

如何利用农耕思维培育你的 客户赚取更多财富

今天你看到的第6集是给你分享的先慢后快的超级稳定盈利模式，昨天第5集分享了送礼思维和免费思维

但如何能够运用到虚拟的网络上面，如何运用到你的微信公司，你的微信上面，这是今天我们需要交流的问题，只要你能在网络上会用送礼思维，就没有你搞不定的客户

我测试过N次，只要这个客户不是那种伪君子式的人物，转化

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

率非常高，你也会遇到伪君子的，一定有人会因为你说到的送礼思维而说你这是搞不正之风，败坏社会风气，这样的人除了无能就是虚伪到极致，背地里尽干一些见不得光的事

遇到这样道貌岸然的伪君子，直接处于极性，拉黑或者删除，他最适合在那些假大空的会场上去做冠冕堂皇的思想政治报告送礼思维不仅是中国的民情，也是世界范围内的通用，因为人性是相通的，所以我直言这些内幕，回遭一些人的质疑，这些人永远是自视清高的傻瓜，没有义务多

解释一个字，具体如何把送礼思维运用到虚拟的网络上，除了掌握换算思维，还有理解打猎思维和农耕思维，你才能够真正找到发力点，才能够为你所用

假如有这样一个有趣的游戏。在一个虚拟社会中，你可选择的角色有两类：一类是“猎人”，每天靠打猎为生，倚仗的能力是，如何利用工具，捕杀到更多的猎物。另一类则称为“农夫”，每天早出晚归，开荒播种，辛苦劳作取得收获

“猎人”虽然要面对巨大的

不确定性，漫长的等待，甚至直面死亡，而一旦成功，就能保证一段时间的衣食无忧

而“农夫”们虽然能有稳定的收获，却要经历缓慢而可以预见的辛苦积累

你会选择哪一种角色呢

在商业的社会里，也有着“猎人”和“农夫”两个族群。“猎人”，有的追求以钱生钱，账面数字常常随市场环境变化大起大落；那些用钱砸广告的人，差不多都是打猎的方式在营销

打猎思维包括两种方式，一

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

种是狩猎式，一种是渔猎式，也就是你常听说的钓鱼式营销，可以称作是“渔猎”式营销，强调的是鱼钩，鱼饵，鱼塘这三个关键要素

“农夫”则被冠以“实干家”的称呼，一步一个脚印，虽然步伐相对慢一些，但却能始终稳步前进，持续创造长久价值

猎人，渔夫和农夫模式并没有对与错，如果猎人的诱饵和渔夫的鱼饵都是贡献价值，也无可厚非，但实际上很多猎人和渔夫太心急，创富没有密码，如果说有，

唯一的密码就是“价值创造”

放出的诱饵或者鱼饵虽然都是诱人，但后续提供的都是没有价值的东西，长久下来，这些打猎者很多时候都是处于挨饿状态

打猎思维就是每天在寻求新的猎物，发现哪个领域赚钱，就切入进去，研究一番，捞上一笔

当我们拥有这种思维的时候，我们的心是不安分的，总想赚一些快钱。其实这也难怪，因为自己没有稳步发展的事业，只能靠单次多赚来让自己获得安全感

运用这种方式进行营销，消

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

费者看起来像猎物，制定的营销战略像狩猎计划，而营销教科书看起来更像狩猎指南

打猎思维只对某一小部分客户是有效的，往往忽略了一个更大的客户群体

实际上如果把客户按照最简单分类，客户有两种类型，一种是饥饿性，一种是观望型

饥饿型客户会对你的产品一见钟情，但观望型客户只能日久生情，并且观望型客户所占比重更大，人数更多

针对这样两类客户，需要用

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

两种策略，一种是打猎型，一种是农耕型

今天我们不探讨打猎思维，因为你看到在朋友圈刷屏发广告的都是低段位的猎手，饥一顿饱一顿，绝大多数都处于很苦逼的生活状态，并且很难有转机

今天学习农耕思维，学习如何把送礼思维在网上落地，通过网上送礼，让你的订单源源不断

农耕思维，并不是农耕意识，现在是互联网时代，我们借用农耕思维来理解送礼思维的实际运用

用到网络也是四个字：**先礼后利，先送后卖。**

做任何事，你洒下一地的种子，如果没有殷勤的浇水施肥松土除草，你就不会有收获

生活中做任何事亦是如此。就算是空手套白狼，你还得先花心思编个局请人进，就算是守株待兔，你还得花时间耐心的去等

小到追女孩子，种庄稼，大到做生意做任何事，从来都是先付出才有的回报。越是用心，回报才会越丰厚

可是，农夫明白的这个简单

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

道理，我们很多营销者却并不明白，或者说道理明白，但对应到自己微信营销上的时候却并不能很好地实行。

从量变到质变是一个循序渐渐的的过程，心急解决不了问题，该浇水的时候要浇水，该施肥的时候要施肥，该锄草的时候要锄草，该捉虫的时候要捉虫，信任才能和庄稼一样茁壮成长。

信任的建立是需要一个过程，我们不能今天种下种子，便希望明天收获果实。

信任的建立，是一种慢的艺

术。慢，需要耐心和耐性。等待那个硕果累累的丰收的季节

农耕思维的第一个构成要件：时间

没有任何一个庄稼是种子撒下去，马上就变成成熟，很小的时候，我们都学过《揠苗助长》的寓言故事，读来觉得那个拔苗的人十分好笑，怎么会如此愚蠢想到通过这样的方式来使禾苗生长呢？

但细细想来，在发朋友圈广告的那些人，很多人其实和那个拔苗者是一样的，不符合植物规律的东西，怎么能对信任的建立有

利呢？

强行刷屏的结果虽然不会像那个禾苗一样枯萎而死，但必然会让你的客户非常反感，自然不会有长久的发展。与拔苗助长相反的一个词是：瓜熟蒂落

农耕思维的第二个构成要件：种子

就是要要有足够多的优秀种子。这些种子就是同频的星火，同频的高质量客户

农耕思维的第三个构成要件：拔草

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

永远不要和太墨迹的人交易，他们太过于优柔寡断，患得患失，你无论怎么对他，他都觉得吃亏，一个人如果在试探着你，超过三次以上，你就放弃他，他不是不想赚钱，而是没胆！

这样的潜在客户不是好的种子，是你给多少阳光，水，也无法成熟的劣质种子，拔草除虫，用你的标准除掉那些害群之马，那些消极的害虫

每天淘汰一些没有意向的客户，吸引一些同频的潜在客户，这就是我说的过滤，筛选，裁员

的原因，作为微信公司的首席执行官，要大刀阔斧的裁员，而不是盲目的增员

农耕思维的第四个构成要件：培育

好的收成一定离不开阳光，水，化肥，需要你辛勤的浇灌，把你的微信好友做好标签备注，将80%的时间用在A类客户身上，每周联系一次B类的客户，每两周联系一次C类客户，每月联系一次D类客户

农耕思维的核心就是八个字：
先种后收，先育后成

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

用在网络上面，用在微信上
就是：**先礼后利，先送后卖**

当你转变自己的观念，每天和潜在客户一对一沟通的时候，用农耕思维，送礼的方法来帮助客户。

关心客户的时候，你会发现赚不赚钱倒不重要了，重要的是开心。因为关心，产生了开心

你关心和帮助客户，并不是要你一定帮他直接的解决问题，因你没有办法帮助任何一个人解决问题，我们的能力永远是有限的，所以，你只需要让被帮者产

生一个被关心的感觉就可以了。
他对你的信任 and 好感会一直上升

我们都知道，做一个生意人有多么难。但是当你用这个简单的方法让我们每一个人都感觉到被你关心的时候，你做什么生意都赚钱

因为无论你卖什么，别人都愿意跟你买。所以说，你做什么生意不重要，关键是你用什么方式去做生意最重要

《人性的弱点》里面讲到，如果你可以了解别人的需求，然后满足他，那么你到哪里都可以

左右逢源

对于值得帮助的客户，一对一沟通时随时去注意你的顾客有什么烦恼、需求，然后去满足他，给他想要的，加上持续，那么，信赖感就很容易建立

有些人为什么一直不赚钱，原因很简单，所做的一切都写在脸上左脑想着——赶快买吧；右脑想着——我要成交；额头上写着——我要赚钱

在你的沟通当中客户都能感觉到你的这种赚钱的焦虑和渴望。一心盯着利，虽然也能赚到钱，

但是觉得很累

张老师一直倡导的是农耕型的赚钱模式，而大多数人的做法完全是打猎型的模式，自以为玩一场打猎的游戏，但最后发现自己并不是一个猎手，客户也并不是什么猎物

在没有建立信任的情况下，如果你发任何产品广告给他们，那你马上变成那只令人讨厌的大苍蝇，这类刷屏广告被客户看到就像天天吃肥肉一样恶心，肯定不想让潜在客户这样看你的，不是吗？

思考一下，如果有人平均每月给你5次真诚的关心和礼物，你会对这个人有何感受？你会忘记他吗？如果他的产品或服务，你需要，你会找第二家吗？

因为任何人也无法抗拒全方位的关心和帮助。这样一来，生意会不好吗？想不好也难

但经过近半年的测试后发现，每次只需要进行高质量的互动5到7次，贡献价值，5到7次以后就基本能促成交易，直接下单购买

这就是互动6+1模式的最初实践成果，后来就演变出来这个模

式，根据客户的质量，还可以有4+1模式, 3+2模式, 21+1的模式

你可以没有学历，没有名气，不懂技术，不懂电脑，但你一定要比任何人都懂客户需要怎样的生活方式

你平常的交际层面是什么？

请客吃饭，电话聊天，短信祝福，出游聚会，体育运动，送礼馈赠，朋友之间的分享，互助，交流，攀比，就这些内容，都可以通过微信点对点和一对一沟通来实现

网路行销第一需要的是信任

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信:耿玉东 18514000891

感，以及你关注对方、改善对方生活的能力。一定要持续不断的，为客户提供解决方案，如此客户才会选择你，带给客户健康，乐趣，帮助，给予快乐和各种问题的解决途径和方案

信任永远是成交的钥匙，没有信任就没有成交！这很容易懂。当你遇到困难时，首先会向谁借钱呢？当然是朋友

你不可能随便问一位不认识或刚认识不了解的人开口借钱。这一点很重要，怎么强调都不过分！你不能一上来发个广告，或

者一封销售信就说“我有一个不错的产品售价5000元，你买吧...”估计99%的人以为你疯了。

信任必须经过这一循环过程：
不断给予、不断成交、不断跟进
不断追销.....

最后我们会发现：你的微信好友中会有一部分比例的人已都成为你的忠实客户！他们极其渴望你的产品或服务，他们只对你的产品或服务感兴趣，他们每个人回报给你的会越来越多

这时，当你需要钱时，只需要发送一封简短的促销信将他们

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

引导至具体的产品销售信主页或是商家主页上，就有源源不断的钱流进来……

忘记成交吧！决定成交的，不在于成交环节，而在于引流及抓潜过程中，顾客已经知道你、记住你并相信你，成交环节只是引导顾客为什么要在特定时间、特定地点购买

无论你想要成交什么样的客户，首先建立信任，建立信任有两个因素，一个是时间，一个是贡献价值，这两样通过《手机进化成提款机》的互动6+1模式可以

让客户体验，从而完成客户的自我销售

很多人都指望写一封销售信就能把客户成交，如果你也这样想，那我要告诉你：你将会损失很多很多的钱

如果你看过《浪潮式发售》这本书，你就能体会到序列信的威力比单篇销售信的威力至少大10倍…

因为确实来讲，别人刚刚接触你，很难一下子就给你打钱。虽然你的提供的东西很有价值，但对于你的签证客户来说，刚刚

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

有兴趣你就要收费，心里会抵触

总之，你只提供了一次价值，价值感还不够，还没到让你的潜在客户足够信任你的阶段。再多提供几次价值，估计就差不多了

信任比文案更重要！信任比销售信更重要！而建立信任最好的方式就是序列式贡献价值。你要学会把“成交”的过程拉长，特别是一些价格稍高的产品，因为买单需要一个持久的过程：从陌生到知情，再到信任，直到最后买单成交

很多朋友之所以累，就在于

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

只关注“结果”，忽视了过程。
而忽略了农耕思维的核心：没有
持续的浇灌，就没有持久的收获

张老师奉行的营销守则是16
个字：**主动推广，被动添加，互
动建交，自动成交**

其中的每个环节都是贡献价
值，都是用农耕思维在浇灌，在
培育，在送礼，持续的贡献价值，
持续的影响，人们讨厌被说服被
成交，但人们会不知不觉被影响

用一句话说明就是：客户怎
么买，你就应该怎么卖，千万别
自己发明

你一定要把“推销”这个概念从头脑中抹去，没有人喜欢“被推销”。你要不断的分享，不断的给予，不断的分享你的思想、你的服务内容，懂的人自然懂，营销即分享，营销即影响。影响人的思维、情感、行为....

分享就是最高级的广告，分享就是一种不像是广告的广告

总看到一些人搞什么微信神器，加好友神器，这些人总想着懒惰的办法，总是想要各种软件，群发，群聊，总想批量，快速，高效击中猎物，却屡屡碰壁，总

是不能如愿

实际上学习《手机变提款机》，用农耕思维去操作，运用擒贼先擒王的策略，每天一对一进行沟通互动，看似慢了，你会发现你的收入反倒比以前每天群发成千上万条广告时的提升几倍。少就是多，慢就是快，结果有效说明一切

因为你持续提供有用的资讯给他，他对你的信任感增加，当他不买东西的时候，他会记得你；当他要买东西的时候，通常他第一个想到的人就是你。

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

实际上你已经垄断了他生活的某个方面。当你建立了信任并与客户互动后，张老师给你唯一的建议就是：用你独到且最专业的见解来帮助客户解决困难，为客户创造价值。

如果不能解决客户的某一个具体问题，就借力他人来完成经过一段时间聊一对一沟通，个性化的互动，就会和客户建立起私人关系，和在现实生活中一样，如果你农耕思维做到位，客户最后都变成了朋友

不会十全十美，至少也十全

八美打住！别光说好听的，听起来我说的很轻松，很完美是吗？还有你所不知道的一面，不能只告诉你好的一面，也要告诉你一些很堵心的事

也经常遇到客户不理睬你，甚至上来沟通的时候就对你进行指责和抱怨，总是无休止的索取东西，这样的客户你肯定也会遇到过，并且有时候连着几天都会遇到一开始你会为了让每一个潜在客户满意，总是要耐心的解释，并且总是想法设法讨好客户，不论是否成交，浪费了很多时间和精力，影响和其他感兴趣的客户

交流，最终这个客户还是不满意，也没有成交一单

你错在内心的出发点还是想成交这个挑剔的客户，还是为了推销而为，“嫌货人才是买货人”在网络上不一定正确，你可以把这样的客户过滤掉，对他的给予和帮助适可而止，这样的人即使成交了也会浪费你的热情

全天下的人你不可能都是你帮助的对象，帮助那些值得帮助的人，不要把时间浪费在解释上面，理解你的人，无需解释，不理解你的人，解释也没有用

不是一个林子的鸟，把时间浪费在他们身上，就失去了帮助那些值得帮助的人的时间，这是机会成本！这是被很多人忽略的隐性成本之一

进入张老师分享的圈子，你首先要学会的是运用总裁思维运营你的微公司，你的公司你做主，你要“面试”所有想进入你公司的人，不合格的坚决甩出去

这里面要提醒你，有一个心理上的坎，需要你迈过去，这也是人的本性，就是你花时间和精力去关心客户，给予别人有价值的东西，

但客户不需要，或要了不领情，有的很贪婪，索取无度，你一定不要觉得可惜，或者难以理解

因为你给予的是多余的，你拥有的是丰盛的，不要影响你继续给予，分享的热情，继续给予，给予帮助，总有值得帮助的人需要你的帮助，就像分子和分母的关系，这个比值差不多一致的，分母数量大了，分子也会随之加大，给的越多，回报越多，你还担心那些不需要，不领情的人吗？

对于那些值得帮助的潜在客户

户，我总结出最好的给予是：

你送的是潜在客户特别想要的东西；而且让他感觉有些意外的，能够表达出你的关心和帮助，表示一种友谊；能“打动”对方，而不是“打发”对方

而且这些都可以在网络上完成，不需要你花费多少钱，只需要付出你的时间和精力

但你的时间精力也是高昂的成本，所以只能选择帮助那些值得帮助的人

你可以选择用你喜欢的方式助人！用你喜欢的方式给予，网

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

络上最好的礼物是虚拟礼物，你的财富和你送出的价值成正比

定期向客户推送有价值的信息，同时合理的附带产品促销广告。大部分卖家只会生硬的像粉丝推送广告，这样效果很差

一定要向潜在客户发送对方喜欢的信息。什么信息客户喜欢呢？

对客户有价值的：相应的资料和视频，电子书，文章。

让客户感动的：记得他的生日，给他贺卡和礼物。

让客户开心的：发给他搞笑的视频和图片。

让客户人为你是关心他的：记得他以前聊天时提到过的东西。

粉丝得到了你免费送给他的东西，就从最初的“没有听说过你”，从对你没有一点点的信任，变成对你有了一定的信任

这个信任关系是：他觉得你给他的东西很有价值，也就是说你是能够帮助他、能够给他创造价值，更主要的是你没有马上要求“回报”

所以，你要一直思考：怎么

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

给予价值？即使是一个很简短的沟通，你也必须想到送什么样的礼物给对方，如何给对方创造价值

什么是价值！你不需要流量，只需要创造价值和赠送出价值

找到目标客户聚集的地方，把你的价值送出去世界上最快的致富方法就是赠送，所有大师致富的核心秘密之一就是赠送

乔吉拉德卖汽车世界第一，客户看到他身上的T-SHIRT很漂亮，就赞他一句。他马上说：“您喜欢吗？我送给您！”

于是，马上脱下来送给对方……乔吉拉德办公室里的衣柜，准备了各种各样的新衣服

人家跟乔吉拉德买汽车，问：“乔，你喜欢抽什么烟？”

乔吉拉德就说：“或许和你一样。”

客户说：“我抽的可是**牌。”

乔吉拉德立即兴奋地说：“那就对了！咱一样。”

你知道吗？乔吉拉德办公室里，准备着全世界最著名的香烟超过

200种……

一个网友、微友和顾客，收到你的礼物，会突然对你们的合作关系刮目相看

对于重点客户，你送给他的礼物，一定要特殊化，触动不了心灵的礼物，等于白送

先送后卖，先礼后利：会送钱的人才会赚大钱，会送礼的人才会有暴利，厚利

作为一个总裁，运营你的微公司，你所有工作的核心，就是通过任何一个网络渠道把价值送出去

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

送什么礼物好呢？网络上最好的礼物就是虚拟礼物！

什么是虚拟礼物？简单说就是能够在网上传输的视频，电子书，资讯，电子报告，工具软件，教程，影视音乐等等不需要物理成本的一切东西

如果聊天过程中发现客户有健康问题？那好办，请人吃饭不如请人出汗，送给他一套在家就能做的健身视频

夫妻之间有矛盾？送他一套夫妻相处之道的视频。

在炒股？送他一套专家视频

想要了解更多顶级内幕资讯请添加微信：耿玉东 18514000891

和出自世界名家之手的电子书

为性能力烦恼？ 送他一些国外最新的性能力锻炼的训练视频

为孩子问题苦恼？ 给他一个亲子教育的讲座

很多网上没有，即使有他可能费很多时间才能搜到，搜到不一定适合他，但你送给他的正好解决他的问题

太阳底下无新事，我们要干的事都有别人干过，所谓“原创”，就是我们不知道别人干过，孤陋寡闻而已

任何一件事你解决不了的时候，答案还是存在的。因为有人已经实践过了，你只需要找到这些答案而已

营销到底是什么？曾经以为营销就是卖东西，后面发现营销是发现问题，解决问题.....

在后面，我发现营销是创造需求，满足需求再后面，发现营销是价值的魔术...到最后，才发现原来营销就是影响人，影响人的什么？

影响人的思维，情感，行为！你要直接进入核心，认真思考，

采取什么样的行动、做法能够影响人的思维、情感、行为

一流的产品服务、高明的营销活动、真挚的文案、一针见血的效果，等等，哪个适合你？不要一直在产品上做文章，离开产品，直接研究“人”

营销的最高境界是什么，不断付出，不断给予，不管客户有没有买单，依旧付出如初

客户是否买单并不能影响我们付出，当抱有这种思想的时候，我发现不必去说服，不必去强求，一切都会被你的行动吸引来

资金也好，项目也好，人脉也好，都是在你不断给予和行动的过程中吸引来的，很多事儿都是非常简单的。也许，营销的最高境界是直接给予，没有营销……

把送礼思维的给予和农耕思维的培育运用到你的微信上，你会很快看到结果

所谓秘笈就是很多人好像都知道，但都做不到的那个简单道理。因为一开始我就自以为懂，花费很长时间才明白其中的道道

今后，你再也不用为了赚钱

在网上熬夜了。今后，你可以让周围怀疑你的人承认你了

好，总裁，今天的第6集到此结束，第7集分享如何利用猎头思维寻找人才成就自己的事业！