

日接100单

手把手教你开家火爆的微店

沈超◎著



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

拥抱互联网之电子商务系列

日接100单

手把手教你开家火爆的微店



沈超◎著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

日接100单：手把手教你开家火爆的微店 / 沈超著

一 北京：人民邮电出版社，2015.1

(拥抱互联网之电子商务系列)

ISBN 978-7-115-37910-8

I. ①日… II. ①沈… 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291228号

内 容 提 要

移动互联网这一波新浪潮正在袭来，电子商务的生态将发生巨大的变化。在移动互联网环境下，开一家微店成了比在淘宝网上开店更加快捷，门槛、成本、风险更低的选择，越来越多的人开始关注微店。

本书围绕微店运营和营销这一主题，详细介绍了目前主流的微店平台及其注册和设置方法、货品选择及上架、购物流程与订单管理、粉丝营销、微店售后服务、微店运营能力及营销效果量化评估等内容，并深入分析了七个关于微店运营和营销的成功案例。本书所提供的内容能够帮助读者在最短的时间内开一家自己的微店，并成为一名优秀的店主。

本书适合想要创业的大学生、白领、全职妈妈、自由职业者以及其他想要创建微店的读者阅读。

◆ 著 沈 超

责任编辑 庞卫军

执行编辑 陈 宏

责任印制 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>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：13.5

2015年1月第1版

字数：100千字

2015年1月河北第1次印刷

定价：39.00元

读者服务热线：(010)81055656 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



前言

20年前，国美和苏宁紧紧抓住“商店时代”即将到来的机会，取得了辉煌的成就；10年前，淘宝网和京东抓住了“电商时代”即将到来的机会，奠定了它们今天的行业地位；如今，微店的出现必将改变电子商务的市场格局，拉开“移动电商时代”的大幕。

如果你在20年前错过了“商店时代”，在10年前又错过了“电商时代”，那么在今天就不应该再错过“移动电商时代”，不应该再错过微店，因为你很有可能借此机会成为引领移动互联网新经济时代的先驱。

目前，微店的发展已经进入快车道，各种微店平台也日趋完善。作为一种新兴的电子商务平台，微店最大的特点是零成本、零库存、无物流、无客服，非常适合作为大学生、全职主妇、自由职业者等缺乏启动资金的人群的创业平台。另外，对都市白领来说，利用业余时间开一家微店，也是上班、兼职两不误的最佳选择之一。

随着技术和市场的不断发展，各大微店平台也陆续为广大创业者推出了各种优惠政策。因此，微店不仅深受广大草根创业者的喜爱，也吸引了大量



供应商加入其中。微店最巧妙之处在于，它能够借助微信、微博等社交平台，借力于“粉丝营销”，轻而易举便可实现产品与顾客、店主与买家的“零距离”互动，其营销效果要比传统的网店好很多。当然，这种营销模式也在考验着店主获取粉丝和经营粉丝的能力。

开微店的门槛很低，非常适合草根创业者。只要你下载一个微店 APP，安装完成之后进行简单的注册，就可以拥有一家属于自己的微店。如果你拥有货源，就可以直接上架商品，然后通过微信、QQ、微博等社交平台对你的店铺和商品进行推广。假如你没有货源，也可以去做别的店主的分销商，通过推广他人店铺中的商品获得佣金收入，一样可以轻松赚钱。

面对微店的火爆，有的人驻足观望，有的人犹豫不决，而有的人已经在第一时间加入了创业者的行列，并成功挖到了第一桶金。其实，许多观望的人并不是不想投身其中，而是因为他们不了解微店，所以不敢贸然尝试。

我们写作本书的目的，就是希望为众多想要开微店却对之缺乏了解的人们提供一部简单易懂的操作手册和入门指南。本书内容共分为十章，详细介绍了如何开一家微店、如何运营好微店、如何开展社会化营销并成功培育一批忠诚的粉丝、如何做好售后服务，以及如何对微店的营销效果和运营能力进行量化评估。此外，书中还提供了七个完整的微店运营和营销的成功案例，并进行了深入剖析，将这些微店的成功秘诀一一展示出来，供读者借鉴、学习。

如果你想创业，就试着开一家微店吧！借助本书的帮助，你可以在最短的时间内变身为微店“达人”，实现零成本、高收益的创业梦想。我们衷心希望每一位微店店主都能在这一波移动互联网发展浪潮创造的时代机遇中，找到属于自己的成功之路。



在此要特别说明的是，本书是团队合作的成果，薛梅、王峻华、张明明、潘玉芳、王春梅、张佳通、林正琪、李金艳、陈彩月、张春梅、于建梅、刘星参与了搜集资料、制图、编写等工作，全书由沈超统撰定稿。

我们非常希望本书能给广大对微店感兴趣、想通过开微店实现创业梦想的读者带来帮助。由于写作水平有限，书中难免存在不足之处，欢迎读者提出意见、建议，或者与我们交流。

目 录

第一章 微店正逢时：选择最适合你的微店平台

如今，虽然有不少微店已经做得风生水起，但是大部分人对微店的相关情况并不是很了解，比如目前市场上有哪些平台提供开微店的服务、在这些平台上开店有哪些流程等。本章将为那些想要开微店却不知该选择哪个平台的朋友详细讲解一下相关内容，希望可以帮助大家作出最适合自己的选择。

微店网：做全天下的生意 //3

口袋购物：潮人的购物天堂 //8

中兴微品会：专注品牌特卖 //13

第二章 微店平台注册及基本设置

了解了关于微店的基本概念、应用知识以及常用的微店APP之后，相信很多怀有创业梦想的朋友早已跃跃欲试了。本章将详细、系统地介绍开微店的具体流程和操作技巧，为各位店主朋友提供参考。

开微店前的准备工作 //23

如何下载、安装微店APP //26

如何注册微店平台 //28

微店相关功能设置 //31

微店担保交易设置 //38



第五章 获取粉丝：找到每一个潜在客户

苹果手机有“果粉”、小米手机有“米粉”、哈爸微店有“哈粉”，无数类似的事实已经证明，互联网经济的本质可以说就是粉丝经济，即谁能拥有海量粉丝谁就有资本在互联网经济大潮中成为一方霸主。因此，赶快为你的小店吸引更多的粉丝吧，如果能把每一位潜在客户都变成你的粉丝，还怕你的微店没有客源吗？

根据个人兴趣给自己做好定位 //79

买家的微店购物动因 //82

打造个人品牌引来粉丝 //86

信任自己的粉丝很关键 //88

使用快递包裹增加粉丝 //90

获得粉丝的喜爱有技巧 //92

第六章 粉丝互动：让喜欢你的人爱上你的产品

对于微店店主来说，拥有粉丝不是最终目的，最终目的是要把粉丝变成你的顾客，甚至是你的分销商。而要想达成这一目标，与粉丝的互动就必不可少。互动可以拉近你与粉丝之间的距离，让粉丝从信任你这个人转化为认可你的产品，最终成为你最忠实的顾客。

互动是沟通的基础 //99

编者注和闲谈让粉丝更了解自己 //102

自定义回复让互动更有趣 //105

鼓励粉丝提供相关内容 //109

有事要互动，平时更要互动 //113

共同话题让互动更有效果 //115

如何与不同类型粉丝互动 //117



第七章 留住粉丝：培养属于你的“铁粉”

有了粉丝还不够，还要培养一批铁杆粉丝，也就是所谓的“铁粉”。无论是苹果、小米这样的大厂商，还是哈爸开的微店，都有一批忠心耿耿的“铁粉”。只要有新品推出，他们就会第一时间购买、使用、评价，他们的能量绝对不可小觑。他们还可以带动其他更多的粉丝关注你的店铺，关注你推出的商品。可以说，留住粉丝、培养“铁粉”是微店营销的重中之重。

粉丝的终身价值 //125

未能留住粉丝的几大原因 //127

留不住粉丝的后果 //129

如何才能留住粉丝 //131

第八章 售后服务：口碑才是王道，千万别做一锤子买卖

微店与实体店和网店一样，都要靠信誉来获得持续发展。信誉的取得不仅要依靠售前服务，售后服务也同样重要。做好售后服务，可以极大地提高客户的满意度和忠诚度，把新客户变成老客户，甚至帮助你获得更多的忠实客户。因此，每一位微店店主都应该特别重视售后服务，这样才能为店铺赢来好口碑和好销量。

提供完善的微店售后服务 //137

搞活动时兼顾售后口碑 //140

做好售后服务，避免纠纷 //142

处理买家抱怨的策略与技巧 //144

如何避免顾客退货 //147

售后特殊情况的处理 //150

服务分销商，保持长期有效推广 //151

第九章 精彩案例解析：像他们一样开一家成功的微店

他山之石，可以攻玉。前面介绍了很多关于微店的知识，本章将为大家介绍一些经营微店的成功案例，希望可以帮助广大微店店主找到自己的学习对象，并从中总结出一些开店经验，为己所用。

“哈爸”开微信小店，日进三万三 //157

退伍军人在微信朋友圈卖水果 //160

海外全职妈妈从零开始做微店 //163

10岁小孩微店卖画，月入千元 //167

微店卖奶让女大学生月入两万元 //169

重庆“烧白哥”的微店营销经典案例 //175

WIS护肤品微店营销成功案例 //179

第十章 量化与评估：你的微店到底赚不赚钱

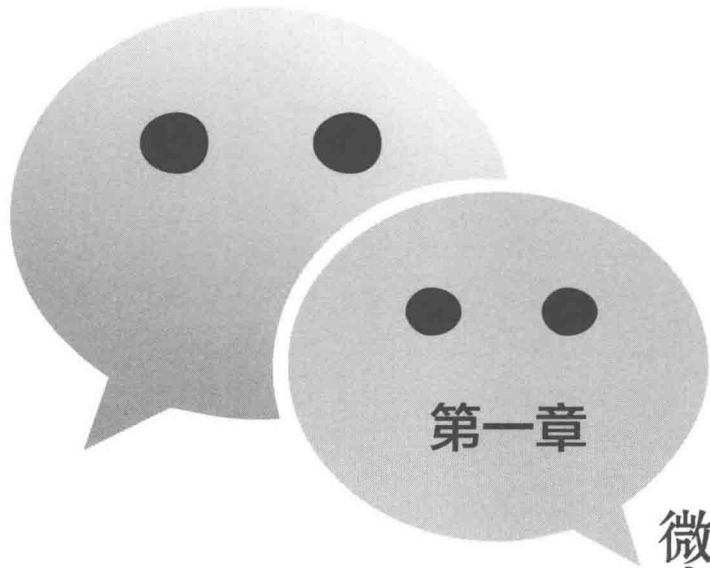
在运营微店的过程中，每天都会产生各种各样不同的数据，包括销售量、客流量以及成交金额等。这些看似毫无关联的数据，其实都是相互关联且遵循一定规律的。通过对这些数据的统计，不仅可以评估你的微店是否赚钱，更重要的是，你可以利用这些数据不断改善经营策略，让你的微店得到更好的发展。

巧用微店数据统计 //189

消息实时管理：帮你检测微店营销的成果 //193

微店营销效果评估要素 //197

微店运营能力评估标准 //199



第一章

微店正逢时：选择最适合你的微店平台

如今，虽然有不少微店已经做得风生水起，但是大部分人对微店的相关情况并不是很了解，比如目前市场上有哪些平台提供开微店的服务、在这些平台上开店有哪些流程等。本章将为那些想要开微店却不知该选择哪个平台的朋友详细讲解一下相关内容，希望可以帮助大家作出最适合自己的选择。

7 微店网：做全天下的生意

微店网由深圳市云商微店网络科技有限公司运营，它的正式上线标志着个人网商时代已经来临。作为全球第一个云推广电子商务平台，微店网可以说是云技术和传统电子商务相结合的创新产物。

在微店网上开一家属于自己的微店，既不需要像开其他网店那样投入资金，也不需要为寻找货源而烦恼，更不用自己处理物流和售后服务等问题。它是继阿里巴巴、淘宝网之后最新的电子商务模式，也是许多大学生和白领创业或兼职的首选平台。

微店网（见图 1-1）于 2013 年 8 月 28 日上线运营，仅仅一个月后，注册用户就突破了 100 万大关。到 2014 年 3 月初，这一数字已突破了 400 万。目前，微店网的用户已经超过 800 万。



图 1-1 微店网 Logo

微店网之所以受到如此推崇，主要有以下两个方面的原因。

（1）微店网的运营模式是云销售（见图 1-2），即供应商把产品发布到云端，



众多微店店主扮演的是推广和销售的角色。

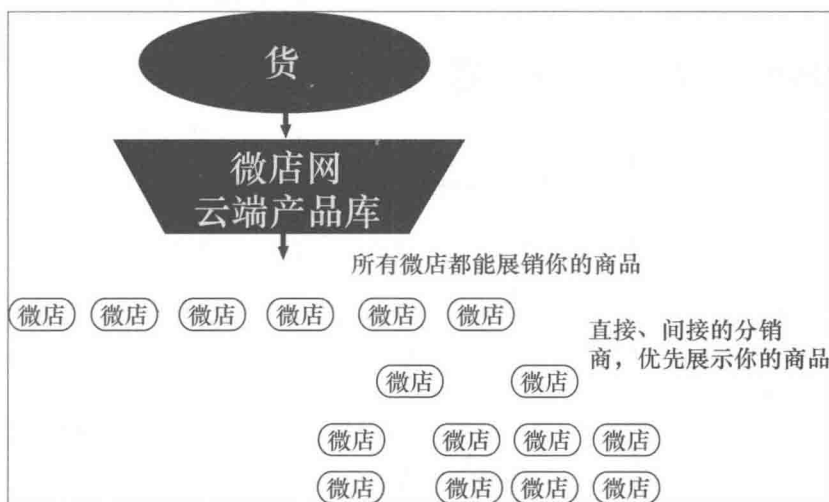


图 1-2 微店网的运营模式

(2) 消费者在某个微店下单、付款后，发货和售后服务都由背后的供应商来提供，店主即可获得推广佣金，这也是传统网商与微店网商的不同之处（见图 1-3）。

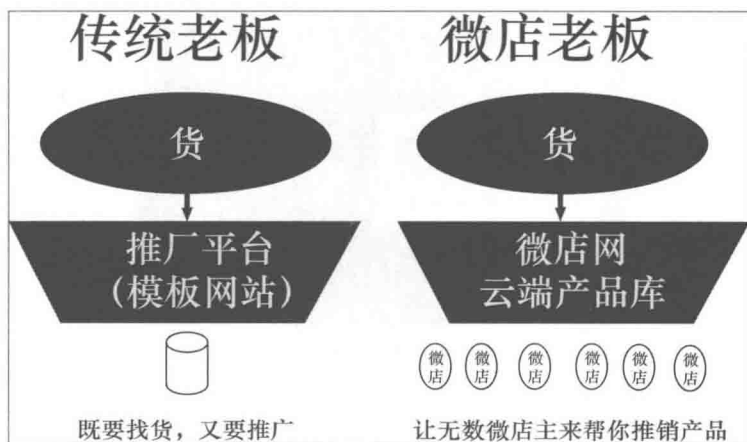


图 1-3 传统网商与微店网商对比

因此，在微店网上开一家微店，真正实现了零成本、零库存，也不需要客服以及处理物流、售后等问题。

微店网上的每件商品都标注了推广佣金（见图 1-4）。不同商品的佣金也会存在一定差异，不过，佣金有一个相对稳定的分配比例：商品交易所在的微店占 70%，微店介绍人占 30%。以图 1-4 所示商品为例，这件商品的推广佣金是 3 元，也就是说，这件商品卖出去之后，店主可以获得 2.1 元，该店铺的介绍人可以获得 0.9 元。



图 1-4 商品价格与佣金

下面，我们详细介绍一下在微店网上开微店的具体流程。

(1) 使用百度搜索关键词“微店网”，打开如图 1-5 所示的页面，单击微店网官方网站链接。



图 1-5 使用百度搜索关键词“微店网”

(2) 进入微店网主页（见图 1-6）后，可以看到红色框里的全部分类，包括衣、



食、住、行、玩、赠品区、中国好产品、供应商进驻、免费开微店、云端产品库等，你可以根据需要进一步了解相关情况。



图 1-6 微店网主页

(3) 如果你还没有注册微店网，可以直接单击微店网主页右上角的“免费注册”按钮，即可进入微店网注册页面（见图 1-7）。接下来，你需要为你的微店起个昵称，也就是店名，然后按要求填写“推荐人”“密码”“手机号”等相关信息，最后单击“注册”按钮。

(4) 完成以上步骤后，微店就注册成功了。不过，此时你还没有任何分销商。如果想让自己的微店得到推广，可以单击页面左下方的“复制内容”按钮（见图 1-8），然后将推广信息分享到 QQ、微博、微信等平台。



图 1-7 微店网注册页面



图 1-8 单击“复制内容”按钮