

零成本、零费用、零门槛，轻松玩手机，月入十万不是梦
口袋购物、okwei 微店网、拍拍微店三大开店平台经验
找货源、吸引粉丝、产品推广，教你玩转微商
附赠 PPT，让您随看随学，轻松上手！



葛存山 / 著

微店赚钱羊

册通

开店 + 营销 + 推广 实战全攻略



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

葛存山 / 著

微店赚钱羊

册通

开店 + 营销 + 推广 实战全攻略

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

微店赚钱一册通：开店+营销+推广：实战全攻略 /
葛存山著. — 北京：人民邮电出版社，2015.3
ISBN 978-7-115-38530-7

I. ①微… II. ①葛… III. ①网络营销—基本知识
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第030041号

内 容 提 要

本书是一本解密微店赚钱的技巧大全。本书包括什么是微店、微店的优势、微店中的品牌定位、常见微店平台、微店卖什么商品赚钱、发布前的商品图片拍摄与处理、微店注册及设置、在微店发布并推广商品、在微店购物、在云商微店网开店、开设拍拍微店、通过微信内容获得粉丝的秘诀、用微信公共账号推广、获取精准粉丝的途径、让买家快速下单的秘诀及微店创业成功案例等内容。

本书适合想要拥有自己的微店的读者阅读，也适合已经成为微店卖家的读者参考。

-
- ◆ 著 葛存山
责任编辑 赵一轩
责任印制 张佳莹 焦志炜
- ◆ 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>
北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷
- ◆ 开本：720×960 1/16
印张：17
字数：270千字 2015年3月第1版
印数：1—4000册 2015年3月北京第1次印刷
-

定价：49.00元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316
反盗版热线：(010)81055315

前言

进入了网络信息迅速发展的 21 世纪之后，我们会发现网络给我们的生活带来了巨大的变化，网络购物也日渐火爆。与此同时，许多网店也如雨后春笋般林立与各大网站。之前做淘宝网上开店的，如今都是满载黄金而归了。企业之间的竞争已经从传统互联网转移到了手机端，人们从 PC 上解放出来，只要带上手机就可以随时随地通过移动互联网做生意，这就是微店带来的商业革命。现在很多企业都意识到了微店中存在着商机。微店正呈爆发式增长，现在很多企业正在或准备搭建自己的微店，这不是简单的跟风，而是移动互联网时代的必然趋势。据统计，自微店创建以来，短短几个月的时间，已有几千万的用户开了微店，速度真的令人惊叹啊。

微店之所以发展得如此之快，必然是有其过人之处。开微店十分方便快捷，只需要一个微信号、一个手机号和一张银行卡即可。微店是基于微信平台的网上商店，可以充分利用朋友圈的资源。利润会像滚雪球那样越滚越大，许多人靠着这棵摇钱树发财致富，在自主创业的道路上一帆风顺地走了下去。为了帮助更多的企业和个人掌握微店赚钱的技巧，我们编写了本书。

本书主要内容

如今成千上万的没有经商经验、不懂商业模式、没资金、没店面、没人脉、没经验的人都开起了微店并获取了可观的利润。还在创业路口上徘徊着的你，还在犹豫什么？赶快行动起来吧，下一个微店达人也许就是你！

本书是一本解密微店赚钱的技巧大全。本书包括什么是微店、微店的优势、微店中的品牌定位、常见微店平台、微店卖什么商品赚钱、发布前的商品图片拍摄与处理、微店注册及设置、在微店发布并推广商品、在微店购物、在云商微店网开店、开设拍拍微店、通过微信内容获得粉丝的秘诀、用微信公共账号推广、获取精准

粉丝的途径、让买家快速下单的秘诀、微店创业成功案例等内容。

本书的特色

本书主要有以下特色。

- 内容全面、权威。本书涵盖微店操作的方方面面，例如移动电商发展趋势、微店开店操作方法、吸引粉丝关注、成功案例分析等，内容全而强。
- 图文并茂，实用性强。本书配有丰富、直观的插图，带给读者良好的阅读感受，更利于读者快速掌握微店操作方法，极具实操性。
- 本书收录的都是作者在微店开设运营过程中经验积累的精华总结，涵盖了开店过程、开店平台、推广策略、案例等许多细节问题。
- 本书不空谈理论，因为看似讲得头头是道的真理，往往并不能让人知道自己该怎样去实际操作。本书结合大量真实案例为读者揭示成功的秘密，打开微信营销思维。
- 三大微店平台：书中介绍了最常见的微店平台的开店过程，包括口袋购物的微店网、okwei微店网和拍拍微店。
- 案例分析：最后通过实际的微店案例并结合相应的理论知识，帮助读者逐步掌握微店的开设技巧。

本书适合读者

本书定位为实战，适合想开微店的淘宝店主、企业白领、创业草根、在校学生、下岗职工、自由职业者、有空闲时间的人员、家庭主妇等读者阅读。

在本书编撰的过程中，得到了多家品牌企业的支持，并得到了他们给出的大量专业的建议。同时，本书也获得了多位微信营销专家的帮助，他们贡献的大量心得，使得本书在编撰时获得多次的提炼。感谢他们的无私帮助。

目录

第1章 微店会成为下一个 淘宝吗	1	2.8 云商微店网	22
1.1 中小型网店遭遇生存困境	2	第3章 微店卖什么商品赚钱··	23
1.2 移动电商开启新商机	3	3.1 网上热卖的商品	24
1.3 商家纷纷试水微信营销	5	3.2 从哪里找到好的商品	29
1.4 什么是微店	8	第4章 发布前的商品图片拍摄与 处理	45
1.5 微店有哪些优势	10	4.1 使用普通家用相机拍摄商品··	46
第2章 常见微店平台	13	4.2 商品拍摄技巧	56
2.1 口袋通	14	4.3 处理吸引人的商品图片	58
2.2 京东微店	16	第5章 微店注册及设置	65
2.3 拍拍微店	18	5.1 下载安装微店	66
2.4 中兴微品会	19	5.2 微店注册	67
2.5 开旺铺	20	5.3 快速了解微店	69
2.6 微信小店	20	5.4 设置店铺图标、店铺名称、微信 号和店铺公告	74
2.7 口袋购物的微店	21		

2 目录

5.5	怎样开通担保交易	74	收货	109	
5.6	怎样登录微店	76	7.6	卖家处理订单并发货	110
5.7	怎样让别人登录我的微店 ...	77	第 8 章	在云商微店网开店...	113
第 6 章	在微店发布并推广商品	79	8.1	微店网、供货商、微店主三者的区别和联系	114
6.1	商品的定价技巧	80	8.2	在微店网开微店收入来源 ...	115
6.2	在微店发布商品	86	8.3	开微店三大优势	116
6.3	预览商品	89	8.4	在微店网注册	117
6.4	微店网页版对商品分类	89	8.5	在微店网开店赚佣金	119
6.5	将商品发给微信好友	94	8.6	在微店网设置个人信息	123
6.6	促销管理	95	8.7	分销商管理	125
6.7	推广自己的微店	98	8.8	报名参加中国好产品	126
第 7 章	在微店购物	101	第 9 章	开设拍拍微店	129
7.1	进入卖家店铺	102	9.1	拍拍微店的优势	130
7.2	填写收件地址	104	9.2	店铺装修	133
7.3	支付费用	106	9.3	活动页管理	144
7.4	担保交易	108	9.4	拍拍微店商品管理	147
7.5	担保交易买家如何确认		9.5	拍拍微店营销管理	149

第10章 通过微信内容获得粉丝的秘诀 155

- 10.1 取个好名字 156
- 10.2 内容应该定位于服务客户 ... 159
- 10.3 解答疑问或互动游戏 161
- 10.4 微信内容从哪里寻找 162
- 10.5 怎样编制微信内容 164
- 10.6 善于“阅读原文” 166
- 10.7 写好微信内容的技巧 168

第11章 用微信公众账号推广 173

- 11.1 添加微信好友 174
- 11.2 企业号、服务号、订阅号的特点和差别 176
- 11.3 如何打造属于自己的微店公众账号 178
- 11.4 用公众号推广你的微店 ... 186
- 11.5 巧用公众号机器人推广微店... 195
- 11.6 如何让公众号推广得到最佳效果 198

第12章 获取精准粉丝的途径... 201

- 12.1 吸引粉丝的秘诀 202
- 12.2 用QQ获取精准粉丝 207
- 12.3 “扫一扫”——人尽皆知的营销法宝 211
- 12.4 轻松搞定微信朋友圈获取粉丝 215
- 12.5 动手摇一摇，摇来金钱 ... 222
- 12.6 微信漂流瓶 224
- 12.7 巧妙点赞、评论 225
- 12.8 其他粉丝激增的秘诀 226
- 12.9 玩转微信群，培养好友忠诚度 233

第13章 让买家快速下单的秘诀 235

- 13.1 买家下单达成交易的必要条件 236
- 13.2 分析买家的购买动机 237
- 13.3 处处为买家着想，用诚心打动买家 240

13.4	多虚心请教、多听听买家声音	241	13.13	怎样写描述更能吸引买家 ...	249
13.5	使用礼貌的沟通语言	241	13.14	如何让微店热卖——优先推广你的店铺	249
13.6	要有足够的耐心与热情 ...	242	13.15	提升商品点击率，让商品在 手机端脱颖而出	251
13.7	吸引和激励消费者二次 购买	242	第 14 章 微店创业成功案例 ...		255
13.8	免费体验产品，刺激二次 消费	243	14.1	微希护肤品微店	256
13.9	发掘潜在客户，激发客户成交 意向	244	14.2	潮人开微店首月进账 8 万元	259
13.10	把询问的用户变成购买的 买家	245	14.3	工程师辞职拍拍开微店，日营业 额突破 10 万	261
13.11	机不可失能对买家产生巨大 诱惑	246	14.4	特步试水微店，传统商业的新营 销时代	263
13.12	最后机会能吸引买家尽快 下单	248			

第 1 章 微店会成为下一个淘宝吗

比尔盖茨说过：“21 世纪要么电子商务，要么无商可务！”据不完全统计，目前微信的使用量已经超过 6 亿用户，因为微信的普及，短短一年多的时间，微店的发展速度迅猛。比如依靠微店销售自有品牌减肥产品的 90 后萌妹子李萌，仅仅一年就将生意做到了月销售额七八十万，净利润四五十万；仅仅几个月，前教育媒体人“哈爸”专卖儿童读物的微店，日销售额突破了 3 万 3。仿佛一夜之间，这种曾经在淘宝初期出现的励志创业故事开始重新涌现，只不过主角从淘宝换成了微店。

1.1 中小型网店遭遇生存困境

2003年5月,淘宝网成立,在其推出的一系列免费措施的吸引下,大批易趣卖家也开始进驻淘宝。在淘宝成立1年后,淘宝网交易额已经位居国内电子商务网站第一。

随后,经过几年的不断完善和升级,淘宝以全额赔付制度、便捷的支付方式以及人性化的及时沟通成为世界最大的网购平台。超高的人气指数、免费入驻以及对卖家的各种扶持政策,也使淘宝网成为一大批草根族创业的理想摇篮。一时间,大学生、下岗工人、城市白领甚至是家庭主妇纷纷在淘宝注册开店,期望在淘宝上实现自己的创业梦。

在2005年—2010年时期,淘宝处于快速发展期,网店相对来说竞争还没有那么激烈,资金投入相对也比较小,只要兢兢业业经营,通过网上开店实现致富相对来说还可以操作。近年来网店的状况又如何呢?

随着各种商家在淘宝网开店,经营内容和营销形式同质化严重的问题愈加突出,电子商务竞争越来越激烈,通过网店赚钱不是很容易。“开网店易,经营网店难”成为不少网店经营者的切身感受,2013年1月发布的《中国企业电子商务IT建设报告》显示,国内每天约有10000家网店被迫关掉。

近年来,流行在网店的“职业好评师”和“职业差评师”成为网络造假的代名词,甚至“刷信誉”成为网店经营的潜规则,这就造成了消费者对经营者的信任危机。

有些网店经营者甚至雇佣“职业好评师”刷信誉,二者捆绑成为利益共同体,共同欺骗消费者。一系列的造假行为损害了中小型网店的信誉度,也加速了它们的“死亡”。一些刷信誉的平台如图1-1所示。



图1-1 刷信誉的平台

另外，随着天猫的启动，完全免费的时代已经过去，加之竞争日益激烈，店主为吸引眼球，开始进行各种网络推广和网店“装修”，动辄上千元的推广费用也让网店新手望而生畏。随着运作的日渐成熟，淘宝、京东商城等电子商务网站对经营者推出的增值服务也越来越多，比如淘宝客、直通车、聚划算、钻石展位等，每一项的收费从数百元到几千元不等，增值服务对提高网店的影响力起到了一些积极作用，同时也提高了小网店主的经营成本。淘宝推广工具如图 1-2 所示。



图 1-2 淘宝推广工具

1.2 移动电商开启新商机

移动互联网作为一个新行业正逐渐渗透到人们的生活和工作的各个领域，手机短信、微信、移动音乐、手机游戏、手机视频等丰富多彩的移动互联网应用迅速发展，正在逐步地改变信息时代的社会生活。

截至 2014 年 6 月，我国网民人数达 6.32 亿，其中手机网民达 5.27 亿，较 2013 年年底增加 2699 万人，网民中使用手机上网的人群占比提升至 83.4%，相比

4 第1章 微店会成为下一个淘宝吗

2013年年底上升了2.4个百分点。手机网民规模继续保持稳定增长，高于其他上网设备的使用比例，这意味着手机依然是中国网民增长的主要驱动力。

手机相对电脑的技术门槛更低，是互联网向农村地区、低收入群体渗透的重要途径。在手机上网普及过程中，运营商的推动作用还将继续存在，通过网络套餐和3G、4G号码的推广宣传活动促进手机用户向手机网民用户的转换。

基于移动互联网的快速扩张，网络经济取得了飞速发展。一个具有生命力的产业应该具备商业化的能力。移动互联网相比传统互联网，具有移动化、碎片化和个性化特点，全方面贴近用户生活的各个方面，带来了商业模式上的发展和改变。

根据eMarketer的统计数据发现，2013年美国移动端的电子商务交易额达388.4亿美元，比2012年的248.1亿美元增长56.5%，预计到2017年移动商务交易额将高达1085.6亿美元，如图1-3所示。



图 1-3 美国移动端的电子商务交易额

2014 年的“双十一”网购以再创纪录的业绩落下帷幕，天猫“双十一”购物狂欢节实现 571 亿元交易额，阿里巴巴移动端成交额达到 243 亿，是去年移动交易额的 4.54 倍，占总成交额的 42.6%，刷新了全球移动电商单日成交纪录。京东当日的移动下单量占比也超过 40%，下单量是去年同期的 8 倍。

3G、4G 网络和智能手机的普及，手机上网体验的改善，电商网站不遗余力开发移动端产品，吸引消费者使用移动端购物，手机网民数量大幅增加，消费者开始形成了在移动端购物的习惯。

这些因素使得移动电子商务高速发展成为必然。2013 年，我国移动电子商务市场交易规模达到 2325 亿元，同比增长 141%，依然保持快速增长的趋势。根据前瞻对电商市场研究和未来市场发展的预测，未来我国移动电子商务市场交易规模依然将保持较高的增长速度。未来 2 ~ 3 年移动电子商务市场交易规模增速有望保持 70% 以上。

不仅是平台，商家、第三方服务商等整个电商行业都在加速转向移动互联网。移动互联网时代，电商是最早一批尝试将流量变现的行业之一，微信先是开放接口开启微信开店模式，随后自己推出微信小店；刚刚完成上市的京东进驻微信；拍拍网紧接着推出微店平台。

与此同时，资本也开始涌入该行业，2014 年 10 月份，口袋购物宣布获得 3.5 亿美元 C 轮融资，投资方包括 HCapital、老虎基金、DST 以及腾讯等，其中腾讯投资 1.45 亿美金，占股比例达 10%。

移动互联网的便携性、定位性、多元化等特点，促进新的商业模式发展；另外，其媒体属性也开始显现，营销潜力巨大。移动互联网可以使网民更及时地收到最新资讯，通过广告投放等方式，可以进行更广泛的营销。

1.3 商家纷纷试水微信营销

随着应用人群的不断拓展，不仅手机用户爱玩微信，不少商家也把微信当成销售和产品推广的营销利器。可以说，我们的生活正在因为微信而悄然发生改变。

作为移动互联网的重要入口，微信成了智能机用户的一项全民运动，随着微信公众平台功能的不断完善及技术的提升，微信营销成为企业竞相角逐的新领地。尤其对于传统商业而言，微信营销不仅为商家拓展了新的营销渠道，节约了推广成本，还增强了用户线上线下的互通体验，推动企业的发展。

现在，微信正在渗透人们生活的方方面面。同时，随着微信的流行，不少商家也开始纷纷试水微信营销。

微信营销是网络经济时代企业对营销模式的创新，是伴随着微信的火热产生的一种网络营销方式，微信不存在距离的限制，用户注册微信后，可与周围同样注册的“朋友”形成一种联系，用户订阅自己所需的信息，商家通过提供用户需要的信息，推广自己产品的点对点的营销方式，如图 1-4 所示。



图 1-4 商家提供用户需要的信息

相对互联网传统方式，微信营销在终端运营上成本开支较低，这为中小型企业的发展和转型节约了大量开支，使得企业配合营销开展运作更加顺畅，终端运营更具有快速性，低成本下的多种形式传播，为企业信息的宣传推广传播提供新平台。微商城购物如图 1-5 所示，在微信上开通的微商城购物大大降低了企业成本。

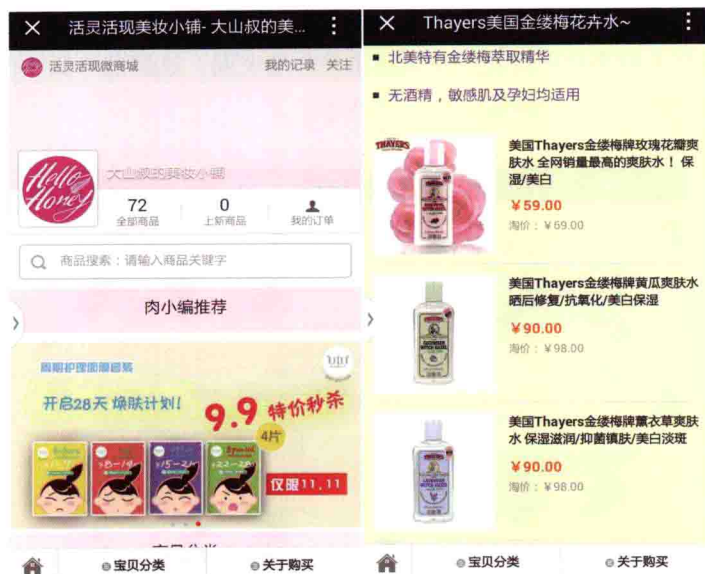


图 1-5 微商城购物

微信让营销模式低成本、高适应性、易传播，正日益受到各商家的重视，随着 80 后、90 后逐渐成为消费者主力群体，这种二维码的销售方式既方便了企业业务的推广和传播，也为用户提供了最便捷的消费通道。二维码营销如图 1-6 所示。



图 1-6 二维码营销

8 第1章 微店会成为下一个淘宝吗

微信营销的意义还在于实现自我分裂式的推广，微信推广的成功率在90%以上，其推广的目标人群来自于好友、手机通讯录和朋友圈，这些圈中的信任建立是可靠的。微信的朋友圈推广商品如图1-7所示。



图 1-7 微信的朋友圈推广商品

现在很多企业都意识到了微信中存在着商机。微信营销需求正呈爆发式增长，现在很多企业正在或准备搭建自己的微信公众平台，这不是简单的跟风，而是移动互联网时代的必然趋势。

1.4 什么是微店

过去的几十年时间，我们经历了一次又一次购物体验的重新洗牌。先是百货商场的出现，紧接着是各种大小型超市、专卖店，而现在，随着社会生活节奏加快，电子商务日趋发达，网络购物已经成了人们日常生活中必不可少的环节。

随着时代的变迁，移动互联网蓬勃发展。各种微店犹如雨后春笋般随处可见。这是一种新时代的商机，但是微店是什么？