

# 着急 = 毁灭!



见闻【4.18, 会务组委】  
北京 海淀

致富网赚  
www.zhifuwz.com

扫一扫上面的二维码图案，加我微信

微商峰会PPT整理人:毛见闻

优士圈会务组委  
1000人会议运营人

QQ: 807171688

电话 / 微信同步: 13241825888

盗版必究



# 微商从入门到精通

@万能的大熊

# 关于大熊



微博微信自媒体均为顶尖作者。



朋友圈营销第一人，最早提出朋友圈营销三大奠基理论，早期被称之为电商三杰，现被称之为微电商三杰。



微营销第一社群**大熊会**创始人，大熊名人堂成员月流水过百万学员超过**70**人，月总流水过亿元。



曾负责**360**手机助手、随身wifi、手机游戏和儿童卫士的品牌营销，以上均为全行业第一名的产品。

微博红包营销第一人，粉丝充值超32万人民币涨粉超50万，微博全网明星排行榜第25位。



微信：daxionghui2015





这是三年来唯一写对我心路的文章。



这个作者很有趣，笔法也狠，把大家都骂了。



的确有深度。



我刚在微信报名参加他的微信营销课程。  
昨天和他见面，受益良多。



微信：daxionghui2015

# 为什么会有微商?

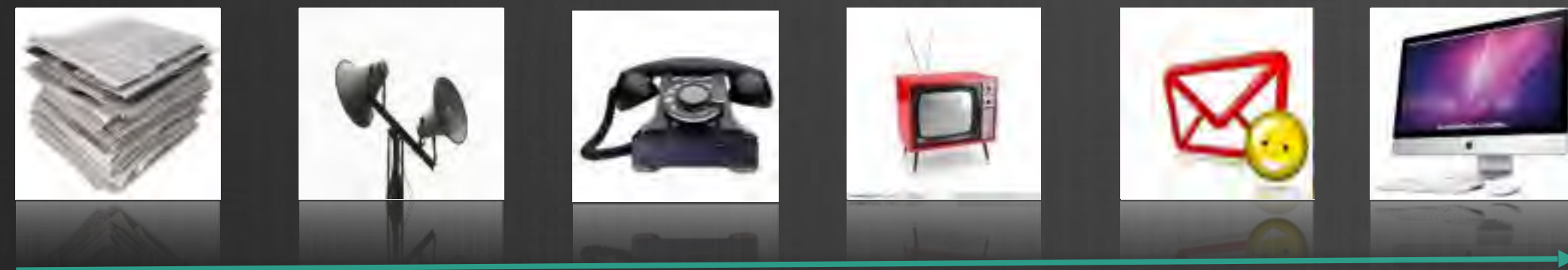


微信: [daxionghui2015](#)



# 移动互联网带来的两大变化

## 获取信息方式和习惯的变化



## 社交方式的变化



微信: daxionghui2015

人成为了信息传递的一部分

信任    情感    情绪    未必是事实



微信: daxionghui2015

# 微商会成为一种常态

暴利丧失

行业规范

社会认同



微信: daxionghui2015



# 微商的本质



微信：daxionghui2015

# 微商三大奠基理论

## 中关系成交理论



## 情感营销



## 体验经济



## 更好体验的产品



微信: daxionghui2015

# 一千粉丝理论



只需拥有1000名铁杆粉丝便能糊口。



微信: [daxionghui2015](https://www.daxionghui.com)



# 微商两大导向



微商困境的本质是**事业导向**过度催熟市场。  
现在难做，以后更难做。  
必须重回**产品导向**，你是做产品的还是赚钱的？



微信：daxionghui2015

# 刷屏和囤货

从情感上，我们不希望大家刷屏，从事实上看做起来的基本都刷屏。（曝光）

从情感上，我们不希望大家囤货，从事实上看做起来的基本都囤货。（动力）

**理想丰满，但现实骨感**



微信：daxionghui2015

# 如何刷屏

SKU过多的可以刷屏，比如代购，不刷没法展示，请半夜集中刷。  
代理制度团队领导可以刷屏，让下属去复制自己刷屏内容。  
单品爆品销售，适度刷屏，每天不要超过10条。

## 刷屏内容组成

产品很牛逼、卖的很好、我很赚钱、生活很幸福每样两条。  
各种很便宜的代购A货，真的可以二手店回收。。。



微信：daxionghui2015



# 适合微商的主流产品

女性用品    功能突出    复购率高    利润率高

从多样性到面膜制霸到多样性。

从偶发性到野蛮生长到规范性。



微信: daxionghui2015

# 微商的趋势



微信: [daxionghui2015](https://www.weixin.com/daxionghui2015)

# 第一个趋势

全民微商

新人+低价

低端产品玩品类

(客单价100以内)

中端产品玩品牌

(客单价200-500以内)

小众产品玩圈子

(客单价500—3000万)

全行业微商

六大模式

代理制 直营 淘宝辅销

O2O 品牌 平台分销



微信: daxionghui2015



## 第二个趋势

### 持续的碎片化



渠道、团队、产品都会持续碎片化。

渠道越来越分散。

团队越来越分裂。

产品从爆款到系列再回到爆款。



微信: daxionghui2015

# 如何应对碎片化

渠道碎片化的应对方法：1多渠道运营 2产品品牌化

团队碎片化的应对方法：1情感营销 2社群品牌化

产品碎片化的应对方法：1产业链控制 2销售品牌化

品牌化



微信：daxionghui2015

## 第三个趋势

社群趋势

圈子是对抗碎片化的最佳办法。

社群陷阱

很多社群收费是刷脸，只能一次。



微信：daxionghui2015



# 2015年的关键词：社群

不管你做不做微商，都请记住。

社群即渠道，社群即品牌。



微信：daxionghui2015

# 两大机遇

微商服务  
(金融、培训)



微商洗牌  
(产品、团队)



微信: [daxionghui2015](https://www.daxionghui2015.com)

# 两大核心能力

## 品牌管理 (号召力, 美誉度)



## 团队管理 (不流失, 能复制)



微信: [daxionghui2015](https://www.daxionghui.com)



# 微商的困境与尝试



微信: [daxionghui2015](#)

1.产品同质化强，销售下滑。

2.团队不稳定，容易流失。

3.方向缺失，不知走向何方。



微信：daxionghui2015

# 产品趋势

从高价（2013）到平价（2014）到低价（2015）再回到高价低价分开。

从高价圈子到平价品牌到低价品类。

从高价圈子到平价品牌到低价品类。



微信: daxionghui2015



# 团队趋势

团队公司化，  
从公司品牌升级到个人品牌和团队品牌。



微信：daxionghui2015

# 发展方向

交叉持股， 权益共享， 规模运营。



微信：daxionghui2015

# 微商粉丝运营



微信: [daxionghui2015](#)



# 粉丝在哪？



朋友圈



微博



qq群



社区

还有哪些地方有粉丝？



微信：daxionghui2015

有流量的地方就有粉丝





还有还有。。。。



宝贝与描述相符 4.8 分 共17805次打分 店铺评价

大家打分：  
耐热性 4.9分—材质没有溶解  
耐酸碱性 4.9分—表面材质没有脱落  
抗压性 4.9分—外观没有变形  
保温时长 4.1分—保温时间12-24小时

全部  图片 (107)  追评 (28)  好评 (1196)  中评 (18)  差评 (5)  有内容的评价 推荐排序

余\*\*\*\*8(匿名) 2014年12月23日 17:51 颜色分类:双眼(红色) 有用 (0)  
双12买的，评价晚了，用了优惠券买了2个，价格是很划算，杯子的细节地方处理得不够好，盖子盖不严实，试了下不漏水，超市里这个杯子卖108。

samkj 2014年12月12日 12:06 颜色分类:双眼(紫色) 有用 (0)  
耐热性：材质没有溶解 保温时长：保温时间12-24小时 抗压性：外观没有变形  
耐酸碱性：表面材质没有脱落  
杯子很可爱，小孩子用很好，唯一遗憾的是杯子里面很脏，盖子里面全是黑色的（应该是塑料表面静电吸附的灰尘）保温时间不长，室温10度左右，开水在杯子里也就4小时左右变温水了！

等等。。。



微信：daxionghui2015





微信

微信公众号



**功能：推送、自动回复**  
**问题：打开率低，缺公信力。**  
**亮点：自动回复多彩多样。**

微信朋友圈



**功能：分享展现、@**  
**问题：传播范围小，不可追踪。**  
**亮点：私密、无冗余、无打扰。**



微信：daxionghui2015



微博

转发

@

自媒体

微卖

优点：传播力强，容易找到关键节点（大V）

缺点：信息冗余，弱关系，信赖程度低。

趋势：自媒体和微电商。

优势：自媒体到达率高，微电商支付方便。



微信：daxionghui2015



单向好友

更新说说、日记和相册  
群内组织和互动

QQ群



微信: daxionghui2015



运营粉丝的核心

倒 筛



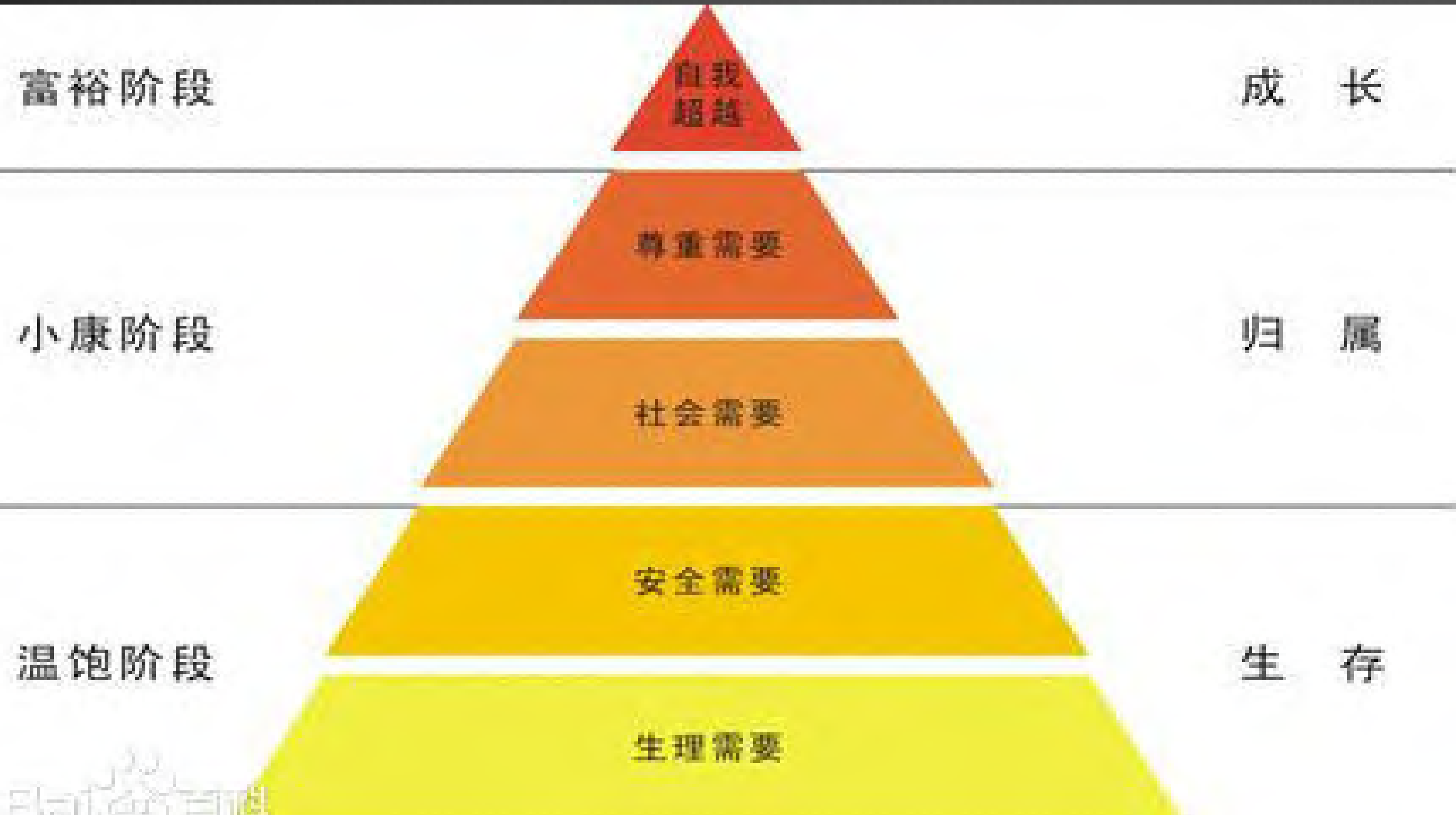
微信: [daxionghui2015](https://www.weixin.com/daxionghui2015)

# 粉丝运营



微信: [daxionghui2015](https://www.weixin.com/q/daxionghui2015)

## 粉丝需要什么？



存在感

重视感

参与感



微信: daxionghui2015



## 运营方式

参与感

有奖转发， 活动参与

重视感

反馈渠道， 贡献答谢， 赋予特权

存在感

活动邀请， 信息通知



## 运营须知

### 参与简单

规则简单  
切忌开放式  
选择题  
努力可获得

### 内容众筹

用户提供内容  
照片第一  
文字第二  
音频第三

### 树立典型

典型用户示范  
对积极用户好  
发动用户自治  
推崇宣传用户



# 众筹和付费

众筹会成为一种成熟的融资手段，但请记住脸只能刷一次。

付费是一种能力，如果你不能给别人带来什么就给他钱把。



微信：daxionghui2015



# 失败的第一原因



微信: daxionghui2015

感恩 惜福 施惠

取势 明道 优术

听话 照做 执行



微信: daxionghui2015



微信: [daxionghui2015](https://www.daxionghui.com)