

亚伯拉罕的 93 种推荐方案



杰·亚伯拉罕简介

杰·亚伯拉罕被誉为「世界上最伟大的商人」并拥有「营销鬼才」、「独一无二的零售专家」等盛名，在 25 年的营销生涯中，曾协助超过 400 多种产业、上万家企业，如 IBM、微软、花旗银行、AT&T 等解决企业成长所遇到的瓶颈，不仅为客户创造了额外几十亿美元的财富，也成为世界上收费最高的营销顾问，一天 8 小时的顾问费用为 4 万～7.5 万美元。名列《福布斯》(Forbes) 杂志的美国经理主管人员教练排行榜名列第一的杰亚伯拉罕，最擅长的事就是找出或开发企业隐藏、可利用的资产和资源，并创造新的价值和商机，为企业赢得最大的利润。

杰·亚伯拉罕累积过去的专业和实战经验，不仅举办一系列叫好叫座的企业训练课程和研讨会，还出版各式各样的营销报告和影音教材，让想要「赚大钱」的个人与企业，可运用技巧如愿以偿。

有销售鬼才之称，名列《福布斯》杂志美国经理主管人员教练排行榜第一名的杰·亚伯拉罕认为，成功没什么大道理，只要你善用手边的每一个机会、每一个客户、每一块钱。

你想要成功吗？想要获得比现在更多吗？其实这一点都不难。

市场营销大师杰·亚伯拉罕 Jay Abraham 提出，其实你身边就有许多资源与机会，可以让你的收入、权力、影响力与日俱增，问题是：你视若无睹。

杰·亚伯拉罕指出，好比公元前 2000 年就有冰淇淋，但直到 3900 年后，才有人做出蛋卷冰淇淋；1775 年抽水马桶问世，卫生纸却到 1857 年才被发明一样，其实，只要用心发掘周遭隐而未现的机会，抢先一步将其商业化，就可获致惊人利润。

世界营销大师 Jay Abraham 杰·亚伯拉罕

亚伯拉罕的 93 种推荐方案

“如果一个老师确实睿智，他并不命令你进入他的智慧的屋宇，而是引导你步向自己心智的门槛。”

-----Kahlil Gibran

亚伯拉罕的 93 种推荐方案

1、影像服务

我会与一些竞争对手相互推荐客户。在德克萨斯，有一家公司制作与我们基本相同的节目。有一段时间，我们正在制作一期节目，这种节目在我们所在的区域增长迅猛，制片人告诉我们：“你知道德克萨斯的一些公司吗？你们的全部工作人员都要飞往德克萨斯进行拍摄，但是我根本无法承担这笔费用。”因此，我们找到了德克萨斯的那家公司，他们付给我们占标价 1% 的佣金。

在佛罗里达州的奥兰多，还有另一家制作公司。我们询问了他们制作的节目，发现两家公司制作了很多相同的网络节目。我们相隔很远（1500 英里），他们的客户未必会雇佣我们，我们的客户也是如此。因此，我们可以打电话给他们的客户说：“是 XYZ 制作公司提供了您的姓名。”我们主要是向这些客户介绍公司的情况。

我正在开始一项新的工作。那就是向一些与我建立了关系的人, 提供我所有的客户群资料、历史纪录、费率结构, 以及我所完成的一切工作。如果你需要这些资料, 你必须将你的客户群资料回馈给我, 我保证将来不会争夺你的客户。

2、宾馆

我们有一个非常简单的推荐方案。只要您为宾馆带来九位客人, 就可以享受宾馆提供的总统套房, 价值最高为 200 美元, 并附送晚餐。

知情人将这条消息告诉了一家杂志社的编辑, 并将它写成了一篇文章, 在全世界发行, 自此产生了一系列的连锁反应。其它两三家国家性杂志又刊登了这条消息, 为我们进行了宣传, 不论这个推荐方案浪费了多少个房间, 产品和费用, 我们都已非常轻松的获得了 50 美元的广告效应。

3、地产公司

我曾经负责出售位于南卡莱罗纳州 Hiiton Head 岛上的 Rexford 庄园和 indigo Run 庄园。这两座庄园将在同一时间出售。当时, 庄园的需求量很大, 大部分的庄园业务都被那些著名的经纪人所垄断。

第一个客户选择了 Rexford Plantation 中的一大块土地, 然后给我开了一张支票。我拒绝接受这张支票, 除非他能够填写一张表格, 至少向我推荐五个人: 还要签署一份转让书, 允许我当天晚上联系这些人, 告诉他们: 他已经在 Rexford 庄园购买了地产。依靠这种方法, 我在 120 天的时间里卖出了 Rexford 和 Indigo Run 庄园中的 113 块土地。其中, 有 74 块土地是经人推荐通过电话找到买家的。

4. 精确加热与制冷

我的公司开始提供管道清洁服务。我联系到我的竞争对手, 它们也是出售加热和空调设备的商家, 但是它们没有管道清洁设备。然后, 我与它们签订了一份协议书, 这样做并不是为了攫取对手的客户群, 只是希望为这些客户提供管道清洁服务。此后, 只要有商家将我的服务出售给客户, 无论管道清洁服务的总收入是多少, 它都可以从中获得一定的收益。我的竞争对手向它们的很多客户介绍了管道清洁服务。从九月份到现在, 这部份业务已经占到公司总业务的 30%。

5、视频服务

当初我很不情愿的参加了美国演讲家协会, 现在它已经成为我开展业务的主要场所。目前, 我的业务是完全通过推荐来完成的。由于进入协会后, 我表现活跃, 有所贡献。在现在的 3500 名会员中, 有 500 人是我的积极客户。如果你计算一下就会发现这是个令人振奋的结果。

6、无需预约的医疗中心

至于学校, 我们会对学生进行探访。例如, 在职业体验日为他们设置急诊室。那么, 学校就会将所有需要体检的学生送往我们的医疗中心。

由此, 我又想到学生每年夏天都会参加夏令营活动, 那个时候他们同样需要体检。于是我们就与夏令营联系。专门为学生设立体检服务, 他们只需走过去, 然后马上就可以接受体检。

我还与消防, 救援和警察部门取得了联系。我们可以为这些部门开设教育课程。当他们遭遇事故的时候, 便知道如何处理。记得在一次事故中, 有一个人严重受伤, 需要送往急诊室。身边的人居然让这样一个被严重刺伤的人, 在地上行走。他们还说: “让我们走过去”。

我们设立了工人补偿金。我们将医疗卡赠送给所有的员工。在他们接受医疗服务时, 可以享受一定的折扣。于是, 他们就会经常来我们的医疗中心就诊, 向我们出示这些医疗卡。

7、顾问

我 100% 的依靠推荐开展业务。我开设了多门研究课程, 学员是其他的顾问。我请来那些非常了解我们业务的记者, 让他们采访一些最坚定客户 (征得客户同意后)。采访录音带让我和我的员工能够从客户的角度深刻认识我们的工作。然后, 我们将录音带送给那些潜在客户。听完这些录音带后, 这些潜在的客户会判断, 这些录音带的内容是否正确。这种做法使我们能被完全的理解, 并且能将客户置于另一种位置上。因为客户在听完录音带后会问我们: “你是不是希望我成为你的客户? 这意味着我们双方都非常的赞同录音带的内容。不仅仅是我, 而是我们双方面的赞同。”

8、保险和福利咨询公司

我们服务的市场非常小，客户是 55 岁到 80 岁之间，净值在 300 万美元以上的老人。所以你不能只是问：“你认识谁？”因为这些业务仅仅局限在很小的市场中。因此，当有人向我们推荐符合上述特征的客户时，我们要尽量简化推荐过程。这一点正是我们要努力去实现的。

首先，被推荐人必须是符合上述特征的人。其次，比如我们拥有一份北卡罗莱纳州的土地所有者名单，上面每个人的土地面积都超过 1000 英亩。现在，我们将要面对的是从事房地产业务的客户，其业务是按照县来划分的，我们可以在名单中找到他们的名字，然后与他们联系。他们会说：“好的，我知道。你可以使用我的名字。”我们可以先找到一份车辆管理局（DMV）的名单，在开始询问

之前对名单进行仔细的分类。

我们将要做的另一件事情，如果我瞄准了一个特定的地区，首先我会找到这个镇子中最有名的注册会计师和律师，告诉他们：“我不会向您询问客户线索。我只是想知道，这个地区中哪些人最富有。”于是，我又能向客户群中添加一份名单，并向会计师和律师推荐自己。因为我已经仔细分类了富人的名单，所以会计师和律师需要做的仅仅是核对这些名字。

9、计算机软件零售公司

我们通过推荐和邮件直接联系获得的客户比率都是 35%。我们的客户总数为 7500 个。每隔一个月，我们就会向所有的潜在客户直接发送邮件。在其间的一个月中，我们会向我们的客户发送一封个性化邮件。同时，我们还会向那些处于观望状态，徘徊于展示会和各种建议间的关键潜在客户，以及行业顾问发送个性化邮件。无论邮件是教育性质的，还是奖励性质的，我们希望通过它们开展增值业务。

最成功的一次是发送 Howard Sewell 的著作《Consumers for Life》。Howard 是来自达拉斯的凯迪拉克经销商。经过磋商，我们以 3.50 美元的价格购买了 500 册书籍。我们将这些书邮寄给直销名单上的客户，结果客户返回的被推荐人名单，使我们最后获得了 20 万美元的业务。

这就是我们获得被推荐人的方法，我想我们实际上是在贿赂客户。我们在教育他们。我们尝试将自己定位成增值的源头。我想还有一部分原因是，我们使所有的生意伙伴了解到要去找被推荐人。我的意思是，许多人没有去寻找，我感到非常的吃惊。我请客户推荐其他人，因为他

们都知道应该找谁。因此,我们通过系统的方法联系关键的顾问或客户。我们会每隔一个月就与之联系。使用这种方法时,每个客户的平均预算是 5.00 美元。

因此,每人每年的消费是 30 美元,总共 500 人,公司的总收入是 1 万 5 千美元。这是我们历来使用同等的推广费所带来的最高的回报。

10、摄影师

对于高中三年级学生,我们制定了一套三个步骤的方案。在每年八周的时间内,我大约会拍摄 300 个高中三年级学生。当学生们刚开始打电话预定时,我们会将整个的拍摄过程告诉他们,而且建议将他们的朋友一起带来。

大约一半的人会带上他们的朋友。于是,一次拍摄过程中,会有 7 到 8 名学生,这让工作室非常的混乱。拍摄完成后,每隔学生都会免费获得一张 11×14 的集体照。虽然每幅 11×14 的照片通常价值 94 美元,但是我们的单独销售业务不会因此而受到损失。我们树立了良好的信誉,吸引了大量的学生。当照片冲洗出来后,我们会向这个家庭的朋友附送一张礼券,或附送一张全家福礼券。当照片寄回到客人手中后,我会向他们发送一封感谢信。有很多客人收到这封感谢信后,会致电表达他们的谢意。这一定会使您非常的惊讶。

11、未知

我们的业务涉及很多的机构投资者。很难有机会接触到这些客户。你如何才能与一位首席执行官取得联系呢?你如何才能与高层人物取得联系呢?电话营销公司很难通过邮件或任何其它方式与他们取得联系。因此,可以去联系退休的经理级人物,任何与决策有联系的人,通过他们与高层管理人员取得联系,然后与之签订合同。我们会向中间人支付总交易 10% 的佣金,因为目前我们 90% 的业务涉及非管制产品。我们可以这样去做。对于受管制的产品,我们便无法这样去推销。我们的做法让客户非常的振奋。现在有很多的被推荐人向我们推荐了他们的朋友。我们的业务中只有 20% 来源于推荐,但是比例正在迅速的增长。每年,一位客户平均为我们带来 25 万美元的收益。因此,目前 20% 的业务意味着每年 2 千万的收益。

12、产品开发与推广

不久以前,我们发现供货商是一个很好的客户源。供货商希望进行推荐,因为这样会提高他们的受欢迎程度,它们也会因此而销售更多的产品。

13、执行信息系统咨询公司

我们为管理人员创建图形系统。波士顿炸鸡公司有一幅美国地图,上面标出了该公司所有店面的位置,点击上面的一个位置后,该位置相关的统计数据就会显示出来。这就是图形系统。目前,在我们的行业中,大部分的推广费用被用于向大众和管理人员推广这项技术,减少他们对这种技术的恐惧心里。

作为一个刚刚成立的小公司来说,我们确实无法承担教育潜在购买者的费用。因此,在某种意义上我们需要让我们的行业来鼓励购买者,从而为我们带来利益。我们需要一些线索,告诉我们一些希望向管理自动化方面发展的公司。其中的一条线索就是公司内部购买的软件。软件公司不愿意投资大量的资金,建立实地销售队伍,进行实地演示。因此,我们与软件供货商合作,就我们的图形产品进行为期一天的演示推广。结果,我们在所有有意购买相关软件的公司那里找到了突破口。

在我们的行业中,从寻找联系人直到与客户完成交易,在每个客户身上耗费的成本是 3000 到 5000 美元现金,我们每周平均收到 10 条有意购买我们产品的客户的线索。目前我们面临的最大问题是开展推广活动招募新人。本公司的销售团队会与客户公司内部的销售团队通过电子邮件进行交流,从而将获得客户的成本从原来的 3000 到 5000 美元降低到大约 30 美分。

14、议价交易 (Bargaining Business)

我曾经使用过一种推荐方式(Jay 也使用过类似的方法),非常的成功。Jay 认为它是一种销售方式。那就是对同一种服务提供两种价格。例如,你开设了一门研究课程,这种方法适用于任何可以分享的业务。如果你将该研究课程的价格定为 195 美元。三到四个客户一起参加时,价格将降低为 175 美元。五个或更多客户一起参加,价格将降低为 150 美元。使用这种方法后,那些获得宣传手册的用户就会为你进行推广。实际上,这是一种非常前沿的推荐方式。

15、磁带

我们拥有一种看似有效的推荐方案,但我并没有非常科学的执行。无论何时,只要有人致电询问我的业务,我就会向这个介绍人发送一张九折的礼券。我会将所有的印制好礼券派发出去。上面写着:“感谢您告知您的朋友和同事”但是,在我来到这里之前,我听了您的磁带,我决定更加科学的运用这一推荐方案。我试图计算出获得一个顾客需要耗费的成本。结果,我们发现:

获得一个新客户大约需要 50 美元，一般消费者每次大约消费 300 美元。我不了解一年的总量，但是我注意到了 50 美元这个数字，我想我们应该停止发送礼券，礼券的价值在 50 到 100 美元之间，如果消费者一次消费了 1000 美元，那么礼券的价值就是 100

美元。当介绍人向我们推荐客户时，我们可以向他邮寄 50 美元的钞票，因为我们至少得花费 50 美元才能引入一位新客户。因此，我们找到了相对科学的方法，用以奖励人们所做的推荐工作，而且我们通过邮件发送现金，这让人们更加的振奋。

16. 工业和家庭租赁设备

我们出租 大型设备，如铲装机，挖沟机，挖掘机（Back Hoe）。在我耗尽了所有得资本预算之后，我的一个竞争对手决定退出这一行业。他从父亲处继承了这一业务。而他却钟情于军人和警察培训行业。他希望成立一家新的公司，追求新的目标。因此我们购买了他的设备。

我问他，是否可以将他的客户名单交给我们，作为交换，我们可以为他和他的家人提供 一次迪斯尼乐园的度假旅行。我交给他一张美国运通卡，并且告诉他可以支配 5500 美元的资金。于是他将客户名单转让给我们。此后，我提议：“如果你帮助我们获得名单上的客户，我将整理出新的业务计划。首先，写一封介绍信，我们会将它寄到所有客户的手中。其次，我们会寄去我们自己的邮件。最后，我们需要你的联系人和支持。因为我会帮你的其它业务筹集资金，因此您的总经理根本无事可做：而我却缺少经理的帮助，这隔夏天在你的新业务启动之前，他能否为我工作。我会付给他原来薪金的 60% 作为报酬。”现在，他是我的经理，帮助我们进行采购，还负责一些销售工作，效果很不错。

17、汽车经销商

豪华轿车产业是一个非常打的产业。我们会收到大约 60% 的新购车推荐信，以及大约 30% 的二手购车推荐信。我们仅需要告诉您的是，在全国我们有 180 家凌志经销商，排名约占第 20 位。首先，当我们将汽车交付给客户时，我们会询问是否我们可以通知临近的经销商。我们保存着一份具有双方信息的客户目录，我们会把它（我们把它叫做“表扬信”）寄给临近的经销商，然后说“如果你注意到你这儿来了一个新的购车人，那么这正是与他有关的信息。如果您对此感兴趣，我们非常乐意将有关信息出示给您。”

所有我们的销售人员都能采用计算机进行工作并存有约 100 封不同的推荐

可供您选用。正常业务情况下, 每天我们会收到大约 300 到 400 封推荐信。

其次, 对于购车人而言, 我们会向其办公室寄送一只白色的大杯以示感谢。杯子四周印有“感谢信”当 字样, 另一面则为我司名称。这时, 人们总是会问, “这个杯子是怎么回事?” 通过这种方式, 唯美就会收到推荐信。

第三, 大约三周以后, 我们会打电话给消费者办公室, 询问推荐信事宜, 届时, 杯子的谜团就会解开, 他们会很乐意推荐其它的人。

从其它汽车经销商那里, 我们接触到许多被推荐的人, 并和他们进行了交流。我们会表示, “如果别人询问有关凌志事宜, 请告诉我们。我们将会介绍您的产品, 同时也不会说您的坏话。我们仅仅做一番解释。” 其它给我们举荐过的经销商及其产品的名称。每个人都非常礼貌, 每件事都极为得体, 因此, 受访者和我们都感到非常愉快。

在和他们沟通时, 我们一会也会做出同样的交换。我们会把有关其它人的信息发给他, 这种做法非常有效。我们这里有许多用户。我们会找出许多下面提及的这类人; 向我们进行过举荐, 但该举荐人获得很好的服务。我的意思是, 我们建立了一个项目, 在该项目中, 我们负责支付推荐费, 金钱和所有的事项, 但大多数人却只是希望他们所推荐的人得到很好的服务。他们为自己能够给将要服务送往人提供建议而感到自豪。

像公共艺术展一样, 我们已经做好了所有准备。我们将在艺术走廊中进行展示, 挂出三张或四张照片, 然后邀请公众进来参观(与汽车毫无关联)。届时我们不会举办允许任何销售活动。这类活动的意义是告诉人们, 是谁在邀请他们来此参观, 以及与我们和一些从未与我们会面打一些人会面。我们会接触到一些通常我们无法见到的人。他们来此将能欣赏艺术。但是此后他们就会开始问, “这是一次多么美妙的体验啊。我还是和他们谈谈把。”

我们安排了高尔夫球比赛。旅客可以留宿在此。住宿处可容纳许多客人, 我们会做出诸如此类的安排。

接下来将是关键。接下来, 被推荐的人将会产生。唯美这有些客户名单, 在他们买车之前, 我们已经对其跟踪了三年之久。你知道, 我就有一个我个人服务

并等待了很久的客户, 他来这已经至少十到十五次了。我的意思是, 我们现在是真正的好朋友。

18、多栋公寓

我们的业内人士通常会请求业主举荐其它潜在业主入驻本小区, 这种推荐费通常为大约 100 到 200 美元。我们的游戏规则不同, 我们会给每人一小张卡片并承诺, 第一次, 我们会向您支付 100 美元, 后续的举荐可能支付达 900 美元。如果您能举荐九个人, 那么每次你举荐九个人后, 您将收到 900 美元, 作为您每月租金的租赁信贷豁免费用。这种方式非常有效。我们还将这种活动进行了拓展, 我们将会为您提供终生推荐费。因此, 如果您住在自己拥有产权的地方, 然后您搬出去了——假定我们并未收回租屋, 只要您还健在, 此后我们会向您支付 150 美元的推荐费。这种方式对我们而言也非常不错。

19、咨 询

当客户是一家大公司时, 客户自身就是一个大市场。今年早些时候, 我们有意识地开始向客户公司内的被推荐人询问。当人们来到我们这儿时九抱怨说。“你们知道我们所从事达 工作, 而我们真正的已经帮过你们了。你能否给我们介绍一名你们公司里的其它人来继续开展工作呢?”

这种情况经常发生。我们发现, 可能这种公司有一百万美元的咨询预算, 我们从中得到的是 20 万美元, 但也有这些部门的预算超出其范围内的情况。如果您还通过推荐的方式, 比如收入就能接近部门预算, 这是一种完全不一样的从客户那里获得收入来源的方式, 比您和全部公司的主要合同获得的收入还要多, 因此, 如果您在 一家向上述这样的大公司里上班, 那么这种推荐方式寄非常现实, 简直就是非常便利的一件事。

20、音频录音设备出版商

在所有我们的业务回复信件的背面, 是我们给被推荐人流出的区域。这块区域用于达到获得如下信息, 诸如“如有您认为能够从我公司提供的此类计划中受益的任何人, 请告知其姓名和地址, 我们将为其寄送免费目录。”每年。唯我们

收到成千上万封推荐信, 他们中的部分人员会成为我们的客户。而他们都会是非常好的客户。

21. 人寿保险业

我曾与我的客户一道庆祝其生日,我还带客户去吃早餐或午餐。在那种场合下,我会和他们呆在一起,向他们询问他们如何开始其业务。这中间有什么差异吗?其中有那些方面与您的业务不同呢?是什么原因造成了这种很大的差异呢?

我会说,“告诉我一两件我能做并能真正的改进我的业务的事情。如果您站在我的位置上,您将做何反应?您认识2个、5个、10个到100个人吗?然后,他们就开始列名单。告诉我关于他们的事,告诉我关于他们的事。”接下来发生的就是,您将以推荐方式而告终。当然,您只能那样做。

22. 验光老师 (Optometrist)

我寄出去了一些非常简单的、空白的表示感谢的便条给那些将我推荐给其它病人的患者,便条为手写。如果您在您的名字前加上“xxx 博士”,实际上会让人不太习惯并且无法接受,人们对大夫的所作所为可能会更少去表示感谢。因此,请使用较为合适的称呼。

23. 各种健康医疗产品

如今,我被加利福尼亚州授予为护士(认证助理护士)进行人事继续教育培训工作。有许多助理护士打电话给我,因为在总部的人们,纷纷向她们推荐了我。

我还有一个网球教练,他现在也把我推荐给其它人。我们已经签订了一份协议,以便他能从中提成。

24. 抵押银行 (Mortgage Banker)

通过向遗嘱执行人,管理人何保管人或基金放贷,我帮助律师在不到通常时间一半的时间内,完成了遗嘱。我的业务有超过90%是由推荐人来介绍的,我把律师当作我的客户,并告诉他或他如何去做。

我做得很出色的一点就是,我上进心很强,做事很漂亮。这是因为,我希望您能够留下非常深刻的印象,以便当您会回到律师那儿,并告诉他或她我的工作很出色。由于我不仅希望做您的生产,同时我也希望律师为我推荐给第二笔,第三笔乃至第十笔订单。如今,我已经从事这一行业大约4年半。我还做了许多其它工作以便找到其它被推荐人。尽管我并不是律师,但我隶属于12家律师协会,遗嘱机构以及法律援助机构的成员,并且我还经常参加这些会议。

25. 房地产代理商

推荐是寻找客户使用最多的方法。我在给学员们培训时尽力告诉他们,在做第一笔委托交易中,被推荐人对我多重要。我会让他们知道什么时候他们的房子已经列入名单,接下来所发生的事情对他们的房子来说又意味着什么。当他们上班后就会告诉其同事他们正在卖房,而当他们回家后其邻居就会问他们想搬到哪,他们的朋友也会问同样的这些问题。最后,他们会告诉别人他们想买或卖的房屋。

因此,在第一次与被推荐人会面时,我们就完成了一些准备工作,然后我们会采取所有措施继续推进这一流程,而不仅仅是销售的完结。从我们带客户名单中,通常至少会有一名被推荐人,因为如今他们明白这种事很重要。推荐之后,我们送给他们一些有用的东西表示感谢。我们会给他们提供一张 500 分钟的电话卡,可以达到北美任何地方,只有在推荐以后我们才会告知他们,然后向其寄送礼品。对于每个推荐,我们制定了各种计划,以使其获得礼物。

6. 中草药产品(Holistic Herbal Medical Products)

我的公司主要通过邮购。通过邮购,我出售天然药品。在全球我有许多学生。我在一家私有企业工作,当您成为我这儿的会员以后,您就会得到一些数字编号。我想,在推荐方面我的方法叫做“thank you bucks”。所有我的学生必须要做的就是带上我的产品手册,然后把他们送到他们当地的保健食品商店,同时包括其会员编号,然后,在任何时间当用户来邮购时,我会自动给这些会员寄送“thank you bucks”。

27. 舞会及跳舞培训录像(Dance Studios and Instructional Dance Videos)

去年我们制订了一套推荐计划。对于给我们介绍客户的人,我们免收其跳舞培训课程费用。

28. 为订婚夫妇邮寄包裹

我设法获取订婚夫妇的名字。通过每月支付一定数额的费用,我们就能将公司的样本或咨询放在寄给已订婚夫妇的包裹。我不仅需要被推荐人的信息,而且也需要人们感兴趣的业务的名称。我做了一个盒子,大小为 8-1 / 2×11,我列出所有可能用到的业务。

当我在填写协议内容,即使他们并未参与,我也会问一下,“您能帮我一个忙吗?”因为对于您将要与其开展计划的当事人来说,这一点非常重要。要知道谁将不参与和谁将参与这项计划

同样重要。我只有一个盒子，因为如果他们必须思考然后再写下姓名的话，我很可能只能得到三个或四个姓名。

我有一个像花店或珠宝商一样的目录册。由于业务不同，因此他们只会核对一下盒子是否无误。然后，再我的目录册末页我会留出许多空白，以用于客户再剩下的充裕时间内填写内容。再到一个地区之前，我会进行这样的工作，我从电话黄页中查询婚姻登记处的电话，然后采用各种方法得到新婚夫妇的姓名。有时，我也会请求他们“麻烦您取消掉那些您已经听过的业务好吗？”

29. 互联网出版商 (Internet Publisher)

1994 年 7 月，我开始了我的互联网业务，1995 年 7 月我开始再 80 个国家拥有超过 10 万名客户。

我撰写报纸专栏，那时似乎没有什么报纸。这是非常有意思的事情，我所做的只是复述所发生的一些“人类感兴趣的”故事。我从报纸中提取故事、复述，然后对其进行极端的评论。我鼓励人们通过电子邮件将这些内容转发给他们想转发的任何人。每封我寄出的电子邮件都包含一条营销信息，“如果您希望每周得到这些消息，请进行以下操作。”

最近，一位来自《纽约时报》的记者对我和我的工作人进行了一次彻底报道。《纽约时报》有一块 26 英寸的专门报道此事。简直太棒了。

但是问题是，我如何得到回报？因为我并没有采用传统的方法，我的最初几个客户并不再美国。从第一天起，我就采用国际化的方式来拓展，因此，我的第一个客户在加拿大，我的第二个客户在瑞典，他们都列入我的邮件列表并被转发。他们每年向我支付 3000 美元。所以我需要做的是把他们的名字和电子邮件放在我的邮件列表中。

30. 为食物过敏者 (People with Allergies) 烹调食物

基本上，我所做的就是为哪些不能吃肉，小麦，以及少许糖的人烹调食物。他们对某些食物过敏。我所做的就是，为他们烹调所有的食物，从早点，小吃，一直到正餐、卷，以及餐后甜点等。我已经在进行上述工作，并烹调出这些美味，我将其放在商店里，市场上或进行邮购销售。从这些客户中我开始起步，通过推荐的方式，我赢得了更多的客户。人们打电话给我时会说：“我听说您这里有这东西，我想卖点。”

31. 保险和投资

在加利福尼亚,我们遇到一次真正的保险危机,那就是发生于 1994 年 1 月份在 Northridge 的地震所引发的大火。1994 年 7 月,在该州有一笔房屋保险延期偿付。我也是一名许可保险经济人,我们开拓了部分房屋保险市场。结果是,整个加州的一些县城的属名公司打电话给我们。

我销售一些特别的投资产品。我们接受投资,将它以图表形式显示,然后将这些交给一些现有客户。通过这种方式,客户就能以图形化的特殊方式看到他们的投资状况,这种特殊的投资产品在过去 15 年中已经递增了 950%。由于他们能够看到这些投资投向了何处,这与从前有显著的不同,仅仅在两个月之前,我们才开始这项业务。我们的销售业绩 10 倍于他人。

32. 商业不动产(Commercial Real Estate)

Society of industrial and office Realtors 大约有 1400 名房地产经纪精英,他们经验丰富,在全国誉有很高声誉。如今,他们在全球知名,而对于被推荐人的挑选而言,却较为严格。我从全国寻找被推荐人。我也分给他们一些人,我们之间也有推荐费协议安排。

33. 指导计划

我认识一个人,他控制这部分被推荐人资源。他实际上致力于其客户群,并且仅服务于这些 20 个核心客户。他花费所有的时间用于和这 29 个人在一起,他为他们全力服务,对他们而言他颇为重要,以至于他们自动给他推荐别人。看看所有您的文件,挑出 20 个人来,把您最好的服务提供给他们吧。然后聘请一个人去代管其它人,别人将会给你提供最少限度的业务。我认为我做的一些有意义的事情在于:我在核心客户方面花了大量时间。我会坐下来对他们说,“让我们仔细并逐个检查以下,你给我介绍的人是那一个。”然后,我会把他们的那个人放在被推荐人列表。然后我会回到推荐此人的那个人那里,以便使他们知道所发生的这一过程。如果我从被推荐人那里售出产品或赢得新的客户,我会寄给他们一份漂亮的礼物。

34. 招聘咨询顾问

我的工作是替人找工作,所以需要人才和客户(公司)。如果我暂时不能替一些好的。可信任的人才找到工作,我会把他们介绍给其它的招聘者。通常我能替百分之一或更少的应征者找到工作。因此,最终发生的事情会是,我是在启动一个相反的流程,在这已流程中,我在放弃一些应征者。然后,我有太多的应征者时,我就打电话给同一个人,并说,“这还有更多的人”。

在客户一边,当合同接下来时,我会问他们,“您希望看到我为谁工作?”即暗示,“您不希望看到我为谁工作?”,答案当然是指其竞争对手。由于客户不想让我为他们的直接竞争对手工作,因此,我会被现有的客户推荐水平较高的新客户。

35. 天线公司

借助“推荐”这扇通向成功的大门。我们取得了四千万美元左右的业务。最初，我们希望像国内最大的二十家移动电话公司推销我们的产品，而后者每一家都有大约 100 个分支机构。但是我们的尝试却纷纷被拒之门外，因此，我们决定探究其市场并做相应拜访，我们会总结并列出十个主要问题。

由于发现个运营商的分支机构有着相同的需求，因此我们回到公司后制定出相应的解决方案，最终，所有客户都认为我们为其提供了量身定做的产品，当我们再拜访顾客并询问产品是否符合其要求时，他们会给予极大的肯定，并非常满意我们的工作。随后，当我们表示希望其为我们引见，以进入其它市场领域时，他们会列出一个名单，并且在我们真正登门造访之前，事先把我们介绍给被引见者，这一切都是因为顾客深信我们按需要定制了产品，满足了其确切需要。

36. 培训公司

人们常常对我谈起推荐的重要性。据统计，一次推荐抵得上 15 次电话交流的效果。同时，我发现推荐的价值虽得到广泛的认可，但是人们在争取推荐机会或借助推荐进行时，会理性或非理性的担心拒绝。

首先，你与顾客之间是一种价值互惠关系。这使你能够面对顾客并希望有所收获。因此，当拜访顾客时，你可以询问是否为其创造了价值，如果得到顾客确认，那么完全可以进一步表达：“能否在您所知的范围内，为我们推荐 5 位向您一样，令人尊敬的顾客呢？”

随后在与被推荐人的电话沟通中，你可以提到：“据某某介绍，您在某某方面能力超群。而我现在正在登山，不知可不可以一睹您的庐山真面目呢？”而被推荐者听后一般会发现会心的笑容。

此外，你的自我介绍最好安排在交谈结束时。因为如果在谈话开始时就介绍自己。那么被推荐者将有所戒备，甚至产生被出卖的感觉，通过超出推荐者期望，发现其真正需求，并按部就班的进行电话沟通，你一定能够赢得被推荐人好感，从而增加自身收益。

37. 装饰承包商

当某顾客要我们刮去房间里的所有涂料时，我首先说道：“这不能估价而最好按实际时间付费。”随后，我报了一个非常低的价格并说时间可能会四到五天。在第九天我同该顾客沟通并提到没有从该笔业务赚钱时，她表示不能相信。但当听说我们之间达成的费用只比我付给工人的费用每小时多 2 美元时，她说今后会尽力帮我推荐更多的顾客。

38. 健康俱乐部

我们 50% 的业务来自推荐，当有新会员加入并与之交谈时，我首先会对俱乐部、服务和成效进行介绍。并且我还会提到：“我对你们有两个期望。第一，希望你们坚持来俱乐部锻炼，从中受益；第二，希望你们向各自朋友介绍推荐，使我们能够服务与更多的人。”

得到肯定答复后，我通常会说：“你们能给我写一封推荐信吗？可不可以抽出 5 分钟的时间，以确保得到令人满意的结果。”实际上，我们的会员推荐率达到 50%。

39. 抵押业务

推荐系统是唯美目前业务的核心所在，并使我们在国内保持领先。

当我与人们传播和分享相关信息时,我向他们提出:“如果超额表现得到事实印证,那么希望能得到他们的大力推荐。所以,为顾客提供名志实归的服务对我至为重要。但九年之后,我注意到公司虽然在业务商有所建树,其价值却并未在城市中得到一部分人认可。如果在发展业务的同时理顺关系,我们可能会在三到四个月内失去这部分顾客。

因此,我通知这部分顾客手中由于质量原因,将停止互相间的合作关系,并且在今后贷款中,将有一系列的付款要求,而我与担保人的关系以及公司职员对诸多付款要求的掌握,将对具体实施工作起到非常重要的作用。如果不放弃这部分交易,那么我们的品质和信誉可能毁于一旦。

所以,我将向他们解释:作为城市的一员,我们乐于帮助他们完成交易,让其溶入这个大家庭并使认识到我们的价值所在。而自此以后,公司取得了令人瞩目的发展。

40. 健身俱乐部

客户就是我们的朋友。对于他们,我们心存感激。我们服务于所有会员,并把资深会员的要求视为对我们奖赏。我们诚挚邀请他们的朋友来到俱乐部,从中获益。这一切对我们来说是至关重要的,因为我们的业务 100%通过推荐获取。

41. 股票经纪人

即使你为客户带来受益,他们也会犹豫将你推荐给他们的朋友。其原因在于担心你的工作不能达到其朋友的要求,或者可能因此损失受益。

在一年中一次或二次的拜访客户机会中,我会对他们说:“我几乎把全部时间用于管理您的资金,关注您的投资以及随时满足您的需求。实际上,我没有时间与精力去开发新的顾客。希望您能向我引荐合适的人选,以便我能更加关注我们的事业,最终为你带来更大的收益。”随后,我会问:“你认为谁可以加入到你所在的或是更高的团队并从中受益?”最后,人们通常会提供给我一个名单。

其效果相当显著,并且成功率也很高。在客户读出 Rolodex 名单时,多数情况下你的成功机会不回高于 10%;但当该客户推荐一个或两个人时,你能获更高的成功机会。在最糟糕的情况下,每个客户的年佣金可平均达到大约 3500 美元。

42. 辅助医疗行业

作为一个医生,我治疗的病人全部是通过患者或其家属推荐而来。我们会把工作信息传播到媒体界、政界和法律界。然后,通过其他医生推荐,我们加入到推荐系统。

加拿大医学会云集了有着丰富案例经验的大批优秀医师。现在我加拿大医学会主席那里获得被推荐人。最初,尽是试验性质以测试我们的能力。而如今,我们已接触到在我们城市内诸多不可能了解的病人,甚至一年内的患者名单已预约完毕。

43. 牙科医生

在别人肯定我们工作后,我们才请求其帮助推荐;否则会急功近利,甚至背道而驰。最后,在每一个工作区域和房间内,并在保持合适距离的情况下,我们可以在服务台将服务说明交给推荐人。

当病人说:“天哪,一点儿都不疼,”我们会说:“那就好,谢谢你的赞赏!”然后我们拿出名片放到病人的手中,并紧紧地握住他的手说:“如您所知,我们没有做任何对外宣传。通过人们的口耳相传,我们才能拥有像你这么和蔼的患者。如果您愿意把你的亲戚、朋友或同事推荐到这里,我们将不胜感激。”

44. 服务行业

我们的顾客包括很多破产事务中心。我们正在寻求将系统出售给更多律师。破产财产管理人的含义已在 13 章提到。从某种程度上讲, 人们基本是按 13 章中有关“破产”规定来偿还债务, 并且向负责财产管理的破产财产管理人支付钱款。因此, 破产财产管理人需要代表债务人, 与律师和债权人一起合作, 并且主要在后者之间起到沟通作用。

位于其他城市的一些破产财产管理人会为我们提供起信任的并有良好关系的律师名单。然后, 我们联系被推荐的律师人并提到“经别人推荐, 我冒昧的联

系您”。我们以亚布罕风格(篇幅长并注意修辞)写信给该律师。由于此过程中涉及三位这样的律师, 所以我写了三封信。而他们任何一位都可以为我们带来五十万到一百万美元的收入交易。

45. 家具店

我们经营一家家装公司。我们视“推荐”为业务发展的核心所在, 而非只是一项要求。人们愿意来我们店。因为我们使每一个顾客都感宾至如归。我雇佣了四个伙计, 而他们的的工作的安排的很满, 但我们翻新家具时, 却从不做广告。

46. 按摩疗法医生

我的业务大部分都基于推荐。这四年里, 我所有的病人都时经直接推荐过来的。我发现虽然同事可能透露一些他们所治疗病人的一些信息, 但却不会为我推荐任何合适的患者。

这可以称之为“同行是冤家”。

在与病人前十五次见面, 我们会有意提到或谈起一些话题, 这样可通过一系列事情获得他们的信任。而这种培养是要因人而异或随条件不同而做调整。开始阶段是建立信任; 然后对病人进行引导; 最后明确提出希望他们做相应的推荐, 因为这时他们已经完全信任你, 并了解你的工作。

我们有一种与职员一起参加的游戏, 叫 Gotcha。我们的病人可能在不知不觉中成为我们的推荐人, 例如, 他们有时会说: “今天你真忙。”因为我想别人面前显得过于繁忙, 所以大家通常会对此忽略而过。但这时我马上会说: “是的, 我有许多像你这样的病人, 而他们经常向朋友和家人推荐我。你想把我推荐给谁呢。”

他们说“哦, 我已经和我的邻居谈起您”或“我与某某谈起过您”或许他们会问一个问题“那么, 你能治疗头痛吗? ”。但无论如何, 他们一定会向某些人提起我们, 因为他们已意识我们时多么渴望得到推荐, 并且由于推荐我们的病人也更加引人注目。除了健康上的帮助, 他们还想要得到他人的认可与关注。

你仅需要做到持之以恒, 而不必特意寻找机会或“种下一粒推荐的种子”。你为自己的工作骄傲, 而病人也会体会到这份激动。那么要求他们其它人自然水到渠成。因为这份骄傲, 你也不会因请求而推荐而赶到沮丧。实际上, 患者们会对收到推荐而赶到兴奋, 如果他们没有这种感觉, 那么将不会做任何推荐。

47、管理培训研讨会

拿到相关人员名单和地址后,我会打电话询问他们如何使用资料,并说道:“依我看来,你的上级对此不会感兴趣”。他们会说:“不,他们会”。然后,他们会透露一些我想知道的推荐信息。

48、广告公司培训师

我为房地产经纪人的个人行销培训。我发现他们对我的表达“行销本质就是销售”;非常感兴趣,最后产生令人满意的效果。我看见他们并说道:“今后,我的工作舞台仍将师培训领域。结识朋友仍将是我的乐趣。你们准备给我这种乐趣的机会吗?”

由于我让他们感到与众不同,所以他们通常会说“某某可以”。通常每个人会向我推荐两到三个人

如果是一位对我的工作热情赶到满意的人,那么他会把我推荐给其他人。这是我会拿起电话并说:“我与某某交谈过。由于我的培训给他们留下了深刻的印象,所以也把我推荐给您。请允许我介绍一下我的工作。如能为您效劳,我将不胜荣幸。

49、领域:不祥

我从实际工作中发现,在很多情况下,工作效果或谈话方向是由我们的立场所定的。当实际结果不如我们所愿时,我会考虑我当时是否是从真正需要角度来阐述问题,或是从过去发生的事件的需要角度来阐述问题:如果没有做到这些,那么无论我说过什么和做过什么,成效都不明显。当我代表将来大有可为的事物讲话时,我并与他们(她们)谈论能为他们(她们)的家庭、能为他们(她们)的朋友做些什么时,那么这些事就必然会发生,并且能产生更大的成效。

50、欧洲皮肤护理行业

我们基本上事通过发广告来进行宣传的。我们的口号事“免费面部护理,名额有限!”。一开始金额为零,您提供的免费服务,这能为您带来 75 美元的收入,那么每有 10 位顾客来做免费的面部护理,此金额就会不断上升。因此,总的来说,每位来做免费的面部护理的顾客都会为我们创造了 75 美元的价值。

而顾客中有 50%的人最少会购买 100 美元的产品。如果您购买了整套的护理疗程——6 次免费护理(优惠 33%)——您将获赠 4 张推荐卡。我们会将您的名字印在卡的背面,然后将卡送给您的 4 位朋友。每当您有一位朋友来购买整套的护理疗程,您就会得到一次免费的面部护理。此活动在面向百货商店里的所有皮肤护理和化妆品销售人员。当推荐卡回到我们手中时,我们会查找记录看谁拿到过这张卡片并向其发出通知。递送推荐卡的人都会收到一份精美的信签,上面写着“感谢您的介绍”。如果有人卖出了整套的护理疗程,那么她就会得到另一张信签,上面写着:“您已经卖出一套护理程序,将得到一次免费的面部护理。”

51、供暖和空调置换行业

为进军该行业,我们进行了精心的策划和周密的部署。我们出示了推荐信并向他们(她们)详细解释要使用其供暖和空调系统干些什么。在他们阅读推荐信时,我们对他们(她们)说:“如果我们刚才所说的完全属实,那么这不就是您想要写的内容吗?”毫无疑问,他们(她们)的回答一定是肯定的。

在陈述的末尾，销售工作完成后——完成销售工作时使用了许多假设技巧——我们所要做的最后一件事就是递上一张业务卡并向他们（道谢）。“现在”，我们说：“为我们将给您一个惊喜”。有人向我们推荐了您的公司如此这般这般……，因此我们为您提供 50 美元的价格的优惠，这我们已经协商好了，您对此价格也非常满意。

此外，如果您向您的朋友介绍我们公司，您还将得到推荐奖 50 美元，而您的朋友也可以得到 50 美元的优惠

52、领域： 不详

当我收到推荐信时——来自我许多的销售代表——我会亲自给他们（她们）打电话道谢。而他们（他们）的顾客中，凡是听人推荐到我们这边的，都将得到 10% 的优惠。

53、射击场

我们为顾客提供的业务卡背面印有“不限时”字样。顾客可以提供其姓名缩写。并由于大家喜欢和亲朋好友一块来，因此建议一次提供三到四个姓名缩写。

正因如此，我和我的公司才为大家所熟知。这种日前在广播中提到的、自由的特性、使人员有兴趣探究抢的作用，这样一来，我们的会员。而那些即使没有入会的客人在离开时也不会无所表示。总而言之，此举为我们创造了更大的利润。

我有一位会员就曾约我这位自由的、反对枪械的、左翼播音员星期六一道去练射击，还想让我们为他预留位置。现在，我每个月都为这家广播电台做一次商务报道，而不收取任何费用，我也不用付广告的钱，并且每个月电台都会对外公布我和我公司的名字——免费的。

54、财务顾问

我总是向第一次来的人解释说：“我们有一个要求，就是您得介绍 5 个人来，这可以代表一部分费用。”我继续解释为什么需要介绍 5 个人中，有俩个人很可能对我说“不，谢谢。”一个可能已经与其他人或公司合作，这样就只剩下俩个人能够坐下来听我的介绍，这才是我最需要的，因为我就在这俩个人中，我又至少会得到一位，但大多数情况下是俩位顾客。

但是第二部分，正如我给大家解释的那样，就是我们公司绝大多数的人把大部分时间都用在了电话销售上。所以一旦我站在您的面前，心里就有了无形的压力。你知道的，“您应该买点什么”或“我本应该卖您昂贵的东西或是价格本该更高”，等等。我花在打电话上的时间可能不超过我全部时间的 10%。

我只花了 1% 的时间打电话进行预约。由于有了给介绍的人打电话的成功案例，所以我决大部分生意，大约 65% 或 70% 都是介绍而来的。然后人们就明白了原因，这是基本原理。这样，从营销或电话预约中节省的时间就可以来搞研究、制定计划或是做些有意义事。

55、条形码公司

我们有两种推荐计划。一个叫做快乐书信。这是一种背书形式的信，我们的销售代表每得到一封信，我们就会奖励他们（她们），付给他们（她们）\$/。

我们会告诉他们（她们）：“我想要转推荐信，还希望您能记下怎样使用我们的产品。”，他们（她们）照做了。我仅是在问问题，就已经觉得非常成功了。我们把摘录记入市场附属表格，以便将其以纸张形式发给该行业。

我们的第二个推荐计划是专为分销商设计的。

我们要生产的产品及其复杂，要结束销售活动也需要很长的时间，有是需要 6 到 18 个月。

对于大多数的分销商来说，一旦他们（她们）进了不需要的货，那么他们（她们）只需要把货退回来，我们就会支付他们（她们）第一年收入的 4%

56、整形外科医生

我们每季度都会给以前的病人写信，信中提到案例历史：某个人想做某种手术，手术如何开展，以及病人感觉如何。然后我们会将一张保证书放入信封中，他们（她们）可以把它送给朋友，这位朋友也得到一次来我们这里免费咨询化妆步骤的机会。

57、人寿保险，养老金和共有基金

我卖出的大多数保险和养老金都和投资性质一样，具有共有基金。我的生意 60% 到 70% 都是来自这种业务，因为我干这行已经有 36 年了。而且现在的主要顾客又给我介绍了好多人，因为我帮他们赚了钱。

如果你曾经指点过别人怎样自己赚钱，那么得到他们（她们）的推荐就不是难事。

所以只要进行销售，我就会请求他们（她们）的推荐，但不仅仅是介绍给某人。我要求我想要的推荐——有可能就是在大街上走着的你的对手——我通常会直接问人必须回答的问题。通常，我还会要求他做一些后续的工作——打电话或做记录。

58、AT&T 销售代表

我把全部时间和精力都投入到推荐上，为了做成生意，我使用了两种推荐系统。而无需花太多时间进行电话营销。我第一次进行外部推荐系统实践时，我是当地的商会会员。我当时在商会干活，大家都成功的帮助过商会其他会员，所以大家都不约而同的推荐我。我那时大约一个星期会得到 4 次商会其他会员的推荐。成功率达到 75%。

那时我的内部推荐系统是在我的销售组织内部运作的。我也营造了一个专家氛围。我利用某些分销商顾客，比方说一位名叫 Syntex 的分销商顾客。我有许多向 Sntex 贩售的技巧，如，实施时间不超过 20 分钟。但是因为他们（她们）都不乐意分担我的工作，而只让我出面打个电话以确保确实能够快速实施。我一般会打 7 到 8 个电话，而通常也会谈成 7 到 8 笔生意

我要做的另外一件事是与其他 AT&T 数据和硬件设备的销售代表的网络。他们（她们）会给我打电话希望得到推荐。所以，我还得在指点一下他们（她们）。

59、领域“不详”

我们想得到推荐的行业有所不同，这可能就是我们在营销中的一个最简单的方法。我们会为推荐的人提供额外的奖励。我们请求别人给予介绍，训练销售人员请求别人的介绍，在这方面，我们积极进取，干劲十足，我们有 80% 的生意都得自别人的推荐。

60、地毯清洗业

多年来,我们一直教导我们的人,只要顾客满意我们的服务,觉得他们(她们)的地毯清洗非常干净,就请求顾客把我们推荐给别的人。并递上三张明信片,请顾客填好地址、写好内容、写上名字、再把信邮走。我改变了一下这种模式。现在我的销售人员会提醒顾客,如果觉得我们的活干的好,我们就会要求推荐。由此,我们增加了 20% 的收益。这样下来如果按每个人每年 20 美元,每年 500 个人的话,我们就大赚一笔了。

61、节日推销商

当我们在节日过后打回访电话时,我们要求电话销售人员请求每个参加者的推荐。好的电话销售人员一般能够在 100 个人当中得到 75 个人的推荐,这样,我们有三成的生意就是推荐而来的。每位顾客能赚到 3000 到 30000 美元,这种收入非常重要。

62、正面思维讲座

我在周末作讲座,听过我讲座的人,只要在付 50 美元,就可以再次参加讲座,这对我来说是一个极大的优势,因为要再次参加讲座,通常都是全价。如果介绍了其他人来听讲座,那么您就可以免费听了。如果有人在我们没有请求推荐的情况下带来了新的顾客,那么我们还提供 10% 的回扣。这种模式一直以来都非常奏效。以前公司的盈利是每年 125000 美元,而正是这种方法,使得我公司的盈利在一年内翻了一番。

63、领域: 不详

我得到汽车代理经销商们的推荐,而不用付给他们(她们)任何报酬,经销商们这么做,可以给顾客提供更低的价格,还能在顾客心中留下好印象何,乐而不为呢?这种推荐活动可能并没有带来多打的利润,但我却得到了推荐,这可是无形的资产。

64、讲座

我们的推荐系统很低调,没有大肆宣扬,但利润极大,在讲座上,我们在文件夹中有讲义,并提供一年的免费网络营销讲座资料。我们会说:“您公司有没有未到场、但也想得到一年免费资料的人呢?”在讲座商,每 100 人中,大约会有 60 个会报出其他名字,至少一个人名,但通常都是 10 到 20 个。而讲座后,另外 10% 的人还会告诉我们数百,有时甚至是数千个人名,我们能吸收大约 30%—40%。

65、讲座

多年来,我们已经积累了许多方法。我们有一个法宝,叫做 14 个黄金表格,在讲座结束时亮相。在这种打企业,我们会请每个人推荐能来找我们,我们又能帮上忙的人。我们发现,一般在一对一的咨询中更能接到大生意。

有一次,就在我乘电梯的十秒钟,我又多了一位顾客。而起因却是我觉得他看起来像十一位顾客。他十一位环保方面的律师,我们就是在上周遇到的。我不但可以帮助他的顾客,他还希望我能跟他的管理合作伙伴,也就是营销总监谈一谈。所以我认为应该把所有的人都看作潜在的推荐资源。

66、顾客答谢(氦气球)

我所有的生意都与推荐息息相关。我意识到推荐是杠杆:借助它,往往会事半功倍。

当顾客从我这买了新车后,我会把气球递送到顾客上班的地方,气球上没有写标语或任何广告,买车的顾客坐在那工作时,我送的气球就在他们(她们)的头顶飘着。所有的人都以为那天

时他们（她们）的生日，就会过去问候，然后，我的顾客就会高兴的大谈起自己的新车，还会说，瞧，人家还送我气球，多好的人啊！

仅在 9 个月内，我从顾客不断的推荐中，业务又提高了 5 成。现在，我们与国内约 800 家公司合作送气球。

67、人身伤害索赔

通常我们与保险公司做生意时在索赔办公室，而通常我们的推荐也来源于那儿。如果我们与调停者做生意，我们就会要求他们（她们）把我们公司推荐给公司或该办公室的其他人。这样做的成效时即时的，因为此刻肯定有人就坐在那儿。这种方法不但立马奏效，而且您还能得到此刻与您做生意的人的认可。所以，您既得到了介绍，有得到了认可。

68、车间与讲座

我会在开始讲座之前要求人们帮我推荐。我的顾客可能会对他们（她们）的朋友或同事说：“这个人特别棒！他很会赚钱，我作为他的顾客，也从中得益不少。“而就是我们所付出的全部补偿。我会尽我所能，让我的老顾客看上去很不错。他们（她们）很感谢我，那么我就会突然接到被推荐人打来的电话，他们（她们）是经人介绍过来的。这才是我得到的最好的回报。

69、整牙医生

我们的被推荐人来自于普通牙医。现在我们不在带上一篮松饼或什么别的登门拜访他们。而是邀请他们来到我们的办公室参加“午餐和切磋“（lunch and learn）”。

我们通常每 6 个月就能获得 25 名牙医的推荐。所以一年中他们全部都会来访好几次。他们会带上他们全部的职员。我们总是对医生的家人及其职员给予职业性礼节，但遗憾的是我们那时从没有向他们推广我们。所以既然我们已邀请他们来我们的办公室共进午餐，那我们索性在让他们参观我们的办公室，向他们介绍我们在这里工作。我们还充分利用午餐机会，向他们介绍我们可以为他们提供所有服务，并向他们表示，作为他们的合作伙伴，我们可以成为牙齿矫正方面其病人的医治小组，这样做的结果实在令人难以置信。

通常牙医到场的结果就是，我们至少会开始为他们（她们）或其助手的孩子，或是他们的学员或助手进行治疗。我们觉得，如果我们从他们的职员、孩子、和家人、来开始治疗，他们就会告诉自己的病人“就是他给我进行治疗的”当然为他们提供优惠价格。

八年前刚刚开业时，我们一年的营业额为 30 万美元，拥有员工 27 名，如今我们拥有 10 名员工，并且去年我们的收入首次达到了 100 万美元。

70、美容医生的行销策略

在植发领域，我擅长做的一件事情是向客户寄出提供游离移植的信件。你可以免收移植费用。信上写道：“如果你能够带上一个朋友，我将为你提供 30 次游离移植。免收费用。”

这一方法非常有效。每寄出 600 封信，我们就会得到 100 名新客户。600 封信全部由计算机生成，所以成本非常的低。而每名新客户带来的长期价值可达 3000 美元。

我们从 2 个途径来考虑推荐。一个是我们的客户群，另一个是职业推荐沙龙。我们不会支付给们任何的佣金，但我们可以购买广告。我们可以按月付给他们一定费用。我们不向他们支付现金，但我们可以帮助他们支付一定比例的广告费用。我所做的主要是成立我自己的机构，并向沙龙支付租金，以便将我的宣传手册放置在那里。这样做效果非常明显。我的发部分高层顾客，

尤其是娱乐界人士，大都来自于这个途径。我从美发沙龙租用空间，租金根据广告媒介的生存能力而时涨时落。

71、抵债业务

我们发出质量控制信，向顾客询问对于我们工作的满意程度，其中有一个区域可以填写 3 个被推荐认同的姓名。我们所做的事，还包括每个月向我们的老客户发送一封信，告诉他们一些抵押行业的最新活动，我大约每季度给他们打以次电话，了解他们的情况。如果他们再次由任何需要，我会在电话中给他们一些有价值的建议——而不是仅仅事给他们打电话和打扰他们。

最简单也最有效的方法很可能就是，当我帮他们办完贷款申请，每个人都握手道别准备离开时，我说道：“顺便问一下，您认为谁还有可能需要我的服务。”这种方法很简单，但确实效果不错。

我想说，现在我们 70% 或更多的业务都时通过推荐而得来的。而由此得来的业务也更加出色，因为它时我们所谓的“温馨电话”。被推荐人会为我们做口头宣传。人们不会无凭无据地接受某些情形。另外，推荐几乎无需任何成本。

72、摄影师

多年来，我们使用两个推荐系统构建了一个可处理上千个婚礼的婚礼业务。当新人走进来的时候，我们会告诉他们，如果他们能够推荐 2 对以上的夫妇来选择我们的提供的婚礼服务，他们将能够以 20 美元的价格享受有价值 200 美元的壁画肖像。现在，大多夫妇都愿意花一年时间左右的时间来做这事。而一年后他们对于自己旧的婚礼照片将不在感兴趣。他们想要一个新的，并想为父母买一些照片的副本。他们还要购买像筐等等因此实际上我们通过推荐礼物所获得的收益要远远超出它的成本。

另一种推荐方法事让每对新人提供一个参加其婚礼派对的客人的名单。名单中要包括所有的姑娘和小伙子。我们将向他们中的每个人发送感谢信，上边写道：“感谢您在当日提前到达，并感谢您给我们的热切帮助与支持。为表达我们对您的感谢，我们愿意为您的家人免费拍照。

73、业务中心（即时办公室）

我们意识到，拥有配销并不是真的那么重要。重要的是要拥有发现客户或潜在客户并以次新建配销的能力，因此，出去我们拥有的中心之外，大约一年前我还成立了“联合业务中心网络”，它主要由过去我们认为是行业竞争对手的一批人组成。我们刚刚在总共增加了 50 多个点的欧洲完成了一笔交易。

如今我们在全球共有 150 个点，全部都是行业中像我们这样的人。我们让他们重点关注与其有业务往来的机构的主要决策人，因为我们意识到；许多公司正在全国多个地点设立中心。如果我们能够通过倾向于使用我们产品的人员来发现多办公室用户并控制这一客户，那么这将对我们的产生巨大的帮助

因而，我们所做的实际上就是将所有过去彼此视为竞争对手的人纳入到我们的商标之下进行工作，共同着手业务和识别与之有业务来往的各机构的主要决策人。然后，我们让一个集中的全国性行销部门去联系这些客户，联系主要决策人，并努力深入地探求其在全国的需要。通常本地的经营者不会考虑其中心之外的问题，他们也不能够发现相关机遇。他们甚至更不会考虑到公司在全中国另外 30 个地方的利益。

首先,我们就利用这一点大赚了一笔。人们按月向我们付费以要求成为网络的以部分,因为除了我们建立的推荐之外还有许多其他的优势。我们还可以获得付费收入,因为我们又将销售会给你一个集中的单独中心。该中心主要负责为整个全国性行销计划提供资助,并支持我构建一个品牌名称并在无风险的情况下来广泛宣传我的商标,而无需进行任何真实的投资。

74、管理人员招聘者

我专门为我在全国的客户公司招募杰出的工程和行销人员。我可以为各公司招聘多达一千名人才。我喜欢与真正负责招聘事务的决策者进行直接合作。我们的业务完全以一套推荐系统为基础。我总是问人们:“您所认识的人中谁能胜任这个职务?”

我的业务具有两面性。一方面我与经理人进行对话作出聘用决定,另一方面我又要与我希望向客户公司推荐的候选人进行交谈。因此我的每笔交易始终都包含俩组人。每次招聘。我的成功主要基于 2 各原则,首先是人们愿意提供帮助,他们希望为你进行推荐。这使他们心里感觉非常舒服。每个人都向乐于主任。

其次就是,你不要只从你已经认识‘你的服务非常满意的人那里获得推荐。为此您可以问? “JOHN,你认为我应该与谁交谈,谁能为我指明正确的方向?”

接着,JOHN 会为你推荐 BOB,你可以开门见山的说:“BOB,我给你打电话是因为 JOHN 推荐我来找你。这正是我此次打电话的目的。你可以介绍谁?”这是整个通话的简短说法,整句话应为“您知道谁胜任这个职位吗?”你可以向任何人询问这各问题

75、物理治疗

我们开始以悉心的治疗来推广我们的计划。假如一个背部有问题的人走进来,我会为其进行数天的治疗,以便他能够感觉舒服点儿。然后我会说:“嗯,Jones 夫人,你的背现在好多了。您的朋友或亲戚当中,有没有谁的背部、颈部、手臂或腿存在问题?我们现在开展一项检查计划。我们给您一张小卡片,他们可以在随后的几个星期过来,我将免费为他们进行一次 15 分钟的检查。”当然,通常几乎每个人都会认识一些有颈部或背部问题的人。

假设我每天这么做 5 次,将会有俩三个人拿到卡,并将有一到俩个人来进行检查。按照这一转换率来计算,前来的人中将有 30%成为我们的顾客。

76、公关公司

我们的业务几乎全靠推荐来获得。我们大部分客户属于保守、类似共和党的政治性组织,而我们的客户代表全部来自于政治团体。因此在早期我们与最初客户建立的是一种信任关系。我们的客户代表对于其所有从事的工作满怀激情,这种激情在我们的客户身上也同样存在。他们都十分热衷于各种政治问题。因为员工在为客户在与其他组织谈及我们的时候决不会有丝毫犹豫,因为他们知道我们付出了更多的努力。一名固定客户每年可以给我们带来 5000 美元的利益。

77、职业演讲人

我的业务大部分来自于推荐。我不管我做何种类型的项目(主题演讲或讨论会),我都会在接近尾声的时候停下来,让他们为会议筹划人填写一份评价表。关键部分位于表格的地步。这个区域用于填写姓名、地址和电话号码。还有一个区域供其勾选,其内容:“是的,我希望 JERRY 来为我的机构进行演讲。请为我寄送相关资料。”在这之下写着“您可以联系的其他人”,以及一个提供他们填写此人姓名、地址和电话号码的区域。

由此在了解他们的需要以及勾选的真正含义后, 我将可以通过电话来展开后续工作。然后我们将询问他们是否还属于任何其他的协会、组织或人员。

如果会议筹划人不能支付我的全部费用, 我将问他们是否同意向所有其它州协会或任何我可以收取较低费用的组织发送新建。

78、地产公司

我们将亚利桑或科罗拉多州价格经济的土地卖给夏威夷居民

但我们发现, 我们需要鼓励我们的销售人员去获得推荐, 我们想得到的一个主意就是, 在客户进行购买的时候, 我们告诉他们: “如果您与大多数客户想法类似, 你可能会希望您的亲朋好友知道这一机会, 因为我们大部分的客户都希望其亲戚和朋友也能够在此位置拥有地产。您认为呢?” 当然, 他们会给予肯定的回答。这时我们会说: “我们愿意为您提供一个特别计划。如果您能够提供 10 个推荐人的姓名, 我们将给您×美元的折扣。结果我们发现 99% 的人都会参加这项计划, 为我们提供 10 名被推荐人。我们的业务大约有 30%—40% 来自与这些推荐。

所需要做的就是后续工作, 有些销售人员十分精于此道, 有的则不然。

“您的朋友后某某先生让我们给您打电话。这时获得优价地产的一个机会, 只需占用您的几分钟时间的时间。某某先生认为这是一个千载难逢的机会, 他希望您能够对此有所了解。

我们会与我们后来联系的 30%—40% 的人会面。有些人会说这不是一个好时机, 尽管如此, 遗憾的是许多人仍没有机会得到这一对待。

我们从这里得到的启示就是, 如果我们能够为销售人员准备一系列信件, 他们就可以立即联系那些人 (还可能与其中许多人答成销售)

79、抵押公司

我的业务有大约 60%—70% 来自于 5 到 6 个不同来源的推荐。我的两个主要来源是与我有业务往来的房地产代理商和先前的借款人。我的许多房地产代理人均为我收集提供线索, 以便我能够提前对其进行审核和批准。然后便与借款人不再联系。代理商也不会为他们寻找房子。

他们中的许多人并不是真的想和具体的买主进行合作。我问是否能够继续与该客户保持联系。我将找到一个确实想与其进行合作的代理商。我将会付给你 20% 的推荐费。

我估计, 按照这一计划, 今年我的业务至少也实现约 30%—45% 的增长。

80、协会

在获取推荐的过程中有一件事情做的非常成功,那就是我们每年例行的折扣。如果我们得到一个推荐人,进行推荐的人将得到我们提供的一份礼物,礼物就是为其选择的任意慈善团体捐助 25 美元。

我们大约拥有 1200 名会员,会费为 275—300 美元。我们将获得 40—50 条线索,其中将有 30—35 个转变会员。

81、真空吸尘器的销售

我们销售 1200 美元一台的机器时,我们的业务完全取决于推荐。我们一年的销售额将近 700 万美元。但我们发现,我们最好的客户来自顾客的推荐。我们要求 8 个人来完成一笔称为“特殊首次呼叫”(first call special)的交易。至于潜在客户的资格,我们制定了一份限制一定资格的条件。我们要求顾客在 21 到 65 岁之间,已婚,有全职工作,而且有住房。在推荐计划方面我们实施了一个 14 天特别计划。如果他们联系他们的朋友,并向他们推荐我介绍我们,我们将送给他们一份零销售价值 200 美元的礼物。在我们展示 4 个演示之后,无论是否有人购买,我们还将使用一个字母计划使他们拥有更多的权利,这即使便于经销商去分解顾客的“A-H”计划。“A”代表比较反感的客户。“B”代表条件好。比较讲究的有房顾客。“C”代表有小孩的顾客。“D”代表养有宠物的顾客。E 代表购买所有东西的顾客。F 代表真空吸尘器上周刚坏掉的顾客。G 代表身为祖父母、白天有充足时间的老人。H 代表部定时工作、白天有充裕时间的顾客,我们还有另外一个真空吸尘器计划。如果他们在 48 小时内提供 4 个姓名,我们还会单独给他们一份礼物。我们发现他们速度越快,我们的机会就越大。我们业务所依据的原则是,我们吸纳的顾客越多,我们的销量就越高。如果他们购买产品并光顾我们的营业场所来寻找机会,我们还将赠送第二件礼物。

82、摄影师

我们在业务中实施了一个服务推荐系统。最终交付图片或画像需要大约 5 个不同的步骤。在装有最终画像的盒子里,我们随付了一个“我们的工作如何”的业务回执,请他们评价我们是否出色的完成了工作。在背后还有我们的问答卷,问他们是否有任何其他的朋友或亲人对照相感兴趣?如果有,可否留下他们的姓名和地址——以便我们按此姓名,仁厚将这些姓名输入电脑,打印出效果非常好的个性化信函,数据库还将打印出外观精致的证书,并印上免费送影集的字样。并按“即日起 90 天内”计算日期。所以无论今天是几号,有效期自动增加 90 天。信封上的广告非常幽默——如果 JOHN 为我们提供了 bill 的姓名,我们就会在信封的底部写上 BILL,信封里是 JOHN 送给你的礼物。这样他就会很快的拆开信封看。

83、脊椎指压治疗者

第一天我遇见一名病人,在我完成检查之后,我向他们解释说:“我们不随便接受病人。但如果我们接受了您,我们希望你能推荐其他病人到我们这里来,我们将尽力帮助他们。这合理吗?”第二天我拿出一份总结报告,并同他们逐一进行交流,我们还给他们一个可以随身携带的小册子。我留下了我的名片和住宅电话。如果他们遇到任何问题,他们可以随时打电话给我。这样他们就会随身携带我的名片。如果后来他们没有推荐任何人,我会简单的说“你对我有一件吗?”他们会说“没有啊,怎么了?”

“哦，我只想知道为什么你后来没有给我推荐病人的原因。是我们没有帮助你吗？然后接着我们可能会对他们说：” 嗯，你有朋友还存在这种多年的问题吗？你家人是否也遇到任何健康问题？他们会说：“没问题，一切都好”，或者如果她们不回答，我就会到此为止。但如果他们确实有问题，我会说“怎么处理那些问题呢？” 他们告诉我，我然后说：“好。请告诉我他们的姓名和地址，以及电话号码，我将寄送一些资料给他们。” 当然，我不能讲是谁向我提供这些情况，因为这是病人的私人信息。我大概获得了 25%—30% 的推荐，现在我想达到更高的推荐率。另外，如果他们说他们有需要护理的朋友或者亲人，我会给他们一些免费优惠券。

84、助听器分销者

在我销售助听器的时候，我会告诉他们，如果他们能够推荐其他四名顾客，我就可以将钱全部退还给他们。推荐的比例始终都比较高，如 25%、30%，而且现在又增加至 50%、60%

85、网络行销公司

我们招聘并培训英才来建立他们自己的公司——附属一个跨国公司。网络行销是一个不受重视的行业。要以不同于你对 amway 的看法，或对你听说的任何其他类似公司的看法，看来待这个行业的公司，这确实需要一个明显的转变。所以我在接近许多人的时候，只是特意说：“这大概不适合你，你知道谁可能在寻找另外的工作吗？谁可能正不满足于工作现状？谁可能正同时在寻找兼职工作？”

这是一个多步骤的过程，最终的结果是，一旦人们真正了解公司的情况，他们先前的观点就会发生改变，他们将看到里面所蕴涵的巨大机会。

86、顾问

我主要通过学多不同的技巧来帮助销小公司提高他们的收益。我获得的未来业务和保持当前业务的方法之一就是推荐技巧。每当我认识一名客户的时候，我会分析他们的联系信息和他们的影响力。譬如，我会这样来考虑一家公司。如果我为他们提供了出色的服务，他们又正在向其他公司进行销售，我立即会对他们说：“我刚帮助了你们的公司，我们可以帮助你们所有的企业客户。那将给你们带来多大的回报？所以为何我们不能制定一个行销计划，让我为你所有的客户效劳呢？” 这将为带来大量业务。同样，如果他们向其他公司提供服务，我也可以大幅度提高业务量。我做下来，看着他们，“你们所有的厂商如何？你们所有的供应商如何？他们都是企业。” 我向他们展现了向其供应商和厂商提供良好服务和优惠的优势，因为这将加强他们之间的关系，并提高他们的赢利性和效益。

87、遗嘱遗产和信托财产理财

将近 70% 的业务都来自间接推荐。在我几乎所有对外的打印材料上，我都会问：“我可以向你推荐业务吗？” 他们会想这人真是在为他们的利益着想。我向一名律师提供了一份证明，上面写着“我希望为您提供一个小时的咨询服务。我向一名律师提供了一份证明，上面写着”我希望为您提供一个小时的咨询服务，我可以在此时间内处理 3 个案子。“从调查中我了解到一件事，约 80% 的遗嘱律师每年接手的遗嘱案件只在 1 到 10 件之间，数量非常的少。所以在我完成适当数量的此类案件后，这个适当的数量事指最合适我希望探讨的话题，如贷款的数量，我试着做的

事情询问或看他们是否有其他拥有类似种类客户的律师。我最近发现, 通过提出恰当的问题, 保持沉默仔细倾听, 我就能够了解许多有益的事情。

88、房地产投资资金

我们所购买的绝大多数房产不是通过银行来筹措资金的。他们依靠的是投资者的资金。我们为投资者提供了一笔真正有利的交易。通常他们可以获得 11% 或 12% 的投资回报。而且在房地产领域, 成功率是 100%。但如果你请求某人贷款 50000 至 100000 美元, 即使是 100% 的可以收回, 但他们还是会有一些犹豫——尤其是他们不熟悉公司的情况的时候。所以我们发现, 到目前为止, 推荐是争取新投资的最佳方式。所以我们已经确定的是, 对于任何向我们提供贷款的投资者, 我们均将付给他们等于第一年所贷款百分之一的“伯乐”奖金。所以就将预先获得的 5100 美元。而且我们发现——我们有一位女士来投资, 而且她对我们的工作真正地感到满意。接下来的事情你知道, 她家中有 7 名成员都进行了投资。她之所以帮助他们进行投资是因为这确实值得投资。她也是在帮助她自己, 因为我向她支付推荐费用。

89、销售培训

最近我 75% 的业务是重复和推荐业务。这是我工作中非常重要的一部分。作为培训期间的实习, 我所做的就是找到大量参与培训的客户, 并寻求我可以给予他们的潜在客户。所以在整个项目中我会对某些人说: “我想到了一些可能会和你一起做生意的人。你想知道他们的名字吗?” 然后我一般会在培训过程中向观众分享各类潜在客户。所以他们非常能够接受并极有可能向我提供适用于我的潜在客户。我当然愿意推荐这一方法。

另外, 在每半天工作结束即中午之前, 及当天工作结束之前, 我都将进行一次评估, 以了解我的发现和整理他们的反馈。其中一些问题可能是: “自今日你坐在这里之后你所听到的最好的三个观点是什么?” 如果到了中午, 我会问: “今天上午你所听到的最好的观点是什么?” 然后我还会要求他们向小组宣布他们计划采取的一项行动——这样它就不仅仅是一个理论, 而且还融入至他们的日常工作。

我还要求他们向小组宣布他们个人将如何从中受益, 这样他们就得真正去回顾我们曾讨论过的一些事情, 并专心致志的思考他们将如何进行运用。然后我让他们对该计划的价值按 1 至 6 进行排序这比 1 至 10 略有不同, 这样他们不得不去多思考一些事情, 在评估方面的问题可能包括, “如果你打算将此计划推荐给别人, 你会具体说些什么?”, 而且我会给他们留出一些书写空间。

在纸页的下方有一块区域用于他们写下 3 个姓名。我只是问小组, 他们是否可以想出 3 个或 3 个以上的人, 是否可以写下这些人的姓名和电话号码。而且我保证在致电这些人之前我会现跟他们打电话, 以询问可否使用他们的姓名。我说“我想打电话给你”的原因是, 在该计划中我所教授的其中一件事情是, 如果他们不希望接听你的电话, 那打电话的用处也不打。我更希望他们对某些人说。“你知道吗? 我那天参加了这个计划。它真的太棒了。我极力推荐你也参加, 而且我留下了你的姓名。”这样, 事情提前就非常清楚了, 在打电话的时候就不会令人吃惊或者存在压力了。

然后, 作为对那些向我提供建议的人的礼物, 我赠送他们两盒录音带“加倍你销量的 22 种已经验证的方法”。因为随付了一份礼物, 推荐就源源不断而来。

90、金融策划师

我认为我们略微错过的一件事情是，你不必一定非得从你现在的客户中直接获得推荐，你还可以间接地从这些客户中获得推荐我们专门从事于退休领域、退休规划、400K 和分红计划等业务。在读完你的一些资料之后，我们感到几分地震惊，那就是我们提供服务的一些公司——我们与将近 40 家不同公司数千名员工有业务往来——现在可以成为我们的顾客。我们之前从来没有对他们进行营销。我们现在正在制作邮寄广告和新闻简报，其它宣传品也将送达这些客户。在为这些员工提供出色服务的过程中，曾发生过这样的事情，我们受到几名员工的来访，他们对我们说，“你们能够同样帮助我们吗？如果你是正在和我们的老板坐业务，你若不是真正好的话，你是不能和我们老板做业务的。所以我们希望你们能同样为我们做那些事情。所以间接地，它事我们代替老板做业务的。所以我们希望你们能同样为我们做那些事情。所以间接的，它是我们代替老板作出的反映。现在我们基本上已经深明此道了。

真是不可思议。对于这里的其他所有人。我是指摄影师或者其他入，你有业务往来的企业的所有员工情况如何，他们是否是业务人员，或者他们在哪工作？

91、阅读天赋培训计划

在我教授我所做的事情之后，他们很多人都立即报之以怀疑、疑惑和冷淡的态度。我也收取了非常高的价格。在临近下课的时候，我说，“你们多少人愿意听取一场关于如何在生活其他方面运用天赋？”所有人都举起了手。然后我又问，“你们多少人愿意听取一场关于如何在生活其他方面运用天赋的免费讲座？”所有人又举起了手。最后我说“那好下周二晚我将举办一场关于此话题的免费讲座，你们可以带上你们的朋友。”教师基本上人数增加了一倍甚至二倍。

92、超个人催眠培训计划。（Transpersonal Hypnotherapy Institute）

我们在 Sedona、夏威夷和 Boulder 等地，通过 LLP 和催眠以及个人创新讲座，提供认证培训。我们发现推荐率不断提高。我们通常做的是分发一份表格，并说：“你们每推荐一个人参加我们的培训，你们就获得 100 美元。”推荐率就立即上升了。

进行推荐的最好方式是在当时真正地全力以赴。坚持到底。我们某个计划中一个人就是这样，它在学期结束时已经拥有了许多的电话号码，他对所有人多做了工作——这也是为他们好，所以他们将公开的提供——他让他们联系 4 个人。他们四分之三的业务均来自于此。它具有挑战性，也是典型的转变性方法，但却值得你去尝试，这是一个很好的思维。

93、牙科医生

每次我向我的牙科医生推荐一名病人时，他就会给我送来一封书面感谢信和一张彩票。我永远都不会忘记。每推荐一名病人后，你就会有在邮件中收到以张彩票。

世界营销大师 Jay Abraham 杰·亚伯拉罕的 93 种推荐方案

计算终生价值，边际净值，可支持成本