

微店的开设及打造

讲师风采

- 魏菲利，1995年生，2013年开始做电商。
- 成县圪辰种养殖专业合作社理事长
- 网店店主
- 陇南市首届电商扶贫讲师
- 陇南师范高等专科学校第一批校外实训导师
- 甘肃省三创赛评委
- 成县电商妇联副主席
- 成县电商协会理事
- 成县城关镇妇联执委、团委挂职副书记
-

Content

目录

t

01

开店流程

02

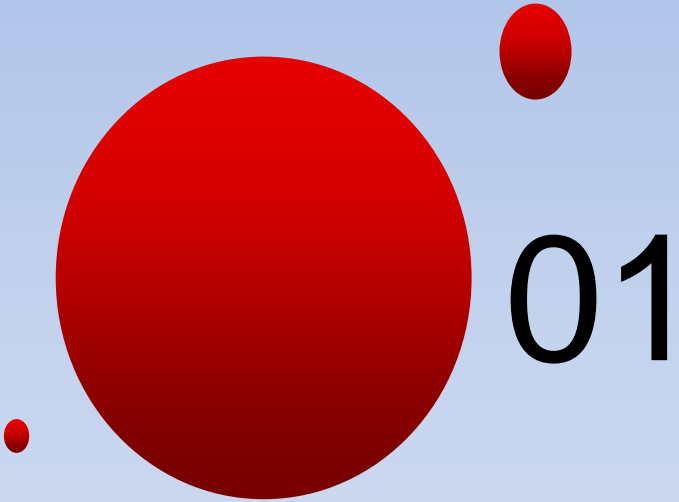
产品上架

03

店铺装修

04

微店推广方式

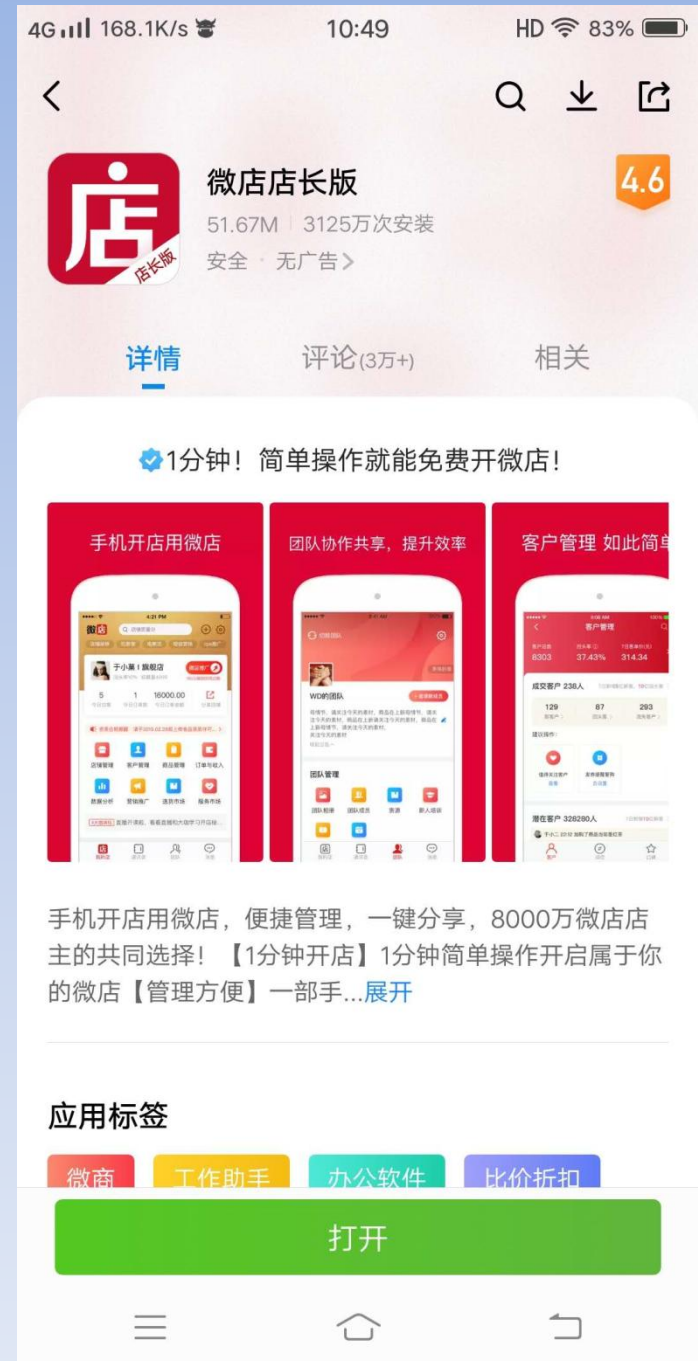


01

开店流程

开店流程

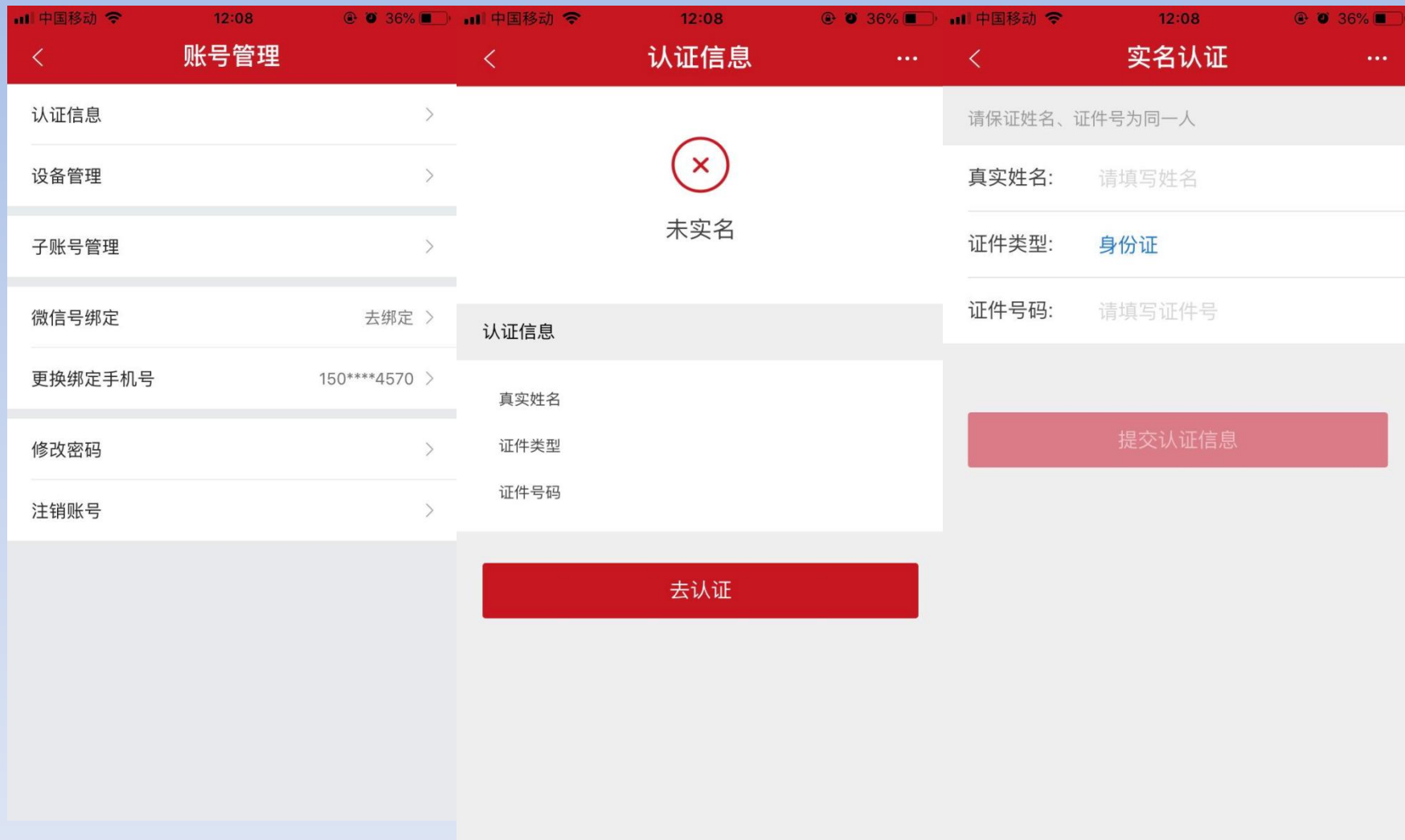
下载安装应用程序，如下图所示，在手机app或者是互联网中输入“微店”二字搜索，找到手机应用软件下载下来。



开店流程

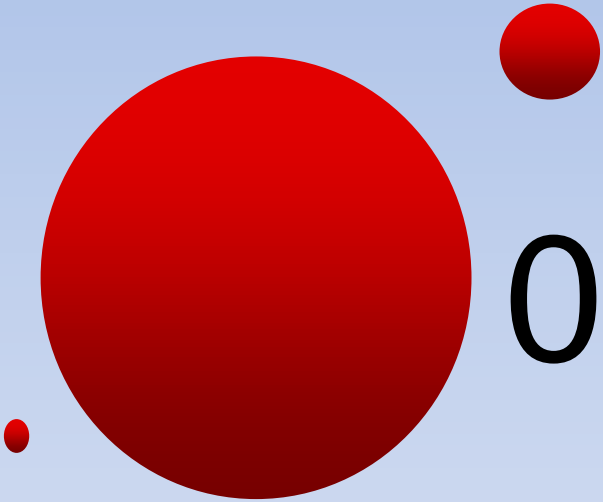


开店流程



开店流程

- 管理微店，微店开通以后接下来的工作就是对自己的微店进行管理，这类似于淘宝店铺的装修，微店的管理包括六个方面的内容：店铺管理、商品管理、收入管理、客户管理、营销管理、订单管理。每个管理对应一定的内容，可以慢慢摸索尝试，只要你掌握了微店的各种营销技巧，最终你的微店就能为你盈利啦。

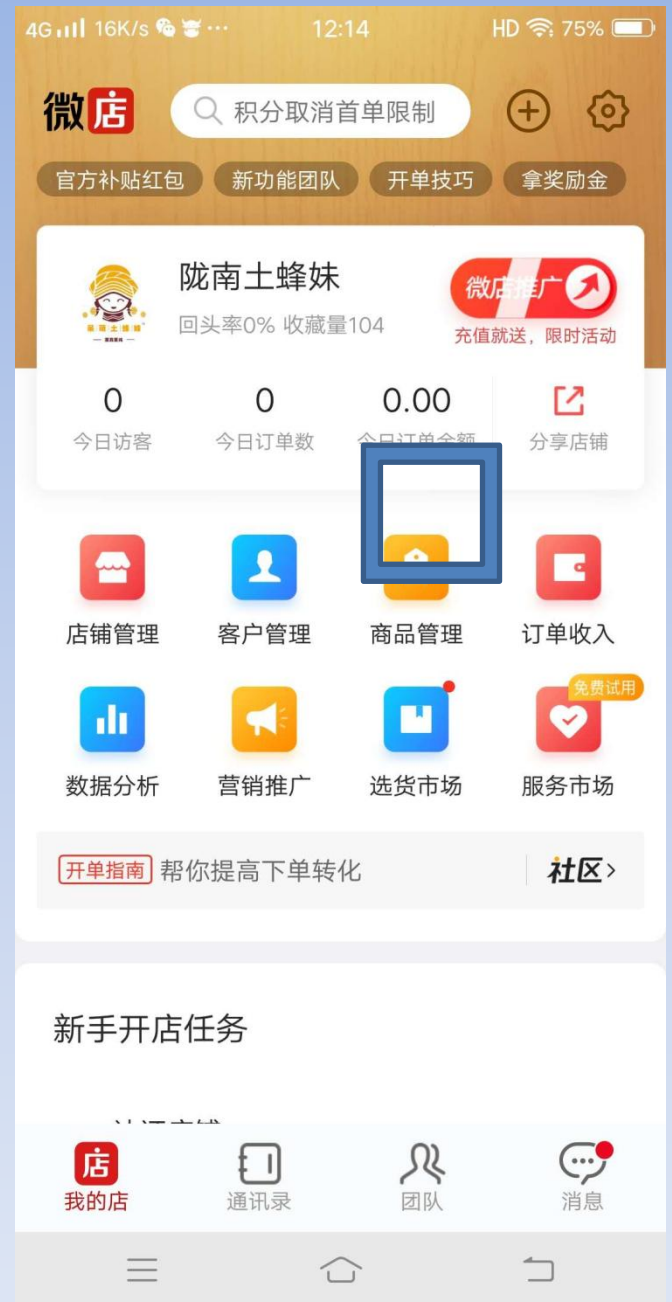


02 产品上架

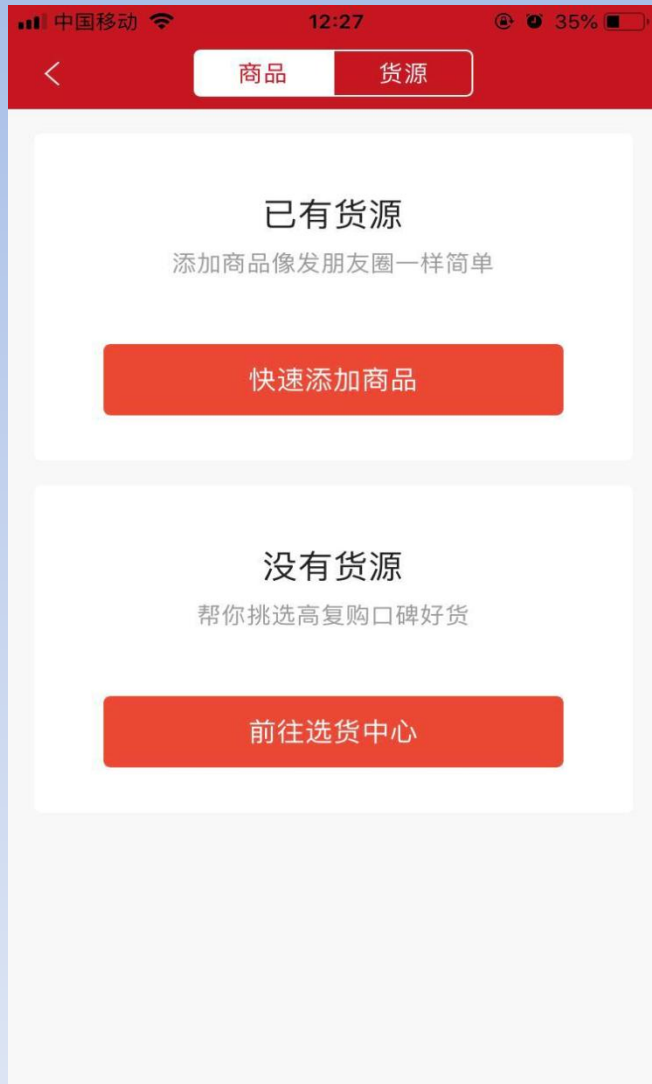
宝贝上架

打开微店

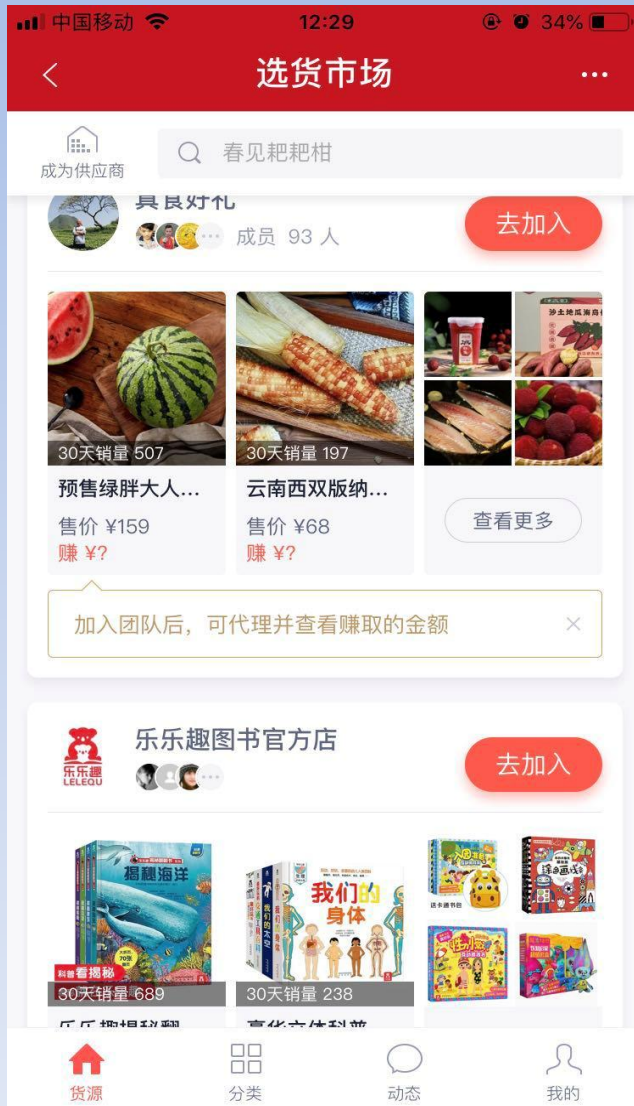
点击商品管理

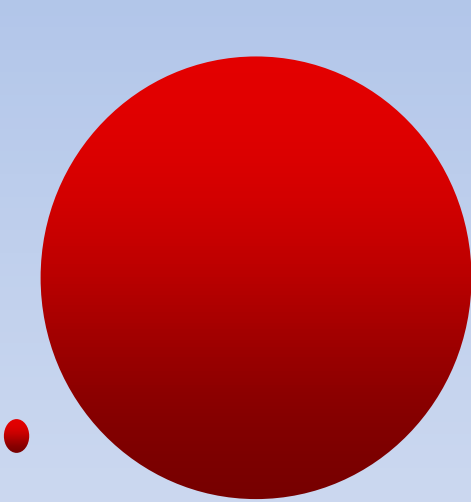


宝贝上架



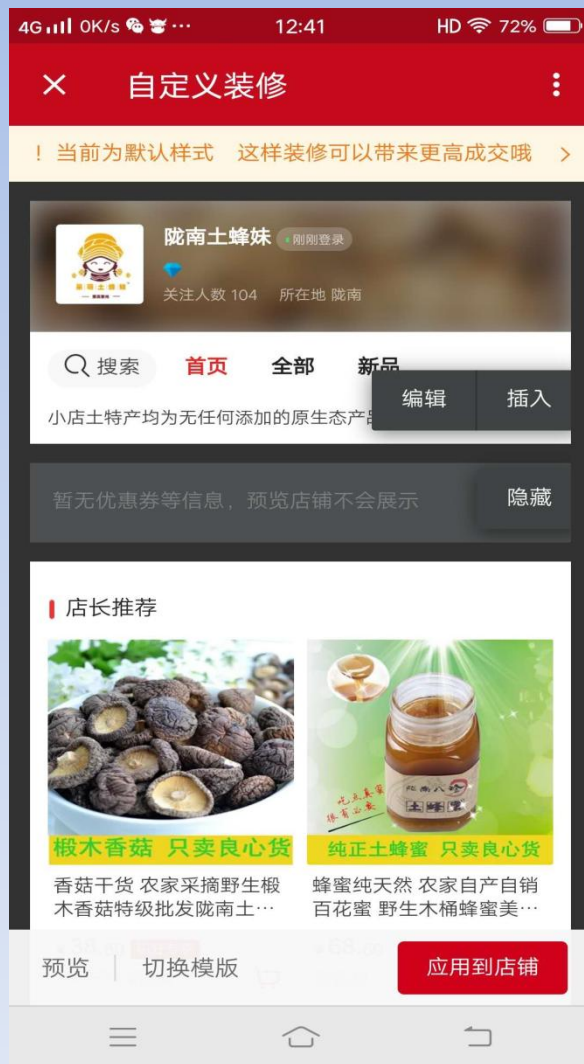
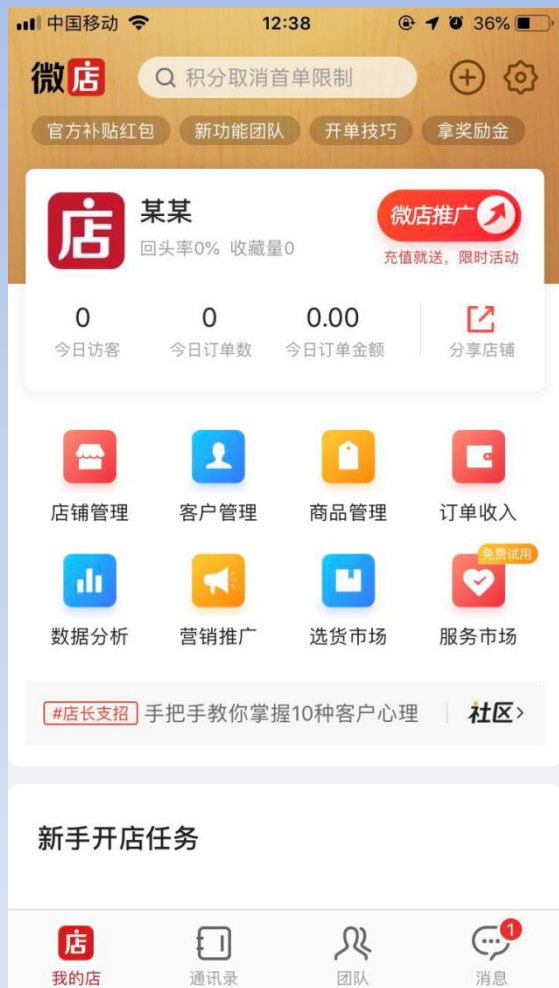
宝贝上架





03 店铺装修

店铺装修



关于店铺封面

- 1. **【文案】** 店铺封面要体现出店铺风格，与销售产品相关，体现店铺品牌或者店铺文化。切忌出现与店铺不相关信息误导买家。
- 2. **【图片】** 主图要求设计清晰简单，切忌拼图。主图标准尺寸：720*1280。
- 3. **【注意事项】**
- 商品分类一定要为双数，建议4或6类，如果实在无法为双数，也可以考虑取消分类导航展示。分类后注意主图的主要元素和广告司切忌不要被遮挡。

关于店铺店招

- 1. **【文案】** 店招同店铺封面功用一样，用文字+图片的方式体现店铺名称及店铺经营文化，来体现店铺销售商品相关内容。
- 2. **【图片】** 主图一定要清晰无牛皮癣，不要拼图，文字字体一定要同封面字体一致。店招主图标准尺寸：640*330。
- 3. **【注意事项】**
- 店招一定要有相应的广告宣传语或者给买家的相关承诺来体现自己店铺产品特色及文化。

关于店铺LOGO

- 1. **【图片】** LOGO要求清晰简单，字体颜色和格式同封面和店招保持一致。切忌不要用日常生活照片来做LOGO，如店主靓照，风景等。
- 2. **【注意事项】**
- 如您销售的商品涉及品牌的，则您在使用店铺LOGO前务必经过品牌方合法授权您使用该品牌的商标LOGO，否则您无权在店铺展示该品牌LOGO。如非品牌商品的，建议添加店铺名称同时添加销售类目，来进一步告知买家店铺销售相关。
- 3. **【其他】** 建议开通担保交易，7天无理由退换货，这些会在店铺中以图标方式呈现，会增加买家对店铺的信任度从而提高转化。

关于店铺公告

- 1. **【活动】** 店铺近期折扣活动以及单品的主推优惠，这是买家最关心的，应该排在最前边。可以根据自身经营，如增加购物满多少返红包（添加微信后可以与买家互动增加客户粘性），购物买赠，买家秀返现等。
- **【快递】** 买家下单前需要了解邮费和快递公司选择问题，因此需要指出店铺包邮的条件以及对于偏远地区邮费资费的大致标准，还有店铺常用的快递公司等。
- 3. **【联系方式】** 店主的其他联系方式务必要有，如电话，微信等。保证买家可以及时联系到店主
- 4. **【注意事项】**
- 阐述过程中要分项阐述，条理清晰，简单有层次。关于店铺正品保障的承诺以及售后服务的相关承诺可以采用图片的方式，作为产品详情页在每个产品中体现。

商品主图

- 商品主图是我们店铺优化中很重要的一部分，一个好的商品主图需要做到以下几点：
- 1. 【图片】商品主图无水印，无牛皮癣，无拼接，背景风格统一。尺寸建议在580*580及以上正方形。
- 2. 【注意事项】
- 注意产品拍摄背景，例如食品类的要放在器皿中拍摄，服饰一定有模特，以增强商品的体验真实感，引起买家共鸣。利用场景拍摄时，注意图片的焦点一定要放在商品实物上，服饰类的拍摄时，商品一定要展示完整。

商品标题

- 优秀的商品标题需要做到以下几点：
- 1. **【标题格式】**：**【促销信息或者产品特性】**产品名称+特性+包邮。其中**【】**中的内容为活动宝贝最核心的卖点，最好控制在4个字左右。标题中可以重点推荐，介绍宝贝的特点及促销信息，标题以包邮结尾。希望大家改掉传统电商的思维，微店最大的特点是去中心化，不用靠标题来抓搜索流量。
- 2. **【标题字数】**字数控制在**18-26**个字左右。尽量将标题写的生动形象和买家产生共鸣。如果是服饰，鞋包，则强调穿着的舒适度，款式的新颖，材质的特殊等。
- 3. **【注意事项】**
- 标题及描述中不建议用动画表情等生僻的符号，避免出现无法识别的情况呈现方框。

商品详情页图片：

- 1. 【主要内容】商品详情页图片主要包括以下几个内容：产品属性图+实拍图+产品包装图+产品证书+产品厂家介绍+物流售后等。卖家在发布商品的时候，尤其是食品类商品，第二个图一定要为产品属性图。产品属性图主要包含以下内容：产品名称，品牌，规格，生产日期，保质期，产地，生产许可证编号
- 2. 【注意事项】
- （1）注意产品详情图的背景尽量保持一致，保证在图片拼接时不会出现图片拼接处背景画面不统一。服饰，鞋包类需要模特穿着拍摄，食品类产品需将包装拆除进行实物拍摄，让买家购买更直观。
- （2）商品详情中要推荐几种最佳使用方法，营造场景。让买家的体验感更强。
- 3. 【其他】建议添加客户反馈，物流跟踪，卖家承诺等来提升买家对店铺及产品的信任度。

图片导航：

【图片】 图片导航要求无水印，无牛皮癣，无拼接，背景风格统一。尺寸建议在580*580及以上正方形。

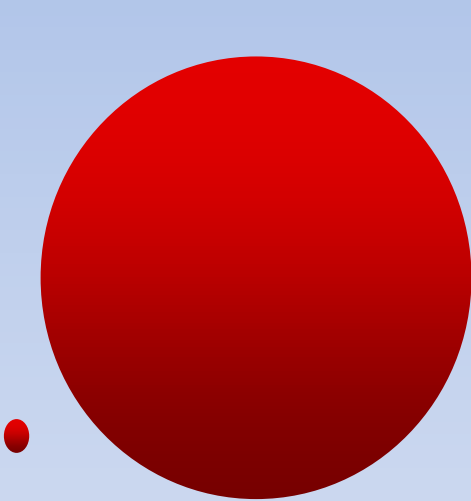
【文案】 导航名称要求5字以内，概括该导航内商品主要内容即可。

文字导航：

【文案】 文字导航要求8字以内，概括该导航内商品主要内容即可。

图片广告：

- **【图片】** 图片导航要求无水印，无牛皮癣，无拼接，背景风格统一。
- 1.大图广告： 图片比例不做限制
- 2.轮播广告： 图片比例为4： 3
- 3.两列广告： 图片比例为4： 3



04 店铺运营

微店定位

一、免费

二、是因为微店有腾讯粑粑投资，自己人的话，在微信里面权限会相应高些，像淘宝在微信分享个链接都不行，只能用吱口令，心疼的抱住了淘宝的宝宝们。

微店的最大价值是分销渠道

- 我们之所以先选择微店，而不是淘宝，看重的是微店的分销模式。因为我们是自己做的产品，是供应商，需要拓展渠道，渠道有商超、分销商这种传统的玩法，也有微店分销这样的新模式，就是微信上成百上千万的用户，帮你做分销，量级分分钟能做起来。我记得之前某个电商平台，做分销模式，重点推广某个牛排，当天销售几十万份，就是一个个小用户推出来的。

微店基本功能介绍

- 一个电商平台，包含最基本的功能有这几个模块：**商品管理、订单管理、营销推广、店面装修和辅助功能**，接下来，我用图例的方式来展示这几个功能。需要注意的是，在微店里面上下架产品、做活动、编辑素材等最好是在移动端进行，效率会比PC端高些。

商品管理:

商品 货源

添加时间 总销量 库存

成县手工空心挂面, 双十二特价9.9元/斤
¥9.90
总销量 95 库存 905
添加 2016/12/12
为这个商品精准推广, 买家蹭蹭涨 >

预览 分析 推广 分享

小麦面粉 农家自种特价潘林面粉水饺...
¥4.88
总销量 22 库存 976
添加 2014/08/08
为这个商品精准推广, 买家蹭蹭涨 >

预览 分析 推广 分享

花椒大红袍 麻香味足武都花椒火锅调...
¥49.99

添加商品 批量管理 分类管理 标题体检 8

商品 货源

出售中(13) 已下架(6)

添加时间 总销量 库存

蜂蜜纯天然 农家自产自销百花蜜 野生木桶蜂蜜美容养颜排毒土蜂妹

¥14.99
常规 拼团 .99 多图 海报
总销量 19 库存 942

分享的是商品小程序或链接

复制链接 微信好友 朋友圈 微店聊天 QQ好友

取消

订单管理



营销推广

- 微店的营销推广页面里面按照功能来分，有获得新客的、营销工具（提升收益）、分享互动（增加曝光）、推广服务和线下活动。任何一个功能玩转了，都可以带来很好的效果，不仅仅是微店运营，渠道运营、微博运营也是如此。

微店拼团

拼团功能是我们当时选择微店的最主要原因，因为自己的APP不支持拼团功能，只能借助第三方的。微店的拼团功能开通需要收费，18块钱1个月，98块钱6个月，买的时间越久，价格越低，如果不是长期做活动，建议买1个月的。

秒杀

1、秒杀的作用是吸引流量，短时间内可以汇聚大量的流量。因为秒杀的价格特别有诱惑力，我们秒杀是把价值100元的课程，用一元价格可以秒杀到，限定了50个名额，秒杀就是这样，只有少部分人能够抢到，抢不到的人，变成了流量，四处浏览时，发生了购买行为，秒杀的本质就是如此。

秒杀

2、秒杀活动要做好，有两点需要把握住，一个是提前预告，让用户知晓秒杀活动，切记要让大部分用户知道，如果小部分人知道这个活动，就失去了秒杀活动的意义了。另外一个做好账号限制，微店的注册比较简单，一个手机可以注册一个，一个家庭好几部手机时，就会发生一个用户秒杀到多个物品的情况。

朋友圈营销

- 微信朋友圈是一个非常强大的推广宝地，如果利用好了客户是源源不断的，店主们可以每天在微信朋友圈内发布商品信息，这种推广方法虽然会比较让人反感，但是一旦有人需要了就是钱来了。

朋友圈营销

- “客户需求、产品特点”。
- 微商销售的农产品都跳不开特色与价值。

新浪微博宣传推广

新浪微博也是一个家喻户晓的平台，相对微信来说唯一的好处就是可以带链接，而且客户群体也比较多，但是需要去积累粉丝群体。

微店内部推广方法

友情店铺推广

这个是免费的，可以在彼此的店铺互相推荐，从而获得更多的客流量。分为手动管理和自动管理两种。

微店内部推广方法

分成推广

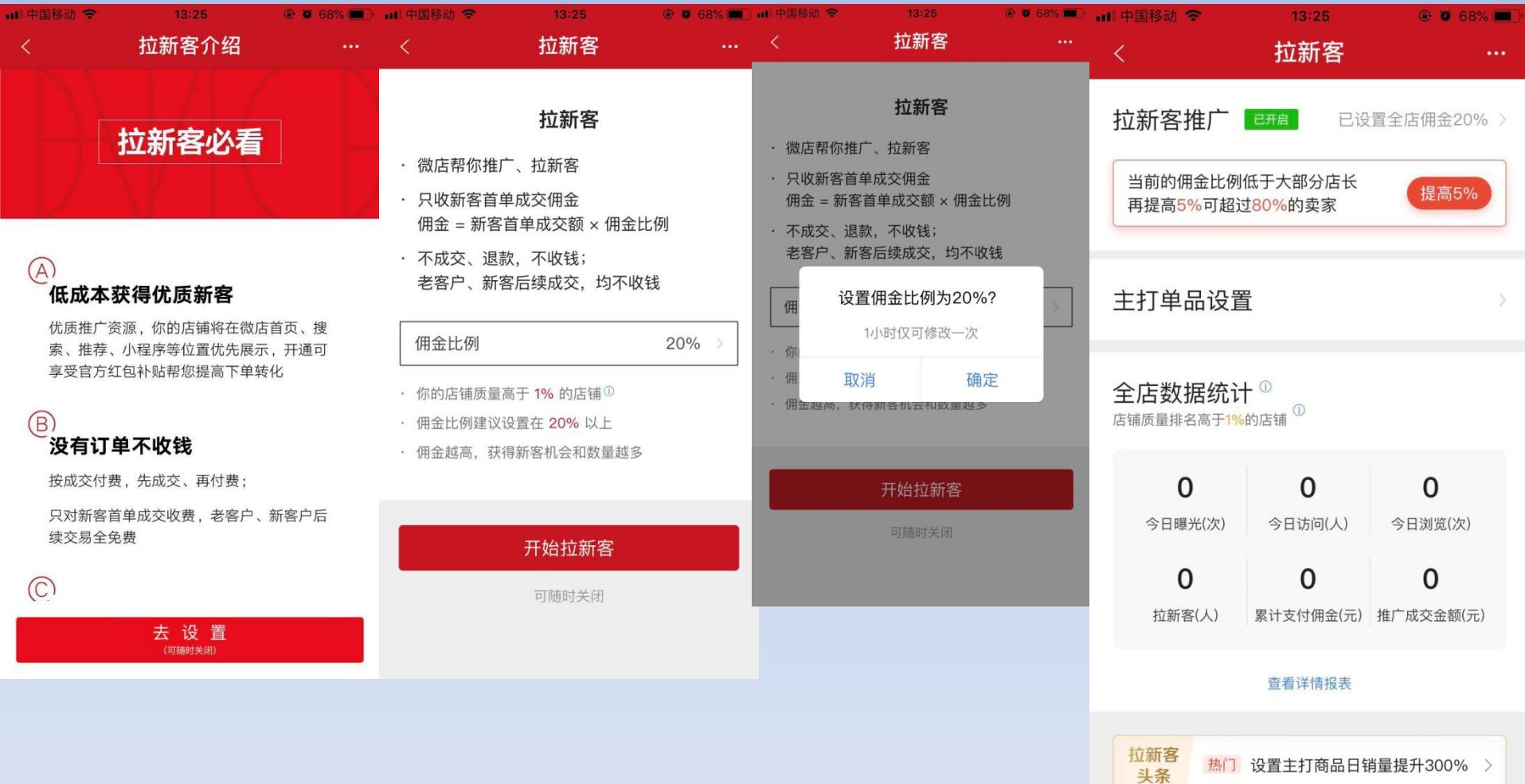
开通分成推广的话可以让推广者帮你推广商品，从而获得更多订单。但是这个交易成功后要付费的，如果交易不成功是不收费的，回报也是非常可观的。



微店内部付费推广：微客多



微店内部推广：拉新客



感谢聆听

