

# 刘克亚访谈录

(解读营销魔术师神秘的背后……)

## 【目录】

1、汶川论道 .....	2
2、把天赋炼成绝活 .....	3
3、一生只精一件事 .....	3
4、让刘克亚给点评一下 .....	4
5、要做就做最好的 .....	4
6、学会解放自己 .....	5
7、黄河源头 .....	6
8、对谁做比怎么做更重要 .....	7
9、严格遵守游戏规则 .....	8
10、我，一直在旅行的路上 .....	8
11、真正的财富，是自由 .....	9
12、没有车，最气派 .....	9
13、把他们最赚钱的部分免费化 .....	9
14、素质与实力 .....	10
15、《三十六计》和《孙子兵法》不在一个层次 .....	10
16、神秘感 .....	11
17、道德第一，赚钱第二 .....	11
18、君临天下 .....	11
19、预则立 .....	12
20、人性，道法自然 .....	12
21、笔记 .....	13

附录:克亚掠影

[克亚其人]

有朋友说，刘克亚住 2000 元一晚上的房间，是炒作，那是您太不了解他了，他的高度，不需要拿这些炒作，其实可以这么讲，对于邀请刘克亚这样的人物而言，2000 元的房间算是最小的消费，他现在的出场一次，收入不会低于 300 万，今年搞了一个 3 天 30 万的，收入 300 万，搞了一个超高价的，收了接近 300 万，最近策划的是 5 天 100 万的旅行，就是说和他玩 5 天，要交 100 万，不过不用担心招不到人，刘克亚的特点是不打没把握的仗……刘克亚有三大核心竞争力:理论体系是最完整的、客户群体是最高端的、客户满意度是最高的，因为他只服务大老板，只要给点启发就能赚更多的钱，而多数人选择的对象都是初级创业者，就是培训的再多，也改变不了他们。

## 1、汶川论道

**我:**汶川现在依然是满目疮痍, 农业受损严重, 工业也不发达, 唯一的出路可能就是搞搞旅游了!

**克亚:**你认为汶川搞旅游的优势是什么?

**我:**我个人一直都信奉“流量为王”, 汶川是去九寨沟的必经之路, 客流量非常大, 很多人去九寨沟, 顺便就会游一下汶川。

**克亚:**你觉得适合搞什么旅游项目?

**我:**现在他们搞的羌族文化旅游、大禹故里, 都搞的挺壮观的, 应该挺有潜力。

**克亚:**你路过的时候、有没有去参观一下?

**我:**我对历史和文化不感兴趣。

**克亚:**你认为现在汶川的绝活是什么, 也就是核心竞争力是什么?

**我:**汶川, 这个名字现在家喻户晓;人们很关心汶川的灾后重建;九寨沟的必经之地。

**克亚:**我认为这都不是汶川的“绝活”, 因为比景色, 它比不过九寨沟, 比文化, 比不过都江堰。

**我:**那你认为汶川的核心竞争力是什么?

**克亚:**汶川地震, 家喻户晓, 每个外地人都有去感受地震的需求。

**我:**地震不用开发, 到处都是地震遗址, 免费参观, 这玩意赚不到钱。

**克亚:**绝大多数人, 都想去汶川走一圈, 不是为了体验羌族文化, 而就是想体验一下地震, 感受一下生死离别, 重审一下生命的价值。现在虽然到处都是地震遗址, 但是角度、深度、高度, 都不够。

**我:**你觉得旅游的核心是什么?

**克亚:**我先问你, 你认为国内哪个景点做的最好, 理由是什么?

**我:**青岛极地海洋世界, 看那里的动物表演, 感觉太震撼了, 海洋动物竟然如此有灵性, 能够表演很多绝活。

**克亚:**做旅游, 最核心的就是要给人一种震撼, 这样游客才觉得不虚此行, 才会给予口碑相传。

**我:**那汶川如何才能达到震撼呢?

**克亚:**深度开发地震文化, 让人们参观地震遗址, 模拟感受地震, 听幸存者报告, 救助孤儿……总而言之, 让你如同亲自经历了一场地震一样, 重审生命的价值, 就如同看完《唐山大地震》大家哭的哇哇的一样, 其实看电影, 肯定比不上去现场。当然, 这需要心理学专家们的专业策划, 让每个去过汶川的人都如同亲自死过一次一样, 变的更加珍惜生命了, 更加的乐观豪放了, 更加快乐了……那么汶川的旅游, 就会产生口碑相传, 给别人带来震撼, 那么就会产生口碑营销。

**我:**讲的很有道理, 去汶川, 大家其实就是想去感受地震, 四川推出了 6 条地震旅游线路, 但是现在有些不伦不类(热闹的民族文化与悲痛地震融合到一起了), 走马观花的看看, 就走了。

**克亚:**劣势是可以弥补的, 优势都是暂时的, 一旦汶川被淡忘, 再开发地震旅游, 已经晚了, 就如同现在很少有人提起唐山大地震一样。

**我:**我是不是可以这么理解?一个人, 不仅仅要知道自己的核心竞争力是什么, 还要思考一下, 如何输出自己的绝活, 才能给别人一种震撼, 对不对?

**克亚:**震撼是事业的最高境界, 我们谈汶川, 不是指点江山, 而是照照镜子。

**我:**那我做旅行, 如何打造震撼?

克亚:不要追求广度,追求角度、深度、高度!

## 2、把天赋炼成绝活

我:创业最核心的是什么?

刘克亚:找到属于自己的绝活,并且练的炉火纯青。

我:我现在想快速赚钱,而不想练什么绝活

刘克亚:没有属于你自己的绝活,一切收入都是暂时的。

我:我如何发现我的绝活?

刘克亚:停下脚步,静静的思考和发现,每个人都有天赋,遵循自己的天赋,一定可以练就属于自己的绝活,从而立足江湖。

我:我那捷达,我能否也让它有绝活呢?

刘克亚:你可以把它打造成最有经历、最有名气的一辆捷达,这就是它的绝活,终究有一天,它会成为捷达的形象代言的。

## 3、一生只精一件事

我:九寨沟太美了!

克亚:震撼吗?

我:终生难忘,绝对震撼。

克亚:九寨沟的绝活是什么?

我:比其他景点都美。

克亚:门票多少钱,全程一共花了多少钱?

我:门票 310 元,全程包含机票、住宿在内,5000 元左右。

克亚:九寨沟的门票如此贵,你在乎过吗?

我:不在考虑范围。

克亚:农村的田野也挺美的,假如收 20 元的门票,你会不会专程从大连飞过去?

我:哪怕是免费的,也不去。

克亚:是不是可以这么理解,只要东西好,又是你想要的,那么价钱就是次要考虑范围?

我:基本如此。

克亚:其实,这就是超高价理论体系,只要你有绝活,那么你定价再高,也会有人愿意消费,因为到达一定层次的人群,钱反而是次要考虑环节。例如,你有理发的绝活,能够根据每个人的性格和职业,理出最漂亮的发型,哪怕你收费 1 万元,照样有很多高端人群愿意消费。所以,高价不是问题,问题是要有绝活。

我:我没绝活咋办,我只会玩。

克亚:如果你玩到极致,也是绝活,例如 xx 去年计划出来旅行,想自己掏腰包,后来我们帮他策划成了一个赢利项目,不仅仅不用花自己的钱,还能成就一份事业,所以,只要你有梦想,经过合理的策划,把你的绝活融合进去,那么就是一份可爱的事业。

我:绝活重要,还是营销重要?

克亚:绝活是前提,营销是次要的,只要你绝活好,哪怕不懂营销,也照样能成就一番事业,可能速度慢一些而已,例如大衣哥,唱歌唱的好,但是不懂营一直到 40 多岁才成名,现在

一炮走红了，相反，如果绝活不行，营销再好，也是昙花一现。

**我:**所有的兴趣，都可以变成绝活吗？

**克亚:**当然，前提是绝对专注，一生只求做精一件事，很多人没有绝活，不是没有兴趣和爱好，而是研究的太广泛了，这个世界上没有全才，只有专才。

## 4、让刘克亚给点评一下

**我:**我拍的草原美不美？

**克亚:**挺美

**我:**有什么建议？

**克亚:**优秀的摄影作品，不仅仅是一种记录，还是一件艺术品，有角度、有深度、有高度。获奖的摄影作品，往往不是唯美的风景照，而是看似平凡普通的生活照，因为有深入发省的内涵和高度。在拍摄一件作品前，先思考一下，你要表达什么，然后以创作艺术品的心态去创作，把你要表达的涵义，都融合进你的艺术作品。

**我:**我准备主攻形象摄影，根据一个人的职业、性格、爱好，拍摄一张能够反映他个性的照片，这个市场很大。

**克亚:**市场的确很大，在北京，优秀的形象摄影师，拍摄一张照片，收费超过 1 万元，但是这有个前提，你比其他人更专业！

**我:**学好形象摄影，大约需要三年时间，一直都是投入状态，我如何说服自己？

**克亚:**一个人，最幸福的事，就是把自己的兴趣变成了自己的事业，这期间，最难的事，就是在不赢利的状态下，依然坚持自己的梦想，但是这是每个高手需要经历的炼狱。

**我:**我现在需要做什么？

**克亚:**停下脚步，给自己放半年假，什么都不干，就思考一件事：自己到底想要什么样子的生活，自己的出路到底在哪里！很多人，一辈子没活明白，不是不够勤奋，而是没找到属于自己的方向，每天都很匆忙：毕业后，找工作，买房子，娶媳妇，还房贷，生孩子……操劳了一辈子，突然发现，自己一辈子都过的很压抑，从来没去追寻过自己的梦想。所以，敢于停下来思考的人，才有可能成大器，一切成功，都是精心策划出来的，策划自己的人生，需要思考，需要时间，需要心无杂念。

**我:**赚钱的核心是什么？

**克亚:**小钱靠技巧，大钱靠心态，当你不想赚钱，只想成就自己梦想的时候，钱总是追着你跑，一个人，最潇洒的时候，就是当别人拿钱请你，你都不要……拿半年思考未来人生定位，比拿半年赚 10 万元，更有意义！

## 5、要做就做最好的

我特别喜欢狗，恰好又没有经济来源，于是我就做起了贩狗的生意，从网上买到本地便宜的小狗，再通过网上卖掉，赚取差价。赚生活费绰绰有余，但是没成就感，就和个商贩一样，天天和人讨价还价，凡是找到我的，基本上都是贪图便宜的，因为我卖的狗很便宜 300-800 元，购买者以上班族为主。

刘克亚过来玩，他说，你这样，只能小打小闹，赚不到钱。当时，我主要卖德国牧羊犬。刘克亚疯了，他建议我去把本地最贵的那只德国牧羊犬买下来，当时售价 10 万元，从德国

原装进口来的。他说，投资，就找最好的，然后想想如何用最好的，赚最多的钱，他说，就如同在新浪上投放广告一样，不要总是挑最便宜的广告位，而是要思考一下，如何利用最贵、最好的广告位来赚到钱。理论上，肯定是认可的，那狗配种一次 5000 元，半年就可以收回成本，但是我肯定不会去买，因为说服不了自己。虽然口头上不服，但是慢慢的调整了方向，后来我主要做驯养的工作犬，每只售价 2 万元左右，有 50% 的利润空间，每只狗，我会拍摄好视频，展示它的工作性能，现在优酷上还能搜索到很多我们家工作犬的视频。多数都是外省客户，还有山西煤老板到我家来买狗，他们开车几千公里来，只要是看中了狗，不会讨价还价。理论上赚了不少，但是实际不多，因为有朋友喜欢狗，我就送给他们了。从那以后，我在规划自己事业的时候，不会再把目标客户定为“低端人群”，包括做旅行项目也是如此，起步就是 1 万元。越是高端客户，越是资源，打交道的时候越愉快，自己也有成就感。后来，我也有过过激的言论:不和穷人打交道，被人当把柄骂来骂去，不过，私下里，我还是很认可这句话的，因为我是个穷人，我明白穷人的劣根性。

## 6、学会解放自己

向克亚抱怨几句，开车累死了，身心疲惫。

**克亚:**一个优秀的创业者，首先学会解放自己，你车开的再好，也比不上一个专业司机，你何苦把自己搞的这么狼狈？

**我:**什么事都让别人去做，我不是闲的蛋疼？

**克亚:**创业者的职责是:学习+思考+合作，不断的学习新知识，静心思考发展方向，把一些具体的工作分配给合作伙伴去完成，如果搞不明白创业者的职责很难有所成就。

**我:**如何和合作伙伴分配利润呢？

**克亚:**他们占大头，看似你吃亏，其实你赚大了，因为你解放了自己，收获了自由，你全国旅行，也不影响你团队的正常运营，他们赚的多，却被限制了自由。

**我:**与伙伴合作，最高境界是什么？

**克亚:**让他们有成就感，感觉江山是他们打下来的，你离不开他们。

**我:**能否举例说明？

**克亚:**有 A、B、C 三个将军，他们的作战风格不同:

A 将军，每次都冲在前面，奋勇杀敌，能打胜仗，但是士兵没有成就感。

B 将军，每次随兵出征，但不冲锋陷阵，只做现场指挥，能打胜仗，士兵成就感一般。

C 将军，每次出征，都不跟随，只提供作战计划图，士兵奋勇杀敌，士兵有强烈的成就感，甚至认为胜仗与将军无关。

其实，最牛的，就是 C 将军。

**我:**挑选合作伙伴的标准是什么？

**克亚:**创业就是接力赛，光你跑的快白搭，你的合作伙伴必须有与你互补的绝活，单纯的因为关系好，而选择平庸者为合作伙伴，你的接力赛，跑不出好成绩。

**我:**这次来西宁，路上差点挂了，你不庆祝一下？

**克亚:**一个人，想明白一件事，就算真的开悟了:敢于直面死亡。

**我:**胆大？

**克亚:**不是，而是参透了一个真理:人，早晚都死，心态就会平和。赚小钱，东技巧，赚大钱，靠心态。

**我:**能否举例说明，谁靠心态赚大钱了？

**克亚:**卡梅隆，用 12 年时间，打造了《阿凡达》，姜文，用 6 年时间筹划了《让子弹飞》，一

个是世界票房第一，一个是中国国产票房第一。普通人，很难连续几年，在不赢利的状态下，坚持做一件事，并且做到极致。

**我:**我是不是可以这么理解，你现在做的事，也是按照极致的标准去要求的，也就是说，10年内不落伍？

**克亚:**我可能对自己要求更高一些，推出的视频、图书、理论体系，我希望能100年不落伍，并且流传越来越广泛，所以推出的每一套视组，都是经过严格策划的。

**我:**我每天都写QQ日志，关注人群也挺多的，你觉得有什么问题？

**克亚:**高产作家的作品，多数不具有流传性，因为缺少策划，缺少筹备。我建议，你不要天天写了，而是当你有灵感的时候，只出精品，并且形成一个属于你自己的体系，这样，无懈可击。

**我:**这个世界上，有人只出精品吗？

**克亚:**如果，你现在在KTV里唱《大花轿》，别人会笑你落伍。但是如果你唱“迈克尔·杰克逊”的任何一首歌曲，别人都觉得你时尚。杰克逊的歌曲，多数创作于上世纪80年代，比《大花轿》还早，为什么依然风靡全球呢？这与他背后的策划团队分不开：只创作精品，并且百年不落伍的精品。

**我:**按照你的说法，我现在应该把所有日志都删除，因为都是速食文学！

**克亚:**我觉得有必要，从头再开，以全新的写作手法，全新的姿态推出全新的精品，不求数量，哪怕一年只出一篇精品，足矣。

**我:**八卦一下，你博客上，有没有骂人的回复？

**克亚:**肯定有，但是博客是我家，骂我可以，不要在我家里骂，OK？

**我:**杰克逊是艺术家，我是个草根，以他的事业标准要求我自己，是不是太苛刻？

**克亚:**其实每个人都是艺术家，每个人应该都只出精品。

**我:**平时，我这个人太随意，我应该如何约束自我？

**克亚:**用精神约束自我，例如，你是山东人，你在网络上，一言一行，都代表山东人，优秀了，别人夸奖山东人好，你做错了事，别人说山东人素质不行……

**我:**真看不出来，你懂的真不少！以前咋没发现呢？

## 7、黄河源头

咱，见过黄河了，有炫耀的资本啦！

到了西宁，先给克亚普及普及地理常识。

**我:**你说黄河是什么颜色的？

**克亚:**黄色。

**我:**错！最先是绿的，然后是半黄半绿的，最后是黄的。

**克亚:**你们去黄河源头了？

**我:**我擦，你去过了啊，早知道换道题！

**克亚:**你现在的状态，就处于半黄半绿阶段。

**我:**啥意思啊，诅咒我青黄不接啊？！

**克亚:**黄河，出道时，是清澈的，如果一直清澈到底，那么它是美的化身，如果同流合污，纵然流量大了，它也很难与唯美挂钩。

**我:**与我有什么关系？

**克亚:**你出道时，挺有天分的，但选错了方向，定错了基调，选择了低端市场，产生了负面口碑，纵然未来你再努力，也很难改变别人对你的印象，就如同人们不认为黄河原本是清澈

的。

**我:**没法弥补了?

**克亚:**换行业!

**我:**有没有低端品牌, 循序渐进的成了高端品牌?

**克亚:**当年, 联通急于拓展市场, 信号基站尚未覆盖全, 就开始放号, 结果给消费者留下了一种印象:联通信号太差。后来, 联通调整战略, 引进了美国的军方通讯技术 CDMA, 信号更强、辐射更小、上网更快……无奈, 当初给消费者留下的印记太深, 人们不再信任联通, 纵然你的确有好东西, 别人也不再选择。一直到今天, 联通都很难有翻身的机会。

**我:**吉利汽车, 低端品牌, 人家收购了 VOLVO, 不是照样可以走高端品牌吗?

**刘克亚:**VOLVO 被吉利收购以后, 品牌形象大打折扣。吉利, 一出道, 定位的就是低端市场, 很难做成高端品牌。吉利, 现在也在进军中高端市场, 不过换商标了, 就是想打造全新品牌。

**我:**假如, 我也有绝活, 你觉得我一出手, 就是超高价, 还是从低价循序渐进的做上去?

**克亚:**如果对绝活足够自信, 应该一出手, 就是超高价, 如果从低端市场做起来, 就成了半黄半绿, 最终成了全黄。

**我:**让你说的, 我都没有活下去的勇气了。

**克亚:**潜心修炼你的绝活, 换个方向出来, 一出手, 就是超高价, 例如, 我是个低端品牌了, 那么就塑造个团队品牌, 走商端线路, 你做幕后策划。

**我:**潜心修炼绝活期间, 谁养活我?如果走低端市场, 边走边摸索, 至少还能吃上饭!

**克亚:**这就是心态问题。

## 8、对谁做比怎么做更重要

刘克亚, 奢侈。不住五星酒店, 就失眠。他住银龙大酒店, 一晚 1800 元。

到他房间, 找点水喝。我晕, 50 元一瓶。

**我:**克亚, 你对这瓶水, 有什么感慨和启发?

**克亚:**一件事, 对谁做, 比怎么做, 更重要。

**我:**选对目标客户, 是成功的关键, 执行力只是起配合作用, 对不对?

**克亚:**基本正确!

**我:**那 xx 的“旅行项目”, 目标客户是否明朗?

**克亚:**最初, xx 走低端路线, 每人 1000 元, 参与者抱怨, 感觉至少被 xx 赚了 500 元黑心钱, 于是生气, 在网上抱怨, 甚至谩骂。后来, xx 走中端线路, 每人 20000 元, 参与者多数有稳定事业, 交流顺畅, 玩的酣畅淋漓, 不抱怨, 还很感激他, 并连续多次参加。走低端线路和走高端线路, xx 做的工作都一样:规划线路、书写日志, 因为选择的目标客户不同, 产生了不同的结果。

**我:**那筛选客户的方式, 是不是单纯的通过定价?

**克亚:**肯定不是, 假如有人温饱问题都没解决, 听说 xx 的旅行项目能把人炒红, 他借了 2 万块钱来参加, 参与后, 他不可能短时间内赚到钱, 最终抱怨被 xx 骗了。

**我:**那应该如何做?

**克亚:**你敢于拒绝一部分客户, 你才能博取大部分客户的满意, 假如 5 个人一起旅行, 4 个企业老板, 一个借钱参加的, 他们之间没有太多共同语言, 如果把这个借钱参与的拒之门外, 另外 4 个客户就会非常满意。

**我:**好象大部分人在创业时, 都会规划自己的目标客户吧?

**克亚:**你可以试着采访一下, 他们会告诉你, 目标客户是:大众。

刘克亚给我的建议:停下脚步,思考一下,自己的方向是什么,然后去打造属于自己的绝活。而不是盲目的靠技巧赚小钱。成大事者,必有绝活。

我:那马云有绝活吗?

克亚:有,马云的绝活,就是能够聚集一群精英,打群仗。

吃饭时,小猪帮我们拍了几张照片。我吃相不好看。刘克亚提议,不是精品照片,不要发。发了,反而降低品牌度。刘克亚说,这家店,是最贵的,也是生意最好的!排队,为什么大家愿意排?就是因为有绝活。来这里消费,不考虑价钱问题!这就是超高价案例。

第二天,我们去青海湖。

晚上10点才回西宁。跑去吃手抓羊肉。打烊了!仅剩一点羊肉了。刘克亚,苦苦哀求,买到了。打包,留吃夜宵的。我们继续寻找手抓羊肉。路遇“郭xx手抓羊肉店”。进去,点上手抓羊肉。一吃,太业余了。一点心情都没有,打包了。最后,扔掉了。路上,克亚问了大家一个问题:假如,郭xx家的手抓羊肉不要钱,益鑫的吃一顿200元,你们选择哪家?大家答案一致:益鑫。克亚说,销售的最高境界,就是无销售痕迹。益鑫打烊了,不想卖给咱。咱求着人家买。

我:别整高调理论,说说我的旅行项目,如何无销售成交?

克亚:写好旅行日志,让别人感受到价值,自然会主动找你。

我:旅行是高消费,不体验,别人是不会轻易买单的,如何解决这个问题。

克亚:以前,我总是坐经济舱,有次航空公司给我打电话,让我免费体验2次头等舱,从那以后,我再也不坐经济舱了。

我:是不是要设计一个体验环节,让别人感受到旅行项目的价值?

克亚:基本开窍,超高价的前提是有绝活,有绝活,需要设计一个梯子,让目标客户轻松甚至免费体验到你的价值,而不是一出道,就叫嚣一个天价,那样,没人买单。

我:绝活,好象只有少数人才有?

克亚:每个人都有自己的天赋,多数人都没找到自己的天赋在哪里。

我:绝活,是技术吗?

克亚:不是,是一个统称,在行业里立足的杀手锏,例如xx,他的绝活善于运营人脉资源,朋友众多,这不是技术活,可能是一种性格天赋。

我:我专业是书法,目前从事教育行业,未来想进军网络行业,我想做的事挺多,我应该如何安排顺序?

克亚:没有全才,只有专才,找到你最有天赋、最感兴趣、最有成就感的事情,聚焦在这个点上,专心修炼,必出绝活。

## 9、严格遵守游戏规则

早上,和刘克亚去逛街。等红绿灯。车少,红灯时,老百姓就已经开始过马路了。刘克亚,坚持等到绿灯。后来,还有一个细节。他过马路,一定要走斑马线。

我说他,你至于嘛,这么认真。他说,撞死的,都是胆大的。做任何事,都要遵守游戏规则。

## 10、我,一直在旅行的路上

刘克亚说,出来旅行。看风景,是次要的。关键是可以接触很多新鲜事物。给自己带来很多

启发。这些启发来源于自我观察、沟通对话。

我问刘克亚一个问题:假如,我做旅行,只能平本,是不是要继续做下去?

**刘克亚:**旅行,真正的收入,在于你经历了别人没经历的。这才是真正的财富,随时都可能爆发!

**我:**你鼓励年轻人出来旅行吗?

**他说:**我一直都在旅行的路上!

我明白了!

## 11、真正的财富,是自由

和刘克亚探讨了一个很敏感的话题。

**我:**你的学员里,很多人比你有钱,你羡慕不?

克亚问:你羡慕不?

**我:**我肯定羡慕。

**克亚:**真正的财富,是自由,应该是他们羡慕我。

**我:**我又想要钱,又想要自由。

**克亚:**让别人为你赚钱,你替他们自由。

## 12、没有车,最气派

我和刘克亚讨论过旅行用车的话题。

**我:**你觉得我买个什么车,比较气派?

**克亚:**没有车,最气派。

**我:**没车一族还气派?

**克亚:**有人在意过马云开什么车吗?即便是马云开奥拓上班,大家也猜测,那肯定是黄金定制版的。

**我:**我做旅行,肯定要有车。

**克亚:**做品牌,不要把自己局限住,你开一辆30万的车,就把自己定位在了这个阶层,假如你没有车,就会留给别人遐想的空间,别人摸不透你,慢慢就把你神秘化了。

**我:**那完蛋了,我开捷达。

**克亚:**那你就赋予你那辆捷达一种精神,打造成传奇,别人坐你车时,特兴奋,终于坐到了传说的PE520。

风景,只是陪衬。大部分时间,都在车上度过的。看着窗外的美景,聊聊天。特有情调。

## 13、把他们最赚钱的部分免费化

**我:**我做旅行,初期,是先模仿,还是直接创新?

**克亚:**积累经验靠模仿,创新靠开悟。

**我:**现在模仿我做旅行的人越来越多,我如何甩开对手?

**克亚:**塑造标杆形象,打造格局。

我：如果有专业团队，烧钱请名人做旅行，抢市场，如何办？

克亚：把他们最赚钱的部分，免费化。

我：也就是说，邀请企业家免费参加，吃住我全包，对不对？我不是亏死了？

克亚：利用后端赚钱，而且会赚到更多的钱。

我：有没有经典案例？

克亚：360 就是这么打败瑞星、金山的。

## 14、素质与实力

当天，唯一的震撼，就是两弹纪念馆。进门，就是一重型武器展。那导弹，巨大！

纪念馆，禁止拍照。我偷着拍了两张，被刘克亚教训了一顿。

刘克亚：一个人的素质，体现在无人监管的公共场所。

吓的我，赶紧删了！在里面，看到居里的一句话：“你们要反对原子弹，自己就应该先拥有原子弹”。我问刘克亚，如何理解这句话。刘克亚：实力，决定话语权。

## 15、《三十六计》和《孙子兵法》不在一个层次

青海湖，油菜花开了！文成公主，博学多才。在吐蕃，传播汉族文化。松赞干布，肯定是最大受益者。

学会了汉语，读懂了《孙子兵法》。于是，战无不胜！刘克亚，反驳了我的谬论：

克亚：一看你就没读过《孙子兵法》。

我说：不就是《三十六计》嘛！

克亚：《孙子兵法》不是《三十六计》。

我：《孙子兵法》不就是教些打仗的伎俩嘛？

克亚：《孙子兵法》真正的精髓，是让人不打仗就胜利。

我：如何做到的？

克亚：出征前，在脑子里进行无数次预演。战争，爆发在哪里，中途会发生什么插曲，会在哪里胜利。脑子里，一清二楚。

我：有这样的人吗？

克亚：拿破仑，出征前，把自己关在小屋里，躺在地图上想几天。然后用图钉标记：会在这里爆发，会在这里胜利！战争爆发后，一切如多米诺骨牌一样，按照他的计划进行。

我：你提出的多米诺营销，也是教人睡地图？

克亚：原理是相通的，成功都是策划出来的，在决定做一件事前。要进行周密的思考和计划，把可能出现的问题，一一考虑。做成详细的计划，挨着一块一块的执行，看似互不相干。

其实是多米诺效应，一出手，就停不下来，直至成功。

我：创业，咋和打仗似的？

克亚：打胜仗，绝对是一种智慧。

## 16、神秘感

下雨了。刘克亚提议，拍张朦胧感。问，效果如何？他说，还不错。

**我:**在营销领域里，朦胧也是一种技巧吗？

**他说:**是的，塑造神秘感。

**我:**我如何把自己神秘化？

**他说:**不轻易见人、不轻易发表言论。

## 17、道德第一，赚钱第二

青海湖，越往西，越辽阔，越美。有大海的感觉。称之为青海，不为过！前面有个小镇，住着很多内陆渔民。被重金悬赏来的。专捕湟鱼。

刘克亚说，道德是第一位的，赚钱是第二位的。

**我:**你会不会拒绝一些特殊行业的学员？

**他说:**肯定筛选，假药、直销，拒之门外。有个朋友，曾同一水平线，后来，他在网上卖减肥药，发达了，现在买别墅了，我特羡慕，我心理有问题吗？

**他说:**你这个年龄段，有这个心理，很正常。无论什么时候，记住一句话:出来混，迟早是要还的。

**我:**没钱，没人认可我。

**他说:**你不需要征服世界，只需要找到属于自己的角落。

## 18、君临天下

刘克亚，金鸡独立……看到他这个搞笑的动作。我决定调侃调侃他。

**我:**一看，就是武术菜鸟，动作都走形了！

**克亚:**一听，就是武术菜鸟，连常识都不懂！

**我:**练武，至少也要有招式！

**克亚:**真正的武林高手，不在乎招式，而在乎内功。

**我:**那你觉得小说里，谁最牛？

**克亚:**黄老邪，他不借要出手，内功就把敌人及倒了！

**我:**扫地僧才是最牛的，一扫帚拍下来两个武林高手。

**克亚:**黄老邪牛。

**我:**扫地僧牛。

争的不可开交，没有答案。

克亚，为了征服我，想了个谬论答案：

扫地僧，是金庸早期作品里的人物。黄老邪，是金庸鼎盛作品里的人物。

金庸，肯定越写越好。所以，黄老邪一定比扫地僧厉害！

青海湖畔，又见藏教佛塔。咱不懂规矩，不能乱拜！继续前进！和刘克亚，又争论起了黄老邪和扫地僧……

**我:**我觉得金庸应该写部武林大决战，把他小说里的高手，来个大混战！

克亚:按照我的推测,他应该已经写好了。

我:小道消息?

克亚:营销人的直觉,金庸的每部作品,看似独立,其实互做铺垫。最终,金庸会出一部大结局,把整个作品集串到一起,形成一个体系。

我:你的意思是说,金庸写小说,幕后也有策划团队?

克亚:超级策划团队,什么时间出什么作品,都是策划团队规划的。

我:策划和不策划,有什么区别?

克亚:每一步,走什么棋,都规划好了。

我:做什么事,都有预谋了,不累吗?

克亚:成熟的标准就是,计划性越来越强了,随意性越来越少了。

我:假如,我是一个实力派歌手,我想上星光大道,你如何策划我?

克亚:用三年做筹备。用一年的时间请专业团队量身策划歌曲。用一年的时间,潜心修炼,把这几首歌演绎得炉火纯青。用一年的时间,请专家给点评修正表演瑕疵。

我:胜算有多少?

克亚:如果的确是实力派,就是四个字:君临天下。

我:也就是说,去参加星光大道以前,已经连年度决赛的歌曲都准备了?

克亚:不仅仅如此,还环环相扣,还要准备杀手锏。

我:杀手锏干嘛的?

克亚:当面临被淘汰时,亮出绝活。

我:卧薪尝胆,精心策划啊。

克亚:一切成功,都是策划出来的。

我:三年才成名,太慢了。

克亚:三年就成名,太快了。

## 19、预则立

我,比较随性。出来玩,不刻意计划。走到哪里,算哪里。刘克亚不同,他做事计划性非常强。他说,去西藏,就如同打一场仗。没有严谨的规划,会出意外的。他看天气预报:

次日,可可西里晴转多云,他说,明天上午10点前,有小雪。必须翻过昆仑山。于是,他倒推……要求当天晚上必须赶到格尔木住宿。并且早上5点起床,6点前出发。让他折腾的够呛。不过回来的路上,我们都很佩服他。因为,那天下雪。下午,路面就结冰了。而我们,上午就翻过昆仑山了。看来,真如刘克亚所言:成功,都是策划出来的,包括一场简单的旅行。

## 20、人性,道法自然

我:刘克亚,你给我们分享了这么多,会不会黔驴技穷了?

克亚:九牛一毛,保证每次见你,不重样!

我:你讨厌直销,为什么提出直复营销呢?

克亚:直复营销和直销是两个概念。

我:能否简单分享一下?

**克亚:**直复营销,是通过向消费者供给良好的体验,之后渐渐获得收益。

**我:**最初,我经常关注你的博客,感觉每篇视频都挺有启发。

后来,我买了你的书,又买了视频光盘。

**克亚:**这就是直复营销,让你免费体验到价值,得到你的认可……

**我:**我的旅行项目,可以不可以直复营销?

**克亚:**当然可以,每期,你都推出一期视频。是与参与嘉宾之间的对话视频.免费分享出去。

别人看过以后,感觉有价值,下次,他也会参加。

**我:**你那零风险承诺,是啥玩意?

**克亚:**拿你的旅行项目举例,你可以这么承诺:参与结束时,您不满意,拿钱走人。

**我:**那我肯定亏死了!

**克亚:**你敢于承诺。真实承诺。报名者更多。你有了挑选客户的机会,筛选报名者中高端群体。只要你的旅行是真有价值,你让他们退,他们也不退。

**我:**你跟着导师学了很多东西吧?

**克亚:**我导师,就送了我两句话:

**第一,做营销,必须 100%从客户角度出发。**

**第二,不管你选择什么行业,从事什么职业,如果你能够收高价甚至超高价,你的人生将是轻松而又潇洒的。你付出的最小,收获的最大。你的烦恼最少,机会最多。你是价格领袖,并很快成为行业代言人.有资源的人渴望与你合作,与你竞争的人望而却步!**

**我:**超高价的背后,是绝活,对不对?

**刘克亚:**对!

整个戈壁滩。现在全被保护起来了。用铁丝网围着。用飞机撒的种子。不过希望渺茫。

刘克亚身后。一排排的植物就是!

我问刘克亚,有没有感悟?他说,有很多感悟。

我说,你会不会立刻把感悟分享到博客上?他说,不会。

**我:**你更新博客,时间为什么不固定?

他说,积累素材,经过一段时间的沉淀思考,有灵感再录视频。

**我:**那你的粉丝不都流失走了吗?

他说,你天天更新,粉丝才会流失。

**我:**为什么?

他说,你家天天送面条,我家偶尔送鱼翅。

**我:**也就是说,你不会考虑数量,只会考虑质量?

他说,数量是没有竞争力的!喜欢吃鱼翅的人,等待时间再长,他也等待。

我问刘克亚一个问题。

**我:**为什么你的博客上没有广告呢?

**克亚:**无销售成交。

**我:**能否举个例子呢?

**克亚:**有人喜欢吃鱼翅,但是感觉一个月才吃一口。不过瘾。问,有没有鱼翅大宴,一顿吃爽的?

**我:**明白了,不需要销售,他们自然需求。

## 21、笔记

路遇一骑行车的,停车,攀谈起来。他叫小李,来自北京。已经骑行 1 月零 13 天。车子辐

条断了5根了。我们都被他的精神感染了。告别后，我们继续出发。在车上，我们讨论了一个话题：你会不会独自一人骑车去拉萨？

小猪：向往，但不敢，主要是安全问题。

我：向往，而且在筹划中。

克亚：向往，但会换种方式。

我：不会，因为我怕孤单。克亚，你准备换种什么方式呢？

克亚：会策划成一个赢利项目。

我：这么伟大的壮举，与金钱挂钩，有些……

克亚：先听我讲。

(1)我会选择从西宁到拉萨，全程2000公里。

(2)我把线路规划为15天。

(3)我邀请同伴开车同行，帮我记录风土人情。

(4)车上有保暖帐篷，晚上我们住帐篷。

(5)骑完全程，飞回北京。

(6)拿出1个月，专心整理骑行游记。

(7)进行连载推广。

(8)在骑行游记后面，顺便推广一项活动。

(9)活动内容为：明年7月，从西宁到拉萨骑行。

(10)统一提供山地车、骑行装备、保障车、保暖帐篷。

我：收费大约多少钱一人？

克亚：每人2万元，招10人，用一年的时间预热。

我：如果真有人这么搞，我第一个报名！

克亚：吸引你的地方是什么？

我：听说，有人骑了一圈，瘦了20斤。

克亚：你觉得骑完全程最难的什么？

我：毅力、孤单、安全，我觉得你这个模式，恰好解决了这个问题。

(1)我没毅力骑完，但是一群人一起，我就有毅力。

(2)你这个模式，可以每年做一次，越做越高端。

克亚：我是不会去做的，因为一个人，要明白自己不擅长什么。我只是想说明一个道理：任何兴趣，都可以策划成赢利项目。

格尔木，进军西藏的大本营。酒店生意，异常火爆。还有五星酒店。在携程定的酒店，到现场一看。太业余了！决定换家酒店，挨着问了几家，全满房。

刘克亚，做事风格与众不同。

我们兵分两路：我和刘克亚，开车去找。问了几家，都满房，我都没耐心了。刘克亚说，找到房间的办法很简单：心态平和、挨着一家一家的问。最终，让他找到空房了！

这一点，我是真的很佩服他。晚上12点，我们才住下。刘克亚让我睡觉前去加满油。

他让酒店前台5点叫醒大家。

早上起床后，我去他房间，他在整理笔记。他说早上4点起床的，把一些心得整理一下。

他的笔记：半中半英。

我：为什么半中半英？

他说，你不懂英语，读不懂，老外不懂中文，读不懂……

他说，每次出门，都会随手记一些东西。

现在已经有100多本笔记了！等他退出江湖时，就会公布这些笔记。记录他发展的全过程！

(完)