

如何穿着睡衣坐在厨房桌边 每天轻松赚钱

杰夫·保罗



本书目录

名人推介.....	4
作者简介:.....	7
第一章 这是如此惊世骇俗:“你怎样才能身着睡衣端坐案桌也能轻松快速地挣钱?”	9
第二章 我不能相信我已经久候此书!.....	13
第三章 这本书所不涉及的内容.....	16
第四章 杰夫·保罗告诉你一切:我是怎样在邮购领域从失败迈向成功的?.....	19
第五章 难以置信的赚钱突破是如何实现的?	25
第六章 我的赚钱系统的“组成部件”	29
第七章 在邮购行销方面,如何在低于 1,000,00 美元的基础上真正地创造利润呢?	36
第八章 为什么,何时以及使用一个“免费信息”来强化你的广告.....	42
第九章 我是如何在一天挣到 4,000.00 美元.....	45
第十章 这个令人难以置信的赚钱生意——按需出版.....	49

第十一章	你能用我的模式在互联网上挣大钱吗？绝对行！ ..	53
第十二章	让我们前进吧！	57
第十三章	为什么他们应该在你那购买产品	64
第十四章	撰写你的广告和销售信	70
第十五章	测试！测试！测试！	78
第十七章	构建你的终端利润提取机	88
第十八章	我是谁？一个营销经理？	93
第十九章	在家挣钱	100
第二十章	“我的顾客与众不同，这种营销不会对他们起作用！”	107
第二十一章	如何开始？	113
第二十二章	胜利不是唯一的事情，营销才是“游戏”的真谛	121
第二十三章	繁重的工作是别人做的事，努力工作不是答案 ..	127

名人推介

听听他们怎么评价这本书的吧！

全世界最懂直效行销的人——加里·哈博特评价说：他的书有如金玉良言，每一页都在增加你的竞争力。读通这本书，就不用再愁找不到顾客。——美国收入最高的广告文案高手加里·哈博特（中国中小企业营销之神刘克亚的导师）

如果你只能挪出时间看一本直效行销的书，选这本绝对没错。要想尽办法把这这本书弄到手——“百万富翁缔造者”丹肯尼迪（Dan Kennedy）

这些推荐讲的每一点都是真的，不论花多少钱买都算是捡到便宜。——澳洲行销之神布莱特·麦克弗尔（Brett McFall）

充满智言慧语，对实务帮助很大，而且绝对不会无聊。这是可以一再重读的好书，我真希望能在生涯的开头就读到这本书。

——世界上最棒的直复式行销天才（约翰卡尔顿）

★★★★★您将从这本书获得的收益★★★★★

- ✔ 如何找到一个饥饿的市场
- ✔ 如何正确做行销定位
- ✔ 最快速找到最合适他们的产品秘诀
- ✔ 如何启动他们购买产品的心灵扳机
- ✔ 增加广告响应率200%的有效方法
- ✔ 从无到有增加销售量的必杀计
- ✔ 广告和销售信编写必胜之道秘密武器
- ✔ 建立后续盈利机器的方法与步骤
- ✔ 如何合理制定有效业绩倍增计划
- ✔ 透析邮购领域“以小博大”的成功秘诀
- ✔ 如何用最少的金钱与时间，建立强大的互动的网络赚钱机

器

★★★★★适合人群★★★★★

- ✔ 想创业却找不到好的途径；
- ✔ 有自己的互联网工具却不知道怎样将其转化为利润；
- ✔ 已经有了自己的互联网商业却无法更上一层楼。

作者简介：

1991年的时候，杰夫·保罗还是一个无家可归、身无分文的彻底失败者，信用卡上有10万美元的财务赤字，他与老婆、3个小孩，住在姐姐家的地下室里。

突然有一天，他发现了一本1931年出版的古董书，书里揭示了一种极为简单的赚钱方式，使用这套不可思议的赚钱技巧，杰夫开始快速赚钱，到了1992年，他每个月的收入达到了5位数，而且全部都是自动化涌入他的银行帐户的；此时的他，每天都穿着睡衣闲呆在家里……

这套技巧，帮助杰夫在2个月内就摆脱了银行债务，并且快速就成为在家工作的百万富翁，这样是很多人的梦想的生活……他把他的书《如何穿着内衣坐在厨房桌边每天轻松赚钱》销售给了15万人，这些人当中，很多人也成为了在家工作的百万富翁，他们使用的都是杰夫所传播的方法……

他现在所发展出来的技巧，简单到：只要你会写Email就可以

赚钱！很多人向杰夫支付8000块/天的费用，来向他咨询，或是掏5000美元来参加他的研习会……

第一章

这是如此惊世骇俗：

**“你怎样才能身着睡衣端坐案桌
也能轻松快速地挣钱？”**

对于一本书来说，我想这会是个很奇怪的名字，因为它听起来是如此地非同寻常且不可置信！

既然此书已经置于你的手中，我希望他能被证明是部好书。此书乍听之下似乎傻傻的，但题目的确淋漓尽致地将什么是我力所能及的事和花时间理解我事例的人能做什么事这两方面阐释得清清楚楚！

不过，我不能也不会对此作出承诺，那样做我就是傻子了！我想你也不会向一个傻子请教如何赚钱吧。我不能控制你是如何利用我给你的信息，你没有受制于我，因此我不会为你的行为承担责任。我能向你保证以及做到的，就是告诉你的我做生意时发现所得的真相，揭秘我方法的每一部分，并且清楚地向你阐述。

你想要台多大的赚钱机器呢？

现在，当我说又快又轻松地赚钱的时候，我是非常认真的。现在，就在我写这本书的时候，2004年1月，我一天正常收入大约为4,000,00美元，有时候多，有时候少。

从91年启动项目到03年底，我已获得30多万美元的收益。是的，那只是毛收入，但大部分是净利。因此，以其说我是个百万富翁，和那群在借来的劳斯莱斯车前，在租来的豪宅前装腔作势的人那样，倒不如说我是真真实实地年入百万。并且我可以证明给你看！

当你读完此书的时候，你会明白我是如何赚钱以及你又能有何作为！

当然，你可能并不想年入百万，你并不想刻苦工作，你可能没有动力，缺乏雄心。你可能有更合理的需求，也许日入一千对你而言太过其实。也许每天用部分时间赚取一百美元超出你的能力范围。但那没关系，一切由你做主。你在本书中探索而得的秘诀将助你创建一台“每日吐钱机”，一台能够每天吐出你所渴求钱数的吐钱机，从100美元到1000美元甚至跟多！

从小橡果到参天大树

就在此时，我是在一间400平方英尺的办公室办公的，这办公室是我在个人车库上建的。在房间的密室中我拥有一个私人空间。但是，我最初做生意时的那张折叠牌桌还在办公室中使用着，并且我的确在厨房里，在牌桌上办公好几个月了！

顺便说一下，在许多方面，我是个真正的吝啬鬼！对于花钱买间体面的办公室，雇佣个整天在里面挫指甲，看杂志的接待员这类事，我没有丝毫兴趣。

这些天我沉迷于“利润”之中。

关于那些我即将为您解说的生意，你无须将你的利润浪费在管理费用上。你无需一间家庭之外的办公室，你无需一大堆雇员，因为伴随而来的是一大堆钩心斗角的人事问题！你无需在额外支出上花任何钱！退一步说，就算明天我的生意搞砸了，我可以立即停掉它并在48小时内走人！

你看，你的“顾客”从不拜访你家，你从不接触他们，你从未见过他们，他们也从未见过你。因此，只要你愿意你可以终日裸体

待在家中，并且这不会带来什么影响。

老实说，我曾经不得不每天穿衬衫，打领结，加件运动服或西装。现在，我觉得那是一种束缚。现在我只拥有一套西装，我的正装是一条舒适的牛仔裤、一件T-shirt。我对这项事业概括的要点是：隐私和自由！

因此，我想让你知道本书的每部分都是真实的！

现在我们言归正传。

首先，我将告诉你我故事中的细节。也许你会急着跳过去，但我建议你不要这样做。你得知道我是如何达到这个位置的，由此你就会充满信心并相信自己也能做到！如果你一开始就注意事情的发展演变，你会很容易就理解并信任我了！

现在，我会告诉你我到底干了些什么以及我是如何执行的。

最后，我会帮你起步。

另一件我不得不告诉你的事是，这不是只对我有效的侥幸成功，巧合得就像一道闪电劈中了站在玉米地上的家伙！

第二章

我不能相信我已经久候此书！

我叫杰夫·保罗，四十八岁。我的妻子和我有三个孩子。我们以85,000,00美元的价格在芝加哥近郊购置了一处不错的房子。对于一个一年多前还在亲戚家的地下室居住的家庭来说，这已经是很困难的得了！

为了准确起见，此刻我正穿着条短裤和一件T恤，坐在饭桌旁，用笔记本写着这本书呢。

“让我们活出幻想”

我已经成功地实现了从一个简单、方便而惬意的家庭项目中赚很多钱的幻想！我之所以用“幻想”这个词，是因为对大多数人来说这仍然是幻想。我无法相信我正在写这本书并正扩大它的知名度，因为这么多年来我苦苦等待机会的降临。我是对一夜暴富痴迷的人！我捕捉每条广告，如饥似渴地阅读诸如《MoneyMaking》之类的杂志。我函购了函索书、计划、报道、磁带甚至传单。这里寄

10美元，那边寄20美元。只有上帝知道我花了多少千美元啊。但是，大多数时候我得到的只是垃圾！

可能你也许有相同经历并在很大程度上对我持怀疑态度，但我一点也不责怪你。

让我回答你的疑问。首先，我不需要与人分享我的方法。我不惜任何代价逃避这些心烦的事，因此，我没有任何想要出名的意思。

实际上，我觉得我很幸运，我应该告诉大家我是个怎样的人：真诚且具有雄心壮志，但苦苦挣扎在那些傻瓜伎俩上浪费时间和金钱。我应该告诉你我得到的教训，因为自己私藏它会显得我很自私。

你会逐渐知道，告诉你一切我所知道的东西并不会对我造成任何损失。这也不会为我制造竞争对手，所以我说我没有理由保留我的秘密。

在创作和推广此书之前，我想测试一下并看看其他人到底能不能接受和运用我的模式。由于受到我的导师的市场直销理念的影响，我总共在东部找了20个人，在加州找了30个人来，并且我举办了两场题为“杰夫鲍尔告诉你一切”的研讨会。每人收费795美元，这是个不菲的价钱啊，不是吗？

老实说，我做这些不为什么，只是想让这些试验对象证明我的模式是可以复制的。但我的导师坚持要收取些体面的费用。他坚持收每人四千美元。“你每天能赚那么多钱”，他大喊大叫，“很明显我们应该让他们出这么多钱来学习你正在做的事”。后来我们相互妥协，将价定在795美元。不管怎样，我举办了这两场研讨会，倾我所学之精华，并拿出我所有材料的复印件。

一个家伙回去之后运用我传授的方法的一部分，在接下来的18天内立马赚了12000美元的钱。

自从研讨会后，我们有些人由于用了我的模式，他们挣了一笔且不晓的钱。我现在不想拿这些例子来烦你，关键之处在于你能做些什么和我想尽快到达。

第三章

这本书所不涉及的内容

我认为让你的恐惧和怀疑消失是相当重要的，理顺你的思维，打开你的心扉，准备接受我与你共享的信息吧！下面，让我花几分钟来说明下本书所不涉及的内容有哪几方面。

1. 这本书不涉及“多层次”这一概念

我不一定反对“多层次营销”或“团体营销”，但是我不去实践它。因为这种金字塔式的营销方式很大程度上只能使少数顶层的人富裕。

无论你是怎么想的，此书不会浪费笔墨提及“多层次营销”，我的模式也与“多层次营销”这一概念没什么关系。

2. 这本书不涉及那些让你推销所谓“致富产品”来致富的可笑计划！

我已经自食其力为某类特殊顾客提供有用且合法的产品而日入4千美元，稍后我就会告诉你详细细节。在写次数之前，我已经

赚了数百万美元。

3. 这不是一项你购买我那些小册子，

然后推销我的产品，我赚钱而你损失钱的方案

一般杂志上都充斥着经过包装的邮购生意，依我之件，我们都是庞大的海市蜃楼。当我将我的模式告诉你之后，你就不必从我这买些什么。我也不要你的一丝利润，因为我们之间没有任何利害关系。

我仅仅是想让你在金钱方面获得独立自由，而不是依靠我。

4. 本书不涉及虚构的故事

你知道吗，你在那些致富广告上看到那些有喷气式飞机、有游艇的人都是假的！那些广告充斥着笔名，虚构故事、理想模式甚至有些是从广告机构那搞来的库存图片。这令人震惊但却千真万确！

可是，我的妻子和我都是真实存在的，非常真实的普通人。本书中我告诉你的都是千真万确的。有一件事是确定的，我不会编造故事来使我的收入、事业、家庭和名誉受到丝毫损失，我也不必这么做，我真实的故事是难以置信的！

5. 这本书没有纸上谈兵

本书为你揭露了每个细节，你会发现任何一个有着正常智力的成年人都能用我的模式。你无需大量资金、无须受过很高的教育、无须办公室、特殊设备和雇员！

6. 这甚至不像你想的那样是一种邮购生意

对于邮购行业来说，这是一种彻底不同的方法，它使我从一无所有到日入4千美元。读这本书你需要些许的耐心、细心和一定的时间，最好能够反复阅读以便彻底理解这种不同寻常的方法。一旦你领悟了，它将为你的财富敞开一道大门！

第四章

杰夫·保罗告诉你一切：

我是怎样在邮购领域

从失败迈向成功的？

在学校里我是个不折不扣的游手好闲、吊儿郎当的家伙。在几次校内外的“冒险”之后，我通过上夜校成为了一名会计。在上夜校的过程中我结婚了，不久之后我的孩子降临人世，这就使我迫切地希望赚钱养家！

对于会计公司来说我不是个具有吸引力的候选人，我也没信心开创自己的事业。因此，我买了一项会计业务的特许经营权。我从父母那借来15,000,000美元来支付特许经营费用。也正是由于缺乏自信，我便找了个合伙人。我那合伙人是个从芝加哥大学获得MBA毕业的成功人士。我那伙伴一星期要价300美元，对此我倍感焦虑。当我们经历了第一个营业周期后，我们变得异常繁忙，客户接踵而来。尽管涉世未深、缺乏经验，尽管债务缠身，尽管一部分收入要支付特许经营费用，尽管伙伴很懒，但我们已经开始赚钱啦！

试想一下，当发现自己银行账户里的钱少于250美元时，我会有多么惊讶！

当我像个奴隶般做牛做马，却连续三个月没有收到支票时，我的伙伴却在吸毒嫖娼，此情此境，实在令人气愤！

首当其冲的是，我们向政府贷了笔20万的小额贷款。这笔贷款是我那“伙伴”商定的，在签订贷款协议的同时，我也签了与他的合伙协议，由此，我欠了204,000.00美元的债务！

在负债204,000.00美元债务的情况下，我启动了“注册金融理财师”的生意。我不脚踏实地搞了阵子保险销售后，又准备回校成为一名注册金融规划师。你可能会认为接受更多教育是解决之法，当时我也是这么认为的。

让我长话短说，成为一个注册金融理财师，就其本身而言常常不能改变什么东西。与此同时，我陷入了进一步的财政危机之中，只能借债度日。此外还有其他烦恼困扰着我。尽管如此，但最终我还是使我的理财规划项目运转起来并开始真正赚钱！

我发现大多数理财规划师是讨厌市场营销的，并且都沉醉在我的骄傲自满中。但是我们都知道没有好主意怎么能吸引顾客？！

索性我并没有被自我所羁绊，我知道要挣钱，就必须争取到顾客，并且我作了我必须做的事情来争取顾客。

很快，我就在我的领域中成了 " 应销专家 " 并且使足够多的客户支持我们这一成长中的规划公司（在1989年，我所在的财政规划公司创造了超过1, 500, 000.00美圆的生意）我还清了我的债务，买到了一辆新车和一栋漂亮的房子。

但是，首先我那时正做着我能所做的一切事情去争取我的客户，而我的伙伴正在翘二郎腿，许多隔阂便形成了。第二，我逐渐意识到其实我并不喜欢我所做的事情。当一切事情达到紧急关头时，合作伙伴关系便出现了极大的分裂，而我勉强能逃离这些家伙。

尽管如此，但一切都还算顺利。我很快在费城的一家金融服务公司找到了一份高薪的 " 业务员 " 工作。我们不得不搬家，但这值得。但几乎是在我立即把我的家搬到费城之后，我那老板的空壳公司居然破产了！我立即认识到我的工作是多么差劲。

在我回应了一切 " 机会 " 广告期间，尝试不同的赚钱计划，试图找到一种真正独立的方式。

我知道我不需要更多的合伙人。我知道我不想每天早晨穿西装

打领带地微笑着面对别人，我不想每天每周东奔西跑地去销售，我不关心我不想关心的人。我知道直到我65岁之前我都不想为其他人工作，而那时我就有了许多自由空间。你看，我是非常清楚我所不想做的事。

但是，除了那模糊不清的，关于邮件订购的不确定的 " 想法 " 外，我不知道如何去实施它。

所以当我的雇主破产后，我做了件非常愚蠢的事情。我又搬回芝加哥并依靠我的信用卡生活。我没有去找另外的工作。我把自己锁在房子里，思考着我将如何形成我自己的邮件订购的生意。并且，我开始尝试不同的方法，比如发布广告，邮寄小册子等等。

你将知道在我的生意有了重大突破之前，我是多么地落魄。所以你该明白你也能达到我现在所能达到的水平。

你将可能学会我的系统并将得到比我以前所能得到的更多的优势。你可以比我以前做得更好。

离无家可归仅仅几张支票之遥！

我失去了房子。我们不得不搬去我的妻子的姐姐家的地下室

住。我，我的妻子以及我的几个孩子毫不夸张地住在地下室角落里的一张长椅上！我从一个“聪明年轻，锐意进取并成功的人变成了一个有愧于家庭的人——一个整天到朋友那闲逛的人。我们离“无家可归”仅仅几张支票之遥。（你呢？）

恩，在晚上，我坐在地下室捶打我自己。但是，我仍然不可置信地决定继续进行我的邮件邮购计划。回首这些事情，连我自己也对自己惊讶万分，并且我非常非常感谢我的妻子。我不知道为什么以及我是如何保持我的梦想信念。为什么我的妻子会对我不离不弃，我也永远不会了解。

但是，我开始对发展一个完整而独立、简单的以家庭为基础的邮件订购业务非常着迷。

在此，以下将是另人惊讶的故事结局：

不到两年，我从居住在破旧的地下室到坐拥豪宅的辉煌。我们有许多银行储蓄、漂亮的车，孩子们能得到他们在学校所需要的每一样东西，我甚至买到一艘船。并且，我每天将 4,000 美圆存进我的银行帐户。我们在做着有意义的慈善事业。我们经常进行最佳的旅游，享受最好的假期。无论何时，只要我们喜欢，我们就漫

步在湖边附近的小屋。我的时间是我自己拥有的。我能抽空去看我的孩子们的球赛。我能每周享受高尔夫的愉悦。我们是政府定位为 " 非常富有 " 的人。我们是布什总统希望帮助减税的人。

本系统使每样东西都在18月内逆转是剩余章节所要阐述的主题。你能用本系统完成任何金融目标。我希望你将你所有的脑细胞投入到抓取和理解本系统的精华中去。

第五章

难以置信的

赚钱突破是如何实现的？

我是非常孤独的人，非常孤独。我已成功地凭借我顽强的韧性组合到更多我在赚钱方面所需的 " 元素 " 。但是，仍然有少数细节需要调整。我是个愚蠢的人。但是，通过我所有的阅读，接听电话及纠缠邮购专家、不屈不挠地寻求帮助的过程中，我一直听说到一个特别的人，一个在多数情况下被称为 " 幕后 " 天才的邮购营销鬼才。经过我的不断努力，我最终得到邀请去参加他的讲座。

正如你所猜到的，直销世界充斥着无数虚伪的 " 先知 " 、 " 冒牌专家 " 什么都没做过却告诉其他人该做什么。我曾经在他们的 " 指引 " 下走过不少弯路，最后落得一无所有。但是这个人却凭借他的声誉使他从这沼泽中得以出淤泥而不染。我确信他是能够拯救我的人。就在那里，那位真正的专家调整我在过去所做的事……

我不得不倒退一分钟

我站在你能想象的最高最令人畏惧的山脉底部。

你知道去高山拜访智者的故事。在那种情况下，高山就是金钱，它需要花费令人错愕的3,495.00美圆去参加那专家的讲座。没错，确实如此，加上机票和住酒店的费用。对于历尽艰苦的我和我的妻子，这不异于国债！

想象一下，生活在地下室，吃了上餐不知道下餐什么时候才有的人，这是多么大的负担啊。即使如此，我们仍然决定博一博！

我的信用卡上还有一点余额，我们再向其他的地方东拼西凑。我们在宾馆从不和其他人一起共餐——参加讲座的一共20多人。我们只在我们的房间吃花生酱和饼干。

我仍然认为这很有趣

如何以这种巨大的方式改变在几分钟内改变我们的生活？

在研讨会上，我开始知道我以前所做的都是错的，之后，这位伟大的专家单独和我聊天听我描述我的想法和我的产品，我如何尝试做广告，以及所有我以前的尝试。他告诉我们，说我们只走了我们计划中的90%的行程……他给我们提了一点意见，之后送我们回家。

在1991年9月那次相遇之前，我仅仅从我不屈不挠的邮购行销尝试中赚取到1,090.00美元。

但依照这位专家的建议后，我们的收入便如烟花表演般爆炸性增长。以下是实际的数字，绝对可由银行存款证实：

10月收入13,400.00美元，整整13倍的增长！

11月收入25,200.00美元，再次双倍增长！

12月收入49,800.00美元，这是我们在“糟糕月份”创造的业绩！

现在，我可以告诉你，每个月我能把5万美元存入我的银行账户！没有合伙人的环绕，不用办公室，仅仅是我和我的妻子发送我们的信件，回复电话和数钱。

我简直无法想象在一个月里挣49,000.00美元仅仅是个开始！

但这确实是实情！因为我们不断地精练我们生意中的模糊面和凌乱的部分。最终得出一个真正的系统，于是收入不断增长！

之后，我回去参加更多的研讨会。并且每次他都帮我们改善我们正在做的事情。

在1992年，我们拥有超过一百万美元的存款，并且保持了所有

开支后的一半作为纯利润！

在1993年，我们拥有2, 100, 000, 00的存款！

在1995年，我们把超过5, 000, 000美圆的销售额投入我们的小办公室。现在，在2004年，在这被认为是 " 糟糕的 " 9.11事件，安然事件，反恐经济后，我仍然有超过 1, 000, 000美圆的年收入！

但是钱不代表一切！（现在我可以轻松地說出此话了）这也是完美的生活方式！

现在我最终要进入我的系统的细节……

第六章

我的赚钱系统的“组成部件”

以下是我要一点一点透露给你的关于我系统中关键部分的一

览表：

- 1、完全控制和独立
- 2、选择专业的目标市场
- 3、聚集特别的“信息产品”
- 4、挑选正确产品的秘诀
- 5、广告的低成本“消费勘察”类型
- 6、在何处做广告的秘诀
- 7、一个简单的录制品如何转化为为你每天 24 小时，每周 7 天

工作的销售员

- 8、你赚钱的三种主要方式
- 9、如何确保你能创造最大的利润：按需出版
- 10、其他你需要学习的东西

现在，当我们开始看着这十个步骤，不要在意你没有掌握每一

个微小的细节。你还没有准备好。我们需要对这 10 个步骤做一个引导概观，以便你能拥有一个大的图景。

让我们开始吧：

完全控制和独立

你需要对你正在销售的产品拥有完全的控制权。这意味着你不能购买那些广泛地出售给任何人的产品。你的产品必须是你能够独立掌控的。

那是否听起来很不现实？那需要巨额投资吗？一点也不需要！我将向你展示你如何能够在几乎没有任何投入的基础上完全拥有独家经营的产品！

当你采用我的系统，没人能将你的红地毯从你脚底抽走！

选择专业的目标市场

这是我最重要的“秘密”之一。大多数人们认为拥有无拘无束的公众吸引力的产品将最可能引导邮购行销迈向成功。但是，此观点仍然有其不足的地方。当公众成为你的市场，你需要有实质性的资源来与此市场沟通。

为了向公众行销，你可能需要在非常多的昂贵传媒刊登大型广告，例如《今日美国》《国家调查报告》或者《时尚》。即使每次在这些报纸刊登一些小型广告也要花掉 4,000.00 美元甚至更多！为了在几种刊物上测验几种不同的广告也会很轻易地花掉 25,000.00 美元。

另一个迅速地向公众行销的手段就是通过“电子邮购”，例如电视信息广告。它大概需要花费 100,000.00 美元。

我通过成为鱼塘的鱼逐渐致富

我已经选择向金融理财师进行销售。因为我曾经是他们中的一员。我对这些人有深入的了解。当我跟他们交谈时我懂得我是他们中的一员并且了解他们。由于这个原因，我选择这个非常特别的“目标市场”。

你应该以同样的方式选择你的首要“目标市场”。如果你喜欢钓鱼，你应该成为热心钓鱼的人。如果你收集硬币，你的目标市场应该是硬币收集者。如果你已经成功销售汽车，你的目标市场应该是汽车销售人员。如果你是一个牧师，你的目标市场应该是其他牧师。如果你拥有一个成功的网站并热爱因特网，你的目标市场应

该是打算在网络赚钱的人们。

你理解此观点了吗？在选择目标市场的时候，你应该思考你的过去和现在职业。

聚集特别的信息产品

首先，信息产品可以是一本书、一本小册子、CD、指南、报告、新闻通讯、录音带、录像带、DVD、讲座、网站、网上讲座、电子书、软件或者任何这些东西的结合体。就像你之后将要看到的，这些将是合适我的邮购行销系统的产品。

第二，什么是“特别的”呢？这意味着信息产品是合适的！如果我的目标市场是“鳟鱼垂钓者”，那么我打算销售一盘鲜为人知的发现并抓到鳟鱼方法的DVD，而不是捕捉所有类型的鱼的录像带，或者更糟糕的是关于如何划船、露营和旅游的录像带。

就我而言，我仅仅为注册金融理财师创立一个关于吸引新的顾客来财经规划的家庭研究课程。我的产品就恰倒好处地和我的目标市场吻合。

选择正确产品的秘诀

你想要你的产品能最大限度地愈合市场“创伤”并且满足人们的需求。这将能使你的市场引起强烈的情感回复。我没时间教你这点在此书中的重要性，但是，我可以明白地告诉你，通过情绪销售胜于依靠逻辑销售【注：其实也就是一种情感销售】。

就我而言，我知道注册金融理财师最大的“创伤”与勘测有关。理财师不得不寻找新的顾客，但他们却讨厌行动。许多人是懒惰的，也许许多人是不知道怎么做的。当顾客在理财师面前坐定下来，大多数理财师是有能力满足顾客的需求的。但不容忽视的是，一些人对获取顾客存在心理恐惧。了解到这点后，我决定把我的产品和这类忧虑的人联结在一起。

我也知道，注册金融理财师的最大欲望在于能够“如魔法般抓住”拥有顾客。实际上，他们想要成为自己做广告，但是大多数人却以失败告终！

曾经作为一个注册金融理财师的我，已经学会如何做广告才能收到效果。所以，我创立我的信息产品来使广告策略和已经生效的样板广告更加突出。我的产品和我的市场的最大需求是相当吻合的！

我们将在下一章节开始讨论下我是如何销售我的产品的。首先，让我们回顾一下我已经教过的基础知识：我想要你选择一个你已经掌握许多知识的目标市场。如果你在那个市场拥有充分的认知和受到许多人的尊重，那样就更好！

然后你为你的目标市场组合你专门为他们而量身定制的信息产品。你将这些信息产品聚集在目标市场最担忧和最渴望的部分。之后，你要拥有和控制你自己的产品。这是依照我的系统快速而简单的挣大钱非常非常牢固的基础！

我能教你如何创造这些信息产品即使你认为你“不能写”。我也能向你展示如何找到使合适的产品获得发布或销售权的方法，即使你认为你自己没有营销经历或者并没有掌握特别市场的秘诀。我也能向你展示如何通过安全地获取别人的名字、样子、知识和名声等信息并且围绕这些做文章的方法。

事实上，我另外寻找了一个目标市场。我找到一个拥有专长的人，并让他采用我的模式来提升他的知识，我们各自都能得到利益！在这个特别的市场上我每年有超过一百万美元的收入！

你也看到了，我在邮购行销方面通过指出要点和方法挣到了大

钱，这是和你以前从来没有听过和阅读过的。但是毫无疑问，这确实是非常奏效的！

第七章

在邮购行销方面， 如何在低于 1, 000, 00 美元的基础上 真正地创造利润呢？

拉动我赚钱火车的驱动力就是：广告消费勘察。

就定义来看，这意味着广告的工作并不在于做一桩买卖，不在于建立我们公司的形象，不在于描述我们的产品。它的工作仅仅在于识别出最有可能买我产品的顾客并反馈到我这。那些反馈这条广告给我的人们就被称为“Lead”，也就是潜在顾客。

现在，这里有一个非常重要的要点：这些广告绝不能被用来做超过一个环节的工作。我运用“关联营销”的方法，每一步仅仅负责一个环节。这个过程筛选出谁不是真正感兴趣的人谁又是被鉴定为真正对产品感兴趣的人，这样我就能花有意义的钱去向真正对我的产品感兴趣的人来行销。

这就是为什么我能够向我的反馈者发送直邮销售信时能达到 10%到 12%的邮购率的原因。这是效率非常高的方法。这种杠杆作

用让我能以最小的投入获得最大的回报。

不，这并不是通过邮件销售信息产品的唯一方法。但是我教你的系统是能以最小的投入、最小的风险得到最大的回报的方法。

这种“广告消费勘察”观念能够精准地描述你想要什么，并能够给他们提供自由选择的机会。这种“免费的报告”真的是你的产品强有力的销售信！以下是我们可能刊登在《鳟鱼垂钓者月刊》上的“广告勘察”广告：

注意：鳟鱼垂钓者

你是否厌倦了华丽的噱头，和新的诱惑，并且厌倦了那昂贵的小玩意？

冠军渔夫家将揭示 5 个简单但却能强有力地抓住更大且更多的鳟鱼的内部机密给你。对于我的激动人心的免费，报告说：“鳟鱼没机会了！”，请拨打 000/000-0000 或致信到以下地址：Trout King, 123 Waterway, Lakes, Minnesota 56789！

正如你所看到的，这可能是一个小的分类广告或者三英寸的“小型”展示的广告。通过此类广告，你会饶有兴趣地知道，有成千上万的小邮购企业家，他们中的大多数人出售各种类型的信息来

获得“分类广告消费勘察”以此巩固他们整个商业领导地位。

我认识一个在这方面有着六年资深经历的绅士。他每年仅仅利用业余时间加利福尼亚州的家中就能挣 30, 000. 00 美元到 50, 000. 00 美元。

他是这样描述他的生活的：那时他大多数早晨醒来时，便带着他的爱犬去散步，做一点点小运动。喝完他的果汁和咖啡之后，他开始阅读一些文章。看完文章后，他花上一个小时左右的时间在他的卧室-----一间能从窗户眺望大海的巨大的办公室，努力地工作。

当邮递员到来的时候，他的妻子帮他取走他的销售信函，发送他的销售信给新的“广告消费勘察员”。并且接收顾客反馈的信息。这通常需要大约一个小时。然后他们将剩下的时间“关掉”。

每周两次，他们都会开车进城到银行存款、逛街、看电影、与朋友来访。他的小分类广告已经帮他还清了自己的房子贷款，并使他的孩子们迈向了大学之门，并能进行不同的基金投资，并让他的生活和他预想的一样。

他并非与众不同。我已经开创自己的事业，我已经开始遇到过

很多这方面的人，他们静静地做着一些致富的活动，并通过“广告消费勘察”取得了很好的收入。

然而，很少有人能与我的系统中其他所有的部件的引导性消费广告相匹敌。我开始以“廉价”的广告起步，并且你也可以！

我开始以廉价的分类广告起步。顺便说一下，那是很小的展示广告。我的第一个广告费用仅仅是 138, 00 美元到 275 美元。事实上，刚开始我的生意以失败告终。在得到我所说的那个讲座的导师帮助后，我仅仅用了 138 美元就做到了在第一个月的时候需要花费 130, 000, 00 美元来做的广告！

一个小广告预算能够产生足够的引导力来赚很多钱。

顺便说一句，运用“广告消费勘察”和“关联营销”是“一步法”。我并不推荐这种方法。因为此法尤其适合初学者。操作的时候它显得更加困难。它看起来容易，但往往越是容易，越很少是一条通往财富的路。

我正打算将研发与销售相对高端产品的智慧传授于你。这可以通过多级营销，但很难做用一步销售。

记住我教你风险最小的安全的方式做生意——邮购。

现在我们可以谈论第六点了：

在何处做广告的秘诀

我称之为“秘诀”是因为大部分初学者很自然地从小循环入手，大众媒介是最常见的。比如《今日美国》《成功》等报纸杂志。但这些杂志报纸上刊登广告是非常昂贵的，并且人们可能并不对你的广告感兴趣，这将造成巨大的浪费。同时，你的小广告在此类大型刊物上极其容易为人所忽略。

每一样事物，比如工业、职业、兴趣等都有几种专门的期刊杂志。我的诀窍在于，我懂得在我资金不足的时候避开这些大型刊物而转向其他专业刊物，从中我也赚到了许多钱。

例如，你知道有一本周刊是专门为消防员而发行的吗？如果我是名消防员，并且我已经发明了一种挣钱的产品，那么我可以到这里去发布我的广告：

招聘：拥有小卡车的消防员注意了！我已经发现一种可以利用业余时间每小时挣 20 美元到 30 美元的不同寻常的机会。我能帮你提高你的收入。获取免费资料请致电 XXXXX

这个例子有几点我们之前已经指出的东西：此广告拥有非常大的可信度，因为它是一个消防员告诉其他的消防员。另一方面，它催生了很大的兴趣，因为它不是针对所有公众，而针对这种特别刊物的特别群体——消防员。

除此之外，在此类特殊的刊物上刊登广告的好处还在于花费会相对大型刊物少很多。

请别对我所解释的东西的重要性大打折扣。这是我迈向成功的“核心”。这可以是你的“密钥”，你可以花上非常小的投资在邮购方面而获得一份非常大的广告收入。

我鼓励你小心谨慎的开始。

第八章

为什么

何时以及如何使用

一个“免费信息”来强化你的广告

在这章节里，我将教你一项包含三个非常重要的收益技术。

在我的大多数广告中，我告诉阅读者他能通过拨打一个免费录音信息的号码来获得我的免费通讯。为什么我要添加这个步骤呢？为什么我不直接让他们拨打我办公室里的电话呢？

这个小伎俩能使你的回复倍增。

许多人不情愿回复广告，因为电话另一头的销售员正准备询问他们，然后让他们购买广告上的产品。所以，即使他们钟情于广告上的产品，他们也会“因害怕而停止行动”，从而没有回复广告信息。

这就是为什么我要添加“免费录音信息”的原因。这就等于告诉人们，他们能够安全地回复。他能在他们想离开的时候选择离开而不需要听销售人员的罗嗦。这个小伎俩将大大提高你的广告回

复率！

在那录音信息中，呼叫者听到你友好的嗓音或者某人重新描述产品的信息，可能还会传递更多的信息给你，那么呼叫者就有可能留下他们的名字和地址以索取免费的通讯。

这个方法还能使我运用很小的商业操作手段挣到大钱

每周我的广告都会产生 2000 多条反馈信息。那就是 2000 个电话呼叫啊！如果我让这些电话打进我的办公室，那么我和我的妻子不得不雇佣很多的职员来接听这些电话，我们不得不花时间来监督管理这些员工。炒掉一些，再雇佣一些。除此之外，这样做也需要占用很大的空间来租用电话系统。并且，呼叫者会呆在电话旁很久，提问那些我在我的销售信中所要解决的问题。

以上种种麻烦我都不需要！我没想过要这些东西，这些繁琐的花费将使我郁闷不已！

这就是为什么我要在我的系统中的第 7 个要点阐述：

**一个简单的录制品如何转化为你每天 24
小时每周 7 天工作的销售员。**

通过引导这些信息勘察者留下录音信息，我就能够在任何时候提取这些信息，而不用雇佣职员。我和一个服务公司联系来做这方面的事情。他们的自动化设备能自动记录下呼叫者留下的名字、电话号码、地址等信息。

然后，那个服务公司的人每天都会将这些信息通过电子邮件发送给我。

在全国的大多数主要城市都有这样的公司，你能在自己拥有的黄页或者像《直销时报》等出版物找到它们。

现在重要的事情是要理解为什么以及我是如何操作这项技术。许多邮购广告者不理解这种免费录音信息的强大广告作用，这真的是令人惋惜！

第九章

我是如何在一天

挣到 4, 000. 00 美元

我还有一个更大的“秘密”将要与你共享。这是我的系统中最重要的组成部分。但是我要确定你是否对钱是怎么来的以及我的商业是怎么操作的有个清楚的了解。在本书之前的章节，我曾经把它称作“生活方式型企业“，并且我认为这和钱同等重要。

坦白地说，我能用很多不同的方式挣到很多钱。作为注册金融理财师，我确实拥有成功的高收入经历，并且我能做更好更明智！有几个大型合作伙伴公司愿意花 10 万英镑以上的年薪雇佣我做营销经理。最近，我已经收到许多去为一些注册金融理财师、保险营销员和股票经纪人讲经授道的邀请。但是以前不断摸索的痛苦经历使我拒绝了他们的邀请，因为我不仅仅要的是丰厚的收入，更重要的是我想要一种极棒的生活方式。

我确信你的“你的极棒的生活方式“的定义是与我的定义不同的。我相信你能够用我的商业系统来创造你想要的任何一种生活方

式。你可以住在任何地方：在城市、在你所住的地方之外，在夏威夷等等，这些都没关系。但是我会快速地告诉你，我是如何运作我的商业模式以及它是如何使我的生活方式选择趋于现实化。

我赚钱的三种主要方式。

我采用“邮购”的称呼，但实际上在我的商业模式中有三种方式来销售。

首先，请记住所有的事情都要以“广告消费勘察”为起始点。人们回复这些广告，打电话，然后自动化服务就收集他们的姓名、电话、地址等信息，然后通过传真电子邮件等手段将这些信息传送给给我。

这些步骤，我都没有做什么工作，所有我要做的仅仅是更换广告。

下一步，我们把我们的“销售信”发送给那些潜在顾客。那些“免费的通讯”就是来源于我的销售信。这样，我就能毫无限制地销售我的“信息产品”了。

实际上我使用一系统的销售信以便那些看过第一封信却不邮

购的人能在看了另一封信后有所行动。这些都能在一个小的数值范围内采用手动的方法解决。我们现在通过个人电脑跟踪它。

开始的时候，我和我的妻子复印了信笺，把信件塞进信封，贴好邮票后将它们放进邮筒。现在我们让我们邻居中的几个人帮忙做这项工作。

这需要花费一些时间去运作这些事情。但是，现在我们让它自动化了。这真是一个赚钱机器。所以，现在通过以上的所有步骤，我仍然是不用做什么工作。

从这些销售信中，订单和收入通过以下三种方式到来。

很多邮购者通过邮件回复。我们从来不用和他们交谈，他们把钱打进来，我们就把产品发出去。

另一部分订单通过传真回复。顾客将包括自己的信用卡号等信息填写在邮购表格上，然后通过他的传真机送到我们这。这样就让他们有在 24 小时有推动力而又不间断地邮购，而我们也不需要人工操作电话。

第三，一些订单是在另一些订单被呈报上来给我后才被传送到我那。开始的时候，我的妻子和我要接这些电话。这些年来，我们

已经让服务公司帮我们解决了。自从 1992 年以来，我的妻子已经不用为商业事务忙碌了。而我也再也没有和顾客交谈过。

到现在为止，你可能会好奇，我到底做了什么呢？我陪我的孩子玩耍，在我的船上钓鱼。累了我躺在我的吊床上小睡片刻。在天气好的时候去打打高尔夫球和计划我的度假。在生意方面，我做着我喜欢的事并从中寻找乐趣，即编辑和修改我的广告，创新更多的产品来销售给我的顾客。

我几乎每周都要做的一件重要的事就是回顾和赶超我的生意统计以便我能做出更好的决策和控制成本。但是，让我告诉你，对我最重要的一件事是：

我不用对任何人负责——我只是我自己的老板。在我的办公室不必拘泥于穿着。如果我喜欢在下午去看小熊队的比赛，我不用经过请假。我没必要向任何人撒谎。我对我的有完全的控制权。

第十章

这个令人难以置信的赚钱生意 ——按需出版

通常一个出版商从某处得到一份手稿，然后排版印刷了 1 万或更多地复印那本书，印好后把它们堆在仓库，然后试图卖掉它们。在卖出一个产品之前，这将有可能是 3 万美元或 5 万美元的风险。不，我不是这么做！

相反，我想在有购买需求的情况下才“按需出版”！

由于个人电脑、台式出版、高速复印、像 Kinkos 复印中心那样的 24 小时全套服务的普及，把信息复印在纸张上的复杂性和成本已经大大减少。在你没有钱并且不希望有存货的情况下，这恰在是一种最纯粹的，最简单形式——“出版对需求”。

我的生意比那稍微复杂些，但是也不多。“按需出版”是我的秘诀之一。然而，我保证获得丰厚的利润的另一方面是我挑选了专业市场，我很乐意付出很高的价格信息（并且我鼓励你去做同样的事情）。

我销售的主要产品包括 4 种螺旋装订的小册子。每本手册大约 100 页。每本都可以“按需出版”。还有一盘我自己做的录像带，销售价格为 400 美元。整个产品的成本大约为 45 美元，我卖掉它能挣 995, 00 美元。现在，让我来告诉你我刚才向你描述的”情景“中需要注意的几个事项：

如何确保你获得巨大利润。

我喜欢选择专业市场，因为那里的人们能够也愿意为专业入门信息花额外的费用的。然后，如何你能够合理地将价值转附加到你的信息产品并做适当的描述，你就会得到最大的利润。

学习如何做到这一点是很重要的，因为你必须有乐意的顾客。但是以这样的一种方式把产品加在一起，使它的价值能让客户体会到这是同等重要的。这才能使你分享我的“秘密“并保证得到巨大的利润。

我最好的忠告是卖具有很大大利润空间的高价产品

我可以写一本书说明你高价出售物品是最好的，你可能还是要试着跟我争论，因为我所告诉你的都是违背你固有的思维。许多赚

钱的机会，代理权和分销权在商业杂志上刊登得天花乱坠，你可能已经回复……他们给你提供折扣大约 50%左右的产品。

你从供应商购买的产品价值一元，出售时，你不会将它卖超过 2.00 美元。所以，你可能认为这是理所当然的。一些目录的发起人甚至告诉你，你可以群发他们的目录，以这种类型来赚取折扣和加价。但是我得告诉你，你不能！

直销人员知道加价 5—8 倍是赚取利润绝对必不可少的要点。你可能会认为你可以通过出售廉价的物品来赚取更多的钱，因为你能出售给更多的人。这并非如此。

在一个专业市场，你仅仅能在一个合理的广告和营销成本范围内说服一定比例的人。当你出售指南时，这类比例并不会因为较为低廉的价格而不断扩大。它将几乎不考虑同一产品价格。因为花费几乎一样多的努力，同一产品销售 100 美元和销售 500 美元的产品或 995 美元的产品没什么区别。由于这些原因，我给你的忠告是很好的忠告。

当我开始致力于邮购，毫无疑问，在我心中，我发现如果在我已经成功处理其他产品之前我的错误经历将严重地摧毁我。我现在

相信有一种产品是最优秀的，并且对其他人都适用。那就是营造一种邮购业务，从零开始用有限的风险和资源，通过“按需出版”为专业市场提供指南，以下就是原因：

按需出版，这样你就可以最大限度地避免产品库存。这样你就不必投资于许多可能或不可能证明有利可图的产品，这样你就能专注于营销而不是仓库！

指南，因为它是任何时候最可靠的范畴。当你告诉别人如何做一些事情，或者减轻他们的痛苦和加强他们的快乐，人们会掏钱去买你所知道的知识。当你进入的书店，购买杂志，打开电视或者去一个会议，你不可能没有看见“信息”的广告和出售。

信息产品，因为它的价值就是信息本身。人们由于地域上的不同，从而信息就产生了地域和时间上的相对滞后性。你就可以利用这种差异去整合各方面的信息资源从而将这些资源销售给别人。

为专业市场而准备。因为专业的市场不同于大众市场，它有其特定的消费群体，我们可以实现信息的精准投放而不至于四处撒网。

第十一章

你能用我的模式在互联网上挣大钱吗？

绝对行！

难道你不想知道秘诀吗？想知道吧？好！请听我慢慢道来！

网上销售和网下销售是同样的道理！当然，两者仍然有些不同点，呆会我会告诉你的。但我发现我的模式在网上和网下运作起来效果都差不多。大多数人在网上容易犯的一个错误他们“忘记”用情绪引导销售！

正如你所知，所谓“情绪引导销售”就是我们使顾客采取行动来做事情。在线下世界，顾客是拿起电话拨打我们的号码然后是下订单。而在网上，这就变为通过电子邮件获得更多信息或者更直接的就是按个按钮，确定订单就可以购买了。

既然你打算让访问者采取行动，那么你就该建一个能使你真正成功的网站。这个网站要能促使访问者按照我们的想法为我们付诸行动。

首先，你的网站打开的速度必须很快。我曾经试图只有 html

而不用 dos 指令编辑网站，但是有时候因为某些原因我要用 dos 指令编辑网站。通常这样能达到我想要的回复效果。

第二件事是要把顾客的利益置于前面。顾客凭什么要烦心地阅读和回复你的信息呢？因此顾客的利益必须明确，这样才能激发他们的激情。这其中的秘密不言而喻：顾客的利益要明确清楚，否则顾客将立刻离开你的网站！

这就好比得到一封信并打开它。你需要一个醒目的标题以吸引他们的眼球，不然他们会立刻将此信扔掉！同理，网络世界亦然。

好的，现在你该知道要点是什么了吧？就是要明确顾客的利益并将其利益置于前端。如果你不这样做的话，顾客很可能就立刻去浏览其他的网站了！

我们要告诉他们，我们的产品如何能够解决他们的问题并且改变他们的生活。同时，要向他们说明为什么他们要和我们做生意。这与推销信和广告的原理一样！

网站的另一个要点在于，你需要进行“零风险承诺”。这就要求你在和顾客交易时要给他们做出保证以此建立自己的信誉。如果顾客不高兴，他们能够快速而简单地取回钱。

你可能已经听过这被称作“风险逆转”。这确实是个流行词汇。它意味着你要承担风险而非顾客。

这样做才能使顾客对你的产品产生浓厚的兴趣。如果你的产品真的能为顾客解决问题或者改变他们的生活方式，他们会疯狂地购买你的产品。因为这没有什么风险！他们基本上会得到利益。这种利益并不一定是金钱方面，也可能是他们从你那学到了什么或者你能为他们做什么。

如果他们看着你，觉得你不值得信任，那么他们将不会和你做生意。如果你建立了自己的诚信，展示给公众一种好形象，那么你所说的话将被认为是金玉良言。当你能有效地做到这点，那你的销量将飞涨！

可能你会问：如果顾客取回他们的钱，那么我岂不被骗了？

呵呵，不错，确实有些人在利用你，毕竟总是有人想得到免费的东西。但是那些冲击相对于你从你的担保中得到的巨大营销利益相比就显得那么的微不足道。

但正如我所说的，销售增长将大大地超过那些耍无赖的人对你所造成的冲击。如果你确实受到巨大的冲击，那并不是因为你的承

诺，而恰恰是你的产品出了问题！

我有一个办法可以让你远离这种烦恼。那就是你要搞定它并且做好完善的服务。别担心无耻之徒的诈骗，把钱还给他们并远离他们。

此外，要想在网上赚钱，你必须注意以下几个要点：

- 1、购买自己的域名。
- 2、锁定一个特定的主题和市场。
- 3、至少拥有一种自己能够完全控制的产品。
- 4、发展多种交易资源，例如在各大搜索引擎注册，在各大知名网站发表文章，扩大自己网站的知名度。
- 5、永不止步，发展多种收效源流。

第十二章

让我们前进吧！

在本章节中，你将能获得更多的知识和体验更爽的刺激。这些将帮助你成功地通过邮件销售你追求的以家庭式为基础的低成本高回报的信息产品。

让我们开始学习以下六个你需要掌握的步骤！

好的，以下就是邮购行销得以成功的六个步骤：

可视化及其基本原则

明确你的市场和你的销售主题

设计你的销售信和广告

测试你的创意

建立你的后台赢利机器

让我先开始介绍

第一步：可视化及其基本原则

这步非常重要，如果你没能很好地掌握这步，那么其他步骤将变得毫无意义。在建立自己的商业基础方面，我是个坚定的信仰者。

这个基础要十分牢固并能经得起时间的考验。

这也是我对你的期望！

但是仅仅要改变自己的生活，这是不够的。这个观念太过模糊！是的，拥有激情这是关键的！怀着燃烧的激情去使你的生活变得更好是成功的基石！这是无可争议的！但是，仅仅拥有激情和渴望是不够的！

当它们像燃料般驱动你前行的时候，它们自己并不能做任何事情。这些情绪必须由非常明确的准则和目的指导！

请听我为你解释一下。我打个比方，你有去度假的强烈渴望。

当你筋疲力尽的时候，你需要休息一下。我想没有比改变风景更能使人愉悦的事情了。

所以，你坐下并计划这次度假。在思考的过程中，可能会有些微小的细节。你可能会问：是什么问题呢？你可能会想：我该去哪度假呢？我该什么时候出发呢？我该和谁去呢？我该怎么到达那里呢？我想你也赞同这些微小的细节对你的度假是非常重要的。

看看，想去度假和计划度假是不同的！

当你决定去度假的时候，你会开始在你的脑海描绘一些图景：

你看见清澈的加勒比海水轻轻地拍打着海岸魄的沙滩，美丽的棕榈树柔情地环绕着海岸线。你看到服务员正拿着盛满多彩饮料的酒杯向你款款走来。你看到能在阳台上远眺海滩日出的房子。你看到……

是的，当你想要去度假的时候，你能清楚地看到它。现在，这个可视化的图景和生活中我们渴望做的其他事一样。无论它是一个假期还是一辆小车，或者其他的任何东西，都会在你的脑海中显现出来。

但是，这些美丽的图景在现实面前总是离我们远去。当想像驾照现实的时候，我们中的大多数人没有投入相同的激情和精力去追求我们脑海中的构想。

为什么会这样呢？我虽然不是心理专家，但我想我可以给你一个简单的答案。想像我们现实生活中的渴望是势不可挡的。任何大而重要的想像都可能在我们的杂乱的生活中逐渐迷失。

我会帮助你学习如何去做，事实上，这将改变关于你的生活的每一件事情！成功地依照我的邮购行销模式将能够促使你做以下的事情：

在家陪伴你的家人

免于浪费时间更换工作

有空闲时间阅读、学习、看录像、写作并使你富有创造性

能够掌控你自己的时间，并且没人告诉你必须做什么

不用被强迫学习如何投资并可以免于交纳巨额税收

面对你的亲朋好友的意见反馈，你可以决定你该做什么

自主决定你生活中的每一件事

换一句话说，就是成为你自己生活中的主宰者！

有时候，如此彻底地改变你生活的想法，在生活中可能并不会发生，如果你非常惧怕改变，那么你将很难在你目前的生活中用肉眼观察到你的“假期“，因此你将很少有获得机会的机遇。

所以，首先的事情就是要想像你要改变的生活，这要非常明确详细，当你在你的脑海中看到你的“旅途“，你将离那条道路很近啦！

此步骤的另一部分是要建立你的行动准则。一旦你描绘出你所要的生活蓝图，你必须开创你的商务去为这梦想而奋斗！你不能因为一时的冲动而行动，否则你将永远没有机会看到你的梦想变成现

实。

有些事情你必须明白。

我不会像那些商业学校的教授那样告诉你去准备一份详细的商业计划。不！实际上，我认为那种计划类型是愚蠢的并且通常是无效的！这些计划具有相当的理论性但却很少在实际中能提供帮助。

现在我要你马上把你的行动准则写在纸上，此准则要以你希望你的未来生活是什么样子和你的商业是如何适应这种决定为主要内容。

例如，在我的直销原理摘要中，我仅仅给你介绍过一种我能接受并有利可图的邮购营销行业的参考依据。如果你记得，我曾经谈论过我的生活最低点是什么样的，之后我提出了仅仅我可以接受的参考依据。在我描绘了我的生活图景之后，我按照此图景建立了现实中的基本准则。我打算使我创立的任何商务都具备以下特征：

不必和顾客面对面交流

邮购或电话订购，直接回复顾客

家庭式的商业

除非我选择这么做，不然不会在夜晚和周末工作

我可以观看我的所有孩子的球赛，不再存在“临时“爸爸
不需要依靠别人只卖高价的信息产品。

没有库存，只按需出版

除非我想去参加讲座，不然不会去长途旅行。

我将充分利用新科技来省钱

我将能够在电脑上创制我的产品，并能在复印店快速地复
印

我的商务是能够在没有我在旁边的情况下也能轻易操作的

好了吗？你觉得以上的种种准则是否言之有理呢？这是我给你的家庭作业，此作业将引导你进入更多内容丰富的细节：请坐下，在你的脑海中搜寻你自己的一张生活照。一旦你找到了它，在任何时候都专注于它。在你上床的时候想想它，在你睡觉时梦下它，或者在你做白日梦的时候想下它。总之，在你的每秒钟都尽可能地想到它。千万别让它埋葬在你的潜意识里！记住，要在你的潜意识里将它深深铭记，这样，你最终可以将它实现！

下一步，坐下来列出一个你即将付诸实践的商业行动准则。你

也可以以我的为参考模式。不过，你要答应我，你一定要把你的商务行动准则写在纸上并且你要在你能看见的地方将此行动准则保存下来。

我希望你能看到它，以便在任何时候你在做决定的时候可以采用它或不采用它。总之，你的任何行动都应该依随你的行动准则！

顺便说一下，你可以在你任何时候改变你的行动准则。我并不是说你这些行动准则是僵固不变的。我的意思是你必须依靠一系列的行动准则来引导你前行，而这些准则可以是你的任何想法！

第十三章

为什么他们应该在你那购买产品

“当我摔倒之后，我重新站起来。”杰夫·保罗揭示了他成功的秘诀。

“成功是一种能够聘请某人割草坪，而你可以悠闲地打高尔夫球的运动。”——无名氏

本章将讨论的话题具有绝对的重要性：如何明确你的市场和独一无二的销售主题！这听起来可能是愚蠢的，但大多数人从一个产品开始起步，并设法找到合适的销售对象。在这个问题上，我会给你介绍一个最安全、成本最低、风险最低的方法去取得成功！

首先找到一个市场，然后了解他们要买什么产品。

正如我刚才告诉你的一样，主要是我知道每个人都试图销售产品，无论是有形的产品或者信息。

首先，你提出来了能够满足人们某种需求的非常棒的想法，并且你对这种想法深信无疑。之后，你尽可能地创造出这方面的产品。

然后，你开始探索你将要如何出售这种产品。你可能会去书店

洽谈，或者会打一些广告，或者发布一些新闻稿，或者以别的什么方式来做宣传。然后你希望可以高枕无忧地等待电话铃声响，并赚取巨额收入！

如果你有足够的力量，可以无限度地花钱和浪费时间，并且不必担心任何风险的话，这种尝试着去赚钱的典型方法可能会有效。

但是，如果你像我们中的大部分人一样想更要更安全和便宜地销售自己的产品的话，那么我建议你，你得尝试着扭转你的想法。

首先，除非你已经发现了市场，否则不要浪费时间去想你的产品！

正如我以前和你讨论的一样，紧密配合，利基市场是最好的和最安全的投资去向！现在我明白了这一点，我一直在强调市场，而不是产品！（至少目前还没有）注意，你必须得决定你要选择哪些市场，或与什么人合作并且要了解行情。（请记住，当我们谈论选择与某个具有特别才能的人一起合作时，而你一无所长，会怎么样？所以，当我说“你”的时候，实际上指的不是你或和你一起工作的人）

你必须找到市场，一个真正需要东西的市场！否则，真的会很

糟糕！

例如，渔民要钓上更多、更大的鱼。他们就想要获得你所掌握的所有那方面的资料！或者，护士想知道如何在护理专业中赚更多的钱。或者，母亲想知道如何更好地培养自己的孩子，让他们的孩子建立自信等等。

有数以万计潜在的严格细分市场出现了。你的首要工作就是要发现它们，了解他们想要什么，甚至于你得开始考虑他们可能会从你那里购买什么样的信息产品或者其他产品！注意我说的是他们的“欲望”，而不是他们的“需要”。

对债务人监禁的最快捷方式是找到其需要并尝试去填充它。

这是毫无疑问的。如果你从我这里只学到了一样东西，我希望这个东西将是我刚才说的事。为了破除这个神话，让我们谈谈“需要”意味着什么。你看，人可以拥有不同程度的“需要”，第一个层次是基本的生活需要。你知道的，例如食物、衣服、住所、纳税等，是我们在日常生活中都必须处理的事情。此外，没有东西，我们真的无法生存，即使是在生活层面，也不能确保他们被照顾好。

换言之，我们都需要吃饭。例如，你可以依靠味道糟糕但却价

格便宜的食品来维持生存。（只要看看任何一个第三世界国家，看看他们吃什么。但是，他们生存着：即使那些食物只是勉强可以使用）

然后是第二层次“需要”。这是一种基本的却不是最基础的东西。如好的食物、体面的衣服、更好的住房等。但另一方面，我会解释这些第二层次“需要”的内在是什么。你看，他们其实并不是真正的“需要”。不，在这里“需要”是个错误的词。它们是什么，这比那愚蠢的旧“需要”更重要。他们实际是：渴望！

是的，就是渴望！别人的“需要”是围绕化学摄入氧气、蛋白质、碳水化合物等的东西。这些是我们生活所“需要”的。除此以外的几乎所有的都是：渴望！比萨饼代替了叶根，皮鞋代替了树皮凉鞋，群居卧室代替了基层小屋，汽车代替了骡子等等。所有这些东西没有被任何人“需要”。

你有没有停下来想过这个世界想要什么，这意味着什么？好吧，如果你看到词库，你会看到像这样的别名：愿望，希望，渴望，觊觎，花式等等，你有没有注意到这些词包含着“需要”，还有这些词都表明了“渴望”是：对某样东西的欲望！

是的，欲望就是我们不得不花费的三样东西：时间，金钱和能源。

想想人们在哪些方面渴望这些资产：化妆品、奔驰、外出露营或 5 岁球龄的球员制服，4000 平方英尺的房屋等等。

换句话说，我们把时间、精力和金钱都投资在我们想要的东西上。

你，我亲家的朋友，也做着同样的事情。那么你的孩子、配偶和家庭，他们每个人也在寻找他们想要的东西。总是会有，永远会有！而且，你永远都不能骗自己，认为这个简单的事实会有所改变。因为它不会，人类的天性是固执不变的。自从我们的祖先从第一类人猿变异为人类开始，我们总是在寻找我们想要的东西。

通常，人们尝试着去说明他们的邻居，奴役较弱的文化，建造权力和财富象征的碑，冒险进入求知领域，创造财富并破坏和谐。所有的这些行为是出于人们想要更多的东西的内心欲望。事实上，如果他们的动机仅仅从寻找“需要”出发，那么我们世界将会是一群原始的动物。他们狩猎、采集和死亡。我们所有的进步和改善根源于我们想要获得更多的欲望。

现在，告诉我，在这个世界上还有什么比你想象别人渴望什么东西这件事情更值得探究的？所以，值得肯定的是，你首先得去发现你的市场，然后你将会找到顾客所想要的东西！

同时，你可以通过粗略地观察周围世界，找到你曾经梦想过的更多的市场，也可以去书店或者网上浏览！去图书馆参考文献并且问图书管理员如何找到邮寄名单、贸易杂志和所有其他的在特定市场所需要的各种信息。或者点击“开始”，在搜索引擎中找到。如果你能花上半天时间参考各种文献，我敢保证，你会发现你能够超越人生极限，开拓更多的市场！

第十四章

撰写你的广告和销售信

在上一章中，我们讨论了如何在你的“产品”被生产出来前，首先找到一个令人充满希望的市场。

现在让我们假设你已经找到了一个令人充满希望的市场，并且你已经有了一个独一无二的销售主题。那下一步你应该怎么做呢？好的，我们现在就开始进入最有趣的环节：给对你的广告感兴趣的潜在顾客写销售信！

为什么我认为这是最有趣的环节呢？因为当我写完销售信和广告的时候，我的内心会得到一种无与伦比的成就感，这种成就感远远超过我在一次成功的冒险中赚到钱后的快感。

你想，当你能够使人们在没有和你私下见面的情况下拨打电话给你并最终订购你的产品的时候，难道你不觉得你是能够理解人类行为的天才吗？一旦你很好地理解了人类的行为，你就能使人们离开他们的睡椅来打电话给你，此时，你难道不觉得很有成就感吗？

好的，闲话少说，我们开始讨论如何写广告和销售信。请记住，

广告和销售信基本是一样的。广告通常要比销售信简短，但它们起作用的要素是基本相同的。

广告和销售信需要具备以下几点要素：

强有力的标题

紧扣关键字

要能使与阅读者产生情感共鸣的

提供具有强烈吸引力的赠品及风险保证的服务

说了上面那些要素，下面我们开始讨论下在写广告和销售信中人们容易犯的一些错误。如果你能避免这些错误并准确地按照我提供的方法去改正，那么即便你手头紧，你也能最小的投入获得最高的投资回报。

1、试图使它“看起来”好看，这是非常错误的。

记住，绝不要放任何图片或者艺术作品在你要写的广告和销售信中。它们会增加成本和时间。依我之见，不要在结果中增加任何东西。（事实上，我认为他们能够从结果中转移）

2、自以为别人也能理解你所要表达的东西

千万别耍小聪明，最错误的事情就是你自认为你的“聪明”会

被别人理解。你必须完全清楚你在说什么，以便人们看到广告或销售信有准确地理解你在说什么。

例如我有一个叫 Ted Nicholas 的朋友，曾经向我介绍说她写了一本关于远离债务的书。由于书的标题起得令人费解，于是书店纷纷把他的书放在体育类书架上出售，结果当然没人来买他的书。后来他学聪明了，把书名改为《如何远离债务》。这样就清楚地表达出他所要表达的意思。猜猜后来发生了什么？人们纷纷抢购此书。

3、写作的时候流露出你在学校学过的写作技巧

如果你用任何你在学校学过的写作技巧，我敢保证你肯定会失败！你应该知道，遵循在学校教的那种不能以介词结束句子之类的技巧等等都不适用于写销售信和广告。

如果你的销售信或者广告让读者读起来觉得很专业，而不是平易近人，那我敢保证，你一定会失败！如果你写的销售信就像写给电话公司，要求他们更改你的地址或者像个主管写给学院组织者那样，那我还是可以肯定，你一定会失败！你的销售信必须写得清楚并使用平易近人的词语，就好像你写给你的朋友那样！

我之所以有这种思想并不是因为我不喜欢“专业的”信函，也不是因为平易近人的信容易写。这完全是我的选择，因为写平易近人的销售信能够使销路畅销！例如，让我们看看写销售信的错误方式和正确方式：

错误写法

如果你想通过减肥来维持你现在的职务，你应该了解几点重要的细则。大多数空中乘务员发现当她们稍微懒惰一下时，她们的体重会有轻微的增加。她们报告称当她们摄入的某些食物超过新陈代谢系统所能承受的范围，她们的体重将再一次增加！

正确写法

如果你因为自己太重而害怕被解雇，请密切关注这里！看，我们正在处理一大堆乘务员。他们都告诉我们，当她们坐着不干什么事或者吃难吃的饱含脂肪的食物（不仅使你发胖，还可以使你病得很厉害的食物）时，她们体重会有所增加。很吃惊吧？

现在，你看看，难道以上两种表达不是在传递相同的信息吗？两者的观点都不相同吗？是的。但是，第二种表达的效果就好很多。

我希望你能抓住我的要点。在写销售信时得像交谈一样而不是死板地用“专业化”的语言，那么你的销售量将得到显著提高。

4、在写销售信的时候，没有把自己置身于他们的办公室或者家中并听他们的私人谈话

这是一种几乎没有人能理解的技巧。让我解释一下。如果我想销售给垂钓者们的课程是关于如何在小河中抓住更多的鱼，那么你需要和这些垂钓者交流。你最好是让他们在交谈过程中觉得像是你昨天晚上正坐在他们的小屋里和他们交谈！

举例来说，你知道垂钓者抓不到他们应该抓到的鱼的原因是因为他们没有将船正确地定位。这里有两种方式表达同样的事情。

错误做法：

大多数垂钓者在捕捉大眼鲈的过程中由于划船技术不精而产生了一些问题，同样，他们趋向于使用那些作用效果没那么大的诱饵。

正确做法：

难道这些谈话听起来不熟悉吗：“是呀，当我把船靠近转弯处

时，我们就被旁边的杂草挡住去路啦！”

哪一种沟通方式听起来像是与我们中间的某个垂钓者交谈，哪一种方式又是一个垂钓者和其他地方的垂钓者交谈呢？

不用说，第二个例子让读者觉得这本书的作者是他们当中的一员。我和他们在心理和情感上的粘合剂就被创造出来了。这可大大提高你的成功几率！

所以你要确保无论你打算追逐哪个市场，你和你的合作伙伴都应该了解相关的前景和行话。最重要的是要准确地了解他们是如何思考以及他们思考什么！好了吗？如果你显得很内行，那么你在那些写着“专业“销售信但却是门外汉的营销员面前就得以春风满面！

5、在你的广告和销售信上叙述故事

这是批判性非常强的一个观点，但却几乎很少有人注意到。使用故事！看，罗伯特科利尔说过一张图片胜千言。然而，一张文字图片胜过一万张图片！

当你阅读一本书的时候，你有脑海中会浮现出一幅幅画面。难道不是吗？难道你没在脑海中联想过主人公的画面和故事场景吗？当然，你肯定联系过！

现在，我发现交流的最强有力的形式是在读者的脑海中描绘一幅精神上的图画，这样，你将发现你的产品销售量直冲云霄！

但很不幸的是，只有少数直销文案写手懂得如何运用故事来改善销售信息。想下《圣经》吧！难道它不是充满故事吗？难道那些强有力的销售书的作者在用故事的形式写书的时候认为抽象的东西更加容易让读者消化吗？不可能！

假如你有想要别人理解的概念，那就用故事来举例说明！正像我告诉你的那两个钓鱼例子那样！强求你的营销材料去做每一件事，这是个很严重的错误。人们希望用他们的营销材料做每一件事。比如去获得的线索，去做销售等等。

记住，标题的唯一目的是让人别人留意广告。广告是为了吸引他们进入你的语音邮件里。广告不是试图做销售，广告的目的只是想让客户拨打电话！这个语音邮件讯息也不是试图让客户去购买产品。那只不过是让他们留下他们的名字和地址而已。销售信函才是我们想要客户购买产品所需要的营销材料。

看，依我之见，我发现潜在客户有可能在交谈之后购买高价物品。所以我的销售信作用在于使他们打电话给我！然后，我们的销

售人员可以完成销售。

所以，当你希望用你的营销材料去为你做每一件事时，你的营销将垮掉！

此外，你还应该挑选一些有关营销文案写作的书。我可以向你推荐几本：

- 1、《罗伯特科利尔销售信》，作者罗伯特科利尔
- 2、《所向披靡的销售信》，作者丹尼尔肯尼迪
- 3、《如何让你的广告为你挣更多钱》，作者约翰卡普莱斯
- 4、《如何写一份好的广告》，作者威克特施瓦布

以上的一系列书籍是我频繁重读的佳作！好的，接下来我们将重新温习一下如何正确地测试你的广告创意而几乎无需要任何花费！

第十五章

测试！测试！测试！

好的，在上一章里，我们讨论了销售文案的写作。现在，我们要假设你已经做了以下的事情：

- 1、找到一批“饥饿”的人群和一个非常渴望某产品的市场
- 2、写一份广告和一封销售信，此广告或销售信能直击他们的心扉
- 3、建立一个成功的期望，并且已经准备好开始赚钱！

好的，让我们走到第三步。

让我来看看你的想法是否起作用了！

在我们进入到一些特定的测试之前，我们需要进行一次关于成功和失败概率的探讨。

看，无论何时，只要你知道一些别人想购买的东西，那就要说服自己，自己的想法会在其他人的脑海中也留下深刻的印象。这是很自然的。

你喜欢它，那么为什么其他人不会喜欢它呢？

好了，这是完全可以思考的。我要给你一些友好的建议：不要让感情涉及你的事业！

是的，你应该热衷于你的设想！是的，你应该为你事业成功的可能性而兴奋！是的，你应该把所有你能做的事全力做好并使它成功！千万不要让感情涉足你的事业。你要知道，你如此钟爱你的事业将导致你不能对现实进行全面的理解。我说这些是因为我想告诉你，你必须有一个清晰而完整的视角！无论你的测试结果是好的、坏的或丑的！

就这么定了。你一定要以尽可能安全且廉价的方法考验你的概念。

看，我对这生意的喜欢超过其他我所能想像到的生意。当我说“这生意”时，我所指的并不是向财务顾问进行销售营销。一般我指的是信息营销业务！我有三个不同的积极信息营销业务正在火热开展中。

测试是防止微小的失败向大的灾难转变的好方法。当我讨论微小失败的时候，我是想让你知道每一个我曾经见过或听说过的成功的营销者他曾经经历过许多次失败！许多在生意上成功的人拥有比

普通人更多的失败经历！

如果你按照我教你的方法去测试，你将不会因失败而心烦意乱。因为你不会因失败而花费很多钱财。你将学会改变你的思考方式，从而使消极的情绪转为积极的情绪！

你要明白每一次失败都是成功的垫脚石。爱迪生说过当他被问及为什么在 1000 多次的失败之后仍继续尝试发明电灯泡时，他说他现在知道 1000 种方法也不足以制造一个电灯泡！

每一次失败经历都是一个信息反馈，它将反馈你的产品是否是适合市场需求的！

举个例子，我曾经花了两个月时间写了一本我确定会热卖的书。我花了很多时间为此书写广告。我调拨了 10,000 美元去测试这个广告。我知道它至少会打破黎明！我印了 1,000 本书来迎接即将到来的订单。

我的妻子和我的助手都说这是我做过的最好的事情！

但结果却是，我的首次广告刊登后，我只接到了两三份订单。时间一周一周地过去了，我知道我得到的反馈信息就是我失败了。这就为我以后的行动提供了借鉴！

故事的寓意是什么呢？

在人们实际回复之前，绝不要假设你做的任何产品会热卖。

绝不要尝试一层广告营销，除非你有很多钱

除非数量很少，否则绝不要印出产品的详细目录。因为你不幸大败的话也不会会在产品的详细目录上花费任何钱。另一方面，如果你的产品大卖，你也可以有足够的时间去准备。即使是你被称为“智者”的人也会犯迷恋工作的错误。

有一件事我没有做，那就是我没有为失败而焦虑。我真的很喜欢灾难。为什么？因为它教会我如何不再犯那些错误。它谦虚地教导我，教会我要善于聆听自己的建议。但它也伤害了我，那足以让我痛得很厉害，不过，那是我应得到的。幸运的是，那伤痛也不是近乎致命的。

请按此方案来测试！不要浪费金钱！

如果你想避免因经济大灾难以及情感的悲痛而引发愚蠢的举动，那么请使用这个方案，它将引导你到安全的地方：

- 1、获得一个免费的语音信箱，你可以把它称为自动化的营销方案。
- 2、写广告。这广告是为了获得消费信息线索并引导潜在顾客通往

语音信箱，从而促使他们主动地留下他们的名字以及地址来获得免费信息。下一步骤便是写销售啦。（有些人做得更好，他们先写销售信，然后把最好的东西拿出来打广告）

3、不要尝试一步广告！要努力获得广告消费勘察信息，因为广告勘察是比较安全的

4、找到那些适合你打广告的杂志和出版物

5、你所打的测试广告在数量和规模上取决于你的预算。打电话给杂志出版社的负责人，并尽量说服他们为你的第一次测试广告提供最低的价格。

6、测试广告最多不能超过两个！不要轻易相信出版物的推销员的夸夸其谈！如果测试广告有首次操作不成功的话，那后续的尝试大多也如此！顶多试一次或两次，但仅此而已。如果他们告诉你，他们需要很多时间来替换广告，所以你可能会错过了某期出版的刊物。那你就向他们说明，你不会重新打广告，直到你知道这个广告测试是成功的！

7、没有特定的公式来判断一个测试是否成功。但是，我可以向你提供一些指南来遵循，这样你就能了解你是否能在可变通的领域内

活动了。

8、用你的广告总费用除以你在广告消费勘察中获得的潜在顾客的总人数，这样做是为了推断出获得每个潜在顾客所需要的成本。举例来说，如果你的广告总费用是 300 美元，从中你使 30 个人留下他们的名字和地址。那么用 300 除以 30，所得的结果就是获得一个潜在顾客所需要的成本。这个数字，就其本身而言，并不是你要寻找的答案。但如果你是打广告，这就很有意义。从此数据就可以看出哪个广告获得的每个潜在顾客所花的成本少一些！

接着把其他的成本加起来，以此计算你的成功率或失败率。依旧是这个例子，如果每个潜在顾客所需的邮寄成本为 4 美元，每个潜在顾客所需的电话账单（800 语音信箱）为每人 1 美元，那么你的各项开支为：

广告总费用：300 美元

邮寄费用：120 美元

语音邮件：30 美元

总成本：450 美元

如果你的产品售价为 455 美元，你需要成交一单生意才能收回

成本。如果你成交了两笔或者更多笔生意，那么就说明你的测试会成功！如果你的产品售价为 113 美元，那你得成交 4 笔才平本！现在，你能明白我为什么我喜欢卖高价产品了吧？但是，你可以测试你的价格和别的东西。你可以给一半潜在顾客优惠的价格，而另一半潜在顾客则需全额付款。

别惊讶地发现这个高价产品和低价产品一样卖得好甚至更好！（不要怕价格的测试！由于地点的差异性，一个人不太可能知道另一个人在购买产品时享有不同的价格。如果因为某种原因，有人打电话咨询这件事，那就给那个人较低的价格就没事了！）

你可能会说这样做有意义吗？你想下，如果你仔细地测试并发现你的产品的真正需求，那么你就永远不会被伤得很厉害！总之衡量你的想法是否符合市场实际需求的唯一标准是进行真正的测试！任何推测都取代不了一个设计良好的测试！

如果你花钱进行前端测试，你也许想看看不同的版本是否效果更好。如果你的“后端”是你的项目目标，你可能能够承受花费金钱在“前端”的伤痛。如果你仅有前端测试，那么即便测试失败后失去金钱，那就忘记它就得了。

如果测试开始起作用，那么你可以把广告收入做久点，或者在其他出版物继续做广告，看看在其他出版物做广告的效果是否和初始测试那样棒。

如果测试继续起作用，那么你最好省下你的钱，再投资更大型的广告，我起初是以 138 美元的广告起步，通过仔细的检验和再投资，之后每月在广告上花费 14,000 美元，而回报是每月有 15,000 到 200,000 美元的收入！

现在，为了证明给你看我坚持这样做，我想向你讲述一个关于我自己测试不同项目的故事。你可能记得，我发现一个对某专门市场十分了解但不知道如何去操作的人。事实上，他跑遍全国各地，开讲座来出售他的教材，但成效不大。当我们相遇时，我打算通过邮购行销来打入他所了解的那个市场，而他也想走出失望的阴影。于是，我们齐心协力起草了广告和销售信函。

测试，测试，测试！

首先，我们在有这种产业的当地最大的贸易杂志上刊登了广告（你可以经常在一个区域去测试一个大型广告，以测试整体杂志分

布的区域分数)

我们有一些适当的潜在顾客且销售信产生的效果还算不错，但是没有很惊人的效果。(我们获得一些小利润，但没什么惊人的成果值得我们兴奋。然后我们更改广告和销售信，进而提高一些价格，效果就比之前好很多——我们做到了花 1000 美元的广告费销售 9000 美元价值的课程)

然后，我们投资了 13,500 美元来做一个整页全国性广告。从前端中我们取得了 180,000 美元的销售业绩。之后我们准备测试后端。

这则故事的寓意是什么呢？

我们把已向你描述的方法准确地应用到另一个市场。经过仔细测试然后大量生产，最终获得了不错的业绩！如果它不起作用呢？那我就可以从中了解更多关于我的生意中的不足之处。(记住，我现在可以测试全页的广告，花得起 1,000 美元或 2,000 美元测试一个新的想法。在我刚开始起步的时候，我将花 200 美元到 300 美元来测试。这是完全相同的原则 (行动要量力而行))

如果你开始测试时也没钱，那很好。你可以把它当做一种游戏，

启动你的测试，看看你学到了什么！好的、坏的，还是不好的东西都可以，在游戏中测试是开始一种新的生活的第一步，答应我会试一试。好吗？

第十七章

构建你的终端利润提取机

现在我们将要讨论任何直销的现实状况：终端。

无论你多么成功，或者你拥有一种重要产品，前端销售系统永远也不会将你送入你想拥有的别墅豪宅中。

让我来解释下“前端”这一与“终端”相对的概念，然后告诉你该做什么以及如何做。

所谓前端，通常是你和你的信息产品购买者做的第一笔买卖。

在我财政安排下的信息销售的项目中，我的前端销售价要么是 497 美元，要么是 677 美元。这取决于在一开始的时候，我用前端销售赚了很多钱。我的成本大约是 40-50 美元，当我以 497 美元或 677 美元的时候，你肯定在期待着赚钱，对不对？

的确，我赚到了钱。

但是，伴随着信息直销计划，经济在度过一段蜜月期后发生改变，如果你要接着赚大钱的话，你就必须要有一套终端销售系统，准备在接下来的几个月内大显身手。

让我用自己的数据来阐明观点。

数月之后，从那份杂志收到的回应明显减少了，我开始尝试其他的出版物。一夜之后，我的广告预算是 14,000 美元每月，我的销售额则过了 80,000 美元。事实上，在那年我赚了 5,000,000 美元。

现在，让我们看看第二年年末的情况。仍旧是 14,000 美元的广告预算，前端销售额下降了，但是费用却上升了，退款也增加了。任何事情都是平等的，照理说我的利润也应该下降了，对吧？实际上，我赚的钱比第一年还多，为什么呢？

因为我的终端销售多于前端销售量

在第一年，我意识到成本将不可避免地上涨，而我销售量将不可避免地减少。在任何像这样的直销计划中，这也是常态。因此，我做了些事情，在我的每月简讯中我添加了几个小产品的信息。这些东西正是顾客们所要求的，我决定单独提供。由于我已经在寄送那些简讯了，为什么我不加点电台广告，看看顾客是否有兴趣呢？

他们卖得很好，我意识到终端销售较之于前端销售优越得多。

每拉到一个顾客，我要花 140 美元！所以，如果有人以 495 美

元的价格订了份产品，意味着我的广告费用就是零。一旦我发现了这个问题，我就开始咨询顾客们所需何物，然后自己想办法搞出那些东西或找些有产品的人，之后和他们一起分享销售利润（通常为五五开）。

比如说我的一个朋友想为他的顾客编一个软件，后来他真做成了。我们起初以 495 美元出售，（4 美元）加上一些软件驱动（3 美元），以及每月 1 美元的软件升级。并不用太多钱，你同意吗？有 10% 的客户订了软件，一个月内我们售出了价值 1000-2000 美元的软件。与前端销售只有 30%-40% 利润的情况不同，终端销售的利润达到 80%-85%。现在我将利润分给伙伴，意味着我能得到 40% 的利润，这与前端销售差不多。但问题是我无需干什么事情，我只要给它打广告，就是这些而已。我的伙伴得回答顾客的所有问题。我负责卖，他负责维护升级软件。最近，我们提供了一种改良版的软件，将价钱提高到 795 美元，仍旧售出了相同数量的产品。无论如何，我和一些见到的人达成了另外几笔交易，而我的客户售出了 15 种不同的产品，我本人只开发了其中几个。

我希望这些不为人知的秘密能对你有所帮助。简言之，终端销

售比前端销售更有利可图。还有，你也无需成为发明终端产品来出售的机器，一点也用不着。当我看到有人在销售我的客户想要的东西时，我会努力为客户安排一次试验，看看产品是否有吸引力。有时销售量少得无以为继。有时却成了畅销产品。

我向第三方解释，在销售开始之后，除了以下的几点，我无法保证什么：

1、 推荐产品给我的顾客，广告费为零。

我会将广告放在每月产品的目录中，来看看是否有人感兴趣。像我之前说的那样，简讯是必需的，我也不会向我的第三方收取任何产品测试费。

2、如果产品开始有人要了，我们都赚钱，他们会给客户们无法得到的东西。因此，他们有 40%的机率，而不是什么机会也没有。另外，他们的是零风险的，如果要他们自己出钱打广告并邮寄的话，情况就不一样了。总而言之，一些计划成功，一些计划搞砸了。但就算是搞砸，也没人损失钱。但计划成功时，人人都能从中获利。

其中一些产品一个月只产生了数千美元的销售量，像我之前所说的，我能得到 40%的利润。所以说，如果某件产品一个月有 400

美元的销售量，那么我就从中获得 1400 美元，相当于我要付的按揭贷款额。我知道这听起来很怪异，但你在开始前端时，你就不得不准备一份终端销售计划。

第十八章

我是谁？一个营销经理？

我想谈论一下自从我们起步以来顾客最常见的一些提问。我会尽量给你一些答案以便帮助你改变路径来实现你的信息营销商业的成功！

我想向你说一下我最新的冒险行动，这行动是利用我之前向你描述的方法来操作的。

你可能记得，大约一年之后，我开始了向金融规划师营销的业务。我采用相同的方法创造了两千万美元的业务。之后我将此方法复制到另一项业务上。我再简述一下这件事情。

我开始和一个在某研讨会上遇到的人合作，此人在房地产业是一位专家。他已经销售过培训课程给房地产中介，并且这些培训课程大都是在研讨会上销售的。他当时知道我正在从事邮购行业后便决定和我合作。于是我们决定将我已给你介绍的同样的精确公式试验和应用到房地产业上。

我们想看看我们能否复制利润规划系统。

有两个原因促使我想这样做。

首先，我对分散我的商业利益非常感兴趣。我想摊开我已拥有的利润中心来获取更多的收入。通过商业多样化的方式，我知道即便我在利润规划系统中不幸失手，我也可以分散我的收入的来源，并降低我的收入损失风险。

其次，我想向你证实，我所说的所有的方法，同样可以复制在一个与我目前从事的商业完全无关的行业。

幸运的是在这两种情况下，我都能大获全胜，让我们来看看为什么：

1、 刚开始起步的时候，我们以非常小的预算在房地产贸易杂志上刊登了几个测试广告。

现在我用整页的广告作为测试，因为我觉得整页的广告的效果非常显著！但是，你也不一定非得这么做。如果你的预算不是很宽松，那很明显你应该去刊登小型广告。

我们发现每个潜在顾客所需要的成本已差不多和利润规划系统是相同的。接着，我们开始使用相同的方法来写销售信。随着业务的发展，我们慢慢地扩大了广告预算，将从我们的商务中赚到的

利润继续投资在广告上。经过六个月后，我们就有足够的资本运行超过 3.5 万美元的全国性广告。

这整页的广告为我们拉来了几千个潜在顾客，在这一点上，我们正在运行的商业与利润规划系统准确对接了。我们正在前端创造了每月大约 150,000 美元到 180,000 美元的收入。之后，我们通过后端产品，提供了一些产品给顾客，从中也赚了不少。

我之所以提起这个事例就是为了回答顾客最经常问到的一个问题：我能在另一个行业复制这种模式吗？

是的，你可以在任何行业复制这种模式，只要你坚持利基市场营销的方法，而不去盲目追求大众消费者市场！

如果你能准确地按照我教你的方法，并在专业市场持之以恒地运行测试，你会发现你可以用最少的成本运营，冒最小的风险，获得巨额的潜在利润！

另一个原因是，你不需要为了从事这项工作而成为一个专家。看了几分钟前我跟你讨论的那个例子就知道了。

我发现这家伙在房地产市场是个专家，于是我们强强联合，现在我们分摊利润。

看，没有他的知识我也不能获得这些利润。同样，没有我的方法，他也不能获得这些利润。现在他完成了他的目标，我已经完成了我的目标，仅仅是通过以下的多元化完全相同的公式。我想跟你强调一下，我所做的事情没有什么神奇的。我只是将我在实践中证明了此方法的可行性的前提下将它运用在其他市场而已。

还有另一个成功的故事是围绕一个催眠治疗师展开的，他采用我的方法将他的课程出售给其他治疗师。他正在利用业务时间做这个兼职。你猜他现在的收入是多少？他现在每周正挣着 1000 美元！

我的另一个朋友兼学生正在卖一门关于给激光打印机墨盒充电的课程。他也是按照我这模式来运营。现在，他每月正挣着 5000 美元。

我的另一名女学员，在一个信息产品的市场上测试着她的广告。不过，她不想透露这个市场是什么，因为这个市场不是很大，她不想要别人去和她竞争。不管怎么样，我们还是看看她的第一次测试数据吧：

- 1、 广告费用：450 美元
- 2、 每个潜在顾客所需的成本：2.45 美元

3、 80%的电话拨打者在语音信箱中留下他们的名字

4、 经过前三步的实践，已经有 9%的潜在顾客购买了课程

5、 她的第一个全国性的广告将在不久的将来运作起来，同时她答应那时把数据告诉我

6、 她已经有足够的钱来支付她的全国性广告的费用，并能有一定的流动资金

看，无形市场是潜力无限的，你可以在合乎伦理道德和法律的前提下利用这个模式。唯一限制你在无形市场大展拳脚的是来自于你自己的想像力！

以我为例，我正在和一个个体户测试三个新的信息市场。

在这些信息市场中，他的能力非常强，而我在这些行业却不是
很熟悉。几个月后，我将与你分享我们测试的结果。

每项业务我们打算花 2000 美元预算来启动。我们将为每一个项目刊登一个测试广告。

看看会有什么情况发生。运行测试广告后，如果没有任何富有生命力的迹象发生，那这个广告就可以到此为止了。如果有某种程度的成功，我们将继续测试这些广告！

我之所以跟你讲这些，是因为我希望你明白一个道理：除了我教你的东西，你可以凭借你的知识去开拓新的市场！

还有另一个问题也是被顾客提及的，那就是广告文案写作问题。诸如“我就是不能按照你所教的方法写文案啊”或“我怎么有学会像你那样的写作啊”等等。

好吧，我就告诉你答案吧！首先是任何人都可以按照我所教的方法写广告文案。我为什么这样说呢？因为你所做的一切仅仅是按照你所要说的写作就可以了。

对我来说，刚开始起步的时候，我也不知道如何是好。事实上，在我开始从事邮购营销行业前，我真的从没写过任何作品。（除了在我那未完成的短暂大学生活时期。但是当时教授总是给我“C”或“D”的作文成绩）

之后我开始尝试着写广告文案，我想即使是你写得差点也总比不写好，随着时间的流逝，我发现我的文案写得还不错，我也意识到我可以写得更好。

现在我得告诉你，通过不断地练习，不断地写，我变得非常擅长写作！

但是，像其他我告诉你的事情那样，我也得到过很多人的帮助。例如丹尼尔·肯尼迪的教程就为我的文案写作添加了许多难以置信的知识和成功！

学习如何写广告文案将非常简单，有一个快捷方式！你可以看看我写的文案风格和内容。你会注意到我是用友好、脚踏实地、交谈的语气来写作文案的。你应该密切地注意这种文案与目标市场的深层心理共鸣。

我向你保证，广告文案写作并不像你写一本书或杂志上的文章那么“专业”。你要按照你的想法，脚踏实地地告诉人们完整的故事。

最后，如果你实在是不想写，那么你可以去雇佣那些专业广告文案写手来为你服务。例如我的一个学员就在当地报刊刊登了一则雇佣广告文案写手的广告，结果有 52 人应征！

他雇佣的那个写手同意为他做所有的调研，并帮他写广告文案。而那写手只要求我学员支付每页 5 美元的稿酬！这样我那学生就花了 250 美元得了一篇 50 页的广告文案，这个文案效果还不错！

看，万事总有解决之法吧！

第十九章

在家挣钱

现在让我来帮助你通往财政安全的道路。在我的帮助下，你能端坐家中照料你的生意而无需经常开支和日常的商务争论。

就在这个时候，我真的希望你能使你的商务开展顺利！

但无论你是否取得一定程度上的成就，我都想利用这个议题来讨论一些在家中利用邮购行销挣钱的重要事情。

我收到很多关于如何刊登广告的提问，我认为这对恢复你的记忆而言将是一个伟大的计划，我会再次告诉你如何以正确的方式运作广告。

首先，我不鼓励我一开始就刊登大型广告或者一步广告行销。我也不鼓励你刊登大众消费类型的广告。因为这么做对于刚起步的你而言实在是太危险了！（除非你有雄厚的资金，并且你不在乎失去一大笔资金！）

例如，假设你有关于“如何训练狗玩把戏并让其在 5 分钟甚至更少的时间内听从你的指挥”的一本书和磁带，并且你打算孤注一

掷，用你仅有的 250 美元来测试一个广告。你应该在某一狗类杂志或者出版物上刊登展示广告。（注意：我说的“狗”而不是“宠物”刊物！看，你与你的目标更具体，你的银行存款也会更多！举例来说，当我在保险出版物上打广告，我在广告上使用广告代理商这个词。当我在一个为金融规划师而办的出版物上刊登相同的广告时，我就用“规划师”来替代“广告商”这个词。

无论如何，如果可能的话，这则广告应该刊登在展示部分。分类广告便宜一些，但通常没有展示广告那么有牵引力。

就如我们在此书之前章节讨论的那样，你所需要做的仅仅是建立一个自动应答系统。（这样做的最好办法是使用自动化市场解决方案（AMS）。他们有 48 小时的准备时间（通常情况下）并且每个机箱有 24 条电话线接入。这样顾客就永远不会接到一个繁忙的信号并且你也可以接到每一个电话号码。

他们甚至有可能让你的潜在顾客得到这份报告并通过即时传真立即传真给他们。如果你想与他们联系，一定要告诉他们你是一个即时利润营销市场客户。他们的号码是：800-858-8889）

好的，当你有了自动化广告响应系统并准备进行广告测试时，

你需要的就是一份广告文案了。请记住一个非常重要的观点：

广告的唯一目的就是让他们去打电话给你，倾听你的录音信息！

广告不是试图做了一笔生意。它是试图获得潜在顾客。如果你试着从广告上创造出令目标受众难以忍受的好奇心，你将会浪费你的钱！

记住：不要让任何一个步骤去做超过它应该做的事情！

好的，让我们看几则使用相同录音信息的广告：

惊人的免费报告团为您揭露出专业训犬师密不告人的方法！学习如何训练你的狗在 5 分钟或更少的时间内为你做任何事情！

你知道很多人用错误的方式来训练他们的爱犬吗？你又知道有少数能手运用妙法在 5 分钟甚至更短的时间内去让狗做任何事情吗？鉴于几乎没有任何人知道如何简单地训练爱犬，我们就为您准备了一份免费的报告。这份报告揭露出许多你几乎闻所未闻的训犬方法。你可以通过拨打 24 小时免费电话 1-866-123-4567，听取录音信息来索取这份免费报告。

您想要您的爱犬在 5 分钟或者更短的时间内学会新花样吗？

那最好就向大·莱特曼求教！

你知道很多人用错误的方式来训练他们的爱犬吗？你又知道有少数能手运用妙法在 5 分钟甚至更短的时间内去让狗做作任何事情吗？鉴于几乎没有任何人知道如何简单训练爱犬，我们就为您准备了一份免费的报告。这份报告气揭露出许多你几乎闻所未闻的训犬方法。你可以通过拨打 24 小时免费电话 1-877-123-4567，听取录音信息来免费索取这份免费报告。

好的，你认为你能用这两则广告来产生潜在顾客吗？

我猜你已经注意到这两则广告的主体内容都是相同的，但标题却截然不同。对大多数广告而言，如果广告的标题起作用了，那么广告也会跟着起作用。

丹尼尔·肯尼迪认为广告产生的结果 80%到 90%是基于广告标题的好坏！他并不是说广告的主体内容不重要，而是说广告的主体内容没有广告的标题那么重要！例如，我们把相同的广告用这个标题来表达：

省时训狗公司

现在，这里的广告文案是什么内容都无所谓，因为没有人

会阅读这广告文案内容。并且此文的标题不是一个标题，它是一个个人公司名称。同样，在右边的图形暗示读者，这是一则广告。因此当他们浏览刊物的时候很快就会跳过这里。即使我说一些像“我可以教你的狗狗玩彩票并保证你会赢数百万美元”或“你可以通过拨打 24 小时免费电话 1-877-123-4567，听取录音信息来索取这份免费报告”之类的话语，那也是徒然的，因为没有人会读这则广告。

你知道我是什么意思了吗？那就是不要尝试用这么令人厌烦的标题做广告文案的标题！

这是我和丹尼尔·肯尼迪的经验，并且我们成千上万的客户的经验也证明：没有比清楚简明的新闻风格排版更好的文案写法了。现在，你可以试着通过增加所有这些其他的东西去令你的广告看起来更具“吸引力”或“醒目”！你会与所有的计算机技巧和软件共沐爱河！但是，如果你的目标是为了赚钱，而不是为了使它看起来更美观，那就不要采用桌面排版。

丹，我自己，以及其他成功的直销商，仅仅用销售打字机和一个简单的文字处理器便产生了数百万美元！

好的，现在，我想讨论的是语音邮件信息的使用。请记住，语音信息的作用是为了出售你的教程！它仅仅是促使潜在顾客留下他们的名字和地址！所以，当你在做广告的时候，你必须使潜在顾客保持对该信息的好奇心！

例如，你不能说：“嗨！我的名字叫大卫。雷诺，我是这颗行星上最伟大的训犬师。我有一本售价为 395 美元的书，此书将教会你如何把你的爱犬训练得比别人的狗强！我将把知道的一切告诉你！你将学会我是如何用手中的盘子轻敲爱犬的脸……”

不，那种类型的消息将告诉他们一切，这样会把他们吓跑的！

恰当的讯息应该是像这样的：“嗨！谢谢你拨打训狗热线！如果你想学习专业训犬大师那些几乎不为人知的训犬秘诀，例如如何在 5 分钟甚至更短的时间内教会爱犬如何做最复杂的花样，那么我们的免费报告将告诉你如何能够学会这些内部机密！如果你在听完本语音后留下你的姓名和地址，我们将立即为你送上一份免费的报告！所以，当本语音结束后，请务必慢慢地说清楚你的姓名和地址！如果你一个电子邮件地址，也请给我们留下，谢谢！

看到区别了吗？要时刻让潜在顾客保持好奇心！

你可能也发现了，我没有要他们的电话号码，无数次的测试表明询问潜在顾客的电话号码会降低潜在顾客的姓名获取机率！

第二十章

“我的顾客与众不同

这种营销不会对他们起作用！”

“别对你的梦想和现实之间的差距存在畏惧，如果你有梦想的话，你可以做到这一点！”——贝尔瓦戴维斯

“如果人们不忙于否认错误，他们大部分人会从错误中学到东西！”——匿名者

我想讨论我的一个新风险项目，接着讲述这个故事的道理，这样你可以利用这个信息来挣很多的钱。

不久前，我收到了一名来自澳大利亚的人发来的短信，他想和我讨论短期合营的事项。我不确定他到底要表达什么意思，并且我经常收到这样的信息，所以只是给他回复了日常的回答。

我叫他通过传真或电子邮件向我解释下他所要讨论的事情。如果我对此项目感兴趣的话我会给予回复。（不要误会我的意思！我不是自大或傲慢。那仅仅是因为我经常收到这种要求和我“做生意”的信息。对我而言，我不可能在我这业务正如日中天的时候去接听

所有这种类型的电话。但如果有人有一个有趣的想法，那无论如何我总是会给他们回复传真或者电子邮件）

无论如何，这个人也没有这么做。接下来，我收到他发来的另一条信息。他说他准备在下周一早上 10 点来到美国。

既然他是飞行 10,000 英里来看我，那么当他出现的时候，我得有礼貌地去接待他才行！

哈哈，结果我当然是这么做了！

他先做了个简短的自我介绍，然后对我说，他听说了我为保险代理和金融规划师而做的系统后，很好奇如何才能将这个系统置于澳大利亚和新西兰的环境下出售。

现在，让我告诉你，我对这整件事深表疑虑。

首先，我不太了解这个来自远方的人。他似乎非常了解保险和财务规划业务，并且似乎是一个非常聪明的人！但是我不确定他是谁或者他真正想要的是什么。

第二，我很怀疑我这种营销模式在外国是否行得通，特别是像遥远的澳大利亚这样的国家。虽然我已经去过墨西哥和巴哈马群岛，但我从来没离开过美洲。

关于澳大利亚，我除了知道它们那里有袋鼠并且那是《鳄鱼邓迪》的拍摄地外，其他我一无所知。

不管怎样，即使这家伙是真诚的，那又是什么使得他相信我这种典型的美国艺术形式会在遥远的澳大利亚起作用呢？

不过他最终给我留下足够深刻的印象，我逐渐了解他，并且我意识到他是一个诚实的人，他仅仅是想把一种全新的经营方式引进澳大利亚！

最后，他建议我们搞合资形式，此合资企业将按照我在美国的经营方式为客户定制产品。

还有一点值得提出的是，他使我确信在澳大利亚的人们和我们这里的人们是一样的，只是他们是那里的人把足球称为“橄榄球”，同时，他们也玩一种叫做板球的东西。

经过种种解释，这个人终于说服我去澳大利亚核实一下情况，于是我和我的妻子跟着他，经过一段非常漫长的旅程后来到了澳大利亚。

让我长话短说吧，我们发现这里不仅是一个有着极棒的海滩和天气的非常酷的地方，而且我们发现澳大利亚的人真的和我们那边

的人没什么差异！

在那里，我购买了各种各样的报刊杂志和小型画报。我想知道澳大利亚人究竟在阅读什么内容的刊物，同时我也想了解他们究竟有什么类型的广告等等！

结果太令我兴奋了！一切都和我们这里的一样！

我看了一些行业出版物，发现它们那里的贸易刊物上刊登的广告糟糕且无用！令人难以置信的是，那里居然没有直接的回复系统！

事情发展到这里，他使我相信，我该在这里尝试一下！我开始认为也许我所钟爱的这种营销模式能在遥远的澳大利亚起作用！

好，我们决定在澳大利亚刊登最好的，广告的标题是：

这并非是“专业的”……

“当我刊登了一个 40 美元的小广告，他们都嘲笑我！但当我获得 81 个潜在顾客的时候，他们……！”

我们不能使用语音邮件箱，因为他们那里没有！（是的，令人难以置信！当时，电子语音邮件在澳大利亚还未兴起！全国电话公司拥有一系列应答服务系统，同时它们抵制语音邮件。但我听说他们在不久的将来准备采要语音邮件了）所以，我们只好开通 800 电

话了，并将一个电话应答机安装在他家里。这虽然不是最好的办法，但是这总比什么也没有来得强。

同时，我们挑选一本以综合保险和理财专家为主题的商业杂志，并在那杂志上刊登了 1000 美元的广告。

情况令我们大为乐观，广告刚刊登第一天，电话就一直响个不停！我们立即写了销售信邮寄给那些潜在顾客。结果如何呢？我们已经向大约 15% 的潜在顾客兜售了我们的课程。我们给他们提供了两种选择：基本的课程售价 677 美元，高级课程售价 977 元。

不管怎么说，第一个广告费用为 1000 美元，而邮件成本花了 400 美元，共计 1400 美元。

第一个广告收入不足 20000 美元，于是我们又在一个不同杂志上花了 1200 美元刊登广告，并产生了 150 个潜在顾客。这 150 个潜在顾客中共有 18 个潜在顾客最终购买了我们的课程，从中我们又赚了 14500 美元。

这又好似另一个赢家！（记住，我们更多时候是通过发送第二封和第三封销售信才和顾客成交的！）

这个道理是什么呢？我们常听到人们说：“你不明

白……我的客户（目标市场）是与众不同的。他们不会回应这样的市场！他们中有的人久经世故，有的人一文不名，有的人天真无邪，有的人疲惫不堪，有的人博学，有的人无知等等，等等。”

这是真的吗？人终究是人！无论在任何地方、任何时候！他们都有着相同的痛苦，相同的欲望，同样的梦，同样的希望，同样的需求，同样的……。

如果我过去真的犯下顽固怀疑的错误，并且没有保持开放的心态，那么我就不会来澳大利亚做生意。我也就不会在另一个成功的邮购行销市场大展拳脚了！

如果你或者你认识的人，知道一些有用的或者需要一个信息市场，只要你努力学习这种方法，那么你成功的机会将大大提高！

看，万事总有解决之道吧！

第二十一章

如何开始？

在某些情况下，我们更多的是通过寻找问题的答案而不是从研究答案本身来获得进步。“——劳埃德·亚历山大

在过去的这些年中，我已经看到人们存在的最大问题之一就是他们想通过直接销售信息产品的方式来挣更多的钱，但是他们似乎举步唯艰！

这是为什么呢？

嗯，我之所以认为人们举步唯艰是有我的理由的。我希望我能给你提供一些想法帮助你向前奔跑！

我想要做的第一件事就是讨论人们不能使他们的生活有所改善的首要原因。

我们大多数人都不是很满意我们的生活方式的，但我们又不得不面对它。以我的经历来说，在我曾经落寞的时候，我能够感受到生活是多么的悲惨。我知道这是什么样的感觉，没有真正的希望，虽然希望寻找一个更好的生活，但现实却看不到出路。我也知道那

些感觉不止于此。

所有那些怀疑和恐惧是自己创造出来的，是自我意识、自我施加的影响。因为它们也可以轻易被移开、放逐，直到永远！所以让我们谈谈是什么导致这些能够阻止你得到你所想要的事物和妨碍你想去的地方的感受吧！

在我看来，“想事情变得更好”和“渴望事物会发生改变”这两者之间有着巨大的差异。

看，任何人都可以高呼希望或渴望。任何人都会说他们想要事情会做得更好或与众不同。但很多时候人们仅仅是局限于表达而不付诸行动。不，如果你是为了获得新的境地，你必须对你思维进行一个重大的转变。

看，我们所有的人意识里都有两种根深蒂固的心理包袱。

一种来自我们的父母和社会多年的洗脑。事实上，我们的整体文化遗产来自一种与清教徒式的起源相近的思想，这种思想是用消极思维来面对生活。

首批来自英格兰的移民当初并没有留在英格兰忍受宗教迫害。相反，他们逃离英格兰去找一个可以任意实现他们的宗教原教旨主

义地方。在那里，他们可以随心所欲地支配他们消极的世界观和精神宿命。

美国世代都对这种消极内核思想有所保留。我们从小就被灌输一些教导：那些除了“规范”以外的行为都是古怪或离奇的。任何敢于挑战传统“智慧”的人在生活都会被视为一个叛乱者。这种类型的集体意识是我们大多数人都携带的心理包袱。

另一种心理包袱是由我们自己的想法而非外在的影响作用来形成的。

是的，我们似乎就对我们的消极传统和我们个人观察世界的方式产生深深的吸引。

看，我们中的许多人让我们思维流向最简单类型的思考。消极思维是很容易的，因为如果我们自认为成功率很少，那我们就会产生不采取任何行动的思想。这可能导致我们那些不同的、更为积极的想法半途流产。这个古老的自我实现的预言是活生生存在的！如果我们的头脑告诉我们，我们不可能更快乐、更成功，那么我们的行为将确保遵循“我们不能获得一个新的生活方式”这一指令。

所以，很容易就继续过着我们的惯常的方式，因为我们会觉得我们

现在的生活方式是理所当然的。这简直是一派胡言！我相信有一种任何人都能做到的简单技术，它能让这种消极的思维离你远去，直到永远！

这是我经过多年的痛苦经历而学习到的一种技术。一种听起来很简单，实际上也真的很简单的技术。这是一种能阻止你生活在“另一个时间和地点”而是“生活在现在”的力量。

好吧，让我来解释一下。依我的经验来看，大部分人都在等待几个事件或事物，当他们最终能发生时，他们显得非常幸福。例如，像“等我有钱了，我就会幸福的！”或者，“当我找到了一份新的工作，我就会幸福的！”或者，“当我的配偶在这里，事情一向进展很好。”

不要总是生活在“过去”或“未来“，你得生活在”现在“！

你要明白，你是生活在“现在“而不是很远很远的地方。我说的意思就是你要去享受目前的时刻，你现在的感受。不管感受是好还是坏，你必须注意到这种感受正传递着一种信息。

如果你真的想让事情变得更好，那么你就不能忽视你的心和思想告诉你必须做的事情。在我看来，这种通过幻想美好生活试来逃

避现实的想法是我们不能获得进展的根源。为什么呢？因为当你把精力聚集在将来或者过去你快乐的时刻，你又怎么能去专注于你现在应该做什么事情呢？

我们的思想不能集中精力于两个完全独立的地方。同样，你不能同时生活在未来、过去，或“现在”中的两者。你的头脑不是按照那种方式构建的。它只能处理它被要求处理的事情。

所以，如果你要等待事情会变得更好的那一天，那我要告诉你一个坏消息，那一天不会来了！因为除非你活在“现在”，不然你不可能更好地了解如何才能使你到达更好的地方。

一旦你获得了处于“现在”这种意识，你会注意到你的改变将要显现。你会看到事物的真实面目。你会发现爱和美丽在你的身边，哪怕你身处在了了一份你不喜欢的工作或者其他事物。你将能够正视自我，看到你的长处。看到你的长处，看到你的知识和经验，你才能快乐。同时，你也可以看到你的缺点和不足以及你所犯的错误。无论如何，你意识到“现在”以及你是谁，你现在便能做有意义的改变！

如果你没有意识到什么才是真的需要改变的事情，那你怎么办

能做出改变呢？

其实获得改变并不是非常难，你可以轻松地说：“好吧，我已经明白我现在正在做什么。是该采取行动来获得改变的时候了！”尤其当你真正意识到你自己，不再幻想改变，而是现在希望能够改变！

一旦你迅速地从盲目的希望转到特定的期望时，你就会看到通向你的新生活的光明大道。你会改变拖拖拉拉的习惯。你不会再为自己找借口。你不会停下来看别人，羡慕他们的成功！你会停止责备世界为你带来的不幸处境。相反，你会做你需要做的事情！你会听磁带，你会重新读使用手册，你会去图书馆，做一些简单的研究。你会在下班后拨打那些电话，而不是一下班后就坐在电视机前。总之，你会把你的日程安排妥当！

你也会有勇气去和别人交谈，你可以感觉到足够大的勇气在你的内心燃烧！你将会去接触那些已经在做你认为能包装成产品的事情的人。你会有这个信念去寻找那些能给你提供产品创意的人。你会有足够的信心去写一篇小广告并切实地安排它。

让我给你举一个例子。有个参加我们课程的程序员，之前他辛

勤地为一家大公司工作，却几乎难以谋生。这样的处境使他感觉非常沮丧。之后，他参加了我们的课程，他意识到走出困境的唯一出路就是开发他之前研究了很久的软件。

他开始意识到他的“现在”，于是，他不再梦想改变，而是必须希望改变！

经过这种心灵洗礼之后，他有勇气去联系一个软件销售公司并和那公司进行洽谈。然后他去找那些他认为可能对他有所帮助的人。其中的一些人不给答复，有些人将他轰出门去，更有些人刻意回避他。但苦心人，天不负，最终还是有对他的软件感兴趣的客户！这之后，他意识到如果别人感兴趣的话，为什么他自己不去销售？为什么要靠这些软件营销公司帮忙销售而他自己去挣小钱呢？

不消过多的思考，他知道是到了该改变的时候了！他刊登了一则 200 美元的小广告，在他的语音信箱里得到一些回复之后，他开始撰写销售信，随之得到一些订单。从此，他不再是在看台上观看比赛的观众，而是游戏中的主角！这比他在原来的公司那辛苦地挣那点辛苦钱强得多了！

但更重要的是，他有足够的勇气去正视自己并付诸行动！

那正是我希望每个人都能理解的精髓。这简单不费吹灰之力，其实赚钱并不难！使用我们的产品信息销售模型，任何事情都可能变得很简单！我们已经为您做了最最困难的那部分，我们已经试验并证明如何穿着内衣呆在家里也能每天挣成千上万美元。现在，你该去做最简单的部分了。

走出去，做！

第二十二章

胜利不是唯一的事情

营销才是“游戏”的真谛

从你上学的第一天或者打算涉足商海的时候，你所受的教导就是：如果你想最终获得成功，那么你就要对你所从事的工作方面的技能熟记于心。

你的“专业”将是你通往成功之门的金钥匙。因为一旦你声名在外，人们将会慕名而来。而如果你打算从商，无论任何领域，你可能会听说过这个古老的“箴言”：一招鲜，吃遍天。是的，不错！现在，让我们开诚布公。

当你同我一起工作的时候，你就会明白我是个诚恳而直率的人。我不会含糊其辞，只有我认为是正确无误的事我才会告诉你。但是我的意见并不一定是真的或者假的。

看，我不想让你认为，我钟情于你将学习到的这些想法是因为我很聪明。相反，我仅仅是想向你传授一些基于我多年的经验和成果！

事实上，我已经历经磨难。基于我经历的建议将对你的事业有所帮助。我可以帮你赚更多的钱，让你从你的业务中得到享受，并感受到源自成功的力量和高水平的自尊。

我真的感觉很好，当你不但可以赚更多的钱，还能获得源自于你对自我的生命价值的肯定和内心的平静。

也许，这听起来有些愚钝。但我确实能够让你毫无痛苦地获得客户，而无需忍受别人在电话中的冷言冷语，也不必挨家挨户地敲门或在广告或促销活动中浪费不必要的钱。

我能帮你实现自我的价值！

首先，甚至最重要的一点是：你要明白，了解如何获得顾客比你在其他方向获得的知识都重要！

我从来没有听说过还有其他方式能使我的事业更加蒸蒸日上，除非我有好多永不停止流动的潜在顾客。

我知道这种论调会使一些人心生厌烦，但那并不是我的本意。我所尝试做的一切事情的出发点是要你了解这样一个事实：你不是深陷信息业务，而是深处信息业务的营销！

这才是我要表达的主旨。

事实上，无论人们处在什么事情中，他们并不是真正处在这些事情当中，他们总是在业务的营销！而你也不例外。一旦你改变自己的心态来接受你首先是个信息提供者，其次才是营销者这个事实。那你永远不会挣到你挣的钱！

让我们面对现实吧，任何业务，信息都是相通的，市场营销才是制胜的法宝。

这牢不可破的规则一直以来都是真理，并且以后也必定是真理。谁在市场上最会营销，谁就是王者，谁就能挣到更多的钱。

当然，我并不是说你只要关注市场营销而向市场提供不合格产品或服务。如果那么做，短期内可能你会获得暴利，但长期结果是，你将在市场上无立锥之地。

所以，你不仅要成为最好的营销者，同时也要成为最好的信息提供者。

人们应该得到最好的东西。但是，不管你是最好的或最了解世界信息的信息提供商。如果除了你的家人或同事外，你却没有任何销售的对象，那么我敢肯定，即使你的产品非常棒，也会销路不畅，因为你的家人和同事不能代替客户！

获取客户是游戏的名称

市场营销是获取顾客的方法

现在，你应该知道，我所教你的营销方法是和你以前听说过的其他任何方法有所不同的。我将告诉你如何在营销中获得乐趣！

有趣，因为它是容易的；有趣，因为它是起作用的。

当你阅读和使用该系统，并学会了营销技巧，你会发现有两种方式的市场。

- 1、没必要的浪费和咄咄逼人的方式；
- 2、廉价和响应导向的方式

如果可以的话，我们将焦点集中在第二种方式上。

有许多人会教你如何运作看上去好看或者可爱的广告。你可以在很多地方学到类型 1 的东西。

你无法在其他任何地方学习到的是类型 2 的营销模式。我教它，是因为它是卓有成效且乐趣无穷的。

它从不是通过卑劣的手法取胜，也不会使人厌恶。这种营销能够触摸到人们内心深处的情感。

对许多人来说，与众不同就像做一个异教徒一样。

我们都想通过向人们提供信息的方式，帮助他们改善他们的生活。毕竟，拥有最高收入的信息营销者不一定比收入微薄的信息营销者拥有更好的书、磁带或研讨会或任何东西。

他们没有更好看的封面，他们没有更好的图片等等。

顶尖信息公司比别人做得更好的唯一事情是：得到了源源不断的新顾客！

我总是聚集在两件事上。

一件事情是如何找到人们想要买的东西。这是我清醒的思维过程中十分重要的一部分。但是，我优先考虑的事情总是：找到销售对象！

我知道那可能听起来有点肤浅，甚至，这听起来可能有点自私。

但是，我能容忍那些可能存在的消极因素。那些潜在的消极描述可能存在于人们的心中。人们会不买我的任何东西，但谁在乎呢？

所以，既然我的宗旨是百分百按照伦理要求和黄金法则交货，那么我可以轻松地休息。我知道我的使命就是获得新客户，并且向

更多的客户销售更多的东西！

改变你对市场营销的思维方式将是你曾经做过的最明智的
改变！

第二十三章

繁重的工作是别人做的事 努力工作不是答案

当我正准备为这章节写一个标题的时候，我坐下来，稍做深呼吸，像往常一样观看小熊队的比赛。

我听着小熊队的经理告诉球队队员，如果他们坚持努力训练，做大量艰苦的工作，那么他们将开始获得胜利。

他以“小伙子们，只要你们艰苦训练，棒球赛的胜利之花将为你而绽放”这句话结束了他的训导。这种类型的心灵暗示在电视上确实听起来不错，并且会使相当多聆听此话的人们热血沸腾。

但是，唯一的问题是，它并不起作用！

事实上，努力训练与获得棒球赛的成功绝对没有什么关系，并且，特别是在信息营销事务方面，努力和成功也是没有什么必然联系的。

对我而言，工作就是用我的手或者嘴巴或者身体来做事。例如，现在我就坐着将我的这章文字输入我用的打字机里，我认为这就是

工作。

你们可能有许多你们认为是工作的事情，无论这是脑力、体力劳动或者两者兼具！

无论你是在电话中交谈、和顾客交易、开拖拉机、在零售店工作等等。所有这些活动都可以归类于我所说的“工作”的定义。

不，事实上，努力工作只会使你身心疲惫。我个人是不喜欢工作的。即使我挣了很多钱，并且拥有成功的事业，我仍然不得不工作。我追求那种能够完全财经自由的净值商务。

顺便说一下，我对于财经自由的定义是我有如此多的钱藏起来以便我不必为我的余生而工作。同时，我也可以按照我喜欢的生活方式来生活。

但是，正如小熊队经理，许多人认为，努力工作能使你不断前行。

但你想了解真相吗？你想知道我所发现的事情是真的答案没？真正的答案不是努力地工作，而是努力地思考。

是的，确实如此。努力地思考。

看，我们终日思考。当我们早晨起床的时候，看电视、洗脸刷

牙、穿衣化妆、吃饭、外出的时候，我们都在思考，甚至当我们在梦乡的时候，我们仍旧在思考。

当我们在工作的时候，我们也在思考。当我们回家和家人呆在一起的时候，我们也在思考。我们的思维机器一直不停运转！

成功的秘诀就是你在想什么，以及你如何与众不同地思考！

明智地思考，意味着你要的眼光要广阔而长远，留心你周边的事物。

我的朋友肯尼迪讲述过一个故事。一个麦当劳的行政主管在经过一个供开车进来的客户使用的银行窗口时，通过留心观察在他周边发生的事情后，自言自语地说“我想我们是否也能通过窗口传递食物给顾客呢？”

这个想法看起来简单。但当时，能有这种想法的人便创造了数十亿美元的产业，因为麦当劳生意难以置信的业务百分率是通过开车进来的客户使用的银行窗口造就的！

我希望我已经帮助你学会如何通过明智地思考达到与众不同的思考境地。

在 20 世纪 30 年代，拿破仑·希尔在研究过当时 500 个最成功

的商人后，写了一系列叫做《思考致富》的书。他在书中指出，成功的 17 大准则之一是精确地思考。拿破仑·希尔将它称为精确地思考，我则将之称为“明智地思考”。虽然我们的说法各有不同，但我们要表达的是相同的意思。

这意味着你的眼光要独到，要看到别人没有在意的事情。

这意味着你能指出如何既简单又容易地将事情做好。

这意味着你能指出如何花最少的钱去做好你的生意，从而最大化地换取金钱。

是的，真相往往寓于普遍的事物之中。人们往往习惯于接受大众认可的固定思维。

努力而明智地思考将使你能够撇开人们固有的思维模式，揭露出许多不为人知的秘密。

当被问及我做什么事时，我的孩子们告诉我，有时候他们甚至不知道如何跟他们的朋友解释他们的父亲是靠什么来谋生的。

我也不确定我是否能精准地描述我是靠什么来谋生。但你们都知道，我的朋友肯尼迪知道，我的妻子也知道。但对这个圈子以外世界的人们来说，我真的是很难向他们描述。

当拿破仑·希尔将它作为精准地思考的时候，我仍旧喜欢称呼它为“明智地思考”。你应该明白，我所有表达的意思并不是我很聪明。

我之所以用“明智”这一词语，是想说明做事要使它起作用，并且以最小的花费来做简单容易的事情。

我已经教过你很多方法了。我已经教会你如何刊登小广告来吸引客户打电话给你。我教会你如何理解你语音邮件的神秘而又强大的力量。

我已经告诉过你，我的一个 23 岁的学员已经用我的系统创造了 38,000 美元的佳绩。

看，所有这些事情看起来是不应该发生的，因为每个人都认为你不得不努力工作才能挣大钱。

我们真正要做的是明智地思考！

看，那才是关键。努力工作除了使你身心疲惫，我想不到还有什么好处了。明智的思考将使你成功致富！

我喜欢听到来自你的疑问和评价。我也乐于聆听你是如何明智地思考的，以便我也能从中学点东西。

我总是听到许多人向我们反映的成功故事，我也希望听到你的成功故事！请开始思考这些事情并明智地思考！

我祝愿你能成功，并且我希望能与你工作并帮助你达到梦想的圣地。

祝你好运！

杰夫·保罗