



互联网+ 微商创业 11条军规

施明熹 施琰博◎著

- ◆ 如何把微信的陌生人变成你的粉丝？
- ◆ 如何用微信头像和昵称建立信赖感？
- ◆ 如何把微信打造成月入10万的微门店？
- ◆ 如何轻松在朋友圈卖货月入10万以上？
- ◆ 如何成为微商自媒体红人，收钱收入收心？
- ◆ 如何迅速增加粉丝并成为粉丝心中的明星？

读完本书，学会用微信打造
属于你月入百万以上的自媒体圈！



“80” “90” 后白手创业代表人物，打造单品，引领市场的“商业圣经”
微商“越小姐”品牌创始人，首次公开分享内部品牌成功铁律

中国第一家在上海股交所挂牌上市的微商企业 |
中国第一本解析运用微信营销赚钱的实战手册 |

千万流水的微商团队内部培训机密运营手册

中国最接地气的微商常备枕边实战行动指南
传统民营企业互联网+商业突破转型关键密码



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+微商创业11条军规 / 施明熹, 施琰博著. --
北京: 人民邮电出版社, 2015.8
ISBN 978-7-115-39831-4

I. ①互… II. ①施… ②施… III. ①电子商务—商
业经营—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第151100号

内 容 提 要

本书从时下最热门的“微商”讲起, 结合实际的案例, 对如何加入到微商这一潮流电商领域, 如何开微店, 如何进行微店的管理、营销等问题进行了全面讲解。本书两位作者深入几十家传统企业, 梳理和总结了实践落地的成功营销经验和实际操作方法, 并将其呈现给还在摸索中的传统企业和微商运营人士, 希望能够真正帮助和指导当下微商伙伴和传统企业升级转型。本书的适用对象包括以下几类: 各类企业营销经理, 网络推广经理, 企业营销总监, 网站运营总监, 各类电商运营经理, 从事传统企业、近期想开展电商业务的大中小企业 CEO 及高管, 对移动互联网感兴趣的读者, 以及小型创业者。

-
- ◆ 著 施明熹 施琰博
责任编辑 赵 娟
责任印制 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16 彩插: 2
印张: 14.75 2015 年 8 月第 1 版
字数: 206 千字 2015 年 8 月河北第 1 次印刷
-

定价: 45.00 元

读者服务热线: (010)81055488 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315



◀ 中国第一家微商
“越小姐”品牌上
海股交所挂牌上市



▶ 世界上最伟大的销售员
乔·吉拉德夫妇



▲ 世界行销之神杰·亚伯拉罕



▲ 《当和尚遇到钻石》作者
麦克尔·罗奇格西



▶ “越小姐”品牌创始人
施明熹、施琰博、肖越涵



▲ 当代著名书画僧、政协委员、河北省佛教协会副会长
延参法师



▼ 历任工商联副主席、全国
政协副主席秘书长保育均



▶ 良田健康集团董事长苏
伟峰、武彤芳、武青霖



◀原上海市副市长刘振元

▼2014年环球太太香港总冠军张玲芳



▲中国管理科学研究院品牌推进委员会主任、中国国际名牌协会会长解艾兰



▶“关注食品安全，打造中国品牌”新闻发布会



▶ 饰品行业的奢侈品永诗饰品创始人夏慧



▲ Magic Gift-M.G
觅己饰品品牌创始人傅世权



▶ 中国管理科学院研究院副院长卢继传



▶ 施明熹在给“越小姐”面膜分销商培训



前言一

PREFACE

读者朋友好！我是施明熹，东方华智教育集团董事长，九零后白手创业代表人物之一。很高兴能与大家在这本书中分享我们的创业经验。在运营“越小姐”微商渠道的一年中，我们积累了很多心得与体会，一直想说点什么、写点什么来跟大家分享，但因为忙于微商运营和事务、出差，始终不能抽出时间来做。现在，我们的越小姐面膜已经成为中国第一家在上海股交所成功挂牌上市的微商企业，我们的“越小姐”品牌也走上了标准化的运营轨道。希望能够通过这本书给大家带来更多的启示，也很高兴今天能与大家探讨一下关于微商那些事儿。

打开网页，输入“微商”两个字，你会看到铺天盖地的相关信息，光在百度搜索中就有 1600 万个搜索结果。可见，微商的火热程度是多么惊人！随着近几年微商的发展，已经有越来越多的人开始进入微商行业，全职妈妈、刚毕业或者没毕业的大学生、公司白领、待业青年，等等，几乎涵盖了所有人群。可以说，人人都可以做微商。那么，为什么有这么多人从事微商呢？

首先，成为微商的门槛较低。拥有一部智能手机、懂得使用微信，便可以进行微商活动。想必没有任何一种商业模式的门槛能比微商低。

李克强总理在 2014 年 3 月 5 日第十二届全国人民代表大会第二次会议中说：“坚持实施就业优先战略和更加积极的就业政策，优化就业创业环境，以创新引领创业，以创业带动就业。”显然，微商的低门槛能够为更多的人提供创业机会，符合中国经济政策引导的思路方向，具有很大的前景。

另外，网络的快速发展为经济发展带来了多种机遇，淘宝的崛起便是一个很好的例子。虽然这几年出现了一些卖假货现象，但这种商业模式依然是国家所倡

导的。有很多人通过淘宝创业致富，提升了生活质量。微商的出现也是网络快速发展的一种结果。可以预言，将来它会像淘宝一样，让更多的人致富，让更多的人拥有更高的生活水平。

2014 年，很多跨界打造的微商孵化平台相继出现。2015 年是微商的元年，掀起了全民做微商的浪潮，引发了新一轮的微商大战。我们“越小姐”品牌已经出台了具有颠覆性的微商代理模式，由代理制转为合伙制，为我们的品牌做代理，都有机会成为分公司股东或老板，不仅可以享有批零差价，还可以享有总部发放的各种分红与奖励。这一具有颠覆性模式的“全民老板”时代的到来，必定迎来“全民微商选择越小姐”的大时代。一场美妆革命已在业界悄然拉开序幕，或将推动面膜产业持续升级和护肤产业的健康发展。

微商是一个机会，你若不以为然，你便依然是原来的你；你若抓住机会，你便就有可能超越现在的你，成就更强大的你。传统企业升级转型的微商战已经打响，趋势，无法阻挡；抉择，需要智慧。

说到这里，很多人一定想问，对于微商这个新事物，我们该怎么做呢？如何才能做得更好呢？我希望这本书能够解答您的这些问题，给那些想做微商或者正在做微商的人提供一些有价值的参考。

施明熹

2015 年 4 月 15 日



前言二

PREFACE

读者朋友好！我是施琰博，东方华智教育集团总裁，雅施科技（证券代码：204710）董事长，开创了中国企业全新提升利润模式，也是目前中国企业家培训最具影响力的实战导师，被业界誉为“企业战略落地第一人”，被企业家誉为“企业首席战略官”，被销售界誉为“全能销售王子”，同时还是“收钱为王销售系统”创始人，以及“越小姐”面膜联合创始人。很高兴能在我的第11本书中分享我们在2014年以一片面膜撬动整个世界财富的创业故事。这是我们紧跟趋势完美升级、跨界，并整合资源、异业联盟所创办的“越小姐”品牌后，以一片面膜撬动整个世界财富的猎杀战略，一个没有任何广告投放、没有请明星代言、全新的化妆品品牌，做到产品未上市就被预定10万盒的奇迹，并迅速通过微营销模式侵吞式地进入市场。运营2个月，就创造了从零到亿的行业奇迹。在迅猛发展的进程中，“越小姐”品牌为营销系统提供了专业的线上培训，包括统筹规划、战略布局、内部修炼、团队组建以及渠道开发、维护。如今，“越小姐”仅用了7个月时间就在上海股交所挂牌上市，也是中国第一家在上海股交所成功挂牌上市的微商企业。我们不仅在最短的时间内打造了全球美妆微商渠道领先品牌，为行业树立了典范和榜样，同时还帮助了数万名宝妈、大学生、自由职业者成功创业，使其收获了巨额财富。能为行业贡献微薄力量，我们感到万分荣幸。今天出版的这本营销手册曾经被同行疯狂传抄，成为他们内部营销培训的“圣经”。这主要是因为我们在探索微商渠道的创新发展之路方面做出了不一样的尝试。我们希望把我们运营“越小姐”品牌的系统营销理论和实操案例介绍给读者。本书是深入几十家传统企业

进行实践落地的成功营销经验和实操方法的梳理和总结，希望能够为那些还在这条路上摸索的传统企业和微商运营人士树立方向标，真正帮助和指导当下微商伙伴和传统企业升级转型。我也希望这本书成为最热的微商操作指导手册，因为这本书也是机密培训手册，是我们这个中国最接“地气”的微商团队艰辛创业、实践的经验总结，其中满载着帮您掘金的“纯干货”。

由于水平有限且编写时间仓促，书中难免会出现一些错误，恳请读者批评指正。为此，我特意创建了一个提供在线支持与应急方案的微信号：“施琰博”（微信 ID：188016789，或者“施明熹”微信 ID：13058116789）。您可以将书中的错误反馈到这里；如果遇到任何其他问题，也可以发消息给我，我将尽量在线上为您提供最满意的解答。如果您有更多的宝贵意见，也欢迎发送邮件至邮箱 188016789@qq.com，期待能够得到您的真挚反馈。

最后，要感谢我们生在这么好的时代，享受这么好的政策，让小微创业、草根创业有了肥沃的成长土壤，使无数创业者的创业梦得以实现，还要感谢“越小姐”面膜执行总裁肖越涵，以及所有的代理团队，是你们的实践，让我们的理论体系得到了检验。还要感谢参与本书资料整理的所有专家、老师、朋友，以及所有帮助过我们的人，因为你们的滴水之恩成就了我们。同时也希望因为我们的存在，能够真正帮助到每个企业，共同推进这个时代的进程，把我们的正能量传递给每一个人，鞠躬！

谨以此书献给心怀梦想的创业者！

中国梦！微商梦！创业梦！

施琰博

2015 年 4 月 24 日



目录

CONTENTS

第一章 走进“微商”时代 //1

- 微商深度解读 //2
- 手机媒体时代与微商 //5
- 微商的商业价值 //8
- 微商商业模式 //10
- 微商创业机遇与挑战 //13
- 微商未来展望 //16

第三章 微商运营战略方向 //47

- 微商运营竞争战略 //48
- 微商客户锁定战略 //51
- 微商经营成本战略 //54
- 渠道整合方为王道 //56
- 微店运营战略机制 //59
- 微商“赚钱”攻略 //62

第二章 微商创业者的 10 项 修炼 //19

- 微商，要有诚信 //20
- 有责任才招好友喜欢 //23
- 素养是微商创业者的“品牌” //26
- 微商中的得与失 //29
- 养成良好的学习心态 //31
- 严于律己，宽以待人 //33
- 放远眼光，放大事业 //36
- 吃苦耐劳，业精于勤 //38
- 微商要有创新思维 //41
- 以和为贵，以好友为本 //43

第四章 微商运营五大要素 //67

- 选择适合自己的平台 //68
- 选择适合自己的产品 //70
- 提升信息“流转量” //72
- 提升微商转化率和复购率 //75
- 完善微商服务机制 //78

第五章 微商定位策略 //81

- 微商自我定位 //82
- 运营方式定位 //85
- 产品方向定位 //88
- 客户群体定位 //91
- 市场营销定位 //93
- 沟通方式策略 //96
- 微信定位策略 //99

第六章 微信的商业价值 //103

- 微信创业时代 //104
- 朋友圈：微商主战场 //107
- 二维码：给客户一个快速入口 //109
- 语音：用声音征服世界 //112
- 视频：用事实体现价值 //115
- 搜索：寻找有价值的客户 //118
- 公众号：面向世界做生意 //120

第七章 微信创业面面观 //125

- 微信客户管理 //126
- 适合微信创业的人群 //129
- 微信创业的 6 大误区 //132
- 微信创业的一些感悟 //135



第八章 微商引流的策略与 渠道 //139

线上引流的优势 //140

百度引流 //142

微博引流 //147

腾讯引流 //149

博客引流 //153

论坛引流 //156

视频引流 //158

线下引流优势 //162

活动引流 //163

扫码引流 //166

第十章 微商运营 8 大 要点 //189

以客户为中心 //190

以产品为核心 //192

以成交为目的 //194

以免费粉丝为载体 //197

以体验分享为亮点 //199

以共赢为原则 //202

以创新为宗旨 //205

以持续互动为纽带 //207

第九章 微商推广营销技巧 //169

微商推广，内容为王 //170

内容推广编辑技巧 //172

营销活动要有亮点 //176

创意就是生产力 //178

朋友圈营销 //180

微信群营销基础 //183

微信群营销技巧 //186

第十一章 微商团队经营管理 //211

微商团队的重要性 //212

如何凝聚微商团队成员 //214

微商团队的组织架构 //217

微商代理招募 //219

微商培训体系构建 //222



第一章
走进“微商”时代

| 微商深度解读 |



开篇导读

每天早晨，当你打开手机登录微信，一定会看到朋友圈里众多好友卖货的现象。也许，这种现象让你感到反感厌恶，随即屏蔽对方；也许，对方展示的货物吸引了你，因为正是你所需要的；也许，这种销售方式让你眼前一亮，心想：自己是不是也可以通过这种方式来卖货赚钱呢？不管你看到这种现象的想法怎样，它都是真实存在的，它就是微商，网络时代衍生的一种新商业模式。

事实上，在竞争日益剧烈，生活、工作压力不断加大的今天，很多人都希望能够通过微商创业，来打造自己的事业。或者把微商作为一种兼职，减轻生活、工作所带来的压力。然而，大多数人在微商创业中做得都不够好，有的人一个月通过微商能够赚 5 万元，有的人只能赚到 500 元甚至连 100 元都不到，这是什么原因呢？

要做好微商，首先我们要深入地了解微商。所谓微商，它是在网络发展的过



程中产生的一种网络商业模式，其以微信、微博、微商城、微店等一些自媒体为载体，以移动互联网为基础，从而展开服务营销等商业活动，获取一定的利益。也就是说，微商不仅仅以微信为平台，还可以通过微博、QQ、博客等自媒体进行。当下我们看到很多人都是通过微信在做微商，认为微商就是在微信上进行商业活动，这是一种狭义的理解。之所以很多人选择微信做为微商载体，主要原因在于微信是当前用户量最大、商业活动最活跃的一种自媒体。图 1-1 便属于微商推广的方式之一。

很多人对微商的类别不是很清楚，首先我们需要找到一个基准点，或者以经营方式来分类或者以经营产品来分类。下面我们按照经营方式的不同来对微商进行分类。



图 1-1 微商推广

第一，微直销。主要通过微信朋友圈、微博等自媒体推介自己的微店或者产品，赢得客户的认可，然后通过微店和微商城进行交易，或者与熟人之间直接通过网银交易。比如，在朋友圈中通过链接推广微店或者产品，并通过微店交易系统进行交易，或者也可以通过网银交易，这是最简单的一种买卖模式。

第二，微分销。这种模式主要是通过招募代理商进行层级铺货，然后进行分销。很多微分销商都是从微商城转变而来的。相对于微商城而言，他们的主要职能是招募代理商，分销产品，而不是销售产品。当然，也有一些是企业及品牌直接参与微分销，拓展产品销售渠道。这种微商模式的产品多以简便实用的商品为主，如美容护理产品等。

第三，微推广。这种模式不以销售产品为目的，而是以推广、传播产品为目的，是一种微商广告。比如，有人会在朋友圈中发布一些新电影上映的信息、新产品