

sutien
速点营销机构

8^个

老板必知的 赚钱秘籍

让你立即、快速赚钱的营销秘籍

速点营销机构 编著



© 速点营销机构



微信扫描更多秘籍

重要内容，请先阅读这里

亲爱的朋友

你决定阅读这本秘籍，那是你做出的最明智的选择！

因为，你知道这本秘籍完全兑现我在给你信中的每一个承诺以及解决你关心问题的方法。

不仅如此，秘籍中一共列出了 8 个正在赚钱的案例，这些案例及营销策略是经过严格测试且很多企业正在使用当中，你可以直接拿去用。这些方法已经帮助速点营销机构、以及我们的客户带来了高收益。

对于此：

在抓潜篇中，我将为你分享，那怕你店的位置很偏僻，你只需要通过简单的抓潜（抓住潜在客户）动作，就能提升 30%以上的销售额。同时为你展现一个全自动的抓潜机器的案例。

在借力篇，你将得到如何让别人心甘情愿地的帮你零风险、零成本，让合作伙伴甚至竞争对手，心甘情愿地为你奉上源源不断的潜在客户！

前端让利篇，为什么一个不赚钱的检查，反而让他们赚到了更多。

成交主张篇，为什么看到这样的成交主张，很多人马上购买了。

完美销售流程篇：打败星巴克为何很容易？而你也可以轻易办到！

巧妙的追销篇，我给你分享一个能立即增加你 50%销售额的简单策略

放大客户终身价值篇：老客户让你绝对想象不到的巨大价值？

利益最大化篇：虽然我还要不断给团购网站佣金，但是，我却摆脱了薄利多销，赚到了更多的钱！

掌握《老板必知的八个赚钱秘籍》，你唯一需要付出的是，花上 6 到 8 个小时，去阅读它，并运用这些营销秘籍到实践中去？

你可能会怀疑，难道我不需要收费吗？是的，**完全免费**，我只需要你运用秘籍中的策略去真正提升你的营业额之后，再往我在下面指定的账户打上 **500 块钱**。

从我的帐户上每天不断飙升的数字来看，我坚信，只要你去运用这些秘籍，就一定会产生结果。

我的支付宝账户是：liujianfeng@sutien.com.cn，在你汇款后，同时，我还要送你一份**更加珍贵的礼物**——一场线下营销分享会的资格，一份你的营销诊断，一个与上千家老板交流、广结人脉的机会。

你的朋友

速点营销机构 王诗友

特别提醒 1 如果从头到尾看完，而不是跳跃式翻阅，你将收益终身！

特别提醒#2 希望这封信回答了你所有的问题，解决了你所有的疑惑，但是，万一你还有任何不清楚、不明白的地方，请你立即加入我的微信公众账号 **sutien** 和与我互动谢谢

同时我有一个好消息：只要推荐 2 个朋友关注微信号：**sutien**，就可以免费获得《老板必知的 30 个赚钱秘籍》，你只需把你推荐的 2 个朋友的微信号发给我，确认以后，我马上把下载地址发给你！



目录

营销秘籍之抓潜篇

还有谁想知道，那怕位置偏僻也能让销售额倍增的秘籍？ / 04

如何打造自动化的抓潜机器 / 05

营销秘籍之借力篇

零风险、零成本的让别人帮你赚钱的秘技 / 07

营销秘籍之前端让利篇

一个不赚钱的检查，反而让他们赚到了更多！ / 09

营销秘籍之成交主张篇

看到这样的成交主张，很多人马上购买了！ / 10

营销秘籍之完美销售流程篇

打败星巴克为何很容易，你也可以做到！ / 12

营销秘籍之巧妙的追销篇

一个简单的策略为他增加了 50% 的销售额？ / 14

营销秘籍之放大客户终身价值篇

老客户让你绝对想象不到的巨大价值 / 16

营销秘籍之利益最大化篇

可能让你睡不着觉的团购玩法 / 18

营销秘籍之抓潜篇

赚钱案例：还有谁想知道，那怕位置偏僻也能让销售额倍增的秘籍？

有一家餐馆位于北京亚运村附近，说实话这个地点有点偏，他们不知道自己的“潜在客户”在哪里，也没有客户名单。他们和大部分人做生意都是一样：开店以后就坐在店里等着客户上门。

后来，老板告诉他的客户：“我们饭店在月底会有一个抽奖，只要您留下姓名、电话和家庭住址，就可以免费参加。如果被抽中，我们将会赠送给您一瓶法国红酒，加上一次免费的家庭套餐。”

很多客户都被这个抽奖活动吸引，纷纷填表。获得客户信息后，我让老板给获奖的人发短信，同时给那些没有获奖的人也发了短信。信的内容是这样的：“非常抱歉，本次抽奖您没有获得一等奖，但是恭喜您获得了二等奖。为了感谢您的积极参与，我们特别推出一个活动，给予您一张半价的优惠券。只要您有这封信，在X月X日前来这里用餐，都可以享受这个优惠。”结果吸引来了30%的回头客。

速点营销点评：

要了解，每个留下信息的客户都是想获奖的，虽然他没有获得大奖，但是他有二等奖也可以。等有了这些名单，就可以发挥更大的作用，就可以重复地销售。

请记住，你要给别人创造价值。你的每一次沟通绝不是单纯为了销售，而是为了提供价值。只有这样，你的销售信，你的沟通才能被大家很好地接受。

比如，我给你提供一个 50% 的折扣，你可以带着全家人来吃饭，即使你不来你也不会恨我，因为我给你提供了“优惠”的机会。

精彩案例：如何打造自动化的抓潜机器？

速点营销机构刘建锋老师的导师刘克亚先生，帮助过一个老板，他是做美容的。他以前么做的？他在互联网上打广告，吸引潜在客户主动打电话过来，然后他通过免费的电话咨询来卖东西。他雇了很多女孩子来接电话，让她们在电话中推销一个 200 元的产品，但他抱怨说“没法赚钱”。

显然，他的销售流程有问题，克亚老师帮他调整了一下。他设计了 5 个简单的问题。比如：你的皮肤健康吗？然后有 A、B、C、D——4 个备选答案。客户只要在网上把自己的年龄、性别、身体特征等填好，然后点击“马上测试”按钮，程序就会自动运转，生成一份个性化的《皮肤健康报告》。同时系统会自动把这份报告发到客户预留的电子邮箱。

结果表明，70% 的人会看这份报告。当然，在发报告的时候，我们会追销一个 200 元的产品，这样有一定比例的人就会购买。同时，根据人们填写的信息、反馈的情况，我们再动用人工去追销一个更贵的产品，这时候成交率就会大很多。更重要的是，这个老板在前端抓潜在客户阶段所遇到的瓶颈也消失了。

现在他的网站每天可以自动抓潜几百人，这是原先那几个女孩子所无法完成的事情。

速点营销点评：

你要尽可能的在抓潜主张中，提炼一个高价值的免费形式，无论它是免费

观看、免费咨询、免费问答、免费评估、免费试用或试吃还是免费测试，都可以，因为免费是永远吸引人的。

当然，你的这些主张一定想获取他们真实有效的联系信息，以便你后续追销更多的产品。

营销秘籍之借力篇

赚钱案例：零风险、零成本的让别人帮你赚钱秘技

佛山有家定制家具店，生意一直很一般。后来，他们找到了速点营销机构，我们重新帮他们设计了一套营销方案，详细是：

我们先让他找到了当地很多的地板店、厨卫店、磁砖店等，与这些老板谈合作，只要顾客在他们店里购买一定数量的产品或者达到一定的购买价格，就送顾客一件由家具店赠送的赠品：一张价值 2000 元的实木桌。

桌子用事先印好的赠品券代替。让顾客拿着这张券，到家具店来领桌子。

这样，每发出 100 张卡，就有 40 个人拿着卡片来领桌了。家具店老板告诉来领桌子的顾客：桌子的色彩、款式，需要根据你家的装修设计风格定制。

这样，他们安排技术人员上门设计定制方案，在与顾客交流的过程中，介绍整体定制家具。

经过这样一个流程，最后，他们测试出结果：每领 40 张桌子，有 12 个人购买整体家具，每套 3 万元左右。共 36 万的收入。

我们再来算一下桌子的成本，实际出售价格虽然是 2000 元，但每张桌子的成本，也就 500 元左右。40 张桌子的成本，才 2 万元。

速点营销点评：

首先，合作的商家肯定会愿意的，因为 2000 元的桌子，会让他的东西更好卖，会帮助他们提高销售额，而且他们还会免费帮你宣传这 2000 元的

赠品桌子。

同时，你也获得了多个免费的高效广告点，你不用去登广告、不用去大街上发随时可能被人扔掉的传单，采用这种方法让你的潜在顾客顺利地进了你的店，而你是没有成本的。

进了你的店后，你只需通过专业设计师上门服务，让顾客读懂自己整体家具的品味与格调。当客户接受了你的理论后，他们对价格的影响就小了很多，购买也就变得简单。

这个世界上有很多人都希望你，但是他们缺乏帮助你的想法和美好的前景，你需要向他们描绘一个美好的蓝图，告诉他们“帮助我，其实就是帮助你自己”，这并不矛盾。当你有了这种思维模式，你才能“杠杆借力”。

使用“杠杆借力”这个营销武器，才能扩大你的忠实客户群，这些忠实客户群是增加客户终生价值的最可靠来源。一旦拥有了大量的忠实客户群，你还愁你的销售额得不到提升吗？

营销秘籍之前端让利篇

赚钱案例：一个廉价检查让，反而让他们赚到了更多！

在美国，几乎家家户户都有自己独立的空调，同事美国人每年都会对空调设备进行检查和维护，一般会在冬夏季之前进行。有一个维修公司的，但是他们不知道去寻找客户。后来，有位营销大师给他们设计了一个抓潜主张。

大意是：在经过一个夏天或者个冬天的使用之后，有七大原因可能会导致空调出现问题，同时会导致几种不良的后果。所以，空调需要定期检查和维护，一般这种检查的价格是每次 49.99 美元，但是最近我们对维修人员进行了一些调整 and 培训所以他们的检查效率提高了。目前 在你们的社区周边有一些空余的人力，如果你现在拨打电话预订检查的话，你只需要付 9.99 美元的检查费，但是只在一个星期内有效。

结果预定的电话非常多，因为客户只需要花大约是原来 1/5 的价钱。一般家庭的空调用久了多多少少都会有些问题，所以维修人员查完后，发现大部分家庭的空调都是有问题的，很多人需要后续的维修服务。这是重点。

速点营销点评：

你提供一个免费或者廉价的服务帮助客户发现了问题，这相当于你为自己的销售创造了一个机会。就算顾客本次没有购买的需求，但不代表他们后续不需要服务，当顾客需要维修服务时，就会有一部分顾客优先想到你并选择你。

营销秘籍之无法拒绝成交主张篇

赚钱案例：看到这样的成交主张，很多人马上购买了！

美国《经济学家》杂志搞过一次试验。以前卖杂志都是卖两个版本，一个是实体版本，100 美元；另一个是电子版本，内容是一样的，60 美元。通常，80%的人会选择电子版本，20%会选择实体版本。

假如有 100 个购买，成交额是多少呢？80 个人买电子版本，20 个人买实体版本，成交总额是 6800 美元。这是原来的销售主张产生的效益。

后来，有个营销高手给他们出了一个主意。什么都没变，还是两个版本、同样的杂志内容，但是成交主张不一样，结果他们的销售额瞬间就发生了巨大的变化。为什么？

我们看一下新的成交主张：实体版 100、美元电子版 60 美元，实体加电子版 105 美元。大部分人会选哪一个？答案是实体加电子版。

最终的结果是，80%的人选择了实体加电子版，10%的人选择了实体版，另外 10%的人选择了电子版。我们看一下现在的销售额：80 个人买实体加电子版，10 人买实体版，10 个人买电子版，成交总额是 10000 美元。对比一下前后销售额的变化：6800 美元和 10000 美元，将近 50%的增长率，但是没有增加任何成本。

速点营销点评：

这个案例如果你仔细思考，你会发现：人们对于价值的判断是没能绝对标

准的，原先《经济学家》杂志的订户在 60 美元和 100 美元之间作选择，现在他们比较的是 105 美元和 160 美元，这时他们会觉得实体版加电子版只要 105 美元，当然还是这个划算。

人们的心理差不多就是这样，不同的主张，对人们的购买判断的影响完全是不同的。

你有去设计这种神奇的成交主张吗？

如果你想要成交，就要不断地在成交主张上下工夫，不断地对你的成交主张进行强化、美化，一直到它变得无懈可击，让人无法拒绝。只有当对方无法拒绝你的成交主张时，你的成交才会变得容易。

营销秘籍之无法拒绝成交主张篇

赚钱案例：打败星巴克很容易！你也可以做到！

有一家新开的叫 Costa 的咖啡店，它的知名度远不比星巴克，而且就在离两家星巴克不到 100 米的地方开张。让人大跌眼镜的是，这家新来的咖啡店，尽管知名度无法与星巴克同日而语，但却在开张后的 30 天内轻而易举地打败了两家星巴克。

你可能会想，这家新来的咖啡店一定是使用了什么超级的营销策略和技术，才使得像星巴克这样强势的品牌，在不到 30 天内，就失去了魅力和人气。

其实很简单，他们只用了一招。

他先让你买咖啡——比如你买了一杯 36 元的咖啡，在你准备付钱的时候，他说：“先生你知道吗？这杯价格 36 元的咖啡，你今天可以免费得到。”

你会问：“怎么得到？”

他说：“很简单，你办理一张 88 元的打折卡，这杯咖啡今天就是免费的。另外，这张卡是全国通用的，你任何时候到 Costa 咖啡店，都可以享受 9 折优惠。”

结果发现有 70% 的人都会购买他们的打折卡。只要你购买了，你的消费习惯就会被养成。

很多以前星巴克的客户自从购买了 Costa 的打折卡之后，很长一段时间都没有去星巴克。

当然，后来星巴克也推出了一种新卡。

星巴克说：“先生，购买这张卡之后，不仅这一杯咖啡是免费的，我们还会再送你一杯免费的咖啡。”但是，星巴克推的不是打折卡，而是积分卡。你需要累积到一定的积分，才可以再获得一杯免费的咖啡。这个设计很巧妙，实际上星巴克还是赚了，因为它让你持续地消费。

速点营销点评：

充值卡实际上已锁定了客户，当顾客充了钱，就要不断的去消费把里面的钱花完。而你要做的是不断提醒他们来消费，当他们的钱快用完时，再让利让他们再重新充值。

这就是我们常说的锁销，在生活中，电信联通是这方面的高手，比如充 XX 送 300 分钟的话费，而不是说送你 XX 元，同时没说是打折。送你 300 分钟，你就觉得值了。这种案例非常常见。

营销秘籍之巧妙的追销篇

赚钱案例：一个简单的策略为他增加了 50% 的销售额？

有一个清理地毯的公司，他们经常做黄页广告，或者是在百度、58 等网站做广告，然后他们坐在那里等客户打电话，上门清洗完成后，收费 200 元，然后“收钱走人”，也不知道下一个客户在哪里。

后来，他们在把地毯都清理完了，客户快要交 200 块钱的时候，跟客户说：“这么好的地毯，你需要不断地清理维护，坏了就可惜了，一般正常的维护每年需要四次，但因为你很忙或者其它因素，可能忘了维护，我们帮你维护，一年清洗四次，每次我提前一个星期给你电话，你什么都不用操心。原来每次我们收费 200 元，如果你今天订这个计划的话，只要补交 300 元，同时我再送你一个门垫。”

结果有 90% 的客户现场补交了 300 元。你想一下，虽然平均每次收费是降低了，但是这是到手的现金，你固定时间去就行了，如果你没有这次机会，你的广告、你的人、你的租金都在浪，而且又有多少客户会主动打电话过来呢？几乎没有！

这个地毯公司原来生意一直一般，后来一下子做到一年 300 万元的收入！要知道，洗地毯的公司做到这么大，很少，真的不容易！

速点营销点评

这个案例很有趣，他给了我们更多的启发，当客户决定购买了你的一件产品时，你为什么不想多买点相关的或者很有价值的产品给他们呢？

当客户决定购买 100 块钱的东西，这时你告诉他，你还有另外一个产品比这个好一倍，而且价格只有 150 元。这时候可能 30%-70%的人就会买你推荐的“更好的”。

设想一下，你去商店买一套意大利西服花了两千块，你刚要付钱的时候，售货员说：“我看你挺喜欢这款意大利的西服，刚好我这有一批意大利的领带，是同一个设计师的作品，我还没来得及上架，你要的话我给你 40%的折扣，因为你买了西服，所以我给你这个优惠。”

有 30%到 70%的人都会买，为什么？因为他已经想象了“自己穿上西服”的这种感觉，这种状态.....比如在晚会上，或者遇见他重要客户的情景.....他已经在想象这个领带为他西服增值的可能性，所以他很容易购买。所以你千万不要放弃这种追加销售的机会，当然你也是在给他提供价值。

本来他买一件，但你可以让他买两件，你需要教他“为什么在这个时候买？”这个非常关键！我知道客户购买的整个过程是很漫长的，特别是他掏钱之前的“决策”。但是当他决定掏钱的时候，当他已经决定要购买的时候，你可以让他的决定变得更好，这是比较容易的事情。

营销秘籍之放大客户终身价值篇

赚钱案例：老客户让你绝对想象不到的巨大价值

有一个客户，他专门教人怎么出书。他只卖一本书，本书大概卖 30 元。因为很多人都有出书的梦想，所以他累积了 7 万个客户数据。然后，他问我怎么做大。我说：“你有这么大的数据库，但是你却只卖 30 元一本的书，怎么能赚大钱呢？单纯卖书确实赚不了大钱，但是如果你利用书去改变客户的思维模式，你就可以赚很多钱。”

他花了 3—4 年的时间累积了 7 万个客户，但除了卖 30 元一本的书，他没卖过其他东西。后来，我们给了他一个方案，让他和一部分出版社、发行机构合作，对可以出书的客户进行追销。结果他赚的越来越多。

首先，这些客户信任他，此外，一般作者直接到出版社联系是比较困难的，出版社前期都不太理会作者，所以这批客户很愿意和他合作，找到合适的出版社，再者对自费出版的客户，是出版社一大利润来源之一，所以出版社也非常愿意合作。

速点营销点评：

第一次成交只是一个测试，是客户测试你值不值得信赖。但如果你有第 2、3 次，甚至多次成交的时候，你后面的追销成本几乎是零。

很多人只看到第一次成交。假如说你要找到一个高质量的客户，需要花 500 元成本，而你产品的价值就是 500 元，假如你清楚的知道，当客户第一次购买很满意，那 80% 的人会下次购买价值 1000 元的产品，然后再次购买价值 1500

元的产品。

如果你每成交一个 500 元的产品，后面就有一个 2500 元的自动收入，那你在第一次销售 500 元的产品时，略有小亏都应该做。

所以很多人认为“第一单不能做，因为不赚钱，”这种想法是错误的！因为你太短视，你没有看到客户的“后端价值”，所以从现在开始，你要考虑客户的终身价值。

你要开始琢磨，在你现有的水平上，客户的价值有多大？就是客户平均每年购买多少次？每次平均的购买额有多少？每个客户平均会跟你购买几年？

营销秘籍之利益最大化篇

赚钱案例：可能让你睡不着觉的团购玩法

这里我说一个速点营销机构在 2012 年服务过的东莞一家 KTV 的案例，他们在我们服务之前团购是这样做的：

客户团购了他们的 KTV 业务，去到他们那里，由服务人员输入团购码然后开唱，客户消费完就走人了，对这家 KTV 来说，参加团购并来消费的是多么好的目标客户啊，然而，在这整个过程中，KTV 并没想办法获取他们的资料，例如手机号码，新的优惠活动也没有办法通知到他们，他们的生意在团购结束后就冷清了很多。

后来，我们帮他们改进了流程，对任何来这里消费的客户，都要先进行一个得到客户资料的动作，以一种让利与优惠获得他们的资料，比如充值 100 元的会员卡，本次团购免费赠送，团购的金额免费返还到会员卡中，也就是说假如你团购花了 50 元，现在充值 100 元的会员卡，本次团购的 50 将赠送到你的会员卡中，本次免费唱 K 外，还多送了 50 元。

你可能会说，那不是亏大了吗？KTV 的房费能赚什么钱？很多客户都是需要喝酒的。而且他们有了会员卡，下次消费就一定要来这里。

更有趣的是，KTV 抓住了顾客的资料，他们使用“聚客易”顾客价值倍增系统每月自动发送 2 次的促销短信给这些老顾客，“尊敬的会员，由于你是高级 VIP 会员，在本月 30 日前，仅需 XX 元凭短信或会员卡可获最高价值 xx 元的 5 小时欢唱套餐，情侣房/小房/中房/大房可用，不限时段，随来随唱。”

此后，这家 KTV 从此告别了冷清的场面。

速点营销点评

这个案例很有趣，首先重点是要得到客户的资料，如姓名、手机号码，当然，你得想办法愿意告诉你，所以你要先让利，你让利后顾客觉得超值，就当然愿意告诉你了。

你以前参加团购的优惠，完全可以直接发送给这批顾客，这些顾客也愿意，在此期间他们想去就去，而且想去唱 K 时第一时想到就是这家 KTV。他们用“聚客易”发短信才几分钱一条，同时，也不需要再给团购返利了。在这以后你要做的就是不断的提醒他来消费和追加销售。

对你而言，获得客户资料的团购是赚了，没有获得资料的团购，肯定是赔了，因为你还需要不断的参加团购，不断的让利与团购网站。

速点营销机构提醒你，以后不管什么类型的合作，团购、联合促销等，我们需要借助别人的鱼塘来获得自己的客户名单，因为这些名单基本上就是我们的目标客户群体，只有当这些名单不断增多，而对这些顾客而言，你只需源源不断的为他们提供优质的服务与优惠，同时，不断提醒他们进行后续消费。



同时我有一个好消息：只要推荐 2 个朋友关注微信号：**sutien**，就可以免费获得《老板必知的 30 个赚钱秘籍》你只需把你推荐的 2 个朋友的微信号发给我，确认以后，我马上把下载地址发给你！