**做好线下微商靠这三招**

**我对微商的理解**

**零售已死**

即使是阿里巴巴这样量级的电商，天猫2016年双十一1天1200多亿，然而大部分品牌方在双十一之后的一段时间都非常痛苦。无论是买三送一还是199-100，本质上是让消费者囤货，导致消费者在一段时间内不会再做同品类的消费，所以我说零售已死

微商本质是分享经济

你在商超买一件产品和买10件产品的价格是一样的，享受不到任何折扣，而微商本质上是批发生意，买的越多价格越便宜，微商正是解决了这个问题，我做活动的时候一盒面膜原价158一盒，但你一次买2盒，可以省100块。

一，微商是卖货还是卖人

刚开始卖人，后来卖货

很多国内外的一线大品牌15年开始做微商，几乎没有做起来的。质量不错，口碑也好，为什么就是做不起来？微商做起来的反而是一些知名度很低的品牌

**因为微商本质上是一门生意，最终的目的还是为了赚钱。**有些产品虽然知名度高，但是本身价格体系透明，例如：一款海飞丝的洗发水，你在微商卖100元没有人会买，因为顾客能通过其他渠道买，仅需要20元左右，用户对其产品品质认知非常强，微商朋友圈口碑分享的价值体现不出来，另外价格体系太透明，满足不了渠道利益分成，所以做不起来。

很多东西你觉得好，但是不代表你一定要销售它，微商本质还是一门生意，产品品质好是基础，有足够多的利益，大家才有动力成为销售者。

二，微商与传销

微商是不是传销

1. **入门费。**有些微商品牌方需要交入门费才有销售产品的资格，而不是交钱拿货。你们可以观察一下身边的微商品牌是不是这样。
2. **升级是拿货还是靠发展人头。**判定是不是传销，不能从多少级别看。要看升级的本身是通过拉人头还是拿多少货，传销是拉人头升级的。有些品牌，要升4级要招到10个5级，升3级要找到10个4级，以此类推，一些下级代理为了升级不断找亲戚朋友杀熟，这个肯定是传销的形式。
3. **奖励是不是三级以上。**云在指尖五级分销被封杀，微信也在打击三级分销，传销是多层次奖励。我们公司的奖励是谁招代理奖励谁，不涉及第三人。
4. **社交社群PK电商社群**

**微商不是做熟人的生意，而是做圈子的生意**

**微商本身就是做社群，以社交属性和话题属性是没有意义的。**比如今天有球赛，你发个朋友圈说爱看球的建个群，这个群就是社交属性的，没有任何商业价值

**另外一种电商社群，微商就是电商社群。**我们有30多万代理，因为做我们的产品代理而建立起来的关系，这就是一个庞大的电商社群，商业价值是很大的。我们公司出的任何一款新产品，一周内100万只/盒保底，因为我们有30万的代理商这么大一个体量，也是基础销售渠道。

**直销、传销是做熟人的生意，但微商不是。**你的熟人圈有200人，按照10%的转化率，20人哪能打造出这么多的百万大咖，千万大咖。如果你是做熟人生意，这也是你为什么会遇到瓶颈的原因。

**微商就是做圈子的生意。**圈子的核心是你是不是这个圈子的KOL（意见领袖）。我们很多代理在杭州四季青、白马等这样的服装批发市场做了十几年，她们在这个圈子有庞大的人脉圈和信誉度，几乎可以做到卖什么火什么，无形中成了客户眼中的KOL，做了我们代理后，客户也跟着买单，所以我们能迅速打开服装批发老板娘的市场

我们的代理和行业有很多区别，几乎90%的核心战略合伙人是以前没做过微商的，我们通过培训、体系、包装一步步打造他们成为行业大咖。我们很少整合微商行业大咖，因为自己培养起来的忠诚度是最高的。我们团队流失率少，体系稳定，2016年增长率同比2015年增长了6-7倍。

1. **微商选品**

**爆品容易引流，大众消费品更长远**

2016年很多微商崩盘了，但为什么我们的微商2016年较2015年有6，7倍的增长？

我们推出的第一款产品是BB霜。开始起步会非常困难，因为面临众多国内外知名品牌竞争。我们选品的核心是要迭代消费者以前使用的品牌，而不是让消费者重新认知一个品类。化妆品这个品类已经经过了长期的市场教育，做大众消费品，虽然早期市场不好打，但只要一步步走稳了，可以做地长久。我们操盘的白皙摇BB，2015年3月上线至今，每个月销售额都在增长，且产品附购率超高。

爆品容易搭建团队、获取流量，但很难做久，后期也会导致团队流失。

做大众消费品，例如化妆品、内衣等开始虽然会很艰难，特别是搭建团队，但是会走得更长久一些，**我总结微商要走得更长久，选品有两点很重要：1、销售量稳定，波动小；2、产品品质好，品类大众化，附购率高。**

1. **如何做好线下微商**

**线下不是销售战场，而是流量入口**

传统生意的核心是流量和获取流量成本的问题。电商还没有兴起的时候，大家都去商场、实体店买，人满为患，有了电商后很多实体店关门了，纷纷转型线上。

电商已经不适合创业，淘宝那么多同类产品同一个平台竞争，高手如云，所以大部分人做淘宝都是亏损的。创业可以选择一个精英人群比较少的领域创业，微商就是这样一个比较好的选择。其实看微商行业，和互联网，电商领域相比，微商大咖普遍学历较低，胜在KOL的塑造能力，执行力，团队凝聚力打造等。

**传统行业有流量的人怎么做好微商？**

很多人有线下门店、流量资源，但为什么转型微商的的效果都不理想？

大家首先思考下：你会去餐厅买内衣吗？你会去内衣店买化妆品吗？门店只能作为流量入口，不能作为销售战场。把门店作为销售路径是行不通的，还会影响你门店传统生意。线下门店只能作为流量入口。例如：你去理发店理发，洗发小哥告诉你关注微信免费得护发素，去餐厅吃饭，关注微信可以免费送一包纸巾或一瓶可乐，一般都会添加。

**所有开店的人要考虑如何把顾客更好的转化到线上去，第二步才是如何在朋友圈，把他们转化成你的代理。**

**案例1：**

有一个代理线下有30家鞋店，每一个顾客买完鞋子后，服务员会说：1、添加我们微信可以免费送一双袜子；2、朋友圈会有促销和上新信息。一般情况都会加

**案例2：**

同理，开服装店的代理，顾客买完衣服后和他说：添加微信可以送一条小围巾。一般情况都会加。

这样的方式，对于顾客而言成本是很低的。**两个步骤操作：1：从线下获取流量；2、朋友圈教育转化。**

1. **做微商如何获取流量**

**没有流量，怎样做好微商？**

做微商，但朋友圈没有好友，也没有流量入口，怎么办？**如果你是全力做微商，教你3步**

1. **微信里获取5000人好友；**
2. **第二步，转化你获取的这5000人；**
3. **第三步，建立和管理自己的团队。**

首先第一步，不着急卖产品，先如何让你的朋友圈有5000人好友。没有流量，再好的产品也卖不出去。

**借势获取流量法**

**案例3：**

①、在大麦网查一下近期的演唱会，分析这个歌手的粉丝群体情况。例如：有五月天演唱会，粉丝群体都是80后90后，和你代理的产品的受众是匹配，就可以从五月天的演唱会入手。

②、定制小礼品。可以去淘宝上定制含有五月天照片的扇子（定制价格越便宜），做几个易拉宝印上你的二维码；

③、演唱会的当天下午和晚上至少会有3-4万人在演唱会场地的入口，在主入口附近摆摊，扫码关注，免费送扇子。

**案例4：**

你去大学里问谁愿意跟我做微商，没几个人理你，可以换一种方式。我们旗下有影视公司，做了一个演员海选，几乎所有想要成名的女孩都来面试。面试的过程就是获取流量的过程。

一定是先有流量，再有微商。

**有没有0成本获取流量的方式？有，逛街就是最好的方式。**

**逛街式获取流量：**

**案例5：**

每个城市这么多餐厅，餐厅流量这么多，我能不能把这些餐厅老板娘都发展成我的代理？我在餐厅吃饭，问老板娘：你们餐厅菜品不错，我们公司经常会有会议，可以留下微信，以后提前订座。老板娘肯定会同意，就这样留下了老板娘微信。

**案例6：**

我去每个城市都会打开搜房网看周边房价，如我去上海，我会去附近的房地产公司看楼盘，销售员们非常热情，我会说：加下微信，发一些楼盘资料给我，有时间过来看房。就这样，我去每个城市都能加到很多房地产销售，他们都是非常精准的意向代理，拥有丰富的人脉资源和流量。

大家都知道只要了解过房价或买过房子，就会有很多中介推销电话。以前都是直接挂掉，但是她们反复打，很烦人。我会想如何利用这些流量呢？我跟她们说：我现在很忙，可以加我微信，先发我资料看下。这样就都转化到微信了。到现在，很多房地产销售，都变成了我的代理。

**案例7：**

我每次都滴滴打车去机场，我思考：如何把这些司机都变成我的代理呢？我和他们说：我经常去机场，加下微信，下次你要是在附近，直接找你，带我去机场，就这样又加了一批专车司机的微信。

**第二步，转化你获取的这5000人。**

**如何挖掘用户痛点来销售产品，找到第一批种子用户**

做微商选产品，有卖点才能找到消费人群。举三个案子，如何挖掘用户痛点来销售产品

**BB霜如何找到种子用户**

一个男性的案例

我刚开始做BB霜时候，压力也很大。现在女性用着国内外这么多同类产品，都是大品牌，为什么要选我的产品呢？既然女性市场不好打开，不如试试男性市场？什么样的男性会用BB霜？穿西装打领带的销售型人群可以。他们对产品认知度不高，注重外在形象，试用后觉得既能提升形象又能护肤，很多从消费者变成了我们的销售者。

**内衣如何找到种子用户**

我们内衣的特点是聚拢效果好，无钢圈，很舒适。什么样的人最迫切需要这样的内衣？

做桑拿服务的女性需要，美甲服务的女性需要，KTV女服务员需要，需要接待男性顾客的女性需要。

怎么找到她们呢？

我发条朋友圈问：近期朋友来深圳玩，要我好好接待他，求介绍，深圳不错的水疗经理，送红包。我收到了非常多的桑拿经理推荐。这些都是我的种子用户。我和这些经理们聊：你们员工给人洗一次脚最多也就赚个10-20块的提成，你要是卖我们内衣，一件可以赚60元多。他们这种级别可以做战略，发展下面小客户经理做总代，下面管理的女孩可以零售购买，也可以小批发。对聚拢，舒适的卖点也特别需要。很快就转化了一批内衣的种子用户。

**防晒霜如何找到核心用户**

再说一个小蛮腰防晒霜的案例。我去年9月份去了一趟丽江，大家都知道丽江特别晒，必备防晒霜。我怎么才能把微商切入到丽江古城呢？我发现很多旅行社等门店门口都会有摆摊卖银饰的，门店收大几百上千摊位费。价格不贵，人流又多，防晒需求高，可以租个摊位，放个易拉宝，扫二维码送防晒试用装。去丽江玩的人来自全国各地，试用装成本不高，还能获取大量的精准用户，甚至还能转化成你的代理。

所以要打开市场，你的产品卖点一定要清晰，人群要精准