

电子商务、经济管理等专业师生或微店创业者的必读参考书

移动
互联网
创业

微店开店

管理营销推广转型一本通

★ 从零起步，一本书就能学得会！ ★

本书涵盖了微店创业全流程中开店、运营、管理、营销、推广等重点和难点；除了理论基础外更加注重内容的实用性和可操作性，对具体的操作步骤有详尽的描述；同时列举了大量涉及多个行业、极具代表性的实用案例，可以说是一本干货满满、非常接地气的微店开店操作指南。



恒盛杰电商资讯◎编著

关联营销

朋友圈

社区

自媒体

开店

店

软文

客服

创业



扫描二维码
添加订阅号
获资源下载

附赠

- 商品照片精修视频
- 专业调色视频
- 网店美工教学视频
- 网店美工精美模板



机械工业出版社
China Machine Press

移动
互联网
创业

微店开店

管理营销推广转型一本通

恒盛杰电商资讯◎编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目（CIP）数据

移动互联网创业：微店开店管理营销推广转型一本通 / 恒盛杰电商资讯编著. —北京：机械工业出版社，2016.5

ISBN 978-7-111-53849-3

I. ①移… II. ①恒… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 111068 号

微店继淘宝之后又一次掀起了全民创业的热潮。随着越来越多的人加入微店创业大军，同行之间的竞争空前激烈。如果卖家仅仅依靠传统的运营策略，不注重店铺各项数据指标的分析和优化，不注重平台的转型，最终只会被行业淘汰。所以，卖家需要一本详尽、实用的微店创业指南。

本书以微店创业的全流程为主线，详细讲解了创业环境分析、微店开业前期准备、微店营销三阶段、软文撰写、关联营销、数据化运营与管理等内容，并在最后通过典型案例的解析，为读者展示极具借鉴意义的创业实操过程。

本书语言简明易懂，案例丰富实用，适合微店创业人员、管理人员、兼职人员阅读，也可作为学校电子商务、经济管理等专业或电子商务培训班的教材。

移动互联网创业：微店开店管理营销推广转型一本通

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：杨 倩

印 刷：北京天颖印刷有限公司

版 次：2016 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开 本：170mm×240mm 1/16

印 张：13

书 号：ISBN 978-7-111-53849-3

定 价：45.00 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

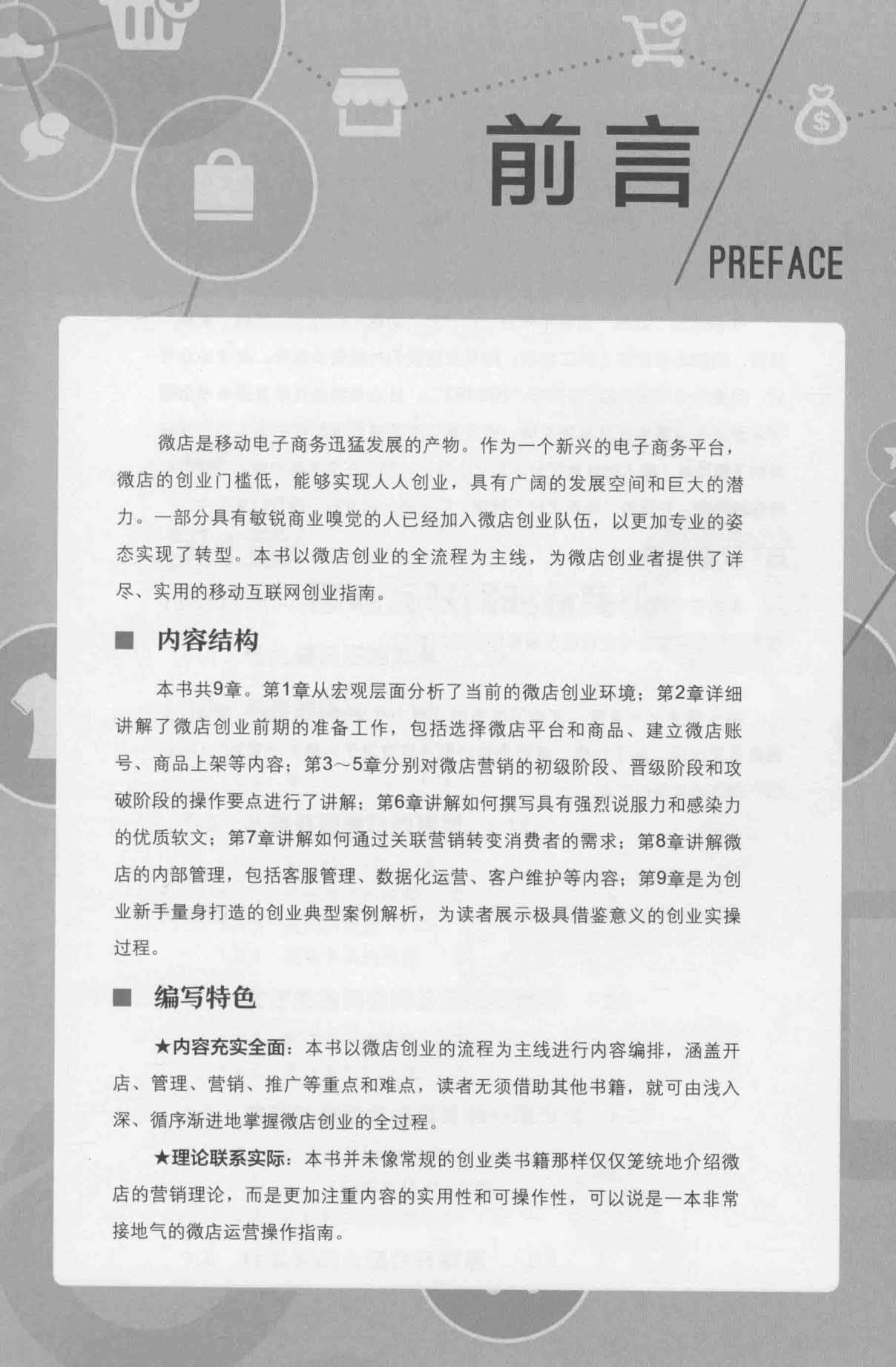
购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

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



前言

PREFACE

微店是移动电子商务迅猛发展的产物。作为一个新兴的电子商务平台，微店的创业门槛低，能够实现人人创业，具有广阔的发展空间和巨大的潜力。一部分具有敏锐商业嗅觉的人已经加入微店创业队伍，以更加专业的姿态实现了转型。本书以微店创业的全流程为主线，为微店创业者提供了详尽、实用的移动互联网创业指南。

■ 内容结构

本书共9章。第1章从宏观层面分析了当前的微店创业环境；第2章详细讲解了微店创业前期的准备工作，包括选择微店平台和商品、建立微店账号、商品上架等内容；第3~5章分别对微店营销的初级阶段、晋级阶段和攻破阶段的操作要点进行了讲解；第6章讲解如何撰写具有强烈说服力和感染力的优质软文；第7章讲解如何通过关联营销转变消费者的需求；第8章讲解微店的内部管理，包括客服管理、数据化运营、客户维护等内容；第9章是为创业新手量身打造的创业典型案例解析，为读者展示极具借鉴意义的创业实操过程。

■ 编写特色

★内容充实全面：本书以微店创业的流程为主线进行内容编排，涵盖开店、管理、营销、推广等重点和难点，读者无须借助其他书籍，就可由浅入深、循序渐进地掌握微店创业的全过程。

★理论联系实际：本书并未像常规的创业类书籍那样仅仅笼统地介绍微店的营销理论，而是更加注重内容的实用性和可操作性，可以说是一本非常接地气的微店运营操作指南。

★案例丰富实用：本书在讲解理论知识的同时也列举了大量极具代表性的实用案例，这些案例涉及诸多行业，是微店创业者的极佳参考。

■ 学习资源

在微信的“发现”页面中单击“扫一扫”功能，打开“二维码/条码”界面，扫描本书封面上的二维码，即可关注我们的微信公众号。关注公众号后，回复本书书号的后6位数字“538493”，公众号就会自动发送本书附赠学习资源的下载地址及相应密码。在计算机浏览器的地址栏中输入并打开获取的下载地址（输入时注意区分字母大小写），然后在文本框中输入下载地址附带的密码，并单击“提取文件”按钮，即可将云端资料下载到计算机中。

■ 读者对象

本书适合微店创业人员、管理人员、兼职人员阅读，也可作为学校电子商务、经济管理等专业或电子商务培训班的教材。

由于编者水平有限，在编写本书的过程中难免有不足之处，恳请广大读者指正批评，除了扫描二维码添加订阅号获取资讯以外，也可加入QQ群137036328与我们交流。

编者

2016年3月

目录

CONTENTS

前言

第1章/ 移动互联网的新商机

1.1 什么是真正的微商 / 12

1.2 微商的爆发 / 13

1.2.1 微商兴于社群 / 15

1.2.2 微商乱于个人 / 16

1.3 从微商到微店的转型 / 18

1.3.1 平台的转型 / 18

1.3.2 营销推广的转型 / 21

1.3.3 品牌的转型 / 22

1.3.4 销售商品的转型 / 24

1.4 微店的发展空间及面临的挑战 / 24

1.4.1 微店的发展空间 / 25

1.4.2 微店面临的挑战 / 26

1.5 微店创业者必须具备的心理素质 / 28

1.5.1 创业从不嫌晚 / 28

1.5.2 永不言败的执行力 / 29

1.5.3 不积跬步无以至千里 / 32

1.6 什么样的人适合开微店 / 33

第2章/ 微店创业的基础准备工作

2.1 开店第一步——选择微店平台 / 36

- 2.1.1 微店 / 36
- 2.1.2 喵喵微店 / 37
- 2.1.3 有赞微商城 / 38
- 2.1.4 京东微店 / 38
- 2.1.5 微信小店 / 39
- 2.1.6 微店网 / 40

2.2 开店第二步——选择商品 / 40

- 2.2.1 四大关键点让商家选对商品 / 41
- 2.2.2 选择有优势的供应商 / 43

2.3 开店第三步——建立微店 / 44

- 2.3.1 申请注册微店账号 / 44
- 2.3.2 微店的基本设置 / 45
- 2.3.3 微店管理 / 48

2.4 开店第四步——销售准备工作 / 51

- 2.4.1 图片处理一招制胜 / 51
- 2.4.2 商品定价 / 55
- 2.4.3 商品编辑技巧 / 56
- 2.4.4 商品分类与浏览 / 58

第3章/ 营销初级阶段——微信生意经

3.1 朋友圈的第一条广告 / 62

3.2 朋友圈的报价技巧 / 63

- 3.2.1 分析客户的需求 / 63

3.2.2 商品报价攻略 / 64

3.3 朋友圈怎样经营才不会被拉黑 / 66

3.3.1 找准黄金时间 / 66

3.3.2 根据朋友圈特征确定广告发送频次 / 70

3.3.3 多样性增加曝光度 / 71

3.4 持续经营扩大朋友圈 / 74

3.4.1 借力朋友圈分享链接 / 74

3.4.2 “摇一摇”加好友 / 78

3.4.3 聚焦“附近的人” / 79

3.4.4 “漂流瓶”心里话营销 / 80

3.5 微信公众号加好友的秘诀 / 82

3.5.1 微信公众号的分类 / 82

3.5.2 微信公众号如何获得优质粉丝 / 83

第4章/ 营销晋级阶段——微店运营

4.1 提升店铺关注度的五大秘诀 / 86

4.1.1 互加友情店铺增加曝光度 / 86

4.1.2 店外活动获取优质流量 / 87

4.1.3 开通口袋直通车实现精准推广 / 89

4.1.4 分成推广提升成交转化率 / 92

4.1.5 入驻多个市场获取更多流量 / 93

4.2 从微店社区学经验 / 94

4.2.1 课程中心 / 95

4.2.2 百问百答 / 97

4.2.3 活动招商 / 97

4.2.4 官方专区 / 98

4.3 微店促销管理 / 99

4.3.1 限时折扣 / 99

4.3.2 私密优惠 / 101

4.3.3 满包邮 / 103

4.4 微店客户管理 / 104

4.4.1 创建商圈 / 104

4.4.2 加入商圈 / 105

第5章/ 营销攻破阶段——广开渠道

5.1 超强流量的综合社区 / 109

5.1.1 百度贴吧 / 109

5.1.2 天涯社区 / 113

5.1.3 豆瓣网 / 115

5.1.4 知乎 / 119

5.2 积攒粉丝的自媒体平台 / 121

5.2.1 QQ空间 / 122

5.2.2 微博 / 124

5.2.3 开心网 / 127

5.2.4 人人网 / 129

第6章/ 细雨润无声——软文营销

6.1 什么是软文营销 / 132

6.1.1 软文营销的含义 / 132

6.1.2 软文与硬广的区别 / 132

6.2 撰写吸引超高点击的软文标题 / 133

6.2.1 标题关键词提升展现率 / 133

6.2.2 优质标题提升点击率 / 136

6.3 如何撰写一篇成功的软文 / 138

6.3.1 软文开篇有妙招 / 139

6.3.2 软文正文有诀窍 / 142

6.3.3 软文结尾有技巧 / 145

6.4 软文营销的两大核心点 / 145

6.4.1 软文的说服力 / 146

6.4.2 软文的感染力 / 149

6.5 软文撰写的注意事项 / 151

第7章

转变消费者需求——关联营销

7.1 如何关联才能刺激购买 / 154

7.1.1 确定商品的相关性 / 154

7.1.2 商品详情页的搭配是关键 / 156

7.1.3 价格是关联营销的重要因素 / 157

7.2 策划活动给关联最大的展现度 / 159

7.2.1 平台活动 / 159

7.2.2 店铺活动 / 162

第8章

微店内部管理的优化升级

8.1 打造金牌客服 / 165

8.1.1 迎接客户的技巧 / 165

8.1.2 催付款的技巧 / 167

8.1.3 口碑才是王道 / 170

8.2 量化与评估微店实力 / 175

8.2.1 订单数据 / 176

8.2.2 统计数据 / 176

8.2.3 利润数据 / 178

8.2.4 数据化预测和分析费用 / 181

8.3 玩转CRM法则 / 185

8.3.1 有“礼”走遍天下——新客户 / 186

8.3.2 无“利”寸步难行——老客户 / 189

第9章/ 微店经营学学他们

9.1 “80后”时尚辣妈的微店创业之路 / 193

9.1.1 选择货源 / 193

9.1.2 装修店铺 / 196

9.1.3 营销活动 / 199

9.1.4 客户关系维护 / 200

9.2 大学生用微店一周内销售7吨苹果 / 202

9.2.1 和微店第一次亲密接触 / 203

9.2.2 争做商品的主人 / 203

9.2.3 物流——生鲜类商品的“咽喉” / 206

微店开店

管理营销推广转型一本通

恒盛杰电商资讯◎编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目（CIP）数据

移动互联网创业：微店开店管理营销推广转型一本通 / 恒盛杰电商资讯编著. —北京：机械工业出版社，2016.5

ISBN 978-7-111-53849-3

I. ①移… II. ①恒… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 111068 号

微店继淘宝之后又一次掀起了全民创业的热潮。随着越来越多的人加入微店创业大军，同行之间的竞争空前激烈。如果卖家仅仅依靠传统的运营策略，不注重店铺各项数据指标的分析和优化，不注重平台的转型，最终只会被行业淘汰。所以，卖家需要一本详尽、实用的微店创业指南。

本书以微店创业的全流程为主线，详细讲解了创业环境分析、微店开业前期准备、微店营销三阶段、软文撰写、关联营销、数据化运营与管理等内容，并在最后通过典型案例的解析，为读者展示极具借鉴意义的创业实操过程。

本书语言简明易懂，案例丰富实用，适合微店创业人员、管理人员、兼职人员阅读，也可作为学校电子商务、经济管理等专业或电子商务培训班的教材。

移动互联网创业：微店开店管理营销推广转型一本通

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：杨 倩

印 刷：北京天颖印刷有限公司

版 次：2016 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开 本：170mm×240mm 1/16

印 张：13

书 号：ISBN 978-7-111-53849-3

定 价：45.00 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

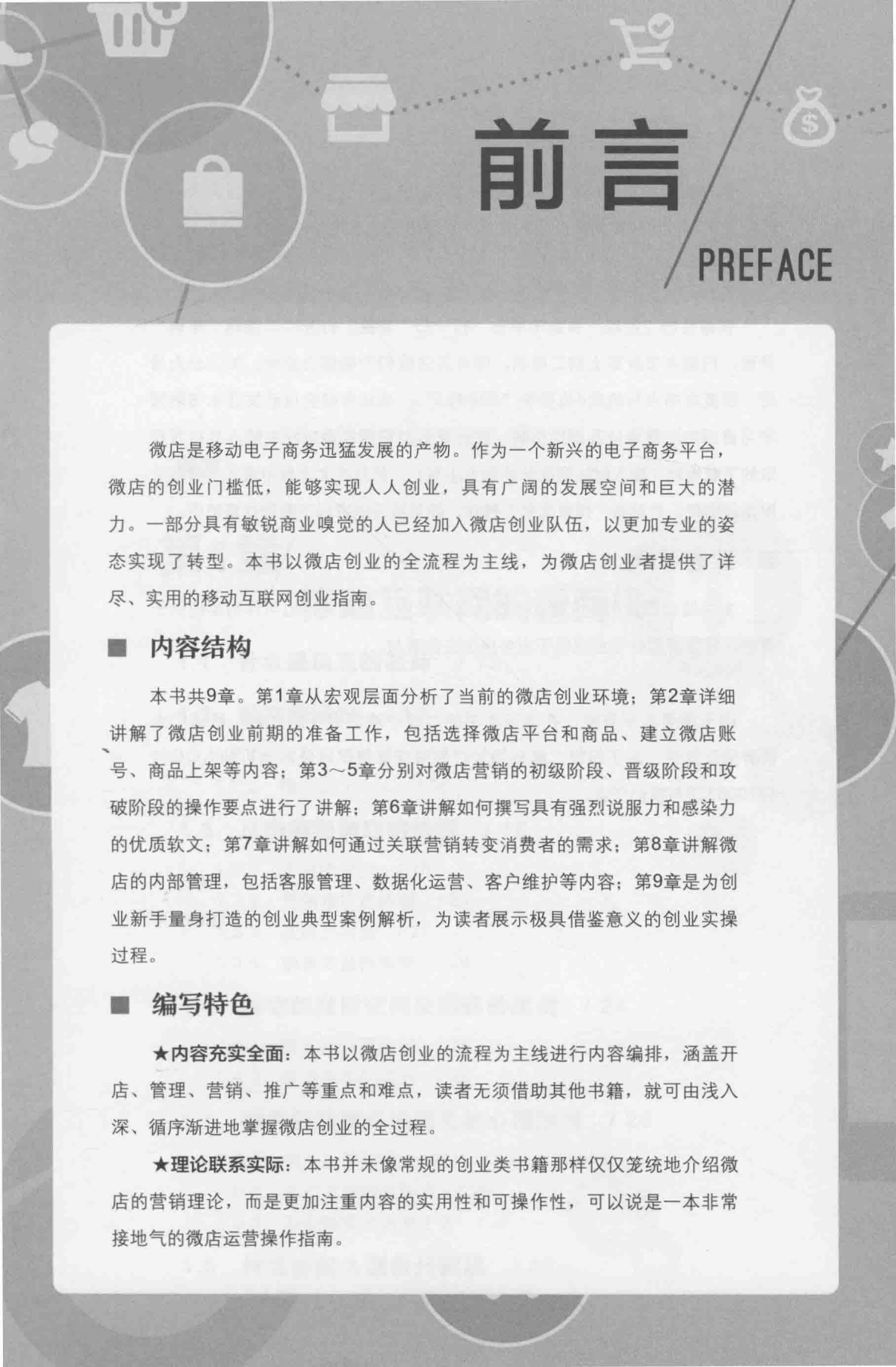
购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

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



前言

PREFACE

微店是移动电子商务迅猛发展的产物。作为一个新兴的电子商务平台，微店的创业门槛低，能够实现人人创业，具有广阔的发展空间和巨大的潜力。一部分具有敏锐商业嗅觉的人已经加入微店创业队伍，以更加专业的姿态实现了转型。本书以微店创业的全流程为主线，为微店创业者提供了详尽、实用的移动互联网创业指南。

■ 内容结构

本书共9章。第1章从宏观层面分析了当前的微店创业环境；第2章详细讲解了微店创业前期的准备工作，包括选择微店平台和商品、建立微店账号、商品上架等内容；第3~5章分别对微店营销的初级阶段、晋级阶段和攻破阶段的操作要点进行了讲解；第6章讲解如何撰写具有强烈说服力和感染力的优质软文；第7章讲解如何通过关联营销转变消费者的需求；第8章讲解微店的内部管理，包括客服管理、数据化运营、客户维护等内容；第9章是为创业新手量身打造的创业典型案例解析，为读者展示极具借鉴意义的创业实操过程。

■ 编写特色

★内容充实全面：本书以微店创业的流程为主线进行内容编排，涵盖开店、管理、营销、推广等重点和难点，读者无须借助其他书籍，就可由浅入深、循序渐进地掌握微店创业的全过程。

★理论联系实际：本书并未像常规的创业类书籍那样仅仅笼统地介绍微店的营销理论，而是更加注重内容的实用性和可操作性，可以说是一本非常接地气的微店运营操作指南。

★案例丰富实用：本书在讲解理论知识的同时也列举了大量极具代表性的实用案例，这些案例涉及诸多行业，是微店创业者的极佳参考。

■ 学习资源

在微信的“发现”页面中单击“扫一扫”功能，打开“二维码/条码”界面，扫描本书封面上的二维码，即可关注我们的微信公众号。关注公众号后，回复本书书号的后6位数字“538493”，公众号就会自动发送本书附赠学习资源的下载地址及相应密码。在计算机浏览器的地址栏中输入并打开获取的下载地址（输入时注意区分字母大小写），然后在文本框中输入下载地址附带的密码，并单击“提取文件”按钮，即可将云端资料下载到计算机中。

■ 读者对象

本书适合微店创业人员、管理人员、兼职人员阅读，也可作为学校电子商务、经济管理等专业或电子商务培训班的教材。

由于编者水平有限，在编写本书的过程中难免有不足之处，恳请广大读者指正批评，除了扫描二维码添加订阅号获取资讯以外，也可加入QQ群137036328与我们交流。

编者

2016年3月

目录

CONTENTS

前言

第1章/移动互联网的新商机

1.1 什么是真正的微商 / 12

1.2 微商的爆发 / 13

1.2.1 微商兴于社群 / 15

1.2.2 微商乱于个人 / 16

1.3 从微商到微店的转型 / 18

1.3.1 平台的转型 / 18

1.3.2 营销推广的转型 / 21

1.3.3 品牌的转型 / 22

1.3.4 销售商品的转型 / 24

1.4 微店的发展空间及面临的挑战 / 24

1.4.1 微店的发展空间 / 25

1.4.2 微店面临的挑战 / 26

1.5 微店创业者必须具备的心理素质 / 28

1.5.1 创业从不嫌晚 / 28

1.5.2 永不言败的执行力 / 29

1.5.3 不积跬步无以至千里 / 32

1.6 什么样的人适合开微店 / 33

第2章/ 微店创业的基础准备工作

2.1 开店第一步——选择微店平台 / 36

- 2.1.1 微店 / 36
- 2.1.2 喵喵微店 / 37
- 2.1.3 有赞微商城 / 38
- 2.1.4 京东微店 / 38
- 2.1.5 微信小店 / 39
- 2.1.6 微店网 / 40

2.2 开店第二步——选择商品 / 40

- 2.2.1 四大关键点让商家选对商品 / 41
- 2.2.2 选择有优势的供应商 / 43

2.3 开店第三步——建立微店 / 44

- 2.3.1 申请注册微店账号 / 44
- 2.3.2 微店的基本设置 / 45
- 2.3.3 微店管理 / 48

2.4 开店第四步——销售准备工作 / 51

- 2.4.1 图片处理一招制胜 / 51
- 2.4.2 商品定价 / 55
- 2.4.3 商品编辑技巧 / 56
- 2.4.4 商品分类与浏览 / 58

第3章/ 营销初级阶段——微信生意经

3.1 朋友圈的第一条广告 / 62

3.2 朋友圈的报价技巧 / 63

- 3.2.1 分析客户的需求 / 63