

上篇 小伙伴们，快来一起 开微店吧

本篇主要是向读者介绍微店开店和管理的流程，如选择微店服务商、微店注册、微店商品添加、微店购物以及售后服务等；同时，从销售管理、客户管理、促销管理、商家入驻市场四个方面介绍微店的管理，希望广大读者在阅读完本篇后，可以顺利地开一家属于自己的微店。

- 第1章 怎样开微店
- 第2章 如何选择和识别微店服务商
- 第3章 个人微店注册及设置
- 第4章 寻找热卖的微店商品
- 第5章 微店商品的添加和推广
- 第6章 买家微店购物
- 第7章 订单管理及售后服务
- 第8章 微店店铺管理

第1章 怎样开微店

在过去的2014年里，什么在朋友圈里最火？什么项目投资最小？什么人在赚钱？

答案就是微商最火，开微店投资最小，开微店的微商在赚钱。

怎么样，心动了没有？你现在是不是也想做一个微商，开一家属于自己的微店呢？不要着急，首先恭喜你，你的这些理想马上就可以变为现实。只要你跟着我读完这本书，就可以去开一家微店，赚取人生的第一桶金。

下面，就让我们一起开始微商之旅吧！

1.1 微店是什么

微店从2013年兴起之后，如雨后春笋，转眼间，遍布大江南北，真是忽如一夜春风来，千店万店竞相开！那么，到底什么是微店呢？

目前，对于微店的定义，电商行业并没有一个清晰明确的概念。作为一名资深电商研究者，本书作者在总结微店的基本特性基础上，认为其应该满足如下特性：微店是零成本开设的小型网店，没有资金的压力，没有库存的风险，没有物流的烦恼，只需要利用碎片时间和个人社交圈就可以进行网络营销推广。

微店是电子商务创业的新模式，同时也是移动电子商务的典型代表。它颠覆了传统网商既要找货源又要顾推广的做法，把企业主从繁琐的网络推广中解放出来，中小网店卖家也省去了找货源之苦，很好地解决了货源与推广的分工问题。这是互联网分工进一步细化的体现，是继阿里巴巴、淘宝之后更个性化的电子商务模式。微店以其独特的商业模式，吸引了大批网民的参与，近2年来，呈现出爆发式增长，这种新的电子商务模式有望成为移动互联网下的一个全新的电子商务创业平台。

1.2 微店PK传统网店

微店作为一种新的电子商务模式，与传统网店有着很多本质上的区别，从总体上来说，主要有以下三个方面的不同。



第一，微店是电商分工的进一步细化。

传统电子商务平台对网店店主的要求一般都比较高的，除了需要店主具备一定的网络技术，能根据电商平台提供的网店模板进行修改外，还需要拥有一定的推广技能。因为现在的电商平台大多属于流量入口模式，例如淘宝、京东、天猫、一号店等等，要想在众多的竞争者中争得流量，就必须要在营销推广上具备一定的实力。

而微店则彻底改变了这样的做法。一方面，让生产产品的传统企业老板从自己不擅长的网络推广中解放出来，把产品发布上来，就有无数的微店为其销售，自己只要处理好货源、客服、售后即可；另一方面，对于那些没有货源的中小创业者、微店店主，也不需要背着相机和大包满街找货了，整个微店就是一座“天猫商城”，微店店主只要把商品推广出去，商品有人购买，自己就有了佣金。并且店主也不再需要一笔笔给消费者发货，商品的发货和售后由厂家直接完成，无需微店店主负责，省时省力。

第二，推广者与消费者的对立统一。

在传统电商领域，网商既是供应商，又是推广商，他们自己找货源，推广自己的网店，让顾客进入购买。但传统网店的大量同质化，导致网店之间价格战频发，没有促销就没有销量，这仿佛成了行业惯例。传统网店如何吸引消费者、绑定消费者，成了一道无解之题。而微店则把推广者与消费者统一起来，直接把全品类的商城开到消费者手里，整座商城都是消费者的，你可以做推广者，有人买了，你就有了佣金；同时也可以让无数人加盟你，成为你的分销商，并且终身绑定；另外你还可以在自己的微店购买自己需要的货品，佣金自己赚回来了，相当于购物打了个折。这样消费者黏性会越来越强。试想，同一个产品、同等价格同质量，消费者会在自己的微店买，还是在其他网店购买？人手一个微店，这是整个微店的理想国。

第三，平台与品牌PK长尾碎片资源。

许多传统电商平台的特点是“强品牌强平台”，市场认同度高，成交转化率远远高于微店。然而，他们也有自己的短板，如供应商之间竞争激烈、平台同质化、消费者松散化、推广费用较高等。

除了各种资源背景的不一样，这些常见的电商平台给消费者的感觉并无区别，消费者可以游走在这些平台间随意购买，于是为争客源的广告铺天盖地，加大了传统电商之间的竞争。

而微店虽然发展时间较短，整体品牌知名度不高，但它抓住了消费者，沟通渠道打得很妙。微店是先建销售渠道，把下游渠道建好，回过头来再整合上游供应链。或许它的成交转化率不高，但有海量的流量，订单比传统的电子商务平台

必然要多得多！

1.3 微店的优秀基因

微店是移动互联网下全新的电子商务模式，发展潜力巨大！具体来说，微店相比传统网店具有以下 3 个优势：

第一，微店从兴起至今不足 2 年，诸多领域均是空白，是一块待开发的新大陆，谁能抢先占领这个市场，谁可能就是下一个电商巨头，这个一点都不夸张。因为它的推广模式太惊人，而且初期门槛不高，前景很大。据第三方电子商务研究机构的数据显示，截至 2014 年 6 月底，全国电子商务交易额达 5.85 万亿元，同比增长 34.5%。按此数据判断估算，微店将有一个年交易额超 3 万亿的巨大市场空间。

第二，这是一个人人都想创业的时代。众所周知，由于近几年电子商务的飞速发展，传统网店的竞争越发激烈，赢利空间日益收窄；而 B2C 模式的高门槛高投入，使普通人进入电子商务的创业机会越来越少。微店创业则可以让一批想创业但是还没有条件创业的草根创业者行动起来，感受创业的快乐和成就感，感受市场的机遇和竞争的挑战，使其在创业的道路上逐渐成长起来。

第三，微店模式是电子商务模式革命性的创新，它把原本错综复杂的电子商务关系重新理清，将生产者 and 推广者分离，将推广者和消费者协调统一，实现了电子商务分工的进一步细化；同时利用自身自媒体的属性，实现了电子商务的“去平台化”和“去中心化”。可以说，微店模式是电子商务的全新模式，它颠覆了传统营销模式，将电子商务的发展引向了一个新的发展阶段。

1.4 微商应该如何开微店

随着微店越来越火爆，越来越多的人都想加入其中，成为一名微商。那么，对于中小创业者来说应该如何开一个属于自己的微店呢？

笔者认为应该从以下几个方面入手：

(1) 根据自身的特点，选择一个适合自己的微店平台，这部分内容将在第 2 章中详细为大家介绍。

(2) 熟悉并掌握微店平台的使用方法，这对于从事微商的朋友来说，十分的重要。因为操作是进行商品交易的基础，没有这些基础做保证，何来交易呢？这部分内容，笔者将以口袋购物的微店为例，在第 3 章～第 8 章中详细为大家介绍。



(3) 了解并熟悉当下微商营销的主要方法和详细的操作过程。大家可以参照本书的第9章~第15章进行了解学习，对于将要从事或者已经从事微商的各位朋友，这些方法务必要多多实践。

(4) 吸取以往微商的成功经验。为了方便广大微商小伙伴们借鉴已有的成功经验，笔者从众多成功案例中为大家精选了4个案例，希望大家能从中吸取一些宝贵的经验，为自己的微商之路扫清障碍。 

第2章 如何选择和识别微店服务商

随着微店的迅猛发展，微店服务商即微店平台也如雨后春笋一般涌现出来。对于想开一家微店的我们来说，选择一个好的微店服务商非常重要。那么，如何选择微店服务商呢？下面笔者就来简单介绍一下如何选择一个适合自身需要的微店服务商。

2.1 常见微店电商平台

在选择微店电商平台之前，我们先从总体上了解一下各个微店平台。

目前微店平台主要分为两大类：第一类是基于微信等社交平台的 C2C 电商平台，比如口袋购物和钱方的喵喵微店等；第二类是基于嫁接在微信公共平台体系之上的 B2C 开放平台，比如口袋通、微信小店和微信一级入口中的京东微店等，其中微信小店和京东微店又是与微信支付体系紧密整合的。

第一类平台主要是依托群发信息或转发商品信息至朋友圈展示商品，更多的是依赖熟人关系卖货，更像是“淘宝小店主”，比较适合草根创业者。而第二类平台则比较适合品牌供应商，是建立在一个更广阔平台上的商业模式，不管商户在传统电商平台做得如何，这类平台都是品牌供应商的一个新机遇、新选择，因为这代表着一种去中心化的非入口模式，一个全新的电子商务模式。

目前常见的微店平台主要有口袋通、口袋购物、微信小店、微店网、京东微店、中兴微品会、喵喵微店、微盟旺铺、金元宝微店、拍鞋网微小店等，但这些微店服务商均处于发展的初期阶段，尚没有形成较大的微店平台。针对以上微店服务商，我将简单地逐一进行介绍。

2.1.1 口袋通

口袋通现更名为有赞微商城，如图 2-1 所示，属于第二类微店平台。它是基于 SAAS 模式的免费社会化 CRM（微店铺+微粉丝营销）平台，简单而言就是帮商家（目前主要是中小微店家）管理他们的客户，服务客户，并能通过各类营销手段，例如微博、微信这样的沟通渠道，直接联系到客户，如图 2-2 所示，获得订单产生交易的工具平台。



图 2-1

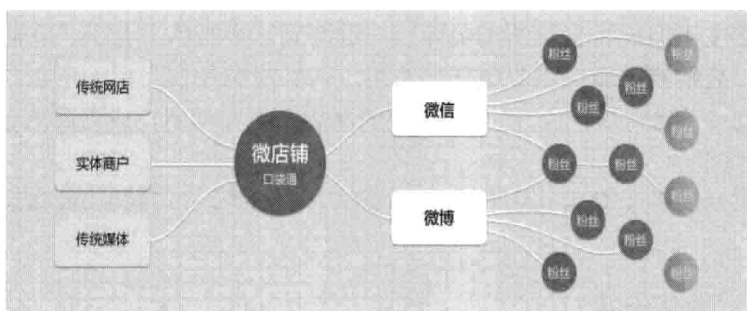


图 2-2

就口袋通而言，其商户大都是从淘宝的第二梯队皇冠店整合过来的，属于企业品牌商的二次重塑，应该说，口袋通是对企业微店理解较为透彻的微店平台，并且还是免费的，所以，比较适合企业微店入驻。

2.1.2 口袋购物

口袋购物是一款基于移动平台的推荐购物类 APP，如图 2-3 所示，属于第一类 C2C 微店平台，主打个性化和精准化的商品推荐，为用户提供良好的购物体验。经过对比使用多款 C2C 微店平台，发现无论是从消费者购买的角度，还是从店主开店管理店铺的角度，口袋购物的微店操作都是目前最方便、最快捷的，因此，笔者认为口袋购物的微店是目前比较适合草根创业者的微店平台。



图 2-3

微店店主不但能将自己的淘宝网店一键搬到这个微店平台上，省时省力，而且，由于口袋购物的微店不收取任何费用，入驻没有任何门槛，所以，口袋购物微店在不到 2 年的时间里，已有上千万的网店店主在使用，成为微店行业的领军式 C2C 电商平台。

在本书后面关于微店开店和管理的操作中，均是以口袋购物的微店为例进行介绍的。

2.1.3 微信小店

2014 年，当微信拥有 8 亿用户，在线活跃度首次超越 QQ，成为国内最大的及时沟通软件的同时，微信又进军电商大军，这让曾经的那句“微信，不仅仅是聊天工具”成为现实，如图 2-4 所示，也让移动电商大战正式拉开战幕。



图 2-4

微信小店是微信公众平台推出的一项基础功能，如图 2-5 所示，属于第二类 B2C 微店平台。它是基于微信支付并通过公众账号售卖商品，主要包括添加商品、商品管理、订单管理、货架管理、维权等多种功能，能够帮助商户快速开店。但是，微信小店提供的功能略显单薄，大部分商户可能还需要采用第三方的微商店系统来满足产品营销和会员管理的需求。



图 2-5

微信小店的推出为许多微商创业者带来了春天，微信潜在的庞大客户群体可以为商家带来巨额的利润。但是，我们同样注意到，微信小店并不是我们想象的那么美好，因为它的入驻门槛很高，想做微信小店，商家必须满足以下几个条件：

- (1) 微信账号必须是服务号，并且每月只能推送 4 次。
- (2) 必须开通微信支付，而不能使用支付宝、信用卡等。
- (3) 服务号和微信支付都需要企业认证。

同时，还需要缴纳一定的费用，包括微信认证费（300 元）、微信支付保证金（2 万元）和 0.6%~2% 不等的交易手续费，这对广大的草根创业者来说，仍是一笔不小的开支。

虽然微信小店还有不足，但它仍然可以称得上是跨时代的产品。庞大的用户基础，火爆的增长速率，已是优势十足。对于它的未来，我们仍然需要拭目以待。

2.1.4 微店网

2013 年下半年出现的微店网吸引了众多人的眼球，创新的电商模式解决了电商分工细化的问题。它将微店电商从业者分为了两个群体，一个供货商，一个就

是分销商，即微店店主。其中供货商主要负责提供货源、发货和售后服务，同时把过去的推广费用变为推广佣金。这样就可以把供货商从不熟悉的营销推广中解放出来，而微店店主则主要负责营销推广，不需要向平台缴纳任何费用，只需要把注册在云端产品库的商品按照约定的佣金比例进行销售，如果消费者通过微店购买该商品，则店主就可以获得相应的佣金。解决了草根微店创业者找货难以及进货资金短缺的困境。

虽然微店网的电商模式非常优秀，但是，在其发展的过程中，仍然凸显出很多问题，例如，微店网分销加盟的模式被指有传销的嫌疑，微店网商品种类过少，部分商品涉嫌假冒等，这些问题也困扰着微店网的发展。

新生的事物总有其自身的缺陷，但是，不会因为缺陷而不发展，微店网同样如此。短短一年时间内，微店网注册用户就突破 600 万，说明这个微店电商平台同样具有巨大的发展空间，值得我们进一步关注。

2.1.5 京东微店

在移动电子商务快速发展的今天，各大互联网商纷纷布局，京东商城也于 2014 年正式开通了京东微店，如图 2-6 所示，并与京东商城（JD.com）系统实现全面打通。



图 2-6

京东微店是腾讯入股京东后，由原京东旗下的“拍拍微店”更名而来，属于第二类 B2C 电商平台。京东和微信达成全面战略合作计划，微信向京东微店开放一级入口，商家可以通过开通微店得到微信客户端的资源。此外，除了来自京东



微信购物、手机 QQ 购物中心化入口的流量分发，商家还可通过微信公众服务号、微博账号等进行引流，经营店铺和粉丝，形成闭环运营。

特别是京东微店提供了微信支付、QQ 钱包支付、网银以及货到付款等多种灵活支付手段，方便了消费者选择。因此，京东微店也被大家称为“国家队微店”。

虽然京东微店给了商家足够的想象空间，但是，京东微店的入驻门槛也十分高，目前只针对企业入驻，且已开通服务号。同时，在开通微店入驻过程，也需要缴纳一定的费用，如认证费（250 元，且不支持除财付通转账之外的支付方式）、诚信保证金（2 万元/家）和 0.6%~6% 交易技术服务费。

从总体上来说，京东微店对于企业商家来说，仍然是一个不错的选择。

2.1.6 中兴微品会

中兴手机于 2014 年上半年推出了一个名为“微品会”的 APP 购物平台，如图 2-7 所示，该平台属于第一类 C2C 微店平台。作为移动电商平台，中兴微品会中兴手机、控哪儿智能穿戴设备、全棉时代精美生活品等提供低成本的销售平台，用户用手机下载 APP 后注册成为“微品会”的会员，即可零成本开店。添加自己喜欢的商品，向朋友和社交圈推广，成交即可获得返利。这个模式节省了企业销售产品的推广费用，同时对于微品会的店家来说，开店无门槛，也省去了进货、发货、售后等各种烦心事，也让消费者得到更多的购物便利和优惠。因此，我们可以看出，中兴微品会无疑成功地将“品牌企业—线上店家—消费者”这三个角色有机统一起来。



图 2-7

中兴微品会这种模式虽然小但却美，是一个积极的尝试。同时，对于个人草根创业者来说，虽然中兴微品会的局限性很大，但也多了一个选择的途径。

2.1.7 喵喵微店

微店平台虽然发展的时间较短,但其发展可谓百花齐放、百家争鸣。其中最特色的当属喵喵微店,如图 2-8 所示。喵喵微店是钱喵喵旗下专为女性店主服务的专属手机微店,为女性店主提供最简单,最快速的方式建立属于自己的手机微店。喵喵微店的口号是:以帮助女性店主赚钱为使命,以卖萌耍贱为乐,以美女招财为己任。



图 2-8

喵喵微店本质上属于第一类 C2C 电商平台,主要围绕微信平台进行店铺营销和客户管理。可以实现发布商品、一键分享、订单管理、设置秒杀等功能。虽然喵喵微店本身和其他平台没有太大差异,但是,绚丽的界面仍然吸引了众多女生,自从喵喵问世以来便受到了广大女生的一致好评。因此,喵喵微店也成为众多女生的首选微店平台。

2.1.8 微盟旺铺

微盟旺铺是基于微信小店的第三方解决方案,如图 2-9 所示,属于第二类 B2C 电商平台。可满足移动电商运营的核心需求,比较适合企业入驻。因为微信小店目前还无法满足企业商户在移动电商运营上的需求,比如在客户关系管理、大量商品上架、店铺装修、市场推广、运营活动、O2O 落地执行等方面;而微盟旺铺则能根据客户的需求,提供丰富多元的企业商户解决方案,而且入驻门槛相对于微信小店会偏低。微盟旺铺除提供微店基础运营功能之外,还配置了多款互动游戏,以营造良好的用户体验来留住用户,有助于增进用户的黏性,提高重复购买率。

对于需要进行个性化定制服务的企业级商户，微盟旺铺应该说是不错的选择。但是，由于微盟旺铺上线时间较短，入驻的商家不是很多，未来市场的占有率和市场品牌的知名度我们仍需拭目以待。



图 2-9

2.1.9 金元宝微店

金元宝微店是基于微信的第三方微店平台，如图 2-10 所示，属于第一类 C2C 电商平台。金元宝微店大体上和口袋购物微店差不多，目前对个人和企业用户都是免费的，适合于草根创业者开店。商家通过申请金元宝微店账号，就能开通微店，还可以绑定自己的微信账号作为客服沟通工具，在朋友圈内进行推广。同时金元宝微店支持在电脑上打理店铺，可以将淘宝店铺无缝搬到金元宝微店上。但是，金元宝微店的不足是平台知名度相对于其他微店平台来说较小，开店商家较少。



图 2-10

2.1.10 拍鞋网微小店

拍鞋网微小店是拍鞋网旗下的 C2C 移动电子商务平台,如图 2-11 所示,属于第一类微店平台,适合于个人创业者开店。微小店主要采用“移动商店+企业 O2O 店中店”的创新模式,并可以实现 PC 端与移动端双向操作。



图 2-11

微小店店主无需自备货源,可利用丰富多元的社交媒体对微小店平台的上千个品牌进行推广,如果最终达成有效购买,即可获取佣金。其中,户外鞋佣金比例达 20%,童鞋等佣金比例达 14%。此外品牌商还会不定期发起奖励佣金活动,佣金收益可高达 50%,最终实现碎片化时间兼职创业,而销售中所涉及的一切客服、物流、售后等事项均由供货商负责。

可以说,拍鞋网微小店是微店平台发展中的一枝奇葩,这也是本书探讨该平台的主要原因。因为其发展过程相对于其他微店平台完全不同,它是由专业化鞋类电商平台最终变成综合性电商平台。这也不禁让我想起来京东商城的发展轨迹。不同的主角,同样的发展方式,拍鞋网微小店的转变是对还是错,这个只能留给时间来检验,但是,拍鞋网微小店的尝试,仍然值得我们微店电商从业者学习和借鉴。

2.2 如何选择适合自己的微店平台

任何新事物的发展都有一个不断完善的过程,微店的发展亦是如此。微店经过几年的跨越式“野蛮”生长,微店平台的数量迅速激增,而各个平台的质量良莠不齐,也出现过各种各样的问题,甚至发生过某微店平台诈骗客户的交易保证金等恶劣事件,这些都为微店创业者敲响了警钟。所以,我们在选择微店平台时,

必须要经过认真的调查，切不可草率选择。

在选择微店平台时，应考虑以下3个因素。

1. 平台的知名度、成熟度和信誉

俗话说，好的开始是成功的一半。一个优秀成熟的微店平台不仅能保障我们的权益、方便我们进行店铺管理，同时，还能够给我们带来一定的品牌流量。所以，我们在选择微店平台时，必须要全方位了解微店平台的品牌知名度、成熟度和信誉，例如可以从微店平台运营主体、微店平台商家入驻数量、微店平台审批流程、微店平台运营方式、用户口碑等诸多方面进行评价，以确定该微店平台可靠度。

2. 自身定位，是供货商，还是普通的微店店主

在我们选择微店平台时，不单要考虑平台的好坏，同时，要对自身做好角色定位，确定我们是企业供货商，还是普通的微店店主。有很多微店平台入驻门槛较高，或者就是专门服务于企业商户的，那么就不适合个人微店创业者入驻；而有的微店平台本身已有丰富的货源，那么这种微店平台就适合草根微店创业者，而不适合企业商户。所以，我们在选择微店平台时，应对自身的角色定位有一个清晰的认识，选择适合自己的平台。

3. 自身具备的条件，如资金、从业经历等

我们不但要考虑自身角色定位，同时，也应该对自己具备的条件如资金、从业经历等方面进行考虑。虽然这些微店平台大同小异，比如“零成本、大流量、方便运营”。但是，有的平台仍隐含着一定的服务费、交易费等等，同时，有的微店平台还需要店主本身具备一定的电商开店经验，才能打理好店铺，那么这种平台就不适合初次接触微店的创业者。因此，大家在进行微店创业时，一定要量力而行，可以先从较简单的微店平台开始熟悉，然后再转向其他平台。

通过以上三个因素的考量，笔者相信各位微店创业者一定可以找到适合自身的微店服务商，开始自己的微店创业之行。

下面，笔者将以口袋购物的微店为例，详细介绍微店开店和管理的流程。其他相关平台的操作大同小异，读者可以参照本书所述的方法进行。

第3章 个人微店注册及设置

目前, 口袋购物的微店平台是国内比较成熟的, 适合个人微店创业者的平台之一。它主要有以下几个优点:

(1) 口袋购物的微店注册比较简单, 只需要一部智能手机即可, 同时支持电脑注册;

(2) 卖家可以免费安装微店 APP, 在手机上管理店铺, 同时, 也可以在电脑上打理店铺, 操作简单;

(3) 针对原淘宝店铺店主, 口袋购物的微店支持一键将淘宝店铺转移至微店;

(4) 口袋购物的微店平台完全免费;

(5) 口袋购物的微店已经有了上千万微店店主入驻, 品牌知名度较高。

所以, 口袋购物的微店是目前不错的选择, 下面我们就正式开始微店之旅!

3.1 下载安装微店 APP

第一步, 打开 IE 浏览器, 前往口袋购物微店官网 <http://www.vdian.com/>, 如图 3-1 所示。



图 3-1

第二步，用手机扫描微店二维码，下载微店客户端，目前支持苹果 iPhone 手机、iPad 和 Android 手机，如图 3-2 所示。



图 3-2

第三步，点击“免费下载微店”，如图 3-3 所示。

第四步，点击“本地下载”，如图 3-4 所示。



图 3-3



图 3-4

第五步，下载完成后，点击“安装”，如图 3-5 所示。

第六步，安装完毕后，点击“完成”，如图 3-6 所示。