

# 我是微商5

I'M A MICROBOSS 5  
快速成交手册

徐东遥 老壹 著

- 集2位微商导师、5年潜心研究、100期培训课程、1000余次迭代分享的精华
- 微商成长5部曲，东遥8步定位法，小白7天爆粉术，12大经典成交法、60秒成交术、批发式成交的8个步骤……用直接可套用的方法教你实现快速成交



机械工业出版社  
China Machine Press

# 我是微商5：快速成交手册

徐东遥 老壹 著

ISBN: 978-7-111-61251-3

本书纸版由机械工业出版社于2018年出版，电子版由华章分社（北京华章图文信息有限公司，北京奥维博世图书发行有限公司）全球范围内制作与发行。

版权所有，侵权必究

客服热线：+ 86-10-68995265

客服信箱：service@bbbvip.com

官方网址：www.hzmedia.com.cn

新浪微博 @华章数媒

微信公众号 华章电子书( 微信号：hzebook)

## 序 你若盛开，蝴蝶自来

身边很多朋友问我，为什么可以用短短的3年实现别人至少用10年才能实现的目标？我告诉他们，因为我曾经是一个创业失败者，我曾经走投无路，是那段坎坷的经历给了我今天。

在2013年时，我负债百万，那时我不得不找一种成本低、风险小并且效率高的创业方式来谋生，否则我可能都无法维持最基础的生计了。那个时候微商刚刚萌芽，很多人瞧不起它，甚至唾弃它，但对于当时身无分文的我来说，这无疑是一个机会。事实证明，我的选择是对的，微商成就了我的事业，在未来几年助我走向了事业的高峰。

2013年，在我探索移动互联网的过程中，遇到了一位朋友——老壹，我们在素未谋面的情况下开始了线上合作。在2014年7月我们采用知识付费的形式，建立了全中国第一个微营销社群——星移社，并且在短短三个月的时间内，招募到了1500多位付费学员，这是我创业失败后得到的第一桶金——近50万元的营收。当时我们觉得太不可思议了，没想到一念一行都可以在网络上产生巨大价值，移动互联网太神奇了（操作方法至今依然经典，这套方法也帮助无数创业者建立了自己的付费社群，详细操作流程请参考《我是微商：月入50万修炼笔

记》中的第8章)。同时，这1500多位学员也成为我们的铁杆粉丝，他们跟着我们用零碎的时间去学习。

2014年10月14号，我的宝宝出生了，我从一个孩子变成了孩子的爸爸，看着宝宝天真无邪的面孔，我深深感受到了自己身上的责任。那时，老壹老师的孩子也三岁了。在这一天，我给老壹老师打了电话：“老壹老师，我们应该研发一套付费课程，哪怕不为别人，为自己的家庭和孩子过得更好，我们也应该更努力。”

老壹老师说：“好呀，我也有这种打算！现在最好的创业方式就是要做自明星、自品牌，我们创办一个自明星工场吧，名字就叫‘万人迷’，让每一个移动互联网时代的创业者都能成为迷万人的万人迷！”我说：“万人迷这个名字太好了，但是自明星工场好像定位不是很准确。因为个人明星的价值有多高无法明确，而且‘工场’两个字感觉不够大方。”于是我提出了我的建议：“我们定位微商吧，微商一定会是下一个风口！我们应该把握住这个时间节点，研发出一套系统课程，帮助微商成长，为微商创业者正名，让他们成为令人尊重的人！”于是“万人迷微商特训营”（简称“万人迷”）诞生了，它出生的时间和我的孩子是同一天。

万人迷的第一期课程只招到24位伙伴。但我们对微商教育的定位非常精准，随着学员的反馈越来越多，转介绍与慕名而来的学员也越来越多。这套课程最多的时候，一个月开了三期。那时我几乎每个晚

上都在讲课，这种状态整整持续了3年，1000多个日日夜夜，正是这样高频率的分享，造就了我的今天。

2015年，我们确定一个目标：让这套课程帮助10000位微商创业者成为迷万人的万人迷。“你若盛开，蝴蝶自来；你若精彩，天自安排”，成为万人迷学员的座右铭。在学习的过程中老壹老师提出“参与即学习，分享即营销”的学习方法。

到了2016年，市场上出现一大批微商培训班，有些是模仿万人迷的，有些是我们之前的学生在学习完我们的课程后自己打造出来的培训班，当然也有其他人开办的。总之，当时的微商培训遍地开花，一片繁荣，我和老壹老师很开心，因为万人迷似乎在推动这个行业发展。

到了2017年，我们将万人迷微商特训营重新定位为“打造具有超强赚钱能力的个人品牌”。我们要用最简单的方法、最尖端的思维、最落地的系统帮助每一位学员实实在在地赚到钱。我们重新更新了课程内容，并正式授课，大家学完后实践，都认为课程对他们非常有帮助。对此我们并不感觉意外，因为这是所有万人迷学员实战后的总结，也是万人迷近万名学员的实战精华，更是我和老壹老师花了四年时间优化过无数次的最精华的课程。而本书的内容就完全来自这套课程。

2016年4月11日，在第二届世界微商大会上，我看到有几千个品牌走进了微商，这为微商注入了新的生命力，同时也使之具有了更大的创业动力！同时，我深刻感受到，纯在线上讲课是不够的，因为微商已经从个人化进入品牌化甚至是企业化。于是我从线上走到线下，从讲课走到了服务品牌。我走进很多品牌和企业，教他们用教育来辅助品牌起盘、增盘、巩固，这让我的课程内容更具实战性，更接地气，更符合现在和未来专业微商创业。

2017年12月，我与老壹老师再次碰面，我们均认为应该帮助更多的创业伙伴。万人迷的学费是1980元，通过培训的方式很难帮助更多的创业伙伴，因为对于某些人来说，1980元的门槛太高了。于是我们决定，把付费课程变成书，用书的形式将我们的最新理论以最快的方式扩散出去。本书内容正是来源于万人迷1980元的课程。本书是根据连续100期课程的录音整理出来的精华。

未来，我们会把万人迷这个学习型的社群打造成移动互联网领域的千年学府，以后不仅会有优秀老师继续分享，还会有更多优秀的学员来分享他们创业中总结的经验。而这本书就是我们迈向这个目标的第一步，我们要让更多的人学到我们总结的知识，让更多人能在万人迷平台中施展才华。我们希望你能够加入万人迷的线上学习互动社区，通过学习认识更多的朋友，通过分享获取更多粉丝——你若盛开，蝴蝶自来；你若精彩，天自安排。

感谢我的妻子周子凌（微信号：89916950）一如既往地支持我的微商事业；感谢我的孩子，你是我努力工作的动力！

徐东遥( 私人微信：799927)

# 前言

移动互联网来了，一个大好的时代，一个大好的机会，一次改变我们命运的机遇来了。不管你身在哪里，不管你在做什么，只需要用碎片化的时间，就可以借助移动互联、借助微信实现你的价值。

通过微信群、通过微信朋友圈可以连接到世界各地的每一个人，也可以通过微信群聆听到各种各样的创业故事，聆听到最先进的营销方法、最先进的创业方式。通过朋友圈你可以看到很多曾经跟你一样的人的蜕变过程。不需要几十万，不需要几万，甚至不需要几千块钱，我们就可以解放我们自己，开创我们自己的事业，实现我们自己的价值。

过去5年，我和东遥老师经过1000多次授课，培养了近万名微商并总结出一套完善的系统微商营销方法。我们把这一整套的系统微商营销方法传授给了微商，其中绝大多数都取得了业绩的大幅增长。所以我们将这套方法以书的形式呈现出来，目的就是让这套方法帮到更多的微商。

本书共分为6章：

第1章主讲如何开启令人敬仰的微商伟业（徐东遥撰写）。熟知微商发展史及现状，搞清楚自己为什么要做微商，才能坚定自己的发展之路。本章不仅介绍了为什么做微商，还介绍了微商成长的五个步骤与自我提升的方法。

第2章主要告诉你三个打造迷万人个人品牌的维度（徐东遥撰写）。本章包括个人精准定位的“东遥八步”、提升个人亲和力与信赖感的技巧、设计自我销售故事的方法。

第3章主要告诉你如何吸粉（老壹撰写）。本章不仅从本质出发帮读者正确认识吸粉，告诉大家不应做的事，还详细介绍了吸粉的4种方法。最后针对小白级读者给出了最基础的吸粉操作介绍。

第4章主要介绍跟陌生粉丝互动并建立信任的方法（老壹撰写）。如何将陌生微友变成铁杆粉丝？粉丝吸引过来了，怎么建立关系？怎么让他们对你产生信任？怎么维系你们之间的长期关系？这是本章要解决的几个问题。

第5章主要告诉你有了粉丝之后如何实现成交（徐东遥撰写）。本章首先明确了微商人对成交的正确态度，然后从4个层面剖析促成成交的方法，接着分享了12个成交技巧。最为难能可贵的是，在本章最后分享了万人迷特训营的压箱底大招——60秒成交术。

第6章主要告诉你如何用微信群进行批发式成交（老壹撰写）。如何提高成交效率？最有效的方法就是批发式成交。本章基于提高成交效率这一目的，详述了批发式成交的技巧和步骤。

因为要帮助更多有梦想的微商实现自己的梦想，才最终有了这本书。所以我们真心希望每一位读者都能从本书中学到想学的知识，并通过实践实现业绩上升。若你通过本书实现了自己的微商梦想，那将是我们最开心和自豪的事！

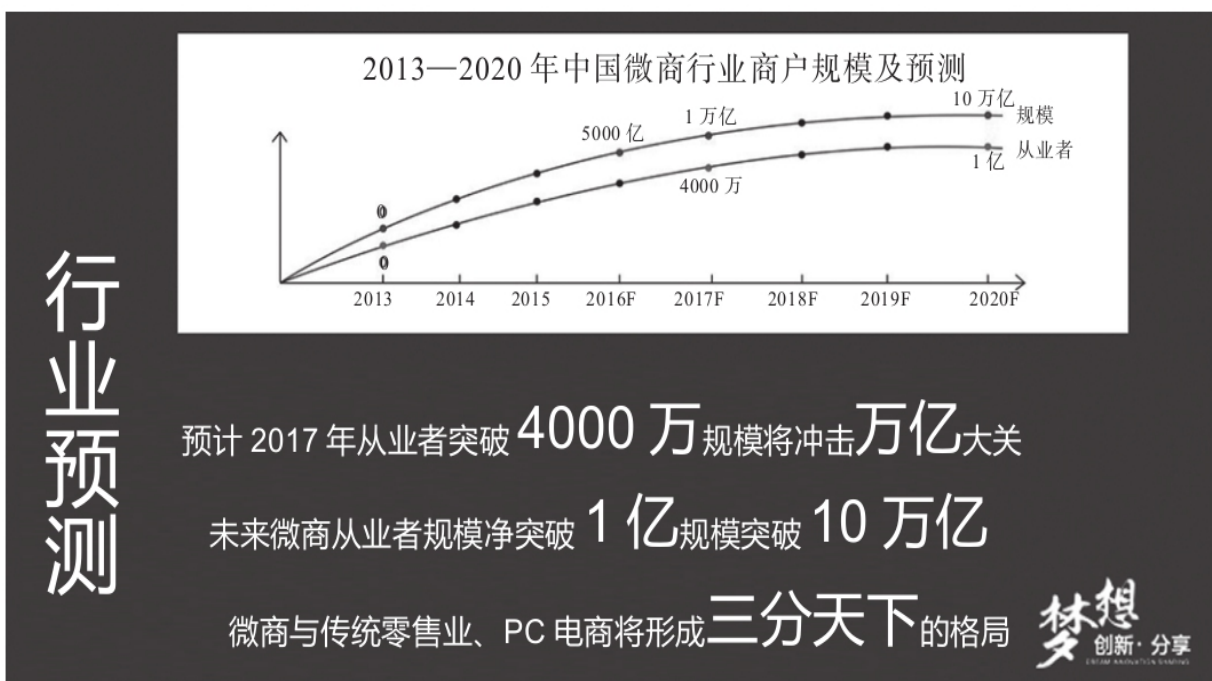
老壹( 私人微信：730917)

# 第1章 如何开启令人敬仰的微商伟业

近年来，微商在中国移动互联网商业领域得到了迅猛发展。在短短5年时间内，微商从不被认可到被广泛认可，从不规范到逐步规范，从小规模到大市场，走过了一段不平凡的道路。而今天，微商早已不是曾经大众初识的微商，而是已成为个人创业的最佳方式，也是每个企业与行业必须熟悉并且增添的移动互联网销售渠道。我们必须深入了解其现状，才能打开这座财富宝藏。

## 1.1 做微商，先给自己一个理由

如果说2013年是微商的野蛮时代，2014年是微商的草根时代，那么2015年就是微商爆发的时代。这一年，微商行业总体市场规模达到了1819.5亿元（数据来自《2016中国微商行业发展研究报告》，见下图，图中年份后的“F”表示预计，所涉数据并非来自实际统计），2017年微商并未在大众唏嘘中减弱，而是有望突破万亿规模，从业人数高达4000万人，也正是从此时开始，微商走向了品牌化、社群化、平台化和团队化的发展之路。在未来，微商将与传统零售业、PC电商三分天下。



### 1.1.1 不可不知的微商现状

本节先来看看微商的五大模式：

（1）**品牌微商**：其产品由正规的公司生产并销售。这类微商有自身的销售、培训、价格控制和营销体系，大多采用微信朋友圈作为低成本宣传与推广的渠道，采用传统代理层级制度，采用线上与线下结合的方式进行营销运作。

（2）**社群微商**：由某个意见领袖发起，将兴趣点或情感共鸣作为结构核心，从而形成在线社群，在该社群内进行微商活动，就是社群微商。社群通过有主题的内容来吸收粉丝，继而将粉丝转化为消费者，实现销售变现。

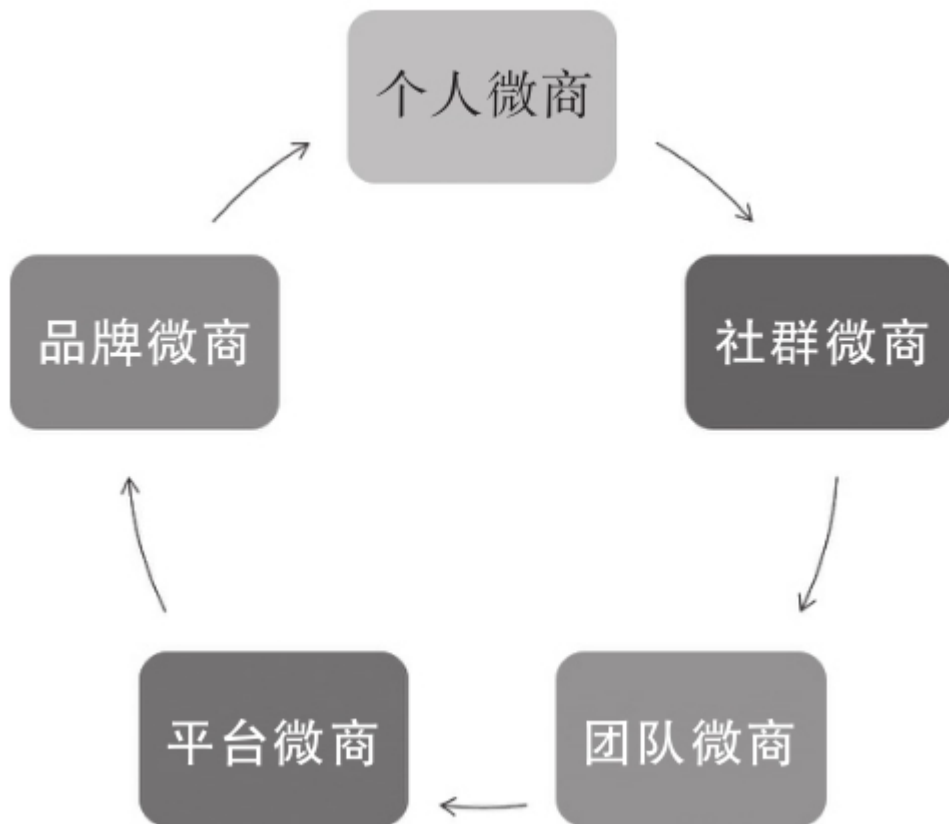
社群微商分为两类：一类是明星类的社群微商，其领袖大多是网络大咖、行业牛人、娱乐明星、时尚先锋，他们大多以个人魅力实现营销。另一类则是专业服务组织类社群微商，这类社群微商通过培训切入市场，以专业辅导来吸引粉丝，最终扩大会员数量。他们提供高端产品或服务，从而实现销售盈利（如古玩茶叶拍卖群微商、各类学习型社群微商、以各类意见领袖为主的人脉社群微商等）。

（3）**平台微商**：实际上是去中心化、去流量化的交易平台微商。在这些平台上，有一个完整的交易链条机制，其中包括上游选品，中

游代销分销，下游的购买返佣等。平台微商的瓶颈在于流量，缺乏品牌竞争力的平台微商难以实现广泛引流。

（4）**个人微商**：早期以代购和朋友圈卖货为主，可以看作微商最早形式的后续发展。但个人微商占据微商的比例从2015年开始逐渐减少，究其原因，在于个人微商缺少包装与宣传，其中的强者已经实现了向**团队微商与品牌微商**的转型。

（5）**团队微商**：是个人微商的衍生形式，微商创业者分布于世界各地，大多数人身兼创业链条中的各种职能。曾经在朋友圈流传过这样一个段子：千万不要小看微商，微商不比谁差，反而有过而无不及。微商既要会沟通，又要会销售，还要会图片设计、文案策划、视频制作、团队运营，还要做售前售后的服务。没做过微商的人永远不知道微商有多厉害！



每个成功的微商人都是努力并且隐忍的，他们在承受着外界对行业、对自己的质疑中创造着自己的未来。他们也是孤独的，所以在2015年这些孤独的创业者自动自发地走到了一起，形成了行业中一股新的力量——微商团队。团队让个人微商有了归属感、参与感和荣誉感。大家在一起互帮互助，不论是在业绩上还是能力上，或者在团队人数上，都有飞速发展。

值得一提的是，众多知名大品牌已经进驻微商。这些大品牌背后的大企业，正在开放机会，选择与微商品牌和团队合作，共同开发市场。

并不是每一个品牌都能做好微商团队；也不是每一个微商团队都能经营好品牌！

企业应多融入微商的圈子，找到具有实战经验的操盘手与团队，和他们合作，这样企业将会减少很多对微商基因的探索成本。而团队领袖在经营好自己团队的同时，与品牌合作，将会有效避开自己对供应链、品牌营销认识不足的劣势，少走很多弯路。

2017年，微商开始规模化发展，破亿的品牌、上十万人的团队比比皆是。正是上述五大微商模式，支撑起了微商蓬勃发展的现状，而其中以品牌微商、团队微商最为显眼，其中不乏有很多传统品牌与微商团队联姻的案例。

从这样的现状出发，人们不难探究和预见微商的未来。身处微商圈内的人，可以明显感觉到，伴随政策、技术和客户需求等多方面的发展变化，微商正在呈现多元化的发展态势：大有大的打法，小有小的精彩。这意味着，无论你采用什么样的方法，只要能够吸引流量，将人脉转化为客户，将信誉转化为品牌，你的微商事业就能获得巨大成功。

## 1.1.2 为什么越来越多的人选择做微商

用一个真实的故事打开这个话题。

我(徐东遥,本章的“我”均指徐东遥)服务过一个微商品牌,品牌的创始人桂姐是河北衡水地区非常有实力的企业家,她旗下产业包括商超、车行、酒店,年营业额数亿。桂姐2016年开始做微商,她组建了一个拥有20多万人的团队,一年营收也有数亿。我问桂姐为什么传统企业做得那么大还要来做微商。桂姐告诉我:我经常会到自己投资的商圈考察,每每看到商铺的老板让员工扮演猪八戒、孙悟空去吸引路边的游客时,我的心都在流血!因为他们都是我的商铺,他们都是我的员工,但传统的零售只能通过这些方法去吸引游客的眼球。所以我觉得自己必须寻找一条更好的发展之路。

终于在2016年桂姐以试一试的心态开始微商创业,至2017年年中,仅仅一年半的时间,营收就破亿了。用她的话讲,之前做传统生意,各种三角债纠缠在一起,赚到的钱看不到在哪里,微商让商业更简单。桂姐的爱人也走进了她的新事业圈,从老总变成了桂姐的司机与背后的军师。

为什么越来越多的人选择做微商?