

目 录

第一章 财富本质交换心法	1
第二章 觉醒心法	8
第三章 机会心法	19
第四章 项目选择心法	29
第五章 人性操控心法	39
第六章 高效学习心法	57
第七章 营销心法	72
第八章 习惯和财富心法	92
第九章 暴利产品选择心法	101

一手电子书

加微信:sm99878

第一章 财富本质交换心法

这本书我准备了将近有两个月，我把从我做网络开始，一直到现在这十多年的时间，我所经历的学到的所有的关于如何赚钱，如何把项目做好这方面的经验都做了一下梳理。

然后我把最有价值的那部分选出来，让大家对如何赚钱，如何创造更多的财富，能有一个清晰的方向和方法。这就是我这本书的由来。咱们废话不多说，直接进入第一课。在第一课我想先跟大家讲一个比较基础的，但是却又常常被很多人忽视的概念是什么呢？就是交换。

什么是交换呢？我们人人都想赚钱，但是你有没有想过。赚钱的核心是什么？其实答案很简单。就是四个字，低买高卖。通过交易把你的商品以比成本更高的价格卖给别人，你就赚钱了。赚钱赚的多的人无非就是商品的利润更高，或者卖的数量更多。

当然也有人用其他方式赚钱，但是肯定都是不太好做。比如赚钱的方式，还有非法占有，就是抢或者是偷，还有就是乞讨或者买彩票。这些其实都不是正路，我们也不去讲。还有一种就是打工给别人工作的这些人，其实这也是一种交易。本质上来说是把力气，把自己的时间当做商品，与别人进行交易。

如果我们想合法的赚钱，有一件事你是离不开的：现在开始解密！

就是交易。我看过一些经济学方面的书。其实在远古时代人类就存在交易，交易最早的形式是不需要花钱的，而是以物换物。就是说我是种玉米的，你是做鞋子的，我的玉米吃不完，我拿出一部分跟你换一双鞋。

还有就是有人是养猪的，或者是有人是打鱼的，我用猪肉跟你换几条鱼。交易的最初形式就是这种以物换物的交换。后来，随着人类的进步，生产力的提高，每个人生产的东西，它除了自己使用以外，它还有了大量的剩余。所以交换就变得更频繁，交换的东西也变得越来越多了，钱就自然而然的出现了。钱可以对不同的交换有一个价值的衡量。一只猪多少钱，一只鱼值多少钱，把所有的东西都用钱做一个衡量。这样交换起来就更公平，也更方便了。

加微信:sm99878

每个人都把自己生产的东西换成钱币，再用钱币去跟别人交换需要的东西。这样就比最初的那个以物换物效率要高了很多。那么我为什么要先讲这个呢？我是要说明一个道理，你想赚钱一定要明白一个根本的逻辑，钱是怎么来的。

想有钱你就一定要先创造出属于你的一个产品。在经济学上，把这个产品就叫做交换物。你有了交换物，你才可以跟别人去换你喜欢的东西，好吃的好玩的。当你创造的这个交换物，除了供你自己使用以外，还要有大量的剩余。那么你就可以把这些剩余换成钱，这些钱

你又可以去换其他别的东西来满足你的各种需求和欲望。

这里面有一个基本的逻辑是，你首先要有价值的交换物，然后你才可能有钱，明白了吗？想赚钱你。不能只想着钱，你应该想我怎么我该怎么去创造出有价值的交换物。钱呢？只是衡量交换物的一个标准，它本身并没有什么价值。

不去创造有价值的交换物，却还想赚大钱的人。这些人最后只能沦为各种骗局的受害者。你什么有价值的东西都没创造出来，你是不可能有钱的。交换物它不光是食物的产品，也包括各种服务。哪怕是你的声音，或者你写的搞笑的段子。

能给别人带来精神上的快乐，这也是你的价值。只有懂了这个道理或者说这个基本的逻辑，你才能在以后的以后做项目的时候，有一个最起码的方向，至少不会被那些忽悠你的什么加盟的，投资的各种牛鬼蛇神的，把你的钱骗走。

很多人都不懂这个道理，尤其是做网络的人，守着电脑一年下来，什么价值也没创造，光做着发财梦，想着自己以后会有很多很多钱，怎么可能呢？不管你是做什么，想赚钱，你首先需要创造你的交换物。创造的越多，剩余价值越多，你就能换到更多的钱。

我们前面说，我们创造的东西除了满足自己的需要以外。还有了剩余，所以就出现了交换。但是到我们现在这个社会，科技特别发达，生产力已经特别的厉害，高度的发展。现在的情况是怎么样呢？就是所有的商品它的总量已经远远超出了消费者他需求的总量。这就导致了一个什么样的结果呢？

交换它就形成了非常激烈的竞争。有相当一部分产品，它是很难有人愿意跟你交换的，货比三家，你的功能质量价格做的不够好。那我就去找去跟别人换了，我不跟你换。所以如今我们想赚钱，就不能光是傻乎乎的比别人多干活，生产更多的东西那么简单了。

一手电子书

这里面就需要非常多的技巧，如何把商品生产的好，包装的好、销售的好。这些技巧其实也就是我这套课程要跟大家分享的东西。好，下面我们再来讲一下如何获得巨大的财富。我们知道了你的交换物剩余的越多，你就可以换到更多的东西，也就等于赚到了更多的钱。那么问题来了，怎么会有人成为千万富翁亿万富翁，他们是怎么赚到的？那么多钱一个人就算不吃不喝，一天工作 24 小时也不可能赚那么多钱啊，他怎么能创造那么多的交换物呢？这就要说到一个很关键的因素分工。关于分工，有这样一个例子，国外有一个搞经济学的人，他去研究了一个大头针的工厂。这个工厂制造一根大头针。当时制作的过程从角铁条到抛光，再到磨细针头等等等等，到最后的包装，一共是十 8 道工序。

如果是一个人来做一个环节，那么平均下来一一个人一天最多只能生产 20 个大头针。但是如果是一个专业的大头针，工厂用 18 位师傅，他们组成一个有效的团队，分工做 18 样工作。那么每个人他就是只做一件事。因此他的那个手法就越来越熟练。这样下来每个工人平均每天能生产 4800 根针。

这就意味着生产率提高了至少 240 倍。也就是说分工和专业化可以使生产效率成百上千的提高。现在我们知道了分工，它可以使工人变得更加专业化。可以增加产量，但是这里面有一个重要的问题。刚才我们说那个大头针工厂，它分工使生产率提高了 240 倍。提高了以后，多生产出来的这部分大头针，它所创造的财富归谁所有呢？

这部分财富它并不属于生产线上的 18 位师傅，那它属于谁呢？当然是属于把这些人组织在一起，控制着整个生产过程的那个人。其实这个人就是我们以前经常喊着要打倒的人，他叫什么呢？叫资本家。什么是资本家呢？马克思的说法是依靠剥削雇佣劳动者榨取剩余价值为生的人。

这样说来，其实有点不太好听。我们可以换一种说法。资本家他就是以资本运作为主。同时，他雇佣脑力劳动者和体力劳动者，他是拥有剩余价值的人。这样改变了说法以后，大家有没有发现资本家，

其实他就是我们现在的什么？

他就是现在的老板。CEO 企业家。资本家所雇佣的每一个工人，他都在做两种劳动。他的工作时间一部分用来偿还资本家所支付给他的工资。但在此之后，他还得继续工作。而在继续工作的这段时间内，他就是在为资本家生产剩余价值。

我们一开始创业时，每一位创业者都应该亲力亲为，这是正确的，也是没办法的事。因为天天睡大觉，那钱不会从天上掉下来。但是你必须要有个做资本家的心，也就是说要有基本的资本思维。当有了一定的资本之后，逐渐就要开始考虑让资本自行的运作。要培养人才，扶持人才，发现人才。

一手电子书
加微信:sm99878

放手让他们去介入到生产经营当中去。我们自己只需要掌好舵，管理好这些人才就行了。我们看那些没有资本思想的人，他们自己既要当经理，又要当车间主任，甚至有时候还当一线的工人。凡事都得亲力亲为。自己累的要死，不说下属还没有了积极性，也都得不到成长。时间久了，人才成长不了，公司也不可能发展壮大。

现在结论就出来了。如何才能拥有大量的财富呢？如果你想拥有大量的财富，靠自己拼命干活，肯定是不行的。你必须创造一个分工的项目，也就是我们说的公司或者是工作室。集合各方面优秀的人，

包括脑力劳动者和体力劳动者。

他们会帮你制造出更多更好的交换物。你要做的就是最大限度的赚取他们通过分工提高效率以后所带来的剩余价值。关于财富的和谐问题，我们就讲到这里了。为什么要讲一些经济学上的东西呢？我们做事情一定要学会在问题的本源上思考，拨开云雾才能看清本质。

这样才能知道什么事情该怎么做，不至于做来做去总是迷茫，浪费了很多的时间去做那些无意义的事情。尤其是我们这些做网络的人，经常做着做着就迷茫了，感觉自己做了好几年，一直在原地踏步。这就是因为不懂得财富的本质，没有一个清晰的方向。

这就是给大家的以后的赚钱定一个大的方向。以后不管是做什么项目，有了这个大方向，我们才能越做越大，越做越强。最后总结一下本课的重点。赚钱的核心是交易，交易本质上是以物换物。只有你创造的交换物的质量高，你才能换到更好的东西。

那么，如何创造？出高价值的交换物呢？靠的是分工专业的人，做专业的事。最后做出的产品肯定是非常牛逼的。那么，如何获得更多的财富呢？就要创造分工的机会。例如工作室。公司甚至包工头都可以。雇佣出体力的和出脑力的人，让他们去干活，去创造价值。把他们创造价值的一部分作为工资分给他们，而我们获得的是他们的剩

下的大量剩余价值。

第二章 觉醒心法

中国有句俗话，朋友多了，路好走，意思就是说你在做一件事的时候，如果有朋友愿意帮助你，你会更容易成功。交朋友分两种，一种是主动型，善于交朋友的人，另一种是被动被动型，不善于交朋友。主动型的人，他看中谁，就去跟谁接触，慢慢就成为朋友了。

而被动型的就只能是等待别人来跟自己接触。如果没人主动向他示好，他就没有什么朋友了。我先讲第一种善于交朋友的。如果你是这种人，那么你肯定不会为如何交朋友而发愁。因为你肯定不缺朋友，但是问题是你朋友虽然很多，但是你知道如何让这些朋友成为你的有效人脉吗？说的再直白一点，你知道如何利用朋友资源来帮你赚钱吗？

善于交际的人，到哪里都不缺朋友。这些朋友可以说就是你的人脉。如果你是一个朋友，很多的人，那么难免朋友之间会经常的互相帮忙。但是你肯定遇到过，在你帮助别人以后，却好心被当成驴肝肺的时候，你好心好意替别人排忧解难，最后却是费力不讨好。

为什么会出现这样的情况呢？因为这里面其实有很深的学问，下面我们就来讲一讲。如何保证自己帮过的人，都会成为自己的有效人脉？我们先来讲交朋友的第一个原则，朋友没来求你，不要主动帮忙。在对方没有提出请求的时候，你的主动帮忙在别人眼里可能是很多余的，要么就是不自量力。

主动上门找你帮忙，意味着两件事。当事人的确有这个需要。且，他认为你有这个能力。你好心好意想帮助朋友，可朋友却不把你的好意当一回事儿。你也许觉得很很伤心很心寒，但这种心情其实毫无必要，因为主动帮忙这个行为，本身他根本不算是一种好意。主动帮忙在心理学上来说，其实他只是在满足我们自己内心的需求。你觉得。

你觉得自己提供了帮助，你感觉自己十分高尚。你可能从插手别人的事当中，找到了存在感。但是没有求你，就说明对方是不需要，在别人不需要时。你以为你在提供帮助，其实你是在索取。所以我们交朋友的第一个原则就是别人没有提出请求的时候，不要主动去帮忙。

下面我们来讲第二个原则，提供真正有价值的帮助，才能建立人脉。即使对方确实需要帮助，他没有向你提出要求，就是认为你能力不足以解决问题。存在感这个东西不是硬从别人那里找到的，而是要自己通过能力去建立的。提供帮助，其实它就是一种能力。你有没有

这种能力不是你说了算，而是由需要你帮助的那个人来判断。

在我们身边经常有这种现象，每个在银行工作的人都被人问理财的问题。每个医生都被亲朋好友的问题缠的不可脱身。因为人们认同专业人士的能力。而你尽管想帮助别人，但是你的自身却什么能力都没有。在别人眼中就是觉得你什么都不是你能提供的所有东西，在别人眼里都是没有价值的。

这时候你提供的帮助，就有点像服务员一样，要看人的眉眼高低。要去揣摩别人的心思，试图用体贴和细心把对方伺候好呢。其实这是完全没有必要的，也是没用的，还不如去修炼自己，让自己早点拥有真正的价值。很多人都在想，在自己没有能力的时候去帮助别人，希望以此来获得别人的肯定和获得别人的感恩。于是他们在大人物的面前，小心的陪笑，端茶送水，溜须拍马。在那个新的环境中，主动去干那些杂活，打扫卫生，替人跑腿的这些活儿。

他们觉得这是对别人的，也是对别人的一种帮助。但是这种帮助就是毫无价值，没有人会为这些事儿跟你成为朋友。因为这些事儿谁都能做，真正的价值总是稀缺的。也只有真正有价值的帮助，才能换来人脉。我们自己能给朋友提供什么样的帮助？每个人都有不同的答案，但是这件事必须要靠事实来检验。

怎么样来检验呢？你的朋友会为了什么事情来找你帮忙，就说明朋友信任你有什么样的能力。如果除了那些没有价值的杂活以外，从来没人找你帮忙，那么你最应该做的不是抱怨朋友，而是应该去提高自己的能力。我们一定要记住，绝不要把你的帮助强加给那些不需要的人。因为在那些人的眼里，你根本是无足轻重的。当你无足轻重时，不需要考虑用帮助来换取人脉。

你去寻找，或者说你去修炼自己不可替代的价值，才是拥有有效人脉的最佳路径。下面我们来讲第三个原则，不值得交往的朋友，绝不交往。中国有句老话叫做一次不忠，百次不用。虽然这句话流传了很多年，但是却没有几个人真正去执行。

遇到做过错事的人，人们总是习惯去原谅他，总希望再给他一次机会。一般来说，这样想事的人都是。非常容易被别人摆布的，因为他们只记吃不记打。他们总是相信要给别人一次改邪归正的机会，要相信浪子能回头，要宽容大度。但是这根本就不是宽容，这是什么呢？这是愚蠢。

有很多事情是绝不能被原谅的。我们交朋友一定要有一个自己的衡量标准。这个标准你自己去定。比如说缺乏契约精神的人，永远不要和他合作任何事情。能做出损人利己的事儿的那些人，也绝不要相信他会改正。打老婆的对爹妈不孝敬的，喜欢背后说别人坏话的，为

利益可以背叛朋友的，以伤害别人为乐的这些人这些事做过一次，就要把他从你的朋友中删除。即使受害者不是你。

按照一个人的过去，就可以推断出他的未来。外在的条件会随时间改变一个人的美丑。穷富都可能三起三落，但一个人的行为准则往往是一致的。只要他曾经做出过损人利己的事，就不要再给他第二次机会。第四个原则，我们来说一下什么样的人值得帮。

每个人都可能有意无意的帮过别人。但是有时候你自以为帮过别人，别人却一点都不留你的情。所以我们必须要明白一点，就算是。主动找上门来求我们帮助的人，也不一定会承认我们帮过他。有一类人来求你的事，求你帮忙的时候，总会试图把他自己再求助这件事儿说成是另外一件事。

他们常用的方式是什么样的呢？就是。假装他们的请求，只是你的举手之劳，用各种说辞来证明你这样做也是有好处的。他总是想试图让你相信，你不是在帮他，你这样做只是。在帮自己得到好处。很明显，这种人其实他并不想跟你建立任何关系，你付出过他得到过。但他在他的心里，他不欠你的，也不打算回报。

如果你希望自己放出去的人情债，在未来能转化成互惠互利的关系，你就不能帮助这样求助的人。一个人他必须承认自己是在求你，

并且承认你的价值。这样的人才值得我们去帮。第五个原则，帮助那些自己努力的人。寻求帮助，并不等于推卸责任。

有些人他找你帮助以后，他总是指望你把饼都做好了，再喂到他嘴里，甚至再给他刷刷牙。这样的人不值得我们去帮。想办成一件事儿，往往同时需要时间、精力、金钱还有。各方面，每一个节点都要走通利益相关的，每个人都要一起去努力。这其中其实最需要努力的人是谁？就是当事人自己。

但是有一种人不知道，他是太懒还是太蠢。一旦你在一件事情上答应去帮他了，他就会想想办法爬到你的背上来。我们来讲第五个原则。第五个原则是要帮就帮别教训人。人最怕的就是好为人师。好为人师是一种毛病，他不是长处。

别人没问你的时候，你强行去指点别人，是为了显示自己的优越感。在别人为了求助而不得不听你指教的时候，你的指教就像是一种。给人一种落井下石的感觉。你在别人落难时教训人，你的优越感在别人心里，足以把你付出的帮助都一笔勾销了。

如果你已经决定要帮助一个人，一定记住不要教训人。我们真的不需要交朋友，怎么做人，否则还不如就别帮。另外还有一点，在帮了别人以后，千万不要总是提起这件事。你不提别人，也许还会记得

你的好。如果你总是假装有意无意的提起这件事，那么就会给别人带来特别大的压力。你想想，如果你每次出现都让你帮过的那个人有一种痛苦的感觉，那么那个人是会爱你还是会恨你呢？

以上就是关于如何通过多交朋友，积累有效人脉，来提升自己的一些原则，或者说是一些建议。在最开始我说过交朋友这件事，有的人是主动型的，还有的人是被动型的，不善于交朋友的，甚至有社交恐惧症。假如你并不是一个善于交朋友的人，能不能通过学习一些套路变成会交朋友的人呢？

不善于交朋友的人，一般来说性格肯定是内向。内向的性格他是来自于基因。内向人是不可能改变成外向人。也许有些人曾经试图过改变，把自己变得或者说伪装的很外向，故意装出一副很开朗的样子。但是这样会非常的累，你可以装一天，甚至装一个月。但是你不可能长年累月的都在装。

所以我们首先内向的人要接受自己。内向其实不是什么缺点，不会交朋友，也没什么大不了的。谁告诉你成功就必须要有很多人脉呢。那都是成功学上忽悠人的东西，别去信他。其实在我们这个社会上。你看那些大的企业家，还有很多成功的人，都是他们的性格都是内向的。他们也根本不会应酬，甚至有的连女朋友都交不到。

接受自己是非常重要的朋友，多的人有朋友多的好处，朋友少的人也是一样，有也有自己朋友少的那方面的好处，什么事呢？都有利弊，两面交朋友，他不仅是得到朋友的帮助，你也要去帮助朋友。朋友越多的人你与朋友的交往中花费的精力也就越多。

这么说来，那些把时间都用在交往上。这些人肯定就不能够安心来学习。来提升自己。你的能力了。性格他是没有好坏之分的，什么性格的人都有适合自己的生存的方式。我们在选择走什么样的路之前，重要的是先要有一个自制。

要好好的思考一下自己到底是什么样的人，想通了认识了自己，这就叫什么呢？这就叫觉醒。我们做营销总是讲要了解人性，了解人性的意识就是要了解别人的心理。但是你有没有想过，如果一个人连自己是怎么回事儿都没思考过，他怎么可能了解别人呢？

欲知人者，必先自知吗？自知是非常重要的。如果你真的是一个不善于交朋友的人，不懂得如何应酬，那如果你去总是强迫自己去结交很多的朋友，肯定会累得身心疲惫。我觉得完全没有必要去这样浪费时间。所以我的建议就是在你自己什么能力都没有的时候，尽量把时间用来修炼自己。

当你自己变得优秀了，到哪里呢？都会有人愿意跟你做朋友，不

是有那么一句话吗？你若盛开，蝴蝶自来。把别人交朋友的时间用来修炼自己。未来的你一样可以赢得别人的尊重。作为一个独自努力的人，就一定要学会面对孤独。某些程度来讲，孤独，其实是非常好的一种状态，尤其是对于想努力做点事情的人。耐得住孤独的人才是真正能够独立思考的人。独立思考是非常重要的能力。有的时候我甚至觉得一个人能否成为比别人更优秀的人，赚更多的钱，主要就是取决于这个人是否有独立思考的能力。

如果你跟大众跟普通人一样，只接受那些人云亦人云亦云的思想，看到大量转发的有煽动性的文章，就很轻易的就被洗脑。那你注定只能当一个跟普通大众一样的工薪阶层，不可能超越别人，成为富人。那么如何成为一个能够有独立思考能力的人呢？

这里我给大家提供几种方法。第一种是反复提问题，直到看清问题的本质。就像我第一课讲的，关于财富的本质。我就是开始是从如何拥有大量的财富这个问题开始。那么，如何拥有大量的财富呢？答案是要有大量的交换物。如何获得大量的交换物呢？就是要用分工来增加效率。那么如何占有分工带来的效益呢？就是成为资本家，就是这样反复的问自己问题，直到找到问题的本源，在本源上去解决问题，才能让真正的彻底的解决问题。

第二个方法叫做批判性思维。什么意思呢？就是不要把在阅读中

得到的观点当成是你自己的观点。在你想接受一个观点的时候，一定要先思考再接受，必须要进行批判性的思维。当你接收到一个信息，尤其是你觉得他说的很有道理的时候，你就要提醒自己，他的这个观点是为了迎合大众的关注而来的吗？还是它真的来源于很有说服力的证据呢？

尤其是现在，人人都是自媒体，人人都可以写文章，我们尤其要小心那些自媒体的文章或者是报道，分清楚哪些是事实，哪些是加入了作者个人的态度的。第三点叫幸存者偏差。什么是幸存者偏差呢？当一个信息只来自于幸存者时，这个信息很可能会存在偏差。

比如说在我们互联网这个领域有很多特别牛的大公司，大企业，比如说腾讯、百度、淘宝这些存活下来的企业，往往被视为是传奇。他们的做法被争相的模仿。人们都觉得互联网开公开公司是很赚钱的一个项目。但是他们却忽略了在这些大公司的脚下，其实还有那些倒闭的成千上万家互联网公司。但是人们已经看不见他们了。

在我们的生活中，最明显的例子就是。比如说有人常说的，我亲戚吃这个药吃好了，或者我一个朋友去找了一个老中医病一下就好了，等等。就是说这样话的人，就是因为他不懂得幸存者偏差这个道理，他们只见到了治好的这部分人，没见过，没治好的。

他们根本不知道治好的比例是多大，甚至有没有人被治死，治死了也不知道就下了这个药。这个老中医非常好这样的一个结论。那么，该如何应对呢？最有效的办法当然就是让死人说话。所以医学上才会出现双盲实验和详细全面客观的数据记录。这些都是应对幸存者偏差的好方法。也就是说抛掉对个别案例的迷信，全面系统的了解，才能克服这个偏差。

我再给大家讲一个在战争中的一个小故事，大家就更容易理解了。在第二次世界大战的时候，美国的专家根据返航飞机的机翼和机尾部等位置重担最多的特点判断出，如果要强化飞机的装甲，应该强化机翼和飞机的尾部。那么你思考一下这样的判断，对吗？

如果仅仅根据返航的飞机上的弹孔分布，来研究该如何加强飞机的哪部分时，就忽略掉了飞机被击落了。这个筛选的过程。也就是说能返航的飞机都是躲过了炮火的筛选的，没有受过致命伤的。他们的机翼和尾部重担最多，而油箱和驾驶舱却完好无损，他们都安全返航了。这恰恰说明机翼和尾部不是致命伤，不应该加强。

而油箱和驾驶舱。受伤的飞机基本没有活着回来的，因此油箱和驾驶舱才是真正致命的地方。这些部位受伤的飞机却因为都被击落了，从而变成了不会说话的死人。好了，以上几点就是关于独立思考的几个方法。我们不仅要多做事，多行动，同时也要多思考，学而不

思则罔。思而不学则代光学东西，但是不思考，人就会变得迷茫。光思考不学习新东西也不行。那样的话人的能力就会停滞不前。

下面我们来回顾一下本课的重点。第一个是把朋友变成有效人脉的几个原则。原则 1，朋友没来求你，不要主动帮忙。原则 2，提供真正有价值的帮助，才能建立人脉。原则 3，是不值得交往的人，绝不交往。原则 4，帮助那些感恩的人。原则五，要帮就帮别教训人。

第二个是交朋友的能力是很难学的，性格没有好坏。不交朋友并不是什么大问题。人只有先自知，才能走上适合自己的路。第三个是在自己什么特长都没有的时候，尽量把时间用在修炼自己的能力上当自己变得优秀了。到哪里呢？都会有人愿意跟你做朋友。优秀的人从来都不缺少朋友。

第四点是一个人能否成为比别人更优秀的人，赚更多的钱。主要取决于这个人是否有独立思考的能力。第五点是如何成为一个有独立思考能力的人。一共有三个关键点。分别是反复提问。批判性思维和幸存者偏差。

第三章 机会心法

在别人休息的时候拼命奔跑，我刚做网站的时候，有一个朋友叫

007。我们常在一起交流分享一些各自新发现的项目。那时候做色流比较流行的方法是用流量交换联盟。这种联盟也叫交换链。交换链是什么意思呢？就是用一大堆那种比较暴露的很色情但又不露脸的插图图片，骗那个别人的点击。

这些充满诱惑的美女图片，不用我们自己去收集，都是广告联盟他们提供的。在广告联盟获取一段代码，放在自己的网站上就可以了。有人点你的网点，你网站上的美女图片之后，广告联盟就会给你记一分大概能卖一块钱。我记不太清楚了，反正差不多应该就是一块钱左右。

美女，图片被点击以后，就会跳转到一个广告页面上面，都是利用色流销售产品的销售页面。这种联盟就是把会做射流的人和买想买射流卖产品的人联系在一起，在这个平台上进行积分的交易。能推广的你可以赚积分，然后在平台上把积分标价出售。想买流量的就用钱来买别人的积分。一个积一个积分就是一个点击。

当时我研究了一种赚积分的方法。先在平台上买积分，然后呢投放广告。但是我的广告不卖产品，我的广告页面上全是这种广告联盟的美女图片。然后我用文案引导来我网站的用户，让他点击十个美女图片。比如说我跟他们说，点击十下美女图片就可以看到更刺激的VIP 视频。

理论上等于是我买了一个流量就可以换到 10 个流量。如果我买 1000 个流量，就可以得到 1 万个流量。当然可能肯定中间会有很多的损耗，大概能得到 2 倍以上的流量，投资一块钱能赚两块钱。后来我把这个项目告诉了我前面说的那个网上的朋友 007。

平时我们做这个项目，大概一天都是有几百块钱的收入。后来有一段时间，就是快过年了，我就给自己放假了。正常人的想法都是这样，累了一年了，终于过年了，终于可以好好休息一下了。等过完年的时候，大概初六左右，我在网上跟他聊天，他告诉我就是从过年初一、初二、初三这几天。

他一共赚了 10 万块钱。当时我就觉得特别不可思议，我就问他，我说你怎么赚了这么多？他说春节做那个交换链的人特别的少。但是春节的射流的需求却是特别的大。投资一块钱能回来五倍。于是他发现这个现象以后，他就加大了投资，一周就赚到了我们平时一年的收入。

10 万块钱，那是十年前，当时我家这边 10 万都够买个房子了。这件事儿对我的触动当时特别的大。他让我第一次明白什么是最好的机会。就是在别人休息的时候，你尽全尽全力去往前跑。你的优势就是最明显的。别人精神百倍，拼命努力的时候，你想取得胜利其实

很难的。

别人玩游戏的时候，你在做项目，别人吃喝玩乐的时候，你在做项目。别人看电视的时候，你还在做项目，这种态度，会让你在短期内迅速成长，最快速的赚到钱。因为有了这次的经历以后，我在研究一些战争和商业上的案例的时候，总是特别的留意。我发现像龟兔赛跑一样，简单的道理，却从历史上一直到今天，一直在不断的重演。

敌人睡觉的时候才是我们进攻的最佳时间。对手放松的时候，正是我们快速崛起的最好机会。如果你觉得春节一年才过一次，而且你所做的项目春节也未必努力的好机会。如果你这样理解，其实就错误了。在别人的休息的时候努力奔跑，这是一种做事的态度。不管是在一年中还是在一天中，只要你想努力，都有超越别人的机会。有一句话叫你怎么过一天就怎么过一生。

一天比别人努力一点点，一年之后距离就是非常惊人的。哈佛有一个著名的 2 小时理论。说的是人的差异在于业余时间，而一个人的命运决定于晚上 8 点到 10 点之间。业余时间既能生产人才，也能生产懒汉、酒鬼，赌徒。业余时间怎么过呢？不仅使人在能力上有区别。

他同时也区分出高低优劣的人生境界。总之一句话，你想获得普通人难以获得的财富，就要付出比普通人更多的努力。人一天都是有

三个八小时。第一个 8 小时工作，第二个 8 小时休息，第三个八小时归你自己。归你自己的这个 8 小时，你以前是怎么过的？你以后想怎么过，好好的想一想。

我们再来讲关于机会的第二个知识点，广撒网，多捞鱼。前两年在网上有一个写文章，很厉害的人叫李教授。他大学的专业学的就是营销，所以他肚子里很有干货。他写文章的特点是，很善于将深奥难懂的营销理论用浅显易懂的案例表达出来。

他写文章牛逼到什么程度呢？直接惊动了李彦宏。就是百度的老板。后来百度用一个亿收购了他的公司，并且聘请他做百度的副总裁。要知道，李教授，他只是一个 90 后，所以他也被称为百度有史以来最年轻的副总裁。他到百度以后做的怎么样呢？

他在百度 1 共负责过两个比较大的项目，但是做的都不尽如人意。就传出他因为能力不行，已经被百度架空的消息。又过了一段时间，他就自己从百度辞职了。百度也一点没有挽留他的意思。为什么要讲李教授的这件事呢？因为这里面有一个很有意思的争论。

就是随着李教授的离职，百度在李教授身上投资了一个亿，是不是就打了水漂呢？百度老板李彦宏投资李教授是不是做了一个错误的决定呢？虽然百度在李教授身上花了一个亿，但是其实李彦宏做的

一点儿都没有错。1 亿元人民币对普通人来说肯定是很多很多，已经是天文数字了。但是对百度来说，可以说只能算是小钱儿。

李彦宏，他在现在这个位置。必须要关注所有的风口，也包括所有的人才。像李教授这种类型的人，他是不是人才不用一次？是永远都不知道的。李彦宏拉拢到百度的高级人才，也许每年都有几十个。只要有一个是真的有用，那么在所有人身上的投资都会以十倍百倍的赚回来。

如果你是大公司的 CEO。你会把公司的未来堵在一个人的身上，还是尽量多的把人才都拉拢到自己身边呢？毫无疑问，当然是人才越多越好，哪怕有些是滥竽充数的。发现以后，把他踢出去就好了。但是总体来说公司肯定人才越多，发展的越好。

人才是这样，项目也是这样。这也是为什么那些大公司，你看他们音乐购物，游戏、影视什么领域都要涉足的原因。只要有一个做成了其他的失败的那些投资，都不是事儿，都可以赚回来。尤其是我们做互联网。如果你只是闭门造车，对人才和新领域的探索过于保守，那就很容易被淘汰出局了。就像马云说的时刻都要有危机感，逆水行舟，一个不留神，很可能就被别人超越了，颠覆了。

我们做的事儿，虽然跟百度不能比，但是道理都是一样的。能接

触到的，尽量我们都要去涉足一点。其实很多新项目的出现，我们只是去占一个位置，并不需要投资什么钱，只是投入一点时间而已。在淘宝竞价，这些项目刚兴起的时候，这些我几乎都是第一时间去尝试的。这些事儿，我就是属于抓住了机会。但是你在比如微信刚出来的时候，我就是错过了这个风口。还有微商的操盘。

这也是最赚钱的，我也是错过了。如果我当时能有百度投资李教授的心态，不放过任何机会，好不好？要试一试再决定。那微信和微商这两个最赚钱的风口，我也就不至于在最火的时候却颗粒无收了。当年做淘宝，我也只是想试一下，结果一试发现赚钱真的特别容易。淘宝刚兴起的时候，只要把那个宝贝价格设置成一分钱，这样别人点价格排序，我就能排在第一，订单就哗哗的就来了。

我错过的项目一般都是我主观上不看好的。一点都没有去了解，不经过测试，就直接给否定了。这是一种极其错误的思想。另外我还要强调一下，我虽然主张大家广撒网，多抓机会，但是也要量力而行。如果是需要投资的话，一定要在不影响正常项目的正常项目运营的情况下去试一试。不要拿自己的棺材本和你的盒饭钱去投资。

那样即使一次你赢了，也不值得提倡。因为你敢投一次以后，你就敢投第二次、第三次。但是每次都孤注一掷的话，那最终的结局肯定是以失败告终。所以广撒网是对未知的人和项目的一种测试。但是

你不能把全部的资金都投入到未知的领域。如果你看过孙子兵法，就应该明白这一点。孙子兵法重点在讲什么，其实就是在说不打无把握之仗。一场战争在没打之前，胜负就已经定了。

一切尽在掌握，这样才能去打，而不是在敌我实力都不清楚，粮草也没有准备妥当。一拍桌子就上去跟人拼了。这肯定是不行的。这一点是需要当我们大家注意的。下面我再讲一下第三个知识点。不要害怕机会。这个可能有些人觉得可笑，机会是好东西，怎么会有人害怕机会呢？

其实，害怕机会的人大有人在，为什么呢？因为抓住机会，其实也意味着你要跟现在的生活发生一个巨大的改变，这是很需要勇气的。乐观的人在危机里能看到机会，而悲观的人在机会里看到的全是危机。如果你想做一个强人，不仅要拿出勇气，抓住属于你的机会，还要设法去抢夺别人的机会。

如果你就是一个机会，一来就害怕。大的人该怎么办呢？首先我们要分析一下，你害怕机会到底是在害怕什么呢？其实你肯定不是在害怕机会本身，而是害怕自己做不好，害怕失败。经历过太多次失败的人，挫败感太强了。不想再打击自己了。

那是什么导致一个人做什么事总是失败呢？归根结底还是因为

能力不足。好了，现在找到了问题的本质，那就好办了。害怕机会的人，那就别把成败看得太重了。因为做一次就能得一次的经验教训。我们在此基础上，在不断的改进。只有这样我们才能成长，积累多了，练习多了，能力自然就提上来了。

我们要相信规律和方法，大自然都是靠着规律在运转的。人类生活也是肯定都是要遵循。规律来运转。我们就相信自己，只要遵循着让自己变优秀的规律去做，一定就是可以成功的。最后我再跟大家说一下如何寻找机会。我们平时要多跟那些有创造力的人交往，那些有创造力的人，通常总能够看到更多的机会。而他们的洞察力也会影响到你。

我有一个朋友，他就是一个非常能折腾的人。我记得体育彩票刚出来的时候，很多人还没听说过这个东西，他就已经开始研究彩票的规律了。虽然他买彩票，当时赔了不少的钱，但是后来他捣鼓出一个彩票的算号的软件。跟那彩票站的老板合作卖这个软件。

把买彩票的钱全都赚回来了。后来他自己又开了几家彩票站。做起了别人淘金，他卖水的生意。他还是我们本地最早学习 ae 的人，ae 是一种视频制作的工具，他用这个 ae ae，他免费帮本地的电视台做过宣传片。从那以后，他到哪儿都有了吹牛的资本，因此也接了一些视频方面的活。

还有许多类似的事儿。虽然总的来说，他失败的多，成功的少，但是我平时还是非常喜欢跟他聊天。虽然他天南海北的瞎聊，但是经过筛选以后，总有一些信息是有价值的。我十年前在我们当地开了第一家婴儿用品的专卖店。这个想法其实就是从 he 那里得来的。

多和这种喜欢折腾，喜欢研究新事物的人交往，这是一种让你看清隐藏在你周围的机会的捷径。只要你和他们交往的时候，有一定的甄别能力，到时候你就会发现他们一定会让你有很大的意外收获。好，最后我们来总结一下本课的重点内容。

第一，哪个创业者在前期都不会太轻松，什么是最好的机会？在别人休息的时候，你努力去占领市场，这时候你的优势才是最明显的。第二，百度在李教授身上投资一个亿，虽然损失了钱。但这件事做的并没有错。是不是机会呢？不试一试是永远都不知道的。

第三，就是要广撒网，多抓机会。第四。害怕机会是因为害怕失败。害怕失败是因为能力不足。第五，寻找机会的捷径是多，跟那些富有创造力的人交往。

第四章 项目选择心法

主要讲三个问题。第一个是如何找项目，第二个如何放大项目，第三个是根本项目不能丢。想赚钱就一定要做事。我们网络人一般不喜欢把做事叫做创业，而是喜欢说成是做项目。下面我们就先说如何找项目。

当你没有任何项目可做，自己也不知道有什么可利用的资源。这时候找项目最好的方法就是看广告。去看门户网站的软文广告，还有看报纸杂志上的软广告和硬广告。看大街上发的传单，看，甚至是电线杆上的小广告。任何你能接触到的广告都不要放过。

顺藤摸瓜找到他们的货源，分析他们的利润，他们的推广方法，最后复制他们。前几年我在大街上看到，有些人卖那种旧的古董和字画。以前我也总是发现，有些人卖一些奇奇怪怪的东西。我就很好奇，因为我看卖这些东西的人挺多，很多人在卖，但是却很少有人买看看热闹的人很多，但是真正买的人。我几乎一次都没有看到。这说明什么呢？说明他这种生意，他的单笔利润一定很高。即使一天成交一单或者几天才能成交一单，他依然能把这个生意做得下去。那天回家以后，我就上阿里巴巴去看这些古董和字画的货源。我这一看才知道，原来他们卖的这些都是假的，是用技术做旧的。

卖三百多的字画，成本只有十多块钱。当时我把这个项目在文章中还写了出来，有几个行动力比较强的人就去操作了。我记得有一个人是在贴吧，在贴吧里面卖。他后来赚了不少钱，还做起了培训收徒弟。暴利其实就是一个信息差。我们我知道底价，但是你不知道，所以我就可以高价卖给你。

我们做网络的肯定还是在网络上发现的项目更容易复制。前几年我在百度上看到一个卖装饰画的。他们在做那个竞价广告，做百度上的竞价。我就感到特别奇怪，因为这么贵的位置一般都是大公司或者是非常赚钱的产品，才能敢在这里投广告。他一个卖装饰画的敢做竞价，这说明什么呢？

说明卖画一定是很赚钱啊。我们遇到这样的情况，其实这就是一个信号，遇到了肯定就要研究一下。我去淘宝看了一下，然后我就明白了。一个画芯儿就是画里面的那张纸。大概是一块钱到两块钱，最贵也就是十几块钱。一个画框小的只要几块钱，大的也就是五六十。

画心和那个画框它组合在一起，就是一幅装饰画。价格至少能翻三倍，300%的利润。如果是做品牌的话，就可以卖到10倍以上的利润。这就是找项目的一个思路。看到别人做的广告，他可以投很多钱来推广这个东西。就说明这个东西一定是有足够的利润空间。

风水项目其实非常的简单。网上大多数人都是临时抱佛脚，都是现学现卖的。他们会不是说懂的没有，但是真正懂的人其实很少。在网上做营销的这些，多数都是半路出家，他们都是现学现卖。网上其实有很多在线算命的网站，还有各种软件。只要正常人，他不傻的人利用这些工具，就是给别人看风水，在网上来操作这个项目完全就足够了。

好，以上就是关于如何找项目的方法。说起来，不管是一个国家，一个公司，还是一个个人想发展的，想变强方法。基本上都是一样的，都是先模仿，然后根据自己的能力特点进行调整，站稳脚跟以后，再考虑怎么做出自己的特色。

最后，超越那些你曾经模仿的人。就包括那些现在我们看互联网上这些大公司，百度的搜索，淘宝的网购，腾讯的 QQ，还有当网微博这些。刚开始其实他们都是从模仿国外的网站开始。根据中国这些网民的特点，做出自己的特色。最后再超越曾经模仿过的那些外国网站，把那个对手给打败。

我们再来讲第二个问题。如何把项目做大做大项目呢？我这里给大家推荐几个方法。第一个是发现客户的隐藏需求。你的一个客户，如果你去分析他，你就会发现他在买你一个产品以后，他可能还会买你很多其他的产品，或者说你是卖服务，他还可能买你其他的服务。

但是很多人从来没有想过他们在买过之后。再介绍其他的商品给他们。如果你卖一款增高鞋。通过广告宣传等于是买来的这个用户，这个顾客。你完全可以在他买完增高鞋之后，再给他推荐一下增高药。如果你是做护眼仪，那可以考虑推荐防蓝光的眼镜，或者其他预防近视和视疲劳的产品。

如果你意识到这一点，能够向你的用户销售相关的产品，那就能很快的。使你的销售额，你的收入有一个明显的增长。这样你就是在用一种有系统的思维方式来增加收入。有些人可能会觉得，如果向用户推荐产品，担心这样会导致用户会讨厌你。

反倒失去了这样的这种老客户。这种担心也是有一定的道理。如果你胡乱的向顾客推荐产品，肯定会让顾客反感。让他失去对你的信任。但是有一点，如果你销售的和你推荐的这个产品是真正有用的，是一个真正的好东西，那么客户肯定就不会反感，反而会因为他的需求得到满足而更加的信任你。

因为他顾客他购买产品，他本质上都是想解决他一个问题。你推荐的产品一定是在帮助他更好的解决他遇到的那个问题。我们再来讲如何把项目做大了。第二个技巧就是优化关键环节。我们在做一个项目的时候，一定要多去观察分析你的整个营销系统中的每一个环节。

你必须要知道你的每一个环节都是在起什么样的作用。如果你连每个环节起到多大的作用都不知道，那你又怎么能提高效率和增加利润呢？对吧？这一点其实非常重要，我们每天都要做各种各样的事儿。但是如果你每天做一下总结，你就会发现，其实我们做的很多事情，虽然他浪费了很多的时间，但对于我们的收入其实作用非常的小。所以我们就要尽可能的找出最有价值的事儿。把更多的精力就用在这些有价值的事儿。

我们从那找出最有价值的事儿，把更多的精力就用在这些有价值的事儿。比如做 ICU 暂存的时候，发现哪些词带来的流量呢？质量高，或者哪几个网站收入高，就必须要加大投入。而那些收入非常少的赞和关键词，就要减少一些投入。如果这些网站。

占用你很多时间，导致你没有时间去优化那些收入高的站，那就必须要把这些不好的站果断的放弃掉。我们接着讲关于做大项目的第三个技巧。优化与客户的关系。如今做生意，获得一个意向客户的成本已经变得越来越高。所以我们千万不要只销售一次，就跟客户失去联系，一定要把客户牢牢的抓住。

通过各种方法要维护好这份关系。有营销专家，他研究他说争取一个新顾客的成本，是留住一个老顾客的五倍。一个老顾客贡献的利

润是新顾客的 16 倍。这个数据他不一定准，但是他意思绝对是没有错的。维护好老顾客，比发展新顾客更容易，而且更容易让我们赚到更多的钱。

现在有很多公司都是在用第一单亏本的方式，或者直接免单的方式去获取新客户。但与此同时，我们也能看到，有一些人却在白白浪费自己手中那些有效的客户名单。我们看腾讯，中国移动这些大的企业，他们总会在节日或者是你过生日的时候，给你发送一些祝福的信息。

以此来获得你的好感。但是这种它其实只属于弱关系的营销。如果我们去用，可能并不会会有太好的效果。我们应该用一种更有力的方法，真正的让我们的用户得到一些实惠的方法。比如在我们推出新产品的时候，提供一个老老客户优惠的政策，或者是在没事儿的时候，搞一搞抽个奖，给老用户送一送优惠券，也可以搞点低价的东西。只有老老客户有资格购买类似这种等等，让他们感觉到了自己在你这里很很受重视，这样才能真正的留住他们的心。接着讲如何做大项目的第四个技巧，优化和增加渠道。跟优化营销环节一样，我们一定要分析流量的入口和我们产品卖出去的销售的渠道，哪些流量渠道带来的客户价值更高。我们就应该加大这些渠道的投入。哪些销售渠道呢，产生的订单更多。我们也是要重点去优化这些渠道。

如果你的项目是通过 QQ 来获取流量，那么你也可以通过微信微博来获取流量。我们总是说想把项目做大，其实真正我们需要的并不是项目有多大，项目做的再大，不赚钱有什么用呢？所以我们问题的本源是其实是想多赚钱。做生意想多赚钱，其实只有两种方法，一种是增加单笔的利润，另一种就是增大销量。

前一种属于喝毒药解渴，肯定长久不了，必须是第二种，多积累用户，多销售产品才是正路，才是我们做项目的王道。所以我们下面要讲的关于做大项目的。第五点就是增加粉丝的数量。这也是我目前正在着手要做的事儿，也算是从我的实际情况中得出的一个经验。

我现在就是这样，在我的粉丝这个圈子里，无论我设计什么样的课程，购买的人，其实都差不多。我的粉丝他不太关注课程的吸引力，他们只是认可我这个人。我现在公众号上有将近 2 万的粉丝，其实卖什么课程收入都差不多。卖高价的话，买的人就少一点，卖低价买的人就多一些，总体收入相差无几。

所以我现在如果想在课程这方面提高收入最有效的手段就是增加粉丝。粉丝的基数大了，收入自然也就增加了。但是这个需要慢慢的去积累。因为我需要的是有忠诚度的粉丝，而不是那些低质量的对我不了解的。一个信赖你的人，你卖多贵他都觉得值。而对于一个陌生人来说，可能你的东西白送给人家，人家都不想要。

再说一下第六点，如果你想把你的项目做大，除了在营销技巧上下功夫以外，还必须要研究如何管理项目管理人网络营销的项目。我见过的太多了，但是这些年下来我发现项目研究到最后只有流程化，自动化、可复制化，才有赚大钱的可能。

这事儿也是我目前做项目的一个方法。那些无法做到流程化、自动化、可复制化的项目，我现在基本不会去做。这个跟前面我课程里面讲过的创造分工机会，道理是差不多仅仅靠一个人的体力，你就算是累死，也不可能比老板赚的多。只有让你的项目像一台机器一样自动的运转起来，你才能脱身出来去思考，去把一个项目复制出更多的项目来。

我帮朋友搞过一个电话销售的项目，租一个住宅楼的，一楼坐办公室。雇佣当地的年轻一点的女性做销售员，新招来的人经过一天的培训就可以上岗，上岗当天就能拿到订单，为什么呢？因为全部的流程都是设计好的，顾客打电话来，他提的各种的问题应该如何回答，都不需要销售员自己去发挥，不需要他去想，应该怎么回答。全部的话术都是有流程的，你只需要按照流程来就行了。

各种问题的解答都用那种 **AA4** 纸给他打印出来，在办公桌的周围，都给他贴的满满的。接电话的时候，一抬头就能看到。这样把一

个项目流程化以后，不仅可以提高效率，而且想再复制出一个团队是非常容易的。直接在网上订好办公桌椅和办公用品，招募员工就可以开始干了。

好，我们再来说一下如何把项目做得长久。我们在网络上生存，一定要有自己的根基。不能今天有项目做，收入就高，明天没项目，就是零收入。人一旦没有收入，就容易乱了方寸，心浮气躁。项目做不下去。越这样就越做不好像越没有收入，形成一个恶性的循环。

所以我们一定要有自己的根基，自己最擅长的那个项目不能丢。任何项目其实它都是越养越大。最好的项目永远都是那种需要积累，需要时间来灌溉的项目。年头越多，回头客自然也就越多。在维护好自己的根基之后，有了。稳定的持续的收入，才可以考虑那些。

我们遇到的比较好的短平快的项目，再向外延伸去赚点快钱。最后我想再跟大家讲一下，做事情一个非常重要的关键点。就是一定要专注，别让任何人打扰到你的节奏。真正做事儿的那些人，一定是自强自律的，需要别人监督才能做好事儿的人。

不可能把事儿真正的做好。坚持自己的项目，不要因为别人做什么赚钱了而动摇任何项目，只要你努力去做，都是有市场的。你做不好不能把原因归咎于市场不好，要多重。自身找原因，一个项目做不

好，你换到其他项目能做好的可能性也不大。

另外做项目还有一点就是要知道自己的目标用户在哪。我们不需要去服务好所有的人，我们也不可能服务好所有的人。你不能让你卖的衣服风格既适合胖子，又适合瘦子，那样只会让你的产品变得不伦不类。任何一个项目都不可能抓住所有的群体。有些人就是喜欢地摊货，有些人他就喜欢高端的货，各有各的需求，也各有各的市场，多好的项目不可能人人都会来找你买单。所以我们应该做好的就是服务好我们真正的那些目标人群。

第五章 人性操控心法

我们想赚不同人的钱，就一定要了解不同的人。可人又是最复杂的动物，想要了解一个人都非常难，更何况要了解千千万万的人。

做营销的人经常会提到一个词就是人性。但是人性到底是什么呢？很多人觉得人性是一个很神秘很难琢磨的东西。其实人性并不神秘。我们在营销上提到的人性分两种，一种是人性的需求，另一种是人性中的欲望，或者叫人性的弱点。

我们可以从经典的营销学、心理学，甚至是哲学中去学习他们的

研究成果，用科学的方法来了解人性，操纵人性。我们先来讲人性的需求。在人性需求这个问题上，有一个人非常的牛逼，他叫马斯洛，他是一个美国人。他把人性的需求像阶梯一样，从低到高，按层次分成了 5 种。

分别是生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。只有当下一层需求被满足以后，上一层的需求才会成为主导的需求。但这并不是说低层需求会因此消失，而是说一种需求得到满足后，另一种需求会变得更强烈。

在这些需求中，生理需求、安全需求和社交需求。这三个都属于是低级的需求。因为他们通过外部的条件就可以满足而尊重和自我实现的需求是比较高级的需求，需要通过自身的一些内部因素才能满足。而且在这个高级需求这一个层级的需求，它是无止境的。

马斯洛总结的五层人性的需求，如果通俗点来解释，那就是第一层是吃的饱，穿的暖。第二层是安全稳定，第三层是社交沟通，第四层就是赢得尊重，第五层就是自我实现。用一张图来表示，就是这样的。

图例：层次理论图



这个图上我们可以看出，每一个层级都像楼梯一样。这个就比较形象了，你不可能直接跳到最高的台阶上。必须从下面一层一层的走。也就是说如果你低级的欲望都没有满足，是不可能高级欲望的需要的。假如一个人同时缺乏食物安全爱和尊重，这种情况下，这个人会对什么表现出最强烈的需求呢？

人的需求是从底层到高层发展的，必须在满足底层的需求之后，才会去追求更高级的需求。所以一个同时缺乏食物安全，爱和尊重的人，他肯定是对最低级的需求，也就是食物的需求是最强烈的。其他需求在他饿肚子的时候，都会显得并没有那么重要了。

所以在这种情况下，这个人的意识几乎全被饥饿所占据，所有力量都被用来去找食物。在这种极端的情况下，人生的全部意义就是吃其他什么都不重要。只有当人吃饱了，从生理需求的控制下，解放出来，才可能出现更高级的需求。也就是对安全的需求。

一般来说。我们面对的顾客，什么样的层级的人都有。而每一个。每一个需求层级上的消费者对产品的要求也都是不一样的。所以我们要用不同的产品去满足不同的需求层次。不同的需求也需要使用不同的营销手段。所以根据五个需求层次，就可以划分出五个消费的市场。

生理需求是级别最高的需求，它生理需求包括食物、水、空气、性欲、健康，这些都是生理需求。简单的说就是关于吃喝拉撒、交配与生存的问题。人类首先是生物，求生欲是一切生物的本能，我们需要活下去，所以我们就必须要吃饭、喝水、穿衣、保暖，要必须有房子遮风挡雨。如果生理需求都得不到满足的人呢，他们什么都不会想，只想让自己活下去，思考能力。他的道德观念，这些都显得很脆弱。

当一个人极其需要食物，他饿的不行的时候，他肯定会不顾危险，不择手段的去抢夺食物。生理需求最典型的例子。最典型的一个产品，当然属于方便面。曾经的方便面广告，通常会选择冲击健康等这些角度进行去宣传。主要就是看准了当时在长途旅行中的人，因为他们坐长途车总是要忍受长时间的饿肚子。

所以在这样一种环境下，方便面的出现自然会受到人们的欢迎，因为它只需要一碗随处都有的热水就能填饱肚子充饥。因此受到热烈的追捧。所以对于生理需求这个层级的人，如果我们想赚他们的钱，并不需要我们的产品有什么特殊的功能。如果是卖馒头，不需要什么

花样，只需要买完拿起来就能吃，还要再大一点，让他能吃得饱，这就足够了。

还有一个比较典型的例子，就是肯德基的广告。如果你留意一下肯德基的广告，你就会发现它的广告一直都在强调一件事，就是肉很多，肉饼很大，吃起来很过瘾，很满足。讲到这里，我突然发现。这个微课上居然还可以发动态的图片，这样就方便多了。我发一下肯德基的广告的这个动态图。大家看看是不是我说的那样。

我们再来讲人性的需求中的第二个层级，安全需求。安全需求同样也属于级别比较低的需求。其中包括对人身安全、生活稳定以及免遭痛苦。威胁或者是疾病等的需求。需要注意的是，安全需求的它不仅限于人身安全与财产安全，还包括人们担心衰老、害怕昆虫、害怕害虫等等这些方面。

最早出现的护肤品，它并没有现在这么复杂，它就是最简单的凡士林。其实现在的护肤品也是以凡士林为主。凡士林作为主料，然后加入各种香料和化学品。更重要的是，加入各种概念。最早的凡士林只是为了让女人们在冬天干活的时候，手不开裂。

就是一个满足最基本的安全需求。但是现在冬天还需要在外面干活的女人已经非常少了，更多的是对保养有需求的这种温室里的女

人。所以护肤品也必须做出新的概念，去抓住女人最害怕的这件事就是衰老。所以你看现在的护肤品，它主打的概念一般都是抗皱纹、祛痘、美白这样的一些概念。

因为处于低层次的安全需求是长期存在的。因此商家们根本不需要教育消费者购买护肤品。因为这个需求是女人们在吃饱了肚子以后，肯定会产生的一个需求。所以护肤品也早已被女性们列为日常用品之一。为什么减肥药没有效果，而且对身体伤害还很大，但是销量却一直居高不下。

就是因为需求，因为人性商家不需要告诉女人减肥后的好处，不需要去劝女人减肥。因为女人们自己会去幻想。而且他幻想的比真实的情景都要好上 100 倍。商家只需要说明自己的产品能让你真的瘦下来就行了。同理，杀虫剂也是通过满足人类的安全需要安全需求而进行营销的。

通过不断强化这些害虫，这些昆虫是对人类有害的，这些害虫会带来细菌，带来疾病这种概念而让人们时刻感觉到自己受到害虫带来的安全威胁。必须用杀虫剂保证生活不再被害虫打扰，进而步入更高一级别的需求。所以想满足对安全有需求的这些顾客，我们主要考虑的就是这部分人，他们关注的是产品对他的身体的影响。

我们下面来讲人性需求的第三个社交需求。社交需求分为两种，一种是人与人的情感互动，比如亲情、友情、爱情，另一种是人与集体的互动，也就是我们通常所说的归属感。爱情需求在以前有一个很经典的产品，就是水晶之恋这个果冻。它通过将品牌与爱情相结合，将果冻定位成情侣之间的定情信物。

一下子让食物上升到了一个新高度，不仅好吃，而且还能表达爱意。人是群居动物，因此归属感是人类必不可少的社交需求。人们希望自己在某个群体有一席之地。这里的人有共同的价值观，共同的兴趣爱好。我们去看一下 QQ 群的分类就知道了。同一个地方的，同年龄的，甚至是同性别的，都可以建个群在一起聊天儿。

很多广告都是找到同类型的人来做文章。比如找一群有共同特点的人，都说我们都用什么什么，或者我们都选择什么。还有聪明的妈妈的选择等等，暗示你这个群体都选择了我们。你不选择的话，你就不是一个聪明的妈妈，你就是一个傻的妈妈。

我记得我小时候电视里总是播有一个广告，就是一句话，手机、呼机、商务通一个都不能少。他是我记得他好像是变换不同的人来说这句广告词，而且跟这些人都是一副成功人士的打扮。虽然我一直也不知道这个商务通到底是个什么东西，到底是干啥的。但是在我幼小的心灵里。

这个产品已经扎下了根，只有拿上这三样东西。只有拥有了手机、呼机，商务通了，才能证明了自己是成功人士。这都是利用人的归属感来做广告的手法，告诉用户，只有你用上或者你赠送我们的产品，你就能成为你希望的那种人。

在网络上，有很多喜欢网络营销和个人提升，就是喜欢学习新知识这个群体。他们这个群体有很多的这种社群，人脉群或者是资源群。其实这个群里面也没有什么实际的东西，但是还是有很多的人要往里面挤。因为一提起来。我跟某某这个大咖在一个群里说出来，就好像特别有面子，有社交需求的消费者，我们如果想赚他们的钱，就要满足他们对交际的要求。他们最在乎的是。

跟我一样的人都选择了这个东西。还有就是你这个产品。那是否能帮我在交际的场合提升形象？人性的需求中的第四层是尊重需求。被尊重就属于比较高层次的需求了。比如成就、名声、地位和权利的尊重，这个需求分两种，一种是自己对自己价值的认可，一种是别人对自己的认可和尊重。

尊重的需求又分内部和外部内部尊重指的就是自尊自信。在做事儿的时候，有实力能把事情办好。而外部的尊重指的是希望在社会上得到尊敬，有名声、有成就、有地位，被大家信任和有很高的评价。

典型的关于自信的案例是口香糖。

清新没有口气，自信的笑容，这些都是口香糖恒久不变的卖点。因为没有人愿意在职场上，在心爱的人，心爱的人面前，因为无法自信，自信满满的讲话而遭到别人的嫌弃。如果一个人已经到了渴望被尊重这个成绩，但是他的这个需求如果没有被满足，这种人就会出现一些共同的特征，比如变得特别爱面子。

或者是很积极的用行动来向别人证明了自己的能力。也就是说，这种人肯定会变得特别的虚荣。关于外部尊重的利用，那就是要打造奢侈品的概念了。LV 宝马、奔驰这些名贵的奢侈品品牌，他们最擅长做的事儿是什么呢？就是告诉大家能够拥有我们产品的人一定有品味，并且特别富有。一般人因为根本买不起。

因为被尊重的需求是比较高级的需求，所以满足这种需求的产品，一般来说都是非常赚钱的。当然我们是不可能生产出真正的奢侈品的，但是要想赚这个层级的人的钱，也不是没有办法。只要我们从满足这些人的虚荣心入手就行了。强调产品的与众不同。因为这些人根本不太关心产品的实用性，只关心产品所代表的意义。所以在我们可以用品牌，用进口产品，或者用限量版这些噱头来吸引他们。

买不起奢侈品，又想被人尊重的人，他们一般会怎么办呢？当然

是买山寨包。买豪车的钥匙到处去装一装啊。人性需求的第五层是自我实现的需求。这是最高层级的一个需求，是对于真善美和伟大的人生境界的需求。只有前面的四层需求都被满足以后，最高层次的需求才会产生。

自我实现这个需求层次的人，他们对产品有自己的判断标准，基本上也都有自己固定的几个品牌。所以这部分人我们是比较难接触到的。所以我们也很难赚到他们的钱。当然我现在的这个所处的层级，离伟大还是有太远的距离。所以我还没有参悟透这个层次。在我看来像耐克和苹果那样的企业，每当有新产品发布的时候，总有一大群人在门口排着长队等着第一时间买到他们的产品。

这样的品牌才能称得上是伟大的品牌。在经济学上，消费者愿意支付的价格，等于消费者需求的满意度。也就是说，同样的一双鞋，满足消费者需求的层次越高，消费者能接受的产品的定价也越高。也这就是为什么耐克鞋它比其他普通的运动鞋要贵那么多。因为他们满足的不仅是底层的保暖和安全需求，他还可以满足更高级别的被尊重的需求。

我再给大家发一张图，这张图也是很值得我们研究的。上面我们讲的是关于人性中的需求。下面我们再来讲一下人性中的欲望，也叫人性的弱点。好的营销高手，他这话说文案和模式都是直击人性的

弱点。它可以让吃货放弃减肥，让懒人专心叫外卖，让虚荣者满身挂满奢侈品。

人性的弱点其实有很多种。我觉得我总结的在我们的网络营销中，被利用最多的有 6 种，它们分别是虚荣、贪婪、懒惰、窥视、恐惧和情色。我们先来说第一个虚荣，这个很好理解，就是虚荣心。腾讯很多产品都是在卖虚荣 QQ 上大量的虚拟物品交易。红钻、蓝钻，各种钻 qq 会员、qq 秀 qq 的等级等等。从使用上来说，如果你不花一分钱，照样用 qq 该有的功能它也都有。但就是这些看上去毫无用处的附加功能，却成就了腾讯的商业帝国。为什么腾讯这么赚钱呢？你去分析一下他的产品，不管是卖 120 的还是卖 1200 的，对他来说都是可以零成本无限去卖的东西都是虚拟的。

我们要如何利用人们的虚荣心呢？我们前面提过的 LV 的包，它比别的包更好看吗？它比别的包容量更大吗？都不是的，它只是贵，它让背着这个包的人贴上了一个标签。背着这个包背着这个包的，都是有钱人，都是成功人士，都是白富美。

所以你看网上很多人在做收费群的时候，总是先把群里拉进来几个牛逼的大人物。然后宣传的时候，就可以说某某网络牛人也在我们这个群里年收入几十亿的老师也在我们这个群里，你加入了就可以跟他们在一起交流。其实能交流什么呢？真正的牛人哪有时间陪你扯

淡，只不过是满足一下你的虚荣心而已。

虚荣心其实卖的就是一个身份标签。你买了我的产品，我让你跟别人不同，我让你被周围的人仰视。再说一个例子。你肯定被人要求过，在微信上帮忙投票。有的是儿子，他儿子在幼儿园的萌宝大赛，有的是他女儿在舞蹈班评选什么人气之星。其实这就是一个利用人的心虚荣心赚钱的项目。

这种投票的程序，幼儿园自己是不会开发的，都是有专门的网络公司来负责技术。我曾经让一个本地的朋友去做这个项目，他只做了一年就买了两套房。这种程序其实它也非常的简单。对于懂的人来说，确实很简单。淘宝上十块钱买的微信投票管理系统。

现在我看了一下，网上免费的也有，去联系幼儿园和他们谈合作，你免费帮他们办活动，宣传推广。其实他们是非常高兴的，就算你收几百元的活动费用，他们一般也会同意。但是做活动的费用可收可不收无所谓。做这个项目的主要收入来自于刷票。

一般情况，冠亚军和前几名都是靠花钱买礼品刷上去的。正常情况下，每个人都可以一天免费投票一次。如果想多投票，想多拉票，就只能去拉亲戚朋友来帮忙投票。这个拉人的过程也等于是在帮我们的投票做宣传了。但是拉来人之后，他们还会发现还是比不过别人，

还是有人比他的票数多，那怎么办呢？

你想得第一，你想要满足孩子的虚荣心，那就花钱呗，美其名曰点赞助力。其实就是花钱刷票数。就像上面这个截图一样，你想给孩子刷多少票，只要买相应的点数就行了。你刷上去。刷上去以后，别的孩子家长肯定不服气，他也会买礼物来刷，那就拼爹呗。拼妈呗，看谁的爹妈更有钱。

他们拼的越来越劲，我们赚的也就越多，他们的虚荣心越强，我们的收益肯定也就越高。我们再来讲人性的弱点中的第二个贪婪。人们都喜欢占便宜，尤其喜欢免费，这个就非常容易操作了。用免费和低价的策略来吸引人的眼球。免费赠品，免费抽奖，免费试用装。

还有打折满 100 减 50，这些手段都是在利用人性中的贪婪爱占便宜。这里有一点是需要注意的，人们喜欢的不是便宜，而是占便宜。一副鞋垫儿一块钱多便宜，但是人们不会去抢购。因为这东西本来就值一块钱，人们并没有觉得自己占了便宜。如果是原价 39 元的保健概念的鞋垫卖一元。

人们才有可能去抢，因为一块钱买到 28 元的商品才是占了便宜。占便宜这事儿，说白了就是得到与付出与付出的比值增加了。人们喜欢免费的东西，所以免费是用来建立信任度，最好的方法，也是最

经常用来做抓钱的手段。

如果去深入研究，其实在心理学上来说，人们增强免费的东西的时候，并不是在增强那个东西本身，而是出于一种恐惧。恐惧自己失去了那些本来本该得到的东西。因为一免费就认为自己是本该得到的东西，它已经就是属于我了。但是我不去得到它就等于白白损失了。于是就勾起了人们对可能失去的这种恐惧。

假如现在有一个群入群，需要交费十块钱一年。这种低门槛的群，白让我进，我都不会进。但是如果有人拉我进一个 1 万元的群，他说让我免费进，那我可能就会动摇了。因为我要是不进，好像白白损失了好，损失了 1 万元，感觉亏大了。

如果我还是犹豫要不要进，假如这时候他再说，只给你一个小时的时间，或者说只有这一次的机会。如果你不进，以后就。肯定没有这样的机会了。这样我可能就不敢再犹豫了，马上就进了。因为这样机会错过了就不再有了，这就叫什么呢？这就叫限时免费。

这种用了限时免费的这个策略以后，免费的效果会变得更好，更有诱惑力。人性的欲望，第三个是懒惰，利用人们懒惰的心理来赚钱。最好的方法就是提供给他，能给他带来方便的东西。我们看一下方便面的销量就知道了，人们是多么渴望方便。即使你说方便面这东西没

有营养，即使你说它是垃圾食品还是阻挡不了它的销量。现在很多人喜欢点外卖，不管餐馆多脏，我都能忍，只要不让我下楼，不让我出去吃饭，只要你给我送上来怎么都行。人都喜欢别人帮忙做好一切，这就是人的懒惰的天性。如果你搞一个英语的培训班，你宣传的时候，如果说用三年的时间，用三年的努力帮你记住 1000 个单词，那肯定没有人来报名。如果你说三天轻松拿下 5000 个单词，那好，肯定有很多人心动懒惰可以让人失去应有的理智。人们会想，万一是真的，那岂不是爽死了？

第四个，人性的弱点是窥视。人都有好奇心，都喜欢窥探别人的隐私。前几天正好在做这个教程的时候，我在网上看到了一个新闻，是说范冰冰的弟弟。他发了一张付费后才能查看的照片，是在微博上，价格是 60 元。

新闻上说到他第二天早晨醒来的时候，一共有 80 万人付费。也就是说他睡了一宿觉的时间赚了 480 万。是不是感觉太气人了，他就卖了一张照片，就赚了 480 万。这些疯狂的粉丝，真是。太气人了。我要是发布一张照片，私密一点的照片，需要付费后才能查看。会不会有人愿意付费呢？

肯定也会有的，这就是人的好奇心对于别人的秘密有着无法控制的窥探欲望。我和范冰冰的弟弟，其实长相上可以说是不分上下他的

一张照片赚了 480 万，而我赚 4.8 块应该问题不大。人性的弱点。第五个是。恐惧。恐惧、害怕是人类和人性中的最大的弱点。害怕贫穷，害怕失败，害怕不认同，害怕孤独，害怕失去等等。因此恐吓营销成了很多商家常用的方法。

它之所以能有很好的效果，就是充分利用了消费者的恐惧这个心理弱点。我们常见的保险、药品、保健品，这些其实都经常会利用人们的恐惧心理来做文章，直接击中那一群怕死怕病的目标客户群。主要就是老年人。还有你的系统存在安全风险，请及时查杀。

这是杀毒软件最最常用的提示，就好像给人一种感觉，我们的电脑好像随时都在危险之中。还有孩子咳嗽老不好，多半是肺热。这个广告它给人的感觉就是好像我们不吃他的药，孩子的肺就要完了。还有一种是卖按摩器的，他也不从来不好好的卖卖按摩器，他非得让你觉得？你的颈椎已经快报废了。

卖保险的，他也不是去好好的卖保险，他非得让你在那个头脑中去过一遍车祸、死亡、癌症这些可怕的景象。还有怕上火喝加多宝，他想传达的就是如果不喝加多宝，那上火立刻就发生的事儿。还有就是类似于千万别让孩子输在起跑线上，这种言下之意就是说别的孩子都在用了。如果你的孩子不用，那你的孩子以后没有出息，那就是因为你没有给孩子买我们的产品，才让孩子输在了起跑线上。这种广告

的目的就是让家长感到一份深深的压力。

女人怕老，富人怕死，老百姓怕生病，这些都是自古以来不变的规律。因此相关的产品也永远都不会消失，健康产品永远就不会衰退，恐吓营销也一定会有他的生存空间。我们来讲人性的弱点中的第六个情色。色域在中国互联网上的应用主要是打擦边球。不管文章内容写什么，只要你配图是一张露肉的美女图片，点击率肯定就比平时高很多。

点开各种网站，我们经常能看到各种网络游戏的弹窗广告。广告上经常是一个衣着暴露动作，充满诱惑的美女，旁边还配着刺激挑逗的文字。本来游戏里也没有这些画面。但是他们花钱投放了广告，肯定是想尽可能多的让人点击进来。那什么样的广告内容是最吸引人的呢？当然就是情色。

还有一些社交工具本来挺好的一个聊天工具，被人冠以约炮神器的名头后，一下就火了。对于做网站的人来说，各种做色流的项目就更多了。dsy19911 做色流有些网络人认为是不入流的，像中国从事这条产业链的人，我那天还真看了一下，大概有 40 万人。他们对平台的破坏力是极强的。成了导致多个平台被垃圾评论

淹没，最终倒逼。我过去在文章中还透露过一个项目，就是挂上大量

55

的美女微信，通过附近的人来引流。最后什么话术都不用说，就呃

【朋友圈每日更新最新电子书籍 获取请添加微信：sm99878 备用微信：kc58567】最新最全

收红包，只收红包这一项，一个月就可以有 30 万的收入。

后来网络上做这个项目的人越来越多，大家还给这个项目起了一个名字叫微信站街。评测方面的项目，其实我是不建议大家去操作的。一个是竞争激烈，一个是有危险性。而且这方面的项目也不长久。在后面的关于暴力产品的相关课程中，我会教大家如何去发现更安全的可操作的暴利产品。

最后我们来总结一下本课的重点。人性的需求一共有五个层级，分别是生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。对于生理需求这个层级的人，我们如果想赚他们的钱，并不需要产品有什么特殊的功能。如果是卖馒头，不需要什么花样，只需要买完拿起来就能吃，还要再大一点，让他能吃得饱，这就足够了。

安全需求这个层级的人，他们关注的是产品对他的身体的影响。有社交需求的人，我们如果想赚他们的钱。就要满足他们对交际的要求，他们最在乎的是跟我一样的人都选择了这个东西。还有就是你的这个产品是否能帮助我在社交场合提高我的形象。

有尊重需求的人要怎么赚他的钱呢？很简单，只要从满足他们的虚荣心入手就行了。自我需自我实现需求的人，他们对产品有自己的判断标准，基本上也都有自己固定的几个品牌。我们是比较难接触到

这个群体的。人性的弱点人性的弱点有我们在营销中常用的是有 6 种，分别是虚荣、贪婪、懒惰、窥视、恐惧和情色。

第六章 高效学习心法

读书多少跟收入有关系吗？有的人说没关系，因为很多没文化，没读过书的人照样开公司赚钱。

而很多读书人却还要给他们打工。所以有很多人都相信这种读书无用论。其实这个问题是不需要争论的，因为我们不能拿个别的例子来得出结论。如果是看所谓的成功人士的比例，肯定还是读书多的，最后取得成功的人更多。而读书少的呢，肯定是穷的比较多一些。还有一个误区是读书其实跟学历它并不是一回事儿。有很多人只是退学了，但是在退学以后，其实是比那些学历高的人，他还读了更多的书，而且他们都是选择自己喜欢的书来读。这样他的学习效率反而是更高，因此他们也非常的成功。比如韩寒、罗永浩，还有曾经的首富比尔盖茨。

他们都是退学了以后，反而读了更多的书，最后取得了很大的成功。每个人读书的目的都不太一样，但大致可以分为三种。第一种是娱乐和消遣，第二种是获取信息，第三种是想帮助自己的心智成长。

一本娱乐消遣的书，能带来一时的愉悦，但是除了短暂的愉悦以外，你不能再期待他能给你一让你有更多的收获。

第二种，为了获取资讯的阅读，除了能让你的阅读数量变多，其实它的本质跟消遣是一样的。它也不能帮助你的心智成长，对你不会有什么提高。只有通过高质量的阅读，才能让我们的心智和能力有所提高。所以我们还是要多读专业的书和经典的书，而且要反复的读。

我有一个表哥，他从中学的时候开始，就特别喜欢看小说，武侠的、言情的，科幻的各种的都喜欢看。现在他应该也有四十多岁了，还在看那网络上的小网络小说。但是他现在的言行举止，一点儿文化人的底蕴都没有，为什么呢？因为他虽然是读了三十多年的书，但是都是那些没有任何营养的快餐文学。

所以读书一定要注重质量，读一千本烂书也不会让人有什么心智上的提高。反而读的越多读的越深。让人变得更少。那么如何找到专业的经典的书呢？其实这个很简单。有一些网站，豆瓣，比如知乎当当网，把这三个网站结合着用就可以了。

那么，如何读书才能最有效的学到知识呢？我这里给大家提供两个方法，一个是提问题，一个是记笔记。提问题就是我们要在看书的时候，主动的给自己提问题，并在阅读书籍的过程中尽可能的找到答

案。提什么问题呢？一共是四个。

1、整体来说，这本书到底在讲什么？2、作者重点说了什么，怎么说的。3、这本书说的有道理吗？是全部都有道理，还是只有一部分有道理？4、这本书跟我有什么关系？我也就是说我要如何应用这本书当中的知识呢？

在我们读书的过程中，要时刻想着如何回答这些问题。这些问题你能答得上来一本书，也就算是吃透了，读透了。一本有深度的好书。其实我们往往不是读一遍就能全部读懂的。所以隔一段时间再读第二遍。或者甚至是第三遍的时候，还是要问自己这四个问题，到时候你就会发现你一定会有更大的收获。

我们再来讲第二点，记笔记。有些人特别爱惜书。看书从来都舍不得择业，舍不得在书上乱写乱画。但是你看那些很牛逼的人，他们在。分享读书经验的时候。都喜欢在书上乱写乱画。有的干脆把好的内容直接剪下来，收集起来。

在书上做笔记，其实是非常有利于掌握书上知识的。因为边读边思考思路，一直没有离开书。在书上把重点的内容画线或者是画圆圈，怎么样都可以。以后再拿起这本书的时候，一下子就能找到重点的内容了。不仅要自己记笔记，还要去豆瓣上看别人的读书笔记。结合起

来看，你肯定会有很多新的收获。豆瓣上厉害的人其实很多。

每当我有我看不懂的书和电影，我都会到豆瓣上去看一下别人的书评或者是影评。我发现在那里我总能遇到高人。我现在看书基本上都是用 kindle，kindle 是亚马逊设计的一个电子书阅读器。它上面就可以直接的记笔记，不需要用纸和纸和笔了，也不需要再单独准备一个手机什么的。如果是你在他那个上面买正版的电子书，还可以看别人共享的笔记和别人标注的重点内容。

我不建议大家用手机看电子书，因为太伤眼了。我们做网络的人一定要注意保护眼睛，因为我们用眼用的实在是太多了。哪怕买一个入门级的 kindle，也要比手机强了强百倍。kindle 是水墨屏，看书的时候，他那种感觉跟实体书是差不多，对眼睛的伤害非常的微小。

现在我家里一共有三个 kindle，我们三口人，一人一个。我可以说算是 kindle 最忠实的用户了。但其实算起来也没有多少钱，三个加一起还不如一个手机贵。我听过很多人说不读书是因为太忙了，没有时间读书。其实没时间读书，这是最典型的一种借口。其实这个借口根本就是站不住脚的。

我们每天都有很多的碎片时间。这些碎片时间如果能利用起来，用来看书已经足够了。我们要养成必备枕边书手边书的习惯，书放在

最方便的地方，随手就能拿起来读。其实说没时间的人，并不是真的没时间，多半是因为根本不爱看书，所以才找借口逃避。不爱看书，又想提高自己，该怎么办呢？

大家可以用一种简单的暗示法。告诉自己只读五分钟就行。再不爱读书的人，读五分钟，肯定是没有压力的，很容易就做到了。这个方法的好处是什么呢？一般来说我们拿起书不可能只读五分钟。通常拿起来以后就会读更长的时间。稍不留神，15分钟就过去了。

就算是真的只读了五分钟，那也没关系。读五分钟，那也是有五分钟的收获。每天早中晚各读五分钟，一年也有五千多分钟的阅读量。这已经超越了大部分的中国人的阅读量了。我在网上看到，我一个人讲他背单词的经历，他的经历让我记忆犹新。

我们也可以用它背单词的方法拿来用在我们读书上。这个人叫李笑来，当年他为了进新东方教书。必须要通过托福和 GRE 的考试。需要背两万多个单词。一开始他觉得这根本不是人干的事儿，两万多个单词，这是不可能完成的任务。

他花了一下午的时间，琢磨有没有什么办法能把背单词这事儿赋予一个重大的意义呢？很快，他就想到了一个考过托福和 GRE 拿到高分，然后去新东方教书。据说在那里教书可以年薪百万。那么一个单

词就相当于 50 块钱。他一想这个爽，结果原来计划刚开始是先每天背 50 个单词，先适应一段时间，让他想到每个单词值 50 块钱。这一层他马上决定不行，第一天就要备 100 个，先赚他 5000 块，先赚 5000 块钱再说。

到了第二个月，他还觉得有点不过瘾。于是他就开始每天备 1 万块钱的。是的，是，觉得也不是很难。虽然后来年薪可能没有达到 100 万，可是收入折算到单词上也是很可观的。我们读书也可以用这种方法，经典的营销书籍，比如科特勒的营销管理一本书，如果你能啃得下来，对你的人生来说至少也是 100 万的价值。那么换算成业这一本书，一共是大概七百多页。那么你读一页书就相当于赚了 1388 元。

怎么样有动力了吗？这本书有那么高的价值吗？我可以告诉你，能读懂这本书的人，操作一个微商品牌或者是运营起来几个天猫店简直易如反掌。爆款什么的，那简直就是太小的小儿科。这样的人一年赚 100 万还难吗？好，我给大家推荐几本书。

其实好书非常多。这个世界上的好书，我们可以说永远都读不完。所以还是应该把有限的时间用来读最好的最经典的作品。下面我给大家推荐的这些都是我的枕边书。都是我决定用一辈子的时间来反复的去读的书。这些书。都是比较难读的。

经典的好书其实都很难读，因为它不是简单的在讲一个故事，它的里面都是有很深的道理，而且常读常新。我给大家推荐的第一本书就是刚才我提到的营销管理。它的作者叫科特勒，这是一本很厚的书。说实话到现在我已经读了好几年，还是没有读完。

但是这本书绝对是好书。在这本书里。你可以找到一切营销技巧的根源。市面上那些营销类的畅销书，其实就是把他的把科特勒的理论拿出来一张进行包装一下，然后找一个会讲故事的人，来把里面的内容写的通俗一点。这本书是一个。

我觉得是一个营销人他。必须要学习的基本功。但是我们这个年代，愿意把基本功练扎实的人太少了。这本书让我明白了营销学的本质，其实就是心理学。营销学简单的说就是洞察客户的心理，然后去满足客户的需求。我们想赚一个人的钱，就一定要想明白这个人他想要的是什么。

当然我们每个人的学历阅读量都不相同。如果这本书你觉得读起来有些吃力，读不太懂，那可以先读，稍微好理解一点的。稍微好一点，好理解一点的。中我推荐的是消费者行为学。这本书相比来说就容易理解的多了。如果你还是觉得读不懂，那可能是你平时对营销和心理学方面的知识接触的比较少。不过也没有关系，你可以去读，别

做正常的傻瓜。

这本书就要轻松多了，读起来也很有趣，非常的通俗易懂。我觉得只要是识字的人，都可以读得懂。话又说回来，如果你能读得懂营销管理，那么还是要去读这本书。因为它是最经典的，其他的都可以不看。另外的两本消费者行为行为学和别做正常的傻瓜。

我推荐他只是给基础稍微差一点的人提供一个过渡的台阶。读完了两本轻松的有了一些基础。最后还是要回来再读营销管理。因为在你看懂了科特勒的这本营销管理以后，那些什么长尾理论，什么定位，什么蓝海战略，世界是平的等等。这些书你就会发现他除了案例比较新，比较有意思的一点以外，其实都是他的理论的基础，都是出自营销管理的里面。

接着推荐下一本书。第二本我推荐的是经济学原理。他的作者叫曼昆。经济学就是研究钱的。如果你想只读一本研究钱的书，那我就推荐你读这本曼昆的经济学。这本书有的是很厚的一本，分成两部分。还有的是直接用做成两本书的形式。

我们读这本书，没必要像大学生一样去记里面的公式、模型这些东西没有不需要。我们重点是要搞懂这本书中十大原理。因为这本书的整个框架就是围绕十大原理来写的。其中那些令人眼花缭乱的公

式，我们可以忽略。但是书中的每个章节，每个例子。

都可以归到哪个原理之下，这是我们读的时候应该去思考的问题。我给大家推荐的下一本书是关于哲学的书。这本书叫中国哲学史，它的作者叫冯友兰。哲学就是人生的智慧，教我们如何的去为人处事，教我们认识人，认识世界，认识了我们自己。

有名的哲学家有很多经典的理论，那就更多了。这本书就是把中国最好的哲学家和他们的理论做了一个梳理。讲解的非常的通俗易懂。这本书相当于是一个。我们学习哲学的引路人，他向我们展示了在哲学方面有很多条路。你喜欢哪条路可以？再走进去进一步的深入学习。

我给大家推荐的下一本书是关于哲学的书。这本书叫中国哲学史，它的作者叫冯友兰。哲学就是人生的智慧，教我们如何的去为人处事，教我们认识人，认识世界，认识我们自己。有名的哲学家有很多经典的理论，那就更多了。这本书就是把中国最好的哲学家和他们的理论做了一个梳理。

讲解的非常的通俗易懂。这本书相当于是一个。我们学习哲学的引路人，他向我们展示了在哲学方面有很多条路。你喜欢哪条路可以？再走进去进一步的深入学习。下面我向大家推荐的是两本书。孙

子兵法和三十六计。这两本书经常被捆绑在一起。

我买的第一个版本是我在上大概上中学的时候在地摊上买的名字就叫孙子兵法与三十六计。这两本书都是讲战争的。但好的思想肯定又不仅仅局限于战争中，我们的项目，我们的人生又何尝不是一场战争呢？这两本书中的精髓，全世界都在学，但是中国人真正掌握孙子兵法和三十六计的人，其实并不多。这就是熟悉的地方，没有风景，太熟悉了，太容易得到了。反而让我们觉得他好像也没有什么价值。

孙子兵法讲的是大方向的策略，而三十六计它讲的是具体的方法。我们平时在遇到人或者遇到什么事儿的时候，其实任何一件事只要你去分析，你都可以把它归类到三十六计中。平时我们多注意分析和归类这些事。你就会发现，这是很有趣的一件事。

当你读了很多遍的孙子兵法和三十六计以后，如果你真的明白了这本书，这两本书中讲的东西以后。那些在你面前耍小聪明的人，玩套路的人，在你眼里就像小丑一样。他们在你面前几乎就是透明的。他们说话做事的目的，在你眼睛里看的可以说是一清二楚。

最后向大家推荐的这本书叫周易。我们都知道，孔子很牛逼，但是孔子曾经说过一句话，他说假如让我再多活几年，我就能读懂这本书了。他说的这本书就是周易，也叫易。周易，他是非常非常难读得

懂的一本书，除非你是天才，否则你不可能都读得懂古人写的东西，需要很强的联想能力，而联想能力需要的是大量的生活阅历来做支撑。有些道理你怎么想想破脑袋也想不明白。但是一旦你经历过一件事儿，经历过那一种类型的事儿，你一下子就明白了。所以在读这种书的时候，遇到想不通的地方，我们可以就不要再去想。有些问题需要留给时间去解决。

以上就是我要跟大家推荐的几本书，虽然不多，但是他已经这些书已经足够你用一生去读去学习了。其实谈到读书，我们最大的问题往往并不是读什么书。最大的问题其实是我们也知道读书有好处，但是就是不喜欢读，读不进去，那该怎么办呢？

不喜欢读书的人，其实还有一个很好的办法，就是在网上听书。或者在网上找精华版来读，比如用书名加上几分钟这样进行搜索。大多数经典的书都能找到，几分钟就能读懂什么什么这样的音频或者文字版。另外还有猜书，网上有很多猜书的团体会把书中的精华内容，以及在现实中如何进行具体的应用都给总结出来。

其实这些方法都是一些捷径，等于是让别人帮你读书，效果肯定不如自己去读。但是如果他这种方法跟完全不读书比起来，肯定又比不读书要好上很多。所以实在读不进去的人，我推荐用这些方法。关于读书的方面，我们就讲到这里。对于一个成功的。

商人或者是网络人来说，读书学习肯定是必不可少的。但是除了读书以外，我们还应该从更多的地方学习世事，洞察皆学问。下面我们就再来讲讲除了读书以外的学习途径。我主张的是向实践学习。实践是什么呢？就是真正的去做事，去向你的同行，向你的对手，甚至是你的敌人，向他们去学习。

当你想从事一个行业或者需要做一个项目，一个生意，你没有经验，你是个外行。这时候你最快的从外行变成内行的方法，不是去上学，也不是去看书，而是去进入到这个行业里面去干活。可以是打工，也可以是做学徒。你在商场做三个月的销售员。

你所学到的销售技巧比你在书本上读一年的销售经验都管用。一个人在街上每天跟人打架，打了一年，另一个人整天看武林秘籍，看了一年。这两个人如果在一起对打，谁会赢呢？肯定是实战派会赢啊。如果一个人既在街上打了一年，又每天看书研究武术理论，那这个人肯定又比光实光实战的人厉害了很多。

假如你想开一家婴儿用品专卖店，你是外行，不知道婴儿，婴儿都需要什么商品，也不知道如何跟婴儿的妈妈们的关系，更不知道这一行有什么不为人知的内幕。这时候你最好的选择就是去找一家婴儿店打工，干上两个月你就什么都懂了。

这比你花上几万元的加盟费，学到的一些理论知识，实用的多。你懂了这个行业以后，你不管是做加盟店还是自己去进散户，你都是以一个内行的眼光在做选择。这是入行的技巧。那么入行以后如何成为你这个行业里面的高手呢？

我有一个亲戚，他是从农村出来的，开了一家烧烤店，他经营了一年多，生意始终是不温不火。因为这个肉串它烤的很一般，不好吃，也不难吃，平平淡淡。总之就是没有特色。他其实也很想把肉串的口味做好天天的研究。天天实验各种配料，在网上也找了很多的配方，但是始终没有找到最好的口味变来变去的，把很多回头客也都折腾没了。

本地有几家特别火的烧烤店，那肉串的味道烤的确实是好吃。同样的价格谁不愿意选择口味更好的那个店呢？我跟我这个亲戚说，我说你不用去网上找那些配方，你就研究咱们本地最火的那几家，把他们研究好，研究明白了就行了。网上的配方也说不上是南方的还是北方的，吃的这个东西，说别说是南北方，就是嗯每个省它的味道，喜欢的口味也都是不一样的。

我建议他在本地选一家，他认为比较容易模仿的，他就直接去模仿这一家就行了。本来你的身边就有干的很好的，你不去学却去跑很

远，跑网上去学那些不靠谱的配方能有什么用呢？但是他说我们本地的做的好的那几家，他都研究过了，但是就是做不出来人家那种味道，人家肯定都是有特殊的配方。如果人家不告诉你，他的意思是，我们自己肯定是研究不出来的。

我就说那你干嘛不去花钱去买他们的配方呢？我的亲戚，他就觉得人家不会卖，不可能把配方卖出来。我就跟他说，我说现在烧烤店这么多，烧烤的师傅，到处都有老板，即使老板不卖，那你可以等烧烤师傅下班的时候，偷偷的跟他谈。他一个打工的钱放在他的眼前，他不可能不要。

我在这个群里，他听了我的话，最后花了 3000 块钱搞定了——一个烧烤师傅，买来了配方，3000 贵吗？在我看来，简直太便宜了。如果生意真能做好恨不得一天可能就把这 3000 块钱赚回来。有时候人总觉得自己。自己所做的这个行业里的高手，行家他们都是非常高傲的，不会被金钱收买的。其实并不是这样，他们也都是普通人。

也都需要赚钱养家糊口。可能你研究很长很长时间也研究不出来的东西，你自然就觉得这个东西肯定特别珍贵。其实也许在别人眼里就跟开车一样，不会的人觉得很难，会的人根本都不觉得开车是个什么特别的手艺。这就是我要说的第二点，跟行业内的高手去学习，不要总是自己埋头研究。就算你一年能研究出来，但是这一年你要耽误

赚多少钱，很多人都不知道计算时间成本。一般的生意一年不赚钱可能就倒闭了，东西还没研究出来，生意已经垮了。

花钱买别人的经验，买自己的时间。我觉得这是最好的投资。下面我再跟大家讲一下我认为的一种最轻松的学习方式。什么是最轻松的学习方式呢？那就是找到那些我们值得学习的对象，值得学习的人，跟他们成为朋友，同事，成为合作伙伴。总之尽一切办法跟他们多接触。这样你就可以在耳濡目染中，不知不觉的从他们身上学到很多东西。

近朱者赤，近墨者黑。环境对一个人的影响是巨大的，所以要尽量去融入到能给你带来能量，带来进步的环境中。那么，什么样的人才是值得我们学习的人呢？我自己比较喜欢的人，他们一般都有以下几个特征。第一个就是做事喜欢长期的坚持和积累。第二个是能在某个某个领域或者某个圈子里建立自己的人脉，跟很多人都有合作关系。第三个是曾经逆袭的人，就是他本来特别穷，但是后来通过自己的努力成为了有钱人。

或者本来是混的特别失败的一个人，就最终取得了一个很成功的结果。或者本来他身份他的地位、资源能力都处于绝对的下风。突然他努力战胜了比自己强很多的对手，或者他完成了一个几乎不可能完成的任务。第四个。是专注的人。一开始他专注于某个领域，或者是

一件小事，步步为营，最后越做越大。

如果你能跟这样的人混在一起，你想不变的优秀都很难。就像我们都不让自己的孩子去跟坏孩子在一起玩一样。因为人肯定都是会受到身边人的影响，这是自然法则，不以人的意志为转移。最后我再简单说一个关于学习的心得，也是我认为最重要的。那就是无论我们做什么事，最终都要向实践学习。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。不管你从什么渠道学到多么有价值的知识，如果你不去执行，不去真刀真枪的干一场，那再有价值的知识也都是垃圾。知识各种各样的知识，就像武器，刀枪剑戟哪个更厉害呢？当然是适合你的，你会使用的他才是最厉害的。

去使用，去体验、去失败，去总结，最终才能有胜利。

第七章 营销心法

帮助三亿多人，提到网络营销和网络推广，网上铺天盖地的都是seo，email 营销，qq 营销、软文营销这些。这些传统的推广方法。在网络上的课程也非常的多。做网络的人也都知道大概的方向。做的

好与不好，无非就是执行力的区别。

今天我们这节课要讲一点不一样的东西。目前的网络环境，如果从我自身的经验来看，我现在非常推崇的一种方法是找到有影响力的人，让他帮我们来推广。有一本书叫引爆点。他讲了一个制造流行的方法。其中最重要的一点。

就是叫做个别人物法则，什么意思呢？就是说一件事情或者一个商品它开始被大众关注，开始流行起来肯定是从个别的有影响力的人开始的。比如说网上有很多网站都是从内行人的开始使用分享带动普通用户来跟随，然后才开始流行起来的。这样的网站有很多，比如知乎求是百科简书，都属于这种类型。

这两年来找我写软文和发软文的人也越来越多。但是我一般都不给他们发，除非关系特别好的朋友，实在是没有办法拒绝的。我不发，没有关系。网上其实有还有大量的这种公众号，还有微博上的意见领袖，他们很多都是只要给钱，什么内容都可以发。

我分析了一下这些发广告的人，他们用这种方法，他们用这种操作方法卖的产品大部分都是培训类的，和还有做会议营销的。凡是用这种方法来推广的，你去分析一下，就会发现他们的盈利其实都很可观。以软文的形式来推广，有很大的好处。

只要你找的这个有影响力的人，他是。如果真心在帮你推。他把文章写的好一点，粉丝根本不知道，这是广告，只是觉得这是我的偶像认为好的东西。那我肯定要捧场，就算不买也会帮着去分享。以此来带动更多的人来参加。泰囧这部电影我们大家肯定都看过。当年他的票房是 11 亿，我们不可否认的是他拍的确实不错。但是我看过专业人士分析泰囧这部电影的流行。

流行起来的因素，其实泰囧首先应该感谢的人是和菜头。因为这部电影是他首先写了一篇影评，然后带动起了流行的引爆点。现在我们在百度上输入泰囧和菜头。还可以看到这篇影评。他这篇影评的标题是，终于有一部真正的贺岁片了。

我看过这篇影评文章不算长，也没有什么华丽的文笔，但是他在文章中表达了一个态度，就是这部贺岁片很好看。和菜头的粉丝群体以白领和文艺青年还有知识分子居多。你看他的公众号，篇文章都是 10 万加的阅读量。他在这群文艺青年和白领中的号召力是非常强的。和菜头算是他们的偶像，偶像觉得好，那这群人肯定也跟着喜欢爱屋及乌。

如果一部电影能得到这群人的分享，哪怕只是讨论，那票房注定是不得了的。那么要怎么跟大 V 谈呢？其实什么都不用谈，直接问价

格就行了，他们会给你报价了。因为他们也都是靠这个吃饭的，不要觉得那些有影响力的大 V，都是不食人间烟火的神仙。

其实也都是赚钱吃饭，赚钱养家。都是普通人。只要你舍得钱，他们多数都会达到你满意。但是你要是舍不得钱，那你肯定就没戏了，跟大伟谈感情。讲你自己的多不容易，讲你的悲惨的身世。让他们帮你一把，这样是不太现实的。

一定要舍得花钱，舍得舍得，有舍才有得嘛。下面我再讲一下关于在网络推广中的免费和付费思维。以前我写过一本电子书叫零成本网络推广，讲的都是不需要花钱免费的推广方法。我发现现在也有很多人还在操作纯手工的推广方法。比如加很多的 QQ 群，微信，加好友，换群贴吧、发帖、顶帖等等这些。

这样的项目。只要肯吃苦，效果也是不错的。但是我现在不太建议大家去做真正的零成本的推广。在过去我写文章常常提到自己曾经一分钱都没有花，就达到了一个什么样的推广。很好的推广效果。现在想想，这种追求零成本的思路，其实是有一点个人的英雄主义，真的不值得去提倡。

这有点像一个战士为了出名，赤手空拳在枪林弹雨中跟敌人战斗，以此来引起别人的注意。虽然他可能在战场上也能杀几个敌人，

但是他却忽略了，如果他拿上一件趁手的武器，肯定可以消灭更多的敌人。所以我现在推崇的是，如果你有一个很好的免费推广的方法，那你一定要在免费的推广思维上，尽量想办法去投入资金，增加效率，增加速度。

放大效果。前段时间有个朋友问我，贴吧顶帖的技巧。我直接就告诉他，你不要研究了，直接花钱买软件了，哪怕遇到几个骗子，损失点小钱儿。但是终究还是能买到好用的。能找到一个好软件，就算损失几百块钱，那也真的不算什么。研究软件的人，他们比你更熟悉贴吧的规则。他们的软件在一次次调整和升级中已经积累了大量的经验。

当你有了好用的软件，就如同赤手空拳的人配上了一挺机关枪。那战绩提升的何止是几十倍。这个朋友又问我，那养号怎么办呢？我说。也是。直接去买别人养好的号，你自己一个一个的养。等养到猴年马月。这期间，如果你开始操作十倍的钱可能都赚回来了。免费推广，它不容易做大，它有很大的局限性。所以我还是建议大家，还是要变换一种思维方式，尽量的。把免费推广。把你的好方法去放大效果。至于如何如何放大，我后面还会再详细的讲。

现在我们先来讲一下免费推广对应的付费推广。付费推广其实比免费推广容易的多，前提是你要有资金。还有一个。比资金更重要的

东西，那就是胆量。付费推广最主要的方式有三种。第一个是就是我们比较最常见的直接做广告。

第二种就是间接，间接的做隐蔽的软文广告。还有第三种就是做新闻源。严格的说，新闻源也是软文的一种，只是把软文以新闻的形式发到腾讯搜，搜狐这样的大门户网站上。两种不能说哪种效果更好，因为都有人做的非常的成功。

如果你想做一个真正的商人，其实什么漏洞和偏门的方法，都不需要去研究。就把广告这件事研究透。那么你的事业一定就可以越做越大。为什么呢？因为广告这个东西是做生意的一条正路。理论上来说，广告带来的收入是没有边界的，钱是永远赚不完的。

付费推广想要做成功，最重要的是什么呢？其实各种方法和技巧都不重要，付费推广最最重要的一条就是测试。测试包括数据的分析，环节优化。就是我们常说的要把钱花在刀刃上。测试不仅是测试投放广告的渠道，还要测试不同的广告图片和文案。很多时候文案里只改变一个词，就可能带来完全不一样的效果。

这里我给大家推荐一本书，叫一个广告人的自白。这本书的作者叫大卫奥格威，很厉害的一个，他当过厨师、推销员农夫。38岁的时候，在没有文凭，没有客户，只有6000美元的情况下，他在美

国纽约创办了奥美广告公司。

对广告有些了解的人，应该都听过澳美这个名字，它是全球最知名的广告公司，非常的厉害。这本书就是他的创始人的自传。从他的成长经历中讲，他是如何一步一步成为广告大师的。还有一种非常好的推广方法，叫做病毒式推广。

病毒式推广是什么意思呢？就是说通过提供有价值的产品或者是服务。让大家告诉大家，简单的说就是想办法让大家帮你来推广。其实这跟传销拉人头是非常像的。一个用户来了以后，你不管是靠说服他还是靠给他好处。总之要用尽办法让他帮你去推广，帮你去分享你的东西，帮你拉来更多的人。更多的他拉来的更多的人再拉来更多的人，这样就形成一个人越来越多的系统。

当然思路是这个思路，但是我们真正做病毒式推广的时候，其实跟传销是一点关系都没有的，只是它的传播方式跟传销很像。你比如说前几年我常用的联署系统就是这样的联署营销系统。我想卖一个产品或者一个课程，我可以说谁帮我卖这个课程，我就给谁分一部分的钱。

就会有很多人去帮我推广这个课程。推广来的人也会有一部分人再去推广。其实核心就是这么简单，这就是病毒式推广。而连锁系

统就是一个帮助我统计谁帮我卖出去课程的这样的一个系统。自动分钱给这个人。这种系统，过去我们都要自己去开发，或者找别人来写，程序，很费时费力，现在相对就容易的多了。很多。论坛程序和广告联盟，还有现在很火的各种微课，其实都自带了联署营销的功能。我们只要设定好佣金的比例，就可以让用户去推广，去拉人了。

我曾经专门研究过一段时间的病毒式营销，还写过一本电子书名字，名字叫读营销。有兴趣的朋友可以自己去下载看一下。我这里免费送给大家。我把链接下载的链接地址发到屏幕上。还有上面这个思维导图，就是我当时写这本书的时候做的。

下面我把这本电子书的核心内容简单的讲一下。正常来说，做病毒营销。要在内容上下功夫，围绕猎奇、感人、认同感、有趣、干货这些点来做内容。以此来引起网民的主动分享。大公司都是这样的套路。而我们不可能像大公司有那么多人来策划有创意的内容。而且就算真的做出来一个我们自认为很好的内容，也未必就能被大众网民所喜欢。所以对我们来说需要用更有效更直接的方法。而这个方法，我把它叫做利诱。什么是利诱呢？就是用给用户分钱或者给其他好处的方式去诱导用户分享。想一下人们为什么要传播一个视频给自己的朋友，这个举动一定有一个驱动力。也许是因为搞笑，也许是因为感动，也许是因为跟自己的价值观正好吻合等等。所以我们只要给用户一个传播的驱动力，用户才会去传播。

做网络这些年，我自己也设计过很多次病毒营销的推广。我总结出的我们这些草根网络人所能给予用户最大的传播驱动力就是利诱，用利益诱惑的意思。具体来说，什么是利诱呢？本来卖的很贵的一个东西，你帮我推广，我就免费送给你，这就是利诱。大家一定要记住这两个字。

这是我们做网络营销，很关键的两个字，它几乎无所不能。我们不要去指望用户的自发传播，因为太难了，我们可以给用户好处，让他去传播。有几点是需要注意的。为传播的人提供奖励。这份奖励对用户来说必须是有吸引力的。而且对你来说尽量选择低成本，甚至是零成本的。

还有注意的一点是，通过高价格、稀缺性、时间紧迫等手段来提高。赠送的赠品的价值。还要明确的告诉用户如何推广，推广方法越简单，参与者就会越多。以上就是关于病毒式推广的一些知识。网络营销它是一门学科，想把这个学科都学会，并不是一件简单的事儿。很多大学生学这个专业四年的时间也未必能学出什么名堂。

那是不是说我们想学网络营销，想尽快在网上增加收入，就是不可能的任务呢？当然不是了。那要怎么做呢？首先我们得先找到一找到这个问题的本质。我们为什么要学习网络营销？答案是肯定

的。我们想用网络营销的技术在网络上赚钱。

继续深究这个问题，为什么网络营销能帮我们赚钱呢？因为网络营销可以帮我们吸引流量和销售产品。好了，现在答案有了。我们学习网络营销，真正的目的是想学习如何获取流量和如何让流量变现。我们无论是通过流量来销售产品，还是引导用户注册，还是想通过流量招代理等等这些转化流量的方法，其实都可以统称为流量变现。

因为做这些事的目的是，最终都是为了赚钱。也就是说，不管网络营销分多少种，有多复杂，我们只要学习怎么把流量变现。怎么获取流量和怎么把流量变现这两个问题把这两个问题解决掉就行了。其他的公式，概念，数据什么的，我们都可以不去管它。

所以我们学习网络营销的真正目的是第一个获取流量。第二个流量变现。流量变现就包括销售产品，注册增加，粉丝招募代理等等。我们现在就分别来解决这两个问题。首先我们先来研究一下如何获取流量。在现实中，在线下做生意，我们都知道，如果能在繁华的市场里，或者是在市中心的商业区有一家店铺，那客流量肯定会特别的大。

这样好位置的店面，即使不做任何宣传，单单是每天逛街的人，自然的客流量都会非常大。换到网络上其实也是一样的道理。我们想做流量就一定要先知道什么地方有流量，也就是什么地方人多。那么

网络上什么地方最繁华，什么地方人最多呢？

首先肯定是各大门户网站和他们旗下的产品，比如百度的贴吧，腾讯的微信、QQ空间。新浪的微博，阿里巴巴的淘宝等等这些地方，就相当于现实中最繁华的商业区，每天车水马龙，人山人海。再有就是一些有个性有创意的网站，比如五八同城、知乎、豆瓣、简书、天涯论坛，包括一些搞笑段子和视频的网站等等。这些网站都是流量非常大的，也是我们获取流量的最主要的平台。

另外就是跟你的产品有关联的网站。这些网站可能不如门户流门户网站流量那么大。但是他们就像是现实中的专业化的市场，比如花鸟鱼市场、电脑城、大学城、小商品批发市场等等。虽然不及最繁华的市中心那样，人山人海。

但是因为它是跟你的业务，跟你的产品相关的，所以这些地方往往对你来说价值更高，更适合你去推广，去获取流量。这些网站你可以通过好一hao123或者其他的网址导航站去找网址导航站上面会非常详细的按行业或者按兴趣把网站进行分类。我们很方便就可以找到需要的网站。

现在我们已经有了推广的大方向，利用流量大的平台或者跟自己的产品有关联的平台。这些平台虽然有流量，但是这些流量就算再多

也跟我们没有关系。因为他们不属于我们。接下来我们接着讲如何在这些平台上获取流量，把不属于我们的流量变成属于我们的，变成可以帮我们赚钱的流量。

我们假设你现在一个流量都没有，也就是说你现在没有头绪，完全不知道怎么开始获取流量。这个时候你要做的就是零的突破，不用想一天要推广一万流量，也不用想获取 1000 个潜在客户。现在就是从第一个流量开始找到一个突破口。

一般的人不知道怎么会不知道怎么做流量，就是因为给自己定的目标太高了，怎么想也想不出搞到 10 万流量的方法。那我现在让你去获取一个流量，你能做到吗？你如果还是不能，那我再告诉你，刚才我们举例了很多的网站，这些网站上你随便发一个广告或者软文去获取一个流量。这个流量可以是来自你在 QQ 空间给你的好友点赞，或者你在朋友圈发的一条动态。知乎或者百度知道回答一个问题。

贴吧里发的一个帖子，这些都很简单，只要你去做，想让一个人看到你的广告，肯定能做到。最多也不会超过三分钟就搞定了。好了，现在我们已经实现了零的突破。我再让你去搞十个流量。你能做到吗？其实正常来说，你刚才发的一个广告不可能只有一个人看到，对吧？你在贴吧，随便发一个帖子，至少也有十几个人能看到。所以搞到 10 个流量也一点都不难。

我们再试着去搞 100 个流量，这时候你要怎么做呢？把刚才的方法重复十次。如果你担心连续发十个帖子会被封号，被删帖，那你可以找十个不同的平台，每个平台发一个。这也一点难度都没有，只是比刚才发一个帖子麻烦一点。

第一次这样做可能会慢一点。因为有些平台你没有账号，注册账号会浪费一点时间。但是最多一个小时也可以搞定了。第二天再重复的时候，就简单多了，可能只需要 20 分钟就可以搞定。你看就是这样，现在你已经学会获取 100 个流量，正常来说 100 个流量应该可以出单了。

每天 20 分钟，平均起来应该每天都能有至少一个订单。你已经不再是天天都是零收入的新手了。但是如果你能坚持下去，你收获的不仅仅是这些。在这段时间的操作中，你就会遇到一些同行。你肯定会发现很多人比你发的帖子多，比你的软文写的好，比你卖的产品利润高。你投入到引流第一线以后，你会遇到很多的这种同行儿，你也会遇到很多很多的困难，需要你去解决。

在遇到同行学习同行遇到困难解决困难的这个过程中，你的能力很快就会有有一个飞跃。所以你不要总是羡慕那些赚到钱的人，他们只是做的久了，找到了适合自己的方法而已。什么是绝招？就是把一种

方法做熟练了，比别人做的快，比别人做的多。每种推广方法都有它的成功率，流量达到了一定的基数，收入就会变得越来越稳定。

通过从 0 到 1 从 1 到 100，从 100 到 1000 这个过程的试炼，你已经学会了很多的引流技巧。你解决了很多推广中遇到的问题。现在你已经不再是只会看，只会想整天蠢蠢欲动，却一直不行动的人。你现在可以接受更大的挑战了。

从 100 浏览量到 1000 浏览量，靠的是你的技巧和执行力。能做到 100 浏览量的人，只要有一定的执行力，忍得住枯燥重复的工作，都可以做到 1000 浏览量。从 1000 再到 1 万，甚至 10 万浏览量，一般人就做不到了。如果不转变思维，大部分人推广的极限就是在 1000 浏览量以下。

很难再突破上去。要怎么转变思维呢？还记得我前面在第一课中讲过的吗？那些千万富豪是怎么创造那么多财富的？一个人即使拼命的干活，即使 24 小时不睡觉的工作，也不可能成为千万富豪。在第一课中，我们讲过一个大头针工厂的案例。

生产一个大头针需要十八道工序，如果是 18 个人，每人专门干一道工序就会变得越来越熟练。这样的工厂平均一个人所生产的大头针比 18 道工序都由一个人来做的话，生产率提高了 240 倍。而这 240

倍的生产率比原来多创造的价值。

并不属于那十八道工序上的工人。而是属于把这 18 个工人组织在一起的老板。也就是说一个人如果一天能在网上赚 100 元，那五个人的团队所赚到的收入肯定不止 500 元。而是 500 元的很多倍。我们假设是十倍 5000 元，而老板只需要付给每个人 100 元的工资，剩下的部分 4500 元就叫做剩余价值全部归老板所有。

回到我们刚才的问题，为什么一个人推广流量很难突破 1000 这个关口呢？因为你是一个人在做十八道工序，现在你知道该如何突破了吧？真正能赚到大量财富的人，并不是一线的工人。而是把这些工人组织起来的人。所以你想推广更多的流量，赚更多的钱，最靠谱的做法就是雇人买软件，买账号，成立工作室。

公司也就是你要做一个资本家，让钱发挥作用，让自动化的软件，让流程化的工人去帮你工作。而你只负责掌舵，去控制大方向，去占有因为分工而产生的大量的剩余价值。从一个人单打独斗到成立一个五人以上的工作室，这是一个创业者迈出的最重要的第一步。80%的网络人没有迈出过这一步，因为收益总是与风险并存的。作为一个组织者，不光是可以获得大量的剩余价值，也要承担项目失败带来。

他的损失，所以很多人不敢迈出这一步，宁愿做一个穷人，做穷

人，多安全打工赚工资，永远不会赔钱，永远没有风险。这就是典型的穷人思维。你可以暂时没有能力坐牢。没有关系。你可以。一个人努力也可以去加入别人的团队，做合伙人、做工人，甚至做学徒都可以。但是你要知道自己的使命，你要有一个做老板的心，你眼前所做的一切，所学的东西都不是为了赚钱，都不只是为了赚现在的工资，而是在为以后做一个领导者，在做积累。

总有一天，你要鸟枪换炮，浴火重生。上面这些都属于是做免费流量的方法。我们做网络营销千万不要忘了，除了免费推广，还有付费的推广方法。为什么要先讲免费再讲付费呢？因为做免费流量是对人最好的锻炼。如果没有在推广的前线亲自实践过，那你直接去买付费的流量。

你对流量的来源、质量转化，这些都是外行的话，想靠投资买流量来赚钱是很难成功的。真只是只有真正的去做过流量，懂流量这样的人，才能把投资买流量在这类型的项目做好。付费买流量的渠道就太多了。最简单的就是投放广告，做搜索引擎的竞价排名。买广告位，淘宝直通车，还有我前面说过的，找公众号和微博的意见领袖。发软文还可以做门户网站的新闻源。

我们这个群体做付费流量，基本上就是做广告卖产品。所以流量的来源，流量的价格，这些可以说很重要，也可以说并不重要。因为

我们是卖产品，所以不管是什么流量，只要能帮我们把产品卖出去，让我们的收入大于投资。那么这种流量就是好流量。所以做广告最重要的一个环节就是测试广撒网，重点捞大鱼。

不要怕花钱多测试出可以盈利的广告，在广告上投入的越多，我们赚的才能越多。所以在网络上靠广告获取流量，卖产品的人，从来不担心花钱太多，而是担心钱花的太少，有钱花不出去。以上是关于流量的获取。还记得我们前面讲过的吗？我们学习网络营销，抛开复杂的理论和概念，我们需要学习的其实只有两招就够了。第一个是流量的获取，第二个是流量的变现。

我们已经学会了流量的获取，下一步我们就要把流量变现，也就是把我们获取的流量转化成真金白银的收入。一般来说我们做网络推广有两种模式，一种是先有产品，然后根据产品的特点和属性去针对性的吸引流量。也就是说假如你已经有了自己的产品，那么你只要学会刚才我们讲的获取流量的部分，用获取来的流量来销售你的产品就可以了。

还有一种情况是先做流量，有了流量以后再考虑盈利模式。如果你是这种情况，那你还需要根据流量的类型来分析，找什么样的产品来满足这些人的需求。这也不难，因为现在不管是什么产品都是供大于求。我们想找什么类型的产品都可以找得到。阿里巴巴上有各种产

品的货源，全国的生产厂家和批发商都有。而且批发的模式都已经非常的完善，很多都是一件就可以代发仓库、发货，这些都不用你操心。

不想投资压货的人，也可以很方便的操作，只管卖就行了。所以只要你掌握了流量，也就等于有了收入。只不过产品选的好，收入会高一些，产品选的不好，收入低一些而已。那什么样的产品可以让我们赚更多的钱呢？收入更高呢？

首先当然是跟你的用户属性最匹配的产品。发现你获取的这流量，人群的需求，然后用产品去满足他们的需求，这样成交率才会高，赚的钱才会多。比如说如果你在南二国的粉丝这个群体里头卖直升机，估计卖一个月也卖不出去一台。即使你打 5 折也没有人买。因为我的粉丝没有这个需求。

卖私人飞机你应该考虑的是，比如说很贵的那个叫什么叫长江商学院，他的那个同学群体。但是如果你在长江商学院里边卖打折的运动鞋，估计也是一双都卖不出去。因为他们穿出去都嫌丢人。所以研究用户的需求不是卖最贵的产品。

也不是卖最便宜的产品，而是找到一个适合的能满足群体需求的产品。这样才会有最好的效果。怎么知道用户的需求是什么呢？前面有一节课是专门讲人性，里面讲到了人性的需求有五个层次。如果你

不知道如何研究用户的需求。

那一刻去复习一下，你就可以在那一刻中找到答案。除了销售最适合的产品，还有一个技巧就是销售独家的产品。对我们来说，自己开工厂生产独家产品难度肯定是太大了。尤其我们如果同时操作很多种类的产品的话，不能什么都自己去生产。所以最好的解决办法就是去找代工厂做贴牌，也叫 OEM。

阿里巴巴上可以做这种 OEM 的厂家，也有很多，他一般都是他的厂家，有一个这种产品的原型，然后可以按照你提供的品牌名和包装来帮你生产产品。OEMOEM 这种贴牌产品的好处是可以帮助你做独家销售的产品。而独家的最大好处不是没有竞争，而是可以拥有定价权。

定价权它最大的好处就是可以增加利润的空间。买减肥药的人能买得起 138 的减肥药，他就能买得起 158 的。这两种定价对减肥的顾客来说几乎是没有什么差别。但是对我们来说，利润中多出来的这 20 块钱，我们用来做推广，威力可就大了。

另外，做独家产品也不是上阿里巴巴找一个厂家随便取个名就可以卖了。必须先有策划，后有产品，先考虑你的潜在用户的需求，然后再用产品去迎合这个需求。产品主打什么特点，定价多少，用什么

档次的包装，做单品还是做套装等等。产品的一切属性都是要为满足需求而存在的。

最后我们还是把这一课重点的内容做一下总结。首先我们讲到了找到有影响力的人是引爆产品的关键。有时候花点钱找大维发软文，比做硬广告的效果要好得多。还有不要迷恋免费推广，免费推广有很大的局限性。尽量在免费推广的操作中，投入一点钱，这样可以提高效率。

还有就是如果你想做一个真正的商人，其实什么漏洞和偏门的推广方法都不需要研究，就把做广告这件事研究透。那么事业一定是可以越做越大。为什么呢？因为广告这个东西是做生意的一条正路。理论上来说，广告带来的收入是没有边界的，钱也是永远都赚不完的。

另外，在病毒营销的病毒推广的操作中，我们不要去指望用户的自发传播，那是可遇不可求的。我们要主动设计传播的驱动力。用利诱也就是给用户提供奖励，让他们去传播。还有获取流量的方式，不能好高骛远。从最简单的最容易的地方起步，从 0 到 1 从 1 到 100，才能是从 1000 到 1 万。或许流量一般会在 1000 流量左右，遇到瓶颈再想往下发展，靠一个人的努力是很难的，必须是组建团队，用分工的方式提高效率。

占有剩余价值。最后在流量的转化部分，我们讲到了把流量转化成收入。最重要的是要给用户推荐满足他们需求的商品。还有 OEM 的商品，就是贴牌的商品可以拥有定价权，有定价权才能有足够的利润空间去购买流量，去做广告。

第八章 习惯和财富心法

习惯有些习惯是天生的，你不知不觉就那样做了。这样的习惯，我们不去讲。

天生的习惯和爱好，就如同我们的生日和性别一样，是无法选择的，这没什么好讲。这里我要讲的是通过我们的努力，刻意的去养成一些好习惯。有一种说法说，21 天可以养成一个习惯。这种说法我也试过了很多次，我发现他说的这种说法并不正确，因为很多我不喜欢做的事儿。我坚持了 21 天之后，我还是没有养成习惯。

我还是不喜欢，比如跑步，比如减肥，比如洗袜子，我都是咬着牙坚持了超过 21 天，但还是没有养成，没有成为习惯。那么到底该如何养成一个习惯呢？或者说如何把一件我们自己不喜欢做，但又很想做成功的事情坚持下来。比如跑步，比如学外语。

为了找到一个好的方法，这些年我也看了很多这方面的书，也试了很多的技巧。经过我一次又一次的失败，最后我终于找到了一个有效的方法。很多事情都是这样。当你兜兜转转走了很多的弯路，最后你才发现最有效的方法往往是非常简单的。

养成一个习惯并不需要多复杂的方法，只要记住两点就够了。一是提示，二是回报。举个例子，如果你想养成跑步的习惯，首先可以把跑鞋或者能提醒你要去跑步的东西放在显眼的地方，让你随时都可以看见。这就是提示，然后你跑步之后可以给自己一些奖励，这就是回报。

现在有很多手机上有很多跑步的 APP，其实就是在做这个功能，帮你记录里程，帮你记录速度什么很多的数据让你可以很方便的发到朋友圈里面装逼，这也是一种回报。另外你也可以自己每次跑步，跑完步之后，给自己一点小小的奖励，或者积累很多次，奖励自己一个一直想买却舍不得买的礼物。总之要用一些方法使你跑步完成后有很强的成就感回报感，这样就可以了。

再举个例子，如何养成看书的习惯呢？首先你要把书放在你能经常看见的地方提醒自己。然后要用一些方法使自己的回报感增强。比如我每看完一本书就奖励自己吃一顿。好的。我老婆看书，她有一个小本子，上面已经密密麻麻的记了。这两年她看过的书，她看的都是

世界名著，经常会拿出来跟我和我儿子炫耀。这样一来，看书就给他带来了很大的回报。在他心里，他认为他给孩子树立了一个很好的榜样。

提示和回报就是养成一个习惯最好的方法。这也是我亲身体验以后发现的最有效的一个方法。大家可以回去自己试一试。讲完了好习惯，我们再说一下如何戒掉坏习惯。我们做网络的人，尤其是做网络，这些男人肯定都有很多的坏习惯。玩儿游戏、看片，刷新闻、刷微博等等很多很多。

不要小看这些坏习惯，哪一个呢，他都能轻易的很轻松的毁掉你一整天的计划，他能毁掉你一整天，也可以毁掉你一年十年。这不是危言耸听，你问问你去可以去问一下，那些混的不太好，不太如意的那些人。他们为什么不努力做点事情来提升自己？

他们把时间都用在哪儿了呢？问过之后，你就知道了，他们的时间往往都是被一些坏习惯给浪费掉了。有的人想改变，想戒掉坏习惯，但是尝试过很多次都没有成功。这个人一般就会变得自暴自弃，破罐子破摔了。所以坏习惯对人的危害确实是非常非常大，而且是很难的。真正时间久的那种坏习惯很难被改掉。

今天这里我就教大家一个方法，可以帮助你更有效的改掉坏习

惯。这个方法也是我在看心理学方面的书无意中学到的，这是一个很科学的方法。掌握了这个方法，它会让你的人生有一个全新的高度。这个方法的核心就是坏习惯不能简单的去戒掉它，而是要替换掉它。

什么意思呢？就是说一件事，它既然能成为我们的一个习惯，那我们其实根本就不可能把它完全戒掉，那该怎么办呢？只能找一件别的事把它替换掉。我们前面讲过一个习惯的形成，要有提示，还要有回报。不光是好习惯，是这样，你的那些坏习惯也一样，包含这两项。

我们想要改掉一个习惯方法，就是应该保持提示不变，回报也不变。然后用一件其他的好的事情来替代这个坏的事情。让自己也能得到同样的回报，只有这样才能真正的把一个习惯给改掉。所以这就要要求我们要充分的了解我们在自己去做这些坏习惯的事情中，得到的奖励是什么。也就是说要弄清楚到底是什么，促使我们去不断循环这个坏习惯。

比如说玩游戏这个习惯，我们假设你每天一有空就要玩上一把游戏，玩游戏已经占据了你所有的业余和休息时间。现在你想把这个习惯改掉，那要怎么做呢？首先你要识别出你玩游戏的原因是什么？是无聊，是想炫耀还是喜欢竞技。

还是喜欢挑战高难度的关卡。然后游戏回报给你的奖励是什么

呢？是游戏本身是等级制度，是一个人独处是暂时的放松，还是和朋友交谈，还是你喜欢游戏里面的兄弟情谊，或者是爱情，这些都可以通过测试找出来。比如，我们要找出从游戏当中给我们心里带来的奖励是什么，那你就可以试试，玩不用电脑和手机的那些游戏。比如棋牌类的飞行棋，狼人杀什么的，或者去打打球，去游泳。过几天之后，看看自己还想不想玩游戏。如果还想说明你去玩游戏，并不得到的奖励并不是游戏本身。

那就接着试，你有空的时候，先不要玩游戏，你去朋友家找，去找朋友玩，和他们聊天，约饭局，用手机聊微信聊都可以。你再感受一下，你自己还想玩游戏吗？如果还想，那说明游戏里给你带来的心理奖励，也不是和朋友交谈。

那就接着试找一个你看起来很顺眼的女生，试着去了解她的喜好，多创造跟她在一起的机会，然后试一试。你还想玩游戏吗？居然不想了，恭喜你找到了。原来你玩儿游戏的奖励，就是和里面的那些被你幻想的很完美的女性聊天，或者说扯淡，打情骂俏，进而得到满足感。

找到了以后，就好办了。你只要找一个喜欢的女生，结束你的单身狗的生活就好了。如果你已经是有家室的人，结过婚的人，那你可以尝试换个工作环境，或者平时多跟曾经的同学中比较合得来，比较

顺眼的女生联系一下。没事，弄个同学聚会什么的，并不是让你出轨，只是一起聊聊天，多一些接触的机会。毕竟你在游戏里也只是靠幻想。

总之就是一多找一点女性的朋友、同事、同学打电话也好，出去玩也好。久而久之原来玩游戏这个习惯中得到的奖励就渐渐被和女生接触的方式取代了。也不要觉得这是什么变态的行为，其实这很正常，不喜欢女生的男人才变态，对吧？

在生活中，有一些人想戒烟。我们知道市面上有许多的戒烟的，比如说戒烟药、电子烟什么的，或者说想抽烟的时候，就吃一块糖。这些人有一些人就是这样戒掉的烟，为什么这个方法会有效呢？就是因为这些方法中，它的提示和奖励并没有变。吃糖让自己放松。这个奖励恰巧跟他们吸烟所得到的奖励是一样的。

所以就可以替代吸烟这个习惯了。而那些用这种方法没有效果的人。说明什么？说明他们吸烟所得到的心理奖励，跟吃糖得到的奖励，或者是吸电子烟得到的奖励不一样，所以肯定就没办法去替换吸烟了。所以要改掉一个习惯，重要的是要把回报给找出来，问问自己为什么一直要这样做呢？我到底从中得到了什么奖励？

然后换一个好一点的事情，也能得到同样奖励的，就可以把原来的坏习惯给替换掉了。再举一个例子，比如说你想戒掉刷微博的习惯，

你就要找出自己在刷完微博以后，得到的真正的回报是什么呢？是得到娱乐了吗？或者是得到知识了吗？是了解了朋友和了解了朋友的状况了吗？把他们都找出来，我们换别的方法去满足这些回报。比如你可以去看电视，得到娱乐，去看书、看报纸，得到最新的知识和消息，或者可以直接去找朋友交流，来知道他们最新的状况。

习惯中还有一个因素是提示。至于通过提示来戒掉坏习惯，就更简单了。比如你老是爱在工作中玩手机，那很简单，把手机放在你看不到的地方，或者干脆把手机让别人帮你保管。这样隔离对于坏习惯的提示就可以了。好，下面我们再来说一下下一个主题，就是对于我们这些想创业，想赚钱的人来说，有哪些好习惯是值得我们去养成的。

第一个习惯是记日程表，日程表是什么呢？就是记录一下今天要做哪些事，哪一件呢？是其中最重要的。把最重要排在最前面，先去完成它，然后还要再记哪些事是今天必须完成的。即使不吃饭不睡觉，也要把它做完的那种事。

这些都要在早晨给定下来。有一句话叫做你怎么过一天就怎么过一生。所以我一直主张制作日计划就可以了，不需要做月计划，年计划，更不用去做什么一生的计划。我们是人，不是神想那么远的事情，其实都是扯淡过。好，每一天其实就是过好我们的整个人生了。

第二个习惯是忌日之路。日之路是什么呢？就是这一天我知道了什么新知识，比如项目广告推广方法这些，或者我对一件新出来的事物的判断，你可以记下来。把这些都简单的记录下来，不需要写的很详细，只要自己能看得懂就可以，等以后再翻看的时候，就可以证实你当时的判断是否正确。这是对我们的判断能力很好的一种锻炼。

如果你觉得这一天都没有获得什么新的知识，没什么可记的那也可以记录你今天在哪里看到了什么广告。比如微信上有人发了一个广告，或者 QQ 上，或者各大网站、小网站，他们的广告我们都看得见。我们能看得见，说明他们的推广方法肯定是有可取的地方。那么你可以试着猜测一下它的推广方法，它的盈利模式，预估一下它能赚多少钱。如果你来做，你会有什么比它更好的方法吗？

这些都可以在日志路上记录一下。对不对，都无所谓。养成这个习惯，日久天长，你的判断力会不断的被证实。对或者不对。对我们来说都是一种修炼。在以后，你会遇到很多跟这些广告和项目相关的碎片信息。可能是人，可能是新闻。当初我们记的东西会一点点的被证明。不管是正确的还是错误的，或者是有一些当时你没有想到的，这都会让我们对一件事物更加的了解。

在这个过程中，你的判断力会不断的被修正。你的眼光和你的能力都会变得越来越强。第三个习惯是对碎片时间的利用。为你的碎片

时间安排点有意义的事情做，等地铁还是坐公交或者是开车上班，在在饭店等等吃饭，或者是睡觉之前上厕所的这些碎片时间，你如果都浪费掉了，那就太可惜了。

找点儿自己有兴趣又能提升自己的事情，比如看书听书，哪怕是背古诗，日积月累，人与人之间的差距，往往就是在这些碎片时间上拉开的距离。一定要有枕边书和手边书。这个我在前面已经讲过了，想看书的时候，如果你还需要到处去找书，去选书，那看书的热情基本上就没了，一定要做到闲下来的时候就能看到身边的书。想看的时候，直接就能拿起来看。这就是我们前面讲习惯的养成的时候，讲到的那个提示。

很多人把碎片时间都浪费掉了，并不是这些人不想利用，而是事先没有准备。也想做点有意有意义的事儿，也想学点东西。但是因为没准备当有时间的时候，一时也想不起来能干点什么，人都是怕麻烦的。有时候你想看看书或者想干点什么，但是一想又不知道能看点什么书，找书也挺麻烦的，那就算了吧，拿出手机刷刷朋友圈，这样很方便。

所以这时间就很容易在刷朋友圈，在弄一弄手机，这样时间就都浪费掉了。为什么人在无聊的时候喜欢都喜欢拿出手机来看一看呢？很大的原因就是手机方便，它就是放在口袋里随手就可以拿出

第九章暴利产品选择心法

什么是暴利？暴利就是信息差。我知道，而你不知道就这么简单。像刚才那种建站的项目，他要是想在我身上赚钱，那就不太容易了。因为他知道成本，我也知道成本，我跟他的信息是同步的，没有信息差，这样就不太容易产生暴力。

我们做网络大部分能赚到钱的项目都是围绕暴利产品产生的。那么我们怎么才能找到暴利的产品呢？暴利产品不是想出来的，你得出去找。你想找线下操作的产品，就得去街上去观察。去批发市场去转悠，只要你用心，肯定能找到适合你的产品。你不去分析市场，只在家里想着肯定是不行的。

你想找网络上操作的暴利产品，你就去百度和淘宝输入行业关键词。各种产品直接都出来了。百度竞价上肯定是暴利的，淘宝上多数是利润小，但口碑更好一些的。淘宝右侧和底部有直通车的广告，这些很多也都属于是暴利的。

找暴利产品方法很多，其中比较有效的。第一种就是从需求中找产品。比如现在夏天到了，如果你坐公交车旁边的人身上有很大的汗味，你就可以在淘宝上去搜索一下狐臭。在淘宝搜索后，就能发现各种各样的产品都是解决这个狐臭的问题的。其中有一个叫舒友阁的产品，55.1元瓶，卖的很好。这个产品当初我就是这样发现的，当时还

专门写过一篇文章。

我写这篇文章的时候，舒友阁这个产品月销量是四万多件，累计评价 16 万。用计算器算一下不得了。这家店仅这个小绿瓶销售金额就已经将近 1000 万了。这是当时我写文章的时候在淘宝上截的一个图。去阿里巴巴搜索一下，发现这个产品有提供成品批发的，还有提供原液 OEM 的。就是贴牌原液大桶装按公斤算，利润非常大，利润大才能留出很大的做广告的空间。

这就是从遇到一个问题或者说一个麻烦去找出所有能解决这个问题的产品。对比这些产品哪些利润大，卖的多，一般敢砸钱做广告的肯定都是暴利产品。这样的产品，因为它已经销售了这么多了，说明这个市场的需求是非常大的，而且非常稳定。你复制它这个产品，复制它的文案和客服的话术，到别的渠道投广告来操作。或者如果你有实力，你直接可以正面跟他竞争，都是可以一样的赚到钱。

这是从需求中找产品。除了这个方法，还有一招更厉害的从广告中找产品。找暴利产品跟找项目是思路是一样的，不是在家里敲脑袋想出来，而是要多看，尤其是看别人的广告，看谁在广告上砸钱砸的最猛，那一定是暴力产品。没错了。现在对我来说，随便打开一个网站就可以挖掘到可操作的暴利产品。

我就随便给大家找个例子。我一时我写这个教程的时候，一时也想不起来什么网站上广告多，我就打开了一个中华网。中华网也算是一个大网站，网址是 china 点 com。在这个网站的首页，找一个热门的新闻，点开以后，去分析它上面的广告。我把截图发一下。

实时热点

排名	关键词	搜索指数
1	消费空姐遇害被批	417227
2	谢依霖怀孕	389486
3	俄轰炸机逼近美国	388137
4	朝鲜废弃核试验场	382589
5	河南灯架倒塌事故	382289
6	国产航母出港	375541
7	媒体暗访网约车	363695
8	小南斯求婚成功	358897
9	西安现炫酷斑马线	349150
10	以军摧毁地下隧道	264128

抢

加微信抢牛股

涨停在这里

免费领取牛股

加微信！免费领...



欧莱雅 (LOREAL) ...



欧莱雅 (LOREAL) ...



欧莱雅 LOREAL ... 广告

阿里巴巴 1688.com



你看这上面的广告有淘宝，有京东，这都很正常。但是正中间最好的位置是一个 24 岁大学生卖酒的广告。作为一个网络人，作为一个想赚钱的人，你想到了什么吗？这个酒它能够在门户站上投广告，而且它并不是什么大品牌，只是一个卖亲情炒概念的这么一个单品。

说明什么呢？就说明他一定是暴利产品。我们再看上面我发的这个截图，这是从这个广告点进去以后显示的。它的非常简单的一个销售页面。如果我们复制这个页面，其实是没有任何难度的。这是他的网址。根据他这个网站的域名，把后面的参数去掉。我还发现其实他做了好几个版本的销售页面，不同的图片和文案应该是在不同的网站投放广告测试用的。

这就是一个最实用的找暴利产品的方法，非常的实用，而且非常的有效。类似这样的暴利产品，我们在门户网站上很容易就可以找到真正有效的方法。就是这么简单，越复杂的方法其实越不是好的方法。除了门户网站，还有贴吧、今日头条这类流量大的地方，只要你去研究一下，肯定能在软文中或者是评论中，或者是广告里发现了别人操作的暴利产品和项目。

找到一个产品，找到一个暴利产品，这属于打开了一个入口。真正操作暴利产品的人，多数都是由很多个网站，很多产品在同时操作。

我们知道了他的这样的一个网站，能不能顺着这个入口找到他其他的网站呢？答案是可以的。下面我就教大家如何去做。

在网站上搜索站长工具。站长工具里面一般都有查询网站和域名的工具。或者大家也可以直接复制我提供的这个。



序号	域名	注册商	电话	注册商	DNS	注册时间	过期时间
1	s2baiduba.cn	王婧	---	杭州爱名网络科技有限公司	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2017-10-16	2018-10-16
2	516321.cn	王婧	---	浙江爱名网络科技有限公司	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2018-03-02	2019-03-02
3	a1cny.cn	王婧	---	北京新网互易技术有限公司	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2017-12-24	2018-12-24
4	a1e12s.cn	王婧	---	北京新网互易技术有限公司	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2017-10-25	2018-10-25
5	ddrbs.cn	王婧	---	厦门网中在线科技股份有限公司 (厦门网中在线科技)	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2017-10-07	2018-10-07
6	d1wuyuan.cn	王婧	---	Allbrother Technology Limited	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2017-12-02	2018-12-02
7	a1e1uc.cn	王婧	---	北京新网互易技术有限公司	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2018-01-31	2019-01-31
8	keds1sh.cn	及陈进	---	易介集团北京有限公司	ag1.juming.com ag2.juming.com	2018-12-07	2019-12-07
9	lzuoz.cn	王婧	---	厦门网中在线科技股份有限公司 (厦门网中在线科技)	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2018-02-15	2019-02-15
10	nanlancongcong.cn	王婧	---	易介集团北京有限公司	v1.dnshun.com v1.dnshun.net	2017-12-02	2018-12-02

这是我平时常用的站长之家的一个在线查询工具。当你找到了一个暴力产品的网址，就可以拿到这个工具上，用它这个上面的域名反查邮箱，反查注册人，反查。这几项都可以找到他其他的网站的网址都是一些跟他相关联的。

拿我刚才找到的那个酒的产品，我又邮箱反查查了一下他注册这个域名所用的邮箱，看看他的这个邮箱下还注册了哪些别的域名。从上面的截图中，我们可以很清楚的看到，查询之后我们可以发现它注册了很多的域名。打开这些网站，查看它的产品几乎都是暴利产品。

多数还是以刚才那款酒为主，也有的是做微信的投资的课程。

dsy19911

把文案写成了新闻的形式来进行宣传。宣传的点就是微信投资的秘密，然后引导别人加他的微信。这就是我要教大家的如何找到暴利产品的方法，没有任何难度。稍微有点网络经验的人，就可以去操作这个方法。如果你想去找做暴利产品的人去学，那你可能要给他 10 万块钱，他都未必舍得告诉你。

因为你学会了这个方法，赚钱这件事一下子就变得非常的简单了。只要你去操作，就没有不赚钱的道理。再多说一点，得到了一个暴利产品的销售页面，还可以去查他的这个域名的反向链接。也是用刚才我给大家提供的那个站长工具，就可以反向链接，是什么意思呢？反向链接就是说它这个网址都在哪些地方出现过。

为什么要查这个呢？因为他网址出现的这些地方，就是他手工发广告或者是花钱做广告的地方。我们找到他都在什么地方发的广告就知道了他的流量来源。他的来流量了，做流量的渠道。那么我们想复制它就更容易了。我们在前面营销推广的那一刻，已经讲过。

营销推广，也就是我们做项目赚钱最重要的两点。一个是流量的来源，第二个就是流量的变现。现在等于是我们有了流量来源的渠道，又有了可以变现的暴利产品。所以我们想利用它来赚钱，就变得

非常的容易。掌握了我教你的这个方法，你就可以随便从一个广告，由一个点顺藤摸瓜，找到一批的暴利产品。还有他们的文案，他们的推广渠道你也可以。如果你需要他们的客服话术，也可以假装你是一个顾客去跟他们去咨询，来获取他们的客服的销售技巧。

其实也就等于是已经把钱放在你的脚下一样，就差你去弯腰去捡了。再看一下上面我发的这个截图。这还是刚才说的那个网站，中华网我点开一个页面以后，在网站的右侧边栏出现了这样的广告，看出什么门道了吗？那些欧莱雅的产品做广告很正常，因为欧莱雅是大品牌的化妆品，但是第一个位置却出来了一个加微信抢牛股这样的一个广告，这又说明什么呢？

肯定，这又是一个暴利产品，这又是一个项目。又是一个我们可以顺藤摸瓜的点。像这样的产品，只要你掌握了，我教你的这个方法去找，一点都不难。很多中华网我只是随便举个例子，现在各大网站上面的广告都值得我们去研究，去分析。

我们再来讲一下暴力产品的矩阵。当你真正去研究暴利产品，你就会发现一个很普遍的现象。操作暴利产品的人，他都不会只操作一款产品，或者他肯定不会只依赖一个推广渠道。这个发现对我们有两个作用，一是可以帮助我们付。像这样的产品只要我们再来讲一下暴力产品的矩阵。当你真正去研究暴利产品，你就会发现一个很普遍的

现象。操作暴利产品的人，他都不会只操作一款产品，或者他肯定不会只依赖一个推广渠道。这个发现对我们有两个作用，一是可以帮助我们复制或者说学习借鉴别人更多的产品和推广策略。使我们可以很轻易的从一个点挖掘到多个点。另一方面也让我们知道了暴利产品的操作，想快速的大量的赚钱，一年的收入要想达到上千万，就一定要走矩阵的模式。一个产品多渠道去推广，或者一个产品不同的销售文案，不同的概念定位去销售，或者多个产品，多个渠道去推广等等。再说一下关于暴力产品的一个误区，是什么误区呢？我把它叫做伪暴利。

如果是你按照我的方法来找暴利产品，那么复制以后，失败的可能性很小。但是如果你是自己去新开发的一个产品，或者进入一个新的行业，那就很容易被表面的暴力现象所误导。比如说眼镜这个东西，在很多人的心里。都觉得它是暴利产品，几十块钱的眼镜能卖到三四百。

甚至有的只是几元十几元的成本，也能卖到非常高的价钱。但是卖眼镜真的很赚钱吗？其实也未必，因为眼镜店需要门面，需要专业的设备。门面的租金一般都在位置较好的地方，所以租金非常的贵。而眼镜的日成交量其实很低，有时候一天可能都卖不出去一个眼镜。

大概应该有十年前，我有一个朋友开始做眼镜店，总投资将近

10 万。当时设备还是买的二手的，而且镜片和镜框的库存也没有敢进多少的货。第一年他亏损了三万多。到付房租的时候，他也已经没钱交房租了，都是靠家里面来支持他，给他拿钱交的房租。第二年他亏损了五万多。

因为他平时的费用虽然可以做出来，但是付房租还是很吃力。因为房租又涨价了，房租基本上好的位置每年都会涨价，所以他亏还是在亏待这个房租钱。到第三年，他基本持平，终于可以不用借钱来付房租了。第四年。第四年，他才算有了盈利，但是又换了新的设备。因为开店的时候，设备当时买的都是二手的。算下来，他在第四年还是亏损。

第五年才算是真真正正的开始稳定的盈利了。到年底，也不用为房租发愁，因为他老顾客回头客渐渐都多了。现在十多年过去了，生意到现在已经可以说是非常的稳定了。因为他毕竟也算是老店了。我们来分析一下他这个生意最初的五年时间，假如是出去打工一年，我们说他假设只挣 3 万，那五年都可以挣到 15 万。但是他从第五年，他这个眼镜店才刚刚开始赚钱。要不是有家里人帮他撑过来，基本上也没有几个人能继续干下去。三年都没有盈利的生意，一般人真的是挺不住。三年亏损，正常人早就改行了，他也是因为他学的是这个专业，他也不会干别的。要不然我估计他也是很难挺得过来。

所以说不要听别人都说眼镜是暴利，就以为开个眼镜店儿就真的稳赚了。虽然眼镜的单笔利润很高，但是这东西它销量却特别的小。不像你开一家服装店，只要衣服款式新一点，一天卖出去十件甚至几十件都很正常。眼镜店如果是刚开的，没有老顾客一天卖不出去，一副眼镜也很正常。如果店铺位置再稍微偏一点，很可能一个星期都不开壶的时候都有。

所以你看眼镜店这个项目其实就是一个伪暴利的项目。我们在选择项目的时候，一定要多方面的去分析，不能只看到产品利润大，而忽略了运营成本和时间成本。也是十多年前我开过婴儿和孕妇用品的专卖店。当时我是本地最早的第一家专业的运营店。因为当时我年纪也比较小，没有太多的经商经验，我就选择了加盟了北京的一家运营的品牌。

当初咨询的时候。北京那边的总部，他帮我算了一笔账，他拿孕妇装给我举例说，孕妇装 100 元进货卖 300 元，一天卖出十件，净重就是 2100 个月。光孕妇装这一项就能赚 6 万。这笔账算的没毛病。可是事实上，当时我把店开起来以后，不要说一天卖十件，就是一个月卖十件，都相当难了。

这就是在你对一个行业不了解又没有做分析的时候，很容易就被这种伪暴力的假象所欺骗。还有一个需要注意的地方是暴利行业，如

果你仔细去研究的话，你会发现并不是它整个产业链都是暴利。暴利一般只存在于最后一环。也就是说对终端顾客销售这一环才是暴利。就像做眼镜，如果你只是生产镜片或者你生产镜框，那你的经营策略就不能是暴利，而是应该是薄利多销，是靠低价高质量来占领市场才是对的。

我有个朋友，是搞一尺的，一尺就是假牙。我们都知道，牙医是暴力，一颗牙，一颗 2000 元的假牙，成本不会超过 500。如果是高级点儿的牙科诊所，500 元成本的假牙，它可以卖到 5000 以上。假牙在销售给终端客户的时候，是非常的很暴力的。但是与此同时。

那些生产假牙的厂家，却一家一家的倒闭。原因很多，人工成本、材料成本都越来越高，还有为了抢占市场的恶性竞争。总之利润变得非常的低。所以当我们进入一个暴利的行业，也要去多考察，看看具体是哪个环节，它是暴力切入点也是很重要的。

伪暴利产品，还有暴利产品，也不是每个环节都暴利，这两个点大家要注意一下，我们想赚钱的一个大前提是一定要先保证不赔钱。最后再说一下操作暴利产品的核心思路，就是当你弱小的时候就去复制别人的产品。等你强大了，就要想办法打造独家产品，让别人无法复制你。

这一课我们就不总结重点了。因为这一课的内容全是重点。即使你前面的课都不学，只学到这一课，那么一年百万以上的收入只能是最底的标准。好了，南二国赚钱课，这一系列的课程到这里就全部结束了。希望大家在以后的日子里，一定要踏踏实实的干事业，一步一步脚印，稳扎稳打。

会赚钱的人，不是因为他发现了很多的赚钱项目，而是他把每一个赚钱的项目都做到了最好这点。大家要记住，这就是我在前面的项目的那一课中讲的。想做很多项目可以，但是你一定要有你的根本项目，你要有根以后才能去发展你的树枝和树叶。

