

百万微商

修炼笔记

如何成就金牌微商

殷一岚 康颖◎著



选对产品，选好团队，精准运营

你也能成为卓越代理商，打造金牌团队，成就千万身价！

做赚钱微商，轻而易举！

**错过微商，你错过的不仅是财富，更是机遇！
从微商小白到金牌微商，你只有一步之遥！**



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

百万微商修炼笔记： 如何成就金牌微商

殷一岚 康颖◎著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目（C I P）数据

百万微商修炼笔记：如何成就金牌微商 / 殷一岚，
康颖著. — 北京：人民邮电出版社，2018.2 (2018.6 重印)
ISBN 978-7-115-47718-7

I. ①百… II. ①殷… ②康… III. ①网络营销
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第002901号

内 容 提 要

移动互联网时代，智能手机改变了人们的生活方式和商业模式。顺势而起的微商，成为未来商业爆发的下一个趋势！未来，微商定会抢占海量市场，成为商业模式的主流之一。现在错过微商，你错过的将不只是财富，还有未来的机遇。

本书从微商发展大势讲起，从微商如何摆正心态，选产品，选团队，加好友、引流，获得客户信赖，轻松卖货，招代理，做好产品服务，构建微商品牌，成就自我等方面，全面讲述微商新手成为金牌微商的方法与技巧。

书中案例均为真实微商案例，操作方法均为百万级代理的真实实践干货，即使零基础起步的你，也能轻松做好微商，成就自我人生！做微商也是成就人生的过程，本书既有方法，也有情怀，在教你如何做微商的同时，更教你如何成就自我，成就人生！

-
- ◆ 著 殷一岚 康 颖
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>
北京虎彩文化传播有限公司印刷
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：14.5 2018 年 2 月第 1 版
字数：288 千字 2018 年 6 月北京第 2 次印刷
-

定价：59.80 元

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：京东工商广登字 20170147 号

移动互联网时代，人们的生活方式和商业模式被彻底改变。微商顺势而来，建立在个人相互连接的社交网络基础上，并演变为商业爆发的大趋势。未来，微商注定要登上商业模式的主流舞台，抢占大量消费市场。关注微商、研究微商，正是对财富与机会的把握。

众所周知，微商发展至今日，比拼的不再是单一的个人能力。毕竟，个人再强也无法与品牌的力量相比。同样，金牌微商团队之所以卓尔不群，也并非仅仅依靠少数能力突出的成员，而是充分调动了从老到新所有成员的力量，使每个人在集体中都能获得成长的动力和成功的喜悦。

无疑，这样的金牌微商团队，其建设和运营并非一朝一夕之事，需要独到的理念、成熟的思维、坚持的付出、科学的方法，既离不开日复一日的实战磨砺，也离不开坐而论道的研讨推演。正是在如此大环境下，本书应运而生，旨在基于广大微商从业者的现实需要，为金牌微商团队的成熟提供丰富的理论和实战营养。

从内容上看，本书着眼于微商新人如何打造团队，在激烈的市场竞争中领先，并由此成就个人和团队的事业。本书既深入细致，又重点明确，开篇以战略性眼光，分析微商发展趋势，帮助微商创业团队摆正心态、调整眼光；随后结合实例，具体分析如何选产品、建团队，如何加好友、引流量，如何打造客户的信赖关系，如何在实战中轻松卖货、管理团队、做好产品服务；最后，本书还系统性地讲述了微商如何构建品牌，进而成就自我等内容。

从实用的角度来看，本书所选用的案例完全来自真实微商团队的实操经典，其中的方法均为百万级别团队所提供的“干货”；从理论角度看，本书作者运用自身从事微商多年的领袖眼光，对每个案例进行剖析分解、引申方法，所展示的理念既简明扼要，又精彩纷呈。语言上，本书也一改同类书的枯燥、繁杂，避免陷入单纯理论的怪圈，以充满情怀的文字力量，帮助读者从感性和理性的不同角度出发，去全面认识和了解金牌微商团队，让读者能够设身处地融入其中，进而获取优秀者所特有的品质与能力。

阅读本书，可以帮助微商学习掌握团队建设、运营和激励等诸多方法，更可以帮助团队进一步了解提高团队人员素质、经营绩效的技巧。本书将具体实践同书中理论相结合，能够帮助微商团队的领导者免除管理效率低下的烦忧，并由此起步，实现从优秀个人到金牌团队的飞跃。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。读者不可能仅凭本书就深谙微商金牌团队的修炼之道，但可以将本书看作登堂入室的向导，从本书生动精彩的案例、观点和方法中，汲取不断进步的勇气和力量。

成就金牌微商不是梦

有人说，记忆是人生中的最大财富。是记忆，让人类感受到友情的可贵、爱情的真挚、家庭的温暖、事业的荣耀；是记忆，让人类看见自然的壮丽、孩子的可爱、微笑的甜蜜、世界的美丽；是记忆，让那些有共同理想和追求的人走到一起，并肩努力奋斗，从不会退缩畏惧……

今天，作为知名微商企业的创始人，我们可以算得上事业有成，共同管理着一家年利润不错、团队人数过万的大型微商企业。事务繁忙，经常让我们各自忙碌到深夜，像以前那样长谈的时间似乎变少了，然而，在我们的共同记忆中，却从来缺少不了乳胶这种东西。

记得那年，一个偶然的机会，我们在泰国相互认识，并开始共同深入探讨和了解当地的特色产品、商业模式。或许是命运的安排，我们很快彼此发现，对方都是热爱生活的人，具有追求改变的性格，都对睡眠健康事业有着浓厚的兴趣。正是在这样的前提下，Skytex 这个乳胶品牌走进了我们的视野。

Skytex 是泰国具有悠久历史的乳胶品牌，从创立之初，品牌旗下的所有产品就采用了先进的生产工艺和严格的质量保证体系。优质的原材料，悉心的服务体系，更进一步保证了每一款产品的高端品质。正因如此，在热门旅游点附近总是能看到争相购买该产品的中国游客。

目睹这一场景，一个强烈的念头几乎同时闯进我们的脑海：这样好的产品，为什么只能在泰国买到？为什么没有人将它带到国内？

这个念头一旦产生，就再也挥之不去。感谢时代的机遇，也感谢移动互联网技术的迅猛发展，我们很快着手，利用刚刚兴起的微商商业模式，将 Skytex 产品引进到了国内。创业之初，我们想到的并不是挣钱，而是用满腔的热情去做好一件事——推动健康睡眠生活方式。为此，我们将每一款产品介绍给身边的亲朋好友

友，期盼着他们能够通过 Skytex 体验到更加美好的人生。

有心人，天不负。短短数年中，Skytex 不仅成为了许多人难以割舍的枕上情缘，更成为几十个微商团队、上千名成员的梦想寄托。一路走来，有欢笑，也有泪水；有付出，也有回报；有过客户的误解、成员的牢骚，但更多的是化解误会之后的欢乐、解决问题之后的感恩。Skytex 帮助的不仅是无数终端客户，也让许多原本两手空空、毫无资源的普通人，通过自己的勤劳和智慧，获得了财务自由与情感充实的生活体验，步入了之前从未想过的美好人生。也正是在他们的集体支撑之下，Skytex 从默默无闻的引进品牌，孕育出市场上颇具影响力的众多微商金牌团队！

这一路，我们既是参与者，也是见证人。我们看到过成员们如何从茫然无知的新手，成长为强大的带头人；我们看到过全职太太、大学刚毕业的女生等弱势女性们，如何在团队中不断磨砺成长，直到成熟；我们也看到过一个一个微商团队如何从无到有、从小到大，如雨后春笋般充满着新鲜灵动的生命活力，唱响了新时代商业女性的赞歌！

正是这一切，使我们内心充溢着力量，我们想要通过一本小书，将这样的力量表达与分享。不仅分享给我们事业的伙伴，更希望能让每个陌生人由衷体会到微商的强大力量。

就这样，在繁忙紧张的工作之余，我们埋头于整理资料、搜集故事中，无数闪光的念头，像沙海中的金子一般，在脑中迸发，任由键盘的敲打，凝聚成面前的文字……

经过长达半年的写作、整理和修改，这本书几易其稿，终于得以问世。其实，这本书的诞生，又何止是我们个人的努力。它所包含的一切，正是每个 Skytex 人所拥有的宝贵记忆！请亲爱的读者翻开本书，和我们共同走到那些百万金牌团队的记忆中，领略属于这个时代的微商人物的风采吧！

殷一岚

康颖

目录

< MULU >

第1章

做微商，成就现在也成就未来

- 1.1 错过微商，你就错过了财富金矿..... 2
- 1.2 创业，微商是条捷径..... 5
- 1.3 微商不是坑蒙拐骗，要踏踏实实..... 8
- 1.4 做微商，我的自由我做主..... 10
- 1.5 微商是条修行路，浮躁不得..... 11

第2章

选对产品，微商就成功了一半

- 2.1 选真品与正品，质量永远最重要..... 15
 - 2.1.1 质量决定信任关系..... 15
 - 2.1.2 质量决定市场竞争力..... 16
 - 2.1.3 挑选正品的 5 个绝招..... 17
- 2.2 自己疯狂喜欢的产品才最好..... 20
 - 2.2.1 产品应该是你生活形象的一部分..... 21
 - 2.2.2 如何判断产品的“上瘾”特性..... 22
 - 2.2.3 产品应该能点燃营销的热情..... 22
 - 2.2.4 如何跳出“只赚钱”的思维陷阱..... 24

2.3	亲身体验是产品最具说服力的口碑.....	25
2.3.1	如何对产品知根知底.....	26
2.3.2	体验产品的重点.....	28
2.3.3	产品体验的特殊策略.....	29
2.4	精准定位产品，别把自己搞成杂货铺子.....	30
2.4.1	善于细分产品与用户.....	31
2.4.2	如何精确定位产品.....	32
2.4.3	如何以物流来定位产品.....	34
2.5	选品牌：好品牌是最佳代言人.....	35
2.5.1	看上级的实力.....	35
2.5.2	看品牌的知名度和美誉度.....	37
2.5.3	看品牌授权文件.....	38

第3章

选好团队，和什么人在一起就有什么结果

3.1	团队领导是向导，事半功倍少不了.....	41
3.1.1	管理者应该具备的3大能力.....	42
3.1.2	领导者需要具备的销售技巧.....	43
3.2	你的直接领导决定你发展的高度.....	44
3.2.1	领导者的思路.....	45
3.2.2	领导者的培训.....	47
3.2.3	领导者具备的“硬件”.....	47
3.3	完善的培训制度与教育系统是保障.....	49
3.3.1	好的培训机制让微商事半功倍.....	49
3.3.2	优秀微商团队领导者的内训笔记.....	52
3.4	团队正能量是你坚持下去的良药.....	55
3.4.1	积极进取的阳光能量.....	55
3.4.2	领导者以身作则的正能量.....	56

3.4.3	团队中的意见大咖.....	57
3.4.4	团队目标很重要.....	59
3.5	不盲目囤货，不独担风险的团队才是好团队.....	60
3.5.1	囤货到底好不好.....	60
3.5.2	交不交押金.....	61
3.5.3	如何承担风险.....	62
3.6	利润分配制度决定团队能走多远.....	63
3.6.1	业绩与利润分配.....	64
3.6.2	工作难度与利润分配.....	65
3.6.3	特殊贡献与利润分配.....	65

第4章

引流：精准定位，疯狂吸粉，做个微网红

4.1	加一千个路人不如加一个精准客户.....	67
4.1.1	引流无定法.....	67
4.1.2	引流要对潜在用户进行画像.....	69
4.1.3	引流的“隔离”法.....	70
4.1.4	引流与产品定位.....	71
4.2	要熟知人性，找到引流的“藤”.....	71
4.2.1	引流的藤——钱.....	72
4.2.2	引流的藤——人性.....	73
4.2.3	引流的藤——学习.....	73
4.3	装修朋友圈，传播正能量.....	74
4.3.1	朋友圈系统化规划.....	74
4.3.2	朋友圈内容及发布秘密.....	76
4.4	活跃微信群，做个好教练.....	78
4.4.1	教练式引流的优势.....	78
4.4.2	教练引流法秘诀.....	80

4.5	“借塘打鱼”与“自建流量池塘”	81
4.5.1	如何准备“鱼饵”	81
4.5.2	如何找到线上“鱼塘”	82
4.5.3	如何找到线下“鱼塘”	83
4.5.4	借塘与建塘	84
4.6	个性化包装自己，做大咖，做网红.....	85
4.6.1	网红与大咖能自带流量	85
4.6.2	如何个性化包装自己	86
4.6.3	网红与大咖引流的原则	88
4.7	全渠道引流，多平台沉淀	89
4.7.1	百度系引流秘诀	89
4.7.2	腾讯系引流秘诀	90
4.7.3	其他平台引流秘诀	91

第5章

打造信任感，诚信微商很重要

5.1	要让别人相信，先让自己可信	94
5.1.1	信任迁移法	94
5.1.2	沟通中不可急功近利	95
5.1.3	沟通的黄金步骤	96
5.2	让客户觉得你的产品好到极致	98
5.2.1	附加值法	98
5.2.2	描述法	99
5.2.3	比喻法	99
5.2.4	故事法	100
5.2.5	对比法	100
5.3	耐心沟通，悉心售后，和客户做朋友	101
5.3.1	如何发现客户需要什么	101

5.3.2	如何做全面而持续的售后服务	103
5.4	全方位展现优势，打造权威感	105
5.4.1	极具吸引力的文案	105
5.4.2	专业形象	106
5.4.3	专属的知识体系	106
5.5	善于造势，热卖感营造信任氛围	107
5.5.1	客户口碑	108
5.5.2	明星效应	109

第6章

生意好不好，关键看成交

6.1	如何设计自己的成交说话技巧	112
6.2	快速成交的 5 个大招	115
6.2.1	心理暗示法	115
6.2.2	优劣势对比成交法	116
6.2.3	打开心结法	117
6.2.4	对抗“价格拖延”	118
6.2.5	情境成交法	118
6.3	成交促单的 6 个技巧	119
6.3.1	主动总结法	119
6.3.2	选择法	120
6.3.3	示弱法	121
6.3.4	优惠回馈法	121
6.3.5	激将法	122
6.3.6	引导客户说“是”	123
6.4	成交中新客户与老客户的管理	125
6.4.1	成交中如何管理新客户	125
6.4.2	老客户管理的秘诀	128

6.5	营造客户参与感，形成客户链.....	130
6.5.1	打造极具吸引力的沟通空间	131
6.5.2	打造客户链之体验分享	132
6.5.3	打造客户链之奖励客户	133
6.5.4	打造客户链之参与途径	133

第7章

搞不定团队成员，你只能一个人干到死

7.1	让团队成员充分相信，团队才能做大.....	137
7.1.1	个人形象塑造秘诀.....	137
7.1.2	如何打造专业性.....	139
7.1.3	如何打造团队共同点	140
7.1.4	如何展现诚意	141
7.2	吸纳精英加入，营造团队权威感.....	142
7.2.1	微商如何进行人才储备	142
7.2.2	微商团队成长策略.....	143
7.2.3	团队精英的能力类型.....	145
7.3	壮大团队，教育先行.....	146
7.3.1	每天检查朋友圈.....	146
7.3.2	表扬成员固定化.....	147
7.3.3	会议固定化	148
7.3.4	假扮成“神秘顾客”	148
7.3.5	关爱固定化	149
7.4	持续不断激励团队成员，成为合格教练.....	150
7.4.1	物质激励秘诀	150
7.4.2	精神激励秘诀	152
7.5	打造系统，自动运转，大家一起赚钱.....	154
7.5.1	授权功能	155

7.5.2	一键发货	155
7.5.3	控制价格和防止窜货	156
7.5.4	防假货功能	156
7.5.5	订单管理功能	157
7.6	成为团队成员的精神支柱，一起圆梦	157
7.6.1	目标设定	158
7.6.2	目标及愿景激励	159

第8章

搞好客户服务，不做一锤子买卖

8.1	团队成员也是客户，善待你的团队成员	162
8.1.1	围绕成员需求设定目标	163
8.1.2	打造良好的服务环境	164
8.1.3	对团队成员进行客户分类服务	164
8.2	赞美客户，留住客户，增加复购率	166
8.2.1	赞美要彰显诚意	166
8.2.2	如何赞美男性	167
8.2.3	如何赞美女性	169
8.2.4	如何赞美同行	169
8.3	及时解答提问，多揽责任，把服务做到极致	170
8.3.1	品牌问题如何回答	171
8.3.2	品质问题如何回答	171
8.3.3	价格问题如何回答	172
8.4	细节感动客户：客户回馈的8个窍门	174
8.4.1	谈论工作追求	176
8.4.2	谈论家庭	176
8.4.3	谈论客户的兴趣	177
8.4.4	结合环境了解需求	177

8.4.5	回馈方案	178
8.4.6	回馈与产品推荐	179
8.4.7	回馈与客户链	179
8.4.8	回馈与品牌宣传	180

第9章

塑造品牌：没有品牌你永远是个卖货的

9.1	品牌才是微商极具价值的资产	182
9.1.1	个人美誉度打造	183
9.1.2	产品形象打造	184
9.2	品牌创意与形象设计的 5 个关键	185
9.2.1	品牌应该“有用”	186
9.2.2	品牌应该“有趣”	187
9.2.3	品牌应该“有爱”	188
9.2.4	品牌应该“有型”	189
9.2.5	品牌应该“有力”	190
9.3	品牌故事讲得好，客户少不了	191
9.3.1	独特性	193
9.3.2	曲折性	193
9.3.3	升华	193
9.4	品牌场景与品牌传播渠道	195
9.4.1	场景化体验打造	195
9.4.2	如何以场景推动传播	197

第10章

借势造势，趋势才是最大的红利

10.1	微商是未来最具价值的商业模式之一.....	200
10.2	选好趋势产品，微商能裂变.....	202
10.3	借势大咖与明星团队，你能少走弯路.....	205
10.4	为产品和团队造势的大招.....	208
10.5	相信自己，相信团队，微商才能赚钱.....	212
10.6	今天的努力是为了明天过得更好.....	214



第1章

做微商，成就现在 也成就未来

- 1.1 错过微商，你就错过了财富金矿
- 1.2 创业，微商是条捷径
- 1.3 微商不是坑蒙拐骗，要踏踏实实
- 1.4 做微商，我的自由我做主
- 1.5 微商是条修行路，浮躁不得