

微商进入5.0时代,传统企业如何切入

行业大佬齐聚长沙探讨微商发展,认为未来一半商品通过直销、分享销售

近日,一篇题为“10万微商被骗100亿”的消息在网上不胫而走,笔锋直指摩能国际,引起行业内广泛关注。对此,摩能国际通过官微发出声明指出,“这是一起有组织、有策划、有分工的造谣和传播”,摩能国际已经起诉,开庭审判暂定在6月中旬。

从炙手可热到产生分化,从朝阳产业到鱼龙混杂,短短几年,微商在快速发展的同时,也经历了一系列被质疑与妖魔化,似乎已经到了一个十字路口的大变局时期。5月27日,2017中国新微商大会在长沙举行,爱国者集团董事长冯军、友阿微店CEO曹磊、天然工坊创始人杨齐铭等各路大佬齐聚星城,探讨新时期下微商的发展新方向,以求树立微商新形象。

■记者 杨田风



5月27日,2017中国新微商大会在长沙举行,各路大佬齐聚星城,探讨新时期下微商的发展新方向。

动态

发布微商诚信倡议书

在这场千人大会上,第一个环节就是由中国电子商务协会联合友阿微店、可俚优品、天然工坊等20余个知名微商品牌,共同发布了《中国新微商诚信倡议书》。

记者注意到,诚信倡议书简单明了,共提出了六条要求,分别是坚守道德、诚信经营;严于律己、合法经营;杜绝假冒伪劣、禁止三无产品;不虚假宣传、不恶意竞争;不虚假抬价;自觉接受消费者的监督。

“亘古以来,信守诺言、言行合一、表里相符,是做人的基本要求,对于微商而言,诚信更是不可或缺的品质。”

中国电子商务协会秘书长袁登科表示,随着移动互联网及微信等社交平台的快速发展,微商行业已经成为中国新商业经济的后起之秀,影响深远,改变商业格局的同时,也影响千千万万的创业者。但是微商行业崛起和高速发展的同时,行业乱象丛生,在越来越多的微商从业者意识到当前行业业态混乱、缺乏规范等问题导致原有商业模式不可持续时,规范微商秩序、树立微商形象迫在眉睫。“企业联合发布诚信倡议书,就是力求规范并推动微商行业健康发展,树立‘新微商’的形象。”

经济

1年1500万会员背后的商业逻辑

2015年12月成立的天然工坊,主打产品为竹纤维纸,通过微商分销,一年多的时间就吸引了1500万左右的粉丝。这背后有着怎样的商业逻辑?天然工坊(竹妃)创始人杨齐铭在会上分享了成功之道。

“新创一个公司,第一个要思考的问题是:竞争战场到底在哪里?很多人说在市场,其实是在我们的用户心中。你不是在市场上寻找空白的机会,而是在用户的心中寻找空白的机会。”杨齐铭进一步引导,“想创业?你是想满足用户的需求还是如何应对竞争,如果这个问题搞不明白,那么生存的机会不会大。就好比你要做饮料,可以选择矿泉水、果汁、碳酸饮料等很多产品,但如果只是为了满足用户的需求,就会忽略了第二个特点,应对竞争。再比如说微信和陌陌,陌陌依然有一席之地,就是因为想明白了第二个问题,如何应对微信的竞争,所以开

始了差异化之路。微信针对熟人,他针对陌生人,不是他不想满足熟人的需求,而是熟人已经有强大的对手,所以他只满足陌生人的需求。”

杨齐铭表示,也正是因为这个逻辑,天然工坊从纯天然洗发水、卫生巾等五六十个产品中,选择了单价最低的不漂白的纸,原因很简单,不是满足用户的需求,而是应对竞争。因为这个产品在市场上、在人们的心中没有竞争,当我们推出来的时候,自然而然成为了领导品牌。

“我们的品牌逻辑是只做天然产品。我们的传播策略是,不卖产品卖价值观,把一张纸中折算成拯救树木。我们卖的不是产品,卖的是环保。”杨齐铭说,天然工坊从来不是在卖产品,而是为了环保的事业奋斗终生,传播过程中的另外一个策略是匠人精神,“9885天只为造一张好纸,刷爆了朋友圈”,微商界一个单品引爆一个品类的传奇也由此诞生。

探讨

微商进入5.0时代,如何破局

很多人在做微商,做微商真的赚钱吗?如果不赚钱,为了什么?

“一定要把微商看明白,你才知道微商怎么做,微商一直出,定是有捷径的。”全家喜项目负责人王颖认为,微商时代的1.0时代是刷脸的时代,如17岁的小姑娘,没有读书,做微商一年就赚了钱买车、买了房,那是信息不对称的时代;2.0时代是团队微商,所有的微商团队跟蜂窝一样,如果品牌方找准了特性,品牌哪怕是零基础也很容易起盘,当下很多微商都处于2.0时代;到了3.0微商时代就是品牌,但现实是,很多品牌方根本不懂微商,虽然品牌有一定的终端消费,但并不意味着这家品牌的微商就做得好,还需要一整套

的运维;接下来还有4.0时代的平台型微商,以及2017年的5.0时代的体验式微商。

“微商变得良性化,品牌越来越多,去年做得好的微商有个共同点,消费体验、场景体验。”王颖指出,消费体验,消费不是消费者,而是微商,有微商加入一定要以傻瓜式的模块使其快速进入状态,而场景体验则包括培训场等等,“全家喜的产品就非常注重跟消费者之间的互动,如知识的输出、线下亲子馆的场景体验等等。2017年之后微商都会往这个方向走,大家可以思考一下,你自己做微商不赚钱的点在哪个地方,第一个就是你的定位清楚吗?你上游的货、品牌是不是懂微商,如果不懂微商,你们怎么赚钱?”

预测

未来一半商品通过直销、分享销售

基于互联网时代的微商形态,是一个典型的分享经济产物。湖南本土企业友阿股份近几年也是动作频频,一直走在时代的潮流前沿。去年4月,友阿微店上线,作为一家开放性的创业平台,首期将开设10000家微店,让1万个员工和创业者成为友阿微店的店长,这些店长将共享友阿逾20亿商品资源。

“我们打造微空间,就是希望实现‘基于信任,让买卖变得更简单’的目的。”友阿微店CEO曹磊在会上分享了来自友阿团队甚至很多经济学家的研究结论:在未来三年里面,中国将会有30%以上的人从事互联网倍增模式的行业,“90后作为同移动互联网成长起来的一代,他们对互联网的认识主要来自移动互联网、手机,等到他们成年有了自己的财富以后,必将真正推动移动互联网红利,引来移动互联网的爆发。未来,中国的商品将有50%通过直销和分享来销售,所以我们一定要在这个时候切入分销的领域。”

曹磊表示,零售无论是否有新旧之分,也不管处于什么样的时代,其本质不会改变,都是以最好的产品、有竞争力的价格、优质的服务来满足购物者的需求,作为微商门店,只要是以销售产品为前提的同样要遵循这个商业原理。

聚焦

传统企业如何加入微商

仁和药业集团云商总经理刘春来是第二次在湖南参加微商大会,“微商已经越来越成为一个主流的商业趋势,越来越多的传统企业都想要加入微商,但却看不懂微商,也不知道怎么加入。”刘春来表示,希望通过这次分享能够给传统的企业朋友一些启发。

刘春来建议,传统企业要想进入微商,首先从看法角度要理清如何看待微商,接下来就是一定要做好顶层设计,一定要用努力的子公司运营企业的微商,如果还沿用老体制那显然不能满足微商的需求。另外就是要找对操盘手,“遗憾的是,目前在微商行业,顶级的操盘手不会超过20位,因此传统创业企业想快速进入微商,得相信体制内的年轻人,让年轻人带头去做,先去试错。”刘春来表示,传统企业还可以做到全员微商,如果将终端的销售人员变成微商,每个人覆盖十个代理

商,就可以建立庞大的微商代理团队。也可以与微商团队合作,传统企业只做供应链,做产品、做品牌,用微商的团队销售。微商体系的搭建无非是产品、模式、运营、培训四个方面,其中微商培训特别重要,必须有一套培训体系。

传统企业进入微商的难点在哪里?还是体制问题。刘春来指出,传统企业在实际运营中,碰到最大的困难就是决策、审批流程慢于微商的发展。此外,还有财务体制、供应链产能等问题,如关于收私单,微信转账如何解决、传统企业的生产往往很难满足微商突然间的爆单等等。

刘春来认为,微商发展的核心,就是通过信任的裂变,达到传播的裂变和团队的裂变,从而实现财富的裂变。“微商的未来怎么样?”刘春来笑称,“预测未来是经济学家和算命先生的事,微商只负责创造未来。”