

著 王俞

淘宝小店时代已经过去了，
如今流行边聊朋友圈边赚钱！

微店

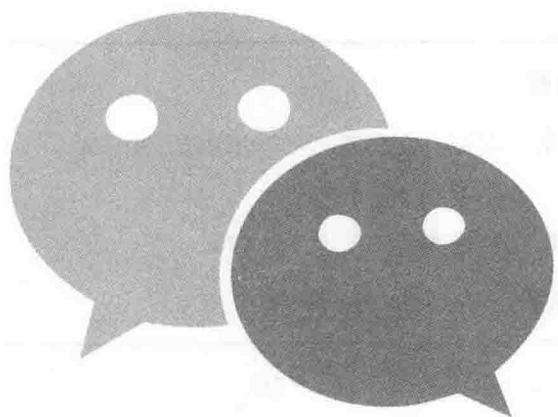
这么玩才赚钱

微创业人群手边书

看了就懂，拿来就用
从月入两千到日进两万，一本就行

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

著 王俞



微店

这么玩才赚钱

藏书

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

微店这么玩才赚钱 / 王俞著. —北京: 北京理工大学出版社, 2015.4
ISBN 978-7-5640-9929-9

I. ①微… II. ①王… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第 260959 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京泽宇印刷有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 15.5

字 数 / 185 千字

版 次 / 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

定 价 / 39.80 元

责任编辑 / 李慧智

文案编辑 / 王晓莉

责任校对 / 孟祥敬

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

前言

进入21世纪之后，市场经济得到飞速发展，如今世界进入了移动互联网时代，出于一种敬仰心理，无数人都对各大电商巨头身上的成功与辉煌深深着迷，甚至是顶礼膜拜，将他们视为自己心中神一样的存在，梦想着有一天自己也能如此。在这种情况下，微店的成功显得尤为令人瞩目。

翻开本书的你，不知是否还记得十多年前从商场群雄中异军突起的小个子中国男人，后来他通过自己的坚持和奋斗，又从众多商业领袖中脱颖而出，成为一名独具人格魅力的电商巨头。你网购时经常登录的网站可能正是他所创立的，2014年，他俨然已经成为中国内地首富——没错，他就是马云。

也就是在马云向内地首富这个目标奋力拼搏，甚至已经无限接近这个目标的时候，互联网上，不，准确地说，应该是移动互联网上再次出现了一位异军突起者。不过，这次不是一位如马云般的商场侠客，而是一个网络虚拟平台——微店。

现在，当我们打开自己的智能手机刷朋友圈时，经常会看到有人不停地圈子中发布一些商品的推广信息，诸如衣服、鞋子、护肤品、保健品，等等。很多对上面所推广的商品有需求或者感兴趣的人则会点击内容一探究

竟。这就是微信小店——众多微店应用平台中的一种。

近两年，微店在移动互联网上风生水起，凭借强劲的发展势头和巨大的自身优势，它开始席卷网店领域。很多人说：虽然现在应用于移动设备上的微店具有很大的便利性，但是互联网上的传统网店早已被人们习惯。况且，现在传统网店也逐渐推出了手机版，其网购领域中的主导地位也是其他竞争者无法撼动的。

事实并非如此，现在无数人的目光都逐渐转移到了微店上，甚至包括一些商业领袖都开始带着一丝惊奇的眼神注意着微店的发展状态。并且，现在已经有越来越多的创业者选择了微店平台作为自己梦想起航的地方。那么，微店到底有什么魅力能够引来这么多人为之疯狂呢？

和传统网店相比，微店确实有着自己得天独厚、与众不同的巨大优势。微店没有门槛，无需成本，它更加公平地出现在了人们的面前。当用户开通微店后，不需要自己具备货源，甚至都不需要微店用户自己来完成售后服务工作。你既可以做自己的店主，发展自己的分销商，获取不菲利润，同时还可以成为别人的分销商赚取更多佣金……

微店作为一种微型网店，以一种新模式突破了人们的网购思维，尤其是越来越受到众多想要通过网店平台实现创业梦想的有志之士的大力追捧。因为它颠覆了传统网商原有的既要找货源，又要做推广的高门槛要求，很大程度上解决了货源与推广的分工问题。而且，作为一种小型网店，传统网店具备的功能，微店大部分也有，完全能够实现店铺的有效管理，帮助各位微店店主轻松创业。

微店模式作为一种虚拟店铺中的新生事物，开辟了移动互联网新战场，它正等待着每一位创业者的到来。以前人们创业需要很多资本，既要有丰

富、广泛的人脉，又要有一定的创业资金，这些便将无数人关在了创业大门之外。现在已经进入了微店时代，和以往创业的门槛设限不同，微店为更多的创业者提供了实现梦想的机会和平台。无数创业人士纷纷在手机上选取并安装了自己喜欢、适合自己的微店平台。

那么，注册安装之后，我们应该如何让自己的微店脱颖而出，让这个新兴事物大放异彩呢？其实这就涉及深层次的营销推广问题了，而解决这个问题，助力微店营销工作，正是本书创作的目的。

在内容上，本书包括微店营销的背景趋势、微店营销目标群体的行为解读、微店营销的准备工作、微店的营销定位、微店的推广渠道，以及如何用服务换来口碑、如何与用户互动提高用户黏度、如何进行客户关系管理、如何进行微店评估等内容。全书涵盖整个营销过程的各个环节，系统而不冗杂，细致而不烦琐。

十年前，马云说网上开店不要钱，很多人没有相信，所以他们错过了淘宝时代；四年前，马化腾说可以免费发信息、免费打电话，很多人也没信，所以他们又错过了微信时代；现在，微店的诞生真正实现了免费开店时代。无论你是企业白领、下岗职工、家庭主妇、退伍军人，还是在校大学生，只要你愿意，你就可以找到一条在短时间内实现财务自由的路径。而你只要打开这本书，就一定会在惊喜之余，找到最有效的营销手段，就可以在自己的财富之路上不断向前。那么，现在，你还在等什么呢？

目录

第一章 微店营销正当时

微店时代已经到来，相信很多人还没弄明白是怎么回事，就已经被卷进了这场微店营销的风暴之中。有人说，微店不值一提，这只是一场“狂欢而已”，很快就会过去；也有人说，微店势不可当，早晚有一天会让其他电商震惊的。到底谁说的更加中肯一些，我们拭目以待。

第一节 什么是微店	2
第二节 微店的四大特色	5
第三节 微店分销PK传统网销	8
第四节 三大保障，免去后顾之忧	10
第五节 六大支持，让你的微店轻松上路	13

第二章 顾客解读：微店营销五步法

很多卖家由于不知如何做微店的推广工作，导致微店无人问津。营销是微店经营中的重中之重，是让更多人知道并了解微店的必要工作。其实，微店营销很简单——站在顾客的角度上去思考问题，一步一步让顾客由表及里地了解微店、走进微店。

第一节	听说你——增加自己的曝光率	18
第二节	记住你——打造一家有特色的微店	21
第三节	喜欢你——全方位提升用户体验	25
第四节	接受你——促成交易	29
第五节	推广你——每一个买家都是一个分销商	31

第三章 微店营销准备工作

准备工作是整个营销操作系统的第一步。正所谓“不打无准备之仗”，准备工作做得好，微店开起来才能够有备无患、万无一失，各位卖家也才能在这场微店大战中立于不败之地。

第一节	开微店前的准备工作	36
第二节	建设微店营销团队	39
第三节	微店的“形象设计”	42
第四节	微店功能布局的设计	46
第五节	微店认证，让顾客放心购买	58

第四章 营销定位：好产品+好定位=成功

营销能否成功关键在于营销定位是不是准确，一个好的产品加上一个好的定位才能成为一个好的品牌，这样的品牌也才会走向成功。营销定位的重要性不仅仅限于实体店经营中，在微店营销中也同样如此。

第一节	找到最适合自己的微店平台	62
第二节	根据兴趣给自己定位	65
第三节	微店格调定位	67
第四节	微店品牌定位	71

第五章 多渠道推广，不怕新客不知商品好

有人说，万事开头难，尤其是新手开店更难做。不过，也有人说，微店生意很好做，即便是新手也能很快做起来，就看店主会不会推广自己的产品了。事实也的确如此，不少经营微店的高手都这样表示：微店只要学会多渠道推广，就不怕新客不知商品好。

第一节	多渠道获取粉丝和流量	78
第二节	策划微店活动，吸引粉丝和订单	86
第三节	SEO，优化商品搜索排名	92
第四节	微店联盟，你不必单打独斗	96
第五节	分成推广，让所有人都参与进来	103
第六节	全店推广，增加展现量	109
第七节	使用二维码增加粉丝	112

第六章 超越预期，好服务换来好口碑

我们知道，任何一家企业，要想赢得消费者的口碑和信赖，首先产品质量就必须过硬。而除此之外，还有一个因素和产品质量同样重要，那就是服务。好的服务不仅能促进销售，还能提升用户体验与企业口碑。在这方面，微店同样不例外。微店要想基业长青，除了保证产品质量过关，相关服务也要做到超越预期，让买家叫好，如此，才能换来好口碑。

第一节	服务即营销，不怕生客不敢买	116
第二节	微店营销重在信誉	122
第三节	口碑营销提升品牌传播力	126

第四节	做好7天无理由退换保障服务	132
第五节	做好售后服务工作，避免纠纷	137
第六节	服务分销商，保持长期有效推广	141
第七节	特殊情况处理技巧	145
第八节	兜售参与感，让粉丝参与到品牌建设中	148

第七章 充分互动，建立与顾客之间的特殊联系

互动是人与人之间相互交流的一种基本方式。对于微店来说，互动同样至关重要。因为只有进行深入、有效的互动，店家才能了解到消费者的真实需求，有的放矢地为其提供商品和服务。也只有经过这样的互动，店家和消费者才能建立起真正超越买卖关系的特殊关系，消费者才能成为店家的真正粉丝和拥趸。

第一节	设置自定义回复	152
第二节	有事要互动，平时更要互动	157
第三节	做好客户服务受理工作	161
第四节	互动要找到共同话题	168
第五节	与买家互动的技巧	173
第六节	如何与不同类型买家互动	176

第八章 客户管理，打造良性客户关系

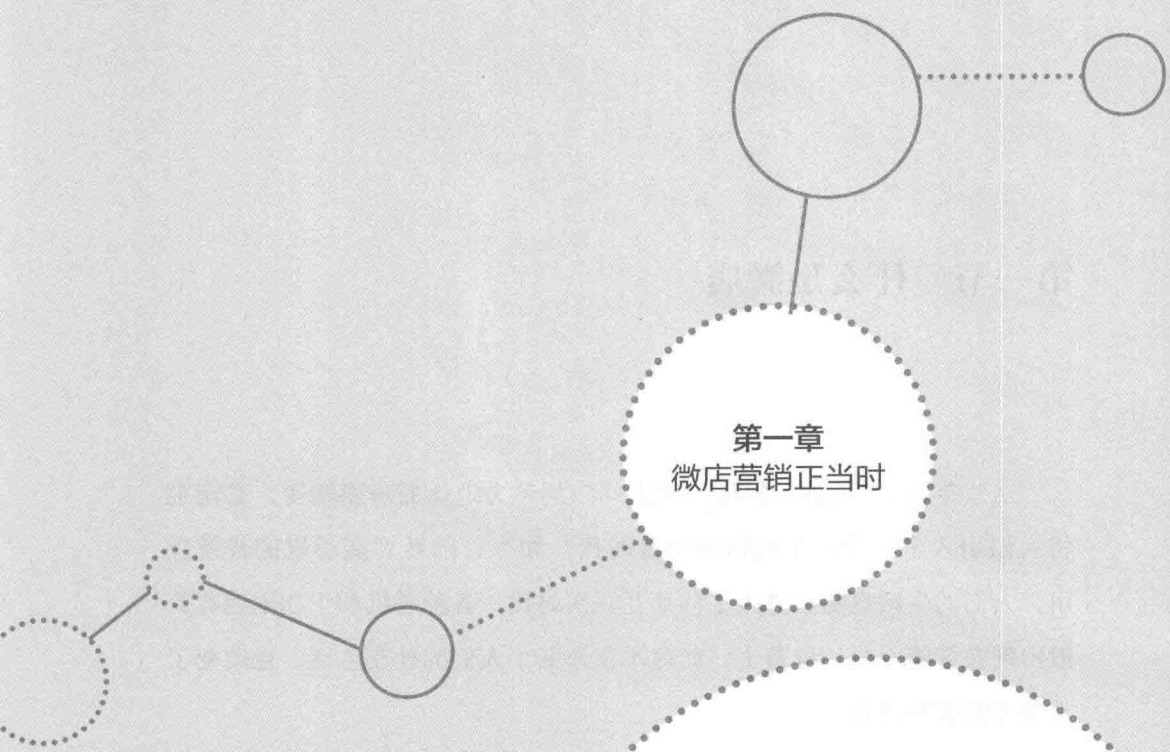
客户作为交易对象是销售环节的主角，客户管理更是销售管理工作重中之重。无数的微店成功案例告诉我们，无论再忙，微店也有必要花费一定的时间和精力来打造良性的客户关系。没有系统的客户管理，就没有顺畅的销售环节，更没有完善的微店管理！

第一节	定制化CRM, 迎合顾客行为特性	182
第二节	打造良好客户关系需要遵循的原则	187
第三节	制定有效的客户关系管理战略	194
第四节	按一定的标准对客户进行分类	197
第五节	定期对客户进行有针对性的推荐	201
第六节	不定期的小礼物更能打动客户的心	206

第九章 微店营销效果评估

开微店少不了推广营销, 而对营销效果进行评估同样是一件必不可少的工作。有了效果评估, 店铺才能知道产品的受众集中在哪里; 通过效果评估, 才能知道店铺的热门产品是什么, 才知道推广效益如何; 也只有通过效果评估, 微店才能有效地调整营销策略, 改进营销工作。

第一节	制定营销考核标准	210
第二节	用好微店平台的分析工具	214
第三节	如何评估微店营销效果	221
第四节	粉丝质量评估	225
第五节	销售业绩评估	230
第六节	微店投资回报率评估	234



第一章 微店营销正当时

微店时代已经到来，相信很多人还没弄明白是怎么回事，就已经被卷进了这场微店营销的风暴之中。有人说，微店不值一提，这只是一场“狂欢而已”，很快就会过去；也有人说，微店势不可当，早晚有一天会让其他电商震惊的。到底谁说的更加中肯一些，我们拭目以待。

第一节 什么是微店

这些年来,“网购”经历了无人问津到热力追捧的华丽转变,是淘宝将人们引入了一个线上购物的消费时代。如今,随着智能手机的普及应用,人们的生活也随之进入了移动互联网时代,各种手机APP如雨后春笋般出现在智能手机的屏幕上,而这不仅改变了人们的社交生活,也改变了消费者的购物模式。

近两年,我们的主角——“微店”也随之出现了。对于“微店”两个字,相信很多人并不陌生。前两年,各种网店在网络上层出不穷、不断兴起,网购已经逐渐成为人们日常生活当中的重要消费方式,甚至发展势头已经超过了传统的实体消费。

不过,时代发展的速度总是让人始料未及,虽然传统网店在此期间发展势头依然良好,仍旧是移动互联网营销大军中的中坚力量,不过,这时候传统网店还是不得不重视一个异军突起者,那就是“微店”。(见图1-1)



图 1-1 微店社交平台

简单来说,微店就是一种零成本投入的“微型网店”。2012年10月,U校网联合创始人郑荣翔在承办中国首届微店创业大赛后提出大学生微店的概念,并同南京财经大学国贸学院国际经济与贸易专业学生郭仁才一起将微店这个新兴概念付诸实践,于是微店应运而生。

作为一种新兴的购物平台,微店简便易行,进入门槛低。对于广大的微店用户来说,他们只需要在自己的智能手机上下载安装一个微店APP应用软件,然后注册并使用就可以“零费用”建立自己的网上商城。至于微店APP应用,种类很多,网上能够轻松搜到。

2014年年初,悄然崛起的微店已经初具规模并不断发展壮大,逐渐成为国内各大网商密切关注的目标,就连淘宝、阿里巴巴也对微店另眼相看。当然,由于传统电商市场早已被淘宝垄断,微店也无法避免地一直处于激烈的市场竞争中,但最终很多其他竞争对象都被淘汰出局,而微店却以高姿态生存了下来,并且仍然具备可观的发展前景。

2013年8月至2014年7月初,更多的创业者开始涌进微店平台,梦想着开创一番自己的事业,微店平台的前途确实令人不可小觑。目前,对于那些创业新人来说,想要在淘宝、京东以及一些其他的国内知名电商中找到自己的立足之地,已然成为一件愈加艰难的事。这时候,应运而生的微店便成了这些梦想低门槛创业群体的第一选择。

和传统网店相比,微店的特点更加鲜明。作为一种新型创新平台,微店所具有的空间容量极为广大,而且注册快捷、开店免费,价值不可限量,所以说微店是专门为那些身怀创业梦想的新人准备的。随着更多创业者的不断加盟,资金、货源早已不再是问题。微店经营者在注册微店后,便能够立即开创一个属于自己的网络商城,之后通过供应商将商品提供给买家并进行交易,最后微店店主从中获取丰厚利润,所以微店是一种创新型的经营模式。

马云曾说过这样一句话：“未来要么电子商务，要么无商可务。”这句话既点明了未来商业的趋势，同时也说明了电子商务市场未来的角逐将更加激烈。微店在这种严峻的形势下，为更多的商家提供了产品营销的机会，也让更多的产品能够更加高效、快捷地流入整个市场。同时，微店也将更多的机会提供给年轻人，帮助他们实现自己的创业梦想，让他们在获取丰厚回报的同时，又体现了自己的人生价值。

微店的出现可以说是微时代的产物，虽然它才刚刚起步，目前尚处于探索发展阶段，还需要一段时间在一些细微的功能方面不断进行完善，但它在营销领域有着较为广阔的发展空间，而且就目前的发展形势来看，微店的影响力和发展空间是不可估量的，不久之后，它将真正迈入电子商务的全新时代。

第二节 微店的四大特色

如今，移动互联网飞速发展，处于不断变革时代的人们所享受到的商品服务愈加便捷，而微店正以更加强大、诱人的优势将众多的创业者、产品商家以及广大的消费群体吸引到自己的面前。同时，微店的出现也在一定程度上对传统网店的地位构成了威胁。

国内电子商务已经快速发展到成熟阶段，且正当鼎盛时期，“微店”却悄然兴起，其发展速度非常迅猛，已然成为当今国内最大的手机线上购物平台。微店的用户注册数量每日超过3万家，大受人们的追捧。那么，微店到底有什么特色，居然在一夜间就获得如此多人的青睐，吸引人们的目光而受到关注呢？总体来说，微店具有四大特色，也就是这些特色，促使微店迅速在电商时代站稳了脚跟。（见图1-2）



图 1-2 微店的四大特色

1. 无须额外费用

微店是真正的免费店铺，不需要收取任何的注册费用、开店费用，是一个连穷人都能开得起的店铺。如果你已拥有一家实体店铺或者是淘宝小店，完全可以再开一家属于自己的微店，将自己的产品放到微店上。将O2O营销模式运用在微店上也同样适合。这样一来，你可以同时经营线上线下两个店铺，不但拓宽了自己的销路，而且还可以收到全国各地的微信用户所下的订单，这样的话，还怕生意难做吗？用户在微店购买产品后，如果使用效果非常不错，肯定会在朋友圈帮忙宣传，不但可以免费为微店做广告，而且客源会通过口碑传播的方式源源不断地多起来。

2. 操作极其简单易学

只要一提“开店”，很多人潜意识里就觉得开一家店铺是一件非常烦琐的事情。其实开一家“微店”非常简单，“金元宝”就是一个微店神器，可以帮助用户轻松掌控店铺。“金元宝”是一个手机软件，它是众多微店店主不可或缺的开店帮手，具有免费、方便、高效、丰富、安全等特色。微店店主可以通过“金元宝”与客户进行在线交流、轻松管理订单、商品管理等，这些功能都是为了方便微店店主进行店面管理而开设的。

对于上班族的微店店主来说，即使白天工作非常忙碌，根本无暇关注自己的微店，也能通过“金元宝”来了解微店的情况，比如：店铺经营趋势、销售概况、宝贝排行等。对于微店的老顾客，“金元宝”有一项“会员管理”功能，当会员再次光临微店时，微店店主只要使用“金元宝”就可以完成打折优惠、积分兑换等，极大地减轻了微店店主的管理压力。因此，即使毫无经验的微店店主，也可以轻松开店，享受赚钱的乐趣。

3. 拥有良好客源，经营便捷

当博客被微博替代时，微信又一次超越了微博，大有一种“你方唱罢我登场”的架势。微信作为一个聊天的工具，刚推出没多久，就有不少人