



刘建 李浩然 / 著

# 从0到1做微商

创业不难营销有道

案例图例详细解读

微商创业实操指引

微时代营销思维

全面解析微时代的生财之道



团结出版社

# 从0到1做微商

微时代营销思维

刘建 李浩然 / 著

 团结出版社

图书在版编目 ( C I P ) 数据

从 0 到 1 做微商: 微时代营销思维 / 刘建, 李浩然著

— 北京: 团结出版社, 2017.1

ISBN 978-7-5126-4916-3

I . ①从… II . ①刘… ②李… III . ①网络营销

IV . ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 023812 号

---

出 版: 团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街 84 号 邮编: 100006)

电 话: (010) 65228880 65244790 (传真)

网 址: [www.tjpress.com](http://www.tjpress.com)

E-mail: [65244790@163.com](mailto:65244790@163.com)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京艺堂印刷有限公司

---

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 9

字 数: 202 千字

版 次: 2017 年 5 月第 1 版

印 次: 2017 年 5 月第 1 次印刷

---

书 号: ISBN 978-7-5126-4916-3

定 价: 68.00 元

(版权所属, 盗版必究)

# P 前言 Preface

你错过了淘宝；  
你错过了 QQ ；  
你错过了微博；  
你错过了微信；  
现在，你还要错过微商吗？  
微商，互联网时代的赚钱利器！

在微营销“肆虐”的年代，营销的价值更大了，随着大家对微营销的进一步认识，微营销也越来越深入人心了。无论是从事互联网行业的人，还是行业外的，大家都在关注微营销。而对于微营销从业者来说，营销思维是其中的关键。

微营销的方式方法非常多，大家如何选择？而在选择的过程中，怎么去挖掘新的方法、新的内容？所谓的微活动就是要吸引新粉丝，不仅要增强与粉丝的互动性和活跃度，传递品牌，更要想办法吸引新粉丝。

本书全面剖析微商运营策略、营销技巧与工具、微商实战

案例，结合当前微商最流行的玩法与高速成长的微商背后的成功法门，深刻而系统地阐述了微商的概念、微商赚钱的核心思维，并深度解析了微商该怎么做、怎么寻找客源、如何成为微商代理、如何开微店等。

本书理论联系实际，结合微商思维，从微商转型、自有品牌打造、产品选型、营销推广、粉丝获取、客户维护、微商社群与运营管理、团队打造、自明星打造等方面着手，通过微商故事，全方位解读了成为一名赚钱的微商需要掌握的方法和技巧，以及需要避免的陷阱和误区。

这是一本可落地的微商创业实操指南，不仅有大量的真实案例，更有技巧性的思维点拨。

相信本书一定能帮助微时代创业者少走弯路，早日创富！

目 录

# CONTENTS

## Chapter One

### 微商时代是下一个创业风口

什么是微商 /2

微商时代正在到来 /12

你适合做微商吗 /18

微商快速上手的三大步骤 /24

如何成为一名优秀的微商 /28

## Chapter Two

### 微商时代创业的突围之路

微商如何给自己定位 /38

如何重视个人品牌 /44

如何找到适合自己的产品 /48

如何做好内容营销 /56

如何与用户进行积极沟通 /59

微商如何借力淘宝吸金 /64

## Chapter Three

### 微商的三大核心操作技巧

销售产品前先销售自己 /70

微商吸引粉丝的技巧 /76

微商客服沟通技巧 /80

## Chapter Four

### 微商需要懂的社交思维

哪些人适合做微商 /86

从事微商的前期准备工作 /90

做微商不要梦想一夜暴富 /96

## Chapter Five

### 微商的快速扩张之路

引流客户的方法 /102

微商如何精准挖掘客户 /107

需要避免的微商误区 /112

好产品 + 有效方法 + 执行力 = 成功的微商 /117

让客户主动来找你 /122

如何激励老客户进行回购 /127

## Chapter Six

### 玩转朋友圈让销售额倍增

为什么可以在朋友圈做营销 /134

玩转微信营销的方法 /137

微信朋友圈运营技巧 /142

朋友圈的互动秘诀 /147

抓住客户的心才能实现真正的成交 /150

## Chapter Seven

### 靠文案塑造个人品牌

软文：为微商事业争取一席之地 /154

怎么讲一个好故事 /162

你卖的是结果，不是产品 /165

## Chapter Eight

### “微关系”教你与客户谈恋爱

情感是最致命的营销武器 /174

解决客户的信任问题 /181

做好微商，适者生存 /185

## Chapter Nine

### 玩转微信社群和粉丝营销

通过微信群做营销的方法 /190

打造顾客强关系，链接之后要互动 /196

利用搜索引擎确定关键词 /199

粉丝营销的力量 /202

## Chapter Ten

### 帮团队就是在帮自己

微店悄然兴起 /206

组建强大的微商团队 /210

打造高效微商团队的核心秘笈 /213

让你的微商代理团队迅速裂变 /223

## Chapter Eleven

### 微信营销思维与赚钱技法

微信的商业价值 /228

基于微信的创业方向及赚钱途径 /232

传统企业的微信赚钱技法 /239

互联网企业的微信赚钱技法 /245

电商卖家如何利用微信赚钱 /250

## Chapter Twelve

### 直播电商：微商盈利新趋势

“直播 + 电商”因变现快成为网红经济 /256

电商直播新玩法 /260

“直播 + 电商”成为网红直播新模式 /265

## 附录

16 种微商销售模式 /269

## 第1章

# Chapter One

——微商时代是下一个创业风口——

## 什么是微商

“什么是微商？”徐婷瞪大眼睛望着眼前风度翩翩的陈老师。

只见陈老师嘴唇微翘，吐出一串串字符，宛如一首美妙的歌，牢牢地印在了徐婷的脑海里：“其实最早提出微商概念的是微盟 CEO 孙涛勇，在他看来，这是一种社会化移动社交电商模式。”陈老师的声音极具磁性，徐婷的全副注意力都放在了眼前这位知识渊博的老师身上。

“它是企业或者个人基于社会化媒体开店的新型电商，主要分为两种：基于微信公众号的微商称为 B2C 微商，基于朋友圈开店的微商称为 C2C 微商。

微商和淘宝一样，有天猫平台 (B2C 微商) 也有淘宝集市 (C2C 微商)。所不同的是微商基于微信‘连接一切’的能力，实现了商品的社交分享、熟人推荐与朋友圈展示。在微商时代，产品不囤货、成本小、便于推广、精力花费少，这都是优势；劣

势则是货源质量难以控制，很多从业者没有推广经验，以及行业门槛低、竞争力大。”

陈老师吐字清楚，讲解详细，让徐婷原本朦胧的认识一下子清晰起来。于是脱口问道：“那么，怎么做好微商呢？”

陈老师抬头看了徐婷一眼，对眼前这位眼睛大大又灵性十足、悟性极佳的学生充满了好感。他声调一变，用一种柔和的声音说道：“对于这个问题，我有几条建议，可供你参考。”陈老师稍作停顿，就继续说道：“很多微商认为把自己的东西卖出去了就能挣钱。其实，这种获益是短暂的。为了能让自己的微商之路走得更长远，我建议微商要控制好货源，选择好的微商开店工具。现在做微商，不能像过去那样，通过在朋友圈发发广告就等着别人汇款了。我的建议是，广大微商要借助比较靠谱的微商开店，在平台上完成交易。”

陈老师停了停，没等对方再问，接着往下说：“微商在推广的时候我建议使用第三方平台，如QQ空间、微信、微博、论坛等。对于新手微商来说，则要有计划地做一件事，比如确定产品。”

见到徐婷露出一副若有所思的模样，陈老师端起茶杯喝了一口，有意留给徐婷一个消化吸收的时间。直到对方露出了恍然大悟的神色，这才继续开始他的演说：“一个好的名字也很重要，能为产品加分不少，比如，方便传播，可以让你店铺的知名度提升几倍。如卖米的富哥，微信名叫‘富哥卖米’，一看就知道产品是什么；如农味网的阿文，一看就知道是做农产品的。在微信名字的选取上，我的建议是要参照你从事的行业或产品，再结合你的个人名称，不建议用一些不知所谓的，或者听上去

比较‘高大上’的英文名称。此外，微信号也不要太复杂，建议用数字，或者简单的英文字母，方便人家加你微信。”



微信卖货良莠不齐

实际上，做微信营销，选好产品非常重要，选定的产品最好能具备以下几个特点：

首先，重复购买率高，比如面膜。

其次，质量好，特别是对健康有好处的产品，大家越来越重视健康问题了。

再次，具有普遍需求的产品，如食品，人人都可能尝试。

最后，易传播，能在200个字之内描述清楚的产品是最好的，也方便大家记住并传播。

在卖产品之前，你自己要对产品非常熟悉，能够把产品的卖点提炼出来。

陈老师的一番解说让徐婷获益匪浅，真有一种醍醐灌顶之感。她想起了腾讯的联合创始人张志东说过的话：“腾讯的未来是

什么，是做大数据服务和连接的公司。腾讯做了十几年人和人的连接，进度条也许就做了30%，还有大量空间。连接人和服务，我们有微信公众平台，同滴滴打车、大众点评的合作都是尝试，进度条也许只推进到3%。而连接人和物，整个业界的进度条也许推进了还不到0.1%。我想在连接上能让腾讯折腾很多年。”

她还想起在另一篇文章上看过这样一段话：

微信的强大在于它的连接能力，通过社交和移动的结合，把人和人、人和物连接在一起，让交流变得更加方便。不管微信如何变，想做好微信营销，就必须做好你和客户之间的连接，做好互动。当你了解微信本质的时候，你就能很快掌握如何玩转微信的方法，并做好微商。做任何事情只要思路是对的，方法就很容易找到。

这篇文章徐婷看了后，虽然留下了较深的印象，可是却没有深切的体会，在听了陈老师的讲课后，徐婷感到心里一下子亮堂了许多。她觉得当下在互联网上，之所以关于微商的讨论异常火爆，其原因就在于以下两个方面：一是朋友圈的微商发展已经到了瓶颈期，越来越多的微商有一种“钱”途末路的感觉；二是在淘宝上创业的成本越来越高，微商成为淘宝上约80%无法赚钱的卖家眼中的最后一根救命稻草。

要知道，微信的一举一动都会触动微商们的神经。在这个新旧交替、传统电商向移动电商过渡的当口，微商作为先行者率先进入了公众视野。可在现实中，也曾出现一些操作误区，

比如将微商的概念狭隘化，将微商视为传销，等等。可见人的认识是有一定偏差的。

作为一名社会工作者，徐婷当然不会忽视火起来的“微商”，她也曾做过“什么是微商”的调查，最终得出的答案很多：朋友圈卖货、微信开店、口袋购物、微博打赏、自媒体……

综合以上所有答案，微商是朋友圈卖货的，这似乎成了共识，大家也比较容易接受。其实，微商是移动社交电商的一种，是基于社会化媒体或移动社交而存在的。

微商的特征首先是去平台化，其次是去流量化，最后是去品牌化。去平台化就是商家不再依赖淘宝、天猫等大平台生存；去流量化就是可以将所有社会化媒体聚合起来，一键发布商品；去品牌化就是随着“小而美”的产品越来越多，产品的入口和场景变得越来越重要，消费者不再专注于某一种品牌，购物成了一种随时随地的喜好和兴趣。

在很多人的心目中，微商在潜移默化中做到了以下四点：

### 1. 改变了“自商业”的群体结构

微商经历了“微信电商—微电商—微商”的成长过程。如果把朋友圈卖货看作是微商雏形的话，那么微信开店（微店）的兴起则代表着微商的成熟和壮大。这一转变过程不仅是微商作为一种自商业的完善，更是从业者的不断扩充和产品的不断延伸。

### 2. 加速了用户购物习惯从PC端到移动端的转变

2014年“双十一”天猫571亿元的交易额中，移动端的占