

微商 赚钱

108个门道

刘瑞军◎编著

轻松做微商,巧妙去赚钱

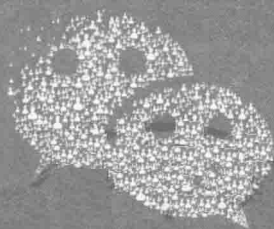
做微商赚钱吗?

微商做什么最赚钱? 微商怎么做才赚钱?



成都时代出版社
CHENGDU TIMES PRESS

微商 赚钱 108个门道



图书在版编目 (C I P) 数据

微商赚钱 108 个门道 / 刘瑞军编著. — 成都: 成都时代出版社, 2017.3

ISBN 978-7-5464-1804-9

I. ①微… II. ①刘… III. ①网络营销

IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 066445 号

微商赚钱 108 个门道

WEISHANG ZHUANQIAN 108 GE MENDAO

刘瑞军 编著

-
- | | |
|-------|--|
| 出 品 人 | 石碧川 |
| 责任编辑 | 樊思岐 |
| 责任校对 | 李 航 |
| 装帧设计 | 别有天地 |
| 责任印制 | 干燕飞 |
| 出版发行 | 成都时代出版社 |
| 电 话 | (028) 86618667 (编辑部)
(028) 86615250 (发行部) |
| 网 址 | www.chengdusd.com |
| 印 刷 | 三河市祥达印刷包装有限公司 |
| 规 格 | 710mm×1000mm 1/16 |
| 印 张 | 17 |
| 字 数 | 200 千字 |
| 版 次 | 2017 年 6 月第 1 版 |
| 印 次 | 2017 年 6 月第 1 次印刷 |
| 印 数 | 1-8000 |
| 书 号 | ISBN 978-7-5464-1804-9 |
| 定 价 | 36.80 元 |
-



著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话 0316-3656589



随着移动互联网技术的发展和自媒体平台兴起，微商如雨后春笋一般得到了蓬勃的发展。这一新的商业模式，在时代进步的客观呼唤下，找到了适合自己生存的土壤和空间，并被越来越多的人所关注重视。于是，更多的自由职业者或因为好奇，或为了追赶潮流，抑或为了挣一份额外的收入，纷纷从观望到行动，义无反顾地加入微商的大军之中。这一现象在我们的微信朋友圈中也得到了充分的验证，各种产品的微营销在朋友圈中随处可见，并被人们称为“微商现象”。

但微商自身的发展也经历了一个风雨波折的过程，从勃然兴起到一段时间的低迷徘徊，如潮起潮落般的起起伏伏，绷紧了每一个微商从业者的神经，以至于在低谷时期，有人怀疑微商之路能否持续稳定地走下去，最初的信心和热情遭受了一定程度的打击，犹豫、彷徨、悲观以及失望的情绪曾萦绕在无数微商从业者的心头。

不可否认，微商的快速兴起，在无数人加入的最初，由于



盲目和跟风，也因为个人对微商运转方式的模糊认识，曾有过乱象纷呈的阶段。然而正如一句古诗所形容的那样，“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”，作为一种新型的商业模式，在其最初兴起的阶段，有人黯然退出，有人则一往无前地继续坚持，其所经历的波折和遭受的怀疑是再正常不过的事情，正所谓“斫残万石须求玉，淘尽群沙始得金”。在时代浪潮的冲击洗礼下，微商依然以其自身的内在规律稳健运行，并不因为人的自我意志而有所转移和改变。

所以，如果想要从事微商，就必须认清这一商业模式的本质特征，根据运作规律开展营销工作，并坚定不移地走下去。

有些人觉得微商能赚钱，有些人觉得微商赚不了钱，那么，做微商到底能不能赚钱呢？这个不是由一两个人说了算，而是要看社会的潮流与需求。就目前社会发展的需求来说，微商是有前景的，做微商是可以赚钱的，但如何做才能赚钱呢？本书便是从这个角度出发，直击微商要诀，挖掘分析微商赚钱的一些关键，来和做微商的朋友们一起探讨微商赚钱之道。

目录

CONTENTS



第一章 思维决定财富——微商赢在思维

1. 端正微商思想 / 2
2. 信任思维：有信任，才会有成交 / 4
3. 碎片思维：占领消费者的碎片时间 / 6
4. 播传思维：让信息自动流传 / 9
5. 产品思维：品味虽贵，必不敢减物力 / 11
6. 迭代思维：不要只种一棵树 / 13
7. 钢丝思维：你需要的不仅是“粉丝”，还有“钢丝” / 16
8. 社群思维：物以类聚，人以群分 / 18
9. 参与思维：有参与，才能有销售 / 20
10. 裂变思维：裂变！裂变！再裂变！ / 22
11. 社交思维：懂社交，才会懂赚钱 / 24

第二章 方式决定出路——微商代理与分销策略

12. 微商海外代购 / 28



- 13. 微商友情代购 / 30
- 14. 微商代理七大模式 / 32
- 15. 微商代理赚钱六大法则 / 34
- 16. 微商招代理的八大技巧 / 36
- 17. 微商分销，激活用户 / 38
- 18. 微商代理误区 / 40
- 19. 微商分销层级设置 / 42
- 20. 新手微商如何选择团队 / 44
- 21. 微商社会化分销 / 46
- 22. 微商分销的核心：不囤货 / 48
- 23. 微商代理管理技巧 / 50

第三章 沟通决定效率——有效的沟通胜于雄辩

- 24. 会卖货的微商才是好微商 / 54
- 25. 好产品是有故事的 / 56
- 26. 引导客户去思考 / 58
- 27. 让产品特色去说话 / 61
- 28. 价格不是问题，问题是客户需求 / 63
- 29. 最有效的沟通是“换位” / 66
- 30. 微商开场要善用“热词” / 68
- 31. 微商客户异议处理技巧 / 70
- 32. 聊天式销售八大技巧 / 72
- 33. 恰当地亮出产品优势 / 75
- 34. 有效晒出你的客户见证 / 77



- 35. 有了新客户，别忘老客户 / 79
- 36. 如何化解客户不合理的要求 / 81

第四章 产品决定前景——选对产品赚大钱

- 37. 产品质量是做好微商的前提 / 84
- 38. 市场需求是产品畅销的基础 / 86
- 39. 品牌影响力是做好微商的助力 / 88
- 40. 产品的利润率与复购率 / 90
- 41. 根据你的人脉特点定产品 / 92
- 42. 选择产品勿跟风 / 94
- 43. 有差异化的产品才是好产品 / 97
- 44. 消费能力决定产品价位 / 99
- 45. 微商产品选择四忌 / 101
- 46. 微商新手产品选择技巧 / 103
- 47. 微商常见产品分析 / 106

第五章 粉丝决定发展——粉丝质量决定赚钱质量

- 48. 粉丝就是你的“上帝” / 110
- 49. 微商粉丝质量比数量更重要 / 112
- 50. 时不时地给粉丝一个惊喜 / 114
- 51. 一切以粉丝为中心 / 116
- 52. 微商以与粉丝共赢为原则 / 119
- 53. 微商粉丝锁定战略 / 121



- 54. “钢丝” 的五大价值 / 123
- 55. “钢丝” 都是 “炼” 出来的 / 126

第六章 传播决定成长——传播速度决定赚钱速度

- 56. 重传播，你就是核心 / 130
- 57. 先传播，再去想如何赚钱 / 132
- 58. 微商传播三大要点 / 134
- 59. 实时直播，更有说服力 / 137
- 60. 让粉丝帮你传播 / 139
- 61. 定位，找到自己的位置 / 142
- 62. 文案，用文字打动对方 / 144
- 63. 语音，用声音征服粉丝 / 146
- 64. 视频，用画面体现价值 / 149
- 65. 线上，贴吧、QQ 群、论坛 / 151
- 66. 线下，活动、商家合作 / 153
- 67. 微商推广常犯的几种错误 / 156

第七章 互动决定热度——微商互动活跃策略

- 68. 成交在互动中产生 / 160
- 69. 促销活动互动模式 / 162
- 70. 红包互动模式 / 164
- 71. 节假日互动模式 / 167
- 72. 信息分享互动模式 / 169



- 73. 娱乐性互动模式 / 171
- 74. 转发点赞互动模式 / 174
- 75. 情感互动模式 / 176
- 76. 话题互动模式 / 178

第八章 技巧决定成交——有策略才会有成交

- 77. 微商新手第一单成交技巧 / 182
- 78. 微商成交三原则 / 184
- 79. 客户转化五大要素 / 186
- 80. 产品利润最大化六大策略 / 189
- 81. 微商成交的核心 / 192
- 82. 转介绍成交六大策略 / 194
- 83. 广告推广成交六大要素 / 196
- 84. 微商成交邀约话术 / 198
- 85. 客户说“考虑”时的成交技巧 / 200
- 86. 客户“嫌贵”时的成交技巧 / 203
- 87. 客户要求“再便宜些”时的成交技巧 / 205
- 88. 客户说“不需要”时的成交技巧 / 208
- 89. 客户沉默时的成交技巧 / 210

第九章 要点决定成败——微商赚钱的八大法则

- 90. 微商平台定位要准确 / 214
- 91. 微商客户群体要明确 / 216



- 92. 微商创新元素要伴随 / 218
- 93. 微商竞争要显示优势 / 221
- 94. 借助微商大数据来分析 / 224
- 95. 平台运作要抓住细节 / 226
- 96. 微商“4321法则” / 228
- 97. 做好微商售后服务 / 230

第十章 行业决定细节——不同行业微商的赚钱门道

- 98. 化妆品、美容类 / 234
- 99. 医疗保健养生类 / 236
- 100. 奢侈品类 / 238
- 101. 食品类 / 240
- 102. 定制类 / 242
- 103. 生活类 / 244
- 104. 服饰类 / 246
- 105. 教育类 / 248
- 106. 金融类 / 250
- 107. 服务类 / 252
- 108. 机械制造类 / 254

友人后记

- 我与自媒体的缘分 / 256

第一章

思维决定财富 ——微商赢在思维





1. 端正微商思想



微商心语

做微商，端正思想是第一步。思想正确了，信心才会强大起来，方向也会更加明确。

近年来，随着自媒体的兴起，微商这一新型商业营销模式也如雨后春笋一般悄然勃发，成为影响人们日常生活的一个重要方面，越来越多的人也由此逐步认识和了解微商。但每一次新兴事物的出现，总会伴随有这样或那样的不同声音，也在一定程度上影响了关注微商或从事微商人员的心态。需要我们清醒看到的是，只有“百家争鸣”，才会有事物的发展和前进，所以，做微商首先要端正自我的思想。

微商是骗人的吗？

答案自然是否定的，微商当然不是骗人的，原因不难理解。

其一，微商只是商业模式的一种，或者是商业模式的一种变型。所以无论名称如何称呼，它的一切经济活动依然限定在商业领域的范围之内，符合商业发展的趋势和规律要求。观看“微商”二字的组合，“微”在前，“商”在后，“微”只是对其规模、类型的概念化定义，而“商”则是对其性质的一种界定。从实质上讲，微商依然是一类商业形



态，只不过由于其面世的时间还不长，人们还未能全面了解和认识其“庐山真面目”，出现各种争议声音也很正常；但总有真相大白的一天，当争议“水落石出”之后，人们剩下的就是欢迎和期待了。

其二，微商的出现和蔚然成风，是时代发展的必然要求。互联网技术突飞猛进，新媒体层出不穷，这些社会变革反映到商业形态上，必然呼唤一种新的商业模式能够和其相对应，以适应民众物质生活方面的现实需要。而微商正是在这一时代大背景下产生的，是社会经济发展前进过程中的客观产物，既然它符合了经济规律的内在要求，又怎么能够说它是骗人的呢？那些动不动就对新生事物持怀疑态度的人，只是在面对不熟悉事物时候的一种自然心理反应，适应之后疑虑就会得到有效的消除。

明白了微商出现的正当性和必然性，也许有人还会提出疑问，微商作为商业模式的一种，能否像其他商业形态一样，给从事这一行业的人士带来丰厚的回报呢？

对于这些人士的疑问，我们依然以无比肯定的态度来回答：微商当然能够赚到可观的利润。

首先，微商的出现，无形中显著促进了商业效率的提升，因为观看一种商业模式能否有利润，关键一环就是观察其商业效率如何。落后且效率低下的商业模式，是对从事商业活动人士精力和金钱的一大浪费，很多行为都是无效劳动，所以赚不到钱也很正常。而微商直接打通商品和消费者的多道“界限”，宣传、买卖、流通各个环节一步到位，商业效率提升了，利润也就滚滚而来了。

其次，微商作为一种社群经济，在这样一个圈子内，潜在客户都



有着共同的爱好和兴趣，买卖双方之间的信任关系非常牢固。显然处在这种和谐的氛围之中，彼此的沟通交流就有了强大坚实的心理基础，推介宣传也有了明确清晰的目标客户群，再加上快捷便利的销售渠道，获得丰厚的利润回报也是显而易见的。

2. 信任思维：有信任，才会有成交



微商心语

以信任立身，以信誉立德，做产品也是做人品。打造坚实的信任基础，微商工作自然能够全盘搞活。

信任是人际交往过程中一条重要法则，正如古语所说的那样，“言而无信，不知其可”。一个人连最基本的诚信都做不到，那么这个人的品行和做事背后的动机都值得人们高度怀疑了。

做人如此，做事也是如此，信任法则无处不在、无时不在。具体到我们微商上面，没有信任就不会有微商的生存之地，这一条法则已然成为绝大多数微商从业者恒定不变的信条。“信誉”两字价值千金，微商所代言的产品因信誉而获得广泛的美誉度，在激烈的商业模式竞争中获取了重要的一席之地。

从另一方面看，虽然商业的本质是获取合理的利润，但获取利润的前提必然是要建立起一条和目标客户群沟通顺畅的通道，而沟通顺



畅的基础就是信任。没有信任，就无法完成产品的有效销售，即使偶尔依靠欺骗将产品销售出去，也难以获得长久的生存，没有信任的商业活动只能是死路一条。

再者就是微商作为一种社群经济，在这样的一个圈子之内，目标客户群要么是熟人或朋友，要么是所代言产品的粉丝，正因为有了这样一个良好的情感基础，所以产品的销售工作才能够水到渠成，无比通畅。反之，如果微商没有强大的信任法则作为营销活动的保证，或者为了获取利润而出现欺骗顾客的情况，破坏了信任基础，相信这些人在微商的道路上一定不能够走远。

所以做微商，我们要让自己具备信任思维，明白有信任才有成交的道理，从而在这个基础上打造与目标客户群强大的信任关系，以信任来作为联系彼此的情感纽带，取得销售工作的跨越式发展。

充分利用信任基因。微商的一大特色就是以个人强大的社交平台为信任基石，这种模式使之天然具备了熟人关系这一信任基因，因此在销售方式上，先付款后发货才被大家认可接受，这也是微商区别于其他商业模式的重要之处。例如人们非常熟悉的电商，虽然它也是采取先付款后发货的销售模式，但前提是必须以第三方平台作为保证，离开了第三方平台的担保，没有人敢接受这种付款后再发货的方式。因此看到了微商先天的有利条件，我们完全可以充分利用这种信任基因来达到做大做强销售工作的目标。

建立良好的信任关系。在一些微商的理念中，存在“既然彼此是熟人关系，也就不需要刻意营造信任关系了”，无疑这一思维是极其错误的，毕竟微商的本质是一种商业买卖关系，所以良好的沟通、互动



必不可少，沟通、互动越多，彼此的信任关系越牢固。

以信任促成成交工作的完成。信任关系的建立需要一定时间的积累，通过时间来证明，有些微商将信任简单地理解为刷朋友圈，这种思维认识显然非常肤浅落后。沉下心来打造坚实的信任基础，对方认可了产品背后的人，愿意为微商的人格魅力来买单，订单成交也就自然而然了。

3. 碎片思维：占领消费者的碎片时间



微商心语

做微商，要有先进的思维理念。显然，以“碎片思维”来占领消费者的“碎片时间”，是其中非常值得关注和重视的地方。

“碎片”作为一个名词概念，相信人们都能够理解这一定义的内涵，一个完整的物体可以分裂成无数碎片，每一个碎片都是整体的一部分，共同构成了我们眼中所见到的事物。

可是，当“碎片”的概念被我们移植，以“碎片思维”的名词概念出现后，是不是会让很多读者感到迷惑不解呢？

实际上，“碎片思维”是对“碎片”概念的一种延伸和扩展，使之具备拟人化、形象化的特征，并根植到我们的头脑之中，这样有助于