

从服务连锁实体品牌CoCo都可茶饮  
到林瑞阳与张庭等明星创立的微商品牌TST庭秘密

十年创业经验和微商运营兵法

帮助您从小微商到建立IP自品牌，  
再到大品牌的跃迁，  
完成从自媒体、新媒体的转型之路，  
创造辉煌的战绩

王靖杰◎编著

# 从小微商 到自品牌

| 逻辑思维&得到App创始人 **罗振宇** | 触电会创始人 **龚文祥**

| 梅强、方雨、勇哥、肖森舟等

荐读

 中国工信出版集团

 电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

# 从小微商到自品牌

王靖杰 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

## 内 容 简 介

如何转型做微商？如何增加流量，提高购买转化率？

如何培训和管理产品代理？如何让团队快速裂变？从小微商到自品牌、大品牌！

本书共 10 章，具体内容包括微商运营攻略、微信营销技能、朋友圈营销技能、内容营销技能、增加流量和“粉丝”数量的技能、微商地推技能、客户运营技能、微商成交法则、实体店营销技能、打造自品牌技能，帮助微商快速打造个人自品牌，走向成功。

本书的内容由浅入深，表述通俗易懂，适合对微商感兴趣并在经营道路上探索的人阅读，从事微商创业的公司也可以将本书作为员工的培训教材。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

从小微商到自品牌/王靖杰编著. —北京：电子工业出版社，2019.7

ISBN 978-7-121-36796-0

I. ①从… II. ①王… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 108110 号

策划编辑：缪晓红

责任编辑：刘小琳

印 刷：天津千鹤文化传播有限公司

装 订：天津千鹤文化传播有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：16.5 字数：342 千字

版 次：2019 年 7 月第 1 版

印 次：2019 年 7 月第 1 次印刷

定 价：68.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 [zlt@phei.com.cn](mailto:zlt@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：（010）88254760。

## ■ 推荐语

有三种类型的能力可以决定你的未来，第一种是让自己变得厉害的能力，第二种是有让周围人都愿意来帮助自己的能力，第三种是混不好也无所谓、想得开的能力。这三种能力，练成任何一种，人生就有奔头。靖杰这本书写的是前两种能力的具体方法，值得推荐阅读、学习与实践！

罗辑思维&得到 App 创始人——罗振宇

推荐好朋友靖杰老师的新作，本书揭露了如何在最短的时间里变身快速收人、收钱、收心的成为自媒体大咖的秘诀，大力推荐。

触电会创始人——龚文祥

一书在手，尽通自品牌，自创一业。

华南师范大学经济与管理学院教授——周怀峰

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，是品牌行销的经典，是现代商业形态合作之模范，是融合跨领域平台的大作。

联合报资深记者、主持人——赖锦宏

王靖杰老师是一位有情怀、有责任、有担当、有使命感的新时代经济的推动者，是带动微商经济实现大梦想的驱动者！

幸福闺蜜汇创始人——禹明贺

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》是一本满满干货、很落地的微商行销术。

“安珀的幸福经济学”自媒体人——郑安珀

微商品牌赋能时代，王靖杰老师的《从小微商到自品牌》的思路非常受用，通过打造自明星发掘自身价值，推荐大家学习。

品牌赋能专家、K 大咖创始人、网红微商资深推手——管鹏

恒惠乐商学院王靖杰院长的书籍，通过 360°深刻剖析出品牌运营打造的维度和深度，为企业品牌的打造提供了科学的指导方法，使品牌运营更有效率，更能成功地塑造和传播，最终实现品牌价值的落地。

深圳市恒惠乐商旅有限公司董事长——刘萍

听到自媒体掘金时代，眼前一亮，21 世纪，在碎片化的时间中，读一本好书犹如品一杯香

茗，余香悠远。开卷有益，这本书完美地解释了自品牌掘金。

中国私人飞机俱乐部合伙人、掌门全球直播运营商——胡中奎

我对靖杰兄这本书非常地期待，因为我自己就是一个微商人，这本书带给我的不仅仅是对微商的认知，更重要的是对微商打法和微商思维的实战剖析，让我耳目一新，受益匪浅，这是其他书籍无法替代的。

中国微商权利榜联席执行官、广州兜麦吧科技有限公司 CEO——梁春明（力哥）

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，打造个人 IP 就是成为自带流量的人！你才是主角！

个人品牌赋能导师——肖森舟

这本书讲了微商运营全盘攻略，值得微商创业者一读！

非常好教育咨询创始人——杨赵进

王靖杰的自媒体、自品牌指导，让我们重思自我价值定位，他让营销变得更有深度、更有趣味，值得阅读。

天赋顺流 GPS 企业咨询顾问、微窝家居品牌公寓创办人——周吉娜（Gina Chou）

靖杰兄对微商的社群属性精研得很透彻，为微商及社交电商的核心要素做了很好的呈现。

前浙江温州服装行业秘书长、恒源祥羊绒服饰电商公司 CEO——郑钧文

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，细腻不华、接气实用、不读即败。

云商学院台湾同学会会长、知本投行股份有限公司执行长——丹尼尔

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，营销界之领头羊。

艾多美营销商——黄梓郡

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，大时代，我们都是追梦人！

英雄会会长——金涛

之前负责公司的营销策划，现在自己出来创业，很多东西都是王靖杰老师指导的，这本书值得每位新媒体运营的人细细品味。

汕尾坞桐里音乐餐吧 CEO——张奋鑫

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，是目前市面上最落地、最实用的操作指导书，值得每一个想从事用户运营的人学习。

树哥区块链创始人——树哥

王靖杰老师对课程专注、尽责，讲课富有激情和幽默，他的课每次学完都使人有巨大的成长、突破，学完就知道你遇到的困难都不是难事。

芯姿品牌创始人——席阳

做不做微商，都要有微商思维，读最落地、最易懂的《从小微商到自品牌》，王靖杰老师

带你打造自品牌。

初吻活氧内衣创始人、中国粉红丝带公益组织乳腺关爱中心第二届理事——杨玉杰  
靖杰出品，必属精品！推崇王靖杰老师人品，见证沥血大作！

东莞市匠志诚教育投资公司董事长——付雷鸣

未来最有价值的品牌就是自己，王靖杰老师落地的自媒体品牌打造，是挖掘宝藏的钥匙！

中湾贸易公司董事长，十年美容创业导师——楼一然

作为国内第一批互联网微商创业的研究与实践领导者，王靖杰老师将其多年来的经验技巧与创业智慧融入其潜心之作《从小微商到自品牌》，将互联网商业新模式完整展现。在新经济，新时代，每个人都值得一读。

跨境电商专家——宋彦

王靖杰的课生动有趣，王靖杰的书落地实用，是广大微商的福音！

惠州市盛世云商网络科技有限公司董事长——吕琦

本书循序渐进，简明易懂，实操性高，是一本社交电商领域难得的实战书籍。

电子科技大学中山学院电子商务系主任——吴晓志

品牌是企业的发展空间，文化是品牌灵魂。

“音王时代”娱乐创始人，“美业春晚”创始人——朱德平

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，“社交从营养开启”。

中山万创中小企业平台秘书长——黄钊英

做个靠谱的微商服务先行者，王靖杰老师绝对靠谱。

用力鼓掌品牌联合创始人——小柯老师

王靖杰老师的书，从品牌的角度阐述了商业的核心本质：回归人性，回归商业，回归真实！

广州市社群企业管理事务所总经理——刘百川

我认识王靖杰老师五年了，他从默默无闻到今天的成就，靠的是能抓住移动互联网营销的风口，帮助品牌快速提升影响力和业绩，希望读者能认真研读本书，让自己成为行业内具有影响力的人物。

唐顿教育创始人——唐顿

王靖杰老师是个有思想、有深度、能落地的人，能落地是非常可贵的！

中国物联网文化中心常务副秘书长、免单猎人创始人——李踊

王靖杰老师是我见过的最了解微商、社交电商的新零售行业自媒体人，他是一个真正优秀的微营销讲师！

芒果大微湖南分公司负责人、圣帝妮婷韩国原装 VT 沙棘面膜联合创始人——熊大平

王靖杰老师就是最优质的品牌，“我自己”就是品牌，让自己成为自己品牌的最佳代言

## ■从小微商到自品牌

人，真心打造自己成为独一无二的品牌。

广州市广乡食品有限公司品牌顾问——朱杰宇

王靖杰老师是一个谦逊、杰出的全球社交电商演讲家，强烈推荐王老师的新作《从小微商到自品牌》。

公子文化控股董事长——陈公子

王靖杰老师是自品牌打造的高手，他的书籍一定可以帮助你及你的企业提高品牌知名度！

社交电商/新零售专业主持人——沈芊予

王老师的书从实战中总结经验，深入浅出，落地性极强，希望帮助更多人成长。

星际网（深圳）智能科技有限公司 CEO——豪歌

开启你的自品牌之旅，点燃你的生命之光，从王靖杰老师这本书开始。

巨媒运营总监——吴策

读懂王靖杰老师，你就读懂了品牌新时代。

巨媒技术总监——陈先深

《从小微商到自品牌》是作者王靖杰的第三本营销金典，内容深入浅出，全方位阐述由0到1打造品牌的方法论，是创业者必读的好书。

广州邦喆教育投资管理有限公司总经理、广州三一工程有限公司董事长——张恩华

《从小微商到自品牌》值得推荐阅读，从事社交电商必须收藏，拜读！

微信实战应用专家、网络营销实战专家、传渔微营销学院创始人、

《微信公众平台实战手册》作者——罗圣冠

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，很专业，很接地气，很适合个人和中小微企业从业者，值得推荐。

天嘻资本董事长、自明星塑造导师——王之乐

王靖杰老师的新作《从小微商到自品牌》，让你的自品牌更有视觉感。

米兰 BPN 联合创始人——唐新奇

本书完整、详细地剖析了网络营销的精髓，是让业绩翻倍的“武功秘笈”。

亲子料理作家、iSA Treasure 纯银饰品轻珠宝创办人——陈怡安（笔名：小鱼妈）

与其土法炼钢，不如跟着王老师快速开启自明星之路。

台湾奥若文化创意总经理——林家泰

书中落地的实例教学，帮助你打造自媒体，成就自品牌，创造高效营销。

法博思品牌顾问管理总监——陈伟志

很多人讲不清楚的微商概念，听王靖杰老师讲一下就懂。

台湾知名体育主播——杨博智

## ■ 前言

# PREFACE

罗振宇、吴晓波、雕爷、罗永浩、王凯、Ayawawa、马佳佳、王潇、瘦马、鬼脚七、金错刀等顶尖的自媒体人，为何能被时代选中？

在接触众多企业和观察商业现象之后，笔者发现，有这样一批玩转“粉丝”经济和社群经济的人，创造了超乎想象的影响力和经济收入。他们是依靠人格魅力去做生意的群体，抓住了互联网这个时代的风口，在互联网的放大镜之下将个人价值、魅力和影响力发挥到极致，并转化成经济效益进而实现变现。

笔者从实体连锁品牌运营跨入互联网领域，从电商、微商到社交电商积累了多年的实操经验，并把这些方法称为自品牌运营，该方法通过深入浅出地讲解有实操性的一系列干货内容，打造最简单的自品牌运营攻略，希望为渴望改变的、已经在创业及打算创业的创业者提供努力方向与方法。

移动互联网的来袭，让品牌重新回到人的时代。微信旗帜鲜明地宣示：“再小的个体也有自己的品牌。”互联网新商业极大的魅力之一，在于信息传递的过程中，重构了人与人的连接关系。而产品作为商业的连接载体，是如何在新的互联网时空中产生自然协调的新商业关系的？

新商业模式所思考的核心，就是如何利用巧妙且温和的方式，构建“信息流—人流—现金流—产品流”之间的闭环设计，让微商大家庭一起走进互联网商业模式的新魅力世界。

在新商业中，任何时候拉近企业与用户之间的距离，都是重中之重。而创意走心是快速实现这一目的的捷径，如何快速占领用户的心智，获得用户的认同感、参与感、信任感，进而对我们的品牌产生长久的支持与持续的价值传播？通过本书，笔者与你一起分享其中的秘密。

笔者曾服务连锁实体品牌 COCO 都可茶饮、台湾王品台塑牛排、特力和乐 HOLA 家居连锁事业的管理运营与品牌营销，后进入林瑞阳与张庭等 6 位明星创立的微商品牌 TST 庭秘密（2018 年统计近 700 万代理，75 家国内、3 家海外的实体店，回款 60 亿元人民币、利润 20 多亿元人民币、交税 10 多亿元人民币）。从实体连锁品牌运营到互联网社交电商团队，培训超过 200 家营销顾问，累计创造超过 1200 亿元人民币的营业额，发展了娱乐圈+新媒体+企业商圈

“三维合一”为核心的价值理念，从而推动了品牌效应。

我的第一本作品是《数字化品牌运营》（简体版），第二本作品是《从 0-1 自媒体品牌行销术》（繁体版）。在本书中，我将全面解密微商、社交电商和自品牌经营，教会读者如何进行微商、社交电商创业，使用微信和朋友圈进行推广，打造优质传播内容，并通过线上线下全渠道来吸引粉丝、打造忠实粉丝社群，进而通过有效的客户沟通技巧来促进成交率，最终成为自品牌，打造自品牌企业经营模式，使读者有的放矢且一路提升！

本书可以解决以下问题。

1. 代理没有黏性，忠诚度低。
2. 外部培训不精准，对代理帮助不大。
3. 活动方案出来没把控好节点，导致活动没效果。
4. 团队裂变速度慢，代理没有凝聚力。
5. 代理技能提升慢，压货严重。
6. 微商经营不合规。

希望微商、社交电商真的能够成为商业骄傲，走这条路任重道远！未来，我们一起同行！营销之道，在于利他；营销之法，在于经营人心。道，是永恒不变的，也就是说营销的利他主义思想永远也不会发生改变；法，是顺应自然变化的，也就是说经营人心的方法随时都有可能发生改变。只有这样，道法结合，合二为一，才能道法自然，自然而然。

微商的第一个特点是关于造势：势能和背书一定要足够，会不会造势是微商能否成功的重要因素。借势“追”热永远赢不过造势！

微商的第二个特点是快速裂变，要实现快速裂变和团队的可复制性，就要对项目 and 团队标准化、正规化和微商团队的运营能力提出更高的要求。

微商的第三个特点是微商每个团队队长都在讲的：简单、相信、照做。简单：把事情变简单，不是与人斗；相信：相信就有力度，不相信执行就会打折扣；照做：不是你照着做了就行，而是重复的次数。

王靖杰

# 目 录

## CONTENTS

第 1 章 小微商：掌握创业微商运营全攻略	1
1.1 微商创业：一个能让草根逆袭的商业模式	2
1.1.1 诞生，从 3 个阶段看微商的发展历程	2
1.1.2 破局，如何看待微商和移动互联网创业	3
1.1.3 转型，传统企业如何融入移动互联网	4
1.1.4 升级，个人如何进行移动互联网微商创业	6
1.2 现状问题：从迷茫、困惑走向微商之巅	7
1.2.1 谁在让微商囤货和找客源	7
1.2.2 解析微商面临困境的根源	8
1.2.3 微商的雷区及“避雷”建议	9
1.3 团队作战：扩大微商团队，批量产生价值	10
1.3.1 个体微商发展遇到瓶颈	10
1.3.2 团队微商优势日渐凸显	11
1.3.3 建立微商团队的核心要素	12
1.3.4 微商选人、用人的标准	12
1.4 必备技能：微商团队队长必备的七大能力	13
1.4.1 自我包装：如何塑造成为一个职业微商	13
1.4.2 学会拍照：如何把产品拍得出彩	14
1.4.3 善于讲课：好的微商同样是一个好的讲师	15
1.4.4 管理团队：打造长久的规模化发展模式	15
1.4.5 销售心理学：让对方倾听你的意见和想法	17
1.4.6 6W2H 法则：轻松做好微商的必懂法则	18
1.4.7 操作手册：了解微商运营每一天的工作	20
1.5 微商代理：打造团队裂变，快速成长爆发	21
1.5.1 5 种方法，吸引新成员加入团队	21
1.5.2 高效率转化代理策略	23

1.5.3	借势增加对方的信任 .....	24
1.6	注意事项：这些禁忌，记好了千万不要出错 .....	26
1.6.1	微商必须知道的销售禁忌 .....	26
1.6.2	微商交流的八大忌讳 .....	27
1.6.3	微商运营的九大禁忌 .....	29
<b>第2章</b>	<b>微信：社交电商是未来的主流模式 .....</b>	<b>31</b>
2.1	微信营销的特点和优势 .....	32
2.1.1	微信营销的模式 .....	32
2.1.2	微信营销的特点 .....	35
2.1.3	微信营销的优势 .....	36
2.2	微信营销的基本价值 .....	39
2.2.1	一对一互动赢得好感 .....	40
2.2.2	O2O 模式带来新机遇 .....	40
2.2.3	物联网领域被催生 .....	40
2.2.4	获得高效转化率 .....	41
2.2.5	优质的付款环境 .....	41
2.2.6	主动的营销方式 .....	42
2.2.7	信息能够快速传播 .....	42
2.2.8	提供精准的传播 .....	43
2.2.9	提供精准分析能力 .....	43
2.2.10	提供便捷式购物体验 .....	43
2.3	个人→微信群的运营技巧 .....	44
2.3.1	微信群“掘金”技巧 .....	44
2.3.2	“称霸群雄”的混群秘诀 .....	45
2.4	企业→公众号的运营技巧 .....	46
2.4.1	选什么号很重要 .....	46
2.4.2	公众号命名方法 .....	47
2.4.3	创办公众号的意义 .....	48
2.4.4	平台内容的技巧 .....	50
2.4.5	关联小程序的技巧 .....	51
2.5	微信营销中存在的隐患 .....	52
2.5.1	陷阱在身边 .....	52
2.5.2	无正品保障 .....	53
2.5.3	广告有“毒” .....	54

2.5.4	走出误区, 微信营销要点	55
<b>第3章</b>	<b>朋友圈: 轻松打造强关系和高黏性</b>	<b>58</b>
3.1	微商朋友圈: 打造朋友+专家的形象	59
3.1.1	微信朋友圈到底有哪些特性	59
3.1.2	快速进入微商的朋友圈状态	60
3.1.3	了解微信朋友圈的营销流程	60
3.1.4	容易被忽略的朋友圈营销点	61
3.1.5	提高朋友圈的内容创作效率	62
3.2	优化微商朋友圈形象, 提升好感	63
3.2.1	微信号昵称取名技巧	63
3.2.2	与众不同的头像	64
3.2.3	印象深刻的个性签名	65
3.2.4	朋友圈封面设置	65
3.2.5	二维码展示功能	65
3.2.6	打造良好的形象	65
3.2.7	打造个人品牌形象	67
3.2.8	用故事展现理念	67
3.2.9	给自己增加标签	68
3.2.10	吸引陌生人关注的技巧	68
3.3	打造优质朋友圈内容	69
3.3.1	分享生活中的趣味	69
3.3.2	分享属于自己的智慧	70
3.3.3	分享社会热点	70
3.3.4	分享家庭生活	70
3.3.5	分享自己的日记文章	70
3.3.6	创造话题与朋友互动	71
3.3.7	分享产品的订单	71
3.3.8	分享客户的见证	72
3.3.9	分享你的专业知识	72
3.3.10	分享小视频	72
3.3.11	分享辛苦	73
3.3.12	分享激情	73
3.3.13	分享增员	73
3.3.14	分享团队	73

3.3.15	分享体验	74
3.4	提升朋友圈营销转化率的绝招	74
3.4.1	会做社交，懂得“耍宝”	74
3.4.2	一定要增强良性互动	74
3.4.3	形成真实的购买力	75
3.4.4	明星效应带动“粉丝”消费	75
3.4.5	限时限量加快朋友下单速度	76
3.4.6	利用跟风心理提高购买率	77
3.4.7	对比竞争对手，突出产品优势	77
3.4.8	送体验、送产品、送服务	77
3.4.9	了解产品塑造价值	78
3.4.10	促销活动提升品牌的宣传效果	79
3.5	情感营销促进和用户的情感交流	79
3.5.1	朋友圈情感营销的概念	80
3.5.2	怎么做朋友圈情感营销	80
3.6	互动营销引出更多的潜在客户	81
3.6.1	去互动别人的圈，给别人点赞评论	82
3.6.2	设计一些互动方法使自己被互动	82
3.7	维护朋友圈，避免被好友拉黑和屏蔽	84
3.7.1	朋友圈推送时间不规律是误区	85
3.7.2	玩转互动朋友圈	85
3.7.3	巧妙提高好友印象认可	86
3.7.4	如何在互联网上建立信任	87
3.7.5	社交情绪管理原则	87
第4章	内容：火爆高效的软文和视频营销	88
4.1	软文营销的形式及技巧	89
4.1.1	软文的定义	89
4.1.2	软文的形式	89
4.1.3	软文营销的技巧	90
4.1.4	软文如何助力微商推广	92
4.2	微商如何写好产品软文	94
4.2.1	产品软文的标题写作	94
4.2.2	产品软文的开头和结尾	97
4.2.3	产品软文的内容布局	101

4.2.4	朋友圈产品软文分享	107
4.3	5种不同软文的写法	109
4.3.1	情景型文案	110
4.3.2	借力型文案	110
4.3.3	创意型文案	111
4.3.4	痛点型文案	111
4.3.5	广告型文案	113
4.4	16个撰写文案的小技巧	115
4.4.1	消化产品与市场调研的资料	115
4.4.2	表明对消费者的承诺	115
4.4.3	确定一个核心创意	115
4.4.4	每一则广告最重要的是标题	115
4.4.5	创意的方法	116
4.4.6	讲事实	116
4.4.7	直接向目标人群打招呼	116
4.4.8	好的广告文案不一定就是短文案	117
4.4.9	文案中安排抽奖等, 会更具有吸引力	117
4.4.10	与某一事件结合起来写会更加生动	117
4.4.11	大脑中必须有足够的画面和参考资料	117
4.4.12	切忌用生僻的字	117
4.4.13	用词有技巧	117
4.4.14	学会新闻编辑的本领	117
4.4.15	证言广告是有效广告方式之一	118
4.4.16	坚持一个广告中集中说一点	118
4.5	6种短视频营销内容的玩法	118
4.5.1	介绍产品的视频	118
4.5.2	顾客见证的视频	118
4.5.3	价值信息的视频	119
4.5.4	销量见证的视频	119
4.5.5	宣传视频	119
4.5.6	专业知识类视频	120
第5章	增加“粉丝”数量: 高效增加流量技巧快速扩张人脉	121
5.1	微商增加流量的基本方法论	122
5.1.1	流量的无限可能	122

5.1.2	流量获取的 8 步法则	124
5.1.3	吸引力法则	126
5.1.4	微商众筹思维	127
5.2	13 个腾讯系平台增加流量技巧	131
5.2.1	微信加好友增加流量	131
5.2.2	通过“附近的人”增加流量	131
5.2.3	使用“漂流瓶”增加流量	131
5.2.4	“面对面建群”增加流量	132
5.2.5	“雷达加朋友”增加流量	132
5.2.6	微信好友互推增加流量	132
5.2.7	微信公众平台增加流量	133
5.2.8	微信 H5 活动增加流量	133
5.2.9	微信“摇一摇”增加流量	133
5.2.10	QQ 空间增加流量	134
5.2.11	QQ 微社区增加流量	135
5.2.12	QQ 同步助手增加流量	135
5.2.13	QQ 群增加流量	135
5.3	5 个阿里系平台增加流量技巧	136
5.3.1	淘宝店铺增加流量	136
5.3.2	友情链接增加流量	136
5.3.3	商品评价增加流量	137
5.3.4	诚信通增加流量	137
5.3.5	来往 App 增加流量	137
5.4	5 个百度系平台增加流量技巧	138
5.4.1	百度知道增加流量	138
5.4.2	百度百科增加流量	138
5.4.3	百度贴吧增加流量	139
5.4.4	百度文库增加流量	139
5.4.5	百度 SEO 增加流量	140
5.5	其他平台的 15 个增加流量技巧	140
5.5.1	自媒体	140
5.5.2	短视频	141
5.5.3	图片	142
5.5.4	微博	142

5.5.5	陌陌	144
5.5.6	工具型 App	145
5.5.7	论坛	147
5.5.8	邮件	148
5.5.9	直播	149
5.5.10	营销机器	150
5.5.11	速途网	151
5.5.12	58 同城暴利	151
5.5.13	购物类 App	152
5.5.14	微商异地合作	152
5.5.15	线下活动	153
<b>第 6 章</b>	<b>地推：面对面推广，告别无效营销</b>	<b>154</b>
6.1	地推的优势和基本流程	155
6.1.1	地推的优势	155
6.1.2	地推的 3 个阶段	156
6.1.3	地推的基本流程	156
6.2	地推需要准备什么	157
6.2.1	地推前的准备	157
6.2.2	地推中期准备	158
6.2.3	地推后期总结	158
6.2.4	案例实操	159
6.3	构建视执行为使命的地推团队	160
6.3.1	树立团队价值观	160
6.3.2	规范制度，严选人才	160
6.3.3	建立职能，各尽其责	160
6.3.4	树立愿景，共同努力	161
6.3.5	职业培训，内部培养	161
6.4	地推如何落地执行？选址为第一步	162
6.4.1	地推最常用的地点	162
6.4.2	地推选址的要素	163
6.5	地推现场营销话术和沟通技巧	164
6.5.1	标准营销话术及实例	164
6.5.2	微商地推的沟通技巧	165

<b>第7章 客户：将陌生人变成熟人直到成交</b> .....	166
7.1 了解顾客性格特点的3个步骤 .....	167
7.1.1 识别顾客的性格特点 .....	167
7.1.2 做对等模仿 .....	167
7.1.3 根据顾客的主导需求制订销售方案 .....	167
7.2 消费者十大心理学，你懂几个 .....	167
7.2.1 “面子”心理 .....	167
7.2.2 从众心理 .....	168
7.2.3 权威心理 .....	168
7.2.4 “占便宜”心理 .....	168
7.2.5 朝三暮四心理 .....	168
7.2.6 价位心理 .....	168
7.2.7 炫耀心理 .....	169
7.2.8 “草根”心理 .....	169
7.2.9 攀比心理 .....	169
7.2.10 懒人心理 .....	169
7.3 与客户打好关系的5个原则 .....	171
7.3.1 礼尚往来 .....	171
7.3.2 顺水人情 .....	171
7.3.3 信守承诺 .....	171
7.3.4 换位思考 .....	172
7.3.5 共同成长 .....	172
7.4 老鹰型顾客的沟通技巧 .....	172
7.5 孔雀型顾客的沟通技巧 .....	173
7.6 鸽子型顾客的沟通技巧 .....	173
7.7 猫头鹰型顾客的沟通技巧 .....	174
<b>第8章 成交：转化率不断飙升的成交法则</b> .....	175
8.1 成交需要的7种思维 .....	176
8.1.1 分享思维 .....	176
8.1.2 社交思维 .....	176
8.1.3 付出思维 .....	177
8.1.4 快乐思维 .....	177
8.1.5 营销思维 .....	177