对以天猫、京东等平台为代表的流量大鳄，并支付相应的费用。这就意味着创业风险进一步加大，一旦在竞争中遭遇不利，创业者在经济和心理上要承担相应的损失。

如此现实，相当程度上制约了个人能力的发挥，导致许多人纵有创业之心，也无创业之力。但微商改变了这一切，普通人可以通过微商成就自我事业。

在微商初期，所有投入甚至可以是一部智能手机，即使选择囤货代理商模式，也只需要投入较少的资金。同时，不需要花费心思寻找场地、聘请员工、装潢门面。人们完全可以采取兼职微商的做法，在实践中不断积累经验、认识市场，直到营销规模扩大，有了利润基础，再成为真正的全职创业者。

微商不仅从消费和创业两个方面成就个体价值，还能利用成就他人的思维，打破客户和商家之间的天然界限。

在传统商业中，客户和销售者的区分过于死板，同一类商品领域中，客户与销售的立场几乎是对立的，即便采用口碑营销，客户也不可能直接参与销售体系。但在微商体系中，情况完全发生改变：今天的客户很可能就是明天的代理商，而代理商是微商最大的客户。由此，个人角色在商业体系中不再受到限制，每个人都能根据自身条件和需要，得到广阔空间，实现无缝切换。

人性化的运营思维

人性化运营思维是微商思维体系中的高端内容，标志着商业文化的觉醒，是商业发展进程中的必然产物。微商必须重视运营每个客户，将他们看作自己的朋友；必须重视运营每个代理商，将他们看作活生生的“人”，而并非机器工业时代的“资源”。

事实上，利用先进的信息技术，微商可以激活人性中美好的一面，让人与人能相互关联和依托，并由此构成一个微商系统。然而，不少微商并未意识到“人”的重要性。许多团队多达数千甚至上万人，再加上或“大气”或



“美丽”的团队名称，更容易令团队负责人感觉系统化运营步入正轨。但他们又不得不面对现实的苦恼：很多客户咨询了很久，但最终还是不下单或不愿意做代理商；很多“小白”代理商加入团队时雄心万丈，但很快毫无斗志；成熟的代理商明明还有充裕的潜力，但担心卖不掉货而不敢囤货，只能用“再考虑考虑”等理由应付；优秀的代理商即便已经赚到了不少钱，也总是在想着如何独立出去，哪怕并没有更好的项目……

这些问题看似出在团队管理方法上，根源却在于微商团队没有真正实行人性化运营。

要想下决心进行人性化运营，微商就要强调为每个人提供优质商品和创业机会，帮助他们满足不同需求，从动力和阻碍两个方面形成体系，并辅以严谨、全面的规划。

动力方面。根据心理学的观点，人的任何行为都是由强大的内部力量所驱动或激发的，这种力量首先来自每个人与生俱来的本能，以此解决个人和社会现实之间的冲突。因此，微商要想看到团队强大运营能力，就要用“食”和“性”激活每个成员的潜在动力，如图 1-2 所示。

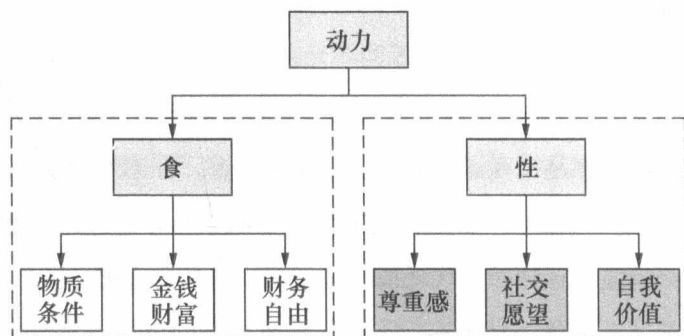


图 1-2 激活成员的潜在动力

“食”的本能原意是指人类为了生存而获得食物资源的欲望。在现代社会，凡是为了得到更好的物质生活的努力，都来自“食”的本能。加入微商团队的代理商，

其目的在于获得更高收入、拥有更多的财富，并期待能实现财务自由。团队管理者有必要结合每个人的特点，分析他们“食”的本能究竟有多强，或如何表现。

一些全职太太，看似并不缺少物质条件，但缺少自由支配的金钱，只能听任工作的丈夫分配家庭收入。这样的女性即便身处富裕家庭，依然有很强的“食”的本能，这完全可以作为鼓励其奋斗发展的动力。

有些刚毕业的学生，虽然已经有了一份工作，但由于缺少工作经验和社会资源，所获得的收入难以令自己满意，再加上个人需要（如恋爱、购房、购车、结婚）和社会现实（经济转型、行业不景气）的矛盾，他们也有着强烈的“食”的本能。微商这份工作看似普通，但只要充分利用这种动力，也能激发他们的热情。

与“食”的本能相比，“性”的本能也能产生充分的动力。“食”是为了满足生存，“性”的本能是为了满足生活，其中不仅包括物质需求，还包括尊重感、社交愿望、自我价值的实现等。

在“食”和“性”的基础上，更高明的运营则是运营“爱”的本能。

人类天生是懂得爱与被爱的社群动物，**每个人都有爱别人的本能，也有被爱的需要**，这是微商团队运营进入高级阶段之后的强大动力。运营“爱”的本能，团队成员会将微商事业看作表达与铸造爱的渠道，而被爱的对象也从其自身、家人、亲友延伸到更多需要产品与服务的消费者。

当然，人性是有两面性的，运营人，既要发挥人性的正面动力，又要克服其负面阻碍。**微商事业中最常见的两类运营阻碍，分别来自个体的懒惰和恐惧。**

1957年，美国心理学家麦格雷格提出了“X理论”，归纳了历史上对“经济人”的所有人性假设，其中要点包括大多数人生来懒惰，总是想要少干一点工作；大部分人没有雄心，不喜欢担负责任，宁愿被人指挥；人缺乏自制能力，容易受他人影响。这个理论与随后提出的“Y理论”结合，构成了现代管理学的重要理论流派，体现在微商系统运营中也同样如此。

微商团队受本身特点的限制，难以形成传统企业组织突出体现的严密性、



秩序性、日常性，许多“小白”代理商容易疏于自我管理，而草草结束自己的创业之路。即便是稍有所成的代理商，一旦微商团队负责人忽视了对其的监督，也会因为懒惰而减缓工作节奏，甚至退出微商事业。

同样，恐惧也是微商系统运营的重要“敌人”。在微商团队中，产生恐惧的原因很多，其中最大的原因来自人性中的“习得性无助”。

“习得性无助”是指一个人经历了失败和挫折之后，面对问题所产生的回避、害怕和无能为力的心理状态与行为。例如：“小白”往往是由于缺乏足够的成功经历而选择微商，从其加入团队的第一天开始，他们就非常害怕失败；即便稍微成熟的代理商，也可能在业绩下降时，因为利益的受损而担忧、失望等。

无论是懒惰还是恐惧，都是微商团队在运营过程中不得不跨越的障碍。只有引导成员克服上述人性弱点，他们才能变成团队的有力基石。

遵守规则思维

“道生一，一生二，二生三，三生万物”。微商企业的成长与扩大，同样遵循着古老的法则。只有学会对团队运营制定细致、严谨的规则，并遵守，才能由0到1，进而拥有强大的力量。

优秀的微商明白规则思维的重要性，并围绕规则进行团队建设。

首先需要确立优秀的管理者作为整个团队规则的制定者。这个人有可能是厂家的管理者，也有可能是总代理商，至少是一级代理商以上。这是因为管理者必须拥有足够的资源，才能建立以自己为核心的团队，并打造运营规则。

确定领导核心后，接下来由管理者明确团队的组成规则。

从整体上看，优秀的微商团队，除了需要能够主持大局的人之外，起码需要4种职能团队，才能体现有序规范的特点。