

隐藏

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略
Secret money-making strategies that have been hidden
by marketing gurus

作者：智多星



营销艺术家

M 础 KETING 心从 N

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略!	1
隐藏档案一：万能公式的秘密	11
隐藏•档案二：石头汤的秘密	63
隐藏•档案三：优惠的秘密	71
隐藏•档案四：免费的秘密	77
隐藏•档案五：故事的秘密	85
隐藏档案六：入脑路径的秘密	93
隐藏•档案七：分发的瞄	105
隐藏•档案八：以旧换新的秘密	115
隐赢档案九：分销的秘密	125
隐藏档案十：价格的秘密	133
隐藏•档案 4—：裂变的秘密	141
隐藏档案十二：戒的秘密	149
隐藏•档案十三：文案的秘密	163
隐藏•档案十四：流呈的秘密	171
隐藏•档案十五：认知的瞄	183
隐藏•档案十六：引流的秘密	201

隐職•档案廿：信任的秘密.....	213
隐藏•档案十八：人脉的觸.....	225
隐藏•档案十九：最后的秘密.....	231



一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

《隐藏》

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略！

亲爱的朋友，你好！

当你打开这本书的那一刻，你的人生注定将发生奇迹般的改变，你可能有所不知，人与人最大的区别，不是来自于努力，也不是来自于学历，更不是所谓的出生资源，而是来自于“思维”的不同，只要你拥有独特的思维，这些你没有的，都可以在弹指之间，出现在你的面前，所以……

从现在开始，把你那老旧，而破烂不堪的愚蠢思维，统统删除，扔进回收站吧，听起来可能有些极端，且有可能让你产生不适，但我想问你的是……

那些思维，过去 10 年，20 年，30 年，甚至 40 年都没有让你成功，请问留下又有何用的，它们只会像病毒一般，蚕食和禁锢你的思维，让你寸步难行，相信我，在接下来的时间里，我会把一套全新的营销赚钱思维，装入你的大脑，一旦成功……

你将会快速跻身进入百万富翁，甚至千万富翁的行列，没错，这些思维并不是纸上谈兵的理论，而是那些一直被商业大亨，营销大师们秘密“隐藏”起来的赚钱谋略，其中包括……

1，一条被隐藏了 130 年的营销万能公式，可以让你的企业流量，利润倍增 10 倍以上……

2，一家豪车租赁公司，如何不花一分钱，凭空多出 200 辆新车，同时赚

了 200 万……

3, 一种全新的优惠策略, 让客户免费吃水果, 吃饭买单, 还能赚大钱……

4, 免费策略, 补贴策略, 其背后的运作原理大揭秘……

5, 优酷, 爱奇艺, 扭亏为盈的核心秘密……

6, 一个隐藏在人脑中的秘密机制, 可以让你的营销有效, 也可以无效……

7, 一个不为人知营销策略, 可以让你的生意瞬间放大 10-100 倍……

8, 一个古老的营销策略, 可以把你竞争对手的客户, 变成你的客户, 而且不费吹灰之力……

9, 一个秘密, 让别人给你钱, 还给你干活……

10, 让你的产品更值钱的心理策略……

11, 一个主张, 四个前提, 让你的成交势如破竹……

12, 文字的力量, 撰写《生钱文案》的核心要领是什么……

等等……还有很多……我就不一一列举了……

我敢打赌, 当你理解, 并且学会运用这些“隐藏的秘密”之后, 你就会发现, 这个世界是那么的崭新, 赚钱从未如此简单……

在我具体的与你分享这些被“隐藏”的秘密之前，请允许我简单的介绍一下自己……

我是智多星，安徽人，今年 32 岁，读过我 8 本畅销书或文章的人都知道，2007 年毕业的我，进入社会的 5 年之内，干过淘宝，摆过地摊，开过实体店，被搭档骗过，做过职业赌徒，在高速上翻过车，放过高利贷，直到……

2013 年之前我依然还是一名毫无名气的电商席丝，负债超过 20 万，而如今我却成为了人人皆知的明星营销导师，身家千万，差距如此之大，在我身上究竟发生了什么？

事情还要回到 2014 年 8 月份，我辞去了年薪 30 万的运营总监工作，准备自己的新启程，但在徘徊选择之际，一个偶然的机 会，我受一朋友的启发，开始了自媒体分享之路，写文章让我获取了很多忠实的粉丝，随着时间的推移……

越来越多的人看我写的文章，我开始对自己的写作能力非常不满意，所以就开始学习文案写作，也正因为如此，我有缘认识了我的师父“中国营销之父：刘克亚”，就此……

我的人生就像魔术般改变，我还清晰的记得，我的第一次营销计划，就让我在一个晚上就赚到了 60 万的现金，当时那种兴奋……那种……感觉你懂的……用任何文字去描绘都显得苍白，我是怎么做到 的呢？

因为我的师父传授了一套有 130 多年历史的营销万能公式给我，我把这套公式完美的应用到了微信互联网里，在过去的 3 年里，你知道它给我带来了什么样的奇迹吗？

2015 年 7 月，我在一个几百人的微信群里，投放了一份 PPT，12 小时轻松收到了 80 万；

2015 年 9 月，我通过举办一次 30 天连续挑战的学习活动，从 400 多人裂变到 2300 多人，轻松赚取 50 多万现金；

2016 年 2 月，我在一个只有 368 人在线的 YY 直播间里，分享了一个小时，为我的新书《自明星营销方程式》众筹了 120 万；

2016 年 9 月，我在公众号发布了一篇病毒文章，然后连续 4 天推出链接视频，最后一封销售信 10 分钟我收入了 100 万；

还有太多，我就不一一列举，你知道吗？从我刚刚拿到“万能公式”的那一刻，我就知道人与人最大的区别在于“思维的边界”，因为……

拿到公式前一秒的我，和后一秒的我，资源，人脉，智商，技能，资金等等这一切都没有丝毫的改变，而仅仅改变只是……

大脑中多了一套“公式”，而你知道最令人毛骨悚然的是什么吗？

是这套公式已经被一群人“秘密”的使用了很多年，而我们却浑然不知，天呐……这是多么可悲的事情呀……

在这里我忍不住，要给你分享一个故事，梁朝伟演过一部电影，叫《大魔术师》，其中有一个片段的对话是这样的……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

梁：你认为世界上有风吗？

路：有.....

梁：那你看得见它吗？

路：看不见.....

不知道你从这段对话中悟到了什么？这个故事告诉我们，这个世界有很多东西，看不见，但并不代表他不存在，理解了吗？

正是因为这套神奇的营销万能公式，让我从一个屌丝瞬间变成了

一宜被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

拥有百万级粉丝的营销导师，一起来看看以前的我：



骨瘦如柴，还以为自己很帅的周丝，而现在的我

第一：可以轻松踏上千人舞台，随意的演讲，出席各种 party 和 发布会；



第二：开始给明星分享最新的营销谋略，并且与著名投资人一起 打德州扑克，谈笑风生；



以上图片中合影的明星大咖，你认识几个？聂远、岳跃利、羽 泉、汪峰、李开复？

而这些都不是最重要的，最重要的是……

我把这套系统分享给我的弟子们，他们也在各行各业崭露头角，年赚百万的比比皆是，年赚千万的也有十几位，每当他们向我汇报成绩的时候，我都感觉非常的欣慰，当然让我最兴奋不是这些，而是……：

创新，用这套系统去创造更多变化，结合移动互联网创造更多新的可行性，在这条路上我从未停止过探索……

就在 2017 年 8 月，我在微信互联网里发布了骇人听闻的《馅饼计划》，通过 130 位种子付费用户，通过 3 次叠加，共裂变了 100 万人 在线，共创造 1800 万利润……

“哇！！1800 万，这么多钱？”

你可能注意力在 1800 万，而我的注意力在参与的学生身上，你知道吗？这次计划最让我感到的不是营销流程有多么的精妙，更不是裂变出了多少人在线听我分享，而是……

参与的学生有没有收获，思维的收获，金钱的收获，值得庆幸的是他们收获巨大……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

第一，参与活动的学生有 40%都在失眠中度过了 12 天，这里不是 焦虑的失眠，而是兴奋的失眠（因为内容过于烧脑）……

第二，一般的学生都在 5 天内赚到了 1000-5000 不等，而厉害的学生最高的一位宝妈，我记得收入超过 12 万，太难以置信了……

仅仅是通过一部手机，在微信里通过教学步骤一步步做，竟然可以在这么短的时间内赚到 12 万，更让人值得钦佩的是，她还是在离预产期不到 1 个月的情况下做到的，等等……听到这里，你可能在思考一个问题，就是

“这跟我有什么关系？”

关系重大，因为我与你分享这些，并不是为了向你炫耀我有多么多么的厉害，或者多么多么的会赚钱，而是有一个问题想问你……

你是否渴望掌握这套改变我命运的“万能公式”？

如果你的答案是渴望，非常渴望，极度渴望的话，那么接下来，你一定要坐稳了，因为我不仅会与你分享这套“万能公式”，还会与你分享

二十个不为人知，却一直被秘密使用的“隐藏”赚钱策略，话不多说，我们直接进入正题（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚
钱策略

隐藏·档案一

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

万能公式的秘密

在给你分享这套万能公式之前，我们先一起来看看几个我曾经顾问，打造过的案例，这样以便于最后给你解释公式的时候，会更加容易理解，那么先来看一个 2015 年策划的一个“大学快餐店”的案例：

一家在大学附近的餐馆，如何在濒临倒闭的时候，使用营销万能公式，实现逆天改命，成为最火爆的餐馆，客流不断，利润倍增 50 倍？

？>~

这家快餐店的老板叫“刘宏涛”，在 2015 年 8 月看了我写的一篇关于实体店营销的文章，然后加了我的微信，通过他之后，他非常急迫的找我求教，我问他怎么了？原来……

他是在安徽一所外贸大学附近开快餐店的，以前生意还不错，但是这几年周边的网吧，饭店越来越多，他的生意一日不如一日，快撑不下去了，希望我能给一些有用的意见，当时……

我也是正处于营销疯狂实战期，所以我就答应了他，反正对我来说就是练手，如果能帮到他就很好，如果帮不到，反正他不可能会更差了，就这样开始了

他的店铺只有二三十平方，装修不豪华，快餐品类繁多，大学里大概有 1 万多个学生，旁边大大小小的饭馆有 10 几家，竞争非常激烈，这些是他的基本信息，思考 1 个小时后，我给了他一套方案，没有想到的是，一个月之后……

方案如下：

第一步：关闭店铺，简单装修升级，弄的明亮，干净整洁；

；这个动作的目的有两个，第一升级改善形象，第二是为了后面活动策略做铺垫的：，，

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

第二步：修改菜单，原本几十种选择，全部去掉，只剩下6个套餐；

吃快餐，不是享受，学生要的是速度，所以品类多，选择就困难，而且对于餐馆来说准备食材也麻烦，菜单上有的又不得不备货，备货又不一定有人点，其实是一种鸡肋，所以……

还不如精简到只剩下6个爆品，例如：红烧排骨、农家小炒肉、西红柿炒蛋等等……套餐让人们抉择更容易，你想想我们去吃KFC的时候；

第三步：送超级赠品：一碗汤+一碟咸菜；

快餐店很多时候有汤，但是都很稀，稀到你找个蛋都难，所以我建议他做浓稠度高的汤，然后再送一碟精品咸菜，如果你读过大学，吃过快餐，你就知道一碗好烫+一碟好吃的咸菜，意味着什么，对吗？

有没有同感？

好了，前面3个准备好了，最重要的是最后的营销方案，如下：

第四步：装修开业大酬宾，做一张2元免费任吃一款套餐的活动；

什么意思呢？其实很简单，就是让刘老板，做了一张2元的套餐卡，凭这种卡可以到店里任选一个12元的套餐吃，你可能有点懵，这样做不要亏死吗？

表面上看，肯定是要亏的，但却不是真的会亏，为何呢？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

其实很简单，我让刘老板找来之前在他家吃过饭，又比较熟悉的 学生，招募 2 个，然后说给他们一个赚外快的项目，0 成本，最少可以赚 500 元，然后给他们每个人 500 张 2 元套餐卡，告诉他们……

你们拿这个卡去学校卖，卖一张分一块，500 张卖完，就有 500 元零花钱，你想想，2 元就可以吃到以前要付 12 元吃的快餐，请问这个卡好不好卖？

答案是：肯定好卖，那么……

如果每个人都卖出去，就是 1000 个客户进来，这样就不缺流量了，果然不出所料，重新开业之后……

流量爆满，一个快餐的成本大概是 4-5 元，会员卡收回 1 元成本，那么也就是每个客户买入的成本等于是 3-4 元，如果没有后招，那肯定是亏本的，所以……

当客户吃完，用 2 元卡买单的时候，老板会跟学生说，今天的菜还满意吧，下次还想不想免费吃？这个时候如果你是学生，你想不想？

肯定想，所以刘老板会说“今天只需要 12 元购买 6 张 2 元的套餐 抵扣券（每次可以当 2 元现金用），就可以再送你一张免费套餐卡”，这个诱惑足够大了吧？

花原本要花的 12 元，还可以免费吃一次 12 元的套餐，这种好事，天下哪里找？

所以成交率高达 90%以上，这个时候，我们来算一笔账，看看刘老板这样会不会亏本？

买一个客户的成本是 3-4 元，但是如果他购买了 12 元的 6 张 2 元 的抵扣券，那么他就不亏，为什么呢？其实很简单……

6 张优惠券，如果对方买了不来用，这就是纯利润，减去获取客 户的成本，还赚 8-9 元，对吗？

那么如果他来用呢？那更好，你算一下，每次 12 元的套餐，学生 只能用 2 元抵扣券，那么还有 10 元，减去 4-5 元的成本，还赚 5-6 元，6 张全部用完，就是赚 30-36 元，减去第一次买客户的成本 3-4 元，再减去免费送他吃的一顿，那么还赚 20-26 元；

你知道这个策略最神奇的地方是什么吗？就是只要对方成交，你 就可以最少锁住他 7 次的消费，你要知道大学的流量是恒定的，如果 你家吃饭的人多，别人家吃的就会少。

这个策略的好处就是，如果亏，就是亏了重新装修是几千元+买客 户的成本 4000 元，一共亏不了 1 万元，但是如果成功，一个月就多赚 几万元。

以上步骤做完，他已经扭亏为盈了，但如何让他持续火爆，而不 是一次活动的热浪呢？请看……

第五步：加微信，朋友圈提前点餐；

每一个来吃饭的学生，我都让他加上微信，然后编会员号，然后 找一款电子表格工具，提前一天晚上在朋友圈发布，学生们就可以点 击进入提交中午自己想吃的饭（提前下单，可以优惠 2 元），这样就 做到了有准备的购买食材和配菜；

这里会产生裂变，传播，就这样他每个月就可以有大概 3-5 万的 利润，成为

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略
大学附近最火热的快餐店；

有没有启发？’

我相信这个案例，一定对你有所启发，其实这里面就应用了那套 万能公式，只是我不解密，你可能看不出来公式是什么，当然这个案例还有很多细节，由于时间的关系，我就不拆的那么细给你分享了，后面有时间我们再补；

这套公式不仅可以适合餐厅，同样可以适用于其他实体项目和网络项目，我再给你分享一个“水果店”的案例，然后再跟你分享一个 淘宝店主的案例，请看：

一家新开业的水果店，如何在一周之内瞬间回笼资金 60 万，并且 让小区内的其他水果店无法生存？

2015 年底的一个饭局上，我与爱果园的孙总认识了，他为人很有气度，同时又很谦虚，吃饭聊天的过程中，他说有一个新项目准备启动，开连锁水果店，我本人对大投入的实体项目，通常都比较谨慎，由于……

他人不错，我就多问了几句（因为我不想一个好人失败），我说：

你的水果店准备开在哪里？商场、路边、小区？

你的水果店定位卖什么品质的水果，人群是什么消费水平？

每家店铺你准备花多少钱装修，铺多少货，日常开支多少？

开店之后，你如何确保你的客流+现金流？如何确保成功？

这些问题抛出之后，他有点回答不过来，其他几个朋友，看气氛有点尴尬，就说“智多星兄弟是个营销高手，不如孙总，你让他给你指点指点？”

孙总说：好呀，那辛苦兄弟了。

我说：孙总，我们初次见面，感觉你人不错，我希望你的项目成功率更大，所以刚刚才问了这些问题，希望你不要介意，我认为……

如果要投实体项目，要么钱是别人的，要么用别人的店，要么开店一个月就能回笼资金，要不然风险都很大，所以……

用传统模式开连锁水果店肯定不行，你想想，投资一个店20多万，然后还要请人，进水果，然后慢慢卖，你要卖多久才能赚回20多万？而且也没有什么特别的竞争力，因为别人也是这么干，你说对吧？

思考了5分钟之后，我按照万能公式，给孙总出了一套营销方案，当场听完的朋友都目瞪口呆，都说要加入开一家分店，并且落地执行后，在一周之内回笼了6.万的资金，太不可思议了，怎么做的呢？

你想知道吗？好了，不卖关子，直接进入方案正题：

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

1、爱果园只开在 1 万人以上的成熟小区；

为什么这么设计呢？原因很简单，因为水果店开在不同地方，竞争环境是不一样的，你试想一下，如果水果店开在路边，请问你知道买水果店人是从哪里来的吗？

几乎很谁，因为是流动性的，但是……

如果水果店开在小区呢？85%以上的购买用户，都是小区里面的住户，虽然也有流动，但概率小一些，这样如果我们抓住一个客户，如果一直让他来复购，客户终身价值就很大，对吧？

2、爱果园定位卖高端进口水果，国产为辅；

进口水果溢价更高，利润也更高，进来的人群就对价格敏感度不强；

3、三点爆破式的营销方案，快速圈人，回笼资金，锁定客户；

这里是重点中的重点了，我让他做一个传单，但注意……这不是普通的传单，而是带有直复式营销思维的传单，如下图：



这个传单简洁明了，主题明确；试业预存（解释原因）

- ① 试业预存 16 元，免费送红富士苹果一箱（8 个装）
- ② 试业预存 500 元，免费送智利进口车厘子一箱（5 斤装）
- ③ 试业预存 100 元，免费送黄肉奇异果一箱

为了增加稀缺性+紧迫感，在传单里设计了 “只送 100 箱”

苹果一箱是 28 元，车厘子一箱是 398 元，奇异果是 98 元；这个时候我有一个问题想问你，如果你，你在小区收到这样的传单，你会不会响应？

如果你是男人，我可能不敢打包票，但是如果你是女的，我敢说，你会疯狂，特别是宝妈，对吗？

我不知道你有没有看出这个策略的神奇之处，你可能在思考，这样做不亏死了吗？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

当然不是，这样做绝对不亏，并且可以轻松打败小区里的其他水果店，你知道吗？

区域市场的战争，饼几乎是恒定的，所以如果你多吃，也就意味着别人少吃，所以谁能锁住客户，谁就是赢家，你看……

这个策略的神奇之处是，获取用户+成交+锁销于一次完成，怎么理解呢？你试想一下，当人们收到传单，就在小区，小区就这么大，走几步就到店里，充值16元，就可以免费领一箱苹果回去，16元仍然可以消费其他水果，这不是天上掉馅饼吗？

当你下次还要买水果的时候，请问你会去哪家店铺？当然是还有16元消费卡的那家了，对吗？

更神奇的是，你进店铺之后，营业员会鼓励你多充值，因为充值是可以叠加送产品的，例如：你充值616元，你就可以一次拿三箱水果回去，一箱苹果，一箱车厘子，一箱奇异果，并且616元仍然可以使用，很多人会想

反正以后也要吃水果，先充值了，后面慢慢消费，这次还可以拿3箱喜欢吃的

水果，太划算了。

那这样会不会亏本的，答案是不会，因为你充值的钱如果不消费，那么对于店铺来说是纯利润，那么如果你回来消费呢？

616元全部正价消费进口水果，这里是不是有利润呀？这个利润刚好能填平第一次送他吃的水果的成本即可，理解了吗？

就这样，一周之内充值了 6000 多个客户，大大小小的充值加起来，回笼了 60 万的资金，当然这还没有结束，后面……

我让他搭建了一个公众号的系统，然后把客户全部导出到云端，然后在系统里面可以直接下单，送货上门，并且系统里添加一些日常消费品，柴米油盐等产品，相信你了解为什么这么设计吧。

通过这个案例，我想向你说明一个营销心法，也是孙子兵法的最 高境界，叫“先胜而后战”，但是你知道，大部分人做生意，创业，都是先战了再说，会不会成功是未知数；

看到这里，你可能会说，智多星老师，你怎么老是说一些实体的案例，有没有微商，电商，或者网络的？

当然有，由于时间的问题，我再给大家分享一个“淘宝店主”的案例，然后后面我会结合公式再与你分享更多的实操案例，包括：微商、公众号、虚拟产品、培训等等，让你们更好的融汇贯通，我们继续……

一家淘宝店主，三个孩子的妈妈，如何通过营销万能公式，做到 50 万到年利润 500 万的 10 倍增长？

这个故事的主人翁是“苏苏”，我的第 008 号弟子，相信有一些小伙伴对她并不陌生，因为我的书中曾经有提到过她，2014 年我与她 在一次线下电商沙龙认识了，当时她遇到了一些经营上的瓶颈，于是……

她跟她先生，一起约了我吃饭，我还记得很清楚，那是一家粤菜馆，档次也不错，一番了解之后，我才知道……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

她有一家做了 5 年的淘宝店，卖儿童发饰的，店铺有成百上千个 SKU，还有三个孩子，还要自己盯着店铺的数据，很累，几乎没有太多时间出去玩，并且……

每个月淘宝的销售额也只能做到 25-30 万，再怎么努力都上不去，已经持续很长时间了，所以问我有没有什么好的方法，你们也知道……

我是做电商起家的，当时那个沙龙也是电商方面的分享，但是我并没有给她如何把淘宝店铺做的更好的建议，而是给了她一套营销策略，8 个月之后她再次找我的时候，已经发生了翻天覆地的变化，利润已经翻倍，到底是……

什么样的策略，可以让她不多花一分钱广告，不增加一分钱成本的情况下，倍增利润？并且 2 年之内变成千万富翁（在佛山有两套豪宅，还有商铺，还有一辆奥迪 Q7，和保时捷卡宴），现在每个月利润高达 100 万，其实……

还是根据那套营销万能公式，给她设计了一套系统……

有的人做生意，只是用到了这个万能公式的前半部，没有用后半部，所以做的很累，苏苏之前也是这种情况，但是一旦思维打通，开启公式的后半部，赚钱就变成了游戏。

具体怎么做呢？非常简单……

我说其实你手里握着一座宝库，只是缺一把打开它的钥匙，为什么这么说呢？你想想，给小女孩买发饰的人一般是谁？

没错，答案是“宝妈”，每个月可以卖 5000 单，也就是有 4-5 千个宝妈用户的名单，对吗？这是不是一座巨大的宝藏，我记得当时她的淘宝后台数据库有 16

万个名单，这是什么概念？

从升始到现在，那些宝妈都只在她的店铺消费了几十元的东西，然后就不知道去了哪里？那么……

为什么说宝妈群体是一座宝藏，原因很简单，因为宝妈虽然在家里带孩子，没有什么收入，但是她却可以掌握家庭大部分的支出，老公的，孩子的，自己的，柴米油盐什么的，对吗？

但从始至终，最开始苏苏只赚了宝妈所有消费中的冰山一角，也就是说，如果可以卖除发饰以外的东西给这些宝妈，那么利润自然倍增，举例：卖她一瓶洗面奶，都比卖10套发饰给她赚钱，对吗？

那么具体如何做呢？方案如下：

1、每天成交的客户，导入到微信进行零距离管理；

在淘宝里，你再牛逼，都是客户与商家的关系，但是如果你把用户弄到微信，然后把自己打造成意见领袖，那么关系就发生了变化了，什么变化呢？

会变成粉丝与意见领袖的关系，这是两种完全不同的概念，你理解吗？当然由于苏苏是三个孩子的妈妈，所以打造情感共鸣点，与宝妈拉近关系非常的容易。

，具体如何把淘宝的粉丝导入微信呢？有两个方案，一个是客服聊天的时候，一个是在包裹里放入特殊的刮刮卡，具体细节我就不详细说了，接下来会具体讲到“超级鱼饵”的概念，总之淘宝里面的客户，有一部分会转移到她的个人微信。

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

当然如果你比较急，你也可以看我写的书《自明星营销方程式》，里面有详细讲到这个教学：

2、建立信任，横向追销；

把客户弄到微信后，第一步不是卖东西给对方，而是建立信任，我给了她一套信任推进术，可以快速把一个弱关系的陌生入，推进到中关系，当然这套技术非常厉害，一共有3个版本，在我的书《套路之王》有写到，建立信任后呢？

当然是卖东西赚钱，但不是再卖发饰给她，而是把她当做宝妈来分析，这样可以卖的东西就很多，特别是海外代购的东西，所以……

现在苏苏是每个月去一次国外，韩国、日本、澳洲、泰国等等国家，然后在朋友圈直播产品，然后微信就疯狂的收钱，最开始一个月只能做几十万的销售额，但是随着……

淘宝那边不断输送更多的新鲜血液到微信里，所以生意越做越大，很快销售额，利润都超过了淘宝店铺，到现在苏苏每个月微信大概有100万的利润……可笑的是……

她的淘宝店还是3年前的淘宝，每个月只有5万左右的利润，这里你是不是悟到了什么？

2、裂变放大，雪球越滚越大；

当然并不是一开始，就一个月可以赚100多万，也是从几万开始，是坚持了2年才有了今天的苏苏，除了坚持，策略也很重要，准确的来说是“裂变策略”，

这里有两种：

第一种：是朋友圈的好处，游戏裂变，用原本的种子用户带来更多的精准用户；

这个裂变模型在《自明星营销方程式》里我也解密过，非常简单实用，上个月有一个做手件的学员，用这个裂变方式，很轻松的就一天吸引了几百个精准用户；

第二种：是代理裂变，苏苏现在有 1300 多个代理，一起通过社群经营购物，所以每个月可以创造千万级别的流水，利润有 200 万左右，其中 100 万分给代理……

你看懂了吗？

好了，那么现在我想，你在思考一个问题，就是这 3 个案例看起来不同，但是又隐隐约约感觉到有一些关联，对吗？

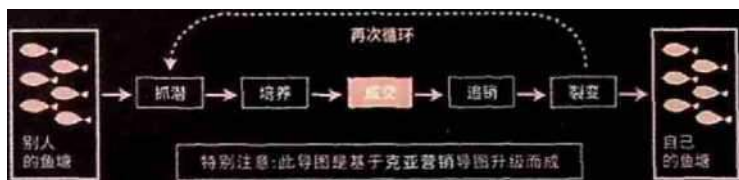
你此刻最想知道的是，这个万能公式到底是什么，为何有如此大的威力？不急……

我现在就立刻，马上告诉你，这套公式一共有 7 个步骤，由 20 个字组成，并且……

毫不夸张的说，这套公式是一切营销的根本，应用它，你就可以随意的打造自己的赚钱系统，做到随时随地的提取现金（无论任何行业），那么……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

营销万能公式



这张图片，就是营销世界的藏宝图，也是一条万能公式，不管是在线下，还是线上都可以完美的应用，那么我来一一解释一下，每一个细节……

我敢打赌，你听完我的解密之后，你的大脑天灵盖会被打开了一样，会看到你以往看不到的世界，马上开始……

第一步：别人的鱼塘

可以确定的一点是，不管你在这个世界上做任何生意，你起初都是没有客户的，不管是卖实物产品，还是虚拟产品，你第一个面临的问题就是“用户”从哪里来，对吗？

不错，但是你也无须担心，因为只要你的客户是真实存在的，那么我们就有办法把他变成你的客户，例如：

你是卖篮球的，那么你的客户是谁？

不错，就是那些在篮球场上奔跑的篮球爱好者，但是你又不可能到篮球场去抓他来买你的篮球，所以怎么办呢？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

答案很简单，就是你的客户是天然存在的，只不过他今天还不是你的客户，他一般都已经聚焦在了别人的鱼塘里，例如：

卖篮球服的，卖篮球鞋的实体店，淘宝店，他们的客户，都是你的目标客户，同意吗？

那怎么弄过来呢？这里就要讲到我们万能公式的第二步，叫：抓潜：

第二步：抓潜，就是抓住潜在客户的意思；

你试想一下，你看到了一个鱼塘，里面都是你要的用户，请问这个时候你要怎么做呀？

你不可能空手下去捞吧？钓鱼需要什么呀？

不错，就是要鱼饵，在营销里叫打造一个“超级鱼饵”，如何打造呢？其实……

核心心法就一句：利他的超级鱼饵，我们来回忆一下上面的案例

内容，每个案例里面超级鱼饵是什么？

1、大学附近的快餐店，我给他设计的超级鱼饵是“2 元吃 12 元 消费卡”，什么概念呢？

你试想一下，吃饭是刚需，学生原本到大学周边吃快餐平均消费 都要 12 元，但是今天只需要 2 元就可以购买 12 元的套餐，请问对学 生是不是一种诱惑？

是不是利他？

利他的意思是：站在他的立场，对他有用，利益最大化，切记不 是你的角度；

2、爱果园水果店，我给他设计的超级鱼饵是“预存 16 元送 8 个 装的苹果一箱”，“预存 100 元送黄肉奇异果一箱”，“预存 500 元 送 5 斤装的车厘子一箱”，请问是不是利他？

原本你 500 元就只能购买 500 元的水果，但是今天在爱果园预存 500 元，可以送~箱 5 斤装，价值 398 元的车厘子一箱，绝对无敌， 认同吗？

好了，当你知道设计鱼饵之后，我们要做的就是投放鱼饵，那么 这里需要提醒的是，鱼塘分很多种：

有公开的；

有半封闭的；

有全封闭的；

针对不同鱼塘，策略是不同的，千万不要乱来，有的时候要花钱买客户，有的时候可以免费，但只要投入产出比合适，付费或者免费都无关紧要，重点是可以赚钱，理解吗？

那么我们来看一下，假如你是卖篮球的，你在淘宝开了家店铺，这个时候你是新店没有客户，怎么办？

当然除了传统的排名优化，直通车推广之外，你可以试试借力别人的鱼塘，什么叫……

借力别人的鱼塘呢？其实很简单，就是别人的鱼塘跟你互补，不冲突，那么你就可以借力，举例：

你写一封销售信，然后找淘宝每个月卖篮球服，篮球鞋销量1万笔以上的店铺老板谈合作，你说我是卖篮球的，我们不冲突，但是客户相同，我……

给你一封信，在你的每个快递包裹里放一个，然后我每个给你1元钱，并且以后我的包裹里可以免费给你放你的推广信息，如何？

去找10个谈判，肯定能谈成2个，因为大部分淘宝店，都只做了前端，就像苏苏最开始的时候一样，都没有后端，淘宝数据库里躺着几十万，甚至上百万的用户，比比皆是，然后……

信里留淘宝购买二维码，用户看完信如果要买篮球，就直接打开 淘宝扫码购买，很方便，二维码太神奇了，可以瞬间打通线上和线 下，不得不说是伟大的发明。

我们再想想，如果你是卖篮球的，还有没有什么鱼塘可以借力 呢？

答案是非常多，例如：

你在微信公众号搜索“NBA”相关的关键词，你会发现一堆篮球爱 好者的公众号，那么这些粉丝是不是跟你的目标客户很匹配？

一定是，那么你可不可以写一封软文，然后给广告费找他们投 放，文章最后只要留下一个“淘口令”即可，复制到淘宝打开就可以 直接购买了，甚至你可以给他一张优惠券，对吗？

甚至你还可以把 NBA 的一些精彩视频剪辑成“十大精彩过人，十 大精彩扣篮等等，然后视频最后留下你的微信号，然后大量上传投 放到各大视频网站，请问是不是有爱好者会加你？

好了，我就不一一举例了，抓潜的方式非常多种，我一共总结了

20 多种行之有效的获取用户的方式，不管是线上，还是线下都统统实 用，那么……

抓潜之后呢？是不是立刻去成交对方？

答案是 NO，我们都知道，一切的成交都建立在信任的基础上，所 以我们需要……

第三步：培育，抓潜和成交之间，我们需要建立信任

那么这里有一套培育系统需要你学习，我总结了有 10 种培育方式，接下来我通过一个案例，来让你感受一下培育的重要性，请看：

一名微商宝妈，如何通过一个巧妙的杠杆策略，快速建立 1000 人的微信社群，每个月多赚 5 万元；

去年也是这个时候，有一位老同学的妹妹加了我的微信，说她在浙江织里做微商，那个地方我待过半年（也是我职业赌徒的生涯），60%都是安徽人，并且是中国第一大童装重镇，大街小巷都是……

童装门面，加工厂，裁剪厂，布匹，拉链门店等等，她代理了一个品牌的护肤品（这个牌子，就不打广告了），但是做起来很吃力，希望跟我学习，由于……

是老朋友的妹妹，我也不好意思说“你去买本我的书看看，随意的打发”，在我了解了她一些具体情况之后，我给了她一个很简单的方案，结果……

让我大吃一惊，1 个月后，她告诉我，每个月可以零售 5 万元的产品，这也超出了我的想象，那……

到底这个方案是如何的呢？请看：’

首先面临的第一个问题，就是没有流量，那就要先找流量，那怎么办呢？由于

那个地方我待过，所以我对当地的一些现象，需求还是了解的，我说……

你去扫街，怎么扫呢？

你去挨家挨户的门面跑，你说我是“织里童装联盟社群”的会长，我们为了更好的帮助门面出货，批发商找货，代工厂接单，我们建了一个微信群，今天想邀请你加入，当然……

我们目前的公益性质，是免费的，你加入之后，可以发布自己的供需信息，这样可以更好的帮助你接更多订单，请问老板同不同意？

肯定同意，注意……这里用到了借力鱼塘中常用的一个技能，叫：虚拟筹码；

就这样，很快他就扫满了 500 人的群，她用心帮大家串联资源，跑腿，很快社群里真的互相有了链接，这个时候奇妙的事情发生了，你知道是什么吗？

请问社群里的老板们互相产生化学反应，互相有了订单的链接，这个时候他们心里要感谢谁呀？

正所谓：喝水不忘挖井人……

不错，都要感谢这个社群的群主，那么再加上她在这些人的心目中的形象不是微商，而是会长，然后这些人为了感谢她，她朋友圈偶尔推荐一些自己用的产品，请问社群的人要不要支持一把？

当然要，有的老板娘甚至都要跟她做代理，不错，就是这么简单的方式，通过

声东击西的策略，然后通过共享价值，培育信任，然后 顺便成交，你听懂了吗？

培育的核心心法就是：给用户贡献你的价值；请把这句心法牢牢 记住……

第四步：成交，我们不是慈善家，赚钱是生意的根本

你是丁名商人，你就一定要赚钱，马云说过“做生意不赚钱，就 是要流氓”，你认同吗？

如果自己都不赚钱，都要饿死了，你怎么确保你可以更好的为你

的客户服务，怎么给他带来高质量的产品？

显然不能，好了，那么……

微信里，或者现实中，如何做到轻松成交呢？我总结了 30 多种不同的策略，我自己都实战过，非常好用，我过去也解密了一部分，今天我们先分享成交的两个心法，因为……

只要你懂的了心法，你就可以在心法的基础上不断的演化，OK？

第一句心法是：成交的动作大于金额，怎么理解呢？



成交就好比男生与女生谈恋爱时牵手的那个动作，等等……我在这里先问你们一个问题，请问你们谈恋爱的目的是为了什么？

请你回答一下

不管你谈恋爱的目的是什么，在达到你的目的之前，你都需要先经过“牵手”这个动作，对吗？

你不可能先跳过牵手这个动作，直接就搂住对方，亲对方，对吗？，，

不错，成交就是这样，营销的目的是为了成交，而成交的目的是为了追销，为的是获取客户终身价值，这就犹如……

谈恋爱不只是为了牵手，但是你必须先经过牵手这个过程，你想象一下，不是这样？悟到了吗？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

那么成交的动作大于金额的意思是，既然我们的目的是客户的终身价值，那么我们第一次成交的时候，我是不是可以少赚钱一点，或者持平，或者亏本让用户先进来，对吗？

’有的人思考，为什么还要亏本？其实……

你试想一下，如果你先亏本让客户先进来，然后你通过锁销，然后不断的让对方重复购买消费，你还怕不赚钱吗？你看现在的……

. 大公司都这么玩，也就是近两年最火热的模式“补贴经济”，滴滴，美团，饿了么等等，哪一个不是算了这笔账的聪明人。

第二句心法是：成交要阶梯式成交，这句是什么意思呢？



非常容易理解，由于你第一次成交不是利润最大化，甚至是亏本 让用户先进入的，但是由于你很轻松的让用户进入，并且……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

提供了好的产品和服务，获取了更好的信任，所以……

你再卖东西给对方时，他更容易接受，并且如果用户都在你的微信里，你也不用再投入获取客户的营销成本，所以……

你通过追销产品或服务，就可以获取更多利润，那么什么又是追销呢？

第五步：追销，获取客户终身价值

追销这个概念，几乎在中国没有学过直复式营销的人，都不理解，或者说没有理解进入血液，进入骨髓，总是把客户终身价值抛在脑后，举例：

现在 85%以上做淘宝的人还没有反应过来，还在每天从淘宝这个 大鱼塘里，通过刷单占排名，或者通过直通车，钻展抓潜用户到自己的 店铺，然后成交一单产品，然后呢？

然后就没有然后了，为什么？

每天都在重复这个过程，结果后台数据库里躺着几十万的老客 户，从来没有去做追销过，上面讲的苏苏的例子，她在跟我学习营销 之前，就是那样，但是

给她注入了追销思维后，客户终身价值一下变大了，并且不用花 多一分钱广告费，就可以多赚以前的 10 倍利润，是不是很神奇？

那么追销里面，有 10 大策略，例如：赠销，捆绑销，搭销，锁销，增销等等……

本书肯定也没有办法全部分享到，但是最猛的一招我一定要分享 给你，那就是：锁销

其实上面的快餐店的案例，和水果店的案例，都用到了 “锁 销”，锁销的意思就是 “一次锁定客户多次消费的策略”，那么……

具体如何应用呢？我来讲一个，我曾经顾问过的一家理发店的案 例，请看：

一家理发店，如何使用营销万能公式，提升 40%的办卡率，一个 月就多回笼 10 万现金？

每个人都要理发，我也不是光头，所以也不例外，我家附近有家 档次不错的理发店，我经常在那里理发，有一次去理发是时候，我看到他们推出了会员卡，但是整个流程体验下来……

成交充值的人比较少，他们最低的门槛就 1000 元，有一天出差回来比较累，就去洗个头，理个发，就在店铺里跟他们的执行总监多聊了几句，他问我做什么的？

我说我是一名营销人，突然……

他很感兴趣，问能不能给他们店铺解决一下业绩问题？我说当然可以，只不过……

你们要付咨询费，0K？

他犹豫了一下，我看他估计是不知道我的能力如何，我就说，这样子吧，我在你们这里也是常客了，我也希望你们生意好，我呢给你 出个方案，如果你觉得牛逼，并且……

有帮助的话，咨询费就用理发卡来抵，如何？

他当时就答应了，我猜他应该是在想“反正店铺多一个人理发也没有多少成本，就答应了”，哈哈！

我观察了一下他们店铺的流程，环境，然后在大脑里检索信息，5 分钟后我给了他一套全新的方案，让他的办卡率瞬间提升了 40%，为了表示感谢，他给了我一张

1 万元余额的理发卡，你想知道我是如何策划的吗？

其实非常简单，只是改进了一下流程，和一个致命的关键点，如下：

1、让你店铺的洗头姑娘只聊天，不推销

他们店铺原本的流程是客户进来，问是理发，还是洗头，然后带去洗头，洗头的时候姑娘除了聊天之外，分别会问 3 个问题：

第一：先生用什么洗发水，我们有 xx 洗发水，XXX 洗发水；

第二：先生你有我们这里的会员卡吗？

第三：先生你有熟悉的发型师吗？

请问你去理发的时候，是不是被问到这 3 个问题？不错，你可能说大部分理发店都这样，有什么不对吗？

答案是：大错特错，为什么呢？原因很简单……

一个客户从进门躺下的那一刻开始，就不能舒适的闭上眼睛休

息，而是时不时有感觉到要被推销的感觉，这样的時候，客户是不放松的，内心有抵御机制，对吗？

你们还记得，抓潜之后要干嘛吗？不错，是培育，建立信任，所以……

我让他店铺的姑娘都只聊天，不推销，让用户舒适的放松，然后

2、 发型师也是一样，只聊天，不推销

很多店铺的发型师，都希望让你办个会员卡，让他电个头发，染个头发等等，这里我就不多说，目的是一样，让用户舒适。

3、 出其不意，让用户尖叫，阶梯充值

这里是重点中的重点，这次策略非常的猛，我用过很多次，屡试不爽，这个策略连“星巴克”这样的世界品牌都在用，到底是什么呢？

就是让他店铺的收银员在用户买单的时候，说一句话即可，请听好了……

收银员说：先生/女士，你有我们的会员卡吗？

如果这个时候客户说有，那么就掏出会员卡消费走人，如果没有会员卡呢？

请问如果是你，你没有会员卡，那么收银员会说，您本次的消费是60元，然后……

你就要拿手机掏钱了吧，不错，……就在这个时候，就在这个你即将付钱，但还没有付钱的时候，收银员会补一句，相信你听了也会兴奋不已……

收银员说：先生/女士，其实你知道吗？今天你的消费是可以全部免费的？

什么？没有听错吧？免费……免费……怎么个免费法？

收银员说：您没有听错，千真万确，您今天只需要充值一张我们 店铺 200 元的会员卡，那么你今天的 60 元是免费的，不仅如此，里面 的 200 元仍然可以消费，并且还打 8.5 折，您要办一张吗？

请问，这个时候你的决定是什么？

请认真回答……如果你不傻的话，我想你会充值，因为理发每个 月都要理，不是吗？

而且冲 200 元，就立刻省下 60 元，这很划算，对吗？

这里你要注意的是，为什么是充值 200 元，因为 200 跟 60 元的差距不大，所以客户会为了省下 60 元去充值 200 元，但是如果是要充值 1000 元，省下 60 元，成交率就会大打折扣，懂吗？

这里有一个公式：充值金额是消费金额的 3 倍，或者 4 倍；

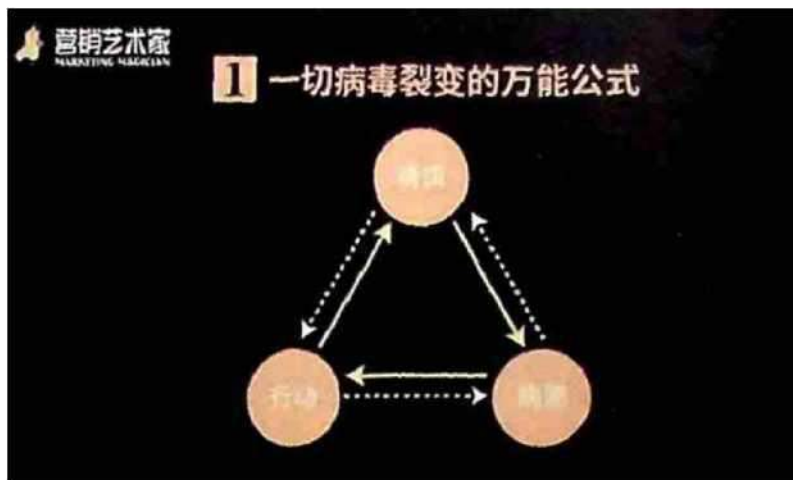
后面的我就不多讲了，因为店铺的目的是为了先锁住客户，而不是第一次就赚客户更多的钱，锁住之后，只要对方不搬家，他就每个 月要理发，加上对方有你们店铺的会员卡，就意味着你可以锁定他的 头，如果

钱用完了，再给他推荐充值 500 元送 150 元的方案，然后消耗完 再升级，就这么简单，这就是锁销，我们继续……

第六步：裂变，打造自动循环的赚钱机器

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

生意如果不设计裂变传播的模式，那么对于中小企业来说，意味着流量成本过高，在我的营销生涯中，我们团队测试了几百种裂变模型，最终我们画出了一张图，如下：



不难看出，这张图片里面的 DNA 序列就 6 个字，分别是诱饵、病源、行动，正所谓大道至简，虽然只有 6 个字，但它却从底层真正解释了裂变世界的规律，不仅如此……

你还会发现这张图片里，用的双向箭头，这又是什么意思呢？其实很简单……

内循环，用黄色线表示的，是投放病毒者的循环逻辑，而……

外循环，用白色线表示的，是传播裂变者的循环逻辑，具体怎么理解呢？

我来拆分，给你做一个具体的解释，希望能够让你脑洞大开，好吗？裂变的 DNA 序列密码的 6 个字，其实是浓缩版，具体解释如下：

1、利他的诱饵：分“显性”和“隐性”，显性指的是具体能见的利益，例如：帮我转发送 100 元红包，送秘籍，送手串等等，那么……

什么又是“隐性”的呢？通常指的是心理层面的需求，例如有：

身份、骄傲、同情、名族情绪、情感共鸣、虚荣、存在感、参与感等等，就例如：

2015年开年最为疯狂的病毒，柴静也因此一夜爆红，也就是《穹顶之下》这段演讲视频，我想没有人不知道吧？

柴静没有给我们好处，但是为什么你会转发呢？自己想想转发满足了你什么心理需求？

2、病毒散播源：这个很简单，你的病毒要传播，必须要有个投放发源的地方，这个散播源的大小，就决定了你病毒扩散的速度，和覆盖的面积。

特别提醒：所有的裂变，都建立在散播源上，没有散播源，病毒再猛也没有用，如果你现在微信里面没有用户，那么请麻烦你第一步搞一些种子，如果你想快，但是.....

又没有用户，你就只能借力别人的散播源，有面子就刷脸借力，没有面子，就花钱借力.....

3、行动的方式：在互联网里病毒的传播主要是靠转发，以前没有网络时代，病毒，故事的传播主要靠舆论，就是嘴巴，那么.....

人们为什么要行动呢？其实是为了“诱饵”，你要知道这个世界上没有绝对的无私，无私某种意义上都是为了自私，没有显性的利益，不一定代表无私，切记！

好了，那么相信你已经理解了三个步骤，6个字的意思了，那么 图片中的内循环路线，和外循环路线是什么意思呢？其实非常简单理解

内循环：是制造病毒者的逻辑，例如：你准备用礼品吸粉，那么 请问你是不是要准备一个你目标受众想要的诱饵呀？然后……

诱饵设计好了，你是不要投放出去，让别人看见，并感染，例如 你发到了自己发朋友圈，然后你朋友圈有人看见了，想要你的诱饵， 所以

他需要做一个转发的行动，然后你才能给他这个诱饵，对吗？

外循环：是传播病毒者的逻辑，也就是传播者在朋友圈看到了诱 饵，然后他想要，就要行动，行动就是投放病毒到自己的散播源，以 获取诱饵；

很容易理解，对吧？

如果不理解，也没有关系，反正一会会有具体的裂变实战案例，那么接下来一起来看看市面上你所见到的一些疯狂裂变传播的现象：

f

- 1、 优衣库视频；
- 2、 柴静的《穹顶之下》；
- 3、 吴京《战狼 2》的 56 亿票房；
- 4、 朋友圈砍价领礼品；
- 5、 朋友圈好处转发；
- 6、 脉宝云、德家、云集、环球捕手；
- 7、 多群裂变海报听课；

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

- 8、 转发朋友圈才能看视频；
- 9、 算性格，你上辈子是什么人等游戏；
- 10、 包你说、群公告、赞赏等小程序；

裂变的现象还有很多，我就不一一列举，上面我列出的 1。条，几 乎是你曾经都见过的一些，虽然看起来鱼龙混杂，但……

其背后的裂变逻辑，依然逃不出我们的公式，在给你解释之前， 我把这些现象做了一个属性分类，如下图：

一、裂变属性分类



这些现象，我把它分成了 4 大类，分别是：

- 1、 心理诱饵形；
- 2、 实物诱饵形；
- 3、 虚拟诱饵形|

4、 金钱诱饵形；

那怎么去理解呢？不急，我一个个解释……等等……等一下，我 需要提醒的是……

我现在正在给你剖析事物背后的逻辑，不像别的老师，只教你几个裂变招数，但是你要知道……

招数永远都有过时的一天，而“道”是永远不变的，所以你一定要用心学习，否则你就将永远停留在……知其然，而不知其所以然的

层面上，我想，你也不想永远都被幻像蒙蔽吧？

1、 心理诱饵形

顾名思义，满足心理层面的需求诱饵，也是隐性的，例如：

转发：优衣库视频，其实是想向朋友圈的人证明，我也是信息很发达的，我也知道，表明存在，不落伍的内心需求；

转发：穹顶之下，其实是因为有人代表了自己，宣泄了对雾霾的不满，激发了情感共鸣点，支持正义，每个人都感觉自己是正义的；

转发：《战狼 2》的段子，一个是老公与老婆的段子，一个是女主角涨身价被替换的段子，一个是民族情节的，这些段子，还有电影 的画面，都满足了转发者的不同心理需求；

2、 实物诱饵形

这个属性就比较简单了，就是你转发我就给你一个东西，实物 的，显性诱饵，例如：

朋友圈砍价领礼品：这个我在 2015 年就玩过，当时有一本书，大 概邀请 20 多个朋友砍价，就可以免费领取；

朋友圈好处转发：一段文字+几张礼品图片+二维码，说转发截图

加我好友，就送一个礼品；

•/

我想这两种大家都见过，这些就是实物诱饵形的裂变模式；

3、 虚拟诱饵形

1

这个跟实物差不多，就是送的东西是虚拟产品，例如：电子书，J 视频教学，心理咨询，一节微课，等等；

j

裂变传播的方法很多，可以用文章，视频，朋友圈，微信群，都 j 可以，我不知道你曾经有没有打开过一种网页，例如：

、办公室就剩下董事长和秘书，下班之后他们竟然……

I

类似这样标题的视频，然后你点击查看后，对方需要你转发朋友 4

i

圈，或者微信群，然后才能观看，这种在 2014-2015 年非常疯狂，这 I 种…….

■ , * - g

就是虚拟诱饵，你想要这个精彩视频（诱饵），你就必须转发

（行动）到自己的朋友圈（病源），我没有骗你吧，所有的裂变都离不开这个公式；

,

4、 金钱诱饵形

这个是最粗暴的，因为人人都很喜欢现金，哈哈！这种诱饵，就

是直接分钱，你传播就有钱拿，或者你去传播赚钱；

前两年的云集，环球捕手，还有最近非常疯狂的粉象和未来集市 都是这种模式，我就不多解释了。

二、裂变病毒模型

看书的你，不管是电商人，微商人，实体老板，还是新媒体人，其实不管你是那种身份，你要用微信裂变，都先要把人弄到微信里， 然后……

才能实现你想要的裂变，如何把人弄到微信里，前面“抓潜”讲 过了，今天我就直接分享裂变抓潜模型，你拿回去套用实战即可，你 准备好了吗？

1、微商如何裂变？

在讲微商裂变之前，我需要提醒的是……

微商人必须把自己打造成自明星，否则别想赚大钱，你要有影响力才可能带出更多代理，才有可能别人找你买产品使用，很多人……

自己的形象都没有包装，自己的头像都还是自己家孩子的头像，然后就说要通过微商赚钱，怎么可能呢？

还有一点，特别要注意的是，认知更新……

如果你本身在读书到工作，甚至是家庭中，你都不是主角，也不是有光环的人，如果你突然有一天在朋友圈发面膜，只会拉低你在他们心中的地方，他们会认

为……

你被洗脑了，人们不在乎你卖的是什么，人们在乎的是谁在卖？

所以每个人都应该维护好自己的朋友圈，朋友圈是你的好友了解你的唯一渠道，你给他看什么很重要，如果你一直不发朋友圈，他就会认为

你，还是10年前的你，就例如：如果我大学的时候是个席丝，学习也不好，那么如果我不通过朋友圈发布我的变化，那么认知在同学心目中就不会得到更新……

好了，因为这节是讲裂变，这个就先带过，看完书之后，如果你想学习更多，可以关注我的公众号“智多星”，或者走进《营销真经》的线下总裁训练营，毕竟这本书十几万字是无法分享完我们所有掌握的绝活……

那么我来讲一个实战的案例，这个案例是一位商学院的同学问我的，我给她设计了一个朋友圈礼品裂变，一下就加了很多，她很开心，由于……

她是第一次操作，所以都不敢大规模用，我保守估计，这个策略，一天给她带来几百个粉丝是没有任何问题的，具体情况是如何的呢？

她是《营销艺术家》商学院一期5群的“幽幽谷”，是卖手串类的产品，很有气质的一位美女，她自己可以手工做一些这样的小物件，如下图：

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略



我一看，也喜欢，然后她想用这个为诱饵去做吸粉，原本方式如下：

| 4- M«S

曲 I <• 馆友 ■

O I

A
4

您了 J'

e

b 団 o

⑤回 0

岗登，

L *•

«

A ..

, 1

4D

El

人".

I'

03

结果，效果显而易见，不好……为什么呢？

很简单，步骤太麻烦，要转发礼物截图+公众号文章，而且转发文章，标题不行，打开率就会有问题，打开率有问题，裂变就会迅速下滑，不管哪种裂变，都不能是永动的，这也是……

为什么你看到任何东西都是火一下，然后就消失了呢？原因，那么……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

如果你要长期有裂变效果，那么你就要有源源不断的新鲜血液驱动裂变，这样才能有好的效果，我看了一眼，给她优化了，如下：

给了她两段文案：

第一段自己发朋友圈的文案：

今天在工作室心血来潮，花了几个小时做了 50 条手件，也不打算卖，准备发朋友做福利送了，如果下图中有你喜欢的，评论打个 1，我一会私聊你，告诉你如何领取！

配上原本 9 张鱼饵图片，然后发朋友圈即可，朋友圈回复 1 的人，私聊他，领取需要发一个朋友圈，然后就可以领取；

等于是自己做好诱饵，投放到自己的散播源，然后等人响应，这里能理解吧？

第二段给领取者发的文案：

下面图片中的手串有没有你喜欢的，如果有你可以扫第 5 张二维码，加我的好朋友“青珠阁老板娘：幽幽”领取，记住加好友备注：智多星推荐，否则不会送你，只有 50 条了，我已经拿了一条，抓紧时间吧！

这段文案是给想要领取的人发朋友圈用的，9 张图片中，有一张是你自己的二维码，如下图效果：



一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

下旅出柱中的手出脊没咨你点聶的，JD 當句飾可以行第二增算血哉的蚪明反•脊 13 混琶析國中启’誦取 is 住械好友 待注 有耳星招為. 舌則不会送你. 只有 50?-7 现已崐金子一条. tT«81aloe»



宝宝们用家客板项 H 的. 怎么用召 14.不 花位&董!》侦府我要的国物们 6B 可担找聯 K. 绝奇奇族爭

这样，裂变就会自动循环了，你试想一下，如果你发一个朋友 圈，有 10 个人想领取，这 10 个人里面有 5 个愿意发朋友圈，那么就 有可能有 50 个人来找她领取，50 个人里面有……

25 个人愿意转发，那么就可能有 250 个人来找她领取，然后……

叠加下去是很恐怖的，这就是裂变的力量，那么成本多少？

用实物吸粉，有产品成本，和快递成本，所以这个时候一定要挑 产品成本便宜，价值高的东西，她这个手件就很便宜，运费让领取者 自己出即可，如果……

你是用 2 元买一个粉丝，1000 个精准粉丝，你就是 2000 元的成 本，还是很便宜的，并且如果你限名额，那么就可以支出很少的成 本，多出很多粉丝，记住这种活动，运费要谈快递通票……

4-4.5 元一单那种，否则用户会认为你骗钱（因为之前网络里很 多那种 9.9 元

领礼品的，其实还有 1-2 元利润），懂了吧？

这个时候，你可能会问，我没有赠品怎么办？

这个世界上学任何东西最难的就是举一反三，就好比我以前讲淘 宝课程，我讲了服装类目的，卖面膜的说能说说我这个类目怎么做 吗？

我讲香水类目如何打爆款，就会有卖汽车用品的同学说，老师我的类目很特别，能讲讲我的类目吗？其实……

我已经麻木了，当然我也准备好了答案，马上开始……

如果你是在微信卖其他产品的，没有低价格赠品怎么办？两种方式，一种免费，一种付费，举例：

第一种免费：找微商人群需要的知识产品

例如你想抓很多宝妈来做你的代理，那么这个时候你就要研究宝妈有些什么需求，先用利他的诱饵把她加过来，然后再贡献价值，扭转认知，然后再卖你的产品，比如……

你收集一套《0-6岁宝宝10大突发病的妥善处理方式》，电子书，或者视频教学，然后做一张裂变海报，发朋友圈，要的你领取，就可以裂变了。

第二种付费：找微商人群需要的实物产品

刚刚那个幽幽谷的案例，是刚好她自己能做出低成本的诱饵，但是即使你没有低成本的诱饵，也可以买，例如：

维达纸巾、口水巾、退烧贴、驱蚊贴等等，去年年底，我的一位朋友就策划了一个千万级的产品引流，YSL圣罗兰的口红，然后提供给微商团队做朋友圈礼品吸粉，她靠这个成为了千万富翁。

好了，只要有用户思维，不是产品思维，你就会用心分析你用户的群体，他们还有什么需求，不要用你是微商的这个点，去跟别人接触，这个点不好，为

什么呢？

■ .

如果你把自己定位成一个卖货的代理，你注定已经在别人的认知： 中是低价值了，你一定要声东击西，你的身份是有价值的，然后你顺： 便卖货，就好像……
•jj.

一个大学生，每天晚上去夜总会做小姐，这样就让人们感觉这个大学生很堕落，受人唾弃，而如果……

•:

一个夜总会的小姐，每天都坚持读书，完成大学梦想，就很激励 n
.1
人，让人感觉小姐也有梦想，懂了吗？

:

裂变策略有非常多种，我总结了以下十种行之有效的裂变策略，； 分别是：

I

1、 A B 裂变模型；

I

2、 拼图裂变模型；

3、 砍价裂变模型；

J

4、 文章裂变模型；

;

5、 积分裂变模型；

;

6、 活码裂变模型；

)

7、 分销裂变模型；

j

8、 排行裂变模型；

9、 悬念裂变模型；

10、 对碰裂变模型；

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

由于本书篇幅有限，不能全部分享到（如果想深入掌握裂变的实战技术，欢迎参加《营销真经》的线下课程），接下来……

我将与你分享一项独特的绝活，这项绝活一直被少数人掌握，而掌握它的人，都是资源超控的高手，弹指之间，别人的，就是你的（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案二

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

石头汤的秘密

洛基，卡尔，凯文三人是同乡，他们是刚刚打完仗回家的途中，他们又累又饿，事实上，他们已经2天没有吃东西了，此时……

他们前方不远的地方，有一座村庄，他们想过去讨点吃的喝的，但是此时的村民们看到士兵过来，都把吃的藏了起来，因为他们知道 通常士兵都是很饿的，这可怎么办？

已经两天没有吃东西了，于是他们苦思冥想，卡尔提出了一个计划，大家都同意了？他们分工，洛基去河边捡几块光滑的鹅卵石，凯文去小树林弄点干树枝做柴火，而卡尔的工作是……

找村民借一口大锅，他们到底要干嘛呢？

东西齐全了，他们在村口支起了架子，生火，放水，再放入鹅卵石，然后静静的看着锅，留着口水，此时……

有好奇的村民问：你们在干嘛……

卡尔回答：我们在做天下最美味的汤，石头汤……

村民说到：什么？石头也能做汤，怎么可能……

洛基说到：真的，我们在军队时，就是这么做的，如果加入一点盐和胡椒，就更鲜美一点，可惜我们今天忘记带了，如果你能借我一点，一会汤给你分一碗……………

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

村民说到：真的吗？没有关系，我回去拿给你……

不~会，有的村民从地里干活回来，手上拿着一筐萝卜，看着一 群人盯着锅，流口水，也很好奇的走过来，问在干什么？

卡尔回答：我们在做天下最美味的汤，石头汤……

村民说到：什么？石头也能做汤，我不信……

洛基说到：真的，我们在军队时，就是这么做的，如果你能切几 个萝卜进去，汤会更美味，做好汤给你分一碗……

村民说到：可以，我倒要看看……

以此类推，好奇的村民们，分别向锅里投入了卷心菜，土豆，牛 肉等不同的食材，都想尝尝世界上最美味的石头汤……

%

亲爱的朋友，你看懂了吗？

你可能会说，这样的故事我听了很多，空手套白狼哪有那么容 易，对吗？其实并不难…….

几个月前，我在朋友的公司遇到一个人，他是做豪车租赁生意 的，由于你可能对这个行业不太了解，我来给你做一个简单的科 普……

神州租车，你应该知道吧？没错……中国最大的租车公司，但是神州的车，大部分都是 10-30 万的车，这哥们的租车公司，最低都是 35 万以上的车，最高有 100 多万的……

几个股东，合资买了一批车，做了一段时间，市场特别良好，供不应求，于是想扩大车子的数量，但是……

车子又很贵，如果增加 200 辆，又要投入几千万，虽然市场大好，但是第一批出资购买车的本钱还没有回来，所以在思考解决方案，非常的苦恼……

此时，我给他出了一道方案，可以在一分钱不用投入的情况下，拿到 200 辆全新的车，并且没有任何风险，你猜我是怎么做的？

不卖关子了，直接公布方案：

第一步：做一份项目计划书

因为项目已经运转了一段时间，业务非常火爆，非常赚钱，把具体的业务来源，数据情况，出租率，收益情况，做一份路演 PPT；

第二步：招募种子合伙人。

三个股东，联合邀请 200 个手头有闲钱的朋友，来参加公司庆功宴，中途路演，展示趋势，机会，收益情况，诚挚邀请朋友一起加

入，成为合伙人：

第三步：说明合伙人权益

1、投资 35 万元，购买一辆奔驰或宝马车，全款付，车在投资合 伙人名下，与公司签订托管租赁合同，每租一天，可得 300 元，一个月平均租 20 天，一年就是 72000 元；

收益情况：年化收益 20% （钱放余额宝才 2. 4%左右）；

2、推荐朋友投资 35 万，成为合伙人，立刻奖励现金 5 万元，同 时被推荐人的车被租出去一天，推荐人依然可以获得 200 元的奖励；

也就是说，如果推广 7 个朋友投资，等于立刻回本 35 万，同时自 己还有一辆 35 万的车，再加 7 辆车，每辆每天 200 元，每个月 20 天，那么月收入是 28000 元，年收入是 33. 6 万……

*手 *■ *' -* .. B

天呐，这也太夸张了吧？一点也不夸张，如果租 5 年呢？（会不 会更夸张）……， ‘

你可能在思考，这样做，不亏本吗？我告诉你……不仅不亏本， 而且先赚 200 万，还白得 200 辆车的使用权，不信请看……

200 人的庆功会，只需要有 50 人成为合伙人即可，因为这 50 人 回去，就可以在 15 天之内，裂变出 200 人，然后为什么不亏呢？

因为车，是 200 人满之后，批量统一采购的，有特别优惠，35 万 的车，

只需要 29 万就搞定了，这里就有 6 万的利差，减去 5 万的推荐人奖励，还有 1 万，那么 200 辆就是 200 万的资金停留，然后……

豪车出租一天，800-1000 元，减去给合伙人奖励的 300+200, 等于还有每辆车每天最少 300-500 的利润，那么 200 辆是多少呢？

一年的毛利润是：1.4 个亿，除去各种成本，开支，最少还赚几千万，看到这里？你发现了什么？

是不是跟石头汤的故事很像？其实不妨告诉你，很多金融，房地产大鳄，都在玩这种游戏，只是不告诉我罢了，为了节省时间，直接告诉你
.....

核心法门有两个：

- 1、看到不同事物，资源之间的流动和组合；
- 2、不求所有，但求所用；

下一章，我将与你分享一种奇特的“优惠”策略，让的客户不断回头找你购买产品，无法自拔（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案三

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

优惠的秘密

做实体生意，难免要做一些充值，促销，打折的活动，但是你也知道，传统的打折，满减，满送，满抵，都已让客户消费麻木了，对吗？

接下来，我将与你分享两个变种的打折，充值，促销的策略：

一、3元办卡，消费返现

传统办会员卡的方式，通常是一次充值多少钱，然后消费打折的模式，这种模式客户充值压力较大，并且用户不清楚下次什么时候才回来消费，所以办卡率不高，而……

有一家餐厅换了一个做法，没有损失利益的情况下，还锁定了客户的未来消费，他是怎么做的呢？

老板让服务员，在客户吃饭的时候，告诉客户只需要微信扫码，支付3元，即可成为本店的会员，获得一张会员卡，并且本次所有的消费20%会存入卡中，下次可以直接当现金消费……

你看懂了吗？其实就是变相打8折，而本次现金收入没有少，钱是下次消费才能抵扣的，但是会员会惦记着，会员卡里还有钱，下次吃饭，他会优先考虑这家店铺……

而服务员为何会拼命推卡呢？原因很简单，每办理一张，有2元提成，所以他们会拼命推广；

二、充值免费拿，现金变抵扣券

有一家全球水果，直配项目，支付 398 元，即可获得一个月 4 箱 水果，每箱内搭配当季最新鲜的水果 3 样以上，每周快递到手，非常 的方便，客户定向中产家庭……

但是一直打不开市场，因为这个团队市场拓展能力非常弱，于是 找我帮忙，我给他想了一个，不花一毛钱，就可以找到一堆精准付费 用户的方法，具体怎么做呢？

1、充值 99 元，得一箱水果（实际包邮成本 49 元），99 元仍然 可以使用；

2、 分享朋友购买，朋友得一箱，自己得一箱水果兑换卡：

不知道你看懂没有，这个策略的威力非常大，充值 99 元，可以白 得一箱 99 元的水果吃，同时 99 元可以在商城消费，果断充值了，然 后……

分享朋友购买，朋友得一箱，自己再得一箱，如果我有 10 个朋友 购买了，我就得 10 箱兑换券，多开心呀，吃不完的水果，对吗？

这个时候，自己购买，和裂变的理由都很充分了，但是这样做不 亏吗？

表面看起来，肯定是亏的，但是实际不亏，这里有一个巧妙的处 理手法，把用户 99 元的消费给抹平了，我们来算一笔账……

99 元一箱的水果，成本 49 元，那么朋友买一箱，自己得一箱， 那么就

是 2 箱，刚好 98 元，但是每个人的 99 元可以当现金使用，这样不就每个人亏了 99 元吗？如果……

裂变了 1 万人，那还得了，不要亏 99 万了吗？不错，如果不设置一个策略，那么肯定是血亏，怎么做呢？非常简单……

商城内的水果，只卖月套餐，季度套餐，和年套餐，最低 398 元起，那么 99 元等于什么也买不了，如果要消费最低月套餐，用户还要补齐 299 元，所以不亏……

这个策略非常的巧妙，首先让用户充值现金，感觉现金还在，还免费吃一箱水果，并且推荐别人购买，自己还有多一箱，何乐而不为呢？

然后再用商城的产品设计，最低消费的是 398 元，直接变相的把用户充值的 99 元，变成了抵扣券，这是一种前后分离的隐藏策略，你学会了吗？

这个部分有点难以理解，建议多算几次，下一章，我将与你分享颠覆你对手的核心策略“免费的秘密”（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘
密赚钱策略

隐藏·档案

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密
赚钱策略

免费的秘密

随着移动互联网的发展，我相信你对于免费这个概念已经不陌生了，现在中国几乎不管是虚拟的网络里面，还是实体的现实里面，大大小小的免费模式已经见惯不惯了，的确……

我认为最重要的原因是他不知道“免费策略”的核心是什么？

免费，你记住，免费不真的免费，免费，是一系列动作的开始！

如果你使用免费做为入口，而后面没有一系列的动作，那么你用免费来获取客户，那么就真的免费了……

举个例子，如果你开了一家理发店，或者你开了一家美甲店，那么这个时候你需要很多女性的客户，那么这个时候你可能会用“免费 美甲”把用户吸引进来……

那么这个时候，假如说你用这个免费美甲吸引了一百个客户进来，每个客户的成本可能你需要 15 元，那你一百个客户，你就要花掉 1500 的成本，那么
.....

如果一百个客户进来，你免费美甲完，而没有设计后续的营销动作，那这样的话你有可能真的免费了，就是亏了，所以……

这样就不行，你需要谨记的是，免费送，只是你这个营销流程的第一环，那么你的第二环是什么，第三环是什么？那么第一环、第二环、第三环之间的这个滑滑梯是怎样的？

所以，你必须从观念上理解“免费”在整个营销流程中，对你意味着什么？理解清楚以后，就是要注意第二点……

免费，不是真的免费，是看起来像免费……

免费的手法有两种……

1, 大部分人免费，小部分人付费。

大部分人免费，小部分人付费，怎么理解呢？很简单，比如说，我讲课是要收费的，对吧？但是我为什么要讲公开课呢？

是因为我们通过讲公开课，让大部分人免费享受到这个价值，然后借化成交之后，让少部分人付费，那么少部分人付费带来的经济价值是足够让我赚回我的时间和空间的成本……

那么虽然大部分人是免费的，但是小部分人的付费，就让我赚回了大部分人免费的时间成本，何乐而不为呢？

我还是拿美甲店这个案例来说，如果你算一个获客成本是15块钱，那么一百个客户就1500元，所以你可以把15元可以做出来的美甲套餐，定个价，例如：138元，然后……

做100张面值180元的“美甲储值卡”，找周边的理发店，SPA水疗馆，KTV等店铺，通过虚拟筹码，异业联盟的手法，让他们把储值卡送给他们的女

性客户，然后……

我们假定 100 个客户都拿着卡来消费了，这里没有套路，180 元，就完全可以当 180 元使用，没有任何门槛，只是……

你店铺的美甲套餐画册上，除了 138 元的美甲套餐外，剩下的有 288 的套餐，498 的套餐，888 的套餐等等，并且……

138 元的套餐只有 5 款可以选择，剩下的都是比较高级的套餐，颜色，款式，花色，工艺都不同，那么……

100 个客户，来到店里消费，有没有可能有一部分女性客户，希望做更漂亮的套餐，那么这个时候，180 元的储值卡肯定是不够消费的，所以这个时候，客户需要补差价，而如果……

我们提出一个更加诱人的方案，举例：

美女如果你今天想做 288 元的套餐，我们有一个特别活动，就是今天充值 300 元，288 元的套餐可以免费做，并且你充值的 300 元和里面有的 180 元，合计 480 元，未来还可以正常使用……

什么？这么好……

那么你试想一下，有多少人冲这个会员卡，你就可以赚回这个成本呢？

可能是 10 个人对吧？10 个人每人 300 就 3000 对吧？那么 3000 扣除那些成本之后，你可能还有 1500 赚。那么这样的话，也就是说一百个人里面只要有 10 个人，10%的人成交你的后端，你就是不亏……

那么也就是说，有 90 个人是免费享受的服务，只有 10 个人付了款，这个策略其实就是大部分人免费，少部分人付费，你通过小部分的付费来平衡大部分人免费的成本……

这个策略的秘密在于，你的转化率超过一个临界点，你是赚钱的，例如有 20 个人付费，或者 50 个人付费；

2, 每个人免费，但从每个人身上赚回来。

这个免费策略，就是看起来给每个人都免费了，但是每个人要享受免费，其实是要通过付费完成了免费，但没有关系，因为用户要的是“免费”的感觉，而不是真正的免费……

举个很简单的例子，之前我们讲了一个理发店的锁销案例，就是充值办卡，首单免费的策略，这个策略只要是你的产品有一定频次的消费，都可以使用……

比如说，那个之前我们做的理发店或者水果店都是这个策略，理发店就是说你今天消费了 68 元，对吧？

就在买单的时候告诉你，先生，今天充值 200 元，你今天的消费

就是可以免费的。

那么这样子的话，客户享受了免费理发，但是同时他是用他的“付费行为”来享受免费行为……

本质上其实你是赚回来的，对吧？因为你看起来给他免费，他感觉是省了68元，但它要付出200元的这个充值才能够获得68元的免费，当然20元未来仍然可以使用，对用户来说是值得的……

但是从性质上他享受了免费的感觉！

比如说之前的水果店也是一样，对吧？充值16元，送八个装的红富士苹果一箱，对吧？充值100元送猕猴桃一箱，充值这个500元送车厘子一箱，对吧？

他免费享受了这个苹果，猕猴桃或者车厘子的这个产品，但是它需要通过这个充值行为来获得这个免费，那么充值行为就是让你赚回来那个成本。

这个世界上没有绝对意义上的免费，都是有转换形态的，只是你的成本如何转换的更加巧妙，如何让用户感知不到，或者……

他就怎么算都认为你是亏的，那么你成功的概率就高了，免费的形式很多，但是万变不离其宗，记住两大核心：

- 1、 免费，是一系列动作的开始；
- 2、 不是真免费，是感觉像免费；

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

下一章，我将与你分享一位 90 后小伙，如何使用“故事”隐藏的秘密，成为亿万富翁的真实故事（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案五

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

故事的秘密

人之所以成为人，因为两个东西，第一个是：火，而第二个是：故事，没错，你可能难以想象，人类在远古时代，是非常可怜的，因为……

当时随便一只老鼠，都比我们人类大很多，当时的人类与其他动物一样，都是吃生的东西，有一天……

有一只猴子（人类的祖先），不小心搞出了火，把一片森林都烧完了，里面的动物也烧死了，大火熄灭之后，他们都进去找吃的，发现熟的东西吃起来更好吃，而且更容易消化，于是……

他们一片片的放火，消化时间变短了，让他们多了更多的时间可以休息，进化，思考，据说当时人分九种，我们是智人的后代，其他人都是被智人干死了……

这段你听起来，是不是特别的过瘾？因为他是一个故事，内容是我从《人类简史》中获取来的，那么为什么“故事”的威力如此之大呢？

其实你知道吗？人类与动物最大的区别，就是人类相信看不见的东西，而动物只相信眼前的东西，为什么……

，一个人，拿着一个PPT，就可以融资？PPT里讲的东西都还没有实现，没有发生，但是投资人只要愿意相信，那么就会投……

人类为什么会看小说停不下来，看电影停不下来，看电视剧停不下来？

其根本原因，就是因为人的大脑天生喜欢故事，而刚好这些内容形态都是

故事结构，所以很容易无法自拔，上瘾，其实让你停不下来的核心秘密，就是：悬念技术……

别看这个小小的技术，他创造的价值是无限的，我们通过两个例子，来感受一下！

一、优酷，爱奇艺的赚钱秘密 I

你可能不知道，最开始视频网站，只有广告一项盈利模式的时候，都是烧钱，亏本的，因为服务器，带宽成本超乎你的想象，后来怎么盈利了呢？

核心是卖会员，而导致会员量直线飙升的核心是……他们发明了 两个产品：

1、自制剧；

2、独播剧；

通常的策略是，一部新电视剧，通过大面积的广告宣传，预告宣传，告知上线时间，由于版权问题，只有在版权所有的视频网站才能看到，举例：

《琅琊榜》当年就非常火爆，你要看，就必须下载“爱奇艺 APP”，然后前 7 集免费看，第 8 集开始收费，看似很简单的互联网策略，但是人性的设计，却是惊人的……

1、悬念技术 |

电视剧的每一集结尾，都会留下一个悬念，让你不得不立刻打开 第二集，因为你知道答案就在第二集的开头，于是你一不小心又看完 了第二集，又有一个悬念，依次类推，你来到了第 7 集；

2、 广告助攻：

如果你不是会员，你每一集电视剧的开头，都会有一个广告，第 一集的时候给你看 15 秒，第二集 20 秒，第三集 25 秒，直到第 7 集， 你要看超过 60 秒的广告，你几乎快要疯了；

3、 违约成本；

当你打开第 8 集的时候，提示需要会员才能观看，25 元一个月， 请问你的选择是什么？请注意……

这个时候的你……

第一，急需想知道第 7 集的悬念答案是什么？

第二，每一集的片前广告，已经让你非常难受了：

第三，你无法忍受你投入了时间，和情感的事情最后没有结果；

于是你付了，什么是违约成本呢？就是人类无法忍受自己投入的 事情没有结果，一旦没有达到想要的结果，就会很难受，所以相比之 下 25 元，就显的非常渺小；

二、小说，小电影的隐秘市场：

这一原理，被一群捞偏门的人掌握了，他们在公众号里假设起了“微小说”系统，然后上架了一些盗版，并且带有一点点色情诱惑的小说，投放广告，买流量导入……’，

开始赚钱，据说一个月可以赚 500 多万，2018 年有一大批搞黑产的人，都通过这个赚的盆满钵满，其原理也是用到了故事，悬念的技术……

.先给你免费看个 10 几章，然后收费，收费的金额非常小，最开始 你可能充个几元，现在微信支付又方便，金额又小，对于客户来说风险太低了，所以就看了，然后……

几元看完了，平台告诉你充值更多，送的金币更多，有了第一次的小尝试，再加上进入这个故事的深度越强，更是无法自拔，如果现在选择不充值，也就意味着前面都白看了，所以继续充值……

如果你感觉，微小说一个月赚几百万对你来说是不可思议，那么 接下来我要给你揭露的更像是天方夜谭……

有一个玩技术流的学生，在深圳，他们有一个圈子，专业做“AV 小电影”的，你懂的，一个男人深夜寂寞难耐的时候……

他们最高峰的时候，圈子的交易额是 12 个亿，你没有看错，同样 也是用到了故事，悬念的技术，给你看 5 分钟，然后需要充值才能继续看，也不

多，就几元钱……

他们牛逼的是大数据分析，他们尽然都知道，一个农民工半夜的支付极限是多少，太不可思议了；

故事的威力非常的大，你可以在你的演讲中，聊天中，课程中都植入故事，通过故事抓住用户的注意力，也可以通过故事植入催眠，关于故事的秘密就分享到这里……

很多人问我，之前有用的营销方式，在今天都统统失效了，为什么？下一章，我将与你分享如何创造出源源不断的新营销策略，让你的营销永远有效，入脑路径的秘密（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案六

入脑路径的秘密

同样的营销方法技巧，2年前有用，而今天就无用了？为什么？更可悲的是_____

你明知道无效，而你却不得不一直在重复（例如：群发，刷屏），因为你没有想到更好的方式，对吗？

如果你在互联网创业的过程中，有过这样的痛苦，那么……

今天，我就教你一■招，直接从根源解决这个问题，学会之后，你就可以轻而易举的解决别人眼中的营销难题，那么……

在我具体与你解密这个方法之前，我需要先带你了解一下“大脑”的运作机制，正所谓知其然，还要知其所以然……

大脑，是我们人类处理信息的CPU（中央处理器），起初他是一片空白，所以小的时候，我们是单纯的，是无知的，但是……

随着年龄的增长，我们变的成熟，冷静，有的人甚至狡诈，为什么？我们来看一个故事……

一、大脑的设防；

我记得很清楚，2007年的时候，我放假在广州玩，晚上大概8点左右，走在天河岗顶的天桥上，有一个穿着校服的女生，蹲在那里，用粉笔写了几个字……

需要5元，坐车回学校，我一看……

挺可怜的，就很大方的给了 10 元（想想那个时候，我还是个富二代），我说：你回去吧，然后我就离开了……

大概过了 1 个多小时，回头经过那个地方的时候，我瞬间“蛋碎”了，因为……

你没有猜错，那个学生还蹲在那里……

通过这个故事，你悟到什么？我第一次看到这种形式的时候，大脑没有设防，选择相信，但是当结果反馈告知你是假的时候，你被骗的时候……

大脑就对这类信息，进行了“设防”处理，所以下一个穿着校服的女生蹲在高铁站时，你的大脑自动设防，让你不要理会……

说到设防，是因为人类生理寻求安全导致的，不然人很容易死掉，那么这个道理与营销方法无效有什么关系呢？关系重大，因为……

二、微商的下滑；

你试想一下，2019 年的微商与 2014 年做微商的，哪一群人的能力更厉害？

答案是 2019 年，因为他们在不断优化，超越，而且 2014 年做微商赚到钱的，今天仍然还在做微商，所以能力一定是比 2014 年的他更强的，没错吧？那么……

为什么更强了，生意反而难做了呢？

原因只有一个，就是“大脑设防”，2014年的时候，你只需要PS一张图片，然后发朋友圈说招代理，就有一堆人给你钱，因为……

这个时候，大脑对于“微商”这个新认知，没有任何的对比项，所以没有设防线，随着时间的推移，结果反馈出来了，结果是……

大多数人都卖不出货，也赚不到钱，然后再加上一些极端分子，用一些极端手法在做这个市场，抢钱，导致二次传播的信息面不好，进而导致……

大脑设防的基数增大，人口红利，流量红利就此消失，自然就难做了，因为扭转认知的成本太高，就好比……

你今天看了这篇文章，即使你没有被穿校服的女生骗过，但是你的大脑依然对这个现象设防了，所以大脑设防不一定要你自己亲身经历过，而是别人告知你的时候，你的大脑也会设防，这也是安利的痛苦……

三、安利的痛苦；

昨天跟一个学生语音通话，他是做安利直销的，10几年了，他说他们现在面临一个巨大的问题，就是“安利”太出名，大家都知道是直销，所以……

当他们开课，或者向身边的朋友，或者陌生人说起的时候，用户自然反弹，或者远离，也就是说这条入脑路径已经被堵死了，有没有办法解决？当然有……

我说完最后一个现象，就与你分享真正的处理方法……

四、刷屏的无效；

如果你是微信创业者，你一定面临以下几个问题：

- 1、 朋友圈文案，海报没有人看，扫码率，评论率越来越低；
- 2、 微信好友群发，好友都假装没有看见；
- 3、 微信群讲课，效果越来越差；

现在发朋友圈的技巧只会越来越好，海报只会越来越漂亮，文案 只会越来越好，但为什么效果却越来越差？

原因只有一个，就是每个人都清楚扫码，就是要推销我东西，群 发就是要推销我东西，进群听课，就是为了卖后面付费课，对吗？

没错，只要经历过一两次的人，都会进行“设防”，你试想一

下，你释放的信息，在进入对方大脑深处之前，它就遇到重重的阻 拦，那么请问……

能有用吗？效果能不差吗？当然，此刻你也不必灰心，有两个解 决方法可以帮助你突破困境……

五、入脑的路径；

解决这类问题，一共就两个方式：

- 1、攻下防城；
- 2、改变路径；

第一种方式，是大部分人在用的，就是通过策略，完成跨栏的动作，例如：微商最少开始都是草根做的，当第一层信息曝光之后，微商的产品质量受到了怀疑，这个时候……

要解决大脑对“质量可信度”的设防，解决方法是用“明星代言”，思埠集团，就是当年第一波请明星代言的微商品牌，本质上……

他还是要通过“微商”这个入脑路径进入，但是由于有设防问题，进而想到用“明星代言”的方式，跨越这个防线，然后……

再一个阶段的信息爆发了，说微商都赚不到钱，做了代理卖不出去货，这个时候“摩能国际”在明星代言的基础上，想出了“送流量，送代理”的模式，本质上……

是通过增加代理费用，拿代理的钱去全网，电视台买流量送给代理商，解决赚不到钱的心理防线，那么……

这种解决方法有没有用？有用，但是很累，成本很高，我通常喜欢第二种方式，当然这种方式也是为数不多的人知道的秘密……

今天我的解密，希望你能够反复看这篇内容3次以上，否则你睡一觉之后，

对你没有半毛钱的效果，我们继续分享……

六、特洛伊木马；

现在人口中的“木马”是指病毒的意思，而“木马”一词来起源于希腊的一个战争故事，希腊王率兵攻打“特洛伊”，10年久攻不下，最后天赋异禀的“奥德修斯”献上一计……

他让士兵全部上船，假装撤退，同时让工匠做了一个有轮子的，巨大的“中空木马”，让一队精英士兵藏于其中，然后把木马留在了城墙外的空地上……



特洛伊人以为，他们获得了胜利，毕竟10年了，以为对方撤退了，看到木马以为是战利品，推回了城内，在晚上特洛伊人开庆功宴，喝醉了，半夜之后……

木马里面的精兵，从城内打开了城门，与外面的军团里应外合，歼灭

了整个国家，你可能此刻在好奇，我为什么要跟你说这样一个故事？

其实，原因很简单……

因为这就是秘密所在，你知道吗？人脑接受信息，是有无数条路径的，有很多路径被设防，堵住了，如果你还想通过这个路径“入脑”，那你将身心疲惫……

就像希腊王的士兵一样，10年都攻不下特洛伊，所以这个时候我们需要思考……

还有哪些“路径”是对方没有设防的呢？打个比方……

我们现在看到朋友圈一段文案+一个海报，我们大脑条件反射这是广告，看文案就知道是要推销我个东西，跳过看下一条，这就是现实，但是……

人脑总归是要吸收信息的，对吗？那么哪些朋友圈内容，是你看到就认为不是广告的呢？会主动，尝试点击的呢？举例：

- 1， 微信发布 2019 年最赚钱的 10 个项目白皮书；
- 2， 张小龙年会演讲，关于微信生态内的 5 个商机；

这类信息，就好比“特洛伊木马”一样，人们大脑里对这类信息，没有防线，直接点击打开了，所以……

你思考一下，你的广告为什么一定要看起来是广告呢？为什么一定要强制从“广告，推销”这个路径进入人的大脑呢？

亲爱的朋友，你知道吗？这个道理，连生物学里的病毒都知道，病毒就是在自己外面包裹了一层蛋白质，当好的细胞跟他接触的时候，以为病毒跟自己是同类，所以融合……

然后一融合，才发现，蛋白质里面是病毒，但是为时已晚，被入侵了……

你知道保险公司是怎么应用这个原理声东击西的吗？他们通过搞插花课，亲子课，美食烹饪课的方式，联合银行，SPA美容院等机构，邀约潜在客户，然后……

销售保险，这个策略就是“改变进入的路径”，当然任何东西一旦大而积普及，后面的效果就越来越弱，在下滑的时候，其实就是你作为老板，作为营销人思考，下一个路径在哪的时候……

例如那帮做乞讨的诈骗集团，从最开始的乞讨，变成残废乞讨，校服乞讨，聋哑人爱心乞讨，红十字会乞讨，美女高铁飞机场低金额乞讨，他们这么一直变的原因……

是因为老的入脑路径没有用了，就换一个新的，理解了吗？

所以，从现在开始，抓紧时间改变你营销策略的入脑路径，一旦使用，

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

你会发现有惊人的效果；

下一章，我将与你分享一个独特的生意模型，可以轻松让你的生意倍增
10 倍到 100 倍（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案七

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

分发的秘密

有一次，我与“心然”（三里人家创始人之一）在富力盈凯 65 楼 喝咖啡，他给我分享了一个“秘密”，当时听完……

我犹如茅塞顿开，原来他之所以几个项目都能做到“亿级”是因为架构思考的维度不同，到底什么绝活让我兴奋不已呢？

在我正式解密之前，为了帮助你更好的理解和吸收，我们先来看看几个故事：



一、瓦罐靓汤；

2006 年的时候，我们家在东莞樟木头开了一家中餐厅，我的第~份暑假工，就是在餐厅里做传菜员，广东人都很喜欢喝汤，所以……

餐厅一楼门口，永远都有一个大瓦罐的缸，还有一个年轻的小伙子，起初我以为也是店里聘请的员工，后来才知道……

原来，生意还可以这么做，当时觉得很神奇，到底是怎么回事

呢？

那个小伙子+那个大缸，都不是我们餐厅的，是别人外派来的，不用发工资，汤的菜单都是他们自己带的，客人点了之后，钱统一餐厅收，每个月结算一次……

汤每卖一罐，给餐厅固定比例，你听懂了吗？原来背后是有一个做汤的餐饮公司，他们跟所有做中餐厅的合作，自带设备，派人过去给你做汤，赚了大家分……

当时一天卖几十罐汤非常容易，做汤的小伙子也是按提成结算的，这家公司像这样的小伙子听说有100多个，分布在各个城市：



二、足浴修脚师

有一次比较累，就去足浴店泡脚，顺便修脚，在这个过程中跟旁边的人聊天，你也知道我们都是喜欢聊生意，聊营销，结果……

修脚的师傅很感兴趣，说能不能教他一招，提升点收入，他在修脚这个行业干了 10 几年，教了很多徒弟，但徒弟赚钱跟他也没有什么关系……

我说非常简单，就跟他讲了上面“瓦罐靓汤”的故事，结果他秒懂，兴奋不已，从那天之后，他从每个月只赚 1 万多，变成每个月赚 10 几万，并且自己永远不用干……

每天睡醒就有钱收，而且他很愿意把绝活都教给徒弟，因为徒弟的收入都良良他有关，你知道他是怎么做的吗？

相信你已经悟到了



三、办公家具不愁卖；

一位做了 13 年办公家具的学生，前凡大兴致勃勃的找我反馈数据，说去年听完课到现在，业绩翻了 10 倍，我说你怎么做的？

以前都是等客上门，或者电话销售，打广告，但是由于现在竞争 激烈，效果都是微乎其微，在听完《营销真经》的系统课程之后，他 改变了模式……

通过这个模式，他不再等客上门，也永远不愁生产出来的家具卖 不出去了，具体怎么做呢？非常简单……

他印刷好宣传册，让销售员去找各个公寓，办公楼，创业园的老 板谈，免费根据房间大小，提供配套的办公家具，沙发等产品，这样 有个好处……

就是租客来看办公室的时候，看的不是空房子，而是有场景感 的，转化率大大提升，同时租客有可能直接就整体办公家具买下来， 一个打包价，拎包入住……

租客买了，物业有钱分，如果租客不喜欢，工厂随时安排人上门 搬走，物业，租客都不用麻烦，这是一个三赢的模式，你听懂了吗？

如果没有猜错，你已经看出了一些规律，上面三个故事，都是同 一个手法，就只是换了一个行业而已，对吗？

没错，看似简单，但其实背后有一个超强的哲学思维，就是本章 开头我要与你解密的内容：分发思维……

分发思维，也叫：借船出海，核心理念就是……不求所有，但求 所用；

四、分发核心三要素；

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

我们看一下分发思维的核心三要素是什么，如下图：



1、产品：你的核心产品，跟别人的场景是互补的，可以是实物，也可以是虚拟的（因为互联网分发很多都是内容产品）；

2、载体：瓦罐靓汤的载体是餐厅，修脚师的载体是足浴店，办公家具的载体是空的办公楼，互联网内容的载体是什么呢？想想……

3、可控：有了产品，有了载体，关乎你利润的核心，是否可控，缺一不可；

我们再来看看 2 个案例，相信看完，你就可以把“分发思维”打穿到你的大脑里……

五、医疗器械 CT 机 r

早些年，会搞医院关系的人，赚大钱了，买一台 **1000** 万的机器，投放到医院，然后坐等分成，一年赚几千万，轻轻松松，我们来看看 它是否满足核

心三要素？

1、 产品，

医院不愿意花几千万买新设备，所以会搞关系的人，有了机会，把国外先进设备进口进入，铺入医院；

2、 载体：

每个城市里的医院，都是这个产品分发的载体；

3、 可控：

完全可控，因为现在是智能科技时代，数据在机器里，跑不掉的，做了多少个人，什么项目，一个跑不掉，根据这个数据跟医院结

算提成即可；

六、版权卡通蛋糕；

我有个学生，做蛋糕的，做了5年，每年赚20多万，一直没有有什么特别大的突破，但是他学会分发思维之后，一下子就改变了赚钱模式，打破了时间和空间的限制……

你要知道一家蛋糕店，做到赚钱已经很不容易了，如果开连锁一般人干不了，并且每个店投入一下几十万就没有了，并且业绩空间是有天花板的，

那么怎么办呢？

答案是：用别人的蛋糕店，便利店帮你卖蛋糕；

你可能会说，别人自己不会做蛋糕，干嘛要卖你的？没错……

每个人的蛋糕店都可以卖自己的，但是有一种蛋糕他做不了，即使做得了，他也不敢做，那是什么呢？

就是版权蛋糕，例如：小猪佩奇，这个动画片你应该知道吧？

请问小猪佩奇做蛋糕不？不做……所以你能不能去买它的版权，只用在蛋糕上？



可以，每年给版权费即可，这样你就可以做小猪佩奇的蛋糕，各种创意款式的，分发给各个蛋糕店，卖了分润即可；

看懂了吗？那么请问……你准备如何行动呢？你还看到了哪些行业的分发机会呢？

下一章，我将与你分享一个古老的营销策略，这个策略我用过几次，非常神奇，而且操作简单（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案八

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

以旧换新的秘密

以旧换新这个词，我相信你并不陌生，已经在中国运行了很多年，我不知道是谁发明的，但是这里面的确隐藏着不为人知的赚钱秘诀.....

今天，不错，就是今天，我将为你解开这道神秘的面纱，让你体验一下毛骨悚然的感觉，呵呵！ ！先上几张图片：





以旧换新，在我们生活中有这样的一些产品，例如：电视机，电饭锅，空调，洗衣机什么的，我们今天就拿“电饭锅”来举例吧……

你知道为什么商家要以旧换新吗？你第一时间会联想到什么呢？为什么那么多人都拿去换？这背后的驱动力是什么？商家这样做的目的又是什么？难道他们傻？

这背后商家，到底隐藏了多少不为人知的秘密……

秘诀一：让你感觉占了大便宜；

如果你家附近出现了这样的摊位，当你第一眼看到“以旧换新”的时候，你的第一条件反射是什么？……是不是感觉已经占了便宜的感觉？你会觉得，哇！用旧的电饭锅来换新的电饭锅！大棒了，划算，回去把家里的电饭锅拿来换一个……

你用旧的锅去把人家新的锅换回家，谁不乐意呢？是不是有一种冲动想

换了？

你的第一个感觉已经对商家有一个比较好的印象了，感觉商家是 对你好，而不是只想赚你的钱，起码是赚的良心钱。你的感觉呢？

人总是有个梦想，如果我的东西用旧了，随时可以换一个新的继续用多好呀，呵呵！

秘诀二：让你把家里的锅拿来送给他；

其实以旧换新的目的，就是强行加速产品的死亡周期，因为现在 经济高速发展，但是有些产品本身就寿命很长，1-2 年才换一个，这样使得这些产品的厂家很蛋疼，因为东西卖不掉……

说真的，这一步很关键，如果你不是把旧锅拿来换，你还是不会 买的！为什么呢？因为旧锅还能用嘛（搞不好你的锅也没用多久，但 人都想要更新的），可是你舍不得丢到垃圾桶吧？

既然你家里有锅，你当然就不需要买新锅！既然这样，商家怎么 能卖掉新锅呢？所以商家就想到了，先把你家的旧锅想办法处理了！ 这招就太厉害了！因为把你家的旧锅送给商家，商家还能把锅卖给你！

商家就用这种以旧锅换新锅的方法！一个旧锅抵 40 元，然后你补 价格买！你不是去换新锅，其实你上当了……

秘诀三：你感觉不到是在卖，而是在换；

比如商家售价 200 元，你的旧锅可以当 40 元使用，你要花 160 元 换了一口新锅。很多人会觉得说，我用旧锅去换新锅，而不是去买。 有没有感觉销售的味道没有了。你会觉得没有这种感觉？

呵呵呵，聊到这里，你开始觉悟了吧…… “

可是，上面说的有点复杂了，我直接用一句话概括吧，这样你会 更容易理解……

相当于每件

优惠减价 40 元

以旧换新这只是表象，真正的目的就是让利 40 元，和平时的打折 没有任何的区别，只是换了一个说法……

可是，说到这里你已经明白了大部分的道理，但是还没有完，真 相是事实上商家一点都没有优惠！

你会不会觉得说不可能吧？已经优惠 40 元了呀！商家给新锅的时 候减掉 40 元了，为什么说没优惠呢？

你想想，你不是把一口旧锅送给商家了吗？商家不但把产品卖给 了你，还得到了你家的一口锅！这口锅也值钱的，你明白吗？

真实答案是商家什么都没有优惠！

呵呵呵……你是不是明白了？商家就是换了一种做法，换了一种说法，就把产品大卖了，可是你还以为自己占了便宜……

甚至有的商家玩“以旧换新”是这样干的，本来产品卖 100 元，然后把产品标价 200 元，然后你拿你自己的旧东西过来抵 100 元，然后补 100 元，把新东西换回去，其实什么优惠都没有，但是东西卖了，换的人还很高兴，呵呵！

还有一个细节，不知道你有没有注意到。商家在地上放了一大堆的旧锅，你知道这里的作用吗？这就是客户的见证！

你想想，当你走在街上看到这些堆成小山一样的旧锅，其实你已经不需要太多的思考了，很自然地就会想到：这么多人换啊，一定很划算吧！你就被自我说服了，我们已经在潜意识里被触动了……

营销要做到让客户

想都不用想就成交了！

当我掌握了“以旧换新”的秘密之后，我扩展了它的两个秘密用法，在这里也分享给你……

第一：实现促销；

第二：实现再销；

通过两个案例，给你分享这两招的具体意思……

案例一：一招以旧换新，7天处理完80万的男裤库存；

我有一个学生，手里压了2000条裤子，在广州线下课的时候，问我怎么办？我说非常简单，你回去把裤子都标价800元一条，然后店门口拉横幅，做活动……

山区捐赠日，拿任何一条旧裤子，到本店都可以直接当400元使用，你听懂了吗？

案例二：劳保鞋如何通过“以旧换新”，长期锁定客户？

阿英，是我的弟子，她在深圳销售“劳保鞋”，2016年的时候，我给她策划了淘宝的详情页，销售量大增，与此同时，还给她设计了一个“再销”策略，让客户穿坏了还找她买，具体怎么做的呢？

我们在去到工地实地考察时，发现一双劳保鞋，寿命一般在6-8个月，工人是比较追求性价比的，以前坏了，再到原来的店铺购买的几率很低，因为时间太久……

为了解决这个问题，我让她在“鞋耳”的内部打上红色的四个字“以旧换新”，这样穿鞋的工人就可以经常看见，时间一久，等真的坏时，大脑就会浮出一个信息“以旧换新”，那么……

工人就会找到“阿英”，说怎么以旧换新呀？非常简单，旧鞋抵扣30元，你听懂了吗？

这里有一个核心要领提醒你一下，一个新客户你是有获客成本的，而一个老客户，你是没有流量成本，所以他第二次找你购买，你 是可以打折的，因为你没有流量成本；

社交电商，大行其道，琳琅满目的商业模式背后，到底隐藏了哪 些秘密？（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

紧急藏·档案 九

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

分销的秘密

2019 年，社交电商大爆发，平均每天都有 3 家公司宣布他们要做 社交电商平台，那么这种分销背后到底有什么秘密呢？并且……

琳琅满目的分销机制，哪一个才是最棒的呢？这是一个值得深思 的问题，因为很多小白不知道，模式的设计，决定了项目的存亡，也 决定了哪一层人会赚钱.....

商业模式的设计，有很多种，有正规的，也有不正规的，正规的 就是没有泡沫，在百分百之内做分配，而不正规的呢？

通常会结合新热点，新概念，新趋势，然后投资回报率惊人，而 且还有泡沫，所以我不推荐你去碰，既不要设计，也不要参与这类游 戏（来自我内心的忠告）……

商业模式的设计，其实本质就是分钱游戏的设计，核心要满足人 性：

分钱艺术=即得利益和长远利益的完美平衡；

这句心法，是我做营销，商业模式 4 年来的总结，怎么去理解 呢？

即得利益，就是你的分销商，帮你推荐一个用户，或者代理进入 的时候，他能获得什么？这个很关键……

如果说，你帮我推荐客户，等这个客户后面产生消费的时候， 我再给你提成，看似合理，但其实行不通，因为……

这个客户什么时候消费，是一个未知数，如果我今天拼命给你推荐了 100 个客户，而没有及时的奖励刺激，第二天我可能就没有动力了，所以……

为什么直销要报单，社交电商加入会员都需要购买一个礼包，原因是考虑即得利益，这样的话，如果每个礼包我能分到 100 元，那么今天我推荐 10 个客户，就可以立刻拿到 1000 元的奖励，这是非常舒服的，然后……

什么是长远利益？就是这 10 个客户，未来在这个系统内的消费，都与我有关，我都有奖励可以拿，那么我当然有动力推广了，当然这样还不够……

因为，一个正常人，直接的人脉是有限的，所以很多没有新的血液，那么赚钱也是零花钱，不可能发财，所以……

这个时候，就多了一个设计，叫间接利益，A 推荐 B，B 推荐 C，C 推荐 D，而 D 消费，上面的 ABC 都有奖励，那么……

这个时候，想象空间就被无比的放大了，三级分销就诞生了，我们来通过一个具体的产品，看看如何给他设计一个三级分销的商业模式：

产品：超能面膜；

成本：5 盒包邮，25 元；

售价：99 元包邮；

怎么设计呢？非常简单，直接支付 99 元，即可获得 5 盒面膜成为会员，分享推广奖励分别是：

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

一级:30%;

二级: 12%;

三级: 8%;

这是我们比较常见的设计模式，入会+三级分销模式，当然这种常见的不是最佳的，因为模式是有 BUG 的……

BUG 一：由于越往后，分成越少，所以大部分人都会聚焦在直推，而不去扶持团队成长，所以导致很快断层；

BUG 二：三级之后发展的人，与我无关，所以自然就无法形成团队概念；

那怎么办呢？非常简单，我们改变一种分配方式即可，情况如下：

支付 99 元成为会员，可以获得 5 盒面膜，同时：

一级: 10%

二级: 10%

三级: 10%

推荐 50 位会员，升级为经理，获得团队 10%奖励；

推荐 5 位经理，升级优秀经理，获得团队 15%奖励；

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

推荐 5 位优秀经理，升级超级经理，获得团队 20%奖励；

团队奖励，是用级差的方式结算，如果不懂，可以百度科普一下，那么这样设计，就一次解决了刚刚第一种模式的 BUG, 因为……

三级，不管哪一级进入会员，产生消费，你的利益是一样的，所以人不会舍远求近，然后因为有团队奖的设计，只要升级到经理级别以上……、

三级以后的消费，你仍然有收入，那么自然你就会用心打造团队，因为一旦打造成功，你就有源源不断的被动收入，是不是很有趣

同样是 50%的分成，第一种设计，和第二种设计导致的驱动力是完全不一样的，所以说商业模式的设计过程，简直就是人性法则透视的过程……

我在《营销真经·赚钱导图》中，有分享一张图，如下：



这里还有一些秘密，你可以领悟一下，特别提醒一下，分销模式的设计，设计不好，在中国会被认为涉及传销，所以一定要小心，如果不懂，可以加我微信 676319, 让你少走弯路；

关于你的产品如何定价，你是不是一直很苦恼，并且可能是根据成本和同行的标准定价，对吗？那么现在抓紧时间翻页，我将告诉你关于“价格”真正的秘密……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱
策略

隐藏·档案十

价格的秘密

很多手头有粉丝的老板或者创业者，除了不知道如何营销，如何成交之外，最重要的一点是不知道如何定价，价格高了怕粉丝承受不了，低了干的又特别辛苦。经过我这 2 年的营销实战，我发现了 4 个 秘诀：

1、人们对价格是没有认知的，都是对比出来的；

我有一个朋友开火锅店的，他的服务员经常向他反馈说“老板，很多客人说，我们家的牛肉好贵！”，这个价格能不能再便宜一点，有一天……

他跟我聊天说起这个事情，我说这个问题其实很容易解决，你只需要重新调整下菜单就好，他说什么意思？

非常简单，你只需要在菜单加上两个产品即可，改完之后的结果是：普通肥牛 28 元，雪花肥牛 35 元，极品肥牛 40 元。自从改完菜单之后……

再也没有客人反应牛肉贵了，并且营业额有了提升，因为通常客人在点菜时，不会点最差的，所以大部分人都点了 35 元的雪花肥牛。

这个故事告诉你，人们对价格的认知不是绝对的，而是相对的。就好像你看“唐伯虎点秋香”一样，里面周星驰饰演的“唐伯虎”在街上看到“秋香”的时候，并不……

感觉特别漂亮，但是当所有的丫鬟都回头的时候，对比之下，秋香就美的不行，道理是一样的。

2、人们只会在相对的空间内对比；

价格不仅是对比出来的，并且人们通常只能在相对空间内对比。我们来看一个案例，来自于美国《经济学家》杂志的一次实验。以前

他们卖杂志都是卖两个版本，一个是实物版本，100 美元；另一个是电子版本，内容是一样的，60 美元。通常 80%的人会选择电子版本，20%的人会选择实物版本。

也就是这样的销售额为： $(80 \text{ 人} \times 60 \text{ 美元}) + (20 \text{ 人} \times 100 \text{ 美元}) = 6800$ 美元，他们的预定量遇到了瓶颈，也就是说……

如果订购人数不增加的情况下，要增加销售额只有一种选择，就是增加客单价。

后来，有位营销高手给他们出了一个主意，什么都没有改变，还是那两个同样的版本，同样的杂志内容，但是成交主张不一样，结果他们的销售额瞬间就发生了巨大的变化。为什么？

我们来看一下那位营销高手，玩了一个什么样的魔术？

方案是这样的：实物版 100 美元，电子版 60 美元，实体加电子版 105 美元。

我想问你，如果是你，你会选哪个？……显然结果证明了一切，80%的人选择了“实体加电子版”，10%的人选择了实体版，10%的人选择了电子版，就这样没有增加任何成本的情况下，销售额增长到了 10000 美元。

不难发现其实人们对价值的判断是没有绝对标准的，原本《经济学家》杂志的客户在 60 美元和 100 美元之间做选择，后来……

加入了“实体加电子版”这个选项之后，人们就在 105 美元和 160 美元之间做比较了。

就是这样，人们在有限的时间和空间里，只要展示不同等级，人就会自动的对其进行对比，然后选择看似最佳选择的那个，以免自己吃亏，所有的认知都建立在对比之上，呵呵！

题外话，后来《经济学家》杂志他们调整了策略，实体版：100 美元，电子版：60 美元，实体加电子版：100 美元。

不错，你又认为自己眼花看错了，其实是真实的，就是这样设计的，请问你会如何？……大部分人认为他们搞错了，所以疯狂的下单。

就像上面火锅店的案例，别人店的肥牛可能只要 18 元，但是他看不到，他无法进行对比，只能在现有的餐牌上进行对比。

3、你的东西值多少钱，取决于多少人在说它值多少钱；

排除对比因素以外，你的东西值多少钱，取决于有多少人说它值多少钱。社会心理学中有一个现象，就是人们更愿意相信你我之外的第三方，比如……

我自己说自己的课程值 19800 元，那肯定没有人信，但是如果有 很多行

业前辈说“智多星的课程非常实战，19800 元这个价格没得说，值！”，那么就会更多的人愿意相信值这个价。

但是这还不够，因为人们没有亲眼看到，只是听说，说服力还不够大，所以最好还发生过，就好像一个古董花瓶，它应该值多少钱其实没有绝对的定义。对于普通人来说……

它可能就是一个插花的瓶子，摔碎了也无所谓。但是如果你是一名收藏家，你就会觉得它价值巨大，具体多少钱，你也不清楚。

你也看到，大部分古董鉴赏栏目，都只会说这个市场价格值 30- 50 万不等，他们只能拿以往发生过的相同花瓶的交易来评估你的价值。但是……

如果你立刻找一个朋友，花 40 万买了你这个花瓶，那么从那一刻开始，这个花瓶就有了具体的价格，至少 40 万以上。甚至……

如果你要抬价，你可以找一个朋友花 100 万买你这个花瓶，那么从此它就值 100 万。

不错，值多少钱，完全取决于多少人在说，并且有没有发生过，只要发生过，人们就会相信。就好像如果你在淘宝上看到一把雨伞卖 3000 元，在 0 销量的时候……

你肯定不相信它值这个价钱，哪个傻逼会买。但是随着销量不断增长，

1000 笔销量的时候，你的认知就会发生改变，好像这把伞真的值这个价。

4、任何东西在没有塑造价值之前说出价格，都是愚蠢的；

这一点我深有体会，由于我是依靠“宝贝详情心理学”出名的，所以很多做淘宝的粉丝都找我做“详情页”的设计，在微信上问我多少钱？

我说 2 万一个，99.99%的人都不吭声了，都觉得异常的贵，因为市面上一个详情页的设计就几百到几千不等。

后来我发现了这个原因，之后别人问我，我就问他是卖什么产品，我能否做，因为如果我之前做过的类目，一般我们不接第二家。第二我会说我做一个详情页最少要 15 天，一个月最多只能做 2

个，所以……

就算如果你的产品能做，也要排期到下个月。第三，我只做极致转化的宝贝详情页，如果你这个产品不是要打爆款，我建议你别找我做，然后……

第四，如果确定要做了，我们会确保转化率高于行业平均的 1.5-2 倍之间，也就是说如果你现在什么都不变的情况下，如果每天可以卖 100 件，我优化之后最少可以卖 150-200 件，你可以算算是否值得。

这样经过一番塑造价值之后，2 万元就显的理所应当，因为它带来的价值回报远远超过 20 万。你可能会说我的产品价格不贵，就 99 元，不需要塑造

价值吧？

那你就大错特错了，不管什么东西，如果你直接说价格，都会有人感觉不值。所以在任何时候你都需要给你的产品塑造价值，把锚点提高，然后再对比直线下降，用户就会感觉特别的便宜。

记住，千万不要什么都不说，让你的客户自己去理解产品的价值，客户没有这个时间，也不可能理解清楚。

很多人，认为裂变是一门技术，而我认为裂变是一门哲学，快速翻页，带你一起理解什么是裂变核心？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十一

裂变的秘密

2019 年 6 月的一个晚上，我跟电商营销大神“逐鹿”聊天到晚上 1：30 分，这个过程中最少聊到了 6 个年赚几百万的商机，同时走的时候，我发现手机里多了 4 个 APP（秘密所在），到底怎么回事呢？

如今，移动互联网的发达，创业者，企业家们，都开始对“裂变”这门技术特别沉迷，因为这门技术可以在极短的时间内，让你的产品，你的企业获取大量的用户，而且“不要一分钱”，很多人说……

智多星老师，如果你是中国微信社群裂变第二，估计没有人敢认第一，对此……我不确定，虽然我曾经通过 130 个人，裂变了 100 万人在线，但是……

在我的角度看来，与其说“裂变”是一门技术，我更把它看作是一种营销的哲学，你越对它有敬畏之心，你才能让它为你所用，因为裂变用的不好，是会死人的，请看：

我们拿中国近几十年的商业来看，我们从小大脑里的生意都是什么思维？没错……

1,直营思维;

所以，我们准备创业，做生意的第一个想法就是：点对点，一手交钱一手交货的生意思维，直营的定义是，以你为中心，点对点面对每一个客户，客户与客户之间是没有关系的，并且客户也不会帮你裂

变客户（在没有机制的情况下），然而……

2,裂变思维;

这个是截然不同的思维，如果直营思维是一个品类的话，那么裂变思维就是与其在完全不同空间内的新品类，他们之间的优缺点是非常明显的，请看：

直营思维优点：

1， 利润都归自己；

2， 客户名单可控；

直营思维缺点：

1， 客户成本太高；

2， 体量有天花板；

3， 员工成本太高；

4>广告成本太高；

裂变思维优点：

1， 体量无限空间；

2， 没有广告成本；

3， 抢市场速度快；

裂变思维缺点：

几乎没有缺点，如果硬要说什么是裂变思维的缺点，就是大部分利润分掉了，但是体量足够大的时候，赚的仍然比直营的多……”

在没有互联网的时代，我们不懂裂变，好像危机感也不是很强，因为别人很难入侵你的那个一亩三分地，而如今……

完全不一样了，现在你的对手被称为“无影的对手”，以前的思维，我们总盯着同行，而现在干死你的可能是跨行过来打劫你的人，甚至打劫的不只是你，而是你的整个行业，品类，所以……

我强烈建议，作为创业者，企业家，一定要在开始的时候，就拥有“裂变思维”，否则你即使开始能够赚钱，有一亩三分地，我敢打赌，只要懂裂变思维的高手进入你的品类时，你就特别危险，那么……

我们来看一下，同一个生意，直营思维，和裂变思维的做法有什么不同？

还记得，本章开头我提到的4个APP吗？我拿其中两个来举例，请看：

第一个APP：趣专享；

做的其实就是淘宝客平台，关于淘宝客这个行业，有直营模式做的，也就是开发个APP，然后买流量，佣金自己赚，比较代表性的就是返利网，省钱快报等，而用裂变思维做的呢？

有很多，花生日记，粉象生活，这类APP主要是裂变模式，把钱都分给代理商和消费者自己，虽然每笔订单可能只赚1%，但是不需要获客成本，量

大，更符合人性；

第二个 APP：微鲤看看；

这个 APP 做的是广告生意，直营模式怎么做的呢？早期都是站长自己建站，做 SEO，搞流量，然后在自己网站挂这些联盟的悬浮，贴片广告，广告费都自己赚，流量也自己买，本质上一个差价生意，而

微鲤看看的裂变模式，是如何做的呢？其实很简单，就是把广告费分给阅读者，用户自己，自己留一点差价，然后用户推荐用户，还可以赚下级用户阅读广告的收益，结果就成了……

不用花一毛钱广告费，就来了大量的用户，而同样的产品，今日头条极速版，是怎么做的？

没错是用直营模式，那么它为什么用直营模式呢？原因很简单，他的流量获取成本足够低，因为“今日头条”里面直接诱导下载，所以全部广告费自己赚，也很爽，但是……

一定要注意，直营模式，只有一种情况下，你能够发财……

- 1， 团队管理打造能力强；
- 2， 有直接获取流量的绝活；
- 3， 流量基数可以足够大；

直营模式是 1 对 N 的生意，所以如果 N 不够大，一下就到了天花板，

而裂变模式不同，他是 1 对 $N \times N \times N$ 的模式，你听懂了 吗？

我们生活中，同一个行业，项目，有用直营赚钱的，也有用裂变 赚钱的，
举例：

1, 知识付费平台：

得到：直营模式；

樊登：裂变模式；

2, 快餐行业：

真功夫：直营模式；

肯德基：裂变模式；

如果没有听懂，也没关系，我们来看看人类的繁殖发展图谱，记 得我们
抗日战争时期都说一句话，我们中国 4 万万同胞，是多少人

呀？没错，4 亿，而今天中国 14 亿人口，所以……

你知道为什么我说“裂变”是~种哲学思维了吧？因为我们人类 的繁衍就
是一■种裂变，只要每一对夫妻结婚生孩子超过 2, 那么裂变 就是指数级的；

很多人害怕销售，害怕成交，其实是因为方法不对，快速翻页， 了解“成
交的秘密” …… “• >

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十二

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

成交的秘密

商业的核心就是“成交”，如果没有成交，价值不会被创造，也不会被流通，客户的终身价值，都是从一次简单的成交开始的……

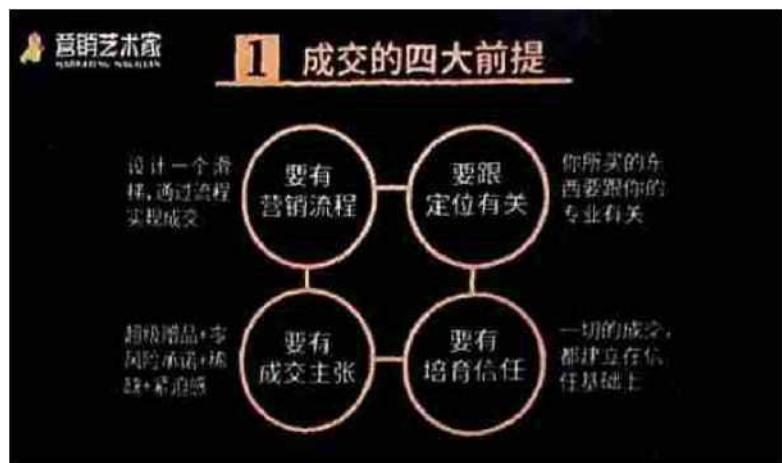
一、成交的4个前提：

不瞒你说，我发现很多“老板，或者创业者”在吸粉环节，多多少少都有自己的一些方法，有的时候可能方法很笨很单一，至少也有效果，但……

当他们准备要“成交”的时候，就不知道如何下手，或者有的知道怎么下手，一出手后发现效果极差，往往很理想的差距甚大，为什么会这样呢？

原因很简单……

都是因为大脑里没有“系统的成交框架”，不知道这背后的核心秘诀是什么？



1、要有营销流程：

首先，不管你准备卖什么产品，是实物也好，虚拟的也好，在销售之前，你必须设计好一个营销流程，否则……

你要的结果往往不可能达到。你不可能完全没有征兆的“跳出来”直接销售一个东西，你必须要有个流程。这个流程就像一个“滑滑梯”，滑滑梯的最底下是你要实现的目的，然后……

你需要把每个新粉丝都放在滑梯的顶部，然后一步步引导，让每个粉丝都轻松的从滑梯下来，最终实现“成交转化”。

就像我们的“万能公式”一样，我们最终的目的是让一个新粉丝最终成为一个铁杆粉丝，但是你不可能一个新粉丝进来之后，你就说“嘿！兄弟，做我的铁杆粉丝吧？”，我估计会被吓跑。所以……“

我们需要输出价值，建立信任，然后通过成交转化，让粉丝跟我们更加深入的接触，增加信任，一次还不够，所以•” …

我们需要多次互动转化之后，粉丝对我们的认知一步步发生变化，最后才实现了精神思想的高度共鸣，变成了铁杆粉丝。

所以在成交转化时，我们需要一个极度轻松傻瓜的营销流程，自己的操作可以麻烦一些，但是对于粉丝来说，他们永远都是•” …

不需要经过太多的思考，就可以跟着你的步伐前进即可。如果你流程太过复杂，要做的动作太多，那么在前进的过程中流失的人也会越多，那这样你的转化率就不会高。

2、要有成交主张：

我的师父告诉我，不要卖产品，而要卖“主张”。主张是什么？……之前说过，主张就是你建议粉丝在什么样的情况下加你，例如：

你今天加我微信，我送你一本“绝世秘籍”，每天只有 20 份。或者你建议在什么样的情况下成交。例如：

如果你今天购买这套魔术礼盒（59 元），我就送你白纸变钞票、火把变玫瑰、硬币消失器各一套（价值 48 元），并且如果•…”

你的孩子还是学不会，我们愿意花 60 元买回这套礼盒，并且赠品 仍然

属于你。由于礼品数量有限，每天只送出 30 名，所以如果你喜欢，请立刻行动。

这个卖魔术礼盒“主张”，在常人看来就特别傻，但是它的威力却十分惊人，这是一个真实的案例，发生在 2014 年，我给一个好朋友设计的……

这个魔术礼盒在没有优化之前，每个月只销售 30 套，在我的优化之后，每个月销售 900 套，除了产品页面的优化之外，最重要的原因就是 这个“主张”非常的吸引人。

如果你的主张没有吸引力，那你的所有的营销策略就是没用的。所以，这也是我们需要在营销策划前一定要想清楚“主张”的原因。如果……

’ ■你的主张设计完，连你自己都不会购买，那么请你不要进行任何的营销，因为没有用。

所以，在你的策划任何营销活动之前，你首先需要把主张变得非常有吸引力。好的主张会让客户粉丝都无法拒绝，只有’

提出这样的主张，在加上好的营销策略，你的成交转化才会变的容易，这是非常重要的概念，只有当你意识到主张的重要性时，你的营销水平才会有一个新的飞跃。

那么一个具有吸引力的“主张”应该怎么设计呢？一会会有一个篇幅，专门分享这个，不要急，我们继续……

3、要跟定位有关；

你在朋友，粉丝，客户心智里的标签是什么，定位是什么，那么最好你要“成交”的产品也是跟你的身份定位有关的，不然……

转化会相对困难。例如说你的定位是“微商营销大师”，结果你 对你的粉丝说，我要举办一次线下课程，分享“淘宝运营秘籍”，那 估计会非常困难，因为_____

你的粉丝从来没有发现你会做淘宝，难以置信，所以…… “

你需要成交的产品，最好跟你的定位相关，比如说你是名“股票 分析师”，成交转化“股票分析培训班”、“每周必涨股社群”、“个人股份分析 DVD”等等，会更加轻松自如一些。

4、要有培育信任；

不管你销售什么，如果一个新粉丝，新客户刚刚加你为好友，你 就向他推销兜售你的产品，那几乎很难实现，并且……

会断了自己的后路，因为如果你直接推销对方会反感，后面想继续成交，或者追销他就很困难了，这样就极大的浪费了“客户的终身价值”。

切记！在没有与客户建立信任之前，不要暴露你的销售意图，不 要提出成

交；

二、设计成交主张；

打造一个无法拒绝的成交主张，其实有 8 个步骤，但是我认为你 一下记不下来，所以我决定跟你讲一个浓缩版的，威力巨大，只有 4 个元素，请看公式：

主张=超级赠品+零风险承诺/负风险承诺+稀缺性+紧迫感

什么叫“无法拒绝”，就是说，你一旦对你的用户说出这个主 张，对方就很难抗拒，就很想立刻与你成交，为什么会这样，威力真 的有我说的那么夸张吗？

不信，我们来举几个例子：

例子 1： 一个篮球，淘宝上架第一个月就销售了 6000 个，是如何 做到的？

2015 年我给朋友卖过 2 个月的篮球，当时我在淘宝产品页面里设 计了一个主张，瞬间让转化率大大提升，如下：

今天购买 149 元的篮球，送 50G 的 NBA 实战篮球教学+打气筒+篮 球袋+气针 2 只，如果收到货后，体验不满意，我们愿意花 150 元买回 篮球，并且赠品仍然属于你，但是……

赠品有限，我们每天只能送出 50 套，所以你需要立刻行动；

看懂了吗？里面是不是有超级赠品+负风险承诺+稀缺性+紧迫感 呀？

这里需要提醒的是，你的产品质量一定要好，否则越厉害的主张 就越会害了你，但是……

如果你的产品一流（现在做生意，产品质量好不是优势，而是基础），那就大胆的承诺吧，我敢拍胸口跟你说退货率不会超过 3%；

好了，我们一起看看公式的 4 个部分如何解释, … “

第一：超级赠品

在整个主张内，超级赠品起到了至关重要的作用，它的最大目的是配合你的主打核心产品，增强客户的购买欲望，加快成交的速度。 如果

你要把超级赠品的威力发挥到最大，你就必须配合“零风险承诺”一起用，这样一来，即使客户购买之后对你的产品不满意，最终

选择退货，他仍然还是可以保留你的超级赠品。

很明显，只要他行动，哪怕最后退货了他还是有所得，不会两手空空。这样她真的没有理由不行动，不购买你的产品。

智多星老师，那么设计超级赠品有什么特别的要求吗？是不是可以随便送？

不是的，简单来说，会有四个要求；

① 赠品必须要有用有价值的产品；

如果你送的东西是无关紧要，并且没有实用价值，那么客户一样也很难行动，虽然是送的，但是一样也要是好的东西，不然等于没有送；

② 赠品必须和销售的核心产品具有相关性；

比如说你卖的是情趣内衣，你说送盒牙膏给对方，显然没有效果，因为跟人群的核心需求不相关，但是如果你送杜蕾斯，并且是珍藏版，估计用户行动的可能性极强；

③ 赠品是免费的，但你也需要塑造价值；

是的，赠品最终是要免费送给客户的，但是同样也要塑造他的价值，要明码标价，不要让用户猜它值多少钱，如果你不塑造，只是一堆赠品陈列出来，那么对于客户来说一样是一文不值；

④ 最后，你不得不考虑赠品的成本；

综合起来，赠品要有价值，要和主打产品相关，同时成本还要低，因为赠品的成本直接影响你的利润，所以最好是成本低价值大的赠品，例如：DVD光盘一套，价值88元，因为知识的价值是可以放大的，最后还要和零风险承诺配套使用，威力无穷；

第二：零风险承诺/负风险承诺；

我之前在《营销真经》的课程中说过，我们在销售产品的时候，障碍只有两个，第一个是信任问题，第二个是风险问题，即使用户已经相信你，大脑里渴望与你成交，但是依然无法做到0担心、0顾虑。

好比，你已经确定购买一辆奔驰车，但是当销售代表让你先付5万的定金时，你还是希望能不能先交1万，其实一家4S店的存在，理论上我们不应该有所担心，但是内心总有某种东西在提醒你。

其实当你的客户跟着你的脚步走了那么远了，如果在关键时刻，要成交的时候他退缩了，对于我们来说损失是巨大的，所以我们需要一个强有力的承诺，如果你购买我的产品使用后没有达到我向你保证的结果，我就把你付给我的每一分钱都退还给你。

零风险承诺，就是只要客户不喜欢，不管什么理由，我们都会把钱退还给他，那什么是负风险承诺呢？

负风险承诺，就是当客户不喜欢，我们花更多的钱买回来，例如上一篇文章里讲到的魔术道具礼盒的案例，产品价格是59元，只要用户不喜欢，我们花60元买回来。

我知道，你有一个巨大的担心，用户真的来退怎么办？

如果你的产品是个坑货，质量不好，你自己都不能100%自信，我建议你不要用，但是如果你的产品是良心的，我保证你用零风险承诺不会增加你的售后率，因为我大量测试过，几乎没有人退货。

第三：稀缺性和紧迫感：

这个是人们快速决定、快速行动的必要条件。你的主张中应该包含这两个元素，但是请记住：设计稀缺性和紧迫感必须具备可信度。

之前我有看到一个小伙伴卖电子书，他说：“我的电子书只有 100 份，要赶快买，不买就没有了”，显然你是无法相信的，因为电子书是可以无限量下载的，根本没有数量限制，难道到了第 101 份，就不能下载了？这显然无法让客户相信。

当你的主打产品无法做到稀缺性和紧迫感的时候，你可以把赠品制造稀缺性和紧迫感，例如：

你可以说“买一本电子书，我可以送你一个 2 小时的直播课程的名额，考虑到直播流畅度的问题，所以……

在线人数不能超过 500 人，所以请马上订购。”，这样一说可信度大大提高，因为人们认知里本身就有这样的因素。

好了，主张如何设计，相信你理解了吧？

当然你还需要根据自己的情况改变，实战一把，不然你永远都体会不到主张的杀伤力……

互联网世界，你的营销要能落地，都离不开文案，不管是 PPT，还是介绍页，还是视频，这些核心，都是先有文案，那么文案的秘密到底是什么呢？（请快速

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

翻页)

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十三

文案的秘密

你如果想在互联网里轻松赚钱，那么你必须拥有三样东西，否则你不可能成功：

第一：影响力；

第二：营销能力；

第三：生钱文案；

那么文案作为传播落地的“狙击枪”，应该怎么掌握呢？我个人认为，要能写出一手赚钱的《生钱文案》，就两个要领：

1、从顶层理解文案的框架思维；

2、大量看，大量抄，大量写；

今天在这本书里，我肯定无法与你分享执行的细节，但是我可以从顶层直接打开你对整个文案的框架思维，这样可以让你在下笔之前，就可以决胜于千里之外……

早在上个世纪，就有一位美国文案大师，总结了《生钱文案》的三大目的：

第一：让看见的人打开；

第二：让打开的人看完；

第三：让看完的人行动；

如何实现呢？如果你在朋友圈发布一篇文章，这个时候，请问用

户只能看到什么？

没错，是：标题，所以……

让看见的人打开，决定因素，是标题的设计，标题被称为广告的广告，如果写不好，就会直接导致文章的打开人数，那么写标题的核心是什么呢？

一个高打开率的标题，要满足的条件是 4 个：

第一：抓注意力；

第二：筛选用户；

第三：表达完整意思；

第四：促进打开原文；

这个其实之前我写的书里都有说过，《营销真经·赚钱导图》中，我也有画进去，不知道你们有没有用心看，这里我就不重复说明，但是我这里要透露一个写标题的核心秘诀，这个秘诀我从未公开分享过，今天就不隐藏了……

可以说这个秘诀是一个很难悟到和感受到的，因为……一定要大量实战才能有机会悟到，我比较荣幸，被师父点化……

这个秘诀就是：认知映射

我之前分享过认知红利，认知高地，认知更新，认知设定，认知扭转等

等，但是……

认知映射，是我第一次分享，那么如何去理解呢？

说白了，标题的目的只有一个，就是让你的目标用户打开你的文章，其他的问题交给正文，那么写标题，如何最大概率，让你的目标客户打开呢？
首先_____

我们要知道你的目标用户，最喜欢什么，对什么感兴趣，然后通过标题映射出来，举例……

做淘宝的商家，都喜欢打爆款，而打爆款真正的成功率只有 10% 不到，所以也就是说 90% 的人打爆款都是失败的，我们得到这个信息之后，我们就可以写一个标题……

《90%的商家打爆款都以失败告终，我们提供破解之道……》

认知映射，就是把对方大脑里迫切关注，想要的，直接通过标题告诉他，同时这个标题又满足标题模型的 4 个条件，能看懂吗？

这样子，我们来一个现场实战，然后再继续分享后面的内容……

例如：你想写一篇，说明孩子教育重要性的文章，标题可以这样取：

《科学家发现：孩子 3 岁前的阅读量，决定了他们的智商高度》

例如：你是卖一门关于创业课程的，标题可以这样取：

《为什么你学了 10 几种课还未成功？因为你还缺这一门……》

例如：你是做大龄女性恋爱课的，标题可以这样取：

《非诚勿扰统计：优质暖男牵手成功的对象都是在 27-35 岁的女生，答案竟然是……》

例如：你是开私房菜的，想通过消费者众筹模式回笼资金，标题可以这样取：

《消费满 1 万，成为 xxx 私房菜馆股东，年年分红，3 年后还一次性退还 1 万》

撰写标题的核心是找到合适的“角度”，然后根据上面提到的 4 个秘诀，映射到客户的脑子里，我手里有 100 个被点爆了的标题模板，如果需要，可以加我微信 676319 领取，每个标题举一反三三个，一个月后，你就是标题高手了……

标题是让用户打开你的文章，而用户是否看完，看完是否行动，都是由正文决定的，那么……

正文如何写，才能让用户看完呢？很多人都会说，文案太长没有人看，或者说别人不会看完，对吗？其实……

并不是，用户看不看完，取决于你如何写，小说一般都有几百

章，不一样很多人熬夜看吗？那么如何写，才能让用户一眼看完呢？这里要

给你分享一个公式，销售信的五步方程式：AITDA 第一步：抓注意力；

第二步：激发兴趣；

第三步：建立信任；

第四步：勾起欲望；

第五步：促进行动；

正文的一开头，你就要快速的抓住用户的注意力，然后不断延续他的注意力到最后，这个过程中，你需要通过“文字按钮”的设计，完成五步方程的内容……

由于本书篇幅的关系，我无法具体给你拆解“五步方程式”的细节，因为光这个内容就可以单独写一本书，那么如何延续用户的注意力呢？

这个可以分享 3 个秘诀：

第一：故事；

通过故事的开头，导入，更容易抓住用户的注意力，而且只要故事没有结束，用户的注意力就不会丢失，非常神奇；

第二：转接；

每一段文案的结尾，一定要对下一段有转接的作用，例如可以用 疑问句，反问句结尾，或者用因为，而且，然后，原因很简单，就 是，所以，难道等等转接词，再配合“省略号（……）”，来实现注 意力的延续，就好比……

我在这本书里的写作，都是用这一原理，你悟到了吗？

第三：框架；

这个技巧非常有趣，他是符合人脑的逻辑线的，例如：接下来我 会与你分享 3 个步骤，让你理解成功的三大秘密，这样的话……

人的大脑在 3 个步骤没有说明结束之前，他是不会离开的，所以 你听懂吗？

很多人做生意，总是希望一步拿到结果，单刀直入，但是往往这 样，结果还达不到，怎么办？（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十 U 流程的秘密 !

古人云：不要想一步登天，一口吃不成胖子，对吗？没错，但是这句话同时又暗示了一个巨大的秘密，就是●■●●●

多步可以登天，多口可以吃成胖子，所以……

做营销，不要再用传统的单刀直入了，在如今信息，物质泛滥的世界，用销售思维卖产品，做项目，已经没有什么机会留给你了，那么

我们一起来通过一个案例，来体验一下流程的威力……

在 2015 年的 6 月份，当时我还在做电商，同时也做一些课程分享，由于太忙没有办法举办线下的内训，但是……

又有很多电商商家对未来一片迷茫，不知道如何突破打爆款的瓶颈（因为每年 3 月淘宝都会大屠杀，所以几乎是一片狼藉），刚好我有一套系统的解决方案，所以……

我决定用《营销真经·赚钱导图》中的“三步连环成交法”的流程，来卖我的产品（一段 2 小时的视频教学）…… “

这套“三步连环成交法”的神奇之处就是自动化，你只需要打出一枪，后面 2 枪都是自动的，然后就有钱进账了。听起来不可思议，但的确千真万确，一起来看看具体的实施步骤：

首先要准备 3 样东西，这三样东西分别是病毒子弹、解决信任的载体、

最终要卖的产品，不管这三样东西用什么样的形式存在不重要，重要的是它的属性要满足这 3 个功能……

我分别对应准备的是：一篇病毒文章（抓潜用）、一段 30 分钟的解说视频（中间件，推进信任的载体）、一段 2 小时的打爆款教学（最后付费产品），模



型图如下：

三步成交模型

① 一篇病毒文章：这篇文章是一个鱼饵，淘宝卖家都极度感兴趣的内容，并且是用“病毒文章模型”组装的深水炸弹，一旦发布出去，就会形成疯狂的转发，自动散播，带来新粉丝。因为这篇文章只是讲到了顶层的想

通过一筒扁*	给 M 准用	在中回件中，留
X8, 裂賣我	户，一个电	下成交主张，早
UHX 用户，	子书。PPT,	户的买的产品

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

法，和为什么没有排名的原因，并没有给出具体的 方案。

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

最新发布：终于破壁为何刷 1-2 周排名 不见的 I 问题，点击进入！

2015 年 06 月 10 日



暴力破解

冲 5"土" "典

降权秘密

我解的方法，其实非常简单，例如你要刷廓今关曜词，那么就将这个美键词输入到“潏 m 旨纹’，然后获取对应标签人肆；



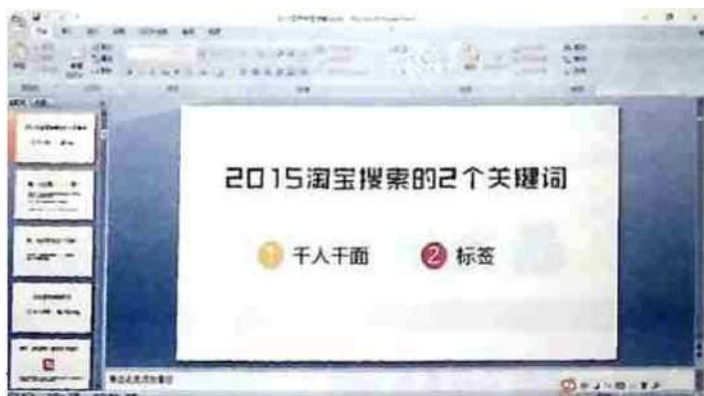
/ 由

【扫描此二维码，获取原文】

但是我有具体的方案，我把它录制成了一段 30 分钟的解说视频，如果需要，就要转发文章，然后加我为好友，就可以获得这段视频。

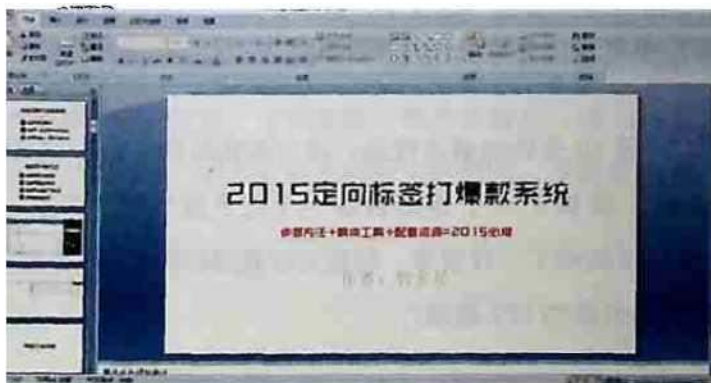
特别说明：什么是“病毒文章模型”，你手头的《营销真经·赚钱导图》中有，一会你可以打开看看；

② 一段 30 分钟的解说视频：这个视频的目的在于提升粉丝与我之间的信任，我做了一个详细讲解“千人千面”与“标签”概念的 PPT，然后录制成了一段视频，转发文章截图给我的人，我就发给他。下图是我当时做的 PPT 截图：



这段视频很耐心，细心的讲解了背后的原理，和怎么组建自己的资源库的方法，但是你要知道初期自己组建一个资源库是很累的，很多人希望用别人组建好的，并且希望知道具体的打爆款步马聚。所以我准备了一段2小时的教学视频，需要990元，内容是具体的步骤和提供打爆款配套的资源。在PPT最后直接有付款二维码。

③ 一段2小时的打爆款教学；这个教学就是最终销售990元的产品，只要看完30分钟解说视频的，付款截图给我的，我就会发送这套教学视频给他。下图就是这个视频的PPT截图：



这套秘诀的命门是你的第一篇文章，如果不能形成高度传播和感染，那你就没有多少流量，没有流量，你后面一步步过滤下来的基数就少了，成交率就会少。好处是你只要做好第一步，后面两步都是自动的，就是别人提供截图证明给你，你就把准备好的视频链接发给他即可。

看到这里，相信你对“三步连环成交法”有了更清晰的认知，以上内容其实在《自明星营销方程式》一书里我有写，但是我并没有更深层次的解剖这个模型背后所隐藏的3个惊人的秘诀，那么“....

现在麻烦你打起12分的精神，来感受这套流程背后的3个人性秘诀：

1、大脑的自我愈合机制；

三步连环，你知道“连环”的重点是什么吗？是什么让读者一步步跟随，一直走到第三步呢？

三步连环成交法，是一种将销售意图隐藏在最后一步的营销策略，那么

如果你不能让读者一步步走到第三步，那么也就意味着营销 的失败，对吗？
不错……“就是这样，那么世界上哪一种方式是达到这 种效果的最佳策略呢？

答案是：悬念，电视剧经常会用的手法；

现在人为什么会追剧，其实很简单，就是因为电视剧的每一集的 最后，
都会留下一个悬念，那么悬念为什么威力如此之大，其实来源 于大脑链路的一
种“大脑的自我愈合机制”，悬念好像……

一把刀，在我们的大脑上切开了一个口子，如果这个口子不被缝 合起来，
我们就会非常的难受，所以为什么我们无法忍受别人说话说 一半呢？原因
就在这里，大脑只有找到答案之后，才会舒服，所 以……

导演就用了这个手法控制了我们的行为，第一集最后悬念的答 案，就
在第二集的开头，所以我们会立刻打开第二集看，找到答 案，但是我们并
不会找到第一集的答案就关闭电视机，而是导演用了 巧妙的手法延续了我们
的注意力，直到第二集结束的时候，导演再次 留下另一个悬念，所以……

，

你理解了吗？导演用了劈开口子，缝合，再劈开，再缝合的循环 模式，
让我们看完了整个电视剧。那么你可能会问，这跟我们的“三 步连环成交法”
有什么关系？

关系重大，因为……

我的三步连环成交法，其实每一步就是一集电视剧，然后每一步 最后都

留下了悬念，每一个悬念，都必须对方做出行动，获取下一步 才能找到答案，人才会舒服，我就是用这样的手法保证了用户会走到 第三步。

2、信任的巧妙递进；

当然如果只是用了悬念的手法，让用户走完第三步，而信任没 有叠加递进，那么到最后一步成交也是不容易的，所以我们必须要让 用户大脑的情感发生推进效果，我们来看看这三步中，用户的情感是 如何递进的：

① 我们发布了一篇文章，这个文章本身就是干货，但是又不足以 完全解决问题，如果用户需要解决完整的问题，就必须要有行动，转发 朋友圈加我为好友，可以获得一个免费的教学视频。

这一步的目的其实是为了建立与陌生用户的信任好感度，你提供 了干货没有要钱，并且对方只需要再做一个简单的动作，还可以免费 获取一段教学视频，何乐而不为呢？

② 用户行动了第一步，获得了一份教学视频，视频跟文章不同， 用户可以活生生的感受到我的存在，我声音的感觉，人的温度，实操 的过程，这些信息传递到用户大脑里的同时，可以让用户更信任我， 并且……

这段视频是免费的，提供了巨大的价值，悟性高的已经可以解决 问题了，悟性低的也知道这套方法可行，只是自己行动起来可能没有 那么理想，所以如果需要傻瓜式解决，就可以购买最后 990 元的教学 视频产品，因为……

不是强迫消费，而是巧妙的塑造了蓝图，和人们喜欢吃现成的痛点，所以达到了非常好的成交效果，我记得当时索取“中间件”视频的有 800 人，其中 150 人购买了最后的付费视频。

3、违约成本的不断增加；

最后这套模型背后的背后，还隐藏了一个惊人的秘诀，那就是“违约成本”，那么什么是违约成本呢？……请允许我用一个例子科普一下：

有一天一对结婚 1 年的夫妻，因为性格不和，男的向女方提出了离婚，男方非常坚决，请问这个时候如何逆转他的想法呢？当然我知道方法肯定很多，但是其中最简单的就是对这个男生说一句话，那就是……

你老婆怀了你的孩子，刚刚照完 B 超已经有 2 个月了

不错，有了孩子，违约成本就更高了’所以你懂的……

好了，那么违约成本又分哪几种呢？我研究发现一共有 3 种：

第 1 种：时间；

第二种：金钱；

第三种：情感；

你现在知道我想说什么了吗？当用户走过第一步，然后又走第二步，他就已经投入了时间和情感，并且如果他不走完最后一步，那么也就意味着他前面两步都白走了，再加上答案不完整的因素，所以导致用户成交的可能性

更大。

其实这招是我只会传授给“嫡传弟子”的秘术，他有超乎你想象的威力，我最后在这里送你一句话：通过违约成本的控制，我们可以控制人们的行为。

如果你悟道了这句话背后的秘密，你可以加我微信 676319, 我送你一个秘密电子书；

下一章，我将与你分享如何让你的产品卖出高价，同时让用户做出你想要行为的秘诀（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十五

认知的秘密

我问你一个问题？为什么一瓶普通矿泉水，在超市卖你 10 元，你会跳起来，而在酒店里你却坦然的接受了，并且毫不犹豫的随手一拿，拧开盖子就喝了下去？

答案是：人脑的认知不同，很多人经常问我……

到底什么是营销，营销是一个什么样的过程？

其实答案非常简单，营销就是通过改变背景环境，进而改变人们的认知，然后进而改变人们的行为的一个过程，怎么理解呢？

我来与你分享一个简单的故事，通过这个故事让你感受一下，营销的过程是如何发生的……

其实我们做营销最重要的是通过一系列的流程释放不同的信息，然后让人们做出一个行动，这个行动就是购买你的产品或者是做出一个行为

那么这个“行为”是你需要的，不管是转发还是让他加你微信还是，你让他付钱给你总而言之，你最后要让他付出一个行动……

那么我们来看一下，在美国有个心理学家他们做过一个实验，这个实验是这样的……

1,科学的心理实验;

美国有一个超市，这个超市有大门，当然也有侧门，这个侧门是 在一个巷子里面，这个巷子的底部就是侧门……

然后本地人比较熟悉，所以他们喜欢骑着自行车，然后停在两边 的巷子里面，然后他们走进这个侧门，然后进去买东西……

那么这个心理学家，做了一个实验，就是当人们把自行车停在这 个巷子里面，走进超市之后他们就偷偷的把那些广告，广告条去贴在 他们的这个自行车的把手上……

然后当人们从门里走出来，要骑自行车回家的时候发现，这个把 手上有广告，对不对，有广告条……

所以，心理学家需要测试的是，看有多少人会撕下这个广告丢在 地上，有多少人会撕下这个广告把这个广告带回家，丢到垃圾桶……

结果发现，当这个巷子两边的墙上是干净的时候，那么里面有百 分之七八十的人都会把这个纸条这个广告条带回家丢到垃圾桶里 面……

但是，当另一组计划实施的时候，这个数据就发生了逆转……

同样的方法就是在两边墙上喷上涂鸦，喷涂鸦是一种个性张扬的 行为，喷上涂鸦之后……

我们会发现一个绝妙的现象，就是从超市走出来的人，然后把自 行车上面东西撕下来丢到地上的概率大大的增加了，那么是为什么 呢……

其实很简单，他这个过程是怎么发生的，两面墙就是背景环境，当背景环境被改变，被喷上这个涂鸦之后，人们的认知里面，认为涂鸦跟垃圾跟脏的东西会有关联……

然后，他们的认知就发生了变化，他们认为，涂鸦跟脏的东西有联系，所以他认为这个地方是脏的地方，所以他认为丢下一个广告条没有什么……

进而他的行为就发生了改变，所以两边的墙就是背景环境，背景环境影响了他的认知，他的认知又改变了他的行为……

这就是一次营销过程，营销的过程就是这么发生的，那么也就是说，如果我们能够设定营销的背景环境，进而就可以改变人们的认知，进而可以改变他们的行为，对吗？

其实非常非常简单，不管在销售的过程中还是营销的过程中，我们都可以用这个策略，那我来讲几个故事啊，你们听一下……

2, 1000 7U——本书被疯抢一空；

如果你追踪我比较久，你可能知道我有一本书叫《套路之王》，

这本《套路之王》是卖一千块钱一本，对吗？

所以，有一些粉丝，他知道了这本书，然后，在微信上找我聊，说那个智多星老师，我想买《套路之王》……

他问多少钱一本，我说一千块钱，然后他说，哎呀太贵了，这个时候他为什么会觉得贵呢？

因为，这个《套路之王》是一本书，那么人自然会把这个书跟其他书进行对比，你要知道马云的书也才卖 59 块钱，我的书卖 1000 块 显然是很离谱的一个价格……

然后，这个时候他的认知关联里面，是对传统书的一个认知，你卖 1000 块钱肯定是贵的，你做为一个营销人，你要怎么办，你要重新去设定他的认知
.....

那么，如何设定呢，非常简单，你说，嘿，那个这个书，如果你把他当成一本书来看一千块钱肯定是贵的……

.但是，如果你知道这本书里面的课程，这书里面的内容我在线下讲课，至少收五千块钱，这个时候你就会觉得它非常的便宜，对吗？

但是如果你更加知道这本书帮助我赚了五百万的话，那么你就知道这本书的价值远远不止一千块钱……

我通过这样设定之后，他就觉得这一千块钱非常的便宜（1000 本，每本 1000 元不到一个月就被疯抢~空）.....

这就是一个简单的设定过程，那我们再来看一个红枣的故事……

3、红枣的故事，一包红枣卖 1000 元；

我记得有一次我去朋友的公司，我带了一包红枣给他，然后我说 这包红枣非常好吃，非常贵，我送给你，然后他说一包红枣能有多 贵……

那我说你知道吗？这包红枣是有机的，然后他说那个那可能会贵 一点，然后我说你知道吗，这包红枣不仅有机，他还是来自于马来西 亚的一座山上，然后他说那可能会更贵……

然后，我说你知道吗？这包红枣不仅来自于马来西亚的山上并且
……
他每年只产 1000 包，他说那可以更贵……

你知道吗？这 1000 包有 800 包是给马来西亚的特首吃的，所以只 有 200 包流传出来，这个时候他就会觉得这包红枣会值 1000 块钱……

那这就是通过不断的释放信息去改变他的认知，然后他对这个红 枣的认知就发生了改变，其实红枣本身没有变化，只是，故事发生了 变化……

4、如何把螃蟹大卖？

那么，我再继续讲一个卖螃蟹的故事，前些天在朋友圈卖了个螃 蟹，卖螃蟹，你看•啊，我的第一种卖法是如何卖的呢？

我第一种卖法是，买螃蟹，这个螃蟹 239 元，你只要买这一套八 只装的

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

螃蟹，那么，我就送你一本电子书《任何时候都可以赚钱的秘籍》并且我再送你一堂独特的课程……

这个时候就有 50 多个人买单了，这 50 个人多吗，完全不多，你记住用户得到了什么，用户得到了 8 只装的螃蟹，一本电子书，还有 ■一堂独特的课程……

但是如果我们换一种卖法，这个螃蟹就会大卖，为什么呢？

非常非常的简单，我们在改变一种策略就是卖课程送螃蟹，那我 说，我发明了~个课程，这个课程叫任何时间都可以赚钱的秘密，或 者说取个其他的名字……

然后我说这个课程，定价两百三十九元，那如果你今天购买这个 课程，我会送你一本电子书先让你体验这个课程……

这个策略的绝妙之处，并且我还会送你八只装的阳澄湖大闸蟹， 那你试想一下，买的人会不会更多呢？

那其实买的人得到的就是八只装的螃蟹加课程，加一本电子书， 但是正向卖和反向卖它在人的认知中是完全完全不同的……

我给你第一种卖法，买螃蟹送课程，买的人非常少，第二种卖 法，买课程送螃蟹就一堆人买，你理解吗？

这就是通过巧妙的认知设定改变人们的这个行为，这是非常非常 非常神奇的……

很多年以前，卖保险是会被人骂的，因为你让他买保险，就等于 诅咒他发生意外，所以直接被人拒绝，也就是说••• “

如果我们没有确定用户大脑里的认知是否跟我们的认知一致前， 你向他做任何营销活动，都是风险巨大的，那么如何做才能更加容易 成功呢？

前提一定是搞定用户的认知，在这里我给你分享，认知编程的两个核心技术：

- 1、 认知改写；
- 2、 认知设定；

认知改写技术，一般是在营销的路径中，有出现认知偏差时，你 需要用到的，而认知设定是你在启动一场营销活动之前，就需要用到的，那么具体怎么理解呢？

举例 1:神父的故事；

有一个信徒，问神父，我能不能在祷告的时候抽烟，神父说’‘不 行”，后来这个信徒换了一个办法问神父，说”我能不能在抽烟的时 候祷告”，神父想了想说 “可以”。

不知道你通过这个故事明白了什么道理，同样一件事情，描述方 式不同，获得的结果完全不同，那么在营销中如何用到呢？举例：

一个餐厅的商家，做活动，充值 1000 元送 300 元，效果平平，但 是换

了一个方式，充值率就很高，当客户买单的时候，告诉客户今天消费的300元可以免费，客户会说怎么免费？

其实非常简单，只需要充值一张1000元的充值卡，今天的300元就可以免单，同时1000元下次仍然可以使用，请问这个时候你会如何？

商家付出了同样的成本，但说法不一样，结果就大不一样了；

举例2：包裹加粉玩法：

前几天两位美女弟子来找我，分别是艺涵和阿英，她们都是营销艺术家元老级弟子了，这次来找我，第一是因为太久没有见我，来看看我这个老人家，第二是因为她们面临了一些困惑，不知道如何推进，所以……

一起来我公司坐了几个小时，她们一起做了两家天猫店，每天能发1000单，希望能够把这些宝妈用户弄到微信上，做后端价值，但是具体如何做，心里有头绪，但理不清步骤，通常这样的情况下，人会很难受，经过几分钟的沟通后，我给他拆分为5步：

- 1、转粉：把淘宝用户转移到个人微信；
- 2、初感：设计一个流程，建立好初次见面的感觉；
- 3、催眠：通过朋友圈不断的输出与人设有关的内容，持续影响催眠用户；
- 4、缩距：通过巧妙的互动技巧，快速缩短与用户之间的心理距离；
- 5、卖货：时机成熟，设计流程，切入卖货；

这五步都是环环相扣的，当然今天我们不是来探讨如何做好自明星，而

是分享关于认知的设定，可以看出她们要实现最终的卖货目标，前提是先把淘宝用户转移到微信，对吗？不错……

她们第一步就遇到了困难，她们的做法跟普通商家没有什么区别，就是在包裹里放了一张 5 星好评返现卡，效果很一般，而我给的建议是这样的，每个包裹里放 3 张刮刮卡，一张刮开是“谢谢参与”，一张刮开是“2 元”，一张刮开是“3 元”，扫描加微信，一秒领红包，这个时候

你猜会如何？这样的做法与之前 5 星好评的返现成本是一样的，

但是结果却会大大不一样，为什么呢？因为……

5 星好评返现卡，每天都见到大量，而且你有一个认知就是人人 都有的，商家发货标配，对吗？而给 3 张刮刮卡，用户会如何感受呢？

人类天生看到奖就会去刮，而为什么不是放一张呢？因为一张用户会感觉一刮就中，摆明就是标配，但是如果是 3 张，并且有一张刮开的确是“谢谢参与”，那么用户感觉真实性就会强很多，当然这里最重要的不是给用户多少钱，而是用户会行动加你的微信，我之前

看过一些商家包裹里放的是 20 元的好评返现卡，用户都无动于衷，为什么会这样？其实用户更珍惜自己中的感觉，例如你花 2 元买了一个双色球彩票，但开奖你发现中了 5 元，你依然会去兑换，因为你的认知里，这是你中的，我必须拿到，所以我们通过改变载体的呈现方式，改变了人类对这个东西的认知，认知改变，行为就会跟着改变；

通过上面两个案例，你应该大概理解了不同的认知，给人类产生的影响是不同的，不同的认知产生不同的行为，那么认知的设定，改写有没有一些规律呢？

当然是有的，由于本书篇幅的关系，我在这里与你分享认知的三个规律，如下：

第一：认知有顺序；

之前网络上一直流传的一个段子，说一个大学生，每天晚上去 KTV 上班，非常堕落，但是说到一个在 KTV 上班的小姐，白天还攻读大学学历，人们都感觉很励志，为什么呢？

如果你公司有几个业务员，你用以下两种方法激励，你认为哪个效果更有动力：

1、这款软件系统，每套 3000 元，卖一套提成 1000 元，加油；

2、这款软件系统，每套 3000 元，这里有 1 万元，我锁在你抽屉里，每卖一套提成 1000 元，卖出 10 套，这抽屉里的 1 万元就是你的了；

你认为哪种表述，对业务员的驱动力更大？当然是第二种方式，第一种方式业务员会这样思考，卖一套提成 1000 元，我努力卖，但是卖不出去，我也没有什么损失，而第二种方式，是先给每个人 1 万元，每卖一套自己从里面拿走 1000 元，如果这个月他只卖了 5 套，他们认为他会损失 5000 元，所以他会更加卖力；

第二：认知有定式；

对于人类来说，最可怕的是定式，也就是固有的习惯，认知，作为营销人一定要学会跳出世界看世界，否则很难做出有效的营销，举

例：

.现在你打开朋友圈，看到一段文字，配合一张带二维码的海报发出来，请问你的认知是什么？

广告，宣传信息，报名链接？一堆固有的定式反射出来，大部分时候现在这样的内容，会潜意识自己过滤跳过了，也就是说，你的广告会变的无效，怎么办？

这个时候，你要问自己，人类会看到一些类型的内容，条件反射的认为那就是广告，但同时人类也会看到一些类型的内容，条件反射的毫无防备的直接打开，对吗？

不错，定式是无处不在的，那么我能否把自己要推广的内容，伪装成用户毫无防备的形态呢？当然可以……

你会发现人们对“白皮书”，“报告”类内容没有防备，例如：2018年腾讯发布关于00后网络行为白皮书，很多人看到就直接点开了，对吗？

不错，那么我们再来看一个例子，如果今天让你花300元去买一台自行车，我敢打赌你会想很久，买什么款式，买了之后放哪里等等问题会让你思考许久，但是如果让你支付300元保证金，租一台自行车，你的行动速度会快10倍以上，不错……

这就是共享单车的成交主张，有的人说，这能一样吗？一个是买车，一是租车，但其实是一样的，同样都是 300 元的支付行为，但是人类会认为不同，不同在哪里呢？

行为是相同的，都是掏 300 元出去，不同在于人类大脑的认知，买东西叫消费，钱出去回不来，而“保证金”对人类的认知是什么呢？可以拿回来的钱叫“保证金”，有种莫名的安全感，很神奇吧？

最开始我跟冏冏说明这个道理时，他不理解，说不一样，现在他非常确信是一样了，因为他支付的多个保证金，~毛都拿不回来了，哈哈！！

只要保证金最终我们可以让他变成消费，那么本质就是一样，但是用户行动的速度加大了 10 倍，这对于营销人来说太棒了，例如：

在 2015 年的时候，我做过 2 次营销活动，销售 1000 元的课程，第一次 1000 人在线，我说希望跟我系统学习的同学，支付 1000 元，报名即可，我成交了 50 人，而第二次……

同样是 1000 人在线，我说希望跟我系统学习的同学，今天只需要支付 1000 元的保证金，然后我邀请你进我的群学习 48 小时，如果你学完 48 小时后感觉我是吹牛的，你说一声，我立刻退还你 1000 元保证金，如果 48 小时后你感觉不错，那么保证金就转为课程费，你猜发生了什么？

这次报名的人超过 150 人，看见没有，这就是应用人类大脑里固有的定式，然后用到营销中发生的巨大威力：

第三：认知爱新鲜；

人的大脑很奇怪，总是对新鲜的认知充满好奇，人类喜欢把同样的信息，同样的东西装在一个区域，大脑就是这样工作的，很多人不清楚，为什么我每次的课程，计划，都会取一个新的名字，其实……

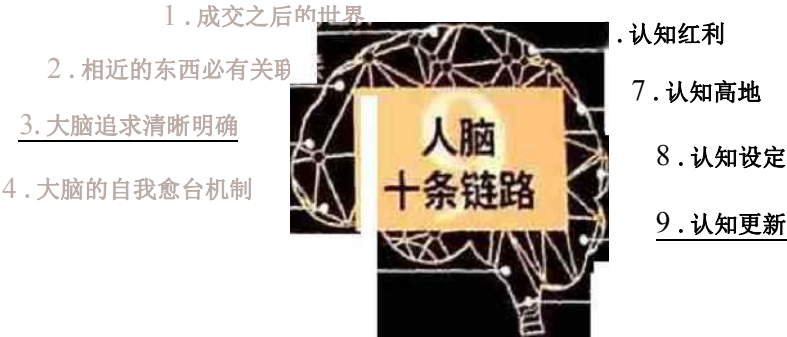
是因为，我不想别人用他大脑里固有的认知来界定我，那样我就没有了任何市场和特色，如果别人讲微信营销，我也是微信营销，那么我就会被归类到他们一起，举例：

2016 年，我做了 5 期淘宝客培训，但是我的课程名字并不像同行一样叫“某某淘宝客总裁班”，而是叫《微信粉丝掘金计划》，这样……

用户大脑需要开辟一块新的区域来存放我，因为这是全新的东西，大脑里没有哪个类别可以存放它，所以大脑莫名的喜欢，并且被记住，大脑永远对第一和唯一的东西纪录的非常清晰，所以……

你一定要记住，你的营销计划，从名字开始，就要让用户拥有一个全新的认知，这样更容易引起人们的注意……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略
关于人脑认知秘密，在《营销真经, 赚钱导图》内，有具体的分



享，如下图：

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

如果你想掌握图中的所有秘密，欢迎参加《营销真经》的系统学习；

下一章，我将与你分享获取用户的 3 种有效方式，引流的秘密（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十六

引流的秘密

做任何生意，第一个要面临的问题，就是客户的问题，虽然这个问题是营销中最容易的问题，但是对于大部分创业者，和企业家来说，非常痛苦，那么……

今天我就用最简短的表达方式，给你解密三个引流的秘密：

一、反向捕获；

流量是天然存在的，你的客户一定存在在这个世间上，只是你无法知道茫茫人海中谁是你的客户，所以电话销售诞生了，通过……

每天拨打几百个电话，来碰可能对你产品感兴趣的人，天呐……这是多么笨拙的方式……

那么什么是“反向捕获”呢？

就是一套直接从茫茫大海中，把你的客户直接过滤出来的一门技术，举例：如果你需要宝妈粉丝，怎么弄？

非常简单，直接开个淘宝店，不赚钱销售“儿童口水巾”，这个东西生产成本低，需求量大，一个孩子最少都要 10-20 条，因为你要的是粉丝，所以……

你不赚钱卖，肯定比别人要利润卖，更好卖，那么来买的人，都是什么人？

答案是：宝妈，那么……

如果你是卖“益生碱”的呢？科普一下，这是一款吃了可以让身体变成碱性的产品，主要客户对象，是那些想生男孩的家庭，但是……

你怎么知道，谁想生男孩呢？你当然不知道，但是“百度”知道，怎么说呢？

因为想生男孩的人，都会去“百度”搜索关键词：生男孩的秘诀，什么姿势更容易生男孩等等……

所以百度肯定知道谁想生了，这个时候，你只需要开通百度竞价，然后对搜索这些关键词的人定向出价，那么当用户搜索这类关键词的时候，你的宣传页就有可能出现在他们的面前……

这种获取流量的方式，就是“反向捕获”了，你听懂了吗？

二、借船出海：

其实大多时候，你要的客户，都已经在别人那里了，你不需要辛辛苦苦的去寻找，而是直接拿来用即可，我们来看一个故事……

一个卖鸭脖子的小伙子，如何通过巧妙的鱼塘合作策略，每个月多赚10万现金？

2016年10月，我在广州办了一个1400 A的大会，大会结束的晚上，我们给VIP学员留了一个诊断时间，其中有一个同学，向我提出了一个问题……

他是卖鸭脖的，不知道如何销售，在我了解一番情况之后，我给他出了一个策略，他欣喜若狂，3个月后，他告诉我现在每个月可以多赚10万元现金，到底是……

什么样的策略，可以让他在不花一毛钱广告费的情况下，实现利润倍增呢？其实很简单……

他原本打算自己开店，我说千万别开，亏本的可能性是99.99%，他说“那怎么卖？”

我说店别人都给你开好了，你只需要拿来用即可，什么意思呢？借船出海……

我说你去找当地开餐厅的老板谈，跟他说“我给你免费提供一个员工给你干活，并且你每桌客人吃饭前的餐前小吃，我也提供，有没有兴趣聊一下？”

’请问，如果你是老板，要不要听一下？

老板肯定很好奇，你这是怎么做到的，说来听一下……

每桌客人的餐前小吃，我提供美味正宗的武汉鸭脖一份，如果客人走的时候顺便买上一点，每袋25元，我分10元给你，怎么样？

并且我还提供一个大学生给你们店铺做事，顺便卖鸭脖，账目每天计算一次，你只需要提供吃住即可，如何？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

因为大部分餐厅都是有员工宿舍的，就是上下铺那种，然后餐厅吃都是大锅饭，所以老板一般会答应，因为多一个人干活，可以省几千元的工资，那么……

这个时候，你肯定在思考一个问题，就是这个大学生总不能白干吧，这个人从哪里来？

其实很简单，去找当地的一些职业学校，跟教务处谈包实习工作那种，给学生提供吃住，并且销售有提成，学生可以赚钱，只要你……

手续齐全，有公司证明，和你与餐饮店铺的合同，学校一般都很愿意，就这样…… “

学生就到了店铺帮你卖鸭脖，卖的越多赚的越多，除去店铺、学生、赠品成本、产品成本，还能剩下几元利润，一个店铺一天卖 20 袋没有问题，那么……

学生一天能赚个百八十元，你自己也差不多可以赚 100 元，谈下 10 个店铺，一天就是 1000 元的利润，结果……

这个小伙子，3 个月的时间，谈了 30 多家店铺合作，当然也有很多店铺会拒绝，但是没有关系，一个城市里餐厅有的是，所以现在他每天只需要生产鸭脖，然后配送到各个店铺即可，结账都走微信了，哈哈！！

记住：别人的流量，就是你的流量！

三、买客思维：

这个策略非常牛逼，现在有很多新的网络公司都在用它，包括：滴滴、美团、饿了么等等大鳄公司，具体是什么意思呢？

买客户思维，意思是把后端未来会产生的利润，先挪到前端去做推广，购买精准用户，如果拿现在比较热的词来说，它就是“补贴经济”，也有人把它叫做“免费策略”，秒懂了没有？

通过数据测算，如果你发现一个客户用我们的 APP，一年可以产生 5000 元的消费，我们能赚 500 元，那么我如何才能赚的更多呢？

答案很简单，就是让更多的人用我们的 APP，但是问题是如何让更多的人用，是吗？所有的人都在为 APP 下载量而烦恼，这时……

他们就把这组数据给投资人看，说我们已经测试过了，一个用户

进入我们就能赚 500，所以现在你能不能给我 10 个亿，拿去买用户，20 元补贴一个，让用户先进来……

投资人一看，没有问题，并且如果上市，从股市解套，利润最少翻 50 倍，所以就把钱给他了，听懂了吗？

那么你可能会问，你在实际的营销过程中，应该如何应用这种思维呢？

你是不是在思考这个问题呢？

好的，那我分享一个简单的例子，来帮助你扩展一下思路，请看：

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

假如说你是一家开美甲店的，你的流量不怎么好，急需扩展客户，增加销售额怎么办？

其实很简单，用两个东西就可以了：

- 1、 虚拟筹码；
- 2、 超级鱼饵；

你去找周边的理发店、美容店、酒吧、服装店，跟他们老板聊，说：

老板，我是在某某商场 1 楼开美甲店的，我们的店已经开了 2 年 了，累积了 2000 多名优质的客户，都是年轻漂亮的女性，我想跟你谈 一个联盟合作，把这些……

优质的客户导入到你这边来消费，不知道你有没有兴趣？

请问，如果你是开美容店的老板，你对有人要给你流量，有没有 兴趣呀？

答案是：一定有，这个时候……

你就可以说，那她们可能不会无缘无故来，为了能够成功的把她 们导入过来，你能不能送给她们一些赠品，例如：50 元面部护理一次 的体验卡，你看可以吗？

大部分人都愿意，但是如果对方脑袋想不通，不愿意怎么办？

很简单，你说你看 50 元的面部护理你们成本是多少钱？

5 元，还是 10 元，我们不管，假如是 10 元来算，如果你给我 500 张卡，假如有 100 个人来体验了，你有没有可能成交几个办卡，或者消费你后面的高客单价项目？

这个时候，对方一定说可以，说出“最少成交一半”之类的话，那不就行了，发出去的卡对方不来消费，你就花了印刷成本，如果来

消费……

你就可以追销，那不就能赚回来了，至少你不会亏本，同时你又 获得了新客户，对吗？

好了，这个时候你会发现，我们在教她用“买客户的思维”，你 可能会说，我自己的美甲店问题还没有解决呀？

这就是我要提醒你的，你要借力别人的资源，要先从别人的利益 出发，这是一个非常重要的命门，很多人学了营销，去借力别人的鱼 塘时，是从自己的利益出发的，例如……

老板我这里有 100 张美甲套餐卡给你，每张价值 128 元，你可以 送给你的客户，你认为对方会送吗？愿意理你吗？

在你的角度可能认为这个卡就是你给他的价值，但是请千万别这 么愚蠢的认为，否则你将寸步难行，所以……

我刚刚给你演示的是，先满足对方的需求，让对方知道这样做对 他自己有什么利益，然后等对方同意之后，你再说……

你我既然是联盟，我给你导用户，你这边也需要帮我引流一下， 我给你 500 张价值 128 元的美甲套餐卡，只要在你这里消费满 100 元 的优质客户，你就送她一张，这样……

你还可以做活动，消费 100 元送 128 元的活动，等等……

对于你来说，128 元的套餐卡，成本可能是 15 元，那么如果 100 个客户来做套餐，你就需要 1500 元的成本，但是如果里面有 10 个人购买了更高阶的服务，或者充值办卡了，那么你就不亏，所以……

从逻辑上来说，就相当于你把 10 个人的利润，拿去前面买了 100 个客户入店，听懂了吗？

引流其实很简单，重点是掌握其中的秘密细节，这章就到这里，如果你想掌握更多流量爆破秘诀，欢迎学习《营销真经》；

我们都知道，成交需要建立在信任的基础上，那么到底信任的背后是受什么驱动呢？（请快速翻页）•••••

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十七

信任的秘密

所有的营销，在成交之前，都需要解决两个问题：

一个是：信任问题；

•’ 一个是：风险问题；

那么什么是信任呢？我在《营销真经•赚钱导图》中，写出了信任的公式，如下：

信任=彼此在对方大脑里的记忆残留深度；

记忆=有价值的互动产生记忆；

怎么理解这两句话呢？假如你接到一个电话，是你的一位朋友找你借钱，这个时候你借与不借，是由什么决定的？

并不是他的借钱理由，而是他在你大脑中的记忆决定的，更准确的说是好的记忆，和有价值的记忆决定的……

成交之所以要建立在信任的基础上，是因为成交之前有一个信任的高坡要爬，具体怎么理解呢？请看下方图片：



一、成交需要越过信任高坡；

不管任何交易，即使是你亲兄弟让你买一个东西，为什么你都需要思考，甚至有的时候会犹豫？原因很简单……

因为信任的高坡永远都会存在，只是不同环境下，这个高坡的高度不同，例如你哥哥让你买一份保险，和一个同学让你买一份保险，和一个素不相识的业务员让你买一份保险，保险没有变，变的是……

找你买保险的人改变了，对吗？

不错，不同的人在你心目中的信任基础不同，基础不同，那么摆在你面前的高坡就不同，那么有没有办法让第一次成交没有高坡呢？

答案是：没有，即使

你是免费送，都依然会有人不响应，有人会拒绝，我们能做的就是降低信任的高坡，无法铲除，理解吗？

还有一个你不得不接受的事实，就是即使你营销再厉害，你也无法成交所有人，也无法帮助所有人，因为世界循环的规律就是这样，所以……

你能做的，就是帮助那群愿意相信你，愿意跟随你，支持你的人，就像你现在相信我，我愿意与你分享更多秘密一样，这里理解吗？

那么如果你散发出来的气息（信息，能力的混合体），更容易让人相信你，那么对方爬坡的阻力就会越少，然后……

你知道最神奇的是什么呢？

就是一旦用户爬过信任的高坡，与你有一次成交之后，后面就是一路平坦，对方再也不用再爬坡了（当然前提是你成交与兑现的承诺一致，甚至高于期望），这里理解吗？

你们知道为什么我的弟子，我的粉丝那么信任我，原因很简单……

因为每次我推出的课程，一定尖叫，我推出的项目一定赚钱，过去2年我打造了200多个百万富翁，所以……

不管在任何时候，我说要干一件创新，颠覆性的事情，他们一定会信，因为我已经干过很多次了，即使这个事情听起来不可能，不可思议，那

都不重要，重要的是，这个事情是智多星提出来的就可以，就一定可以成为现实。

我知道……

这两天有些同学，建群，发朋友圈的过程中，被人误解成传销，或者中毒，其实背后的原因是……

你的能量在朋友圈中不够强大，你的影响力不够，平时没有给朋友贡献价值，所以……

你突然说学营销，他就认为你是被人洗脑的份，虽然这都不是事实，但……

他们心目中就是这么认为的，因为他看到“银行”两个字，就容易跟传销，资金盘挂钩，然后再加上你在他心目中的地位有限，所以他得出了一个结论是：传销

人就是这么懒惰，那么神奇，不去了解清楚事情，就下判断，当然这也是人性的一部分，95%的人都不太了解事物背后的真相，奇怪的是……

我与你发同样的内容，就没有人敢说我一言，为什么呢？

相信你心中自有答案，我再多说一个人性的秘诀给你听，那就是……

一句话本身是不是真理，并没有人在意，人们在意的是谁说了这句话

深有感触吧，所以从现在开始，你要不要做一个有能量，有价值的人呀？

现在不管你做任何行业，如果你要让别人感觉你有价值，你就一定要把自己打造成“自明星”，当然……

由于这本书不是教你如何成为自明星的，所以我建议你购买一本《自明星营销方程式》看看，提前跟你分享一条价值公式：

你的价值=你曾经贡献的价值，这里能悟到吗？

二、降低信任高坡三大元素；

既然成交之前，用户都要爬坡，那么有没有办法快速的降低信任的高坡呢？

答案是：肯定有，我总结了三大元素，只要调整这三大元素，信任高坡就可以由你自由的调高，调低，如下：

1、信任；

刚刚上面解释了信任的重要性，那么如何提高自己在对方心目中的分量呢？答案是……

你的经历、你的成就、你与什么人在一起、你出入的环境、你的专业能力、你获得的荣誉、你对他的帮助、你传递的能量气息等等……

这些都会影响对方的判断，当然只要你掌握了这背后人脑的算法规律，

那么你就可以自由修改，例如：

•成功学大师就很擅长利用这些算法的漏洞来影响他人，这里相信 有一些同学很有感悟吧？

注意：我们是学习直复式营销流派的，所以我们必须实事求是， 不要弄虚作假，即使很多东西你没有，但是只要你大胆真实的分享自 己所懂，贡献价值，慢慢你也一样受人尊重。

我也是通过一篇篇文章写到今天，没有用任何的捷径，只是刚好 悟透了营销金三角（营销真经导图中有），应用了叠加的策略，比普 通人快了 10 倍而已。

所以总结一句就是：降低信任高坡的第一个元素，就是提升自己 的价值能量，而这些又是由很多元素组成的，就是上面提到的。

2、 价格；

信任的背书可以降低坡度，但是还不够，如果你的信任背书可 以，但是价格又很高，那么也会影响坡的高度，怎么办呢？

其实很简单，前面分享中也提到了，就是降低，或者牺牲第一次 成交的利润，只要价格一低，信任的高坡一定会降低，例如：

我的这本书，如果不是卖 200 元，而是 20 元，那一定一下几万人 购买，对吧？

所以现在你知道为什么那么多快速爆发的项目，使用免费，或者 补贴策略了吧，如果设门槛，他们就无法全国范围爆发，那样就做不 了大用户体量，就没有办法走向资本市场；

3、 策略；

如果你的信任背书不错，你的价格也合理，甚至免费，那么接下 来剩下的就是你用什么成交策略了，很多人以为……

产品开发好，定好价格，就可以杀出市场了？那只能抱歉的通知 你，阵亡率高达 97%以上，这是一个残酷的事实，所以……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

一定要先学会布局，学会思考你的产品，项目要用什么样的策略 更好卖？

是众筹，还是免费体验，还是开招商会，还是打广告轰炸成交，
还是用裂变把人先聚焦起来，然后再招募代理，等等……

不同的策略，决定了用户跨栏的速度，那么所有策略中，最行之 有效的心法只有一个，就是：

让用户先看到成交之后的世界，这个心法高手都在用，具体什么 意思呢？举例说明：

爱奇艺大家都有用过吧，就是看电影和电视剧的视频平台，在视 频网站发明独播自制剧之前，大部分都是亏本的，但是……

后来通过自制剧拉动 VIP 会员的成交，就实现了疯狂的盈利，当 然策略众多，我 这个环节只透露一点，就是成交之后的世界，你试想 一下……

现在电视剧，都是先免费，例如：鬼吹灯，盗墓笔记，琅琊榜， 一般在你看到 8 集，或者 10 集的时候，要 VIP 会员才能看，对吗？

你是不是觉得这样很正常？

但是如果你试想一下，如果还是这个电视剧，第一集就开始要
VIP 才能看，请问视频网站的会员成交量会不会大打折扣？

答案是：一定会，那么就奇怪了……

同样都是一样的电视剧，先免费，后收费，和一开始就收费，对平台的收入贡献竟然是天壤之别，其背后的原因很简单……

就是人们希望先看到成交之后的世界，才能安心的付钱，例如

服装的卖衣服，如果不给试穿，成交率会低，即使很好看，但是用户不知道上身之后的画面，那么她也不敢随意购买，但是……

如果可以试穿，那么成交率就大大上升，道理都是一样，你试想一下对不对？

所有的资源中，人脉是最具价值的，下一章，我将与你分享“人脉的秘密”（请快速翻页）……

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

晦藏·档案十八

人脉的秘密

正所谓，人脉二钱脉，但是大部分人第一不会经营人脉，第二是不知道如何获取优质的上层人脉，今天我分享三个不为人知的秘密；

第一：圈层黑洞；

大多时候，圈层是一个一个的黑洞，如果你是做淘宝的，跟你一起玩的都是做电商的多，你想认识周杰伦，太难，你想进入明星圈，更是不可能，但是……

也不是完全没有办法，因为圈子与圈子很多时候，有重叠的地方，所以你只需要找到两个圈层的重叠部分，通过他，你就可以打破圈层黑洞的禁锢，举例：

我是如何进入投资圈的？非常简单，我有一个朋友是投资人，通过他，我认识了很多投资人，所以……

打破圈层黑洞最快的方式，就是你要跟不同领域的牛人做朋友，所以抓紧时间，打开微信扫一扫，加《营销真经·赚钱导图》背面各领域的牛人吧，链接最直接的优质资源……

记住：人脉就是钱脉，江湖行走，多一个朋友，多一条出路；

第二，社交货币；

通过圈层叠加的部分，我们可以在各个圈层中自由活动，但是不

同圈层的资源能否为你所用，那么就要看你的“社交货币”了，这里……

讲的不是指钱，钱只是社交货币的一种，而不是全部，例如：在投资圈，我的社交货币就是“营销绝活”，在KTV，我的社交货币就是“口技+魔术”……

社交货币，就是你在人脉社交的过程中，你有，并且对别人有价值的资源，技能，特长等等，这些统称：社交货币，如果……

，你没有社交货币，那么不管在什么圈层中，你对于别人来说，都是透明的，因为没有人会记住你，自然圈层资源也不会为你所用；

. 第三：信用货币；

只要你是人，你从小到大的人际交往过的成长过程中，你都在“存钱”，这个钱不是指具体你银行账户里的，而是指：信用货币，怎么理解呢？

你在不同人的心中，其实都有一个价钱，而这个价钱，其实就是你与他交往过程中存进去的，你随便找个朋友借下钱，就知道我在说什么了，哈哈！！

保险公司，就把这招用到了极致，你知道为什么他们那么喜欢大量的搞培训，招募业务员吗？

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

其实，看起来他们是在招保险业务员，但本质其实他们心里很清楚，他们招的是“精准客户”，不信请看：

通过一些考核，你成为了业务员，这个时候，首先你自己是不是要买自己公司的保险？是的，然后你为了解决业绩压力问题，你是不是会让自己的爸爸妈妈，亲戚朋友，哥哥姐姐都买一份，没错……

通过数据显示，80%的业务员，开发完自己身边的亲朋好友后，就无法生存了，所以也就是说，保险公司在通过透支业务员的“信用货币”在生存，你理解吗？

如果你悟到了这个秘密，你的人生将变得非常的轻松，祝你好运！

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略



一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

隐藏·档案十九

最后的秘密

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略

亲爱的朋友，你好！！

如果你看到这里，相信你已经理解了一个事实，就是……这个世界背后还有太多不为人知的秘密，为此

我特意把我多年来总结的赚钱模型，这几年来学到的教育资源和广
营销策略模式知识今天毫无保留的奉献给你，其目的是希望能够帮助更多的创业者，可以把赚钱这件事情变得轻松，简单，所以……

我在这里发出一个诚挚的邀请，如果你希望掌握“互联网”上的赚钱秘密，那么请扫描下方二维码，你想学的这里都有！全网资源一网打尽！总价值超百万！

抖音教程 爆粉秘籍 文案写作
各种赚钱项目 社群营销 微商课程

花最少的钱,学最好的思路

马上扫码，开始学习

一个好的策略方法,胜过你的千百倍努力

一直被营销大师偷偷隐藏的秘密赚钱策略