

王紫杰“互联网商业模式系列” 3

WEIDIAN

王紫杰◎著

微店

商业模式

「微店营销」
帮您迅速倍增业绩



微店商业模式

王紫杰“互联网商业模式系列”3

“微店营销”帮您迅速倍增业绩

王紫杰◎著

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微店商业模式 / 王紫杰著. —北京: 中国财富出版社, 2013. 9

(王紫杰“互联网商业模式系列”)

ISBN 978-7-5047-4787-7

I. ①微… II. ①王… III. ①网络营销—商业模式 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 192217 号

策划编辑 黄 华

责任编辑 刘淑娟

责任印制 方朋远

责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-4787-7/F·2002

开 本 710mm×1000mm 1/16 版 次 2013 年 9 月第 1 版

印 张 12 彩 插 8 印 次 2013 年 9 月第 1 次印刷

字 数 129 千字 定 价 36.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

前 言

微店时代已经来临

亲爱的朋友，我是王紫杰，你一定不能错过本书。因为，10年一遇的超级商机，万亿级的全新市场机会，就在你的手中……

时势造英雄，伟大的企业都产生于伟大的时代！要想成就伟大的企业，成为“赢家通吃”的胜者，就必须抓住时代的机遇，抢占先机！

20年前的“商店时代”，成就了“国美”和“苏宁”。

10年前的“网店时代”，造就了“阿里”和“京东”。

这些巨头都在短短10年之内从零起步，成就了一番事业。

然而，99%的企业家也同样干了10年，甚至20年，事业却毫无起色，不是他们不努力，而是他们没有掌握“成就伟大企业的天机”。

那就是“趋势”！



天下大势，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡！

你再拼命地划船，如果是逆流而上，你付出 100% 的努力，也只不过才能前进 1%。

但是，如果你顺流而下，借风扬帆，就可以远行千里，毫不费力。

所以，真正优秀的企业家，要先“判势”，再“择势”，最后“顺势”。

所谓“判势”，就是“判断趋势”，了解中国乃至世界未来发展的趋势是什么。

而“择势”就是“选择趋势”，从众多未来的朝阳行业之中，选择最适合你的。

所谓“顺势”，就是顺应趋势，调整企业战略，围绕未来趋势及发展方向，全力以赴。

根据工信部统计，截至 2013 年 5 月 22 日，中国已拥有 8.08 亿移动互联网网民，规模远超普通 PC 机上网的 5.64 亿群体。

而在 2012 年，PC（桌面电脑或称台式机）网店创造了 1.2 万亿元的交易额。那么，规模远超 PC 网民的“手机网店”，其创造的价值也将远超 1.2 万亿元。

美国目前移动终端（也就是手机、平板电脑）的流量已经超过网站流量的 50%，专家估计，未来的网络流量 90% 以上都将由



这些移动终端完成。

换句话说，未来人们将直接使用手机等移动设备来上网购物。所以，得手机终端渠道者，得天下。

2013 年，我们正式进入“微信”“微博”等移动工具为平台的手机网店时代，我称之为“微店时代”。

人们将在手机上面完成一系列的交易及购物行为。包括商品查找、客服沟通、下单交易、在线支付、物流跟踪、售后服务……手机网店，就是“微店”。

如果你还不明白什么是微店的话，就仔细读读下面的案例。

美肤汇“微店”每天1万份订单



“美肤汇”化妆品在微信上面开通了“购物网店”，也就是“微店”，通过微信来拉粉丝，不到1年，已经获得了80万



粉丝。

“美肤汇”通过微信跟这些粉丝互动，激发他们的购物热情，到目前为止，这些粉丝每天通过微信下单超过1万份，每天有数百万元的销售额……

这极大降低了美肤汇的客户获取成本，而且客户长期与美肤汇品牌互动，大大加强了品牌信赖感与忠诚度。让美肤汇可以凭借更优质的服务，销售更高利润的产品，从而让企业有更快的发展。

所以，微店天生就是打造企业品牌、维护客户忠诚、创造高利润的超级商业终端！

微店就是架设在微信或微博这类移动平台上面的网店。

今天电脑网店能完成的动作，微店里全部都能完成。甚至在地面商店里的工作，很多也将被“微店”所取代。

所以，你不用怀疑，更不能迟疑。应该马上行动，把你的商品搬到手机网店里，也就是“微店”里！

领先竞争对手一步，让你的客户直接通过手机来完成商品的交易及购买。领先一步，就可以领先一路！

本书将完整告诉你，如何使用“微店”来轻松获得新客户，如何使用“微店”来促销产品，如何使用“微店”来赚大钱。



所以，即使你错过了“商店进代”以及“网店时代”也不要紧。在微店时代，所有竞争对手又重新站到了同一条起跑线上，无论是大象还是蚂蚁，大家都在面对着同一个新鲜事物。

只是，有人犹豫，有人观望，但我希望你是先知先觉者，抢占先机！

因为，使用“微店”来开发客户并赢利，比以前任何平台都要容易。所以，你要马上学习本书，开通你的“微店”！

“微店”最巧妙的地方，就在于它借助微信这类平台，借力营销，轻而易举地实现产品零距离地销售给客户。效率比商店及网店都要高很多倍。

当然，“微信”对你来说，也许仅是一个聊天、交友以及获取信息的工具，但是，在这本书里，我却要告诉你一套极为简单却非常有效的系统，可以让你手机中的“微信”变成超级赚钱机器。

请记住：微信让你沟通，微店让你赚钱！

作为中国最早从事互联网营销咨询的专家之一，我已经帮助众多企业通过微店等平台，实现了网络业绩的倍增。

紫杰老师成功案例节选

帮助“亚狮龙男裤网”（www.yashilong.com），仅用1年



就从亏损做到了 5000 万元业绩，成为广东知名的电商品牌；

帮助“今日英才网”（www.jryc.cn），实现一年 9000 万元的业绩，成为在线口才教育产品销量冠军；

帮助“高尼增高鞋网”（www.gony.cn），6 个月内业绩增长 30 倍，成为高端增高鞋在线销量冠军；

帮助“惟有爱礼品网”（www.onlylove.hk），30 天之内业绩增长 3 倍；

帮助“亚发毛巾网”（www.scyfqx.com），45 天业绩增长 5 倍，一年增长 3000 万元销售额……

为了帮助企业通过互联网快速赢利，我们开创了众多基于“微店”的互联网营销体系与商业模式。

而本书就是我们最新的研究成果。只要你能读懂本书的内容，那么，你也将成为下一个通过“微店”这个超级平台快速成长的受益者。

但是，需要强调的是：本书不是写给普通操作人员、中层管理者看的；所以，本书没有任何关于“微信”或“微店”软件的操作说明与使用指南；如果你需要了解这类相关知识，并学习深入的营销方法，可以来参加我们的面授课程。

本书侧重于移动网络时代的营销思维，重点讲述了微店营销本质，以及针对智能手机用户的营销战略。



经过多年的实践与研究，我发现企业界只有3种本质性的商业模式，其他的各种商业模式都是从中衍生出来的。

世界上最本质的3种商业模式

无论你从事的是何种行业，你可以问问自己，你目前的商业模式是什么。世界上最本质的商业模式有3种，分别是：

(1) 客户模式：以客户为中心，通过产品及服务的销售来赚钱。

(2) 资源模式：通过资源整合与交换来赚钱。

(3) 资本模式：用钱来赚钱，通过投资、融资活动来赚钱。

本书主要的读者是中小企业，这些企业老板最关注的，还是如何获得客户、成交客户。因此，本书所研究的重点，就是“基于客户模式的微店营销系统”。

微店容易搭建，技术容易实现。但是，营销并赢利，才是难点与关键。

结合我们大量的营销实战，为了让企业的“微店”可以快速赢利，我们开创了“三微营销系统”。

本书着眼于“三微营销”的成功案例及系统原理，帮助企业从零起步，快速掌握移动“微店时代”的全新营销法则。



所以，通过本书的学习，你会顿悟微店的本质规律，并轻松设计出一系列的营销手法及商业系统——这就是“授之以渔”的意义所在。

精彩内容摘录

(1) 微店的本质营销模式：介绍微店时代，一切营销活动的本质架构，让任何不懂互联网的人也轻松成为微店营销高手。

(2) 微店客户倍增术：海量引流，吸引客户的速成战法，让任何行业、任何产品都可以低成本吸引 10 倍新客户。

(3) 零风险广告战法：如何零风险，甚至零成本去投放广告，从而让无穷无尽的渠道成为我们的“微店”推销员。

(4) 最简洁有效的成交模式：让任何普通产品热卖的巧妙成交技巧，可以应用到微店平台之上。

(5) 国内外最经典的以小博大实战案例：帮助企业实现超速增长的经典案例，激发你的营销思维与无穷创意。

本书将“由术入道”，真正开启你的营销天赋，不但让你玩转微信，更可以看透整个微店的营销内涵，从而创意出无尽的新方法与新模式。

如果您学习之后，想了解更多关于微店的营销方法，欢迎关



注我们的微信公众号，公众号认证名称“王紫杰”，关注用的“二维码”如下：



那么，就让我们马上开始，进入精彩的“微店”世界……

作 者

2013 年 3 月

目 录

第一章 破解“微店营销”之奥秘	1
第一节 微信病毒营销大策划	3
第二节 “三微营销”系统概述	15
第二章 “微引流”之业绩疯涨奇迹	33
第一节 18个月疯长650倍的商业奇迹	35
第二节 只为结果掏钱的广告模式	42
第三节 百分百病毒营销术	51
第四节 杀手级产品结构	55
第三章 “微沟通”之圈子营销的威力	63
第一节 “互动”是沟通之基	65
第二节 “情感”可以黏住人心	73
第三节 “价值”是品牌形象的核心	80



第四章 “微促销”之快速销售系统	89
第一节 大众化产品的微促销	91
第二节 “行销之神”的网络财技	95
第三节 无法抗拒的网络成交	100
第五章 “微促销”之无敌成交文案	109
第一节 快速成交文案6步法	111
第二节 破除旧观念	113
第三节 确立品类	119
第四节 确立品牌优势	122
第五节 价值分析	124
第六节 报价及行动呼吁	127
第七节 6步法全面回顾	133
第六章 资源模式下的“微店营销”	141
第一节 4R资源整合系统	143
第二节 利用资源做“微信”的精彩案例	149
附录1 杰·亚伯拉罕注册页文案	155
附录2 杰·亚伯拉罕产品销售文案	160
附录3 中医开店创业促销文案	165
后 记	177

第一章

破解“微店营销”之奥秘



中国已经成为世界上移动互联网用户最多的国家，千万家中小企业的老板每天接触着微信、微博这类移动工具，感受其神奇的“社交魅力”。

但是，99%的老板只会使用这些工具来聊天或看新闻，却看不懂其营销的奥妙。

其实，微信或微博不仅是聊天工具、新闻工具，它更是伟大的商业平台，甚至可以说，它开启了商业历史上的“终端革命”“沟通革命”以及“促销革命”。

而微店就是架设在微信或微博这类移动平台上面的网店，所以，要了解微店营销方法，就必须先学习微信及微博这些工具的营销方法。

所以，微店营销，包括了“微信”营销、“微博”营销，而且更加符合企业促销产品的需要。

微信与微博异曲同工，本章将以微信为重点平台，概括性介绍微店营销的核心框架以及根本理念。

案例是最好的老师，我们先通过一个精彩的微信案例，来解剖移动互联网的营销本质……



第一节 微信病毒营销大策划

2013年4月，我策划了一次“微信病毒营销”活动，帮助我们在没有花一分钱的前提下、在24小时之内让粉丝数量翻了一倍。

下面我把这场策划的过程，完整呈现在您的面前，它会让您深刻感受到微店营销的惊人威力。

发现客户

我策划这场活动所使用的微信公众号是“wangzijie168”，我把它发布在自己的微博、网站等对外宣传平台上面。

同时，在我的宣传资料、名片上面，也都印上了该公众号。利用这些渠道，我很快就获得了第一批公众号的关注者。

最初人数并不多，不过几百人。但是，这些人足够用来引爆市场，进行病毒式的快速传播了。

每一家开展微店营销的企业，都要尽快获得第一批精准客户，他们将成为你微信品牌传播的“星星之火”。