

# 第 2 章

## 微商团队的战略布局



### 本章要点

微商团队的运作系统有哪些  
渠道系统  
推广系统  
技术化系统  
成员管理系统  
代理招聘系统

培训系统  
朋友圈代理模式  
微商分销模式  
服务型微商模式  
以自营为主的模式



### 学习目标

一个团队确定走微商的发展道路之后，就需要对自己团队的整体发展做一个战略规划，即团队的运营模式和销售模式，这是微商团队发展的核心。

知识要点	学习时间	学习难度
认识微商团队的运作系统	25 分钟	★★
常见的几种微商团队运营模式	60 分钟	★★★★
微商的 3 种销售模式	50 分钟	★★★★

## 2.1

## 认识微商团队的运作系统

微商团队是一个由多名成员组成的团队，这个团队中存在不同系统，不同系统承担着微商运营的不同职责，它们彼此分离又彼此联系，下面来具体看看。

### 2.1.1 微商团队的运作系统有哪些

一个微商团队要保证团队内部的运作稳定和有序，需要哪些运作系统？虽然微商团队并不是一个企业，不会设置各自的职能部门，但也会由于工作的不同而进行细致的划分，各个系统分工协作，彼此分离，但又彼此联系。如图 2-1 所示为微商团队的运作系统。

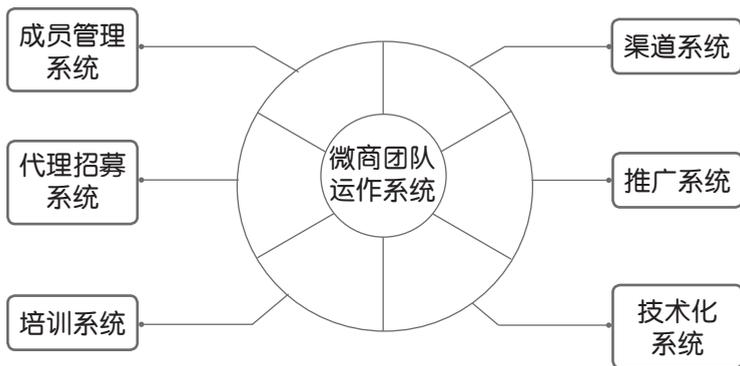


图 2-1

### 2.1.2 渠道系统

渠道系统是微商运营的基础，其中包括进货渠道和销货渠道。对于微商而言，一个好的进货渠道是其盈利的保障，除了保障稳定的货源，以及产品的质量之外，还能够保证顾客的稳定性。

随着互联网的发展，现在微商进货已经进入了营销订单时代，渠道订单管理系统通过创新的订单方式进行，打破了传统订单系统的壁垒。全渠道订单系统通过全渠道管

控会员、业务、订单以及门店等。渠道进货管理系统的作用主要表现在以下方面。

- (1) 统一管理商品的销售价格，维护代理商利益和消费者利益。
- (2) 防止经销商窜货，维护价值链上各级代理的合理利润空间。
- (3) 统一管理代理商信息，保证代理团队的健康发展。
- (4) 对商品物流情况进行追踪管理，以便随时随地监控产品的流向。
- (5) 防止假货，一个优质、稳定的进货渠道可以有效避免假货的出现。

微商的销货渠道非常广泛，主要分为线下渠道和线上渠道。线下渠道包括人群密集的各个展销会、活动中心以及广场等，线上渠道则比较广泛，包括微博、微信、QQ、百度等平台，其中线上为主要的销货渠道。下面列举几个常见的线上销货渠道。

### 1. 陌陌发帖

陌陌实际上和微信朋友圈类似，都是一个朋友之间互动分享和交流的地方。但是陌陌是一款以地理位置为基础的移动社交工具，可以通过陌陌认识周围任意范围内的陌生人，查看他的个人信息，并且与他互动聊天。

对于陌陌，虽然很多人有比较负面的认识，但是截止到2016年4月14日，还有超2亿的注册用户，说明陌陌有着较高的人气，也说明其中潜藏着巨大商机。在高人气的平台宣传产品，得到的效果必然不错。

另外，部分微商销售的产品，由于其产品特性只适合本地消费者，具备一定的针对性，那么陌陌地理位置的属性就比较适合于这类微商。但需要注意的是，正是由于地理位置的原因，使得客户群体都是附近的人，所以更要重视产品的质量问题的。

### 2. QQ空间消息推广

QQ空间(Qzone)是国内最大的社交网络，也是QQ用户的网上家园，更是腾讯集团的核心平台之一。在QQ空间中，可以玩游戏、上传照片、写说说、写日志以及分享心情等。

QQ空间相比微信而言，时间更为久远，上网的人几乎都拥有自己QQ账号，也许很多人提及微信朋友圈的广告便厌烦至极，但是QQ空间却不同。QQ空间中系统常常会推荐一些广告，如图2-2所示，但这些广告并不会引起大家的强烈反感。

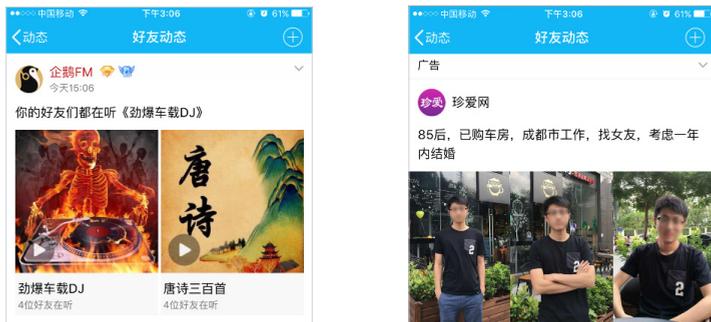


图 2-2

QQ 空间并没有像微信朋友圈那般让人反感，只要按照一定的规则，注意发送广告的频率以及趣味性，便能达到营销推广的目的。

QQ 空间对于微商而言，实际上是一个很好的销售平台，只需要将客户的 QQ 号码添加之后，便能通过 QQ 空间发布产品信息。

### 3. 微博发帖

如今很多人都有没事翻翻微博的习惯，而且微博有手机客户端，浏览起来非常方便。微博中蕴含着大量的新闻信息，吸引着众多用户，微商利用微博这个平台可以很好地销售产品。如图 2-3 所示为某手表商户的微博页面。



图 2-3

如图 2-3 所示，可以将微博的名称设置成产品或者企业名称，并对资料进行详细的修改，这样其他微博用户浏览信息时，看到微博设置便能明确知道商家的具体情况。然

后想办法添加大量粉丝，粉丝是微博营销的基础。于是，博主便可以每天在微博上发布一些产品信息了。

另外，还可以多关注一些可能会成为消费者的潜在客户，经常为其微博消息点赞、评论，增加彼此的联系。

#### 4. 美拍视频

前面介绍的几种途径主要是向用户发送一些关于产品的文字和图片信息，为产品做宣传，其实还可以制作一些有趣的小视频，如美拍。

美拍是美图秀秀出品的最火的短视频社区，视频中可以加入各种各样的特效，丰富视频效果。美拍采用的是傻瓜式操作，将剪辑、滤镜、水印、音乐以及高清画质，这五大要素集合一体，即便是没有任何拍摄经验的人也能拍摄出好看、有趣的视频。

微商可以根据自己商品的分类，通过美拍，拍摄出有趣的小视频，上传、分享到各个社交平台，从而实现营销。如图 2-4 所示为美拍中的美食视频。

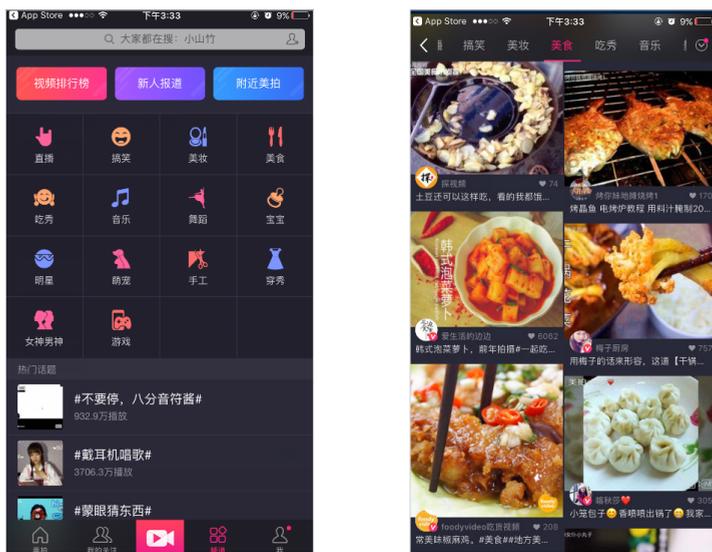


图 2-4

除了前面介绍的几种渠道之外，还有很多其他的线上微商销售渠道，如来往软件、朋友圈以及微信公众号等。微商销售类似于电子商务，可以将一些网络推广的方法与微商销售进行结合，往往会起到意想不到的作用。

### 2.1.3 推广系统

有了好的渠道之后，还需要将产品或店铺推广出去，让更多用户知道。网络推广对微商而言是很重要的，因为好的推广平台不仅能挖掘潜在客户，还能提高产品的曝光率。

目前运用最为广泛的就是采用付费的推广方式，如百度、谷歌等。以百度为例，付费推广的有百度竞价推广。

商家开通百度竞价账户，并选择行业内比较热门的关键词进行竞价排名。首次开户的商家需要一次性缴纳5600元，其中5000元是商家预存的推广费用，600元是服务费。服务费指的是用于购买百度推广服务专业咨询、技术维护等的费用，具体费用根据地区的不同，可能存在不同。

开通服务后，商家自助选择关键词设计投放计划，当搜索用户点击商家推广信息查看详细信息时，预存推广费中会扣除一次点击费用，每次点击的价格由商家根据自己的实际推广需求来决定，商家可以通过调整投放预算的方式自主控制推广花费情况。

百度关键词竞价排名完全以关键词出价为取向，谁的关键词出价高，谁就排在前面，点击一次价格为下一位排名价格加一分钱。每次点击的价格取决于商家与其他竞争者的排名、出价以及质量情况，但是不会超过商家为关键词所设定的出价，每次点击价格的计算公式如下。

$$\text{每次点击价格} = (\text{下一名出价} \times \text{下一名关键词质量度}) \div \text{当前关键词质量度} + 0.01$$

如果商家的关键词排在所有推广结果的最后一名，又或者是唯一一个可以展现的推广结果，那么点击价格为该关键词的最低展现价格。

除了需要付费的推广方式之外，还有一些不需要付费的推广方式，仍然以百度为例进行介绍。

百度文库是百度提供的一个在线分享文档的平台，也可以利用其做推广。利用百度文库不仅可以提高网店曝光率，还可以建设外部链接，好的信息还可能会造成病毒式的营销效果。但是利用百度文库做推广却不是简单上传几份文件那么简单。因为百度文

库的审核和要求比较严格，微商需要准备一些高质量的文档信息。微商借助百度文库推广的方法主要有以下6点。

(1) 搜集相关信息，确认话题。微商可以根据自己的产品或服务内容，搜集相关的行业资讯，并整理形成文档资料，进而确认好文章标题，然后围绕该话题展开文章的描述与表达。为了更好地通过百度文库的审核，可以尽量迎合百度文库偏好的文章类型，如时下流行的、有意义的以及有价值的相关内容与信息。

(2) 加工、包装必不可少。商品离不开包装加工，文章也是如此。如果是公司的产品资料，大多为原创性的文章，可能存在缺乏严谨性和观点不全等问题，需要上网查找资料确认；如果是从网上直接复制或节选过来的，那么需要仔细查看文章内容，并对其内容做出调整，重新编撰，这样有利于搜索引擎的搜录。

(3) 文章的保存格式要注意。通常大家在完成一篇文档之后，会习惯性地将其保存为 Word 文档。但是在此推荐使用 PDF 格式的文档，比较容易被收录，而且不容易被二次传播。另外，还有 PPT 文档，虽然制作起来费时费力，但却很受青睐。总的来说，文档格式的可读性排序为：PPT、PDF 和 Word 等。

(4) 百度文库的简介和标签不能疏忽。文档中的简介和标签是重要内容，清晰的标题、简介、分类以及标签，可以帮助快速大致地了解文章内容，从而精准定位潜在客户。因此微商在利用百度文库做推广时要充分利用该部分内容。

(5) 根据具体情况可以申请百度认证。百度文库提供了个人用户和组织机构认证机制，如有必要可以申请认证，提交相关的文档资料即可认证。认证成功之后，相当于百度向商家或企业发了一张通行证，更有利于商家做产品推广，可以在页眉、页脚部分植入企业或商家个人的广告语、公司名称以及品牌名等。

(6) 提高百度文库的等级与评分。在百度文库中不同的等级拥有不同的权限，微商可以尽量提供更多、更好以及更优质的内容，以提高自己的百度文库账号的等级。此外，百度文库的评分越高，该文档在搜索引擎的排名越靠前。

在百度文库中上传文档的操作非常简单，具体操作如下所示。

首先进入百度文库的首页 (<https://wenku.baidu.com/>)，输入自己的账号以及密码，然后单击“登录”按钮，如图 2-5 左图所示。登录成功之后，单击“上传我的文档”按钮，如图 2-5 右图所示。



图 2-5

进入上传文档页面，简单了解一下上传文档的流程，在计算机中选择需要上传的文档，然后单击“打开”按钮，如图 2-6 所示。

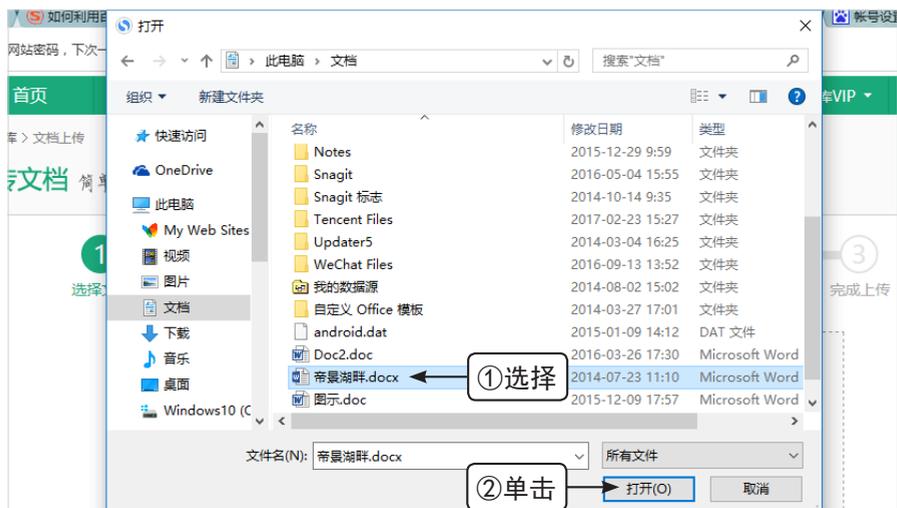


图 2-6

在打开的补充文档信息页面，根据页面提示完善文档的具体信息，包括文档标题、简介以及分类等，然后设置类型和售价，单击“确认上传”按钮，如图 2-7 所示。至此完成文档的上传，等待文档的审核即可。

**请补充文档信息，完成上传**  
审核通过后，您将获得财富值+2的奖励

**①填写**

\* 标题：

简介：

\* 分类：

标签：

类型：  
 付费文档 认证用户可上传 申请认证  
 普通文档 任何人可以检索和阅读  
 私有文档 仅自己可见

售价：

开启文档智能调价 [有什么好处](#)

保存至：

**②单击**

[+ 继续添加](#) [→ 确认上传](#)

图 2-7

除了百度文库以外，百度还有很多功能都可以用于推广，如百度新闻、百度知道、百度贴吧、百度百科、百度经验、百度图片以及百度空间等。除了百度之外，还有很多平台都可以作为推广平台，如博客和论坛等。

### 2.1.4 技术化系统

微商除了渠道以及推广的软件以外，还需要技术的硬件支持，这就涉及微商团队中的技术化系统。为了保证微商团队有效地进行营销计划，团队需要安排人员在技术方面进行开发和维护。

技术化系统在微商团队中主要负责的内容包括：平台技术的开发、微信公众号的后台操作以及根据客户的实际需求开发新的功能板块，帮助推广及策划人员完成营销。

例如，某个微商团队需要开发一个服装商城的账号，那么这个账号就要实现两个端口，在客户端口要实现下单、购买、查看、退/换货以及购物车等功能；而在后台端口则需要完成接单、发货以及上新等功能，这就需要技术人员通过代码编程来撰写相关 APP 程序，并且建立后台网站和数据库等。

如果微商团队选择微信平台，那么应该熟悉微信公众号后台的操作，然后根据客户的实际需求设置微信公众号的具体功能。如图 2-8 所示为微信公众号的具体功能。



图 2-8

尽管在微商团队中技术人员并不是直接与客户交流、销售产品、制造利润的人，但是团队中的成员要意识到，负责技术系统操作的技术人员是团队坚实的后备力量，只有在完善、功能齐全的平台上进行微商活动，才能给客户一个好的购物体验。

### 2.1.5 成员管理系统

成员管理系统是微商团队的重要系统，不仅负责着整个团队的正常运行，还协调着各个系统之间的平衡。其中，管理者不仅要掌握各系统的成员操作情况，还要时刻关注各个成员的个人情况，以便及时解决团队中出现的各种问题。

实际上，因为微商团队中的成员较多，所以成员之间很容易引发各种业务上的问题，从而直接影响到整个团队的利益，这时就需要一套明确的管理方案来对成员进行管理。下面来看看微商团队管理中经常出现的问题以及管理方法。

#### 1. 撞单和抢单的情况

实际上，撞单、抢单的情况在各个企业、行业中都常出现，经常一个客户几个业务员在联系，这对团队的整体利益而言是非常不利的，也会加大后期与客户的沟通难度。面对这样的问题，通常每个团队都会有自己的解决方式，如平分佣金等。

但是，这样的处理结果并不能使所有成员都满意，所以为了避免这一情况，管理者可以设置一个智能化的客户管理系统，实行客户资料重复报警通知。即当业务员在录入新的客户资料时，该系统能够自动提示该客户已经存在，由系统来自动审核客户的归属权问题，谁先录入就归谁，以后有同事在录入客户填写资料时，只要和此客户资料的公司名称、电话号码等相同时，就录入不了。如有同时录入的情况，借用目前大部分企业采用的方式，以公司利益为重的解决方案，看跟进的人对客户的把握程度，即谁与客户联系更紧密，就由谁进一步跟进。这样就能直接从客户的源头解决撞单和抢单的情况。

## 2. 同样的难题重复出现

虽然微商团队庞大，但不可避免的是，业务员的流动性也较大。由于业务本身就是一个流动性很大的群体，所以业务员的流失是正常而且无法避免的，但是作为团队来讲，更为重要的是业务员不仅自己走了，也将团队教会他的经验和方法都带走了。当新的业务员加入团队，又会从零开始培训，所以团队将会在这方面花费大量人力、物力以及财力。

既然人员流动这个现象无法避免，那么就需要增加团队的经验积累。团队可以让每个业务员随时记录他在工作中遇到的各种各样的问题以及解决方法，然后将这些方法进行归纳总结，并永远保存下来，给其他队员作为参考和学习，帮助其快速成长。

## 3. 忘记与客户的约定

我们都知道，很多时候客户都不是一次交流就可以快速成交的，往往需要反复地沟通确认，而客户可能并没有那么多的时间，所以业务员常常需要与客户约定一个时间，以便再次交流。但是实际上，一个业务员可能常常同时跟进多名客户，所以很有可能忘记与客户的约定。

因此，管理者可以设置一种日程管理系统，业务员可以提前设置接下来需要处理事情的标题、时间以及内容。业务员只要打开系统就能查看到，到了临近约定时间，即使业务员没有打开电脑，系统也会为其发送相关消息至手机，从而有效地避免遗忘约定情况的发生。

当然除了列举的这些问题以外，团队在实际的营销运营中还可能出现各种各样的问题，管理者需要有大局思维，任何情况以团队的利益为首，以客户的体验为重。

### 2.1.6 代理招聘系统

招聘代理是微商发展的重中之重，也是必要环节，很多微商不能大力发展自身的业务，主要问题在于没有庞大的代理群体。微商代理能够直接为微商团队带来庞大的利润空间，所以团队在建立之初就需要有计划地发展代理，并且建立代理招聘系统。一个完善的代理系统能够吸引众多代理加盟。在建立代理招聘系统的过程中需要注意以下几点。

(1) 代理制度合理化。首先微商团队的代理制度需要合理，不合理的代理制度会影响代理发展的速度，并且这种影响是长期性、持久性的。另外，代理制度不合理容易

引发各种各样潜在的危机，包括：①代理的动力不足，销货缓慢；②市场乱价；③由于代理层级区分不明显，引发代理越级发展等。

(2) 不能一味地照搬线下代理模式。很多品牌商在成为微商之后，将线下代理商的模式直接运用到线上，这是不正确的。微商拥有很多现在的代理商以及渠道商，但需要注意的是，这些代理都有一个区域保护。而线上代理要面对的是全国的客户群体，并不存在区域这个问题。这样的情况会使代理队伍杂乱不精，代理商的价格和经营手段难以控制。

(3) 利润空间设置不合理。从事微商代理商的群体大部分为普通群众，且很多为兼职人员，目的在于获取兼职利益。而这部分代理商的层级往往较低，获得的利润也较低。但是真正将产品销售出去的往往是他们。较低的利润空间，使得产品越发难卖，所以需要设置合理的利润空间，增加其销售动力。

(4) 发展熟人代理。随着微商模式的蔓延，将身边的朋友、同学、亲人等发展成为代理，是一件比较常见的事情。但是一旦将这些人发展成为代理之后，就会涉及利益关系，从长远来看，并不适合。

在了解了代理招聘的误区之后，就需要开始接触如何发展微商代理，下面介绍几种比较直接有效的招聘代理的方式。

### 1. 转化客户成为代理

在自己营销的客户群体中很有可能会遇到帮人带货的客户，这类客户通常有较大的产品需求量，也有一定的销货渠道。如果能将这部分客户发展成为代理，可以为团队带来较大的利润空间。将这部分客户发展成为代理比较简单，因为他们通过多次的购买产品，已经对产品比较熟悉了，而且和微商也建立了一定的信任关系。这时让他考虑做代理这件事，通常都会同意。

需要注意的是，这类客户转化成为的代理虽然不是职业代理，但是由于信任的关系，他们通常与微商之间建立起了比较深的信任关系，所以忠诚度较高，需要小心维护。

### 2. 寻找具备创业想法的人

具备创业想法的人通常对于代理会较常人更感兴趣，他们富有热情、敢于挑战，并充满动力。这类的创业者主要集中于在校大学生，因为其课业较少，空闲时间较多，所以更愿意参与。

### 3. 直接发布招商信息

微商还可以通过各种流量渠道，将招聘代理信息发布出去，感兴趣的朋友自然会来找你。这类渠道有新闻网站、分类信息网、招商网、货源网以及自媒体平台等，如图 2-9 所示为某服装店在招商网发布的代理分销广告。



图 2-9

### 4. 写软文招聘代理

这是一种效果较好的招聘方式，因为可以无限地被放大，如博客、论坛、微信朋友圈、微博以及 QQ 空间等，渠道没有限制，也可以吸引大量群众进行广泛关注，并且进行转化。软文招聘主要有以下优势。

(1) 生效快，活跃周期长。一般的广告带有明显的广告性质，除了对真正感兴趣的人有效以外，对其他人则类似于骚扰，所以并不会有人传播它。但是软文则不同，软文本身带有一定的趣味性，能吸引人的注意力，容易被大量转载，这样循序渐进，很多文章即便过去了多年，也仍然在网上流传。这就是软文的传播效应，能够引发病毒式的传播，见效较快。

(2) 软文成本较低。成本，无论什么时候都是微商团队关注的一个重要内容。微商团队通常属于中小企业，对于电视这类的广告，费用较高，难以承担，但是软文则不同，只要具备好的文案水平就可以撰写，成本就是人力。

(3) 抢占搜索引擎排名位置。搜索引擎对于高质量的文章内容总是格外偏爱，所以大多数软文都会将一些竞争不大的词语插入软文当中，这样可以获得较高的排名。在后期也可以在标题以及描述中插入一些竞争力大的关键词。这样软文更容易被搜索引擎收录，并获得较高的排名。

### 5. QQ 群招代理

QQ 群是一个快速有效的招聘方式，因为通过搜索可以查找到大量有用的 QQ 群，如货源群和微商群。其中有很多成熟的代理，他们也在寻找好的产品。多添加几个 QQ 群，才可以找到更多代理商。如图 2-10 所示为搜索到的 QQ 代理群。



图 2-10

### 6. 与培训机构合作

与培训机构进行合作也是一种比较有效的方式，如与玩淘宝培训或各类网络营销培训机构合作，招聘一名代理。只要将具体流程整理好，便可以快速招聘到大量的代理商。因为培训机构本身具有一定的信任度，培训的内容包括如何营销和如何推广，所以更容易获得学员的信任。如果培训机构愿意推荐，或者做下广告，那么必然会快速招聘到代理。

## 2.1.7 培训系统

培训系统即对微商团队的成员进行培训，将一些好的方式和方法分享给队员，避免队员走弯路。培训系统是微商团队营销的一个基础，“培训强则微商强”很好地说明了培训对于微商的重要性。培训系统需要根据微商团队的情况来具体分析和设立，才能从根本上解决问题。微商团队主要具备以下 4 个特点。

**非集中式办公：**微商团队的成员基本上是自在家办公，只有少数情况下是聚集在一起办公的。

**自主性：**每一个微商团队的成员，都是独立的个体，以微商团队集合起来，但是彼此之间没有上下级关系，更多的是合作关系，所以自主性更强。

**松散性管理：**微商团队的管理有别于一般企业，没有上下班卡，都是线上直接联系，成员之间的管理比较松散。

**无专属性：**很多微商都是代理多个品牌、多个产品，因为这样可以有效地为微商团队分散风险，因为并不是所有产品都可以称为爆款或热销品。

针对微商团队的特点，设计出一套比较完整的，可以统一团队思想的培训体系就变得至关重要了。想要设计适合实用的培训体系，需要明确培训系统建立的顺序。如图 2-11 所示为建立培训系统的流程图。

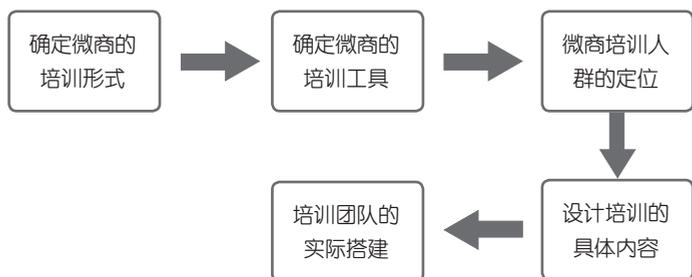


图 2-11

(1) 确定微商的培训形式。因为前面提到过微商团队的成员基本上不会集中办公，所以常规的企业培训形式对于微商而言并不适合。微商的培训形式以在线为主、线下为辅。

(2) 确定微商的培训工具。线上培训的工具也有很多，为了将大家聚集起来，形成沟通，然后交流，可以利用 YY、微信群以及 QQ 群等线上的聊天软件工具。

(3) 微商培训人群的定位。培训人员需要注意的是，并不是所有人都适合培训内容，不同的人对于培训内容的需求是不同的，培训课程的设计只有根据需求来做才能得到比较好的效果。对培训有需要的人群包括：①刚加入微商团队创业，没有任何经验的新人；②加入微商团队一段时间，想要通过培训提高自己的；③已经加入微商团队，以销售产品为主的；④已经加入微商团队，以招聘代理为主的。

(4) 根据受训人群的特点以及需求的不同，设计出不同的培训课程，包括微商销售技巧、招代理技巧、品牌文化及未来规划、产品知识、售后服务政策及技巧、疑义解答、案例分享等（在后面的章节中会详细介绍如何设置培训课程）。

(5) 培训团队的建立。微商想要建立自己的培训体系，必须先建立培训团队，团队可以通过内部报名、选拔和扶植的方式培养，让那些做得优秀的人成为讲师，把他们

的成功经验复制到团队里，只有自己培养的才是最符合需求的。

## 2.2

## 常见的几种微商团队运营模式

随着互联网的发展，微商运行也衍生出了多种商业模式，不同的模式给微商团队带来不同的利润空间，而微商团队也需要从中选择出适合自己的运行方式，以便更好地完成创业。

### 2.2.1 朋友圈代理模式

自微商出现以来，朋友圈代理模式是主要销售模式，通过设立多个层级，根据每个层级的需要，层级不同价格也不同，一级一级地向下招代理。比较具有代表性的是微商初期的面膜，火爆了整个朋友圈，紧接着各种品牌的面膜都出现在了朋友圈中。

在这样的模式下，每个代理商都是必须拿货的，压货就会有一定的风险。而微商主要的盈利就是差价，总代理负责一级代理，一级代理负责二级代理，二级代理负责三级代理，逐次向下。上层代理面对的不是终端客户，主要工作是招聘数量较多和质量较优的下级代理。

这种模式的优点在于发展迅速且见效快，相对而言比较轻松。一旦建立了分销代理的渠道，整体的销量会有比较大的突破。其缺点在于，实际并没有直接面对客户，对代理和渠道的依赖性比较强，风险比较大，一旦代理渠道被破坏，那么将给团队带来巨大损失。

朋友圈经常会看到一些代理晒销售图的情况，某某下了几万元的订单，实现了多少万元的交易额。实际上，这些产品都被一层一层囤在了代理手中，代理的层级越多，囤的人就越多，销量也就越大，但是真正流通在市场上，被消费者消化掉的产品，可能连 20% 都不到。

总的来说，代理模式的微商实际上并没有真正销售产品，更类似于一个击鼓传花的游戏，将产品向下传递到不同的代理手中。大多数位于底层的代理成了最终的消费者，产品销售不出去，结果是自己用或者是送人。

虽然代理模式火爆一时，但是这样的模式终究无法真正地使微商获得利润，所以在一段时间之后，便销声匿迹了。

### 2.2.2 微商分销模式

除了个人微商之外，还会有一些具备电商基因的公司进入微商，通常会搭建一个微商城或者微信公众号，然后自带分销功能。商城里面具有各种商品，个人在里面购买一定金额的产品之后就可以自动成为一个微店店主，并且享有一个专属微店界面。自己在使用过产品之后，可以分享自己的使用心得，并且留下自己的微店链接，别人在看见分享之后，点击链接便可以购买产品了。如果购买成功，自己就会获得相应的佣金，这样的模式类似于淘宝客。

分销模式也具有三级分销的功能，即可以邀请下级开店，如果下级的客户成功购买产品，上级也可以获得相应的佣金。与朋友圈代理模式明显不同的是，这样的模式不用压货，微商也就没有囤货的风险，而且自己不必担心产品的发货以及售后问题，平台会直接负责。另外，加上三级分销获取的佣金，只要下级代理的规模达到一个稳定的水平，就可以保障自己利润的稳定。

这样的微商分销模式下的代理与朋友圈代理相比风险和压力较低，所以更容易招聘到代理。因为这类微商已经具备了电商的基因，也经过很长一段时间的客户积累，所以向微商发展比较容易。

这种模式比较适合已经过一段时间发展的中小型电商卖家。以淘宝卖家为例，很多人会将淘宝与微信朋友圈对立起来，认为是两个竞争性的渠道，其实不然，如果将二者巧妙地结合可以得到更好的结果。因为淘宝最大的特点在于通过各种各样的方法获取客流，而朋友圈则擅长留住客流，提高回购率。

### 2.2.3 服务型微商模式

服务微商模式主要是针对一些在线下具有实体店或具备某项技能的人，借助社交媒体平台提供服务。例如餐饮店，可以开通一个微信服务号，用户可以通过服务号预约餐厅位置、点餐以及订外卖等。

## 案例陈述

虽然很多微商起步都是通过上级代理的引领,但是也有一部分微商起步源自“兴趣”二字。微信经营某品牌的张先生是一个十足的球鞋迷,自己对该品牌的球鞋非常喜欢,并且对于球鞋的相关搭配和养护等知识都非常有心得。

后来发现该品牌开始发展微商,于是张先生想办法联系到该品牌的负责人,表明代理该品牌的决心。经过一番交流,张先生成功地获得了代理分销权,于是他开始利用各种途径分销球鞋,如微信朋友圈。

对于微商,张先生觉得是一件既简单又困难的事情。简单的是不用耗费太多精力就可以完成产品销售,而困难在于和高仿者竞争以及客户的沟通。品牌球鞋的价格不低,所以张先生无法一味地降低价格来达到成交的目的。张先生通过提高售前售后的服务,赢得口碑,从而提高了自己的销售量。

由于张先生对球鞋非常了解,所以在与客户沟通时,常常会将假货识别方式、球鞋养护方式以及自己的球鞋搭配想法分享给自己的客户,通过口口相传的方式,张先生很快赢得了大量客户的信任。

这样模式下的微商优势明显,主要在于客户群体比较稳定,客户重复购买率较高,而且客户通常还会介绍更多客户,当基数随着时间的积累形成裂变,将会带来意想不到的收获。但是服务型微商模式对于服务质量要求较高,需要长期和客户建立信任关系。另外,见效周期较长,起步阶段效果并不明显,所以并不适合需要在短时间内快速盈利、回收成本的小型企业。

服务微商模式给了用户很多实质性的帮助,也提供了很多贴心和便捷的服务,受到了广大用户的青睐,所以服务类的微商模式往往能够得到比较好的发展。

## 2.3

### 微商的 3 种销售模式

微商是主要借助各种互联网媒体平台销售产品的一种商业形式,目前有 3 种销售模式运用得比较广泛,即 C2C、B2C,以及 B2B2C。

### 2.3.1 以自营为主的 C2C 模式

C2C (Customer to Customer)，即个人对个人的交易形式。虽然微商团队化必然成为一个发展趋势，但是目前仍然有部分微商还是以 C2C 的个人微商为主，得到品牌的授权，通过代理形式在社交媒体上进行推广销售。

C2C 模式存在一些缺点：代理层级较多，利润空间较少；产品日益同质化，仅依靠产品特色为重点很难得到发展。加之舆论的围剿以及官方的施压，这种个人代理模式的微商逐渐下滑，所以主打个性化、差异化以及品质路线的微商开始兴盛起来，各种各样拥有故事背景的土特产、生鲜以及手工艺品等产品在社群微商和圈子微商中脱颖而出。这种微商的好处是商家可以直接通过第三方平台做直销，在营销上比较灵活，可自主定价，但缺点也较明显，如产品管控较难，产能上也得不到好的保障，自己还得负责物流和客服等。

前面提到的口袋购物 APP 就是典型的 C2C 模式，主打个性化以及精准化的推送。自口袋购物的微店推出以来，吸引了 1200 多万微商入驻，可以看出市场对于移动电商的强烈需求。

### 2.3.2 以代销为主的 B2C 模式

B2C (Business-to-Customer)，是一种商对客的电子商务模式，即直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。这种模式以网络零售业为主，主要借助互联网开展销售活动。简而言之，B2C 就是企业通过互联网向消费者提供了一个新型的购物环境，即网上商店。

微商经过一段时间的发展，渐渐从之前 C2C 模式转向 B2C 模式，并且这种转变较为明显。越来越多小 C 向小 B 或者中 B 发展，使小 B 和中 B 得到了快速发展。B2C 模式的转变情况，如图 2-12 所示。

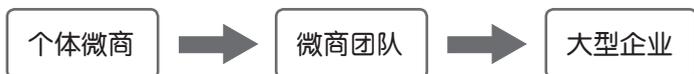


图 2-12

B2C 模式优势明显，具体如下所示。

(1) 无论是从货源、管理、囤货还是从交易等方面，都可以通过平台进行规范化的管理。

(2) B2C 模式对商家而言，有平台做担保，解决后顾之忧。

(3) B2C 模式能够保障消费者自身的利益，即具备完善的交易体系和维权体系。

(4) B2C 模式下的分销，可以为代销者提供佣金分成，从而转化更多的消费者成为分销者。

(5) B2C 能够使微商的产品质量和都得到有效保证。因为 B2C 模式下的微商交易会有一个安全的交易系统，这个交易系统能对商品交易的每一个环节进行有效监控，从而保证产品的质量和都。

(6) B2C 模式可以通过第三方平台来引流，将分散在微博、QQ 空间以及贴吧的流量引导到微商平台中来。

但 B2C 模式也不是十全十美的。例如，分销员不能改变商品价格；而且随着 SKU 的增多，产品同质化的问题变得越来越严重；佣金随着产品价格的调整而调整，有些价格较低但购买频次高的产品，无佣金返还。

### 2.3.3 以自营 + 代销为主的 B2B2C 模式

结合前面两种模式的具体情况，可以得出 B2B2C 才是微商今后发展的主要模式，下面来具体了解 B2B2C 模式。

任何商业体系都离不开一个良好的监管机制，而 B2B2C 模式下微商平台就是这样一个中间体系，来负责监管。所谓的 B2B2C 模式，第一个 B 指的是卖方，即成品、半成品以及材料提供商等；第二个 B 指的是交易平台，即提供卖方与买方联系的平台，并且提供优质服务；C 指的是买方。

卖方不单单是公司，也可以是个人，即逻辑上买卖关系中的卖方。B2B2C 把“供应商——生产商——经销商——消费者”各个产业链紧密地连接在一起。这样就形成了一个良好的微商生态圈，有完善的交易体系、完善的分销体系以及完善的售后服务体系，形成多方共赢。

B2B2C 是由 B2B、B2C 两种模式演变发展而来的，具备了 B2B 和 B2C 两者的优势，

通过 B2B2C 模式，微商企业能够构建自己的物流供应系统，提供统一性的服务。其主要优势有以下 4 点。

首先，企业、商家提供产品，消费者通过 B2B2C 模式的电商平台购买到优质产品，从而实现共赢。其次，电商平台可自行开设自营店铺，充实平台商品，给予消费者舒心的消费体验，使平台拥有较大的盈利能力。

买卖双方各有独立的登录后台，商家可自行设置客服账号，分工明确，更快速高效地工作，使平台对商家结算及管理更便捷。

实现平台快速盈利，平台与商家结算按照月结账期结算，保护平台与消费者的利益。

在 B2B2C 模式中，平台对售后服务拥有更大的权限，对供应商是一种良性的督促，对消费者也提供了更加强大的购物保障。

新型的 B2B2C 模式主要具有以下 4 个特点。

#### 1. 以平台自营商品为主

B2B2C 是以平台自营为主的一种电子商务运营模式，平台自营商品是商城主要的盈利点，也是保证销售商品质量最为有效的方式。平台运营商通过自主产品的销售，保证了商城的基础运营。另外，运营商也可以建立自己的大型销售仓库，建立大型的连锁超市，如国美和苏宁等。通过电商平台完成销售，既可以节省线下的各类费用，也可以扩展更多网上用户。

#### 2. 商家入驻，销售佣金

B2B2C 商城是在自营的基础上，允许商家申请入驻，所以入驻的商家需要提交相关的营业执照等信息，在通过平台的审核之后，才可以销售申请的种类商品。商家在销售过程中买家对平台运营商付款，根据运营商的要求商家定期申请结算，结算时需扣除对应商品种类的销售佣金。

#### 3. 多种促销方式并存

B2B2C 商城内设置了多种促销方式，包括商城活动、积分商城以及团购等，为自营和商家提供了多种盈利方式，能够有效地补充基本销售功能，让消费者在获利的同时，给商家带来更多的利润空间。

#### 4. 完善的售后管理体系

在 B2B2C 商城中，用户完成注册，进行购物，购物成功后就可以享受体系化的售

后服务，包括单件退货、退款以及物流查询等，保障买家的权益。另外，B2B2C 模式中也有评价系统，买家可以根据实际消费情况对产品做出客观评价。

根据 B2B2C 模式的特点可以看出，虽然表面上看 B2B2C 比较复杂，但是 B2B2C 模式是一种综合性较强的电子商务系统，能够给微商和消费者带来益处。下面来介绍一个典型的 B2B2C 系统微商平台 HiMall 多用户商城所具备的功能性特点。

### 案例陈述

HiMal 是 Hishop 旗下一款聚焦于 B2B2C 的网上商城系统，主要面向中高端客户，为传统企业和微商提供一个提高商家移动互联网运营能力的电子商务平台。如图 2-13 所示为商城首页（<http://demo.himall.kuaidiantong.cn/>）。



图 2-13

HiMal 提供 B2B2C 微信商城、B2B2C 手机商城、多用户 APP 商城（安卓版和 IOS 版）等功能，给商家和消费者提供了更多便利。

HiMall 还为商家提供了数十项营销组合，具体如下所示。

(1) 拼团：基于多人组团的形式，鼓励用户发起与朋友的拼团，从而以折扣价格购买商品。充分利用了会员的社交圈，借助微信等社交媒体强大的社交属性进行传播，达到裂变吸粉的目的。

(2) 吸粉红包：HiMall 多用户商城系统设计了吸粉红包，即平台可以主动发送或者设置推广活动，帮助平台快速获得粉丝。

(3) 代金红包：商家可以设置会员消费后，获得一定数量的红包奖励，并且

引导会员进行分享，从而帮助商家进行二次曝光。红包领取不会因为会员没有登录而影响领取操作，从而最大限度地提升商家的曝光度。

(4)大转盘/刮刮卡：平台可以在后台设置大转盘和刮刮卡活动，并且将优惠券、积分或红包设置为奖项，吸引用户积极参与。

(5)优惠券：HiMall 多用户商城系统的优惠券可以分别针对移动端以及 PC 端用户进行设置，同时可以根据领取场景进行配置。除此之外，HiMall 多用户系统支持注册送券、扫码送券以及会员精准推送优惠券等多种组合玩法。

B2B2C 模式下的电子商务平台需要完善的管理体系作为支撑。HiMall 多用户商城也为商家提供了一系列管理方式，包括财务板块、入驻流程以及售后保障体系等功能。下面来分别介绍。

### 一、财务板块

所有微商入驻平台的目的都在于盈利，而商家是否盈利，将会直接体现在财务管理中。HiMall 多用户商城系统为商家搭建了专属的财务中心，对所有收入、支出进行统一管理，所有资金的去向都能做到有据可查。待结算订单、已结算订单以及退货订单等明细一目了然，大幅度提升了对账效率。

### 二、入驻流程

有时，一些微商虽然想要入驻一些平台，但是却被平台的高门槛拒之门外。而 HiMall 多用户商城具备灵活配置的入驻功能，所有需要填写的信息都可以在后台进行设置。商家或个人，通过分角色的形式，提交不同的入驻信息，入驻审核仅需一步就可以完成。店铺到期之后会自动提醒续费，商家在线缴费和在线升级套餐，避免了一系列烦琐的程序。

### 三、售后保障体系

HiMall 多商城平台统一设定了售后处理的时限，消费者发起售后申请之后，商家需要在时间限定的范围内做出回应，充分保障了消费者的权益。对于退款流程的重要节点，消息提醒直达消费者手机。在退款金额计算环节，订单金额、佣金、积分和促销抵扣部分均计算清楚，维护各方利益。完善的售后系统，提升了消费者的消费体验。

另外，在 B2B2C 模式下的 HiMall 多商城具备以下 6 个核心技术。

(1) 索引搜索：采用行业热点分词库构建搜索服务集群，且分词可自定义，以提高查询效率，提升用户体验。

(2) 大数据支持: 通过优化数据库设计和对分布式缓存的支持, 实现数据动态扩容, 以承载 T 级大数据。

(3) 高并发高可用性: 利用缓存、集群服务、数据库读写分离等分而治之的设计思想来搭建高并发高可用的商城平台。

(4) 灵活扩展性: 采用 OOP 思想、成熟的 MVC 框架, 并辅以灵活的插件设计, 实现功能的广泛扩展。

(5) 最新的 Web 框架: 系统采用 ASP.NET MVC5.0 Web 系统框架, 使业务层与逻辑层相分离, 提高代码可读性, 为二次开发提供更有利的保障, 并引入 ORM 框架, 屏蔽掉繁杂的 SQL 语句, 提高开发效率。

(6) 全方位安全保障: 利用输入验证和输出过滤的方式, 前后台双重验证数据, 对跨站脚本和 SQL 注入等伪造请求进行预防, 辅以系统日志和基于角色的权限控制保障系统安全。

根据案例可以详细看出 B2B2C 模式的主要功能以及特点, 相较于 C2C 和 B2C, B2B2C 更为完善, B2B2C 弥补了 C2C 和 B2C 微商模式下的缺陷, 为广大品牌商开拓了更多销售渠道, 为广大微商带来方便靠谱的发展平台, 为消费者购物提供了更多保障, 所以 B2B2C 才是微商的未来。

但是微商们仍然需要注意, 尽管 B2B2C 模式看起来较为完善, 但是由于商户本身很难有价格方面的优势, 对于商品的质量、服务、配送以及售后等问题, 平台无法做出一个统一标准, 从而导致商家的质量参差不齐和用户体验有好有差, 所以 B2B2C 模式还有很长的一段路要走。