

草根**微信**创业者必备的**赚钱利器**，
方法对才能赚得多！
资深专家倾力操刀，教你轻松赚大钱！



你曾经错过了淘宝？
没关系，现在你可以开微店！



唐顿 张圣杰 © 著

挡不住的 微店生意经

低成本微信创业全攻略

- ★ 微店创业准备
- ★ 获取精准客户
- ★ 客户转介绍
- ★ 快速开店绝招
- ★ 微店成功实例
- ★ 微信代理商
- ★ 迅速下单秘诀



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

挡不住的微店生意经：低成本微信创业全攻略 / 唐顿, 张圣杰著. -- 北京：人民邮电出版社, 2014. 11 (2015. 1重印)
ISBN 978-7-115-37352-6

I. ①挡… II. ①唐… ②张… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第240593号

内 容 提 要

本书是国内第一本关于移动电商实操战术解析的书籍，能帮助普通大众在移动互联网转型之际低成本走上创业的道路，在创业心态的调整、实用操作技术的把握、平台的选择、产品及供应商的把控和系统的微商培训等方面帮助普通大众创业。书中既有详细、全面的实际操作方法，又有真实案例剖析，并配有直观的图片，极具实用性、权威性。

-
- ◆ 著 唐 顿 张圣杰
责任编辑 李士振
责任印制 周昇亮
 - ◆ 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>
北京天宇星印刷厂印刷
 - ◆ 开本：720×960 1/16
印张：13.5 2014 年 11 月第 1 版
字数：298 千字 2015 年 1 月北京第 3 次印刷
-

定价：45.00 元（附光盘）

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第 0021 号

如果你正在读这本书，你可能已经有了想法，并且正梦想着利用微店开创一番事业。那么，你需要学习的东西很多：什么是移动电商？如何定位移动电商？有谁在这方面成功了？如何玩转微信？如何利用QQ空间营销？如何支付？如何快速开店赚钱……显然，你需要一个靠谱的向导。

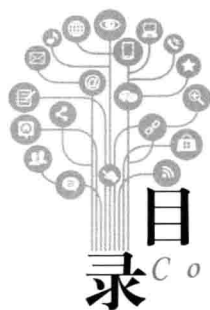
我和我在科瑞特的同事兼朋友张圣杰共同编写了此书。在编写此书的过程中，我们查阅了大量有关移动互联网电子商务的著作，并请教了数位移动互联网“大哥级”人物，这样做的目的只有一个，那就是让每一位朋友都能从书中获得实用的微店创业价值。

虽然我们很想留在每位朋友的身边，直到大家真正实现梦想，但我们的团队时间和精力有限，面对面的交谈早已远远不足以解答身边朋友的种种疑问，这也迫使我们出版了《挡不住的微店生意经：低成本微信创业全攻略》这样一本书。也就是说，我们希望为那些渴望在移动电商上做出一番事业的朋友们提供切实可行的关键信息，并且想把这些信息放在一个人们能够随手翻阅的东西里，这个东西不会受网络连接、终端电源等因素的限制，更重要的是，你还可以在上面写写画画、贴便签条或者把页码折角做标记。

《挡不住的微店生意经：低成本微信创业全攻略》汇集了所有关于微店创立和运营的最好经验与信息，只要你能认真阅读、灵活运用，必然会有所获益——至少，会让你现在的生活更美好。

祝你好运！

唐顿
科瑞特商学院院长



目 录 Contents

第一章

如何驾驭移动电商新“战场”

1.1 传统电商大势已去	002
1.2 移动电商开启新商机	004
1.3 移动电商裂变的三大方向	006
1.4 移动电商定位五部曲	008
1.5 微信悄然改变我们的生活	011
1.6 微店中的品牌定位	014
1.7 微店新思维四大法则	017
1.8 用户体验至上“时代”的来临	021
1.9 微信电商新玩法	023

第二章

“微商模式”助力创业梦

2.1 微商创业应具备的素质	028
2.1.1 积极向上的创业精神	028
2.1.2 超强的服务意识	030
2.1.3 持续不断的学习力	033
2.2 微商创业前的准备工作	037
2.2.1 选择适合你销售的货源	037
2.2.2 选择优质的品牌供应商	038
2.3 微商创业的五大误区	041
2.3.1 误区一：盲目选择产品	041
2.3.2 误区二：运营成本低、无门槛	042
2.3.3 误区三：只做熟人生意	044
2.3.4 误区四：不顾及客户的感受	046

第三章

获取精准好友的秘密

3.1 活用微信八大超赞功能	050
3.2 打造精彩的朋友圈内容	062
3.3 巧妙点赞、评论赢得好感	065
3.4 多管齐下拓宽朋友圈	068
3.5 留住微信好友的四大诀窍	072

第四章

让好友快速下单的秘诀

4.1 巧用体验产品，刺激二次消费	080
4.2 收集用户反馈，带动新消费	085
4.3 QQ空间营销，增加产品曝光率	087
4.4 朋友圈推广，提高产品成交率	098
4.5 微信群运营，培养好友忠实度	101
4.6 发掘潜在客户，激发客户成交意向	105
4.7 挖掘客户痛点，提升客户购买率	107
4.8 探秘捆绑式销售，吸引客户消费	111
4.9 多支付方式，顺利完成订单	114
4.9.1 支付方式一：微信支付	114
4.9.2 支付方式二：微信红包	119
4.9.3 支付方式三：微信转账	125
4.9.4 支付方式四：第三方微信电商	128
4.9.5 支付方式五：支付宝钱包	130

第五章

促成客户转介绍的利器

5.1 掌握核心客户数据	134
5.2 增进客户情感的绝招	137
5.3 打造让客户无法抗拒的转介绍阵法	140

第六章

让客户成为代理商的兵法

6.1 打造独特的优质产品	146
6.2 设计完美的商业模式与营销培训系统	151
6.3 营造贴心的售后服务	153

第七章

微商订单管理与售后服务系统

7.1 订单管理系统的重要性	156
7.2 订单管理系统搭建策略	157
7.3 售后服务解决方案	159

第八章

移动微商的成功案例分享

8.1 “土老板” 微信创业	162
8.2 微信卖出品牌米	165
8.3 草鸡蛋开创微信营销之路	168
8.4 “水果哥” 微信创业	170
8.5 面膜开创微商之路	172
8.6 微信开创卖菜新途径	174
8.7 朋友圈的水果“生意经”	177

第九章

教你快速开微店—— 一键开店移动电商系统

9.1 10秒让你学会开店	182
9.2 轻松装修个性化微店	185
9.3 一手掌握佣金信息	187
9.4 巧妙运用内容营销	190
9.5 快速发展微商代理	193
9.6 一键开店在好友圈中的应用方法	197
9.7 开创惊喜的购物体验	202
9.8 打造专属的优质品牌	205



挡不住的微店生意经
低成本微信创业全攻略



第一章 如何驾驭移动 电商新“战场”



1.1

传统电商大势已去

移动互联网还未兴起之前，我们讨论最多的营销话题是传统电商。继平台电商之战告一段落之后，在各大网站、各大论坛，我们经常能看到形形色色的关于电商未来、电商走势等主题的文章，其中被提及最多的话题，就是“流量为王”：拥有流量者，便能在电商这块肥肉上分得一份羹。

最近，笔者身边的一些朋友也纷纷谈及自己的电商之路，但他们向笔者提到的多是辛酸，而不是满载而归的喜悦。大家都知道，做电商，无非就两条路走：第一，搭建自己的电商平台，即自建商城，这种做法的成功机率，夸张一点说，跟中彩票的概率差不多。因为，对于一个新的购物平台，没有品牌知名度、影响力，消费者是很难到上面进行购物的；第二种，也就是我们最常见的，去淘宝开个C店，或者去开一家天猫店，资金允许的话，可以在京东、一号店等这些平台上都开一个店。如果产品适合，还可以找唯品会、聚美优品这种垂直电商网站进行合作。

在过去，只要有流量，就会有成交，而且利润转化率还不错。不幸的是，现在，天变了，流量难求，而且获取流量的成本之高，使得很多试水电商的传统企业望而却步。就拿淘宝为例，以前，随便开一家淘宝C店，只要认真去打理，赚钱并不是难事；而现在，淘宝C店的数量高达几百万家，每天逛

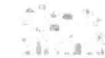


淘宝的流量又是比较局限的，可以分摊到每家店铺的流量更是微乎其微。因此，很多小卖家时常抱怨：“现在生意太难做了。”再加上现在淘宝的流量很多都倾向天猫商城，这对于中小卖家来说更是雪上加霜。



我们都知道，在天猫开一家店，靠自然优化关键词排名所得的流量是极其有限的，因此，需要卖家砸钱烧广告，花钱去购买流量。我们不妨来算一笔账：广告成本15%，人工成本15%，物流成本6%，以及给天猫的扣点5%，从这个数据中我们可以得出这样一个结论，如果毛利低于50%，店铺亏本的可能性非常大。

在如此严峻的形势下，我们将何去何从？答案就是——抓住移动互联网赋予的新机遇。



1.2

移动电商开启新商机

美国时间2014年5月22日，京东商城正式挂牌上市，成为迄今为止中国企业在美国资本市场最大规模的IPO（首次公开募股）。而紧接着京东的脚步，阿里巴巴也传出了在美国上市的消息，对于阿里巴巴的投资者来说，这完全可以称得上是一场盛宴，不过站在目前PC电商创业者的角度来看，或许，它标志着PC电商鼎盛时代的终结。一位曾在阿里巴巴担任要职的资深人士坦言：“这一波上市浪潮标志着PC互联网时代的巅峰时刻，接下来该是移动互联网的时代了”。

信息技术产业有“第一第二法则”，即行业前两名的市场份额将占到整个市场80%以上。这是在互联网主要领域都已被广泛验证的事实。如CNZZ数据统计，截至2014年7月，百度搜索（55.44%）和360搜索（27.79%）的市场份额已经占了整个中国市场的83.23%。

阿里巴巴、京东商城以及紧跟其后的唯品会，目前已经形成中国电商形式的“三国演义”，除非有高额的资本平台介入，否则其他PC平台级的电商想进入其中势必难如登天。而剩下的少数高利润品类垂直电商，如聚美优品，要么难以继续做大规模，要么将被巨头囫圇吞下。据业内人士分析，种种标志性的现象进一步表明，PC电商时代已达到巅峰时刻，未来，创业机会将向移动端大步挺近。



移动互联网刚进入大众视野的时候，相信不少人都认真思考过这个问题——移动互联网和传统互联网有什么关系？有人说，这两者毫无相似之处；也有人说，移动互联网是传统互联网的延伸。此时此刻，我们可以明确地得出这样一个结论，移动互联网正在反噬传统互联网，并成为“真正意义上的互联网”。

与此同时，各种各样的国内电商类应用在移动端迅速发展起来，移动电商逐步登上营销舞台，成为不可或缺的营销主角。在这种影响下，各大品牌也纷纷开始打造自己的移动电商平台，这不但解决了产品销售问题，同时也为品牌树立了形象。亿邦动力网CEO郑敏曾表示：“移动电子商务绝对不是当前基于PC的购物电商的一次改良，而是电子商务的又一次革命。”这一观点再次印证了PC电商尘埃落定的格局。

1.3

移动电商裂变的三大方向

移动电商目前有多种比较常见的发展方向，在这里，笔者着重为大家介绍三种。

第一种：手机淘宝 >>>>

作为原PC端淘宝店的店主，除了优化好PC端店铺的宝贝关键词、产品页面外，还要在移动端的店铺优化方面花一部分精力。因为，移动端与PC端的排名规则、展现效果是有所不同的，很多做传统电商的企业把原PC端的模式照搬到移动端，结果发现，效果并非那么理想，这其中的原因，就是忽略了移动端与PC端之间的不同因素。

第二种：自建APP >>>>

这种模式做得比较好的代表有蘑菇街、美丽说等，这些电商在PC端已经积累了一





定量的用户，这对于自建APP有良好的助力效果。但是作为新创公司，或者是没有一定用户或客户基数的企业，在发展前期，笔者不建议大家自建APP，原因是推广成本、运营成本比较高，这样容易给自身造成巨大压力。大家不妨试想一下，应用商店中有那么多APP，你凭什么能让用户去下载你的APP？你的吸引力、卖点在哪？当然，如果你有足够的经济实力以及信心，坚信可以让很多用户去下载你的APP，那么你也可以在发展初期尝试自建APP，不过在此之前，你要做好物质、心理等各方面的准备。

第三种：微信 >>> >>

其实，微信就是一个APP，只不过它是以社交属性的身份出现罢了。而这款APP的强大之处就是，你可以在上面开发你想要实现的各种功能。腾讯公司想通过微信这款产品来打造移动端的生态系统，那就得需要让更多有开发实力的个人或企业参与进来，不断完善这个系统，其公众平台上的服务号对外开放各种接口，就是给企业提供了良好的商机。如果把微信比喻成一座超级“大厦”，那么，“大厦”里面的各种“商铺”就是公众号，而你的“商铺”想怎么装修，全由你自己来决定。让人值得兴奋的一点是，每天有几亿人在整个“大厦”中进行活动，这为我们进行商业活动奠定了良好的用户基础。与自建APP相比，微信成功的几率往往更大一些。