

亚伯拉罕案例研究
Jay Abraham's incredible

By 杰·亚伯拉罕



“亚伯拉罕” 案例研究，在今后的 3 到 18 个月里，用成功故事和事例激发你的创造性， 让你转变市场战略， 培育企业发展和职业习惯。

502 “亚伯拉罕” 案例研究，在今后的**3**到**18**个月里，用成功故事和事例激发你的创造性，让你转变市场战略，培育企业发展和职业习惯。

*** 高度机密 ***

*** 切勿外传 ***

来自

Jay L. Abraham

来自杰·亚伯拉罕的一封信。

主题：502个 难以置信的案例研究，在接下来的3到18个月里让你的事业飞速发

展！ 亲爱的顾客：

这份“难以置信的案例研究”是专为你一个人而写（“切勿外传”），很可能引起诉讼，内容高度机密。本书中包括了超过500个真实个案，企业案例研究，成功故事和记录完整的证明资料。他们一定能够激发你的创造性，让你转变市场战略，培育企业发展和职业习惯。

你可能知道，对于提交我希望了解的各种类型、格式和内容的各个案例的人，我十分清楚。他们必须详细描述，量化说明结果，他们要确切说明我的概念对他们产生的影响，从各种有利的角度，他们必须描述我的基本策略，这样所有的人在事业中才能遵循、适应并采纳这些基本策略。

一句话，我要求并且是无情地要求大量的资金来采访并记录每个案例，而不是亲自或雇用一队执行记者 或研究者来写出案例研究。

作为访问过程的一部分，不幸的是，我不得不遗憾地拒绝几百个提交案例的人。因为虽然他们对我给予了 过高的赞扬，让我感到高兴（对此我真心地感谢他们），但我找不出他们的案例对你会有什么价值，他们对你 并不适用。

本书中包括了502个合适的案例研究、成功故事和事例。任何人都可以研究这些案例，立即从中得到有益 的影响……这包括你。在接下来的18个月里，最快在18天里，你就能飞速发展你的事业。

真心的建议 如果我是你，我会把这些无与伦比的机密案例研究信息当作一笔财富，这样开始系统地

利用它们采取行动：

- 首先，“粗略地”通读一遍这本书。打印出来，放在一个文件夹里，标明“机密”。放在案头或随身携带。用即时帖对那些立即适用你本人、你的环境或事业情况的案例研究做出标记。

我会找出能够针对自身的具体情况来借鉴、适应和采用的策略。在这一过程中，我会基于时间、可用资金、 努力程度、最有创造性的案例，或者我会找出与我相同行业，能够模仿的那些案例研究。

- 然后，我会仔细研究上述这些案例，用一支笔或记号笔，标出案例中成功的基本要素。我会试着研究 每一个案。我会提出问题，象“这对我有什么启示”？是什么策略、战术或动力使之成功？最重要的是……

我能从这里学到什么，对我本人的事业有什么启示和适用性？

- 接下来，拿来笔和纸，我会优先记下我想要“创造性地模仿”的那些案例研究。我会基于执行的容易程度 和时间来将其排序。（注：我会给你个提示……到目前为止，在所有502个案例中，有报道的最成功策略是利用 “风险倒转”。这很容易，从根本上讲，很自由，这样可以立即成倍地或成三倍地提高你的营业额。）

- 下一步，我会为我想要实施的每个策略建立一个详细的计划，建立一个营销日历，确定何时实施。我会倒 过来看，确保建立了一个伟大的执行计划。

- 最后，我会注意一个策略，根据情况优化改进，直至最终从中获取最大价值。就这么做——不需要更多， 这样在3—18个月后，当你的销售业绩直线上升，利润增加，你就会感谢我了。

这就是通向王国的钥匙——自由！

你可以看到，如果我是你，我会完全消化和理解这本书，根据自身情况采用各种策略和战术，因为这本书是一把钥匙，让你能够发展事业，增加利润，在事业过程中创造许多的突破。

我希望你知道，你的行动会激励我更加努力地工作，因为你在给我的案例中已经展示了……你是少数取得成功事业的人士（硬是有多数不做为的人——面对我公开地希望与你分享在过去职业生涯中获得的经验，不去执行、适用和采取行动）。

我衷心地希望，你会立即针对这些案例采取行动，能够告诉我在事业上取得的巨大成功。任何一个案例研究、成功的故事和事例说明，都能够改变你的营销策略。其中任何两个都能相互结合，成几何倍数地增加你的营业额……如果是三个或是更多，你的利润就会火箭式地上升。

因此这样你就让你的工作非常适合于你自己。我相信这是生命中的积极冒险经历，一个极少数人能够体验的经历。再一次感谢你与我分享你的案例研究、事例或是成功故事。希望你所有的事业努力都能成功。



Jay L. Abraham

附 下一次取得成功时，请不要感到不好意思，把成功的故事告诉我。我对所有利用我的方法和理论时采用的新的、创新性和有创造力的方法都感兴趣。[把你的故事发给apgi@abraham.com](mailto:apgi@abraham.com)。

（正如你所知道的，我可以利用你的成功提出许多新的方法，增加我的书本销量。这也是一个案例研究课程：你应该从我学到营销经验，把相同的方法应用到你自身的情况中去。）

附

重要说明：在准备这些案例研究中，我花费了大量的努力、时间、金钱和承诺，向与我分享的人做出的承诺。为了我的目的而分享他们的经历。这也是某种商业应用。

我很高兴仅与你分享这些完整的案例研究——绝对免费，按照我对你最初的协议和提议。然而，非常重要并且绝对必要的是，你完全尊重这些案例的机密性和排他性。

未经我的书面批准或同意，绝对禁止以任何形式传播本书内容。本书仅仅是与你和你的企业分享，

作为我的免费礼物帮助你成功、发展，拓展事业。你应该知道本书是无价之宝。书中包括了几百个完全的具体策略和为其提供支持的战术，每个读者都能获得巨大的财政、竞争力和企业优势，超过所有的竞争对手。

因此，这被认为本书完全为Abraham出版公司所有，其知识产权归于该公司。所以，本书的编写、设计和出版不用于向除你以外的其它人传播、转让或分享。我们衷心希望你能以我们期望的标准保持本书的机密，不要辜负我们的信任和你的品行。

警告：在某些商业应用下，我们修改为.pdf文件，以便追踪并确保我对于机密性和不得公开的要求得到尊

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

重。

如果我们发现你或你的员工有违反上述要求的行为，我会感到非常糟糕。所以，再次重申，请尊重我对保持本书机密的请求。谢谢。

1. Abdul Mozid

----- 原始信息 -----自: Abdul Mozid 致: Jay Abraham 发送: 2002年6月31日星期三, 上午10:09 我怎样在6个月内把我的营业额从1200英镑每星期增加到超过2500英镑。

我做了什么？我在6个月内把我的营业额从1200英镑每星期增加到超过2500英镑。我为我的叔叔工作，在7个月的时间里，当他出国的时候，我负责整个生意。

我们所有的营销就是圣诞节时在报纸上一块卡片大小的地方做广告。我们不会整年做广告，因为这样效果不好。

经再三考虑，我要说的话违反逻辑——我们也会散发传单，这会带来新的顾客，然而，我们从不持续不停地发传单。我们只在生意不好的时候这么做。这就是我们仅有的两种营销方式。

在研究过JAY的“Jay Abraham的赚钱秘诀和其它营销秘密”后，我认识到我们在运营中存在许多问题。

最大的问题是我们从不了解顾客的姓名——对于常客我们只知道他们的姓名。这意味着我们对顾客无法做

任何事，因为我们不知道我们为谁服务，不知道我们有多少顾客。我们也从未计算过每位顾客的边际净利润。

我做的第一件事就是了解顾客的姓名，并记录到一个卡片索引系统中。在分析过我们的行业后，我认识到我们可以轻易地了解约50%顾客的姓名。这包括留下姓名、地址和电话叫餐的顾客。其它一半需要一些“创造性”来了解姓名……

我从一个朋友处借了个主意，他有一本顾客手册，记录了他酒店的顾客。我把这本手册用在外卖饭菜时。我在柜台前有一本“顾客”手册，记录了顾客的姓名、地址、电话，并注明他们对外卖饭菜的意见。我们给顾客的优惠是，所有手册中的顾客在将来会受到特别邀请。

在得到姓名后，发展生意就很简单了。首先，我会给名单上的每位顾客发一封感谢信。然后，给他们一个便条，写上本周特色菜式，以及今后5个月的每周菜单（首先给50名顾客试一下，以免浪费钱）。

结果会为自己说话的——我们的营业额翻了一

番。我学到的最重要一点是：

我们必须提出问题，问一下“还有更好的办法吗？”你必须量度并记录每件事——例如你有多少顾客，他们是谁？

愿意尝试事物——即使可能失败。确保你与顾客经常接触——否则他们会忘记你！

我不再为我的叔叔工作了，事实上，我正在开展自己的事业，但所有这些都是真的——我的详细联系方式是（简单一点）：

A Mozid先生

2. Adam J. Betcher

----- 原始信息 -----自: Adam J. Betcher 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月, 星期三, 晚11:51

我可能是最不适合提供案例研究的人, 因为我现在还在整天工作, 帮助我的第一位顾客。为了解释清楚为什么这是一种成功, 我必须告诉你整个故事。

我是在“财富100”公司中的一家公司任项目经理/流程开发人员/系统工程师。我只有一个助理职位, 而我的同事多数是工程师, 拥有博士头衔, 所以你可以看出作为一个普通的人, 我没什么成功机会。

在这个公司里, 我注意到有些人能够创造出优秀的技术解决方案, 但公司会忽视他们, 转身去雇用对此一无所知却具有良好销售业绩的咨询人员。

这我和我的同事很苦恼, 所以我决定做些什么。我开始研究营销和销售, 因为在这些方面我的同事并不在行。我遇到了一个人, 他叫Jay Abraham Protégé, 他愿意告诉我他的方法。我花了一年的时间学习、研究和总结磁带、书本和简报里的核心原则。最后我终于准备好了。我邀请了一群精英中的精英吃午饭, 向他们展示一份有关创建一家咨询公司的商业计划, 公司收取的费用是从顾客的赢利中提取一定的百分比。

*** 这是我的首次成功。如果没有研究到JAY的材料, 我决不会想到有勇气或有能力说服别人加入我的行列。

有三个改善大师加入我的公司。一位Demming 专家, 一位培训专家, 和一位限制理论家Jonah 。这三位都对人员和系统管理理论有着深刻的理解, 但没有营销技巧。

一旦我开始运作公司, 我立即拥有了足够的顾客填满我的空余时间(我们都有正式工作和家庭)。我们只能为2位顾客提供服务, 和一位顾客会面的正常时间需要一年半, 公司开始已经2年了。当我们和顾客合作时, 他们提出了似乎是不可逾越的困难, 我们开始分享形成战略伙伴关系、逆转风险、获得参考的原则和理论, 利用系统管理工具体系中的方法帮助他们想清问题。他们总是带着新的希望满意而归。

我也有一份新的希望。最近, 我开始收到Jay的合作者, Chet Holmes的材料。开始, 我想, “又一个笨蛋 想要借Jay Abraham的名气”。但我错了。我收到了一盘录音带, 其中Chet简要说明了他讲述一个核心故事的技巧。

我要告诉你的是, 所有我的顾客/同事/朋友/亲戚等等, 听说过Chet Holmes。我购买了 PEQ和PEQ II家庭研究, 正在努力学习。我完成了我花费一年来完成的计划, 签订的合约达到了其它人在过去一年中签约的50%(到目前为止, 他今年做的不好)。

***这是我的第二次巨大成功。如果没有Chet的方法, 我不会知道我能帮助他提高销量, 也不会获得这个顾客。

我现在开始工作40个小时, 星期一不上班。在星期一这天, 我和这个新的顾客一起工作。我们建立了出色的风险逆转, 为他建立了一个极好的核心故事, 并正在改进其中的缺陷。他与他的顾客分享之后, 他的顾客都对这种新的商业方法产生兴趣。很快, 我们就会雇用一些超级销售人员, 看我们的成功吧。

Adam J. Betcher

3. Ahron Katz

----- 原始信息 -----自: **Ahron Katz** 至: **Jay Abraham** 发送: 2002年8月1日, 星期四, 下午12:54

我是 Ahron Katz, A-abc 设备和空调公司的创始人, 公司位于德克萨斯的达拉斯, 拥有 “红色的小货车”。每年的营业额有约1千万美元。

我要与你分享的例子中采用了三个 Jay 策

略。这三个策略是:

1. 风险逆转。这样, 顾客没什么损失。
2. 成为你公司的发言人, 因为人们更愿意和一个人而不是一个实体打交道。这样会为你的广告增加知名度和反应性, 效果会增加超过30%。
3. 如果你对产品或服务有信心, 提供免费或折扣样品会非常有效。如果长期关系有利可图, 那么这种关系会让你的业务成指数级的增长。

采用这些策略后, 以下是三个成功的结果。

1. 通过学习自己做电台广告, 我成为公司的发言人。我使用 Jay 的风险逆转策略向顾客做出个人承诺。“你会喜欢我们的服务, 否则你不用付钱。”

最后, 我在一个星期六的下午, 主持了一小时的电台广告。在几年中, 对 A-abc 的认知度——一家拥有 “红色小货车” 的公司, 从3%增加到超过40%。

2. 作为服务的开始项目, 我提供了免费的一氧化碳探测器和免费的检查。我们送出了1500 个一氧化碳探测器, 做了200次安全检查。总费用是1万3千美元。但因此得到的顾客, 在12个月 内所带来的销售额是11万2千美元, 毛利润率为43%。在24个月内, 销售额增加到25万美元。

3.我为每位拥有5年以上房龄的顾客提供一项价值19.95 美元的能量核算。正常价格是150 美元。这一计划为我带来了超过200名顾客, 12个月内营业额为110万美元。

总而言之, 这三个策略让公司的知名度增加了超过1000%, 公司的营业额增长超过上百万美 元。

在过去几年中, 我不断地利用这些策略。他们帮助我公司的成长, 在7年内利润增加超过100%。Jay的理论和方法确实有效。

4. Alan Cooper

~~-----原始信息-----自: Alan Cooper 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月1日, 星期四, 下午4:27~~

在阅读Jay Abraham的书时, 其中多数证明是根据Jay Abraham的理论, 他的顾客增加了惊人的收益。

但Jay给我的最大礼物是让我明白我们生活在一个充满不确定机会的世界里。我们每个人都有能力抓住机会。

我现在正在从一个打工者成为一个老板。走过这条路的人都知道, 有时候这很困难。Jay的理论成为大海中的指路明灯。作为一个没有任何大公司背景的人, Jay对于杠杆作用

原理解释就是我最大的依靠。

古希腊哲学家阿基米德说, “给我一根足够长的杠杆, 我可以撬动整个地球。” Jay给了我这个杠杆。

在我浏览他的网站www.abraham.com以前, 我一直满足于挣一份工资, 养家糊口。Jay教给我期望更多。

利用Jay在网站上的免费技巧, 我和一家主要的移动电话供应商谈成一个合资企业项目, 这样我一个月可以有价值数千美元的免费广告。

我住在南非, 一个美丽的生气勃勃的大陆。但许多朋友和同事不停地抱怨。他们抱怨犯罪率。抱怨工作机会减少。抱怨我们的货币对美元和其它世界货币的弱势(一个兰特不到10美分)。

过去我也是这样, 直至我遇到了Jay Abraham。现在我认识到在每个发现的问题后面都隐藏着巨大的机会。

当我的朋友抱怨由于货币贬值, 他们没法去海外旅行, 我却在忙着利用Jay的理论大把地赚钱。

我的外快已经超过了工资, 在两年内, 我就会每年赚到超过10万美元。这对你来说可能只是一个小数目, 但会让在我的国家里成为一个百万富翁。而这只是剩余收益, 无论我工作与否都可以赚到的钱。

其美妙之处要感谢杠杆作用, 我知道这只是潜在收益的冰山一角。

在10年的时间里, Jay可能再编写另外一些故事。我希望我能再一次入选。我相信我能用我的收入证明这点。

但是, 我也知道Jay给我的最大礼物是为我打开了一扇大门, 让我可以进入一个充满无限机会和激动人心的世界。

Alan Cooper

5. Alan Forrest Smith

----- 原始信息 ----- 自: Alan Forrest Smith 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月15 日下午 5:42

Jay, 你好: 我能说什么呢, 我没买过多少你的书, 但我确实采用了你的方法。自从

读过你的书后, 我采用了其中许多不同的方法, 特别是多重流动和与其它人建立伙伴关系。但这并不是我想要告诉你的。我想说的是更具体的事。

我拥有一家美发店, 网址: <http://www.bigscissorcompany.com>。我希望扩展业

务, 但不确定什么是最好的方法。我们这行中, 员工一直是一个问题。虽然

对新员工我努力“提高待遇”, 但还是很难在行业中招募新人。

我希望美发店不断有新顾客流入。这样我们在一年中就没有淡季了。象许多其它行业一样, 美发业也受到季节的影响。

首先是损耗系统。我是这么做的。首先利用我们的数据库开始。我检查了店里的损耗率和数量。我们在6个月里损失了约500名顾客(我们每星期为160名顾客提供服务)。这会是“新生意机会”的来源。我开始给他们发电子邮件, 并发出了三封信的邀请。

首先提出了软邀请, 最后提出免费邀请, 获得/生命等等。邮件的回复率为60%。我现在每年两次查找流失的顾客。这样做大大地促进了美发店的营业。

第二封信是提醒。每星期简单的提醒, 让顾客知道到美发时间了。其回报率极高, 但做法非常简单, 无需什么成本。

下一封是介绍。虽然我过去也试过, 以前一直不重视, 没有努力尝试。我们给每位顾客发放了一张介绍优惠券, 可以推荐一位朋友。顾客和新的顾客下一次来可以有50%的折扣。新的顾客其实不会得到这些折扣, 因为我们受到良好的培训, 向他们推销更多的产品, 多数顾客会购买染发品和其它产品。

我们也在每封电子邮件里附上介绍优惠券。现在我们谈谈具体细节, 这有用吗? 当

然, 现在我们的营业额为30万英镑。相信我, 在英国的一个矿业小城市, 对一个小型美发店来说, 这相当不错了。我甚至也成为我们所使用的染发品品牌的最大的销售商。在英国, 我们是染发产品的前10位销售商之一。

这让我们的美发店的营业额从16万英镑增长到30万英镑。对我来说呢? 开玩笑吧。我甚至建立了一套管理系统, 现在我每星期只需一天工作时间。我已经脱离了美发店的业务, 正在做其它的事情。目前, 我的主要目标是继续自我教育, 成为一位著名的/报酬优厚的广告词撰稿

~~大。我正在沿着大路前进。请访问<http://www.orangebeetle.co.uk>~~

那么我会再听到你的消息吗？老实说，我没有读过你所有的电子邮件，但我确实读过你和其它几个人的作品。我离开学校时什么都没有，没受过良好的教育。我现在拥有5百万英镑的资产，

4个好孩子，漂亮的汽车，所有普通的一切。我对上帝的信仰从未如此强烈，生活真美好。

所有这一切不是机会或突然发生的。不错，你的员工确实在工作，这也不是航天科学，只是普通常识。知识不是力量，从不是。是我和其它人在读了你的书后，对知识的运用创造了力量。

祝安，并致感谢。

LeighLancs WN7 4NP, Bradshaw gate 106号 Big Scissor 公司, 电话: 44 (0) 1942 606706

<http://www.bigscissorcompany.com>

<http://www.hairee.com>

<http://www.orangebeetle.co.uk>

以上所述均真实可靠，你可以在宣传和营销时使用我的材料。

6. Alan Turin

-- 原始信息 -- 自: Alan
Turin 至: Jay Abraham
发送: 2002年7月26日下午3:55

Abraham先生:

这是我的故事:

1. 1992年，当我高兴地等待着Florida Bar雇用我的时候，我在打零工。我记住你和一个抵押经纪人的会面。我找机会和一个抵押经纪人见面，提出帮助他扩展业务。他不相信，但在我不 断劝说下同意在新的业务中有所投入。

他给约2000人发了信，他在信中提出，付现金取得抵押权。他会亲自去当地的记录中收集这些人名单。所以我问了他几个问题:

有多少人回信？ he说是2%。好，对回应的人，假定多数人对其抵押权不是十分清楚，折成现金，那么其中只有1/5的人。他很惊异我是对的（我所做的一切只是运用了80/20规则）。

我要求看看信。好的。但信的署名是他的公司Revenue Management Services。我说这听起来好象是一家代收欠款公司。 he说是的: he以前开一家代收欠款公司。我说如果他用自

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

己的名字

会更有用。接下来，我问他，发信的频率是多少。他不知道我在说什么。

这是我的建议。继续发第一封信。这是你能做的。接下来，发一封不同标题的信（已经发了2,000封信，这几乎不算什么问题）。看看哪封信有回应，哪封信更有效。

然后我建议他发两次。我询问他打电话过来的人，什么时候打来，寄信以后5天，3天，10天还是多少。他不清楚，但感觉那些打电话的人会在一个星期内打来。那么我假定是7天。我建议他在第8天寄出同样的信，这样会增加1%或1/2的回信率。

在最初的2000封信中，回应的40个电话，有8个成交。第二封信中，有20个回音，4个成交。

4个抵押权购买值得发出第二封信。

然后我建议另一种方法。继续寄信。但只接听感兴趣卖出抵押权的人的电话。我建议在当地商业报纸上星期一商业版（一张单独的插页）的地产栏中刊登广告，当地有两家报纸，一家日报，一家周报。

我告诉他直接用信件上的标题（已经测试过）。他消失了。找不到他。没给我的建议付一分钱。几乎一年后，我碰到他：他很高兴看到我！我问他生意怎样了。通过抵押权买卖，他赚了25万美元。当然我没有任何报酬。那么我问他做了些什么。

事实上，他没按照我的建议，他做了完全相反的事。他没有继续发送直接邮件或试

验标题。他放弃了。他唯一做的是在电视上播放一段短广告（我没有想到）。他从

价目表中得到了折扣（我对他解释过的一个技巧），但却是通过咨询报纸销售人员得到这一折扣的。

他估计在这段时间内收益翻了五倍。由于他没有与我签订协定书，所以觉得不欠我什么。他同意签张支票给我。他给了我一百元。这是小费吗？

我感到生气，在把钱放到口袋里以后，我决定还给他。我指出，他不继续发送直接邮

件损失了5万美元。我也指出他没有利用其它媒体来销售。如果当地电视台能为他带来25万美元的收入，我指出其它4种媒体，如果每种只是电视台所带来的收入的1/3，加起来就有32万美元。“如果其它的能和电视相比，他就可以有1百万美元。”他似乎觉得我说得对，但还是对他的25万美元感到高兴。我戳破了他的气球，行为不那么高尚，但觉得受骗了，没拿到属于我的那少少的10%，或2万美元的报酬。

2. 1992年进入Florida Bar工作后，Andrew 飓风扫过Dade 县。我住在县的北面，突然发现自己可以为房东做许多收回财产的工作。接了20个工作以后，我想我应该为我的价格定个标准。我认识到房东的生命价值对收回财产和其它相关活动是非常重要的。

问题是我缺少资金（又一次抵押经纪人的故事），也不想为广告付款，这需要经过公司事先批准。

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

~~我需要一群房地产经纪人。然后我开始打电话给一位房地产经纪人刊登的“办公场所招租”~~

广告。我告诉他我的姓名和所需要的办公场所。不可避免地，他问我从事哪类法律业务。我告

诉他们：我专门从事房地产收回财产业务。我打了三个电话：一个是自动应答机，没人回答。第二个是一个不耐烦的房地产经纪人，质疑我的专业。第三个是一位女士，她态度很好。我去了她的办公室：太大了。但她问了我更多有关收回财产的信息。我说我做了份清单，这样在法庭上不会觉得尴尬，我可以给她这份清单。她说，“你可以和我手下的房地产经纪人一起吃午饭，和他们谈。”太好了。

所以我带着100份“Dade县租房住户退租房主清单”，和50名房地产经纪人交谈。作为他们邀请的发言人，他们邀请我吃午饭。我仍然还没有看到这笔生意的杠杆作用。

吃完午饭45分钟以后，我和他们商谈如何完成收回财产，而不需要一名律师。这是一名律师提出的问题（分类广告），他们把我看作一个朋友。这是1994年5月。在接下来的一年里，我自己的工作占一半，另一半来自这次午餐会。在我的记忆中，这是一家海鲜餐馆的美味鱼肉。这次午餐一共让我赚了2万5千美元。

3. 在做完收回财产业务后，我厌烦了这项工作。我决定在与我的专业相近的领域内工作：税法。我在上学时学习了所有的税法课程。在实践中，我发现为了编写税务计划，你必须是税务上的注册会计师或法学硕士。要回到学校，不止是参加或听一场讲座，这个想法让我感到讨厌。

在考虑的过程中，我遇到了一位注册会计师，他为许多人解决了实际的税务问题。5年，10年，21年忘记报税，这是我所见到的最长的时

间。他愿意把我领进门。他说这是一个巨大的市场。

我问他，哪个职业或行业中这样的人最多。他说，这说不定，但大致来说通常是承包商和人身伤害律师（这让我很奇怪）。

承包商？我最近购买了一套fixer-upper的房子，我有了合理的借口。打开电话簿，打电话给承包商，让他们来估价。房屋扩建，电力，次卧室，厨房改造等等。

不可避免地，承包商问我，“你从事什么行业。”我说，我是名律师，专业是为一段时间忘记报税的人提供服务。我为他们谈判减税、减息或减轻处罚。”

所有人，除了一位承包商（他说两年前他会需要，但现在已经没事了）都成了我的顾客。每件案子约2000美元，这让我在很长时间内收获不小。我的电话簿确实为我找到了三个顾客，但没有什么比打个电话，让他们上门成为我的顾客更好的了。

如果我想起其它，我会告诉你的。

谢谢你，Jay

Alan Turin

7. Alfred Johnson

----- 原始信息-----自: Alfred Johnson 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月26日上午
4:54

Jay, 你好, 我是加兰的Al Johnson。 你的营销策略和
Jay式方法改变了我的生活。 我没受过大学教育, 大部分
时间在一个贫穷的环境中长大。

我在高中毕业后参军, 去了德克萨斯, 在那里我对邮购和直销有了兴
趣。 我摸索了多年, 试着进入邮购行业, 建立某种直销业务。 我认为
我了解了所有有关这项业务的一切。 但有一天, 我偶然发现了你的理
论, Jay Abraham先生。

我以前没听说过你, 因为你的名字不在我通常阅读的一般的邮购杂志和商业
报纸上。

我从你那获得的信息是一盒磁带, 是你和Tony Robbins的访
谈。 这盒磁带改变了我的生活。

我无法负担你的培训计划, 所以我决定仔细听听你和Tony Robbins的访谈, 从中尽可
能了解一些线索和想法, 而不去购买你的任何产品, 因为我当时无力负担你的培训计划。

我听过许多邮购课程, 如何成为邮购专家, 如何写广告材料等等, 但你的方法与众不
同。 你不是在教我们普通的东西, 你是在教我们思考方法……

你在简单的磁带上教了我许多, 而且是免费的磁带, 与我见过的所有其它书本、文章、
杂志和专家相比, 你教了我更多的东西, 更多有用的知识。

我甚至无法说清你的知识到底属于哪
类…… 是直接邮件? 还是直接反应?

到底是什么?

我知道如果说所有其它“虚构”专家能做到, 你就获得了更高的成就, 但我决心公开你的方

法。

这是一种我能利用它取得更大成就和更大事业的方法，正是这种方法让我着迷，Jay，你不仅教会我怎样开阔我的

事业观，而且教给我在各方面开阔我的生

活。有多高才算高？

从盒子里出来。想想看。重新下个

定义。开拓自己。你教会我3种办

法发展我的事业。幻觉原则！

我不敢相信我所听到的。我是一家全国保险公司的销售培训师，出于两

个目的我决定采用你的方法：

1. 为全国各地的保险代理编写更好的营销材料。
2. 让我自己成为公司里的当地营销专家，拥有重要价值，得到提升。当我开始时，

还有其他几位培训师，但几年后，他们或是被解雇了或是辞职，只有我还留

在公司里。

当时我的年薪是3万5千美元，但利用你的方法，在工作中运用你的理论，帮助公司赚取了几百万美元，公司开始了解我对他们的重要性。

今天，我的年薪是6万美元，并可在每位会员身上获得2美分的收益。这看起来不多，但我们的目标是发展1百万会员，这会让我拥有2万美元的红利。

公司提升我做了企业通信主管，请记住，我没有大学学位。

公司甚至奖励我你的《Jay Abraham的营销秘密》和其它营销秘诀书籍。你知道，过去我无力负担你的昂贵的大部头作品，现在我免费得到它们了。

按照你的理论，我为公司建立了一套营销体系。多年来，你的理论一直是我们的代理人的头号工具。

它帮助我们的代理人每年为公司产生数百万美元。它

有一套自由的顾客指导概念，教育顾客购买健康保险。

利用直接反应原理、记录的信息、研究会、跟踪信件和体制，通过直接反应营销来开发指导顾客，我为顾客建立了各种类型的Jay Abraham式广告。

我把你的理论教给部分全国营销主管，他们招募人员的反应和销售成果翻了一番。

部分销售人员的销售达成率提高了90%，你能相信吗？

有趣的是，他们都相信这是我的原因。但在每个研究会上，我都会告诉他们，

我所有这一切都是向世界上最伟大的营销专

家Jay Abraham学来的。

一天，在一个二手书店里，我发现你的“秘密财富”计划，我说，谁这么笨，把Jay Abraham卖到二手书店。

我花了几个美元买下这本书，并从此利用你的多重支柱概念，发展了超过30家合资企业和公司，通过向他们介绍顾客来获得收入，其实他们完全可以绕开我！

另一个Jay Abraham概

念决没有尽头。

我创建了一家公司，利用业余时间打理，公司叫做Johnson Information Research。业务是帮助企业所有人，企业家和销售专业人士了解营销、广告和销售理论，这都是以你的思考方法为基础。

实际上我并没有购买你的计划，但我成功地实现了这一切，因为你知道开始的时候我无力负担这些。

我只是利用一些免费磁带、免费报告，或你提供的所有免费材料，象花钱买下来一样努力研究你的免费材料。

实际上，我把你和Tony Robbins的访谈打印出来，让我的思想沉浸在你的思想当中。

我有一整盒信件、销售信、贺卡和其它你送出的一切。我学会注意你，观察你，思考、

测试

并运用我看到你的所作所为，我知道，你的一封信是那么的珍贵，是一笔巨大的财富。

我没有购买你的计划，因为我无力负担，很久以前我就决定，把你最好的广告语用在 了你自己的销售信中，所以我想，与其依靠课程，不如认真研究你送出的东西。

我知道，通过获得和阅读你送给潜在客户和顾客的材料，我可以获得免费的广告写作课程。

最终，我在书店里购买了你的书《如何从你的所有中获取能够获取的一

切》。现在，我发展了你的思想。

感谢你， Jay

德克萨斯 75043 972-240-616

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

加 兰Waltham Court 5117 号

~~Alfred~~

Johnson

8. Allan Ferguson

----- 原始信息-----

自: Allan Ferguson
至: Jay Abraham
发送: 2002年7月31日星期三, 上午
3:18

Jay, 你好: 很高兴能对你有所帮助, 我也期待着你为我提供帮助。我会对你说实话, 我只读过你的《如何从你的所有中获取能够获取的一切》一书。这是我

迄今读过的最好的商业发展营销书籍。我的唯一问题是, 找到机会实施你的所有伟大想法。

在发展事业时, 最大的变化在于测试和测量。我们现在知道监控每个打来的电话。我们现在确切地了解有多少工作、转换率和平均销售额来自现有的顾客, 也了解了所有不同类型的营销。我们已经认识到, 这样做我们的电话销售成本非常高。我们现在已经开始尝试在当地报纸上刊登广告, 把我们的成本削减到三分之一, 这就增加了公司的利润率。我们不断尝试广告方式, 在这方面尝试改进结果。我们现在意识到我们的转换率, 我们正在采用不同的策略和销售战术, 如特价优待方案等等。

在事情做完以后, 作为服务的一部分, 我们会致电顾客, 询问他们对我们的服务是否满意, 是否还有改进之处。我们发现, 人们对此做出了积极的反应, 收效明显。

现在, 我们建立了一个更专业的数据库 (file maker), 尽快跟上顾客的发展步伐, 我们会密切地关注他们的成长。自从我们决定严肃地对待营销问题, 我们的业务询问量从02年1月的24宗上升到7月的98宗, 转换率约为65%。我们将编写第2次新闻报道, 由于新的数据库是针对顾客而设计, 对我上述的信息以及更多信息加以监控, 我们也准备把营销瞄准顾客的具体需求。但目前这是所有的内容, 希望我对你有所帮助。

澳大利亚悉尼Omega卫生管道工程公司营销主管

Allan Ferguson.

9. Allan Pollock

----- 原始信息 ----- 自: Allan Pollock 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月13日星期二 上午5:46

用Jay Abraham 方式系统化我的业务 我的业务是寿险、残废保险、重大疾病保险、长期医疗险和公司的集体保险。

——从Jay这里，我学到和做到的最重要的事就是让所有一切变得系统化。目前，我们正在针对所有的业务编写详细的工作说明。无论多么简单或是普通都必须编入，这样一旦有人生病，就有人可以照本宣科地接替工作。

这样的结果是迫使每个人真正地思考他们的做事方式，他们写出工作说明，我们在每周的员工会议上进行审阅，采纳每个人的意见，重新修改完善。

如果员工提出一项重大改革并得到执行，我们会发给他50美元的奖金，我们也建立了一套与产量有关的奖励系统，这真正让所有员工关注目标，帮助顾客并获得让人心动的利益。

另一个重要变化是每月编写一份报道，送给所有的顾客和潜在客户，以及有影响力的人或场所。这不是标准的财务计划者信件。信中包括有趣的一些与财务无关的文章、员工照片，和升职人员，以扩大影响。

Mitzy Hamick-Pollock 公司, Allan Pollock

10. AllyNoorali

----- 原始信息-----自: Aali Noorali 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月2日星期五, 下午5:26

首先，感谢你的成功故事。我们尝试过你的许多不同的策略，确实，带来了大量新的商机，我们不得不慢下来，有时候甚至停止营销工作！

令人惊奇的是，简单的策略是最有效的策略：

1. 标题不同的直接邮件。我们发现，“免税组织者”最为有效（我们是一家会计公司）。
2. 电话后寄出邮寄广告。我们尝试在不同的间隔后寄出广告，即1星期、2星期、3星期等等。最有效的是在1星期以后。
3. 提出退还保证。这在会计行业中非常普遍。我们保证，如果顾客对服务不满意，他们可以退回发票，标明“撤销”，我们会退还他已付的费用。不用说，这很成功。然而，我们做得更好，我们提出免费提供第二年的会计服务。我们得到的回应翻了一番。
4. 通过新闻报道的定期接触收到了良好的反应。然而，当我们在报道中用标题注明提供一个小时的免费咨询，反应就更加热烈。
5. 进行调查，提供在健康农场度过一个周末的奖励，也非常成功。
6. 介绍系统：最有效的是三个联系人的介绍。如果两个人成为签约顾客，则介绍联系人的顾客可以获得年费25%的折扣，是每年的折扣！（只要新介绍的顾客不退出）。
7. 分发《顾客手册》对新的顾客也非常有效。

——8. 除了新闻报道以外，定期发送促销文章。我们试过几种方法，但信件格式（以信件格式写的文章）最为成功。

9. 形成顾客网络，具有相同兴趣的顾客会在其中一方觉得工作负担太重时相互分忧。

10. 安排顾客访问工厂/技术场所，帮助他们增进对其行业内相关业务的了解，这也非常有效，并让顾客学习了许多知识。

还有很多……，一句话，我们需要应用你的策略，我们感谢你的策

略。谢谢，祝好运！

Ally

11. Andrew Lawson

----- 原始信息 ----- 自：
Andrew Lawson 至：Jay Abraham
发送：2002年7月25日星期四，上午
5:34

Abraham先生，你好：你问我，通过采用你的营销概念，我有什么成功故事。我很高兴能告诉你以下的真实故事。

致礼

Andrew J. Lawson

Abraham 思想- 证明故事：“通过Amazon.co.uk/marketplace 销售二手书” Abraham 概念：主人/受益人 我想要卖掉几本（即一打左右）用过的商业书籍。

有这样一些方法：

1) 在“车库甩卖”时卖书，这样幸运的话，只能收回其售价的10%—20%（即，一本10 英镑零售价的书，我只能卖到2英镑）。

或

2) 卖给二手书店。这样幸运的话，只能收回其售价的10%—30%（即，一本10英镑零售价的 书，我只能卖到1到3英镑）。

——实际上，我是通过Amazon.co.uk/marketplace 卖掉这些书，你可以在Amazon 的新品目录中卖掉二手货。我认识到，这是一种主人/受益

人情况，因为：

1) 我是受益人，利用Amazon.co.uk 花费数百万英镑建立和运行的网站来卖掉二手货（即我能“利用”真实的大型资产）。还有一个好处是，我能把自己的货物放到一个拥有数千名潜在顾客的市场上，这些顾客遍布英国各地——这种机会比一个当地的“车库甩卖”或是一家二手书店要大得多。

2) Amazon.co.uk 是主人，因为他们提供了网址，我在这个网址上卖东西，他们从我卖东西的收益中获得一定的佣金。Amazon 也无需：库存、处理、包装或邮寄货物，因为这是卖方的责任。这样，Amazon.co.uk 公司就发展了额外的收入来源（或按照Jay 的说法，“收入支柱”），他们只需要利用网站的现在投资，加上他们市场的转卖者在进行销售时产生的少量额外直接成本。

结果：

10英镑的书我卖了8英镑，除去给Amazon.co.uk 公司的佣金和包装费用，我净收回6英镑。这是向上杠杆收益，比我原先用正常方式在“车库甩卖”或是一家二手书店可以得到的收益，超过+100% 到 +600%。

我很高兴，因为我从用过的书里获得了更多价值；买书的人也很高兴，因为他们用低价买到了送到门口的二手书；Amazon.co.uk 公司也很高兴，因为他们从网站上获得了更多的佣金。这是一种三赢的情况！

“我的叙述是真实可靠的，你可以在宣传和促销时利用我的证明。”

12. Andrew Noniewicz

----- 原始信息 ----- 自： Andrew Noniewicz 至： Jay Abraham 发送：2002年8月14 日星期三，上午8:11

Jay，你好： 这是对你的理论的证明。我是一个信息商。我把我的财务新闻卖给不管市况如何都会投资股票市场的顾客。确定无疑的100% 赢利行业。

在听你的课，阅读你的材料以前，我的想法停滞不前。在我理解了你的营销理论后，我期望我的公司和自己能有的大的发展。

我的做法——主人/受益人关系—介绍。对象——营销公司（付费）；报纸（免费广告）；

其他企业家（交叉营销）

我怎么做——用我的想法瞄准具体的公司/报纸/企业家 为什么这么做——对所取得的结果不满意。为了让我自己和我的公司占据一席之地。 底线——期望收益增加100%。

秘密——坚持不懈。

名称： NBM 公司

规模： 3人型： 财务新闻

联系人： TheNBMCo1@cs.com Andrew Noniewicz

13. AndrewRice

----- 原始信息 -----自： Andrew Rice 至： Jay Abraham发送： 2002年7月31日星期三，上午5:11

Jay, 你好:

我的职业生涯是在听到Roger Dawson 先生的“谈判的秘密力量”课程后开始起飞的。他 提出这样的概念，每次你与他人“眼对眼，面对面”时，你就是在和我用心谈判。从此开始， 在自我发展的道路上我开始研究Tom Peters, Jay Abraham 和 Anthony Robbins的理论。Jay 的技巧不仅对我个人而且对我的事业非常适用，我希望向你提供一些事例来说明这点。

风险逆转

在申请一份年薪正常在4-5万英镑的工作时，我提出两周的免费工作，但要求增加7万5千英 镑的补贴率。如果那里我没有证明我的价值，我就会辞职。他们立刻说，没必要，然后下个星期 我就签了合同。

力量支柱 在这个多风险的时代，这一技巧会提供额外的红利。我为个人和企业创造了多

个收益渠道。

从个人来说，我开始为多个公司工作。就企业来说，我把我们的公司带入几个不同的领域，包括 汽车、财务和政府。因为接触了不同的领域，我们的公司能够生存下来，保持收益，努力转 向人 们愿意花钱的行业，同时我们看到竞争者的失败。

那么为什么我还不是个百万富翁呢？到目前为止，我关心的是与我的家庭一起享受生活。自 己成为百万富翁没什么好处。我也在生活中发现其它的东西，最近，我在发展自己的兴趣 爱好， 丰富自己的生活，我有一个moviethemed 魔术节目，我在发展一项生活培训业务，在 建立一个关 注人民的政党。在我发展生活的各个方面的同时，他们会共同发展，互相补充。

祝愉快

Andy

14. AndrewRussell

----- 原始信息 -----自: Andrew Russell 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月25日
星期四, 上午8:13

Jay, 你好: 谢谢你

的电子邮件。

有一天, 我收到Tony Robbins 对你的访谈, 作为他的“谈话力量”系列书籍的免费宣传, 自从那一个命运之日起, 我就成了你的忠实拥护者。它引起了我的思想革命, 希望从下面你能够了解到, 我们很好地运用了你的理论。

“Arran Aromatics 公司, Jay的方法如何把我们的内部预展变成数十万英镑的订单。”

关于我们公司和我自己: 我的父母在1989年建立了家族企业, 制造和销售优质化妆品

礼物。公司在苏格兰西海岸风

景如画的Arran 岛上, 员工有近100人, 年营业额为7百万英镑, 增长率为每年约25%。我在1996

年加入企业, 当时我已经有了5年的资本货物和包装销售经

验。 证明材料

当我加入企业时, 营业额为140万英镑, 利润不错, 但我们不断为缓慢的销售增长发愁。我们主要雇用销售代理人, 利用对零售顾客的展览作为产品销售方式。我们的主要展览每年二月举行, 一般成本为1万5千英镑。销售额为3万英镑。初看起来, 收益不错, 但我们期望更高。

我们的挑战在于:

1. 许多参会的购买者期望有一位代表来招待他们, 而不是当场订货。

2. 我们的产品全年出售, 但在关键的礼物购买时期会有季节性高峰。零售商们不愿意在这以外的时间保持库存, 这样就影响了销售。

3. 零售商的意见主宰了我们的产品, 我们不能保持所有的产品库存。我的第一步是

利用你的《赚钱秘诀》一书中的一些技巧。我们修改了展览前的邮寄广告, 把标题改为——“是的, 你可以在复活节前卖出我们的产品, 这是其秘诀……”

我们是基于这样的事实, 出于现金流的影响, 零售商不希望在淡季存在库存, 但他们总要卖东西。我们有整仓的库存, 在获得复活节购买高峰时的订单前在仓库里呆上2-4个月。我们的提议是, 如果他们当场购买完整系列产品(达成第一个目标, 停止随意选取, 尽量减少不必要的后续问题), 然后我们会从一月起向他们交货(这样可以更快地销售产

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

品), 我们在1月以前不

向他们要求支付货款。(说明——一般零售商在60—100天内向我们支付货款，这样我们的现金流不会受到太大影响。) 5个月的贷款！你应该

利用这点，来参加我们的展览会等等。

回应非常热烈，下一个展览时，订单飙升到12万5千英镑，我们最近的一次展览会上，订单超过了50万英镑（但现在我们的成本提高了，因为我们需要更大的展台，更多的人手处理订单）。同时，所有的顾客在全年签订重复的后续订单，这难以置信。说明：所有订单在展览会上签订，数字不包括重复订单或结束后的新顾客。

第一个关键是邮寄广告上的标题变化，第二个是我们怎样为顾客增加额外价值，这就是在增加零售额的同时延长信贷，第三个是超卖，向我们购买完整的产品系列，而不是一种产品，有时甚至是几个系列产品。我们为零售商提供了一个主要的动机，让他们在商店里摆放我们的产品，而不是我们竞争对手的产品。这样，我们也赢得了新的顾客。在过去两年里，这样做的其它优势还在于我们现在不需要提供延长信贷了，因为顾客发现他们可以提前销售产品，只是会要求更多的东西，象是“随产品附送的礼物”，这样也有助于他们本身的发展。

我们在选择顾客以后，尝试着提出了5个月的延长信贷促销，但反应平淡。我们利用你在《更长的销售信》中的技巧（这与我以前所学完全相反），说明这一提议的原因，这让我们看起来是经过深思熟虑，而不是一家不计成本疯狂销售的公司。

我知道，事实上，利用这些高级技巧，在同一个展览会上，我们的订单金额是我们竞争对手订单金额的10—25倍。

这对我们的事业和我们对待展览会的态度具有巨大的影响。我们的销售人员不断地寻找办法多销售产品，增加让人惊奇的价值，签订订单。我们的顾客现在来我们的展台寻找价值，他们知道我们能够为他们提供这些价值，他们准备好签约，你可以把这称为顾客的教育。我们帮助他们发现事业中的成长机会，我们自己也得到了回报。

“以上所述真实可靠，你可以在宣传和营销时使用我的材料。”——销售主任Andrew SRussell

Arran岛 KA27 8DD , Brodick , Home Farm , Arran Aromatics 公司, 电话: 00 44 1770 302595

- 0044 1770 303006 (直线) 传真: 00 44 1770 302599

电子邮件:

andrewr@arranaromatics.com

网址: www.arranaromatics.com

15. Andy McNabb

-----原始信息 -----自: Andy McNabb 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月5日星期一下午 4:23

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

McNabb Andy McNabb

广播公司

加拿大L2S 2R8安大略省St. Catharines , Westdale Dr. 14号• 电话: (办公室) 905-704-0239 (传真) 905-704-1768 2002年8月2日星期五 至: Jay Abraham 自: Andy McNabb

Abraham 公司电子邮件: apgi@abraham.com 页数: 1页, 内容: 10万2千美元之门, 2200 人加强婚姻关系的结果, 一夜之间, 为期一天的婚姻研讨会

Jay, 你好:

每7个婚姻中有1个是注定“关系密切的”。我的婚姻生活充满了热情, 我想要帮助其它 夫妇找到办法, 加强他们的婚姻关系——无论他们的婚姻状况如何。

我们邀请了一位在婚姻和家庭方面发表了许多文章的作者参加一次婚姻研讨会。他在美国非 常有名, 但在南安大略省 (加拿大), 当时他没什么名气。

利用你的直接邮件原则, 我们给教堂发了一封信, 请求为我们的售票提供支持。信的标题非 常直接、具体, 让他们看到好处所在; 每段都很简短, 只有2行、3行或4行; 我们用了副标题, 吸引看信的人, 方便他的理解和反应; 我们发出了具体的行动请求; 在一个信封中有不同尺寸的 信纸; 我们记住这样的事实, 两页纸的信比一页纸更能吸引人的注意, 四页纸的效果要好于两页 纸; 除了标题以外, 附注是最重要的部分, 让人理解最重要的意思和行动步骤, 等等。

我们用其它国际知名的牧师提供的证明来增加我们的可信度, 这些牧师举办研讨会取得了巨 大的成功。我们的结果是什么? 有125座教堂参与研讨会售票——比洛杉矶这样的大城市参加的 教堂数量还多。2200人参加, 售出1700张票, 总价值为10万2千美元, 我们免费送出500张票给贫 困家庭。

结果? 就在过去的一星期, 我的妻子在多伦多的一家教堂得到了一个福音唱诗班的位置, 这家教堂帮助我们举办了研讨会。在他们的材料中, 这次活动4年后他们仍然在举办 “爱之关 系的秘密钥匙” 婚姻班。

我们运用你的营销交流方法来直接和间接地帮助丰富和加强了成百上千对夫 妇的 婚姻关系。

祝 福 你
Andy McNabb

附: 以上所述均真实可靠, 你可以在宣传和营销时使用我的材料。

16. AndyMiller

原始信息 自: Andy Miller 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月2日星期五,
上午9:40 案例研究: 风

险逆转

背景: 你的技巧中,我最常运用的是风险逆转。我从你那里学到的一个问题和思想是:“如果我只能从结果中获得报酬,我会怎么做?”这是个强有力的问题!现在我从事培训行业。我问了40个同事这个问题,他们看着我好象我疯了。他们的回答总是“我为什么会那么做?”但当我问他们,如果根据结果取得报酬,他们会继续现在所提供的服务还是会改变做法?每个人都说他们会改变做法。我觉得这很奇妙,这个问题让每个人认识到,即使他们保持目前的薪水结构不变,他们也能用更有效的方法提供培训。这是4年以前的事,所有40人都没有改变任何事,他们停留在“现状”中。

巨大的竞争优势: 事实是,我的同事没有得到这个问题是一个巨大的优势!首先我改变了自己的计划,让我的顾客得到更多的结果,无论他们会不会为此向我支付报酬。其次,我有一个巨大的销售优势。当我与潜在的顾客会面时,我们讨论如何付款。我提出了3种方式:按人,按天或按结果分成。他们总是对按结果分成感兴趣,因为没有其他人提出这样的选择。我会解释清楚,我们对自己的工作有信心。我们的目标是带领他们走过一个过程,确切的了解他们的需要。然后,我会展示要做些什么,要多长时间,会有什么样的结果。因为我们是根据结果取得报酬,我们建议的每件事都是从顾客的最佳利益出发,对他们没有任何风险。

效果如何: 当我询问这些潜在的顾客,是否有其它的培训公司提供相同的选择,他们说没有。我问为什么不?他们对自己的工作没有信心吗?这样做非常有效,100%的时间顾客会告诉我他们不会考虑其他公司了。这太令我惊奇了,每个公司都期望顾客会觉得按天付费比按结果分成便宜而选择按天付费

量化结果: 我不知道确切的结果,但我估计,在过去4年中,我的公司签约金额每年增加了30万美元,用其它方式这是不可能的!

联系人信息:
弗吉尼亚州 STI

Andy
Miller 销售培训
电话:
703-922-7160

17. AnthonyDyson

----- 原始信息 ----- 自：
Anthony Dyson 至：Jay Abraham 发
送：2002年7月25日星期四，上午
7:52

Jay, 你好： 我从事商业地产业。学过你的课程后，我考虑如何获得一个后端产品来扩
展我的业务。我尝
试租赁审核，其实在更大的程度上成为一种前端业务。与租赁不同，后者任何时间都能售出。
我
从顾客处赚到了超过1百万美元的佣金，他们原先需要租赁审核业务，但后来却和我讨论新的租
赁业务。

多伦多M5R 1B5 , Prince Arthur 大街50号, 205套房, Dyson Realty 公司总裁, Anthony
Dyson
电话： 416-410-1080 传真： 647-439-1409

仅为承租人提供咨询

18. AnthonyMilston

----- 原始信息 ----- 自：
Anthony Milston 至： Jay
Abraham 发送：2002年8月2日星期
五，晚8:58

Jay, 你好：

七年前，我在圣迭戈机场偶然发现了Nightingale Conant 公司出版的一盘磁带，记录了
Tony Robbins对你的采访，这促使我购买了该公司出版的“你的秘密财富”计划。从那时
起，我就成 为你和你的众多美妙理论的忠实拥护者和追随者。

1996年，我有幸在伦敦Ex-factor 研讨会上遇到你。虽然我觉得4天的会议日程安排太
满， 但那次会议引起了我思想的巨大转变。我兴奋地回到家，这种兴奋持续了多日，我把一
切细节都 讲给我的妻子，她耐心地听完了我的故事。但让我失望的是，我无法真正地应用
和执行在那4天 中和以前从磁带上学到的巨大知识财富。

你知道，当时我是一名独立财务顾问，由于该行业受到许多烦琐的符合性要求和规定的
制 约，我很难保持工作的动力。在英国，该行业当时正在经受简直可以说是迫害。你可
以想象， 对这样一个行业，受到众多报纸和电视节目的贬低，你很难保持热情。我的工作
要求我推销自 己的业务，我发现整个环境让我感到窒息，削弱了我本身的创造性。

在参加了研讨会以后，我受到许多成功代表的激励，我记得你把他们许多人称为是“获得
新 生的人”。和这么多的人会面，他们看起来是“从事自己热爱的职业，并热爱着自己的职
业”， 这足以激励我下定决心摆脱困境！

六年以来，漫长的历史和无法改变的事实——对于这样的锻炼已经是足够了，我要开

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

始面对新的挑战, 这样我将能够 (最终!) 带着热情、积极性和对研讨会大师深深的尊重, 把
~~“Abraham~~

技巧”的本质和精髓应用到工作中。你，Jay，就是我尊重的大师，你是我的偶像！看着吧——我会做到最好！可能是你在英国的最忠实的信徒（我们全家都学

习过你的磁带！)

Anthony Milston

19. Anton Kaufmann

----- 原始信息 -----自: Anton Kaufmann 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月26日
星期五, 上午 3:24

Jay 以及Jay的团队，你们好： 谢谢你这一无价的邀

请，这样的邀请没有人能够拒绝。

不幸的是，我是在几个星期前才开始研究Jay的材料，我还没法告诉你一个这样的成功故事。

我能说的是，在学习中，我完全改变了自己看待、经验和做事的方式。令人难以置信的是，我认识到过去自己在事业中一直错过的东西，我就象对待其它90%一样对待这些事情。我几乎立刻发现了几个“改变生活”的解决方案，在我的事业中加以执行。

从去年起，我成为德国的一名企业经纪人（企业买卖）和财务顾问。我努力寻找新的顾客，应对日益激烈的竞争。

1. 现在，Jay的材料激励了我，他慷慨地和我们分享这些材料，我在编一本手册《如何在我需要的时间以我需要的价格出售我的企业!》。这本手册为卖方提供了成功出售企业所必须的一切知识，其中甚至包括了核对表。在广告中，我承诺感兴趣的人可以免费订购。我相信这会让顾客真正对我的有价值的服务感兴趣，让他们了解我确实有能力帮助他们出售企业。

2. 我准备在因特网上建立一个平台，让希望出售企业的人和购买企业的人相互交流。

3. 我还为希望思考经营企业方式的企业拥有者们编写了一本手册。这本手册也是免费的，我知道有一部分读者会打电话给我要求服务的。

4. 我也会向其它地区的人免费赠送。但我知道，我可以向德国各地的同行求助。然后我可以从他们的推荐名单中选择一些人。

..... 还有更多。我知道这些步骤会非常有效和成功，但我还无法证明这种成

功——几个月以后，我可以向你证明。

我对这次研究的结果很感兴趣，正如你对向你提供成功故事的人承诺的那样，我希望能够收到研究结果。可能你可以把我加到名单中——非常感谢。

——非常感谢并致最亲切的问候——Anton Kaufmann——

20. Antony Howard

----- 原始信息 ----- 自: Antony Howard - Jackpot Marketing 至: Jay Abraham 发送:

2002年8月26日星期一, 上午9:16

Abraham先生, 你好: 我刚刚渡假回来, 发现自己错过了8月16日的截止日期。这封电

子邮件是希望你能推迟这个

截止日期。

老实说, 我在直销这行干了6年左右。这是从我购买了《懒人致富法》一书开始的。这本书打动了, 我打电话给书的作者Richard G Nixon, 他重新编写了Joe Karbo的原著。我与他谈判, 要求获得在英国销售的许可, 这是我的直销事业的开始。

从那时起, 我直销过许多产品, 最近的是营养品。虽然我认为自己清楚地了解需要知道的一切, 可以运行我最新成立的公司, 但我对如何让人们定期地重新订购产品仍然觉得棘手。在那时, 只有5%的老顾客会再次订购。

我从你的书中了解到非常重要的一点, 这就是如何加强人们的购买决定, 让他们忠实于你的产品, 不断地再次订购。

在书中, 你写道, 实现这点的办法是在送货的同时奉送一本小册子或一本手册, 向他们保证, 他们做出了正确的决定。但你的建议中有个小小的不同, 不是利用这种机制来进一步游说人们做出购买决定。毕竟来说, 这个工作已经由销售信完成了。我们要做的是, 向他们提供技术信息(从他们的角度出发), 告诉他们为什么他们购买的产品能够达到销售信中所说的效果。

凭借这种高超的建议, 在订购率从不足轻重的5%上升到近12%, 并且正在继续上升。我可以告诉你更多的情况, 但因为我不知道你会不会阅读这封电子邮件, 所以就写这么多了。如果你希望了解更多, 你的案例研究邀请仍然有效, 请给我发邮件。

谢 谢

真诚的

Jackpot 销售公司, 销售主管Antony Howard

21. Armando Ortega

----- 原始信息 ----- 自: Armando Ortega 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月26日星期五, 下午3:19

Jay, 你好:

Jay Abraham 对我的最大影响是我拥有了“远见”, 这让我在研究一个行业时, 能够立即明

白其在许多领域内的潜在利润。在过去的12个月中，由于这种新的能力，我挽救了一所重点学校，这所学校属于我所在州的主要大学，大大地提高了入学率（我也得到了满意的报酬），并且挽救了一家濒临破产的目录公司，这家公司现在正在成为一家全国性的公司（我的合同报酬是每月1000美元律师费以及该企业10%的股票）。

在第一个例子中，墨西哥Chihuahua大学Facultad de Zootecnia 学校的管理者来找我寻求帮助。他们告诉我说，大学每年的入学率在过去12年里持续下降，学校面临解散的危险，这样会让许多人失去工作和机会。他们给我看了一项研究和教育领导的决定，如果入学率仍然不能回升，那么就要关闭学校或是与其它处于类似情况的学校合并。这是在2001年的1月，学校委员会立即批准让我参与改革，费用是8500美元。我必须立即着手，因为时间不等人。但一天后，他们推翻了这个决定，因为委员会的一个成员提出反对，他说不需要我，另外，我在签约前已经告诉他们整个计划。“我们自己能做。”他告诉委员会成员。我回答道，“如果你们自己能做，为什么他在过去12年里什么也没做呢。知道做什么是一回事，但真要做起来，就是另一回事。”

两个月后，就在春假的前几天，他们打电话给我，“我们准备签合同，我们说服他了。让我们开始吧。”我在4月21日第一次开始接触学生，报名的那天是6月9日，这样我们有6个星期的时间采取行动——我们能做的不多，因为到1月份，学生们已经决定就读哪所大学。不管怎样，前一年的报名人数是60个一年级新生，我把这个数字提高了132%，几乎是150名新生。

我是怎么做的：我做好准备工作，送出一系列的信息和教育信件、手册和“特别报告”，送给Chihuahua市和附近小城市的8500名预科学生。第一份特别报告是我写的一个小书，标题是《选择最佳职业的57个小诀窍》，第二份是另一本小书《50种为学生赚钱的方法》。

对学校来说，报名率的提高是赢得2001年全州范围内年度质量奖的决定性因素之一。

几个月前，一家新的目录公司，在一份非常漂亮的大型鞋子图片目录项目上失败了。他

们在

电台广告上投入了一大笔钱，只吸引了400名顾客（只有10名是电台广告的结果，另外390名是在他们4家零售商店里正常买了鞋子以后，由员工售出的）。但他们只找到20位愿意投入的经销商，销售业绩令人沮丧。

在一次商业集会上，在我发表了5分钟的必定会成功的演讲以后，我和公司的所有者会面。他说，“我需要一名战略家和销售专家。”我们签了合同，报酬是每月1000美元律师费以及该企业10%的股票。然后我设计了一个非常简单的、低成本的战略，包括（1）找回并赢得以前的销售商，找到在过去30天内再次购买或初次购买的50位重新建立关系的销售商，打个电话，问问有什么问题，他们为什么停止购买，邀请他们再试一次；（2）开始和8家当地公司交换名单，他们也是目录公司——珠宝、化妆品、女用内衣等等，相互交换无效的代表，在他们的废品堆里我们发现了黄金，在接触的每10人当中赢得了3—4人。（3）和全国的目录公司交换名单，主要来自墨西哥蒙特雷，正在关注全国市场，这让我们了解当在一个特定区域中成为一家关键的大型销售商以后，特许权经营的扩张会是怎样的。对方非常满意，我们又开始发送新的目录。

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

如果没有Jay Abraham的洞察力，这对我来说是不可能的。对我影响最大的是Jay的《你在工作中营销天赋》，《隐形营销》和《最终研究实验室》，还有最新的书《如何从你的所有中获取能够获取的一切》。

S.A. de C.V., Speak International 公司总裁, Armando Ortega

网址: www.dirmex.com

22. Arthur Murray

----- 原始信息----- 自: Arthur Murray 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月31日下午2:48

Jay, 你好: 很荣幸送上我的故事, 真诚地感谢你给我生活带来的深刻变化。

你正在开始一个全新的事业。你愿意怎么做——从开始就走上正确的道路, 还是以后 改正?

我经常看见企业家们凭感觉驾驶飞机。他们会说, “以后再决定吧。现在我们需要销售。我们需要把产品推销出去。我们需要更多的人手。” 我们需要, 我们需要, 我们需要, ……你明白 这样的情况。

他们陷入困境。他们知道, 如果他们停下来一会, 重新组织, 就会走上轨道。但前面总 是有另一个危机。

我承认——我几乎成为其中一员——非常近。但就在我要这么做的时候, 某些奇妙的事发生了。可能是命运的干预。或只是幸运。但我相信, 这一次短暂的遭遇挽救了我数年的尝试和错误。 把我从终生的失败和没有能够说清楚的无数的无用功中解救出来。

那个决定性的时刻就是我初次遇到Jay Abraham 和 Chet Holmes的时候。就是那时, 我决定 我宁愿挨饿、睡在汽车里也不能让自己落入相同的陷阱。

那是在洛杉矶的PEQ-II 现场研讨会上。我记得甚至无法对听众解释我从事什么行业。所以 我以一段清白的历史开始, 一张白纸, 从2002年2月20日开始。这是5个月前。我希望能 够告诉你, 我已经挣到了第一个一百万。事实上, 到现在为止, 我的销售额是零。但我并不担心。 这就是原因。

开始成功故事: 美国弗吉尼亚州Boyce, Telart 技术公司, 企业的性质: 高端软件

非常强大。公司可以节省数百万美元, 取得巨大的投资回报。但软件也非常复杂, 很难设置。应用错误的话, 数百万美元的软件就躺在那时, 毫无用处。这经常 发生。原因在于多数软件销售商只对销售许可证感兴趣。他们没有花力气与顾客密切合作, 看 看顾客的过程, 找到最适合他们的产品。

这是我们着手之处。我们帮助公司获得高端软件投资10倍的回报。这要求和用户之 间建 立长期的信任关系——友谊。象你将看到的, 这也特别要求采取非常有战略性的眼光。

工作的成功原则: 核心故事; “伙伴或毁灭” 我们建立起核心故事, 开始推销。工具销售 商几乎立刻来找我们, 要求我们销售他们的产品,

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

和他们合作。即使我们没有销售业绩，他们也喜欢我们的故事。

——结果：在5个月里，我们与7家高端工具销售商和4家IT咨询公司建立了战略联盟。——

那么终端用户怎样呢？我们真正要销售产品的顾客怎样了？我相信，我们现在还没有任何业绩，因为我们的战略是让最急切的顾客也从战略角度思考。让我解释一下。

工作的成功原则：战略推动战术 举一个例子，一位政府高官说他要立即购买我们的软

件，马上投入使用（他想好一个具体的用途）。但他也说，我们的代表让他考虑有多少软件出于这个原因失败了——因为这些软件不是整体应用，而只是一时的兴致。所以我们和他合作，为他建立了一份战略计划，优化他的机构运行。猜猜看他们最终用了谁的软件？我们放弃了一次性销售，而很可能赢得了更大的销售额，与他建立了长期的关系。

工作的成功原则：爱上你的顾客，而不是你的产品；限制购买者；运动场沥青；目标设定 在梦想100

人们讨厌别人的推销，特别是政府官员。在华盛顿特区，当国土安全部成立的时候，大批 疯狂的销售商蜂拥而来，向政府推销自己的产品，政府官员们则把办公室当作屏障。但我们进 去了。因为我们是为他们提供教育和指导，而不是销售。我们与安全部门一个特别机构合作。 谈论他们的问题，他们的需要，他们的想法和期望。完全以顾客为中心。

结果：我们赢得了机会，向超过24家联邦机构主管出售我们的产品。我们有一个半小时的时间，是唯一一家销售商。在这里，我们的梦想100变成了现实。我们的接触和大量的指导使得 我们有机会被介绍、认可和推荐给房间里的高层决策者。

好吧，你可能在想，那又怎样？你们什么时候能卖出产品？ 问得好。我提过，我们与


几家高端工具销售商合作。他们没饭吃。退一步说，情况很糟。他们陷入了恐慌。当他们看到我们在教育潜在的顾客，而不是把顾客的手拉住把东西推销给顾客，他们只是大叫。他们的计划是卖出产品，相互拆台，象打乒乓球比赛一下驳回反对意见。

工作的成功原则：大脑怎样工作；设定目标；战略营销计划

我承认，开始我和他们的想法一样。身体里的每个细胞都告诉我停止顾客教育/指导，这是无聊的做法，开始卖东西！我知道自己必须要做些什么，不然我会疯掉的。所以我开始建立 成功确认。重新设定RAS（网状激活系统），考虑战略、战略、战略……。我把公司的战略目标写下来，粘在所有的地方。我利用PEQ工作手册建立了一幅达到这些目标的地图。

结果：我知道陷入恐慌就让我自己陷入危险。我曾经说过的落入陷阱的危险。我受到了约束，决定留在轨道上。如果你刚开始，我希望你也能这么做。我相信这是唯一的方法——保持 清醒。

“以上所述均真实可靠，你可以在宣传和营销时使用我的材料。”



Telart技术公司CEO，企事业生产率软件Startup顾问

23. AshleyJessen

----- 原始信息 -----自: Ashley Jessen 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月31日星期三, 下午5:37

简单的生活方式 对你的选
择的前景提出每天的解决方案

Jay, 你好:

感谢你让我赚到这么多钱。在过去6个月里, 我发现我已经了解你的服务, 以许多不同方式 激励我前进。

首先, 通过直接邮件和利用有效的邮寄技巧来获得顾客, 这种能力真是令人难以置信。我努力的结果好极了。能够了解每个星期和每个月会有多少顾客真是一种不错的感觉。

在过去一年里, 财务服务行业的工作非常困难。我们以前所做的营销努力变得很不稳定, 花费大量的资金。我们的公司甚至雇用了一位拥有MBA学位的营销和销售经理, 她在位时(6个月) 成功地赢得了13位顾客, 这是很大的数量。同时, 生意快速回升。

在研究了你的理论和运用你的概念后, 取得了以下的成果: 第一个营销努力给我们在9

天内带来了164位新顾客, 随后还有新的顾客。我用一份有效的销售单邀请他们来参加一个研讨会, 对此表示祝贺。我运用了一个创造性的技巧, 介绍人们参加研讨会, 为此收费(从未有过), 邮寄广告的反应率为21%。结果是邀请了30个人参加研

会。从此, 因为实施了正确的跟踪系统, 我们赢得了更多的顾客。这要感谢你,

Jay。现在, 跟踪系统不断吸引顾客, 不断创造销售业绩。

我从你那里学到的最重要的事情之一是不需要考虑广告单的长短, 是否有趣言妙语。在写一份有效的广告单时, 我们的主要任务是让读者不要感到厌烦。尊重你的顾客, 尊重他们的权利。一旦你能够这么做, 你就成功了。

从你那里学到的另一个关键信息是如何更有效地通过直接邮件和其它通信方法来有效地促使一个人决定购买你的产品。这里我的意思是, 你说当某人第一次开始购买某样东西时, 他在这方面的知识可能是有限的, 例如希望购买股票市场教程时。

——开始的时候，顾客要应付那么多的信息，他们会感到有点害怕。当他们进一步提出不同的问题，和许多人讨论时，他们开始感觉到需要什么，希望得到什么样的服务。通常，他们会拼命地研究，结果是他们了解的比所有的销售代表所了解的还多（通常是在几个星期后）。

你提出了一个宝贵的概念，快速跟踪他们的学习经历。我可以写出有效的文稿（并不让人厌烦的文稿!!!），解释他们所购买产品的细节。通过为他们提供信息服务，我可以促使他们做出清楚的购买决定，比以前要快得多。在几乎所有的情况下，顾客不需要去找我的竞争对手，因为我们的专业特性让他们觉得“到家了”。

这帮助我更加有效的成交。我说成交的意思是说，顾客比以前更早下决心购买。实际上，我不是试图成交，我只是在促进他们的个人需要。这在整体上解除了“销售”压力，而一般情况下这个行业的绝大多数人都会感到这种压力。

按照你所教的，我们的行业有许多方法获益。至少来说，学习了你的理论后，一个人不会迷失方向。我会很肯定地说，你必须熟悉Jay的理论。

与以下这些方面相比，收入的增加显得没那么重要：信心的增加；“知道”下个月有多少顾客上门；知道能够吸引多少顾客；知道所有的后续工作已经系统化，富有创造性，继续吸引顾客购买；知道建立了数据库，有利可图，并且能够有效地管理数据库，发挥出它的最大效益。

基本上，最大的收益是减轻了运营一家企业所受到的压力，增加了自我的信心，解除所有相关人员的压力，能够促使更多的人早点做出成交决定。还有太多的好处。

谢谢你，Jay。知道有人能够获得巨大的成果，愿意分享如何取得惊人的个人成功和事业成功，这是很大的安慰。

感谢你，并致深切的祝福。

营销和销售主管 Ashley

Jessen

24. Becky Morris

----- 原始信息 -----自: Becky Morris 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月5日星期一, 晚9:56

我采用的一个策略是成为本领域内公认的领导者，“成为一名专家”。只有屈指可数的

几家公司和我的公司一样在销售辅助装置。我过去在寻找一个办法，能让我突出出来，在研究了我们的行业杂志后，我认识到，只有几名专家在撰写产品文章。

我的目标是在两个专业中成为公认的专家，这两个专业都要使用我的产品。我感到，通过出席地区性和全国性会议，我将能够成为公认的专家，把与会经历写入我的介绍中。我从一次地区性会议开始，然后参加了一次全国性会议。

在会议上发言以后，一名杂志编辑来找我，要我写篇文章；这只是因为我参加了这次会

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

议。现在我在一份行业杂志上刊登了一篇文章。

——我寻找其它的战略地区在全国会议上，由于过去的会议经历，我的请求被接受了。其它的行业杂志陆续而来。

参加会议并没有什么报酬。我是自费参加。过去4年里，我在3次国际性会议和几次地区性会议上发言。

我尽力扩大在那两个专业中的影响，公开发表演讲。参加全国会议并没有报酬。然而，我可以通过谈判，在地区性会议上获得免费/打折扣的展览位置，并在某些时候获得了酬劳。大约有3000美元。

对于参加过的会议，每本计划表都刊登了我的照片和经历，有几本会议的书里包括了我写的文章或是关于我的文章。因为我的经历，我写了4篇文章。这些文章都是有稿酬的，只有600美元。但我在简历中包括了这些文章。

以这种“领域内公认的领导者”状况为基础，我得到了额外的免费公司广告机会，在两年里新增了15位顾客，这些顾客是免费广告的直接结果。

在设定目标前，我也开设了1-2天的培训课程，每天200美元，内容是我的第二专业。两年后，我把价格提高到300美元，然后是500美元，现在是每天700美元，还要加上所有与旅行相关的费用。2003年，价格将提高到1200美元。因为我的计划，每年我只开设2-3次课程。

我也从事评估和编写报告。以前这些是免费的，但根据我现在的状况，我为每份报告收费75美元，每年的总收入有8000美元。

这两个领域都是由专业人员组成，他们在承诺任何事前，会先听取他人的意见。他们组成了相当紧密的团体，在达成合同前可能需要3年的时间。两个领域内都是拥有硕士或博士学位的专业人士。我不是任何一个领域内的成员，但由于我的经历，人们公认我是一位专家。

总的来说，我的目标是在领域内成为公认的专家。我在4年前开始努力。我的战略是在地区性和全国性会议上发表演讲，建立信誉。参加会议的一个好处是有机会为行业杂志撰写文章。这进一步为我建立了信誉。

没有任何广告费用或是在一个领域内长期的经历（平均从业年限为15-20年），我就已经得到了承认。在任何一个领域内我都没有被正式认可或成为其中一员。我的公司在9年前成立。

我只是在会议上发言，在这些会议上我能够得到展览位置。我每年开设收费的培训课程，因为我不想过多的旅行。

因为我的地位，报告收费在两年内提高了三倍。明年，我受邀为一份出版物撰写几篇文章。

在过去4年里，我的销售额从每年7万美元上升到超过25万美元。我的销售商计划在

两年前

开始，现在从8人发展到50人。在4年里，我花了3000美元的广告费用（都是在去年），以利用我参加/参展会议的优势。

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

现在，我的简历是“一位该领域内公认的领导者，国际演讲家，著名的技术培训师，发表了多篇辅助装置领域的文章”。简历包括过去4年里专题学术讨论会经历，一共2页。我的

公司在这个不大的行业内排名全国第五。

我取得的成功始于我的目标，我从事不同的活动，申请了一项美国专利，成为领域内的专家，快速建立了信誉，成为公认的领导者。这只是我用来发展公司的一个策略。

公司名称： Effective Communication Solutions Inc. ， 网址：
BeyondHearingAids.com

我是一名听力辅助装置的经销商。主要的顾客是为这些听力障碍者提供直接服务的专业人士。产品包括扩音电话，电视助听器和其它可使用或不使用助听装置的产品。（我不是注册助听器药剂师，也不销售助听器。）

辅助装置在从批发到零售时只有30—40%的涨价幅度。平均产品零售价为180—800美元。我有一名助手和一位兼职承包人。

Becky Morris, 电话: 859-371-9203

25. Ben Wagner

----- 原始信息 -----自: Ben Wagner 至: Jay Abraham发送: 2002年8月2日星期五, 晚10:39

我从事租赁审核业务，Jay Abraham 的理论给我带来的最大变化是检查我发出的邮件广告。一旦我理解自己需要检查这些邮件，我就在信件开始加上了标题。只是这点就增加了150%的会面机会，会谈后成为顾客的机会增加了20%。

这个简单的想法为我带来了更多的顾客。

Ben WagnerWagner & Wagner

26. Beverly Yates

----- 原始信息 -----自: Beverly Yates 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月1日星期四, 上午11:43

Jay和 Abraham的朋友们，你们好：

我在波特兰开了一家自然药物公司，或者说是从1997—1999年间开始。当我开业时，病人来得不多，收入总额和净利润也很一般。我定了两年的ULMRL计划，彻底转变了我的业务方式和对病人的服务。对我来说，这让我明白了如何在事业上取得成功，同时保持高尚的道德和正直。

我运用了从Jay那里学到的两种技巧，取得了极好的效果。第一种技巧是只接受其它

病人或同事推荐的病人。没有例外。对于没有人推荐的病人，我会（事先）声明，如果他们需要我的建议的话，其他的医生可能对他们有所帮助。我的病人仅限于

~~那些理解我的诊所提供的服务，并且理解自己的健康取决于照顾自己的意愿的病人。~~

第二种技巧是请正在接受治疗的病人向我介绍一些人，当他们第一次来看病的时候或是当他们的健康得到显著改善时提出这样的请求——“欢迎你介绍别人来我们的诊所，让他们了解我们能为他们提供帮助。”或是当他们觉得自己的健康得到改善时向他们提出同样的请求。在新病人的《欢迎信》中也谈到介绍人，如果病人对我们的服务感到满意，请他们告诉他们所爱的人或是朋友，如果病人出于任何理由不满意我们的服务，请他告诉我，以便我们及时改进。

我的病人都支付现金，没有保险或是其它第三方赔偿。在任何时候，我都保留两个病人的名额，他们可能在诊疗时无力承担诊费，无论是因为他们失去了工作，还是受到债务拖累或是其它原因而无能力付款。这一简单的举措带来了许多商誉。许多医生和其它健康医生不愿意减免费用或是调整标价，因为他们知道有些人会滥用他们的信任，对自己的付款能力不诚实。我发现，只要有人介绍，就可以杜绝这种情况，因为被别人介绍来的人在接受我们治疗的时候不想被介绍人看成是一个骗子和说谎者。随着时间的推移，有2、3个病人介绍一个人来看病的情况已经变得十分普通。这成为一种现象。我从未没有收回的欠款。

更特别的是我表现出了慷慨。当人们重新找回健康，他们开始画画、写作、拍照等等。病人和其亲属给我送来了不计其数的礼物和贺卡，表达了他们的谢意，这对我来说比任何金钱更加重要。这样做是真正的“双赢”。我现在在家里照顾孩子，我的妻子又怀孕了，我计划在2005年重新开业。

所以，具体来说：

1. 在过去12个月里收入总额增加了40%，在我出售诊所时仍保持这样的水平。
2. 预约计划已经排满了，我不得不提前并推迟上下班，还得见缝插针地安排诊疗时间。
3. 净利润增加了500%，部分原因在于诊所计划更加可以预计，我们能够以折扣人体定购用品和特殊的药物。
4. 后端机会飞速增加。任何专用药物、增加的药物或其它用品能够在一个月內，按照病人方便的时间送到他们手中，病人们喜欢这种感觉，他们无需开车到诊所取药。

这些用品都是预付费，诊所不存在财务危机。在有些情况下，我可以用折扣价格大量购买，这样提高了利润率，为付款存在困难的病人降低费用。以这种方式，他们可以继续治疗，也没有引起我的诊所出现任何财务危机。

5. 作为自然疗法医师（ND），我觉得业务进展不错。诊所变得越来越忙，越来越有效率，治疗也一直有效。我发现自己真正地愿意从事这份工作，而不只是一份工作。当我为病人检查身体时，人们作出积极的反应，他们喜爱方便的服务，知道我们为他们提供真正的保健而不只是治疗。他们乐于介绍自己所关心的人来此就诊，这让他们感到自己为别人做了好事。

6. 当所有一切不断成长时，我缩短了办公时间，找出时间写自己的第一本书，在电台参加每周一次的现场电话节目“自然健康谈话”。病人诊疗、利润和我个人的满意程度仍然保持不变。

7. 我不做任何形式的广告，甚至连传单也不发。

8. 在运用Abraham 技巧前，我每周有1—2名病人。采用了Abraham 技巧以后，平均每天有2—3名病人，有时甚至更多。

9. 现在为一个团体提供教育课程，让他们加强对自己健康的关心，这已经变得非常容易。

10. 我有各种各样的病人，从CEO到大学生，到电工、家族主妇和退休人士。

11. 员工：有1名兼职员工，1名独立的合同工和一名办公室经理。

12. 这样运营我的诊所非常有趣！对其他人有所帮助并从事业中获得自己希望的东西，这真是一种乐趣。

好吧，就这么多。我希望有人能有效地利用这一切对我十分有效的方法。

此致

自然疗法医师Beverly Yates博士

27. Bill Oliver

----- 原始信息 -----自: Bill Oliver 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月25日星期四上午5:31

Jay, 你好: 这是我的故事——真实可靠，但问题是不那么有说服力。希望能对你的案例有所帮助。
谢谢。

我同意在成果的基础上帮助一家俄国新娘机构。这只是一项业余爱好，每年有10位顾客，每位顾客收费3500美元。我运用你的方法，建立了包括邮差在内的“领导产生系统”。（实际上，我是通过Peter Sun, Brad Sugars, Mal Emery 等人学到你的方法，但我现在认识到你和 John Caples, Claude Hopkins, Gary Halbert等人一样，是这一行的大师。我把你当作是现在的营销大师Jedi）。“领导产生系统”几乎立即吸引了超过4倍的新顾客。他们在6个月内签订了6笔合同，每份合同价值5000美元。

不幸的是，企业所有人的“暗中削减服务”（隐含的费用惹起顾客的不满）使他们失去了顾客。销售经理——他负责这么做——把他们的惯例暴光给顾客，结果所有的顾客在交纳最初的抵押金以后，没有人继续履行合同。

Bill Oliver

28. BillyStewart

----- 原始信息 -----自: Billy Stewart 至: Jay Abraham发送: 2002年8月1日星期四，

上午4:28

Jay, 你好： 过去几年里我一直是你的拥护者，在许多情况下我运用你的方法为

我自己和我的顾客

获取利益。象你总是说的，这和他们有关，而不是

你。这是我取得成功的一些具体事例。

1 风险逆转

仅仅通过风险逆转，我的转换率从1/6上升到1/2。这种增长一直持续到1/2为止，但此时我运用了你的有关检查的其它方法。

我在至少6个不同行业中运用你的理论，每次都十分有效。我相信，如果正确运用的话，它会适用于每个行业。

当我开始运用风险逆转的时候，我告诉自己，为了证明这种方法，我必须测量“关键区域”。我做到了，我的测试告诉我，哪里应该回头，改变我的提议以便收到最佳效果。

2 联合企业 最近几年里，我管理过许多家联合企业，现在甚至写了一本有关这方面

的书，我举办了多个研讨会教授我的系统。

虽然这有点涉及专利，许多主意与你的很象，我在短短三天时间里，在这样一家企业里就赚到了1万6千美元。

3 把自己作为一个例子 一般很难让别人相信“这个古怪的主意”能够有用，因此许多时

间我用你和你的经历作为一个例子。这很快让人们的思想活跃起来，与我不得不用我所有的时间、技巧和知识来教育他们相比，他们会更快地看到这样做的可能性。仅此一项，我在去年就节省了数千美元（至少6000美元）。既然如此，为什么还要彻底改造你的办法呢？

我希望这篇文章对你有用，你可以根据自己的需要运用上述材

料。 此致

首席顾问Billy Stewart

29. Bob Bettaglioni

----- 原始信息 -----自: Bob Battaglioni 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月1日星期四, 下午3:50

Jay, 你好:

下面是我的故事。 首先我要说的是, 我是你的忠实拥护者。感谢你的努力工作和成果。

我拥有一家小型的人行道

维护公司, 有许多高兴的顾客。在生意发展缓慢的时候, 我运用了你教的一些方法:

1. 我给所有的顾客发了一封信, 告诉他们他们的车道需要再次密封了。收效显著, 有20%的人让我检查他们的车道 (其中多数同意维护)。
2. 我开始向对待朋友一样对待顾客, 而不是让我赚钱的对象。朋友会向你介绍更多的顾客, 这样的效果要比顾客的介绍要好得多。
3. 我提高了工作质量, 确保每位顾客对我的工作满意。
4. 当我推销时, 我告诉销售对象所有相关知识, 从长期来看如何在实际上节省了他们的资金 (我的收费比多数竞争对手要高)。
5. 最好的部分是, 我并没有只把我的企业看成是另一件商品, 相反的是我把它当作是一种所有财产, 这一想法让我赚到了成千上万美元, 否则的话根本不可能。

总而言之, Jay的方法让我成为一名更加成功的企业家, 我毫无保留地向所有人推荐他的理论。

感谢你, Jay

纽约13760, Endicott, Robble 大街221号
Bob Battaglini

30. Bob Concoby

----- 原始信息 ----- 自: Bob Concoby至: Jay Abraham 发送: 2002年7月30日
星期二, 下午12:28

Jay, 你好: 感谢你的来信。

这是我的故事:

一段时间以前, 我收到了Jay Abraham 的几封信, 有关他的营销培训课程。信件本身就是优秀的培训课程。我在电信产品销售广告中运用了Jay在他的信中涉及到的技巧。我的销售经理花在广告上的费用是我的3倍, 收效却只有我的三分之一。这样, 我的广告在采用了Jay的技巧以后 节省了我66%的成本, 成交量是我的经理的3倍。

这说服了我参加Jay的个人培训班。象Jay所说的, 在上午2点左右得到了一个“尤利卡”时刻。星期四的早上改变了我的生活。课程: 从顾客的角度写广告, 让他们获得利益, 最重要的是, 广告应该让人感兴趣。

——我开始了广告工作，编写直接邮件广告。起初只是尝试性的，因为我的老板对Jay的理论不屑一顾，让我按他们的方式来写。但结果让人沮丧——用他们的方法我每年只有3万6千美元的提成。回应率平均只有百分之二点几，每份广告的利润在30美元左右。

但我聪明起来。我偷偷地试着采用了Jay的方法，自己承担费用。我必须要知道真相。 Jay的方法赢了。大获全胜。 结果是如此良好，我辞职不干了，开了自己的公司，赢利超过了我的预期。

在直接邮件行业，我运用Jay的技巧已经有几年的时间了。我记得Jay说过，他的技巧是如此有效，你在非常短的时间内就可以有更好的成果。

这是真的。下面是更多的证明。 我的一名同事不用Jay的技巧。他用老办法写直接邮件广告，每份广告的利润为21美分到38美分之间。

我的邮件效果要好得多。以上一封邮件为例，每份广告的利润为2.21美元。这是在收回所有邮件成本以后的利润。

同样的邮件成本，同样的邮件计划，花了同样的工作和努力，我赚的钱是他的6—10倍。 所以我没必要工作得那么辛苦或工作那么长时间来赚同样多的钱。

Jay的方法让我有了更多的时间。我可以利用所有多出来的时间去运动，充当志愿者，或是休息，而不损失一分钱。

直接邮件广告行业回应率一般为1%左右。我的回应率从未低于3.4%，最后一次达到了4.8%。 这让我觉得，直接邮件广告专家应该更多地去听Jay的课。他们会获益非浅的。

所以现在我的工作很轻松，休几个假期，赚得钱比为别人工作要多得多。我没有错过孩子的独奏会，没有错过游戏或马赛。

从没有。 如果没有Jay的方法和推动因素，这一切都是不可能的。 真诚的

Newman 公司总裁：Robert Concoby。

Newman 公司是一家直接邮件广告公司，拥有18,000名顾客，顾客人数不断增加。 说明：以上所述均真实可靠，你可以在宣传和营销时使用我的材料。

31. Bob Logan

-----原始信息-----自: Bob Logan 至: Jay Abraham 发送: 2002年7月31日星期三,
下
午12:54

我写了一封信又撕掉了, 我没有把这封信寄给你的原因在于, 我不能告诉你我赚了多少钱, 但这是一大笔钱, 我担心人们会认为我吹牛。

但你的计划为我的事业和我的生活提供了巨大的帮助。我尽可能地阅读了你的书或是磁带, 从中获益良多。你的理论帮助我的事业发展。我现在在我的专业领域内出版一本杂志, 书籍和录相带。我花了多年研究马。作为一名驯马师和牧场主, 你的理论教给我从盒子里出来, 而多数牧场主所学的却是呆在盒子里的。

你的方法告诉我不要信任一个推销员, 但我知道我信任你, Jay。你是其中最好的一位。我学到了许多。我在20世纪80年代最初接触到你的理论。我的生活和收入从此改变, 这种变化一直持续至今, 并将一直持续下去。

不要让他们骗了你, 牧场赚不了太多钱。牧场是一个在你赚了许多钱以后去休息娱乐的地方。谢谢你, Jay。你帮助我成为一名富人。

Bob Logan

32. Bob Van Ginkel

----- 原始信息 -----自: Bob Van Ginkel 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月2日星期五 上午3:55

Jay L. Abraham, 你好: 这是我的成功故事, 运用了向上的杠杆作用, 取得了飞速

的事业发展。4年前, 我在荷兰乌得勒支市Oudegracht 140号的一家名为Café Flater 的酒馆里开始了工作。在半年的时间内, 我成为酒馆的经理。半年前, 我辞职了。这中间发生了什么呢? 我运用了9种向上的杠杆作用和指数事业发展方法的哪种? 其结果是什么? 下面是我的故事:

如何把一家中型酒馆变为一家顶级酒馆? 乌得勒支是荷兰第4大城市, 凭借其大量的学

生数量而闻名。这就是这个城市的酒馆文化高度发达的原因所在。酒馆和酒馆所有者之间的竞争非常激烈。当我在这家酒馆开始工作时, Café Flater 只是一家中等规模的酒馆, 多数顾客是一个专业的学生(新闻和通讯管理)。其所有者对现状很满意。他是一个没有幻想的人。酒馆的面积大约为70平方米。

当我成为经理以后, 我做的第一件事就是劝说其所有者制订一个战略。我们一起制订了一个战略并设定了更多的目标。我们相信我们的目标是具体的、可量度的、能够接受和现实的。从那时起, 我们知道我们正在前进。特别是其运营方式改变了。我们制订了政策和清楚的规定, 人们起初感到怀疑, 但面对新的情况他们改变了态度。

——第三件事是试图扩大顾客的范围（不止一类）。通过良好的营销和人员管理，我取得了成功。

café Flater 位于Oudegracht街，这条街处于城市的中心，周围是乌得勒支主要的服装店。我向 服装店寄出了一些直接邮件广告，我成功地吸引到高层次的富有的顾客。另外，我试着寻找一个 有许多女孩子的学生环境。女孩子是酒馆利润的源泉；她们吸引那些想要以大豪客的形象给女孩子留下深刻印象的男生。我雇用了这样一个女孩子在酒馆工作，并且确保她的所有女性朋友也来 这里。很快， Café Flater成为乌得勒支每个时尚学生想要来的地方。

第三点也是最重要的一点。我努力了解我的竞争对手。我找了几家可能与之发展良好关系的酒馆，并且没有损失任何市场份额（营业时间更长和提供食品的酒馆等等）。做法是组织了一支曲棍球队（曲棍球是荷兰学生最普遍的运动），球队由酒馆所有者和经理组成。从那时起， 我们把顾客相互送到各自的酒馆。每个人都在称赞其它人的生意。但那时Café Flater 已经成 为乌得勒支的一家最受欢迎的酒馆了，这样吸引了更多的常客。

最后一件事是由我个人带来的心理变化。一名顾客不再是一个来花钱的人，而是成为一位 家族成员，来这里坐下来、跳舞、消费，共同分享生活。当他再次光临的时候，我们会认出他。 人们感到自己是特别的。

总而言之，我采用的向上的杠杆作用和指数事业发展方法按照顺序是战略、生意模式、营销 和关系，所有都在我对做生意的观念范围内。通过利用这些动力，我把乌得勒支的一家中型酒馆 变为一家顶级酒馆。我在Café Flater 工作时，各种结果变成原来的一倍（价格和生意上升，成 本、损失等等下降），在我的告别聚会上，不仅是酒馆老板和员工，而且有许多顾客都流下了眼 泪。

我希望这篇文章能对学习你的经验的人有用。现在我在因特网上建立了自己的事业。 祝所有人好运

公司名称:	Café Flater
地址:	Oudegracht 140 号
邮编: :	乌得勒支 3511 AZ 国
家:	荷兰
电话:	+31302321728
网址:	www.cafeflater.nl
作者:	R. H. van Ginkel 地
址:	Maliebaan 31 号
邮编:	乌得勒支3581 CC
国家:	荷兰

以上所述均真实可靠，你可以在宣传和营销时使用我的材料。

33. Bob Wolfe

-----原始信息 -----自: Bob Wolfe至: Jay Abraham发送: 2002年8月1日星期四, 下午 12:10

关于：梦想顾客概念

我们作为国际制造商代理人向塑料行业出售固定设备。

我们在几年前参加Jay Abraham的“为自己的双赢而营销”课程，学习了“你最初的销售是你现在的顾客”。在过去几年里，在应用中我们感到，这种方法效果很好——许多美国和加拿大顾客有其制造工厂里有多种塑料制造机器。我们在寻找一种能够提高有效性的办法。“梦想顾客”这一概念，根据Chet的解释，帮助我们一家有多种设备的公司看作是一个单一的实体，信中注意于它所要求的努力。

方法总结：

1) 定义“梦想顾客”（尽量简单）a) 对我们产品的需要 b) 大批购买的潜在可能（每年超过50万美元） c) 财务稳定

2) 在方法a)中的关键要素是注意定价的透明和公平； b) 的关键是如果可能的话提供“超出预期的”服务； c) 的关键是访问所有有可能购买这种设备的地方（理解他们的需要）
d) 回答具有批准权的经理提出的疑问（安全、回报、质量）
e) 与公司“关键”人物建立良好关系

3) 实施：选择符合1中标准的公司。在这种情况下，已经有多种机器投入使用。a) 加强与有批准权的经理的关系。

i) 单独访问负责人的总部（多次访问） ii) 与管理层建立一名合适的“关键人物”
iii) 提供推荐和回报信息 iv) 主动提出参观工厂现场并提出具体的良好投资回报建议

b) 加强与存在购买可能的公司之间的关系。 i) 与已经有联系的人加强电话联系 ii) 与“关键人物”一起参观两家工厂（顾客就是上帝）以了解详细的需求情况。 iii) 相互协商，在尽量满足顾客需要的基础上修改报价。 iv) 与“关键人物”频繁联系，详细了解各种可能。 v) 与负责人谈判，提出在6个月内大批购买的优惠折扣。

4) 结果：现在还没有实际结果，但回信截止日期已到（8月2日）： a) 今天已经签约“下星期”出售两台机器（超过40万美元）

b) 接到消息，对方的管理会议（一星期前）委派“关键人物”“更快地“购买”更多的“机器。批准在计划中包括5中设备。

c) 可以较为肯定地说，接下来的6个月内，订购的5台机器会超过1百万美

元。 R. W. Wolfe Action 工业股份有限公司

Ct. 06066, Vernon, 148号邮政信箱, 电话: 1(860)872-4660 传真: 1(860)872-7574

以坦率正直的态度向塑料行业提供有利可图的机械设备

34. Brad Burt

-----原始信息----- 自: Brad

Burt 发送: 2002年8月4日星期六

晚8:36

Carl, 你好:

我要告诉你一个美妙的Abraham 成功故事。大约两年半以前, 我生了一场大病。妻子把我 送进了急诊室。我活了下来, 但开始几个月每周要看两次医生, 然后是一星期一次, 我没法干 什么事业了。

我做了能做的一切, 但情况糟透了, 我欠了几万美元的债务, 身体刚刚完全恢复。我还 得付医药费, 但药物还能保证我的病情稳定。

这是我的成功故事: 我运用几乎是所有的Abraham方法让事业走上了正轨, 在过去两年中, 甚至在花钱如流水的情况下, 我们还把公司维持下来, 我花了更多的时间再一次注意到需要做些 什么等等, 业务有所发展。我确实相信, 这一切都要归功于我从Jay那里学到的无数方法。我雇 用了一名优秀的全职员工, 他有严重的注意缺损障碍。因为这一点, 他被许多其它公司解聘(不 是有意的)。即使这样, 如果能够保持现状, 公司仍然会有足够的收益。我的家庭和我本人会在 几年内好起来。

如果情况允许的话, 我的疾病能够受到控制, 医生告诉我我能够完全恢复。所以我根本不担 心我能否再次赢利, 付清欠债并向前发展。在那时, 我希望利用P. E. Q. 课程及其所有的有用之 处。

从Jay这里我学到了: 系统和结构、顾客对于生活和我出售的产品的价值。我学到了, 建 立一种企业模型, 帮助人们从我出售的产品中得到他们想要的东西, 这样一种模型能够保证顾 客会再次上门。这种方法确实有用, 至少对于我在过去两年中失败之处有用……真是发挥了大 的作用。我学习得很好。在我的行业中, 甚至会更加有效, 我希望有自己的邮件广告事业。我 只是还没能到达, 没能联系到足够的顾客。如果我能告诉这行的从业人员一件事, 那就是: 列 出一份顾客名单, 一年和他们至少联系4次。这就够了, 继续工作吧

祝生活顺利

Brad Burt BRAD BURT的魔术商店“创造激动的信息”, 电话: 858-571-4749 问询热线: 订购热线: 800-748-5759

http://www.magicshop.com/online_store.htm 网址: <http://www.magicshop.com>
我们 提供最好的魔术、录相带、书籍和附属用品选择!

35. Bradley Oaster

-----原始信息 -----自: Bradley Oaster 至: Jay L. Abraham发送: 2002年7月31日星



HARVESTIME

通过消除成长壁垒来扩大牧师动力

Harvestime 是一个基督教组织，在全美国范围内为基督教堂提供策略计划服务。Harvestime 以科罗拉多的Colorado Springs为中心，在过去22年里为基督教牧师提供专业服务。在这段时间内，Harvestime 发展了一套独特和有效的系统，指导各个教堂客户完成发展长期“战略牧师计划（SMP）”和“校园发展计划（CDP）”的复杂过程。SMP的目的是通过确认目标、任务、前景和核心价值 and 战略来集中牧师资源。SMP包括了BHAG（一个大型、掠夺性的大胆目标）。CDP的目的是确认并消除各种障碍，扩大牧师动力，领导教堂完成各种牧师目标。

Harvestime不是一家建筑企业或建筑公司。Harvestime 指导教堂客户完成长期计划和机构扩张的复杂过程。Harvestime把业务活动限制在咨询方面，避开了建筑公司和建筑行业通常存在的所有可能的责任问题。

Harvestime 帮助我们的教堂客户各种障碍来扩大其牧师动力。这些壁垒通常阻碍于教堂现状和拯救迷途者并影响迷途者周围的人这一神赋使命之间。障碍经常包括缺乏资源，诸如场所、土地、金钱和人员。另外，各牧师会受到缺乏团体认知、关注、祈祷者支持、团结和前景等问题 的负面影响。

在 Harvestime，我们和美国各地的教堂客户合作，为牧师成长和扩张制订了积极的计划。这些计划基于我们自身22年的经验，我们也结合了其它超过100位以前客户的经验。通过消除成长障碍，为挑战作出事先计划，教堂可以加速成长，不受通常阻碍牧师成长的诸多限制的影响。

Harvestime 提供的服务在全美国不断增加的基督教堂中有很大的市场。在美国，现在有超过400,000所教堂。每年建造约4,000到5,000所新教堂。据估计，除了这些，另外还有10,000至12,000所教堂还有问题，但不知从何处着手。许多教堂受到房地产经纪人、建筑师、建筑商、借贷人和其它人的利用，因为这些教堂缺乏财产管理经验。在学习班上没有人教给他们有关教堂发展（设施或战略计划）的东西。F. W. Dodge 公司跟踪了全国的建筑市场，他们在报告中称，今年所有教堂项目的60%的预算在报价时被多计算了30%！在过去几十年里并且一直到目前为止，全美国的教堂都在寻求该领域的专业指导。上帝委托Harvestime来承担这一任务，Harvestime 在过去20多年里一直为此努力不懈。

Harvestime是如何成立的

即使你拥有伟大的产品或服务，但如果没有了解你……你就会没有收入。在收到Jay的教材，仔细阅读过他的材料以后，我开始了一项营销计划，在短期内就把Harvestime变成了美国头号教堂设施开发商。利用我称之为穆罕默德阿里的营销学校（攀登到顶点，你就会发现就向全世界宣告你有多么伟大!），我通过以下步骤建立了Harvestime:

1. 我确认自己的首要目标——美国所有每周参加人数超过1000人的教堂。
2. 我编写了“关注设施”简报，每年向我们的目标市场发送4次。
3. 简报中详细说明了我的基础，我的顾客的成功，这样我的名字定期为8000所教堂所知。
4. “关注设施”让Harvestime成为美国最热闹的教堂开发商。反应非常热烈。自从

第一期简报出版以来，每个项目的咨询费从1万8千美元上升到6万美元，我现在不得不拒绝过多的工作。

36. Brady Flower

----- 原始信息 ----- 自Brady Flower至: Jay Abraham发送: 2002年8月3日星期六, 上午12:01

Jay, 你好: 过去6年里, 我是一家可重复使用的热敷和冷敷袋公司的销售商(零售商), 在商场手推车和小亭子里出售商品(有些人称之为售货亭或售货台)。

在一个圣诞节期间, 一个成功的商场手推车能够产生超过10万美元的销售额, 3万美元的利润。过去6年里, 我是一名零售商, 在明尼阿波利斯/圣保罗双城区经营这样的手推车。

两年前, 在2000年, 我们所销售的商品的公司总部问我, 我的伙伴和我能不能与其它的经销商分享经验。

他们在全国范围内的生意越来越差。特别是他们寻找并保留经销商的努力不见成效。

按照总部提供的系统运营的经销商通常能够获得成功。然而, 只有极少人会从一开始

就遵

循总部提供的系统, 至于坚持下去直至取得赢利的经销商就更少了。

经销商流失的速度要大于加入的速度。我们能为此提供帮助吗? 在读了你的书以后,

我有了各种想法。我集中注意解决如何能够应用你的“发展企业的三

种方式”模型。我们如何增加全国的

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

经销商数量:

——我们提出了一个新型的介绍人计划，最终这一计划有效地增加了80%的经销商，从1999年的51名到2000年的92名。在6个月的介绍时间内，该计划帮助经销商的销量增加了100%，从刚刚超过120万美元到超过了250万美元。

在当时，制造商向经销商提供500美元，作为介绍新的经销商的报酬。他们没有强调这一计划，好象只是一种事后产生的想法。几乎没有经销商介绍别人加入。

在当时，经销商拥有第一权利拒绝在其所在城区的其它商场开业。经销商经常不愿意在自己的市场中“邀请”竞争者。他们觉得自己会“损失”当地其它商场的开业机会和利润。

公司吸引新经销商的主要方法是在企业家杂志上刊登广告。对过去做法的分析表明，他们平均要花费2000美元才能吸引到一位新的经销商。平均来说，经销商的持续时间为1.2年。

我们说服制造商增加（他们很勉强）向经销商支付更多的介绍费。我们建议不要采取静态的一次性红利，他们把这笔钱改成了持续和永久性的介绍红利。如果一名经销商介绍了一名新的经销商，则只要他们双方都未退出，他就可以获得对方购买金额的10%作为奖励。

另外，我们建议不要采取现金红利，他们以商品信贷的形式支付这10%的红利。对于售出产品的经销商，信贷和现金没什么区别。他们总要订购商品的。

在新的红利制度下，经销商在第一年里获得的红利是以前的4倍。而且，在新的经销商未退出以前，他会一直收到红利。

我们认为，如果能够持续收到红利回报，一名当前的经销商会更愿意介绍别人加入这一行。另外，为新的经销商帮助培训、提出建议和指导，将符合他们的最大利益，这样才能一直获得介绍红利。

我们还认为，现有的经销商一旦开始收到信贷，他们就会更加尽责。他们不会想要失去已经获得的优势。

制造商可以根据自己确定的制造成本为经销商提供信贷。生产成本大约是经销商成本的40%。1999年，平均的经销商购买金额是23,144美元。所以他们估计，他们要付出的“硬性”成本仅为介绍定单的4%，或如果定单数量保持不变，即为925.66美元（ $4\% \times \$23,144 = \925.66 ）。

获得新经销商的“硬性”成本比利用企业家杂志广告的费用要低得多。而且，他们只需要在经销商未退出时才需要支付介绍红利。

制造商同意持续红利为10%，以商品信贷支付。唯一的例外是第一年，他们同意在2000年为每位新经销商介绍人支付2000美元，并从1月1日开始支付10%的购买红利。

他们需要时间来设计一套系统，搞清楚持续信贷。持续信贷从2001年1月购买时开始。

一旦制造商同意为“会员”计划的新介绍系统，我们就编写了一本25页的手册，说

明了

发展新的经销商的步骤，这些步骤是基于我过去在明尼阿波利斯寻找商业伙伴的方法。我们为寻找潜在的顾客并将其变为经销商的整个过程列出了一个大纲。

——手册中包括了我在星期日的商业机会版寻找商业伙伴/经销商的分类广告。还包括子与潜

在对象交谈时我使用的语言邮件地址、电话和后续计划。我们还提供了我们编制的一系列表格，经销商可以利用这些表格来组织他们的经营活动，包括潜在对象信息表、跟踪表、报纸合同信息表。

我们送给每位经销商一套资料，包括所有的指导。我们还提出，让他们通过三方电话在开始几次听听看我们是怎样与潜在的对象交谈的，以便帮助他们顺利走上正轨。我们为经销商提供本地区区和没有经销商存在地区的“广告范围”。只要他们在当地的星期日报纸的商业机会版刊登广告，那就是他们的范围。

在不到3个月内，公司增加了41名新的经销商。与1999年相比，其中80%是该计划的成果。

几乎所有的收益可以归功于新介绍计划。在不到6个月内，整个销量增加了100%，从刚刚超过120万美元增长到超过250万美元。

“隐藏的”津贴自2001年开始发放。比前一年几乎高了400%。作为一个整体，现有的经销商似乎对生意更加尽责。与第一年的经销商相比，重新签约的经销商购买的产品高出34%，售出产品高出66%。

增加了新的介绍计划以后，我们争取现有的经销商帮助我们寻找新的经销商。结果是我们找到一种低成本高效率的方法。

该计划激励了现有的经销商。我们为他们提供了一个机会，把最大的费用——产品成本——降低到零，而且能够把利润增加一倍。结果是所有的经销商都更加满意，对整个计划更加尽责。

我们如何增加购买频率：虽然圣诞节销售期是经销商出售公司产品的主要手段，但

我和我的伙伴在“淡季”（1月—10月）中通过展览会和交易会也从销售中赚了许多钱。然而，几乎没有经销商会这么做。

我们编写了另一本手册，解释通过展览会和交易会销售产品的优势。在手册中，我们介绍了在展览会和交易会上逐步成长和销售的方法。我们在年度培训会上向新经销商传授经验，教给他们如何和为什么要在展览会和交易会上卖东西。

根据我们的建议，公司总部安排人打电话给会展中心，集市场地和其它展览会场地，确认可能的展览会。公司随后向经销商发送了电子邮件，告诉他们包括日期、成本和地点在内的基本展览会信息。

在整个淡季中，我们通过电子邮件发送了定期“消息”，提出建议以尽量利用展览会和交易会。在经销商参加展览会后，我们也向他们发送了表示“祝贺”的电子邮件，并复制到整个经销商数据库中。

我们认为，如果我们指导经销商走过制定展览计划的早期阶段，一旦他们理解能够赚到多少钱，他们就会乐于保持下去。

我们发现，一旦经销商认识到展览会是多么有利可图，他们就会给我们发电子邮件，告诉我们有关他们发现的展览会信息，象计算机展、狗展、牙医展会，这也证明是非常有利可图的。

我们发出的电子邮件还有另一个作用。过去，经销商在圣诞节以后会去做别的事。然而，通过展览会邮件，公司能够更好地与经销商保持联系。

即使经销商没有参展，他们也会有兴趣听到别人是怎么做的。增加展览会计划的结果

是这样的。2001年非圣诞节销量比2000年同期增加了1000%。实际销售额从5万美元增加到超过50万美元。

一旦我们向经销商证明，他们能够获得更多的利润，并帮助他们渡过成长壮大的早期阶段，他们的订购频率就会增加。

我们如何增加平均订购规模：我们发现阻止经销商在最初阶段以后继续订购的最大障

碍是他们不愿意学习5页纸的销售方案。只要一名经销商学习了该方案并在实际上加以运用，他一般会做得很好，赚到许多钱。销售方案对产品销售确实有效。

但许多新经销商不会花时间学习这个方案。结果是他们的销售人员也没有学习。他们因此没有取得原本应该得到的成功。许多人就此停止，没有认识到其潜力所在。

公司有一个全国培训课程，覆盖了起步阶段的所有方面。理论上，经销商应该在参加培训课程前学习该方案。事实上，根本没有人事先学习，他们都决定等到课程开始以后再说。有些经销商一直推迟下去，根本不会学习。

我们建议并增加了一系列的“新兵训练”培训课程，在9月份第一次培训后两个星期开始，直至10月底。除了全国培训课程以外，新经销商必须参加一个周末课程。在“新兵训练”培训课程中，新经销商要到明尼阿波利斯的销售点工作一个周末。

我们在周五早上七点开课。我们在早餐时召集一个会议。我们建议他们每周也与员工开一次会。我们来到商场参观开业程序，然后回到教室上课，学习如何按照方案培训他们的员工。我们回顾以前的成功做法，逐个章节地学习方案，解释背后的原因。

午餐后，经销商再一次来到商场，用整个下午和晚上售货。他们与那里的经销商一起工作，边干边学。我们帮助培养经销商。

当他们星期日离开培训班的时候，如果说他们还不了解整个方案的话，他们至少理解了它的重要性。

参加了全国课程和“新兵训练”培训课程的人，平均来说销量翻了一倍，利润翻了4

倍。零售销量的增加结果是购买量的大幅上升。平均来说，经销商在2001年的销量比

2000年增

长了13%。在“新兵训练”培训课程的第二年，平均经销商销量增加了另外的25.1%，甚至在9/11

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

那个星期也是如此。

——根据一份全国贸易杂志，在2001年圣诞节期间，这家公司是全国唯一一家利用商场售货车和售货亭计划提高平均当地销量的公司。他们在今年年初把公司刊登在一期杂志的头版。

通过对更有效和更昂贵的培训投资，帮助经销商逐步渡过培训期，我们比过去更快地帮助经销商取得利润。我们能够帮助经销商走过最初的几步，让他们也能体会成功的喜悦，而否则的话 他们可能永远没有机会做到这点。

我们提出并帮助实施的这些变化只在过去两年里就增加了3百多万美元的销售额。最好的是，现在所有的收益都建立在早期收益的基础上，经销商都希望公司继续成长。

***** 我们基于《事业成长的三种方法》来提出这些建议。我们也 能够按照你的建议发展企业。

作为我的伙伴和我本人努力的结果，公司在去年请我们成为公司的共有人。另外，似乎我们 发现到处都有机会。谢谢你花时间把你的想法写下来。

舒适地带2001，全国销售额：超过3百万美元Brady Flower

邮政信箱 582083

明尼阿波利斯 MN 55458612-396-8572

37. Bruce Caswell

----- 原始信息 ----- 自：

Bruce Caswell 至： Jay

Abraham 发送：2002年8月3日星期六 上午11:09

Ex-Or 有限公司前营销主管Bruce Caswell 的案例研究 在1995年，我们公司面对的

是一个很小机会的市场。事实上，我们以前说我们是从机会中寻找机会。但生意赢利丰厚，赚钱容易，公司能够赚到足够的钱支付工资，让主管按照习惯的方式行事。我们没有赚到本来可以赚到的钱，但赢利也不少。

我们的机会是利用直接雇用的销售人员出售节省在公共场所使用的照明控制开关。这是一种典型的“跳水板”情境。

然而，情况变了，在几年内我们陷入了困境。随着竞争对手们看到我们的所作所为，想要分一杯羹，我们的市场竞争变得激烈了，预算吃紧。具体来说，我们习惯于在一年的前三个月完成50%的营业，然后把钱花掉，等待明年的到来。在1996和1997年，我们第一季度的赢利很差，不得不挣扎着渡过全年，生存下来。到了1998年，我们没什么生意，我们终于明白情况变了，我们最好更加认真地考虑寻找新的市场。

幸运的是，在我听过Jay的“有力的谈话”访谈后，我在1996年12月仔细研究了Ex-Factor

的情况，有了一些能够让企业重新焕发活力的想法。1998年7月，公司任命我负责让公司重新振兴起来。

我们吸引了一些国外的经销商，虽然在公司的营业额中所占份额不大，但不需要花太大的力气为他们提供支持。

另外，我们与批发商和照明OEM厂商签订了第三方协议，向他们的顾客销售主要产品，他们的顾客群与我们的不同。

我们吸收了一些只支付佣金的代理商，效果很好——有些地区，这些代理商的业绩超过了我们雇用的销售人员的业绩。

我们开发了一系列的先进产品，与一些照明OEM厂商建立了战略伙伴关系。这么做赢利没有那么丰富，但由于销售成本降低，因此所减少的利润尚可接受。

除了开发自己的新产品以外，我们从其它两个来源增加了产品种类，一个是与其它提供免费技术的组织合作，另一个是直接购买产品。产品种类的增加让我们能够提供更完整的产品，与大型项目的专业人员和咨询顾问进行谈判，赢得合同。

然后，当设备安装时我们会挑选承包商。有关财务情况：营业额的增加要慢于公司的预期。产品和市场的多样化使得公司更加稳定，提供了发展的动力。然而，从“跳水板”到“帕台农神庙”的转型把公司从几乎注定的破产中挽救出来。

原来的情况是公司80%的生意来自一个来源，现在却更加多样化了，25%来自老顾客，30%来自合作的OEM厂商（原来是0），20%来自海外（原来是10%），15%来自自有库存的批发商（原来是0），10%来自终端用户。支付佣金的代理商以其它渠道销售产品，因为没有单独列

举。公司发展的下一阶段是让专业的销售人员具体负责公司市场的某个部分。

重要的旁白。在描绘原先情况和甚至当前情况时，一个困难是缺乏清楚的、易于使用的管理数据。公司帐目建立在一套初步系统上，无法进行任何实际分析。管理层习惯于简单地收到所有的货物，然后分解到销售人员。公司没有针对产品或市场部门进行细分，因为我们无法测量，无法管理。如果当时有更好的管理数据，我们就能够更容易地看清面临的危机和突破。我们已经对这种情况加以改正，在将来可以获得更好的数据。

然而，说完做完所有的事以后，毫无疑问，最大的突破存在于我的大脑。我现在绝对肯定，任何事物都没有看起来那么复杂，如果说没有许多好办法，那么也总有一条更好的办法。如果不从你的事业投资中获取最大的利润，这就是一种对生命的浪费。我在将来一定要采取发散型思考方式。

以上所述均真实可靠，你可以在宣传和营销时使用我的材

料。 Ex-Or有限公司

营销主管（前）

Bruce Caswell

Ex-Or 有限公司有营业额超过了3百万美元，有20名员工。公司总部位于英国默西塞德郡，主要从事照明管理系统的设计、制造和销售。

38. Bruce Wilson

自：Bruce Wilson 至：Jay Abraham 发送：2002 年 8 月 13 日星期二凌晨 1: 05

亲爱的 Jay,

5年前，我售出了自己的药房。在商业上，我感到迷茫和无所适从，我需要一次爆发。

大约在一年前，当时我在寻找一个新项目，我邂逅了你的书籍，我对你的思维方式着

迷，我

一直将你的书放在案头，它从来没有进过书柜。

7周以前，我的第二家药房开张了。现在就分享成功经验，恐怕为时过早，但是我想告诉你一些我使用过的方法，以及我未来的打算。

我做的第一件事情就是，将药价上调到市场可以接受的水平——绝不是 $x\%$ 涨幅的方程式。我不敢相信，零售经理居然不知道毛利率是多少。于是，我给她补了课，我写了一套非常简单的电子表格给她，这样她就可以，依据表格算出不同价位的毛利率。现在她明白了，有些东西标价

19.95 美元，反而比标价 19.50 美元好卖。仅此一项，就让我们毛利率增加了 2%。

我们提价后，就要为客户提供更多的服务，于是我们更多的与顾客交流，我们同他们谈产品，以及如何充分利用产品，我要确保，他们能安全的使用产品。我们给顾客产品的书面信息，如果 我们没有现成的信息，我们就会为顾客去搜寻信息。

其次，我们将整个过程系统化。整个过程都有标准操作流程，于是我们每时每刻都协调一致、有条理和高效。

我正在为药房装修。新的灯饰所营建的完美的自然光谱，能让药房的所有物品显现出原本的颜色。我们的肉眼很轻易就能分辨出物体本来的颜色。

我们有一个有规律、必须严格遵守的明晰时间表。我们不仅不会在口头上做虚伪“附加服务”承诺，相反我们会将“附加产品/服务”并排放到一块，放到橱柜上，这样我们就不会忘记，自己的工作是为顾客获得最大的实惠。

我为销售电脑配备了新的薄显示器，这样我们的柜台上，就有更多地方放给女性顾客放手袋。我们也有足够的空间在柜台，布置更多的电线。

——我认识到，在我获得销售上的巨大突破以前，我需要把琐碎的事情做好。我们付出的许多努力现在并未显示出作用，但是随着我们行政效率提高，它的效果将渐渐显现出来。

在列表上剩下的部分是一些重复的内容，和我们橱窗的新陈列品。Further down the track is a serious focus on 我们的书面材料和复制品的质量。我一直在思考这方面的问题，并且开始听从自己，而且当我评估，那些字词和短语容易打动顾客。如果这些词汇有效，我就会反复使用这些词汇，只是用短语表达会略有不同。因为我一次又一次地测试，我工作中的一切事情都变成了试验。

测试中最有趣的事情就是，我能享受到其中的快乐。我一度枯竭的灵感，变得如泉水般涌动。我们保持 Email 交流好吗！我肯定会读这些邮件，这些邮件给我灵感，我热切的想

了解他人
是如何在他们的工作中取得进步的。

谢谢

Bruce Wilson Strand Arcade Pharmacy

39. Bob Bettaglioni

----- 原始信息 -----自: Bob Bettaglioni 至: Jay Abraham 发送: 2002年8月1日星期四, 下午1:45

亲爱的 Jay: 今年早些时候，我的弟弟问我是否愿意加入他的网络工程公司，为了筹集启动资金，最后，

我们做出了一项回收策略——该策略承诺将按工作，付给我们报酬。既然我就要退休，大多数时间都无所事事，我同意帮助我弟弟。

我曾任高科技公司担任 CEO 的背景，使得我在筹备期中成为了理所当然的领导人，过去三年的财务分析显示，我们的公司已经进入一个每个月能有 30,000 美元收入的稳定期。我发现了一件有趣的事情，在互联网泡沫破裂期间，我们一直有着这样的收入。这样非常好。我的战略就是创制流程、自动化的操作，并通过企业基金来拉动利润。

这是一家能最大化利用我所学杠杆技巧的最佳公司，尤其是我从 Jay Abraham 那里学到的技巧。我所做的第一件事情，就是分析客户边际利润值。依据过去 3 年的经验，我发现我只要花上

1000 美元就能争取到一个新客户，这令人兴奋，随后，我开发出一种瞄准热点的“许可销售渠道”——转介绍等等，接下来，开发出一套只要花 1~2 小时就可以评估创业公司 IT 基础工作的三步流程。我们告诉那些创业者，这个流程值 250 美元，但只需要 150 美元的投入，我们能说服

25% 的创业公司，这样的话，成本通常都低于我们的目标成本 1000 美元。

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

我们实施的下一个计划是一个用于扩张关系生活与减少动荡的“客户交流流程”。在服务结束后，我们会立即把一些感谢卡寄给了客户。客户满意度调研会调查每张顾客发票，每个客户都会接到一个电话，不是推销，而是复核情况，以确保我们的系统运转良好。顾客好评度上升了

20%，而转介绍顾客数亦有所提高。

谈谈转介绍，我们成功的利用了一项 Abraham 式技巧。我们给顾客发信件，感谢他们对业

务的支持，并告知他们，我们宁愿将行销费用于提高服务水平，我们决心倾力为他们服务，最后，

我希望他们给我们转介绍顾客。我们会在信中夹一份 10 美元的优惠券，而他们可以用于下一次 购买。如果顾客不愿为我们转介绍，他们可以存着这 10 美元。如果他们真的对我们有好感，他 们会写推荐信。对于这样的顾客，我们承诺给他 50 美元的优惠券。这样做能取得非常好的回应。 我们甚至从顾客/公司老板那里获得了许多建议，非常聪明的行销战略。

依据 Abraham 哲学，我们分析了旗下产品和服务的最优化组合。如果有潜在销售机会，我 们就会联系我们满意客户，以说服接受服务，向他们推销产品，我们还会培养网络工 程师，让他 们在每次拜访客户时，寻找潜在上升销售机会。他们受过训练，会去推销那些需 要他们鉴别的产 品或服务，通常客户都会同意。

我们也会采用一些成熟的 CRM 流程，这样我们可以检测行销效果，我们系统的提出一些 用 于活动的草稿、标题，以鉴别其中的哪一个才最适用。一旦我们希望将一位潜在客户变成 客户， 我们就会将这种技巧用在客户跟进、生日和其它别的流程上。

我花费许多时间来收集对手们的情报。我很清楚，我们正在开发的一些系统可能，对其 它在 我们目标市场以外的网络顾问公司有所帮助，我们计划在年底做完情报收集工作。

我非常感激 Jay Abraham 在对行销的理解方面所给我的影响。自从我开始执行这些 Abraham 的战略我们的销售量每个月都有提升，在过去的六个月中，我们每个月都能有 30,000 美元到 50,000 美元的销售额。这些工具使得我能够在提高利润的同时，获得较高的客户满意度， 它们 是一套非常迷人的工具。

一位疯狂的 fans

Bryan Brandenburg

CEO

Network Solutions Int'l

(310) 314-7325

(310) 314-7326 FAX

14058 New Saddle Road, Suite

100, Draper, UT 84020

如果你没有搜集，我们是一家网络顾问公司。有 5 位员工，以及一打全职或兼职网络工程 师。

40. Carl Berger

6:15

原 始
信 息

自 :
Carl
Berg
er
至 :
Jay
Abra
ham
发
送 :
2002
年8月
3日星
期6,
下午

——作为一个大四学生，我的工作前景渺茫，但是也没有什么东西向我挑战。在 1996 年 6 月“eX!

Factor”，但是我们发现，我并未用好他交给我们的，推销自己的战略。

不断运用《卓越战略》我在 1997 年 2 月曾抱着谋一份工作的目的，参加了 eX! Factor。作为研讨会中最年轻的一位听众，我把自己包装成一位可以帮助小公司老板，运用 Abraham 概念。正如 Michael Gerber 所说的那样，人们虚度了太多的时间。

在寻找特定的合适职务方面，作为一位以 Abraham 式思想武装自己的年轻人（经验较少），我能在一周内获得 3 份工作要约，最后就任了位于纽约/新泽西区的一家办公用品供应企业的业务拓展主任。

我成功的关键在于，在课程学习中 Jay 所讲述的知识，作为智力这些还不够，你还要反复将他讲述的理念转化为实际行动。

附，你的邮件没有在 8 月 2 日终止日期前及时交给我。我是研讨会的常客，你事业的推广者，我希望你能将我的事情作为一个案例合集的一个部分，以及将我写进你的 PDF 资料邮件。谢谢

41. Carol Ann Wilson

----- 原始信息-----从: 卡罗尔 安·威尔逊Carol Ann Wilson至: 杰亚伯拉罕

发送于: 星期二, 2002年8月13号上午8: 19Tuesday, August 13, 2002 8:19 AM2002年8月12号

Hi 杰,

你的方法中对我真的起作用的一个就是“风险逆转”。我是一个离婚专家学院的校长，我们所培训的包括有关离婚资产问题的金融专家，这样他们就可以帮助他们的客户更公平的解决金融问题。我们课程的价格是1255到1895美元，这是取决于不同的折扣和他们是否take the live workshop，或是自学课程。这就让一些人成为“sticker shock”。但是当我们指出，我们的退款保证时，他们就开始自信的把他们的钱投入到这个新的冒险当中了，并且接受了这个课程。他们知道如果这个课程不适合他们，他们还可以拿到全额退款。

我们的保证是这样写的：“退款保证，如果你拿到课程材料之后，参加考试之前，觉得对我们的课程不满意，请立即通知我们，以便于我们为你办理退款手续。”

在过去的9年中，我们收了1500名学生，其中只有四个人要求退还学

费。忠诚的，

Carol Ann Wilson, CFP, CDS

离婚专家学院

6395 Gunpark Drive, Suite

Y Boulder, CO 80301

303-527-3193

www.carolannwilson.co

m

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 81

42. 卡萨尔·斯伯尔曼 **Cathal Spelman**

-----原始信息 -----

来自: 卡萨尔·斯伯尔曼 **Cathal Spelman** 至: 杰亚伯拉罕 发送于: 2002年8月月2号, 星期五, 早

3: 14 亲爱的杰, 我最好的成功故事就是我第一次

试用你的材料。

早在1996年, 我买了你的<赚钱的秘诀>, 第一本书大约花了600美元, 对那时的我来说, 那真 是一个天文数字, 因为那时我穷得就像教堂里的老鼠一样。

但这件事对我真是意义重大, 我读着这本书, 越读越兴奋。那时我已经开始了我自己的装潢 事业。我有很多关于销售方面的经验, 但是对于行销却一无所知。所以我就决定我要按照你的指 导方针, 销售一些装潢艺术品。我画了一幅美丽的当地地标式的建筑的古画, 我知道我一定能把 它画的很美, 它就是在找客户, 那也是一个挑战。

所以我在当地每月的杂志上刊登广告。仅仅是一小块插入广告就花了我1500美元, 那对 我来说是一个巨大的数目, 也是一个巨大的风险。

在我做决定之前, 我按照你书上说的写了推销信, 我就照着你的书一字一句的写了这封 推销 信。我开始写了一个标题, 运用了你所提到的关键词, 然后是一张漂亮的照片, 并写上 了你所谈 到的销售说明。然后我又详细说明了我所提供的服务和产品。我认为可能没有人会 用到如此多的 “你” 和 “你的”!

之后我提出了报价, 当然也提供了保证。寄信之后我又打了追踪电话, 这个电话加强了 对方 的购买欲, 和信件中的不足。之后我还提供了 “无风险的优惠券”。

我付出了我的1500美元, 然后就等待着。我需要至少四个订货的人才能和我的广告费打 平。 这是一个很棘手的问题。但是我绝不会忘记当我打开第一封信件发现我的优惠券都填满 的感觉。 然后传真也不断的发过来, 在最后我从那个广告中赚到了7800美元。

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 82

我真的不知道说什么好了, 你的方法是第一次对我起作用的!

此致 敬礼,

卡 萨 尔 . 斯 伯 尔 曼 (Cathal
Spelman.) 艺术世界.

员工: 一个销售员 (我),一个秘书, 一个设计师.

USP: 你可能正在为找不到一个真的适合你的新家的设计方案而绝望, 尤其是你当你的预算 又非常紧张的时候, 好了, 现在你不必再绝望了, 因为我们这里有仿真的油画展示给你, 而且比 你去印刷还要省钱。

我们有115个不同的艺术家的画, 这些都是天才的油画画家。你可以从古典主义到印象主义 直到现代的抽象主义, 从各种风格中选出你喜欢的形式。你可以同时看到150多幅画, 而且如果 你预先通知我们还可以看到几百张其他的画。

你也可以从20种不同的结构风格中选择, 和你的油画完美的结合, 让你的家庭或是办公室更 加完美。在提供高质量的油画方面我们很多的经验, 一定能让我们的客户满意。

怎样把你的客厅变成一个美术室呢? 你将看到的这些油画都是一些技艺高超的艺术画家用 了几十年的时间才画出的作品。因为我们是直接和画室相联系的, 因为这些艺术家一周之内会有

40个小时是在画室画画, 我们可以为你省下相当可观的费用。那对你来说就是你可以花在一般小 店或是艺术馆打印的价格而得到手画的油画的品质。对你来说那真正的意义就是你可以为你的家 里提供令人吃惊的油画设计而不只是印刷品。

产品: 装饰艺术品, 一些著名作品的仿真品, 肖像及你订做的作

品。 杰, 应该让你看到我们家人的肖像, 那简直是太棒了。 地

点: 爱尔兰.

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights

Reserved. Page
83

43. Charri E

-----原始信息 -----来自: Charri E.至: 杰亚伯拉罕发于: 星期三,七月 31号, 2002 下午 1:08

杰:

我是一个餐馆的咖啡供应商, 当竞争对手把我的客户抢走时, 我做了什么? 我告诉那些餐馆 他们可以用他们的服务来付我的账。(实物交易)

当我去了一个当地的电视台, 我用这些服务换了整个时段的广

告 忠诚的,

CharriE.

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 84

44. 克里斯.伍尔弗克 Chris Woolfolk

----- 原始信息 -----来自: "克里斯.伍尔弗克"至: 杰亚伯拉罕发于: 周五, 八月16号, 2002
上午9:50

杰, 希望这会是很有趣的事

情. 我从PEQ中得到的两个差

别:

- 1) 多多关心我的客户.
- 2) 发展更深层的关系, (卖给他们更多的产品).

我一直坚持这样的一个想法: 我的影响是有限的, 最终决定还是取于客户, 我认识到在我的 计算机维护生意中, 我的一致态度就是要么就认真做, 要么就放弃, 不要以为客户做的就是正确 的事情。

我明白了两点, 就是售后服务 (backups) 和病毒维护。当这些并不是一个很吸引人的话题 时, 他们就成为一个很好的思想指路灯了。我决定不能让我的客户自己随意的选择。要拜访每一 个客户, 我安排了一个会议来讨论这两个问题, 重新审核一下他们已经有了什么, 和他们还需要 什么。我又在网上设了一个售后服务网点, 以改善我们的售后服务, 查看一下录音带和媒体终止 日期, 回顾并更新每个月的病毒数据库。

在会议期间, 他们都蠕动着, 想去做更多的工作而不是在这里谈论这些问题。我让他们清楚 的意识到和我做生意并不是随意的, 我还可以帮他们找到其他的服务提供商, 他们踌躇着, 盯着 天花板, 最后每个人都做了正确的选择。

这使我的生意每个月的纯现金流增长了10%。这又可以让我对更多的营销策略进行测试 (来 自杰)

谢谢你,

克里斯.伍尔弗克 (Chris Wool

folk) 伍尔弗克机构.

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 85

45. Christian Cares

----- 原始信息 -----From: Christian CaresTo: 杰亚伯拉罕Sent: 周三,七月31号, 2002年 早8:40

这是我学习的案例:

在大约三年之前,我辞掉了工作,做起了一个高端的国际服装零售的生意。多年以来,每天都是长时间的工作,最后令人吃惊的结果就是我依然只能勉强养活自己,我觉得自己很失败,也对此而感到厌倦,但是我不知道面对这种情况我应该做些什么。那段时间我一直不断的跳槽,直到有一天我找到了你的录音集,在开始的时候,我还犹豫要不要买—那是一个旧货市场,而价格又不便宜。但是这上面所谈的内容是有关财富和怎样取得财富的—不幸的是,我正在渡假,我根本就带钱....尽管我应该把它买下来。

就是在这其中就给出了怎样在公司内进行谈判以取得更大的成功的建议。我想了一下所有我想出的点子,有多少为我所在的组织创造了利润,而我所得到的只是证书。

我下定决心马上就on把这些点子放到实践中去,我给以前工作过的公司的一个竞争者打了一个电话—这次我再也不会任何没有竞争的协议下工作了,并告诉他们我要为他们工作三个月,薪水要求很低,如果他们同意,我就立即做一个项目,让他们在这个非销售期节省近100万美元。我已经计算过了,也已经对一个典型的商店在存货过程和销售规划中所花的时间做了一个调查。我已经有了一个计划,这个计划可以诱发一个非卖活动,然后用这些时间来对货物重新部署,这样它们在销售台上就会更有价值。

他们对这个点子非常感兴趣,然而我还是给了他们一个警告,如果我的这个计划在这个期间赢利的话,那么下一年省下来的钱要按一定的百分比给我分成。他们开始有些犹豫,但是我解释说,我是从他们扔出去的钱中捡回一美元,而我只要其中的15美分。最后我们达成协议是12美分,然后我就去工作了。

三个月之后,我从这个公司辞职了,尽管他们请求我留下来,到那一年的年底,我几乎和我以前的老板这样做了三次,没有出过一点的问题。

这是两年前发生的事情,今年我是在以同样的概念,稍有不同的方式在做电脑零售业。我已经谈判过了,如果我开始一个能不断创造收入的新的生意线,在五年的期间我要每个月净利润一个小小的百分比,不管如何。

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 86

我继续做生意,我把所有的精力都放在了HotSpot技术上(公众无线高速上网通道。 - 例如,在机场,宾馆等等。)每个月都是以交订金的形式做交易。我一定会让你明白它是怎样运行的。但是我一定要增长真正的财富,但是在二十七岁时,在工作方面我有了一个新的想法,不仅仅是为了工资,而是为了个人的财富变得更聪明些。如果说仅仅是一些录音带就让我取得了成功,我真不敢想像如果我去参加你的课程我将得到什么!

Christian Cares

CSM 加拿大

403-212-0008 ext 303

我真的期望能看到其他读者成功的例子。我很羡慕你的工作，当有人问我我的导师是谁时，在过去的两年中，我一直是说杰·亚伯拉罕。

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 87

46. 戴尔·A. 哈姆林 **Dale Hamlin**

----- 原始信息 -----来自: 戴尔·A. 哈姆林至: 杰·亚伯拉罕 发于: 周二, 八月13号, 2002年, 下午1:02

公司名: 夕阳公园房地产有限公司, LLC

生意类型: 出售土地

在本行业的时间: 10

年

主要市场: 退休人员 (通常是来自本国东部)

平均价格: \$88,000 平均住宅价格:

\$300,000 从历史上看, 大约每年30

次的交易。

我想促进销售, 所以我写了一本标题为“怎样找到一个完美的休养所呢?” 的报告书。

我们现在免费提供这本书 (29.95美元) 给那些愿意参观并参加一个销售旅行的人。而且还 把这本书链接到了一个发展较好的网站上。

自从我们这样做以后, 我们的销售率成倍的增

长。 戴尔·A. 哈姆林 (Dale A. Hamlin)

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 88

47. 达雷尔·泰勒 **Darrell Tyler**

-----原始信息 -----来自: 达雷尔·泰勒至: 亚伯拉罕团体 发于: 周三, 八月21号, 2002年 上

午6:35

高先数据解决方案有限公司.

3914 Mt. Holly-Huntersville Rd.

夏洛特 NC 28216 电

话: (704) 236-8880 联

系人: 达雷尔. 泰勒

高先数据解决方案有限公司, (ASDI)

ASDI 成立于1999年, 起初只是提供有关于有效软件工具大型主机的生意, 这些软件速度非常快, 也非常准确 (可以找到98%的错误, 并对其进行修复), 为Y2K (Y2K compliance) 检查 遗赠码。这些主机运用了面向商业通用的语言COBOL, PL1, 汇编程序, 及RPG。ASDI的业主 和创始人就是达雷尔.泰勒 (Darrell Tyler)。

我的故事 在创立ASDI之前,在90年代的初期有人介绍给我亚伯拉罕的营销资料。在那

时, 我在商业中

的经验只是为一个资产12500万美元的公司管理一个资产320万美元的子公司, 使其安全运转。因

为我想学到所有有关于营销的知识, 所以就开始学习亚伯拉罕的营销资料。

虽然我没有上过大学, 但是由于我在这个生意中的成功, 他们让我做企业法人, 并成了他们的营销经理。所有来向我报告的人都是MBA和大学的毕业生, 他们都是靠他们的大学文凭来工作的。

在两年当中, 管理层内部就出现了问题, 于是我决定跳出这个圈子。我被赋予的职责就是管理北卡罗莱纳州的西半部分, 和整个南卡罗莱纳州。在我接手的时候, 这个安全产业每年只能赢利120万美元。在很短的一段时间之内, 当我用了杰的策略来经营之后, (我已经读了三套“你的神秘财富”, 都是关于怎样经营商业的。) 在5年之内我把生意的营业额扩大到了520万美元, 然而, 这只是我故事的一小部分....

在1999年, 在我们的组织内部, 我就是那两个被选中为Y2K建立区域办事处的代表之一。有一天在我开车去上班的路上, 我听到我们城市的谈话直播节目主持人采访一个人, 他说他开发了一个软件程序, 这个程序可以发现一些大组织所用的遗赠码中98%的错误, 已经在今日美国(金钱篇)的首页刊登出来了, 而且他的软件已经成功的运用在几个大的银行机构。当我听完这些以后, 我就想, 如果在卡罗莱纳有人为他销售他的产品, 会怎样呢? 唯一的问题就是.....我不是一个程序员, 我对商业通用的语言COBOL, 汇编程序等一窍不通,

因为我已经读过杰的资料了, 他总是说我们应该把自己推向成功, 我决定自己要试一下我能做些什么。

我与那个公司联系了一下, 他们问我有什么经验。我就告诉他们我在电脑编程方面没有任何

~~经验，然而在营销方面却非常卓越。我告诉他们我会给他们发传真，告诉他们我的造诣，并简单的说一下我能帮他们做什么。~~

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 89

三天之后他们就与我联系了，让我立即到他们的公司去，和他们在一起呆了两天，我签订了独立承包人的合同，其中规定我所销售的任何东西都可以拿到25%的佣金。如果我没有读杰的资料，我绝不敢做这样的事情。长话短说，在一个非常短的时期内，运用这个产品很少的一点知识，我就能卖出价值205,488.65美元的软件。就此我可以拿到51,372.16美元的佣金，而且这是在我经营那个安全公司的同时做的这件事。谢谢你，杰，通过分享你的策略，我在自己所在的事业中取得了成功。

忠诚的

达雷尔.泰勒 (Darrell Tyler) 达

雷尔.泰勒 (Darrell Tyler) 会长

高先数据解决方案, Inc

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 90

48. 大卫.科那林 David Conallin

----- 原始信息 -----来自: 大卫.科那林 (David Conallin) 至: 杰.亚伯拉罕 发送于: 周二, 八月13号, 2002年 上午12:39

谢谢你延长了我成功的底线。在很多年前，我买了一些杰的录像带（音和像），从这些录像中我明白了概念，营销不只是一个活动，而是一系列持续不断的事情。

所以在过去的这些年里，我试着测试了很多不起眼的小事，其中就有一个让我取得了很显著的成效，而这件事是我以前从不做的，因为在我这个行业中没有人会做像给客户寄生日贺卡这样的事。我知道现在这没什么好炫耀的，但是在有些情况下还是很有效的。

1. 客户会对此非常感激。
2. 如果我碰巧在他生日的时候与他联系，那么我就知道他的生日了。
3. 这样可以提醒客户让他们想起我们。在他们收到卡片后我们会接到更多的电话或是更多的约会。
4. 可以不断的更新客户数据库。所以我要感谢杰让我通过一些小事看到了更多的利益，而且与我的客户保持联系。

大卫·科那林

特许会计师

澳大利亚

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 91

49. 大卫·摩克尔 (David Merkle)

----- 原始信息 -----来自: 大卫·摩克尔至: 杰亚伯拉罕 发送于: 周三, 八月14号, 2002年, 下午12:32

亲爱的杰, 事情是这样的, 我不知道应该从何说起, 就这么说吧, 我是一个专业的摄

影师, 已有25年

之久了。我为我的客户, 顾客, 朋友, 及家人拍过无数的照片, 我还曾为现存的五位美国总统拍

过照片, 同等的重要人士还有, 两位国家第一夫人, 苏联的米卡尔·乔伯柴夫 (Mikhail Gorbachev), 诺曼公爵文森特·皮尔 (Vincent Peale), 科林·鲍威尔 (Collin Powell), 莱夫·比丽·格兰姆 (Rev. Billy Graham), 斯科勒博士, 奥利弗·诺斯 (Oliver North), 芝哥·芝哥拉 (Zig Ziglar), 马克·维克托·汉森 (Mark Victor Hansen), 吉姆·罗恩 (Jim Rohn), 莱斯·布朗 (Les Brown), 两位 最高法院的法官, 国会议员, 布赖恩·特蕾西 (Brian Tracy), 美国参议院议员, 宇航员, 当然还 有很多。还有数不清的当地人, 他们付钱给我, 这样我就可以应付自己的开销。我觉得自己很伟大, 因为我做的事就像是一个事实的母亲。

问题并不在此, 问题就是我要么就是很疲劳, 爱发火, 烦躁, 或是我得了一种不治之症, 而 这种病还没有被研究出来。我觉得自己像一个不中用的工具, 你能理解我的处境吗?

我曾简单的和卡尔·特纳 (Carl Turner) 谈过, 看我是否能开始一些让我改变现状的事情。我真的希望你能帮我找到一种方法让我回到常规的生活中去, 脱离现在这个轨迹, 做一些事情或 是继续做一些其他工作能让我再找回我往日无尽的激情。如果我买一套南丁格尔·科南特的磁带 是否有效呢? 我买了50盘, 其中有三四盘是你的。

请帮我一下吧, 救命, 救命, 救命。 . 谢谢你

杰, 我期盼着你的回应, 也希望你可以给我一些

帮助。

我也希望读到更多成功者的故事。也许其中的某一个就会对我有所触动。这是我的最终要求。 再次感谢杰, 我期盼着尽快收到你的回信。

大卫·E·摩克尔

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. Confidential For Your Eyes Only All Rights Reserved. Page 92

50. 道尔和贝克

----- 原始信息 -----来自: 道尔和贝克至:杰亚伯拉罕 发送于: 周三,八月14号, 2002 下午 5:48

五年之前, 在杰·亚伯拉罕和安东尼罗宾的激励和指导下, 我的未婚夫和我做出了一番激动人心的事业。

我们在矫正儿童牙齿的事业中, 我们赢得了广受欢迎高消费阶层的租约, 起初是中西部中型城市的银行。我们把我们的事业继续推进。

当时我们正在学习和运用亚伯拉罕的思维, 并开始有效的运用杰的很多有利的概念。

每周我们都列出并实行7个新的活动, 以便增加我们病例—我们的事业。我们发起了一

种独

特的商务主张, 并写在我们的介绍当中, 黄页广告中, 还有我们给当地一些病人的父母的信件中

写到: “和孩子生活在一起的父母们, 你就是你坚实的保证。”(这在矫正儿童牙齿科是很不平常的事情—允许, 承认独一无二的保证—那些有孩子的父母不用为了所有的程序, 甚至是牙齿开方和外科手术而操心) 那些父母也很喜欢这样。

我们和附近的儿童理发业还有儿童鞋店都联系过了, 给那些父母发优惠券, 也让他们意识到还有我们这个公司的存在。我们还服务我们市那些未知名的阶层—我们总是能接待到病人—每时每刻。我们还为每位家长和来访者提供饮料的选择, 咖啡, 茶, 软饮料, 矿泉水。盥洗室里有土耳其的棉制面巾, 花香剂, 蜡烛, 尿布, 甚至还为那些孩子们准备了不太贵重的儿童汗衫和裤子, 以备不时之需。在会客室妈妈们可以享受一下Yamaha钢琴和钢琴曲, 而我们的介绍正好就在那里—他们可以自己记录下来带走。我们制定了三个月的检查, 而不是普通的六个月的检查。

我们看着它运行—看到每个季节的指数都在增长。我们为此而庆祝, 高兴, 尽可能的享受为别人带来快乐的乐趣, 看到这些都得到了很好的结果。我们期盼着杰能亲自为我们的事业指路, 把我们带到一个更高的水平。

然而我们的顶峰就到了尽头: 我的事业伙伴和生命中的爱人, 在一次意外中去世了, 是一种没有预料到的快速疾病。就剩下我一个人在这个两个医生的工作中—就我一个人—一个一直以来都在扮演助手角色的女医生, 那个次要角色, —一个为那个卓越男士做催化剂的角色。

但是现在, 我在经营一个公司, 有很多的员工, 很多的病人, 和一群崇拜我们的家长—显示出关心—而我却是在一个悲惨的, 无法用语言表达的损失之中。

就在这百忙之中, 我就开始钻研与现在相似的亚伯拉罕的思维模式。我开始列出那些能够解决我现在所面临的困难的一些行动。我亲自用简短的卡片回复那些来自我的病人和其家长

们发来 的几百张同情卡—与每个人又建立了更加紧密的联系。我开始和世界范围内的几百个专业的同行 联络，告诉他们每个人这种专业的关系对我有多么的重要，告诉他们我们专业的牙齿矫正研讨会 将会继续成长，并邀请他们加入到我们的队伍中来，还要把一些年轻的同行吸引到这个课程中来。

——一个网上的正齿学研究俱乐部就诞生了，通过它可以和我们的同行保持联系。我参加了每

次我所知道的专业会议，进一步加强我们的广播网及与我们同行之间的联络。一些当地的参与者成了我们的策划人，分享病人的病例，提出参考意见，及一些商务策略。我们每个月都开一次会，我依然是那个组织者，刺激者，是这个组织的“妈妈”。在我的办公室比其他任何办公室见到的人都要多，有各种各样的参与者，我们一起研究一起学习，让彼此都达到最高的水平，我们的目标就是让我们的事业增长。

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 93

我改变了公司里员工的工资制度——每一个员工都是根据——只是根据——实际接到的病例。基于服务和雇佣年限，员工的工作表现，处理病例所用的时间，当期的工作时间，这些因素决定了最后的薪水——而不是基于利润分红计划——薪水完全和公司的收入挂钩，他们将会拿到比应该得到的更多的钱，根据病例的增长，他们有既定的工资——在第一年之后，他们还是选择留在这里。他们喜欢这份工作。

沃尔特死后的第一年，按逻辑来说，我们的病人应该还有一半，因为只有一个医生（我）就 诊。可是我们的收入却比沃尔特去年在世时还稍稍的高出了一些，我们还使牙科的收入达到了双 倍。在他死后的第二年，比前一年又增长了33%我们为此而感到高兴。

目前我正在为我们的研讨会开发一种咨询/培训设备。这将会增强我们教育，培训其他医生的能力，这也是运用了亚伯拉罕的思维——运用成功策略。这在让他们的病例达到一个卓越的结果 方面，及解除来自信息技术发展，激烈的竞争，不断的革新，当前形式和经济的压力方面都对他们有很大的帮助。很多的咨询服务都提供了相关的信息。我们提供了医生的策略，具体的行动，和各种专家达成商务关系的解决方案，这些专家就是支持过我并为我的事业指路的人，和我们公司的一些员工，我自己也培训过，还有一些其他的专家。我们将会提供各个领域的培训和专家技术：制图和营销，信息技术，实习团体，员工培训，办公室计划和设计，及一些非药理学的练习，这样就可以让孩子们在不用镇定剂，药物，普通麻醉剂的情况下得到治疗。就在我们做这些所做的事情的时候，这个艺术之国的概念和策略，还有那些寻求我们建议的医生，共同创造了一个新的利润中心。

通过一个无法抵抗的个人的，专业的损失，我结合杰亚伯拉罕的策略找到了保证，方法，和快乐。

爱我之所做，做我之所爱，是我的真实写照，因为我不断的把这些技术和方法付诸实践。

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page 94

51. 原始信息

Jay:

您好！我是 Greg Stetzel 医生。我在新泽西北部的一个小镇上开了一家脊椎指压治疗所。我已经按照您所述的行销理念经营了数十年。十年来，我一直不断地购买你的“营销秘诀”的磁带

和业务手册。

我们在运行业务时成功地运用了风险逆转原理。然而，医生只保证治疗结果是不道德的表现，保证给病人满意周到的服务才是道德标准。在我们的广告、诊所手册和首次挂号费上都有一句话——“没有风险，保证满意”。在病人结束他的首次检查和化验报告后，若认为脊椎指压治疗不适合他们的健康所需的话，我们将退还其挂号费。为了避免经常有人因挂号费太贵负担不起而不咨询脊椎指压治疗，我们也在首次检查的费用项目上有所减少。通过减少费用，大部分人可以承担起医药费和首次看病风险，而我们也能增加新病人的人数。从开始这项技能四年以来，我们还没有收到一张挂号费的退还要求。

通过一贯实践独特的销售主张，我们得以从激烈的市场竞争中解脱出来。我们所经营的治疗所不仅仅是减轻痛苦，更在照料家庭健康方面树立了重要地位，使得我们更加出色。而我们在这个领域内从普普通通到达了领先地位。

非常感谢您的建议和理念。

Dr. Gregory Stetzel

52 原始信息：

发信人：Ed Laprade

接受人：Jay Abraham

日期：2002年8月1号 2:44

PM Joy:

我发这份信函给你是为了向你致谢。在告诉你原因之前，先告诉你一些背景。ADNET是一个技术团体，我们为中小型企业提供专业技术知识。我们尤其擅长安装和维护局域网和广域网，也开发会计学，分配，制造的软件。我们已经经营了10年，有21位员工。我们是一个十足的技术团体，而且在我们所做的领域中表现出色。但是不幸的是，销售并不是我们的强项。因此，7个月之前，我决定将我们的团体转变成为超级销售机构。计划的第一步就是我自己去学习销售和经营方面的知识。通过学习我至少可以懂的现行的方法，可以利用我所学的这些方法经营。我开始参加一些销售研究班并开始阅读从Seth Godin的《发动理念病毒》到Brian Tracy的《成功管理学院》的任何东西，也包括你的《你的秘密财富》。正是这篇文章让我了解你的作品。作为工程师我对你的方法产生了兴趣。这些方法看起来很简单，但是对我这样的人来说还是有些不明白。为了寻找通往销售技巧王国的钥匙，我购买了PEQ程序，接着又买了PEQ II程序。通过这些程序的学习我认识到没有一个办法是可以解决所有问题的。但是如果我们要在销售方面急速提高，还是需要有一个程序来遵循。另一方面我开始这次提高销售的冒险，所处的时期正是我们这个行业的衰退期。我们没有足够的财力也不知道如今我们处在什么水平。但是自从我们学习了PEQ程序，就不需要太长时间了。大约经过三个月的时间，我从这个程序中学到的东西使我能够消除那些没用的经营程序并用新的程序代替它们（我们不断的进行测试）当整个过程变慢时，我们开始关注结果。（我们有许多不同领域的工作要做，但是我们已经开始运用PEQ学习程序有规律的进行培训并进行主题研讨会。）现在我还不能给你十分准确和可估量的销售数量，但是我可以告诉你一个我们最近开始的直接用邮件推销在加上后续的电话推销已经在实验阶段取得成功。我们开始时，发现单独的邮件推销并不起效。接着我们改变战略，再测试，现在我们已经有了一些结果，我们会继续改进并实验的。这是一个很小的数目（平均200份邮件中有3份达成协议）。我的意思是，在过去我们可能达不成任何协议，或者说是我们不知道怎样才能做到。我们越深入的学习就越促进我们的销售。如果不是因为时间表的问题我就会去参加PEQ的提高班的学习。而这个学习将会加快我们的进步。我真正想谢谢你的是，你把你所有的卓越的方法收集在一个程序中告诉别人你是怎样建立必须的程序去发展你的事业的。这就是所有发生的事。我是一个贪婪的倾听者和读者，但这是我第一次

——这么完全地理解了所有东西。我确信 6 个月后我就可以准确地汇报通过 PEQ 培训我们在销售方面所取得的进步。我会积极地向那些真正想发展自己的事业的人推荐 PEQ 程序的。谢谢！
真诚的

Edward Laprade

53. GARY NORTH

发件人: Gary North

收件人: Jay Abraham

日期: 2002 年 8 月 13 日星期二 10:25 AM

就我回忆那时在 1987 年, Jay Abraham 正想把一个时事登载群发给整个资金紧缺的行业。他使用的是他的新专利“母供应”,许多免费的认购红利,第一年订购可以享有的超低折扣价。同时我正在计划一个方便直接的发件方法提供我们的时事通讯 **REMNANT REVIEW**。我们无法印刷,因为我们所定购的纸都因德克萨斯潮湿的天气而湿透了。印刷机简直没法印刷,我只好取消投递,这可是一大笔交易。我心里也很难过,不久情况得到改观。订购 JOY 通讯的订单如雪片飞来,我现在根本没法与他竞争。在这个行业中,任何想和 JOY 竞争的人都失败的了。没几个星期我就又能开始邮递了,虽然我破了产,但是总算拿回了一点钱。因为没有和 JOY 竞争,我为自己省了好几万。或许是某种神奇的力量使那些纸都粘在了一起。这件事使我总结了一个规律那就是“当你和 JOY 竞争的时候,你需要奇迹”

54. 盖伊 - 亨德里克

斯 原始文本 来自: 盖伊 -

亨德里克斯 至: 杰伊 - 亚伯

拉罕

发送: 2002年8月17日 星期六 早上 11:

49 主题: 您回来了吗? 我认为您将欣赏到

一份神奇的推荐信 给我们的神奇诀窍社

区:

一位至今已减掉12英镑的妇女写信告诉我们她的神奇经历: “当您描述为了哺养您的精神而不是您的身体而选择食物时,起初我对您所谈论的毫无头绪。然后有一天我路过一家汉堡摊,我有股强烈的欲望吃个双层乳酪夹培根汉堡包。然而,与跑进去买个汉堡包相反,我用“神奇时刻”的呼吸技巧消除了我身体的欲望。我用了大约一分钟消除了欲求,但当它一消失,我的脑子里浮现出了一碗水果沙拉的影象。我意识到原先的逻辑让我想要双层乳酪汉堡包,但我的“全新自我”真正想要的却是水果沙拉。顺着这条街走过几个门头有个水果蔬菜市场,你猜怎么着? 他们有正要卖的水果沙拉。我拿着沙拉来到公园并享用着葡萄,甜瓜、莓果和菠萝。之后我感觉愉悦而机敏,并不是有时在吃过不易消化的食物后那种困倦无力的感觉。从那以后我真切地感觉能更多地接触到自己的精神世界。”

Marjean Teppers, 路易斯维尔市。是的! 那正是神奇诀窍能为我们每个人所能做的。

感谢Marjean与我们分享她的神奇一刻。致以尊重和关爱。

盖伊 - 亨德里克斯 哲学博士

盖伊 - 亨德里克斯学院

神智清楚生活的基础 网站:

<http://www.hendricks.com>

© 2002 年亚伯拉罕出版集团公司 机要 仅供您阅读

55. 乔治 - 威廉姆斯

原始文本 来自: 乔治 -

威廉姆斯 至: 杰伊 - 亚

伯拉罕

发送: 2002 年 8 月 14 日星期三 下午 1:

06 你好, 杰伊!

乔治 - 威廉姆斯

去年 12 月, 我花了 3000 美圆支付搜索引擎广告, 一个月后, 为一个公司带来了 30000 美圆的营业收入。同时, 我还将另一个公司的网站访问量从 0 增加到每天 150 到 200, 令他们起死回生并立即得到宣传。这并不是在搜索引擎优化上花很长时间(我为一些公司所做的)而是在 Overture 和 Google 上使用了一些独特的技术。你想知道这家公司的名字吗? 另外你需要什么详细资料, 请告诉我, 我可能会发给你一些资料。我所知道的就是这些。如果一家公司拥有质量优良的产品, 而且有一个体面的网站, 我能够给他们展示如何在短时间内增加网站的浏览量——如果他们产品的质量优良并能立即投入市场。假如是在一个特别的小市场上, 这些举措将更加有效。

请告诉我, 我乐意阅读其他的案例研究。

谢谢, 乔治 - 威廉姆斯

© 2002 年亚伯拉罕出版集团公司 机要 仅供您阅读 版权所有

56 格伦 E 伍斯利

~~~~ 原件 ~~~~ 寄信

人: 格伦 E 伍斯利 收

信人: 杰. 亚伯拉罕

寄信时间: 2002 年 8 月 21 日星期三下午 12 时 59 分 在过去的二十年里, 我们一直在市场里从事着工业不动产业主这一行。我们主要致力于取得那些有破损以及空置的劣质房产, 对其进行必要的改进, 随后将这些空置区域出租。我们的不动产市场在历史上曾遭受过超过 10% 的空置率, 其结果是出现了以非常低的出租价格甚至“免租金”来吸引工业企业租户。

我们于 1998 年同杰. 亚伯拉罕集团进行接洽来提出能解决工业市场难题的营销理念。杰. 亚伯拉罕集团建立了一套营销项目, 能将商用房地产经纪人, 居民住宅房地产代理商及现有租户的推销分离的。该项目涉及组织营销会议, 提供激励机制, 进行进度监督以及政绩强化等各方面内容。杰. 亚伯拉罕对我们的问题作出了迅速反应, 并为我们的问题提供了多个解决办法, 这些给我们留下了深刻的印象。

自从我们同杰. 亚伯拉罕集团合作以来, 我们已经将我们的投资规模扩大到了 1, 300, 000 平方英尺, 而我们目前的空置率仅为 0.6%-远低于行业目前的平均水平。

非常感谢杰. 亚伯拉罕和卡尔特纳对我们的帮助。

格伦 E 伍斯利

主席

©2002 亚伯拉罕出版集团股份有限公司—机密文件—仅供您个人阅览—版权所有

57 詹姆斯 麦奈特

~~~~~原件~~~~~ 寄

信人：詹姆斯 麦奈特

收信人：杰. 亚伯拉罕

寄信时间：2002 年 8 月 1 日星期四下午 2 点 21 分 自从搬到迈阿密以来，我就将我们整个的金融收益好坏全部寄托在了杰身上和从他那里 听到， 读到看到和耐心倾听到的知识和理念上。当年在伊利诺伊的时候，我曾经同时做过几份工作，因此有多份薪水，我拥有财产，在大学里教经济学，还自己经营一个小型的家庭企业，专门为一个 著名的信誉良好的公司管理一个索赔中心。哦，对了，我还曾为美国最大的地区航空公司美国老 鹰公司工作过 8 到 10 个小时。但是我们离开家搬迁到这里，并决定要在这个神奇的城市开始创业时，正是在这里我发展了伯灵. 巴灵顿. 伯纳德和巴兹尔公司，这是一家能提供首次旅游套票优惠的利基营销公司，通过它，您 只须花 1295 美元就能买到价值 15000 美元的票。由于杰的原因，我决定去跟信用合作社接洽，因为它们能看到我们所相信的可能增加的利益的最大价值，而且大多数的信用社至少都会提供假日俱乐部帐目。大家都知道，很多人会问，“他们 如今为我做到了些什么？”。所以，我把我全部金融收益好坏都放在一件事上，那就是主办人与 受益人的关系上。

简而言之，我想要寻取 50000 个曾是信用社用户，已经拥有帐号并且想要节省下度假所需开销 的人，然后将这个信息完全免费提供给信用社。钱永远都不是个问题，因为，如果有人想要我们的 套餐的话，可以通过信用社进行购买，我们能在预定给他们新的贷款。我和我的女朋友已经决定要买一处新的房产，并装上全套的意大利式家具，这是我们的目标。这些 都得感谢杰的理念，以及由此而带来的经济收益。

您的真挚的朋友，

詹姆斯 麦奈特/佛罗里达州，迈阿密 附：信

用社联会非常乐意的接受了这个方案！

©2002 亚伯拉罕出版集团股份有限公司—机密文件—仅供您个人阅览—版权所有

58.杰里 斯洛文尼克

~~~~~原件~~~~~

寄信人：杰里 斯洛文尼

克 收信人：杰. 亚伯拉罕

寄信时间：2002 年 8 月 13 日早上 10 点 42 分 嘿，杰： 我是干魔术这一行的，对，我是个职业魔术师。我想提一件帮了我大忙的办法—— 一直跟着客户的感 觉走

上个星期，我去拜访了一位已经没有业务上的往来并且很久未联系的客户。那个人见到我很高兴， 他告诉我去年春天因为我不在，他一直聘用另外一个魔术师。就这么简单的一件事情让我意识到， 多拜访一次客户就会给我带来 1500 到 2000 美元的额外收入。不用说，我又重新回到了那个岗位 上了，所以，我得好好谢谢您，杰!!!!!!

在我的资料库里面大概有 300 个客户，我会一一尝试过去的!! 万分感谢!!!

您的神奇的朋友，

杰里·斯洛文尼克

©2002 亚伯拉罕出版集团股份有限公司—机密文件—仅供您个人阅览—版权所有

### 59. 乔治·威廉姆斯

原始文本 来自：乔治·威廉姆斯 至：杰伊·亚伯拉罕

发送：2002年8月14日星期三 下午 1:

06 你好，杰伊！

乔治·威廉姆斯

去年12月，我花了3000美元用付费搜索引擎做广告，一个月后，为一个公司带来了30000美元的营业收入。同时，我还将另一个公司的网站访问量从0增加到每天150到200，令他们起死回生并立即得到宣传。这并不是在搜索引擎优化上花很长时间（我为一些公司所做的），而是在Overture和Google上使用了一些独特的技术。你想知道这家公司的名字吗？另外你需要怎样明确的资料，请告诉我，我可能会发给你一些资料。我所知道的就是这些。如果一家公司拥有质量优良的产品，而且有一个体面的网站，我能够给他们展示如何在短时间内增加网站的浏览量——如果他们产品的质量优良并能立即投入市场。假如是在一个特殊的小市场上，这些举措将更加有效。

请告诉我，我乐意阅读其他的案例研究。

谢谢，乔治·威廉姆斯

©2002年亚伯拉罕出版集团公司 机要 仅供您阅读 版权所有

### 60. 礼品公司

今年五月我收购了这家礼品公司。虽然此公司已有50年的历史，但是其经销范围仅局限于奖杯与礼品，客户或是通过电话订购或是直接上门，要求制作奖杯或铭牌作为个人奖励或礼物，或留作纪念。公司的设备有雕刻机若干台，玻璃蚀刻雕花机一台，能为客户提供个性化服务。我们的客户群体比较固定，销售量也相对稳定，因此，原公司并未在市场营销方面投入大量的精力。我接手了公司后的第一步便是重新定义其经营理念。如果仅仅把自己定位为一个礼品商店，那我们只能局限在一个价值七亿美元的市场，若拓宽业务，使它更个性化，更能被市场所认同，而这样一来，我们面对的就是一个价值高达一百八十亿美元的庞大市场。而公司的销售方式也必须做出改变以应对业务拓宽带来的新的商机。在这之前，与客户洽谈是以“请问您需要什么？”为开头的，然后提供他们所需的商品。有时客户会要求我们提供当时还不常见的个性化服务。和无数的同行竞争者一样，我们当时仅仅只是接下订单，便大功告成。而现在的销售方式更像是与客户的互动，而现在我们对客户首先说的是“这是您的第一次光临吗？”我们的经营理念是“为客户提供最为细致周到的服务”。在这种理念的支持下，我们的经营范围除了为一些体育比赛提供纪念奖杯之外，还包括提供印有运动员肖像及姓名的卡片、棒球帽、T-恤衫及各种用于颁奖典礼的物品。现在客户经常感叹道“真没想到你们的经营范围这么广”。我们与众不同之处在于我们有自己的卖点，我们能比同行更进一步的服务，从而满足客户的各种要求。我们意识到百分之九十九的客户都要求在短时间内提货，我们除了百分百地满足他们的个性化服务要求，更能保证准时发货。一是我们针对不同的客户需求制定了不同的生产计划表，从普通的生产流程到二十四小时内“超快捷服务”，我们都能一一满足。二是为客户提供多套产品方案，具体为通过比较同种商品的不同原材料，让客户自由选择。我们通过向客户提供同行竞争者的产品样本，让他们了解到我们产品的质量及价格优势。三是我们保证本公司的服务让您百分之百满意，若有不满意之

~~一处，我们承诺退货或退款。有了这样的保证，您无须再多犹豫。尽管我公司成立至今只有三个月，~~

各方面也才刚起步，然而我对公司前景抱着充分的信心。因为较同行业我们的商品更为优质，价格在我们客户的心中已不是首要考虑因素。我们下一步的目标是拓展其他业务并利用我们的个性化服务吸引其他领域的客户，进一步扩大客户群。

首先，我对于在上个星期五不能给你发送这份 e-mail 表示抱歉。其原因是因为我有生意上的联络要事而离开了一段时间，所以一直没有机会尽早地读取这份 e-mail。其次，我这样做不是为了获得所谓的奖励，而只是想对于你所教诲我的一切的感谢。真的很感谢你，而这些句句都是我的肺腑之言。

在过去的七八年里，我从 Jay 的经营理念以及他所教我的那些独一无二的策略中受益匪浅。事实上，我所知道的一些关于市场经济的知识都是归功于 Jay。那是在 90 年代早期，当时的我刚搬到美国，对于市场行情以及如何做生意还一窍不通。因此，想闯出一番较小的成功事业是一场艰难的战役。在经过几年的打拼之后，（当时的我想维持生计还是有点困难的）我想应该是在

1993 年，我巧合地和 Jay 的业务通讯生意的合作的惊人成就，改变了我的命运。在短短的一年里，我从从事小型的院子和后院的洒水装置到从事大型的建筑改造项目，建造住宅及商业工作，这些都要花费大量的钱，而我则是白手起家的经营我自己的这些生意。让人惊讶的事情不是我是如何做成这些生意的，而是尽管我对于这些生意一无所知却能成功的经营。

例如，我曾经营一家建筑公司，但是我自己甚至不能直直的钉入一颗防滑钉。我还在 18 个月内，开过许多美容沙龙，零售商店，及一家广告公司。首先，当时我对美容，零售或是广告业都一无所知。其次，我将这些商行以几十万的高价分别售出。再次，部分那些转让掉的商店倒闭了，或因新业主无法将其维持下去而再度转让了-----因为他们不知道我从 Jay 所学到的理念。拥有 Jay 的理念，是十分重要的，因为它帮助你战胜自己的缺陷和竞争对手。新业主从我这买走了经营得很成功的商行，但是却没买走这种理念。当他们拒绝我的顾问服务时，我相当惊讶。他们要花费巨额资金来购买一个商行，却不愿意再多花费一些以使得他们的商行能够持续发展，这也让他们在后来付出了沉重的代价。最后，但不是最不重要的一点，我几乎没有花费多少资金就创办了这些商行，然而我着重于运用上口的标题在我的广告标语和其他推销的文书上，使其从类似的商行中脱颖而出。

我总记得 Jay 反复说的那句话-----如果一则广告花费你 1000 美元，那么它就有潜力给你带来 10 个客户或者 100 个客户。做好你广告上的标题，推销复本及报价表。每次，只要我和我的员工们碰到了我们客户统计上的合作伙伴，我能确信我们会为其提供一个较高标准的客户服务。对我来说，我很难准确固定地指出是什么原理帮助我成功的，应该除了坚持个人的基准外，还有我想给客户我能给予的最好东西的那种真诚的渴望吧。但是大体上我觉得是那种“我能做”的态度和在听过 Jay 的市场战略（本质上是可创办或击溃任何公司的指令）的介绍后自己对那些原理的深刻理解帮助我成功的。

你真诚的朋友 K R Bhutta

附言：能为我最崇敬的人做任何事我都感到十分荣幸。如果您需要我的进一步帮助，请告诉我。

## 61. Kimball Norup

-----原始邮件----- 发

件人：Kimball Norup

收件人：阿伯拉汉公司

发送时间：2002 年 8 月 30 日 星期五 下午 1: 14

大约是在 1990 年的四月，我在首批培训学校中第一次接受了杰·阿伯拉汉理论的洗礼。最终，我运用了其中的很多方法把我们的管理顾问发行公司——Geodex International 发展成为集资数

一百万美元的企业。我靠在椅背上回顾，我们在大量私营企业发展比赛竞争中取胜（例如，赢利方面）。而他们拥有的共同要素就是杰哲学的核心内容。

1. 估量客户的生命周期价值，并在作决策的时候把它考虑在内。
2. 提供强有力的保证
3. 利用口碑营销 让我来对他们作更详尽的解释。

终身价值：我们从 50,000 客户中随机抽出 1000 个，一直追溯到开始记录的时候。由此我们可以估算出在我们生命过程中每个客户的平均价值是 750 美元。考虑到我们的贡献毛利很高（超过

50%），我就知道我们可以在寻找新客户这方面花很多钱。每当我们在深思贸易发展投资问题的 时候，这是宝贵的知识。

保证：

我们制订了一份强有力的 100%终身满意保证书。假设我们所卖的很多东西是印刷材料（习题簿、日历、收据等），那这是怪异的。我们不断有客户以及有可能成为主顾的人询问我们的信用度。我要告诉你，我们跟踪所有的退货，有一年我们曾经偿还最多一次是 1500 美元。大多数人希望 得到再三保证，但是很少有人会让你在这上面占据很多时间。告诫：我们没有必要说明我们有信心提供强有力的保证，因为我们卖的是一流的产品，还有一流的客服支持。最后的是口碑营销。在每年给我们的客户名单上的客户发送商品目录这个办法之前，除了刺激口碑营销外，我们就没有其他营销办法。除了我们训练的一支一流客服队在同每个顾客交往中导出 被介绍人外，我们还 在所卖出的每个产品中都附带了多种介绍机会。（传递赠券、介绍卡等）。此外，每个发送出去的包裹里都藏了个导出被介绍人的包裹。我们能够追溯的一个例子：一个空军 上校（被介绍人）在他的生命周期内个人与我们有几百万美元产品和服务的交易。

©阿伯拉汉出版公司，2002 年。机密---亲启---版权所有。107 页 在我目前的职位（人力资源管理领域的联合大企业营销部高级副总）上，我仍然使用在日常生活 中从杰那里学到的手段和办法。教过我的任何一个教授恐怕都不会高兴，要是他们知道，我从 杰·阿伯拉汉学到的商贸策略要比从他们那里学到的多的多。

Kimball Norup

©阿伯拉汉出版公司，2002 年。机密---亲启--版权所有。

## 62. LStock

-----原始邮件-----

发件人：LHS 收件

人：杰·阿伯拉汉

发送时间：2002 年 8 月 15 日凌晨 4 点 49 分，星期

四 亲爱的杰：

我使用您的教程以及磁带已经 10 多年了。我成功的经历要远远胜于其他任何一个人的。做普通 外科医生的 15 年经验可以说是不错，但并不引人注目。在加利福尼亚北部做广告已使医学界的 同僚感到不悦。

以一张有 900 多个可荐医生的名单表，我在我办公室电脑上开始了传真电话业务。我用那东西写 了一页教育性而非乞求式的传真，并在一个周末把这些传真自动发送出去。周末传送不会与他们 的工作时间相抵触，传真并会在星期一的早上出现在他们的办公桌上。我的工作量增加了一倍多， 现在我都没时间看所有的病人了。我想我工作量增大的问题以及怎么处理该问题会回到杰那里， 用他的资源来帮助我的工作提高效率。同时我也继续在每宗交易中使用美国药典。建议的价值是 任何人都无法估量的。

此致，

敬礼！

LHS

©阿伯拉汉出版公司，2002 年。机密----亲启--版权所有。

### 63. Larry Blair

----- Original Message -----

**From:** Larry Blair

**To:** Jay Abraham

**Sent:** Monday, August 19, 2002 8:17 AM

拉里·布莱尔

-----原始信件----- 写信人：拉里·布莱尔

收信人：杰伊·亚伯拉罕 发信时间：2002年

8月19日，星期一，上午8:17

敬启者： 我们是一家小型制造公司，年交易额约为350万美圆。我们从事的产业竞争激烈、

利润额低，生

产的产品几乎已经大众化。有一家大公司，距我们厂100英里，使用我们可以生产的产品，我们

运用了你的两个理念和他们做生意。 其一个理念是拥有客户才能支撑营销网络，其二理念是提出一个诱人的条件使得我们的产品

摆脱日用品的地位。既然价格无法改动（他们给出的价格不会高过他们付给目前的供应商的价格），我们就深入寻找他们的“潜在需求”。他们一直从海外购买这种商品。他们私下从大宗交易中收取利润回报，但是却要支付公司的运输费。运用传统的企业的一般管理的价值观，预计的销售价格不会有太大的赢利额。要是出现了任何差错，公司将会损失利益。

但是从赢利的角度看，我们的产品有可观的回报。有相当数量的花费是用在了间接开支上，如企业一般管理费用，劳动力以及设备没有得到充分利用。既然我们从这些设备看到了客观的收益，我们就可以利用我们生产的对顾客有可预期的高价值产品使我们公司与众不同，同时我们公司还相对减少了开支。

首先，因为他们需要出口，所以正在购买集装箱整箱货物。这意味着他们每两个月收到供货一次。其次，他们要为他们的设备付运费，他们从大批量的货单中获得的个人利益减少，给了我们关注他们需求的空间。我们能够给出一个和他们目前的供应商竞争的价格，尽管那个公司的规模是我们的11倍。通过使用他们没有充分利用的资源，我们觉得这是正当的。因为他们能从增加大宗交易量中提高个人收利，和降低集装箱整箱货物规模相比，我们认为给他们每周供一次货的花费更合算。我们得出结论即额外的装配时间对于每台售价600美元的设备来讲，只会花费我们每台2美元左右。其次，既然客户距离我们只有100英里远，我们决定主动支付产品的运费，通过减少客户的总体花费，由此来得到产品。运输由我们的卡车和人力完成。所以，我们可以提供可比较的产品，该产品也许本来被我们的客户认为是大众化类型，但是通过

我们的客户营销网，我们可以和比我们公司规模大11倍的公司一较高下。相反，我们可以每日发货和免费的运输。这么做增加了他们6到52美元的整体收益，同时减少了他们的总体开支。因为我们的深入分析和“成本”观念，我们可以签下一个期限5年，每年有50.2万美圆收益的合同，除了只需要每台另外支付18美圆。

对我们来说是相当低的花费，但是对客户来说却是相当大的可预见的价值。

这些因素能够使我们从日用品的交易中摆脱出来，而提供服务，成为我们的对手无可企及的优势。

您真诚的朋友

拉里·布莱尔

柏丝科技公司

2002亚伯拉罕出版集团-机密-只写给你看-版权所有

#### 64. Larry Steele

----- Original Message -----

**From:** Lsteele@entre

**To:** Jay Abraham

**Sent:** Thursday, August 15, 2002 9:56 AM

拉里·斯蒂尔

-----原始信件----- 写

信人: Lsteele@entre 收

件人: 杰伊·亚伯拉罕

发信时间: 2002年8月15日, 星期四, 上午9: 56 亲

爱的杰伊，你让我讲讲我做营销的故事，我就回信

给你了。要是能收到你正在整理的故事集，那我会

非常高兴的。

下面就来讲讲我的故事。我正在为我们的新公司，我们称它“网上出口银行”（网址[www.ebankingexperts.com](http://www.ebankingexperts.com)）。招收独立的承包商。

我们为全国的商人提供提高现金周转速度的服务。电子检合防御技术是我们的“拳头”产品，得到国家科学基金会的检验，通过电子草拟的方式，商人可以检验输入者的帐目。

这项一项免费为商人提供的服务所以，我起初登广告招聘人员，年薪10万美元，出卖免费服务。这个目的经由购买“怪人”网站的简历数据库的登陆权实现了。我发邮件给“怪人”的新职员，一小段信息，却带个大标题，上面写道：只要提供免费的服务，你就能得到10万或更多的收入。和那些可能的代理商交谈时，他们似乎大多数都忽视了这条信息“关于善行是真实的”。我们都知道人们被那些关于不值一信的承诺的铺天盖地的邮件淹没了。

我每天收到10封回信，其中一半是叫我“滚”。我们每天大约发1000封电子邮件给“怪

人”网站里新的简历注册者中那些盼望得到一个销售部

门的职务的人。我希望找到只用代理费支付报酬的独立承包商，所以我猜想回信的比例会低。我决定把原来信息的电子邮件变得更像一封信件。我把标题改成“出口网上银行给怪人网站的回

信”。我注意到的第一件事情是人们要求我离开的比例从大约50%下降到10%以下。

我想用这种方法，我们没有冒犯到太多人。而每天回信的人数也从10个左右上升到15个左右。所以询问我们详细信息的回复者就翻了一番多。目前为止，我们已经和来自全国各个州的26个代理商签定了合同，我们希望将来财源滚滚。现在我们的注意力必须转移到帮助和鼓励这些新的代理商上面了。

我希望你的故事能为我提供一些该领域的新观念。感谢你给我机会讲述我的故事，我也希望有人能从中获益。

拉里·斯蒂尔 邮箱地址：  
larry@ebankingexperts.com  
m lstele@entre-okc.com  
电话：405-721-0803

2002亚伯拉罕出版集团-机密-只写给你看-版权所有

65 来自：李尔\*瑞斯却  
奇 至：杰\*阿布拉罕  
发送时间：2002年8月14日星期三下午五点半

以下是一个案例研究供你参考。这个案例研究的是用杰的教学来指导一位公司的产品销售代表。这些战略、理念、想法和技巧可以改变并在一个灵活的公司环境下用于其他的销售情况，或者用于厂商代表的研究。此种情况涉及到软件工具的销售，与现有方式相比，该软件工具可给用户提高1至10个生产增长点。我公司的定期目标是赢得市场占有率。但尚存的诸多不合理规程和政策阻碍了我们的销售增长。在该公司供职的六年中，我能将公司产品销售给有具有产品需要的222个候选公司中的215个。为检验产品是否符合自己需要，准客户公司需要确实的产品和电脑样机，并立即用特定的计算机语言为他们是商业应用软件编程。我的销售代表同事们平均拥有600家合格的客户公司的说明。而我只拥有222家符合这一标准的公司的说明。这意味着我得更加努力指定出一个可行性策略并有效实行之。在公司做销售的6年中，我的销售额并没有低于任何一位竞争者。正如当初预料所想，公司分配的配额逐年增高，并且也逐年提高了要求。我的个人销售目标永远要做到高于公司分配的配额，这成了我的个人哲理。同时我也承诺在8-9个月达到公司的配额。于是，我把自己的配额定为公司配额的百分之一百二十五，有时甚至更高。现在，我决心想出更好的方法去实现这个承诺，这在潜意识中也是对我一个挑战。这里是一些与杰的教学相一致的想法、策略和观念。由于没有邮寄的经费预算，所以我对所有的222家客户企业进行了电话销售，并建立了一个产品数据库，记录下了不同客户公司的名称，联系方式，预算资金，机器数和应用软件型号。在最初的电话推销后，我约见了几个重要的潜在客户。我的目标是争取到最重大客户，这样不仅可以打开当地市场，同时还能建立起信誉，并为其它潜在客户提供参照。后来，我再次进一步向已有客户进行销售，并制作了包含所有客户的一份电子数据表，在表的首栏中列出了我们的产品。当客户拥有了某一产品，我会将单据存放在对应的盒子中。然后过段时间会查看客户说明，以确定何种产品还未被购买。一个打开的盒子就意味着一次机会。我的目标是正确地为客户填满所有盒子。采样法是我采取的另一策略。我允许潜在客户在他们电脑中安装和检验我们的软件。这种方法效果不错。他们可以享受30天的试验期，以检验我们的产品是否适合他们所用。经过几年

的时间，当我的策略和体系得到发展，我会让潜在客户的编程人员请求上级管理部门给予一份报

告或申请表，其上描述对于他们而言非常重要而在近期尚未得到开发的软件。通常会有积压了6至18个月的应用软件量亟待开发。信息技术员知道应用软件的开发速度，并设想出如何才能迅速减少工作积压量。在任何企业中，生产力都是关键因素，这也成了我独特的销售主张。当上级主管部门的要求在几天后得到满足——而不是几个月，我的联络因此就成了瞬间英雄。现在，我的软件会在30天后过期。上级主管部门再次希望提出了他们的月报告或申请，然而，他们却不能，因为30天的试验期已经到期了。我的政策是，不承诺购买就不能延长评估试验期。上级主管部门看到了我产品对其自身需求，或进一步说是对整个企业产生的立即值。我立刻成为了上级主管部 门最好的朋友。在让自己的订购的软件得到开发这个动机的推动下，他们把我当成了合作伙伴。现在，订购的软件正在登记的时间内开发。当然，我答应在预订软件开发和货送到期间延长试用期。这又使我成了销售英雄，让我建立起了一个强大的客户介绍资源群。我从来不用培养一个特殊的客户介绍群，每一个客户对我来说都是强大的介绍人。当被一个潜在客户问及2至3个客户介绍人时，我会拿出我那6英寸厚的客户名片簿。然后打开名片簿，指给他们一些他们知道的大型公司，并把名片簿递给他们，让他们可以向其中的任何一家打听情况。这样做给他们留下了很深刻的印象。当销售配额变得很高时，我知道我必须得找到更好的营销策略和战术。平均销售额依然需要90天才能到达。我知道，如果我不审查自己的销售量，我就会被淘汰的。我拿来一块黑板记录下自己销售产品的所有行动，然后正视每一步，销售过程中的每一个表现和每次销售过程中的每一个步骤，把这些分解开来，去粗取精，重新组织和定位销售行动。每一方面都面临着挑战。原来的超过40%的销售行为都被我屏弃了，结合其他方面后，我形成了一整套销售流程。现在我完全了解作为一个销售员，我的职责是提升销售额。我正变得轻车驾熟。有一次，我的公司采取稍严的政策，要求销售代表们向安装了先前提到过的那种软件的潜在客户公司收取一笔为数不小的款项，以作为30天试验期的费用。这意味着要在很大程度上改变我的销售方法，同时也意味着我必须得在行动之前就为客户的定单进行采购。这样会大大延长销售周期。战略思想是非常必要的。所以我看了新的公司规定的法律信函，里面规定我必须想潜在客户收取30天的试验期费用。

（记住了，在以前，这30天试验期是免费的）我知道“免费”是一个巨大的市场战略思想。而我读到的新政策却是我得向客户收取30天的试用费。但是，我并没有看到它有规定说如果试用29天或是21天也要收取试用费。所以啊，免费的试用期仍继续存在——只不过不到30天而已。作为缩短销售周期策略的一部分，我询问了潜在客户公司他们是否需要整个30天来评估产品质量。如果需要，我就会向他们收取试验费。他们中的大部分都回答说试验期只需一周左右。于是，我问他们是否最好在今天或几天后开始10天的试验期。这个方法非常奏效，并且大大缩短了谈成一个客户的时间。由此我节省了时间，而我的产品销售量大幅增加了。在开始30天试验期之前，有好多次，潜在客户会因为太忙无暇试验而要求延期开始。现在，潜在客户对我的产品尊重多了。我免费给了他或她某些别人需要付费的东西。我渐渐使他们珍惜了我的时间，他们自己的时间，我的产品，同时还有他们在公司中重要的地位。我的策略非常管用。我创下了更多的销售英雄记录，并拥有了雄厚的主顾群体，因为我一直把客户的利益做到最大化。（然而，我遍地的销售代表同事兼朋友都因这一政策的改变而遭受了很大损失）我的所有成功经验都来自于公司给我们出的难题。还有着更多有用的战略战术方法。我经常会面对很多潜在客户和主顾。当被问及是否有好的人选推荐给客户公司的某一空缺职务时，我会翻看写有顾客资料的罗拉代克斯卡，替他们找到一位既熟练掌握编程技术又熟知我产品的人员。一旦我推荐的人被录用了，随后我就会受邀前去这家公司介绍我的产品。我已经将使用我产品的行家打入了潜在客户公司的程序部门，这具有非常大的战略意义，因为他或她有可能成为我最好的销售员。由于我的缘故，他们会先于决策者看到我的产品，从而得到报酬。随着时间的推移，所有这些策略性变化的结果是把销售周期从90天缩短到了30天或是更短。因此，现在在相同的时间内，我能完成原来3倍的销售量。然而，当我竭尽全力销售给每一个可能的客户时，也出现了一个小小的问题——我把自己的推销了出去。我

所用的策略有:

---

—一个客户资源体系 重视你自己和你的产品—

—尊重自己所做的职业 取样法

多花功夫 后置销售

独特的销售主张 紧

紧把握市场契机 信

誉保证 通过关系资

源网行销 手段

直接销售 交叉销售

信服力强的口头广告

互惠

手段专长 培养潜在客户 懂

得如何清晰阐述和如何表达

试验, 评估, 比较

动人的陈述 与公司其他顶级销售代

表的集体讨论 设立目标, 策略, 计

划, 战术和行动 与计算机公司代表

联合作战

66. Letsgo

—原 件— 寄 信

人:Letsgo 收信人:

杰. 亚伯拉罕

日期:2002年8月14日, 星期三, 早上6点33分 办法虽然简单, 但却行得通. 事情发生在计算机领域. 我的计算机网络设计公司虽然也出售硬件, 但主要还是支持和安装网络 设备. 在我们这个领域里, 只要新的装置一出, 旧的硬件很快就会被淘汰. 我们的库存里有一大批 硬件正等着脱手. 所以我们需要找到一个倾销的办法. 因此我决定让我的顾客成为我的推销人员. 我从事这个行业9年多, 数据库里的客户超过3000个. 我要做的就是给每个带来新顾客的客户提供一定的报酬. 假如他们带来一个购买超过价值300美 元的升级硬件或装置的顾客, 我就给他们一个价值50美元的执照. 令人吃惊的是大部分客户都带来2个新客户, 让我们卖掉了存货清单上的东西. 然后我们和每个来 购买他们需要的东西的顾客达成了相同的协议.

© 2002 亚伯拉罕 出版小组, 公司. - Confidential- For Your Eyes Only - 保留所有权.

67. 琳达 S. Brewer

—原 件— 寄 信 人:

琳 达S. Brewer 收 信

人: 杰. 亚伯拉罕

日期:2002年8月14日,星期三,下午5点32分

我成功的故事:在一个有组织,有用的版式上拥有参数均衡器让我有勇气成为一名顾问。作为牙科用品集团的业务总裁,几年之后,这将是数百万的收入。利用参数均衡器的信息,我让集团一步步成为一个拥有数百万资产的组织。

© 2002 亚伯拉罕 出版小组,公司。 - Confidential- For Your Eyes Only - 保留所有权。

68. 洛蕾塔·赖特

——原件—— 寄信人:洛蕾塔·赖特 收信

人:杰·亚伯拉罕 日期:2002年8月14日,

星期四,早上5点53

我不确定你所寻找的物质类型是什么。我从事这项工作三年了,这三年,有的长些,有的短些。这个工作有我非常喜欢的方面也有我极度排斥的方面。我想起一个“成功”的案例,是从服务台 接到了的一个电话。一家不在城里的人继承了他们姐姐的房子,需要有人将它卖掉。在接见了三个 代理商之后他们选择了我,后来那户人家告诉了我三个选择我的理由。(1)我出面了。三个代理商中的一个从来没有出面或者打个电话。

(2)我做笔记 (3)我听取他们的意见 所有这些看起来都是次要的。我对这个会面记忆深刻,因为老实说我从来没处理过房产,不知道要 做点什么。只是想小心一点,不要让自己看起来很没经验的样子。我唯一能做的就是展示我的关心 和魅力,这是我住在南方的时候学到的(这些人中有些也是南方的)。还有就是我想学习我需要的,就是怎么样才能顺利把房子卖出去。这个房子处在浸水区域,结果我还是克服了这个困难,很快把房子卖掉了,而且双方都很满意。在 要保证书的时候,我收到了任何人都能收到的最好最专业的书信,同时也得到了几个有价值的朋 友。布朗先生合上信的时候说:“如果还有机会在开曼群岛,易斯维尔市做房产生意,除了洛蕾塔·赖特,我不会考虑第二个代理商了。”

© 2002 亚伯拉罕 出版小组,公司。 - Confidential- For Your Eyes Only - 保留所有权。

70、楼·兰道

——原始信件—— 寄

信人:楼·兰道 收信

人:杰·亚伯拉罕

日期:2002年8月13日 星期二 下午2点55分

你好,杰: 我很高兴能与你分享我的成功故事。

大约是5年前,我听了你的一卷磁带,这里面你介绍了这个方法:将从一个行业获得的主意 运用于另一个行业。我对此非常激动并决定试一试。

那时我正打算 *exterminating* 生意,我知道我需要转职介绍和前景管理的帮助。于是我问自己:“其他行业是否也曾有过这样的挑战?他们是怎么做的呢?”

我发现保险行业(特别是人寿保险)是到目前为止在转职和前景方面最具挑战性的行业,于是我联系了一个做保险代理的朋友。他长话短说地向我介绍了世界上一些可行的最了不起的探索 与接触管理工具。

~~最后我买了一个保险的前景管理工具——OCS（卡制）用它 **exterminating** 生意非常成功。~~  
我想以此机会感谢你的帮助，感谢你与我们分享知识，还有磁带、书籍等等。我期待着其他人的成功故事。  
万分感谢你完美的工作。

## 71、玛利亚·派森

——原始信件—— 寄

信人：玛利亚·派森

收信人：杰·亚伯拉罕

罕

日期：2002年8月13日 星期二 上午6点01分

你好：

我叫玛利亚·派森，是一家服装制作公司的副总裁。我公司是服装市场上的领头羊。10年前我创办了这家公司。刚开始，我们费尽心力，举步唯艰。而我们开始迈向成功是由于我们把注意力放到了业务中最重要的东西上。

首先，也是最重要的，就是产品。我们辛勤工作，精益求精地度过了几个季节，仍在为能制作出顾客满意的最好产品而努力着。

其次，就是人际关系。不管发生了什么事，我们的顾客总会回到我们这里——即使可能有那么一季生意并不是很好。那是因为我们懂她们的想法，总是想着怎样满足她们的需求。我们努力工作是以保证顾客在我们公司购物过程尽可能地称心。我们为在客户服务上做到最好而奋斗。

第三，就是培训和员工的自身发展。我们经常注意培养我们的同事，他们是我们的资产，保持他们的目的性是非常重要的。我们招聘员工时，相较于工作经验，我们更看重的是他们的态度和自身的动力。你可以教那些真正想要成功的人，但却不能教他们怎样想要成功。

经营一家公司是一项真正的创造性的努力。始终如一地阅读和听收音使我保持着动力，我也一直进行着学习。

爱我所做的，这就是在我的成功路上与众不同的地

方。此致

敬礼

玛利亚·派森

## 72 寄信人：马克·里奥那

多 收信人：杰·亚伯拉罕

发送时间：2002年8月19日，星期一，晚上9：

37 案例分析：分配运载量，分配价格，收取全额

效益 杰·亚伯拉罕的各位各位追随者们：

大家好！

下面请允许我说说我的个人简介。我是一个电脑技术专家，曾经希望增加我的商业服务（同时也提高效益）。我现在做的项目是关于无线因特网连接方面的。我有个客户，他在他的 Condominium complex 里运用高速网连接。我建议他和我一起用我们的能力来赚钱。他同意了。于是我们进行了一些宣传，提供高速网连接和网上冲浪，并且用油箱帐号来收取常规价格的一半

—25 美元/月（连网速度的正常价格是 50 美元/月）我的客户回付给他的邻居常规的费用，因为他的网连在邻居的服务器上。而我会被付给建立和客户电脑的保养的费用，并且收到一个月费用的一部分。如果连接不需要服务，我还是会收到帐单的份额。我没有多余的花消，但会收到剩余的付款。每一个网络都被拨款，不是非常多的钱。但是比我赚得要多。

73 寄信人：马斯特·凡·唐克

收信人：杰·亚伯拉罕

发送时间：2002 年 8 月 16 日，星期五，晚上 10：25 杰先生，感谢您给我这次机会。我十分钦佩您在做所有事情时那种不懈追求卓越的精神。您

的销售理念和构想是那么让人为之振奋和具有洞察力，并且开辟了经商的新路子。您只是给我们这种小本生意人一点提示，而您的这种提示激发了我们的潜能。我们公司的销售业绩从最初的一年 14 万美元在三年内提高到 35 万多美元。我不得不减缓增长速度以求更好地掌控和扩大我们影碟、书本销售业的不断增长。我们预期明年根据我公司在市场中的新定位，使销售业绩再增长

40%。我们的产品已从原有的 40 种增加到 300 种，原先 6 页的印刷品也已增加到现在的 40 页的目录，至于 5 页的网站也达到了数百页之多。三年前的网络销售占了我公司总销售额的 12%。而在学习了亚伯拉罕亿万美金峰会资料后，我更正了原先网站中的一大部分，并且重新建立了一个崭新的网站。再加上从客户处来的直接邮件和电话订购，其中没有什么损失，所以我们现在的网络销售已经占到了总销售额的 84%。我们已经不再仅仅销售我公司自己的产品，还销售同行业的产品。现在在股票市场中我们已经至少占到了 75%。由于我公司在同行中已位居榜首，所以我们的个人产品销量也有所增长。我公司的宗旨是：没有人比我们提供得更多！

一些我正在做的重要事情：我的产业就是为我那些不做销售的顾客服务。我一直坚信着“双赢”理念，并且给予我的客

户最好的价值。您教我要把客户看成是自己；您教我要提前想好客户拥有我的产品回出现的每一种需求和用处，而且要使他们用地开心，就像我使自己开心一样。您的这些教诲使我做到了更好的包装技术。我在不同的捆包中放入几种产品，这样就能在依次巨大的交易中给予我的客户他们所需要的每一样东西。这种做法产生了奇迹。之后的同样的销售方式和产品分配上升到 25%。我当时就在思考长期关系与瞬时销售的事情。后来我决定建立战略性的联盟。我那时主要是把我自己的碟片与书卖给一个单一的军人艺术市场。我鼓励在日本的我们体系的负责人，让他以他的艺术眼光做制作一系列的磁带，通过我的建议，他与日本一个大型制造商签定了合同，打算用日语制造上面提到的东西。我也通过法律得到了把这些产品从日本运送出来的权利。在之后的一年里，我又请制造商制作英语版的产品。许多嫉妒我才能的高层人物控制了这些销售额，并且阻止他们的学生到我这里来购买。所以在聆听了您宝贵的销售理念后，我决定要攀上这个行业的最高点，并且给予我的客户更多的忠实，让他们在我的目录和网站中购买碟片和书籍。这个做法进展地相当顺利，现在，他们与我和我们的负责人一样深受大家的注目，并且从中受益。这样就增加了我的知名度以及我和负责人的产品。让我感到惊讶的是，我的产品使负责人与其他所有的博士生老师联系在了一起。所以如果一种尝试能给你带来更多的客户，尤其能让你的对手同样重视它，那么你有时可以把方向转向联合。而如果你无法打败他们并让他们假入你的队伍。现在我能够宣告我们是这行业最大的原作供应商。“没有人比我们提供得更多。”我们的销量翻了一翻，我也将进行批发和准备并入市场。现在我会给我那些拥有网上商店的对手机会来购买我们的产品，并且批发也使我的销量更稳定。

Dr. X book-我真得没想到我竟然会有多余的 500 美元来买一本书。我的妻子说我肯定是疯了

（我的其他商业伙伴也这么说）。所以在收到这本书后，我想用它做些什么。我一直在组织一个军人艺术的野营活动，每次我只能使尽全身力气拉到 20-25 人参加。我用这本书中关于杰的销售理论的知识写了一封十分令人信服的信（第一次尝试）而且把它寄给了我经常同时选择的单子。但是我

没到 10 天，反馈就全满了。这种事情已经 10 年没有发生过了。我用 500 美元的书赚了 5000

美元。比起以前我有时间和能力去做这些，我现在有更多的信息来把它们付诸行动。关于我的

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

生

---

意，我制定了一个“100步，一步接一步”的计划（杰的书中唯一遗漏的是怎样去实行）。对于扩大我的生意，我有许多年规划出的行动。销售是一门教育学，在那里你可以学到东西，并且学无止境。如果你认为你无法承受，那就意味着你真得需要去尝试。

**74. 马尤尔·沙阿 发**

件人：马尤尔·沙阿

收件人：杰·亚伯拉罕

罕

发送时间：2002年8月15日 星期四 10:12

我们是一家流行服饰零售公司，主要经营极富异国情调的各类服饰。我们决定尝试杰·亚伯拉罕的一种销售手段，按成本价出售产品来赢得顾客。我们想将产品以一个顾客很难拒绝的价格出售，然后靠顾客的再次光临盈利。因此标语必须强劲有力，其中选中的一个为“‘我来挑’ 丝绸店，消费只花一半钱”。标语的下方为活动内容的详细说明（杰的另一个销售理念）调查表明，

95%以上的顾客已光临过本店，“回头”生意大有市场。我们充满信心，相信最初的让利将给公司带来未来的盈利。

我们制作了 A6 尺寸的彩色卡片，其正面印有产品价格，反面则为广告内容。我们将卡片插在一份周刊报纸中，最终到达目标读者手中，总发送量为 8000 张。我们期望能够有 50 到 75 位回应者。

令人惊讶的是，484 张卡在店里得到兑换，占总卡片数的 6.05%，这使那两个星期（限时特价）的销售量增加了 13868 英镑。我们将这些顾客的姓名加入数据库并定期发送邮件给他们。正常情况下，我们的数据库里每年可以增加 500 到 600 个新姓名。由此可见，两星期内吸引 484 位顾客的手段是快速赢得新顾客良策。

下面为卡片的正反面内

容。马尤尔·沙阿

**75 迈可尔·斯科特 发件**

人：迈可尔·斯科特 收

件人：杰·亚伯拉罕

发送时间：2002 年 8 月 16 日 星期五 4:33

飞驰卫生与健康公司

A.C.N.088 936 583

Level 31 Aurora Place 88 Phillip Street

悉尼 NSW 2000

PO Box 20 Manly NSW 1655

电话: +61-(0)4 19-276-308 传真: +61-(0)2-9977-8996

飞驰卫生与健康公司情况介

绍 杰，你好：

飞驰卫生与健康公司于 2001 年 1 月 1 日在澳大利亚悉尼 Manly 沙滩附近创办了第一家卫生与健康诊所，所内带有健身房。

该诊所服务内容包括物理疗法，整骨疗法，针刺疗法，营养评估及规划，按摩疗法和个人训练。所有项目都基于美国专利首要标准，即：特定时间范围内，保证立竿见影的效果。是澳大利亚数百家诊所的首例。

为了创建公司的核心品牌，我们从人体结构学的角度分析了多数人出现的身理问题，并提出了各种理念。

“你需要按摩，因为 31 个理

由....”

——在当代时代肌肉，腱，韧带和关节受伤等问题的治疗中，按摩已发展成一种成熟且专业的工

具，其有益效果得到科学依据的支撑和阐

释。按摩疗法助你保持皮肤健康

2. 促进底层皮肤的氧化和营养。

3. 增加皮肤柔性和弹力，松解创伤组织，保持皮肤健康活力。

4. 增加脂肪分泌物，润滑皮肤，改善皮肤状况及质地。

5. 放松头皮表层，减少头皮紧绷和各类头痛现

象。按摩疗法还能保持肌肉正常功能及健康

6. 有助于肌肉在营养，弹性，活力各方面保持最佳状态，加速肌肉在剧烈运动和受伤后的恢复过程。

7. 缓解肌肉约束，紧绷，坚硬，痉挛等一切阻碍肌肉正常运动的因素。

8. 延缓肌肉因长期不运动而引起的损耗，比如，中风或长期卧床之后。

9. 通过增加体内营养物质的运动和废物的排除，促进肌肉更好地活动。

10. 放松肌肉和其他绷紧的组织。比如紧绷地肌肉会压迫神经引起疼痛，相互连接的组织会包围神经。按摩可以放松肌肉和其他软组织，减少因神经包围所引起的疼痛。

按摩能促进心血管健康

11. 增加局部血液流动，不给心脏施加额外压力。

12. 对于那些久坐和长期卧床的人来说，按摩能机械地驱使血液流向心脏。

13. 刺激控制血管的神经。加宽血管在某些情况下能促进血液循环和降低血压。

14. 加快氧气向肌肉和其他细胞组织的输送，促进体内废物的排出。

15. 减少新陈代谢废物和因组织损伤及炎症带来的副产物的堆积，从而帮助康复。

16. 通过减少对交感神经系统的刺激来降低心

率。按摩疗法有助呼吸

17. 通过减少对交感神经系统的刺激，降低呼吸频率。

18. 当肺活量和肺功能由于紧张的初中级肌肉呼吸而减弱时，按摩可以帮助其恢复功能。按摩支撑淋巴系统

19. 当某人因疼痛而无法活动或因受伤妨碍淋巴引流，那么按摩可以刺激淋巴腺。

20. 通过机械地刺激血液循环，减少各类淋巴肿块。

21. 减少受伤后的肿块，加快组织修复，恢复正常活动。

22. 增加自然杀伤细胞数量及活跃性，按摩还能加强免疫系统。按摩影响神经和内分泌系统

23. 通过调节神经活动，给身体以镇静和放松效果。

24. 通过特定的按摩方式，刺激肌肉运动。

25. 促进人体放松，减少失眠现象，改善睡眠模式

26. 按摩使有止痛效果的影响神经系统的化学物质释放并减轻疼痛。一些按摩方法还能产生刺激物来调节疼痛感和直接减轻疼痛。

27. 通过激活松弛反应来减少压力。缓慢且有节奏的按摩可以舒缓日常生活中很多与压力有关的生理问题。众多按摩接受者的多巴胺和复合胺水平都有提高，这表明其压力水平有所降低。

按摩疗法有助消化

28. 增加大肠运动。

29. 推进副交感神经系统活化，同时促进消化。

30. 通过刺激副交感神经系统和肠内排泄物的直接运动来减轻便秘，这有助于排泄。按摩影响其他的软组织

31. 有助于受伤后结缔组织纤维的适当排列。

32. 通过减少肌肉紧张和结缔组织增厚及僵化，增加关节活动。按摩疗法分类

● **cranio-sacral** 疗法是一项发现和修正可能引起感官、肌肉或智力功能紊乱的脑和脊髓失调和阻塞的技术。

● 组织深层按摩疗法通过对身体收缩部位慢速的抚摸和深层的指压，或顺着或穿越肌肉、腱，起到缓解肌肉长期紧张的现象。

● 反射疗法（区域疗法）主要在手和脚周围的一系列被认为能和身体各个部位相反射的穴位上进行。虽然这种疗法只针对某个部位进行，但却会影响到全身。

● 指压和针压按摩疗法是以东方治疗理念为基础的系列指压按摩法。它主治经络（看不见的体内能量流动渠道）周围的特殊穴位。经络周围的能量阻塞会引起身体不适，因此该疗法旨在疏通阻塞并重新稳定能量流动。指压和针压按摩疗法既可以应用于整个身体部位，也可以针对身体某个具体部位。

● 运动按摩疗法可以分为三大类：保养性按摩、竞技按摩、复健性按摩。保养性按摩是一种有规律的按摩计划，让运动员通过无伤害训练发挥最佳水平。竞技按摩在比赛前、中或后进行，对运动员的热身环节起到补充作用，并使运动员作好准备，发挥最佳水平。竞技按摩还能减少肌肉痉挛和剧烈运动产生的代谢堆积。这项技术能加快身体康复过程，让运动员尽快回到高水平 and 比赛中，降低受伤风险。复健性按摩技术针对急性和慢性伤势都效果极佳。

● 瑞典按摩疗法指在肌肉的表层长时间抚摸，揉捏，摩擦敲击等，加上关节的各种主动和被动的活动。它主要运用于整个身体部位，促进全身放松，改善血液循环和运动幅度，缓解肌肉紧张。瑞典按摩法是最常用的一种按摩法。

● **Trigger Point Therapy**（也称肉食疗法或神经肌肉疗法）对**Trigger Point**（肌肉疼痛不适的部位）加以集中的指压，打破痉挛和疼痛循环。

在销售过程中，我们首先制定具有教育意义的过程，然后在制定顾客的购买标准。在选择个人培训师之前，你应该在录用前考虑很多问题。培训师能否给你带来你个人无法创造的效益？培训师接受培训的水平如何：有没有达到在健身中心工作的最低要求（如十天左右的培训）或是不是有一大堆的证书或很高的职称（如数白天的培训或更长时间）对运动生理学和药物有深入的了解？

他们有怎样的工作经验，有没有符合你的要求？他们能否通过其他那些已取得你所需要的顾客的证明和实例来显示其能力，帮助你创造具体的效益？

他们是否回让你和那些已取得相似效益的顾客保持联系？他们是怎样制定健康计划的，他们的计划离你的要求有多远？在向着目标努力的过程中，健康计划应该隔多久升级换代一次？培训师应该教给你技术让你能够独立培训，还是仅仅负责监督你的工作，不提供任何培训活动？

培训师能否估计出顾客要花多长时间和钱才能完成健身计划？营养饮食评估和规划和你的健身目标息息相关，培训师是否接受过这方面的教育？培训师会怎样效忠于你，他对今后的计划感不感兴趣？他们对你承诺和你对他们能力和经验的信任能否给你带来效益的保证？（也就是成本回收的道理）

---

他们目前有没有参加公众责任保险和专业弥偿保险？

一旦选人的标准一定，下一步就是使用很多“亚伯拉罕”理念来创造不公平的优势。

## 76. 麦克 吉尔甘

-原始文件 寄信人：麦

克 吉尔甘 收信人：

杰·亚伯拉罕

寄信时间： 2002年8月16日星期五上午1:07

**Bcnetwork** 是加拿大大不列颠哥伦比亚省的一家小型的以因特网为基础的入境旅游门户网站。从到大不列颠哥伦比亚省旅游的人流量来看，该公司目前是大不列颠哥伦比亚省第一大门户网站。今年春天更早些时候，公司总裁行政助理建议他应该访问阿巴拉汉姆网站，以获取一些营销方面的提议。

（行政助理的收入是从总收入中提成的。）该公司是一家每年有将近2000访客的中型公司。这意味着这是个测试及进行营销的免费市场。这家公司也曾发送传真给它的主要客户群，但可笑的是，很少使用电子邮件进行营销。在访问阿巴拉汉姆网站期间，总裁听了托尼罗宾逊和杰阿巴拉汉姆的访谈磁带。杰提到的“杠杆定律”的这个理念马上开始显出成效。在广告及促销中投入更多资金之前，先从你们手头上已经在做的东西获得更好的成效，这点很重要。总裁认为这是个很好的提议而且价格也很公道。没有在营销上增加投入。问题是，他发现现有市场成效较低，很难达到测试成效。由于在阿巴拉汉姆网站上使用了一些成功的头条和从杰跟托尼关于反转风险是个很好的决策的讨论中所得到的认识，总裁决定为所有的列表成员提供一笔赔钱担保。反响令人惊奇不已。几乎每位反馈者都希望自己从列表中被删除。总裁大为惊讶。他从未得到了如此多的反馈。或好或坏，这总是有些影响的反馈。他决定回顾一下过去收到的一些微不足道但有积极意义的反馈。有些什么差别呢？他现在知道如何获得糟透了 的回复，而且把注意力集中到获取棒极了的反馈。由于远远偏离了方向，他的行政助理推翻了他提出的新研发的副本。接下来，传真机收到了6%的回复，而且几乎都是具有积极意义的。销售职员忙得应接不暇。事实上，总裁注意到了整个销售团队都很忙碌，他们不象以前一样，把时间用在打电话上了。这导致了低于平常的折合率 该公司正采用一种科学的方式。测试，测试，测试，由于新知识和新技术。公司开始获得市场份额。这些全不需要多余的广告支出。

## 77. 麦克 萨勒蒙

-原始文件 写信人：麦

克 萨勒蒙 收信人：

杰·亚伯拉罕

寄信时间： 2002年8月13日星期二下12:19

2002年10月8日 亲爱的杰： 你要我写成功的故事，我在此作个回复。我的故事相当简单，但对我意义深重。我曾在一家机构做事，但在那里我实践你的原则的机会渺茫。虽然如此，但是我还是继续从你的材料里学到东西（如：PEQ）我现在在做 一个可将您的原则运用其中的新经营项目。我的合作伙伴最近收购了一家 有32年历史的公司，主营将多家买方集团结合起来，并为他们与商品和服务供应方建立联

~~系。只要用您的原则来指导我的行为，我对我在项目中扮演的角色信心十足而且准备充分。树立~~

信心，并且了解什么是能够做的以及什么是应该做的，这一点对于最终成为该企业的一员十分关键。我对于能够实践PEQ原则特别兴奋。我们在成长，我们所坚信的会成为全国范围的大公司的。 麦克 R 萨勒蒙

78. 麦克·威斯特巴利 原文信息 写信人：麦克·威斯特巴利 收信人：杰·亚伯拉罕

寄信时间：2002年8月19日，星期一，下午6点48

分 你好，杰

伐木业东山再起。 杰，我在新西兰经营一家伐木公司。大约有二百万花在工厂上。

现有的问题在于我拥有工具并且花钱雇佣了劳动力。问题是生产率不行，且我得花很多时间训练新的复杂仪器操作员，制定新的轴衬和保养项目，而当每个人都达到所需要的速度时，又会有一两个人要走。他们要么是开自己的公司，要么就是被其他的经营者的挖走，所以我就不得不重新训练一批员工。大约一年以前，我尝试了你的一个主意，我告诉员工我每个月给他们全部工资，他们自己平等分配。我所希望的只是他们按小时租用我的器材。无需说什么，他们早已瞪出了双眼，纷纷认为这是个好点子，都热情似火。

结果如下： 产量增加了30% 没有职员跳槽  
生产时间提高了10%  
保养费减少了35% 我的纯利润上涨了25%  
我的债务风险减少到0

没有额外费用，因为员工都能自给自足。他们都能要求税收津贴，工资都上涨了25%。我曾花了很长时间去想办法，但是最终搞定了。

我得谢谢你的点子。

向您致敬 麦克·威斯特巴利

2002年亚伯拉罕出版合作公司。秘密，希望只有你看。保留所有权利。

79. 内尔·麦克斯威尔·基斯 原文信息 写信人：内尔·麦克斯威尔·基斯 收信人：杰·亚伯拉罕

寄信时间：2002年8月14日，星期三，上午11点33

分 亲爱的杰： 我最近有人介绍我使用杰·亚伯拉罕方法论。大约两个月以前我向南丁格尔·柯南买了一个叫做“营销策划体系”的磁带收音机，

而这个是杰介绍给我的第一个方法。

我们经营一个叫做MK招募公司的专家招募代理处。我们专门从事招募员工，他们将在世界上最豪华的巡航船的不同部门工作。如果我们招募的员工合格的话，我们就从这个巡航航线公司得到一定费用。

当听完六盒磁带后，我决定仔细考虑到底杰的哪个方法会对我们的业务产生即时而积极的效果，那么我就会立即采用。杰说了些很奇怪的东西，他说那会对我们有利。但我感到很尴尬，因为我们没有按他说的做。他说每一个独立的业务都应该有至少一个相应的体系。（如果能有几个更好）我立即开始思考我们如何这样做，如何增加一些我们招募的合格候选人。我正好有一个办法，就是那些当前我们正预备让他们在巡航船上工作的候选人。

（我们早就花钱在专家出版物上做广告招募这些人。）当然，他们也知道其他有相同经验，相同背景的人（比如，同事和朋友）所以，我们为何不在寄给他们的每一个封信的下面增加几行字作为附言，问他们是否有和他们有共同经验的人愿意到巡航船上工作。我们这么做了，并且立即有了成效。结果表明只通过这么一个参考体系，我们招募的人数上涨了50%，而且他们这么做我们根本没有给任何报酬。我们的候选人主动问他们的同事和朋友是否因为有一个千载难逢的机会在豪华船上工作而高兴，这对我们而言是一个很大的帮助。事实上我们通过在全国各地的当地报纸上做分类广告来招募员工。这些广告每一条要花费我们

100英镑。每一条广告能提供我们大约50个有建设性的相关问题。在调查和采访了每一个人之后，最终我们依靠每条广告平均招募7名员工，相当于有1400英镑的收入。我们有了这个适当的参考体系，并且有兴趣的人和我们招募的候选人纷纷告诉自己的朋友和同事现在我们每张广告招募11个人左右。这就意味着我们其他什么事都没做而只是在每封信的下面添加几句话，我们的收入就从1400英镑涨到了2200英镑。尽管这只是一个小小的成功故事，但他对我们的业务却起到了深远的影响。不仅使我们对改观的结果和增长的收入感到喜悦，就连我们的客户也对我们提供的不断增多的员工感到满意。这一切都还只是一个开始。我们打算尽量使用我们能得到的杰说的93个参考体系。

公司名：麦克斯威尔·基斯招募公司 业务类型：专业招募公司，招募在豪华油轮上工作的员工 联系地址：麦克斯威尔·基斯招募公司，43枚恩沃林路，Wallasey, Wirral, CH44 9DN. 电话号码：441515125218 邮箱地址：[neil@mkships.co.uk](mailto:neil@mkships.co.uk) 内尔·麦克斯威尔·基斯向您致敬

我的陈述是正确并且有据可寻的，您有权在您的促销和市场活动中使用我的声明。2002年亚伯拉罕出版合作公司。秘密，希望只有你看。保留所有权利。

## 80. Niel Malan

----- Original Message -----

**From:** Niel Malan

To: Jay Abraham

Sent: Friday, August 16, 2002 12:52

PM 靠出售个人的发展来赚钱 通过客户的资料来办研讨会

杰： 你好 按照你的邮件，在详细研究了你的抵押物之后，我随函附上我曾成功使用过的方法。我所用的方法主要是通过客户资料，进行物物交易，利用主方/寄存方的相互关系以及消除风险的方法来出售有激励作用的研讨会。这就是：我正在南非进行个人发展研讨会。自从洛宾成为我在这个领域的良师益友之后风格一直独树一帜。为了能接触到我的观众，我挣扎许久。起先，我打入了企业市场，但是当你以这种方法得到一种不同类的课程代表而不是那些想谋求个人进一步发展的人的时候，我觉得很沮丧。在仔细研究你的工作以后，我决定将演讲的费用减为原来的一半，在课程上，我会教育、娱乐和激励许多人，最后向他们出售我们相对较贵的研讨会门票。当我决定要用这个方法的时候，尤其重要的是，我知道我有三个目标：第一个是我要设法使足够多的人参加免费的演讲，第二个是，当我在完成几项基础设施修改后我的预算紧张因此正在想方设法减轻自己的营销成本，第三个，怎样才能使折算率达到最高，使到场的观众报名参加研讨会。当然，要用最快最直接最有效的方法将信息传达给尽可能多的观众，我认为必须通过发送邮件来签署协议。之所以这样做是因为营销不需要花钱，它即时，直接又可计算。因此我所做的就是与拥有大约10万用户的因特网服务供应商取得联系，并与他们达成协议。他们会为数据库签署文件这样他们就可以参加免费的讲座。“以此向客户的忠诚参与表达谢意。”祸不单行啊！信用（虽说签署过了）以及原因（使它变得可信）。他们也同意设计和筹办招生网站，向我提供能够联络招入者的详细的个人信息以及准确的电话号码和邮箱地址。我会为他们提供一系列举办活动的活动举办地点-学校的外观图片。这样这个交易就很棒了。这笔交易不需要钱，因为发送邮件是免费的，只不过耗费了我一点点时间。在举办活动之后，有5000多人报名参加了研讨会！不仅干得很棒，而且演讲的质量好，风味也纯正。我得到了客户的所有信息，他们所处的行业以及他们工作的企业，以及在公司的职位。

然而还不止这些……我又举办了一个推荐活动。那些已被招入的人们只需提供邮箱地址和移动电话号码便可拥有五块领地，在这个区域内他们可以将自己原先收到的邮件发送给朋友邀请他们也来参加。这就向接收者发送了一份自动签署的邮件，使接收者从推荐人那里得到了一份个性化的信息并且还会给接收者发手机短信提醒他们的朋友有邮件等他们签收。当然，这个活动从招生的角度来说取得了圆满成功。现在，下一步要做的就是将折算率提得越高越好。在一番绞尽脑汁，左右权衡之后，我做出免费训练90天的保证。如果他们决定继续听讲座，他们不仅可以用那90天来测试我的有力策略，而且最终还能收听这个研讨会以及免费获得研讨会内容。这在观众中进行的非常顺利，并且反应良好。事实上，报名率从原先的3.6%上升到了这次的11%。所以这次的活动盈利不少，我举办了两场座无虚席的研讨会，建立了一个庞大的数据库并且整个活动没让我花费一分钱！

然而还不止这些……我在免费的情况下像这样举办了一个竞争活动。将每一份包含了5位朋友同事或家人的姓名和移动电话号码的入场表格放在一起抽签。这在中场休息前刚好完成，最终我们得到了13000位被推荐人！在当天晚上，我们得到了他们的详细资料并向他们发送了短信，使他们访问了网站报名参

—加未来的研讨会。这很成功，我们另外又举办了两场这样的活动，以至于我们都照顾不来了。

以

此，我预测如果我们一季度召开一次像这样的活动，我们事实上除了举办费和一些小额的印刷费用，不需要在市场营销上花一分钱。

试试这个策略，你绝不会后悔的！

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights Reserved. Page

## 81. **atrick Hawley** 如何让你在争取自己理想职

位的竞争中脱颖而出 背景：

近来我推出了一种市场机制，这种机制旨在让你从众多应聘同一职位者中脱颖而出。为完成 此项任务，我运用了从 **Jay Abraham** 那里学来的战略技术，将应聘人员视为“产品”。跟其他产 品和服务一样，最终目的是为了把它们销售出去。这项系统由行为分析系统软件组成，这种软件 以磁碟片理论为基础，可以识别个人独特的性格特点及其为雇主所将带来的价值。这是应聘者首 次真正能够了解自己特点的大好机会——自己对于未来企业的卖点。一旦行为分析测评系统识别 了个人的独特性格，那么系统将告诉使用者如何将自身的特质变成有利的竞争优势，这样他们就 可以有效的将自己推荐给招聘单位了。

问题：

应聘者所面临的最大挑战之一是：当你把简历投给中意的企业时，如何使其引起对你的注 意，让他们来读你的简历或者有兴趣打电话给你面试的机会。于是问题就出现了：单位收到成百 上千份简历，而且大多数都看上去差不多。结果是简历成堆却无一人得到回音。

目标：

我们的目标是让应聘者掌握一种策略和技能，而他们用这种技能来让单位重视这份简 历，并可以他们成为面试名单上的一员。

战略：

我在 **Jay Abraham** 门徒训练项目中学到的直接战略之一是如何运用“抢夺者”的策略让你 的简历显得很显眼，能够引起用人单位的注意。这种战略是将关于职位或视觉样式的任何信息附 加在求职信中。这项目标可以打破以往求职信的单调和千篇一律，给读者一种不 一样的感受。 试验：

首次试验者是 7 家愿意加入这项试验的公司人力关系部门。我们的目的是想要证实： 如果 改变求职简历的视觉形式（不是指应聘者的学历资格），我们能否提高他被召回面试的 机率。在 这次试验中，我们给了公司人力关系部门共计 35 份简历，而他们只会选其中的 5 名进行面试。 在这些简历中，有一份我们将其视觉效果设计的尤为突出。为确保人力关系部 门选择的对象不是 仅仅按照应聘者的学历，我们特意放了一份简历，其学历和视觉效果突出 的那份一模一样，唯一 不同的只是应聘者的姓名，这样让它看起来跟其他的简历差不多。不过我们所制作的这份简历就 如同一封私人信件，在标题下方用加重号标出个人的优点，对将来单位的价值，特长，领导才能 等。除此之外，它还将其中的一个标题下的内容及加重号用 红笔圈出，最后还在页面的右边用红 色的活页夹将这些信息装订起来。

结果：

我们精心策划的这份简历同时被列在了 7 家公司的面试名单上。在问起为什么会选择它 时， 各公司人力关系部门经理都说：这份简历确实很突出，很吸引人，而且还清楚的告知企 业应聘者 能为其带来什么好处。（记住：招聘者是人才市场上招人的顾客，而顾客通常关心 的则是“它能 带给我什么信息？”）另外还有几位人力关系部的经理表示：在一大堆简历 中，红色的活页夹让 它显得更为突出，也让人产生好奇心。他们好几个人都以为老板之前已 经看过这份简历了，并把

这个应聘者的特点用红笔勾了出来。这表示该应聘者已经得到了老板的赏识。顺便一提，除了那

份视觉效果突出的简历，其余简历均使用传统的格式，结果都未被选中。经过对这项策略的试验，我们了解了如何增大应聘者在竞争同一岗位时脱颖而出的几率，从而使自己名字列于面试名单之首。许多应聘者在采用了这种策略后在求职中脱颖而出，我们也已收到很多来信，讲述他们自己的成功经验。他们中的很多人在没有使用这种方法之前，求职根本没有任何进展。他们目前的成功示例告诉他们，他们并不需要改变他们的学历资格，真正需要的是了解自己将来企业有用的一些特长，并根据自身所具备的条件，给自己一个准确的定位。

评论：

这只是我举的从 Jay Abraham 那里学到的一些原理，策略和技能普遍适用于销售的一个例子。每个商人或专业人士都可以用“抢夺者”战术和对产品及服务独特的视觉定位效果设计来提高销售的有效性。成功的关键是多做一些尝试，对目标市场进行调查试验，并决定哪些最有效。一旦采取了行动，就可以开始通过这种更为有效的销售方式从日益增长的销售收入中获利。

提交者：

Patrick Hawley

Hawley Marketing Group,

Inc. PMB 408

8912 E. Pinnacle Peak Rd., Suite F-8

Scottsdale, AZ 85255

(480) 838-8385

Office (480) 491-4230

Fax

mailto:patrickhawley@cox.net

© 2002 Abraham Publishing Group, Inc. – Confidential – For Your Eyes Only - All Rights

Reserved. Page 147

“我所言属实可查证，你可以用此例来帮助你进行今后的推销和销售工作。”

## 82. aul Meier

成功经验

大约 10 年前，我与合伙人 Suzane Paul 在新西兰办了一家名叫 NRTV 的公司。在 7 年时间里，我们学习并运用了 Jay Abraham 的一些理念和方法，并最终将公司以两千万美元的价格卖给了在纽约证券市场上市的国家传媒公司。

以下是我们所运用的一些 Jay 的方法和要领：

1 我们公司过去负责接电话定单，半数使用信用卡，半数则通过邮件汇支票。其中由支票定货的往往只有 30% 可以到款，因此我们安排电话接线员告诉客户，如果他们保证会汇支票，那么不管他们定什么货，我们第二天都会按时送到。若两星期后，支票还未收到，那么我们将会信件提醒他们的许诺，之后还将有另外三封语气渐重的信件。如若还未有支票寄到，那么我们会将那些公司移交给债务公司。

结果：通过这种方法，我们的支票到款率由之前的 30% 上升到了现在的 92%，只有 8% 的呆账。这项计划我们只针对不高于 60 美元的货物定单，并让他们保证将支票寄给我们。

2 我们也曾经经营一些先进技术产品，比如 Hooked on Phonics 儿童英语教材和大型存储器等。这些产品没有公开报价，因此顾客只能打电话询问价格。通常我们会说服打进电话的 15%--30% 顾客买下产品，这些大多价格都在 150 美元左右。第二天，我们会打电话给那些打电话进来却没买的，并给以 7 折的优惠。事实上，通过这种活动，我们的利润可以翻一番。结果：最终额外利润大概有 100 万美元。

3 提高价格以促进销售量的恢复。我们有一种叫做 Natural Glow 的扑面粉，它上市六年之后销

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

售

---

速度开始减慢。因此我们决定提高销售价格，由原先的 29.95 元新西兰币上升到 39.95 元，这样

我们就可以用这多收入的 6 元来增加其他的该系列产品，比如 5 美元一罐的晚霜，4 美元一瓶的香水等。我们计划每年进行 4 次提价，其中进行两个月的促销活动，中间暂停一个月。过段时间之后再开始另外一些新产品。

结果：将近增加了一半的销售量。

4 跑步机是我们目前经营的最大健身设备。之前卖出此产品的收入是 4、5 百万新西兰币，后来便出现一系列相类似的产品。在那之后我们决定出售其他机器式跑步机。现已卖出 5 台，价格在

100---1200 美元不等，其中有一台做为赠品与另一种健身器材一同卖出。结果：采用这种方法，我们销售出的跑步机价值共计 1000 万元，平均利润率为 10%。

5 试验，试验再试验。自从琥珀玻璃制品在全世界范围内出现销售问题之后，我决定对它进行再试验。我曾在电视购物栏目上采用“29.95 新西兰币，买一送一”的营销策略，结果不甚理想。第二次我采用“39.95 新西兰币，买一送二”的方法，结果大获成功，而且是第一次销售量的 3 倍。

6 让消费者自己来决定市场上的产品是否畅销。当我们的产品首次上电视时，我们成功的售出了所有货物，仅在仓库中剩下一个按摩枕。我们原先以为这种按摩枕不宜在电视上销售，因为这样人们无法感受到它的用途。但是一想到没货可卖，却又要给电视台付长期的合同费时，我们就支付了 2000 美元，抱着试试看的心里将其进行电视销售。当我们得知已售出 4000 美元的按摩枕时，都吃惊的跌坐在椅子上。我从 Jay 那里学到的最有价值的东西就是如何着手实行并运用成功的销售理念。我清楚的知道要是没有 Jay 式哲学，我们公司售出的价格仅为 100 万美元。

**83. ul Shrimplin** 我热衷于成功经验的例子，但我不确定我的经历是否符合——你看着办吧。

对我来说，至今最大的成就应该算是理念上惊人的转变。我获得学位之后便离开学校决心开

始我的“百万富翁之旅”。我决定从事销售行业，因为“不管产品或服务多么完善，你必须把它卖出去”。

尽管我有对成功的执着，但我选择少学多想，因为我觉得学位的取得已经给了我成功道路上的所有要素。但那之后，我换了四次工作，一切同 15 年前离开学校时一样，无法实现“百万富翁”的愿望。然而那时，有好心人给了我 Jay 在百万美元峰会上的材料，这在我人生中发生了重大的转变。我带着对知识的渴求离开了，这种渴求从未得到满足，也永远不会。尽管我还没创造我的第一个百万，但我坚信我走的路是正确的。每天我都充满活力，满怀热情，有些人甚至怀疑是我吸毒的缘故。

到目前为止，我的学习知识局限于对家族产业试验的过程中，不幸的是由于我没有预料到现金因素的威胁，结果以失败告终。也许你不屑把这个故事告诉别人，但这的确再次促使我以更大的热情投身于这件“只有我可以做的事”。我之后的成功是必然的，因为我生活的每一部分都很完美——无可挑剔的妻子，聪明乖巧的孩子，忠实和善的朋友及其引以为豪的人生观。虽然这所有的一切不全归功于 Jay 的理念，但他确实让我受益匪浅。

特此感谢 Jay  
祝万事如意

**84. erryTurnbull**

Abrnham 的原则对一家小公司产生重大影响的案例研究 公司介绍：

该公司是一家出售教育产品的公司，主要资金来源于视听器材的销售和这些硬件的维修费。年销售量大约是 50-60 万美元，利润率 5% 左右。

#### 商业模式挑战:

公司面临的最大挑战是大多数收入都是来源于新硬件系统的销售，很少能从同一客源群身上获利。因此，从现有客源中很少能获得持久的经济价值。

**Abranham 的战略眼光：** 在读了《工作中的销售才华》一书后，“从现有顾客身上继续获利”这个想法激发了我的思维。

同时我也对公司提高产品和服务额外价值的双赢理念留下了深刻印象。我努力琢磨着如何在商业模式中将两者结合起来。几天思考之后，我想到了办法。如果顾客再次购买教科书的话，我们将延长硬件的保修期限，而之前我们的习惯做法是保证顾客免费得到维修硬件系统的优惠条件。我知道我们的系统稳定，只需要较少的维修，但是顾客却很关心这点。因为这个系统独一无二，只有我们公司才懂得如何修理特定的系统零部件。因此解决方案是，我们应确定每年教科书购买的最小需求量，从而更新我们所装硬件设施的保修期及免费维修。利润随着教科书销售量的增加而增加，硬件设施的价格也相应降低。价格的下降当然也提升了教科书的销售量，从而进一步增加教科书的销售量。

结果：

第一年年末时，我们的销售总量增加到了原来的 2 倍，利润也增加到了 15%。顾客更高兴了，我们的生意也更有利可图了。

#### 85. te Grot

亲爱的 Jay:

非常感谢您，因为是您让我开阔眼界并告诉我“什么是有可能的”！你所发现并让我受用的理念改变了我的将来。（下面我将用第三人称来描述您）使用电话脚本、试验并花间进行细微调整：运用以上 Jay Abranham 原则的重要性

很多年前我就从 Tony Robbin 那里知道 Jay Abranham。我第一次看到他的资料是《每个生意人都会犯的十种错误》及诸如此类的文章。这篇文章是关于试验的。我记得书中的那些理念，那是在我没有成功之前，我当时正争取完成一个项目，下文我会解释。Jay 有关试验观点确实在思想上让我度过了难关，我也坚持了很久使它运作。

许多年以前我做的是销售咨询工作。我曾有个客户，他提供了一个可以说是非同寻常的机会（在当时），即给业主一次公开曝光的机会。这个公司制作了一档商业电视新闻栏目，以新闻杂志的形式采访了 3-4 位商业业主

每段节目大约 7 分钟。我工作的这个公司收取了这 12 位上节目的业主共计 12000 美元。反过来，业主可以接受名流的采访并大肆介绍他们的公司，这些都将在一个月内播出 3 次。这些业主同时也将得到一盘这段节目的录象带，供他们自己使用。当我进公司时，销售情况并不景气。他们可能有 6 个销售人员。可是那周只有 1 个人有可能在董事会进行销售。这些销售人员会给素味蒙面的 D&B 潜在客户冷不防的打电话并试着与他们约个时间进行交谈。在与业主的近距离接触之后就把这次交易定下来并进行确认。销售人员的营业额很高。

在众多商业问题和忽视的商业机遇中，我分配到的工作是有关安排商业约会的。以下是我所负责的事项。首先，我检索了所有有关营销方面的材料，调研及文件。我试着拨他们现在的号码，看看会得到怎么样的回复。结果大家的反应都很好，因此我知道了该做什么。设计一个电话脚本听起来有点疯。我是有点，可它并非如此。尽管人们对这种新电话簿反应很积极，不过约的人数量并没有达到我们的期望值。100 个电话当中只能约到一个，不是很好。比以前是理想一点，可是这不是我们想要的。我知道它们本身不是最好的。观众并没有像他们本应该的那样。但公司对次并不感兴趣。他们只是帮忙和业主约时间。因此这便是我继续工作的内容。

我重新开始，根据我所得到的顾客回馈和拒绝理由重写脚本。好了，我有了更大的进步——

—100 个电话约到了 3 个业主，但还是不尽人意。就这样，我继续努力工作，写了又写，花了 3

一个月的时间终于写好了这个原稿，并拉拢了很多业主来帮助公司继续生存——40个电话约到了3个。每次销售的利润大约为6000美元。

所以这个故事的意义就在于听从了 Jay 的意见，使用电话脚本并试验，从而获取最大效力，同时应给予它足够时间。这通常不能发生在一夜之间，但如果你继续努力，你一定可以得到你想要的。

万事如意

Pete Grot

## 86. Peter C Geisheker

我是如何向 Jay Abraham 学习的

我在买了 Jay 的书《从现有事物中寻求万物》之后，学习了他的销售才能。我在2002年3月份从事自己的销售咨询生意之前，在一家网络公司当销售经理。我的商业模式

Jay 的书不仅鼓励我，而且还给了我开始从事自己销售咨询工作的勇气。在此书中介绍的商业和销售建议帮助我形成了自己的想法，那就是为小型企业提供销售咨询服务。Jay 说很多小单位破产的原因主要是销售做的不好。于是，我的商业模式是帮助小企业通过实行他的销售策略而更加成功。

通往成功的三个简单步骤

Jay 的最佳销售策略之一是成为商业网络集团的一员。我接受了他的建议，加入了国际商业网的一个地区分网点。在前两个月，我赚了两笔，不过加入 BNI 共花费 270 美元。不过在接下来的 5 个月里，我采用了这种策略，共计收入就达 12000 美元。通过运用 Jay Abraham 的建立战略商务关系的策略，我还与 BNI 一位平面艺术家建立了战略伙伴关系。这使我在不久后的两个星期内赚了一大笔，而且不需要任何销售成本，收入却达 6000 美元。

Jay Abraham 的第三项策略是把自己的价值卖给招聘者。我于是回到了原来雇佣我为全职员工的公司，让他们雇佣我为销售咨询师，而非原来的全职职员。Jay 的建议奏效了，他愿意雇佣我为兼职营销咨询师，而且没小时的薪水是以前全职职员时的四倍之多。销售成本为零，销售价值却为 12000 美元。

创收

在我工作的前 5 个月里，我的收入是 28000 美元，尤其是第一个月。我得把这些成就归功于 Jay Abraham。尽管这不是一笔很大的数目，但我只是半职员工，而且在这其间我改善了商业模式，并努力争取自己的最大价值。既然我已做到了这些，相信将来我一定可以用每星期 40 个甚至更少的时间，轻松赚到 10 万美元。到目前为止，收入为 302500 美元，但这并没什么了不起的！5 年半之前我开始运用了一条 Jay 最有价值的原则——USP。作为一名专门处理夫妻问题的成功心理学家（我妻子也是一个心理医生，我手下有 10 名其他的治疗学家为我们工作）。我真的很努力地想让自己“独一无二”。是的，和其他的处理夫妻问题心理专家相比，我确实有和他们截然不同的学历资格。这个条件让我赚了比他们多点的钱，但事实上我并没有达到“其他人都不会做”的这种“独一无二”。

然而，当我认识到支付的是价格，得到的是价值时，我以一种特殊的方式提高了收费价格，而这离不开 Jay 的指导。在这 5 年半的时间里，我提升的价格幅度为平均每小时 50 美元。当然没有 Jay 的帮助，我不可能做到这一点。这个价格的提高让我额外获利 302500 美元。这对于一个在我们行业的人来说已经不错了，但跟我的期望值相比还相差甚远。USP 理念成为了一种驱动力，它使快速改变现状成为了可能。我用现在的评判标准使其发生快速变化，而 Tony Robbins 的理念也许正是这项黄金准则。我读了他的书，听了他的录音带（事实上，当刚开始接触 NLP 理念时，我是和 Richard Bandler 和 John Grinder 一起学的，因为这些理念都是 Tony 讲学的基础）。

同时他的理念也是一大群人一起合作引起快速变化的基准。所以如果我想做到“独一无二”，我

必须用一种方式超过 Tony 所传授的最好的理念。而是不是超过一点点，要想真正做到“独一无二”，我必须得让这个过程看起来像是个行驶的黄牛车。

这个过程除了有速度要求之外，还得有额外的标准（15年前我是斯坦福大学心理学系的）。结果必须有持续性，不能只对一小部分受鼓舞的人有效，必须尽力清除成功道路上的一切潜在的绊脚石。要达到这种结果，必须要有一大群人的参与，还需要一点洞察力和激励。这个过程同时还需要同一群麻烦的人打交道。最好是那种为了获利而不和其他人讨论该问题。

如果我要是早些使用 USP，那么我早就应该可以发现改变的要领了。因为那样的话，我就可以采用 Jay 有关合资企业的有力理念。但我必须讲明，有些事太严重以致一发不可收拾。

这一点在我选择合资企业合伙人时给了我很大的优势，这也就是我说“没什么了不起”的原因。现在我已经找到并已适应调整了这种改变。它符合了上述所有的标准。深入的改变就如同刷牙那么“简单”；快吗？它的速度与思考的差不多，彻底吗？问题的本质将在数秒钟内被清除。人们将免受经济增长和个人成功道路上绊脚石的威胁。

市场上既成的快速改变是巨大的。有很多人教给人“精彩有力的策略”；做什么，怎么做，但是情感和心理障碍也是巨大的，它们会妨碍知识得到全面运用。这对知识和信息而言是极大的浪费。这就好比教别人最好的划船技术，然而再给他一只桨。快速让这些人从心理的限制中解放出来不再是梦——它已是一个既成现实。接下来，为了未来的客户和我自身的经济收入，我会再次使用 Jay 的其他策略，特别是在合资企业方面。

**87..彼得-斯奇比力 原**

**创 FROM: 彼得-斯奇**

**比力 TO: 简·阿伯拉**

**罕姆**

**SENT: 2002年8月16日 星期五 下午4:21**

**案例研究 专**

**业企业教练**

我在奥克兰新西兰开办了一所企业训练的咨询学校，已经做了三年了。三年来，我用各种不同方式的行销和个人销售来吸引客户。

在早期，这个市场还相当新，但是最近三年来这种形式的服务市场已经不断变得饱和成熟了。我知道我想要的是一个能够引起稳定潮流的自动化销售系统，在这个系统下，不用花费我一

分钱（零购置成本跟随直接和被承受利益的战略）。绕过了“噪声”和传统传播介质的竞争，换句话说，我想重整这个竞技场。

你可以想象这个“圣杯”有一段时间躲避了我。当我跟一个朋友在开车时谈论这个问题，突然出现了突破口。他问我，如果我的顾客使用邮件的话呢，就在此时我看到了曙光。本质上，这是一种组合，通过背书提名取得发展，把我的事务以主方或客方的关系连接给一个更强的搭档，做出努力使人无法拒绝，由这三方面组合而成的。

我的具体的做法是，协助起草一份继续追踪的感谢信给每一个购买他们商品或者接受他们服务的客户。感谢信的设计不错，因此经常被提名，并鼓励继续下去。整封信的感觉是有教育性的，有帮助的，友好的。信中包括由客户决定的从“推荐事务”到“从事的伟大事务”诸如此类不同标题下的章节。另一种情况是，这个章节下有一小段文字，写着“彼得和小企业主一起工作，一直从新手干到退休，他几乎每周工作7天，一年12个月。他先发制人地发展了一种突破策略，那就是客户能够实现他们增加20%到50%赢利率并且减少时间为零的目的。他每月的小费取决于增加赢利率的百分比。这样，企业的日常管理开支就没有了，除了增加赢利率的分红。我与彼得亲身共事过，这更加深了我对他的深刻印象。彼得最主要的意见是市场营销和运转。”

——因为这信的目标不在我的目标市场之内，个体经营主和企业主当中我的顾客有很高的百分率。

这见效了，而且从企业主传到了朋友那。跟其他人处在不同的位置也像是帮助“告密者”信息。在开发这种方法前，我已经跟我的一个新顾客达成了合同当中一部分内容的共识。其中说到，如果他们对我们取得的结果满意的话，同意每6个月给我2份提名。如果这种做法到位的话，建议他们提供此项要求并且不必张开嘴巴是很容易的。

最后的结症在于，我得用这个机制作为检验和测量我的标题、副本、担保书以及号召行动的一种方法，只要简单地改变一千封信中的内容。

© 2002 年，阿伯拉罕姆出版小组公司——机密——只有你可以看。版权所有。最后的影响是，我从第一封信寄出给一千个客户，找到了价值 94000 美圆的顾客（一年多的时间）此后引起了邮寄潮。

© 2002 年，阿伯拉罕姆出版小组公司——机密——只有你可以看。版权所有。

#### 88. 皮耶·巴利特尔

----- 原件 ----- 发件

人：皮耶·巴利特尔 收

件人：杰·亚伯拉罕

时间：2002年8月15日，星期四上午11:24 我们从事的主要是酒精饮料工业上的生意，我们卖给酿酒厂各式的产品来帮助他们酿造啤

酒和酒。在酒业上，你要么让酒变成陈酿，要么立刻推向市场。所以在测试优先权方面，我选择了一部分顾客对他们进行高价产品的品尝测试，结果令人

惊讶。这种化学物质能瞬间使酒变为陈酿。在新酒里添加一点这种物质，你就能让酒尝上去感觉

年代久远。所需要的量非常少。产品成本是30美元一磅，通常我们的售价是45到50美元一磅。我把

价格提到了1000美元一磅，但是顾客觉得很喜欢。有一个人因为非常喜欢他，他叫我不要把这个卖给其他酿酒厂。

所以测试卓有成效。

© 2002亚伯拉罕姆出版公司 - 机密 - 绝密，亲启 - 版权所有。

#### 89. 瑞克·克兰大尔

----- 原件 ----- 发件

人：瑞克·克兰大尔 收

件人：杰·亚伯拉罕

时间：2002年8月13日，星期二上午11:

18 杰，

好，我最终会行动的。接着是一个不寻常的个案。你有权使用这个例子，不过我接收其它所有的案子都是收费的。我曾经做过出版方面的生意，从时事通讯、书本的出版到代笔。我将给出我市场上一个不平常的例子，那就是学术期刊的出版。而且吸取的教训可运用于别处。方法是运用我对市场上竞争者的了解，来创造一种针对性强的产品。我基本上采取别人相反的方式进行销售。

消极的市场 简单的说，社会科学的主要期刊拒绝发表90%收到的文章。而且进度缓慢。

他们采用志愿的

大学教授作为“同行审查者”，也就是每份提交的论文会接受两个“同行”的审查。这些审查者往往是被审查论文作者的竞争者。同时，他们也忙于自己的工作，会减慢审查速度。这就意味着

作者很少会收到及时、有礼貌的反馈。

审查者知道90%的论文会被拒绝，再加上研究显示挑剔的审查者看上去更聪明，他们带着很强的偏见拒绝这些论文。他们通过列出批评来显示他们的聪明，而不是指出如何能使论文发表。他们也促使作者修改稿子来配合审查者的偏见，而不是澄清作者想要说的观点。期刊的编辑往往不能控制这些审查者。有时候审查者的地位比这些编辑还高，有时候编辑工作过度（他们都认为他们都工作过度），有时候他们没能力做出合理的判断。这些都导致了非常缓慢的审查过程。编辑们通常会找用来拒绝论文理由，而非接受它们的理由。这么做减少了他们的工作量。这样淘汰非凡的或是新的想法。它们还不够“保险”，审查者和编辑们不会让它们通过。

期刊是根据每年一定数量的页数来得到资金的。这就意味着接受越多的论文，出版的速度就越慢。大部分期刊会花一年多的时间来决定要不要发表一篇论文。以上就是对于很多人来说，出版过程是痛苦的原因的概述。比如说，在心理学领域，一般刚毕业的博士的论文从不发表论文。很多人因为首次提交被拒绝而灰心丧气，再也不做任何尝试了。

新貌

© 2002亚伯拉罕出版公司 - 机密 - 绝密，亲启 - 版权所有。对于作者来说，出版意义深远（经济学家数年前估计第一次发表能得到大概10000美元）。他们需要论文的发表来决定他们的升职，任期，地位，拨款等等。大部分的期刊是免费发表的，但是发不发表却不受作者控制。我们仅仅颠倒了这个过程。

我们致力于快速、有礼貌的审查，给出作者建议如何能被发表。而且我们对收到的论文收费。关键是采用了同行审查却不会发表不好的论文。但是大多数的论文在合理修正后是可能发表的。

成功 我们列出有潜力的作者并写给他们私人信件。很多作者从不为发表付钱。但我们不需要这

些大众，我们只需要欣赏我们优势的特定团体。作者们赞赏我们不同平常的速度，我们的礼貌，还有他们的发表的机率大大提高的事实。社会行为和个性期刊成功打入市场。剩下的大部分的工作口头完成。我们不需要任何努力，很快大量论文就飞进来了。

我们能得到很多获利的额外收入。以下是两种：

1) 当有人想买杂志时，我把它变成是对他进行的付费咨询工作，并开始以同样的方式向他推介期刊。

2) 有人建议请嘉宾来编辑特别版块，我同意了。然后他们负责了所有的论文召集，审查和编辑工作。他们得到了荣誉，我们得到了钱，我们的订户得到了一份额外的免费杂志。这是三赢的局面。

总结 当然，这个特别的产品需要针对特别团体的认识。这需要我的能力，和冒一点儿险的意愿。

但这不正是推出每一件产品所需要的吗？瑞克·克兰大尔博士

网站 [RickCrandall.com](http://RickCrandall.com)

© 2002亚伯拉罕出版公司 - 机密 - 绝密，亲启 - 版权所有。

## 90. Randall Evenson

-----原讯息-----

来自: Randall Evenson 给: Jay Abraham 发

送时间: 周四、2002年8月15日下午12时13分

---

主题:案例研究—主要视频产品分销  
组织销售增长**667%**

提交人: Randall Evenson, Evenson & Associates 主席 网址[www.eandaonline.com](http://www.eandaonline.com)

这个案例是关于美国最大的非营利宗教组织,每年收入超过380万美元。

基本背景:

这个有50年历史的宗教组织进行了5年的宗教视频生产和分配国民生产.最多的一年,他们卖出的单位数量是272000单位数视频

初级营销目标:现在客户预期在未来的三至五年大幅增加他们的视频单位销售,在美国累计不少于1000万单位的产品,即使在他们存在的时期还从未卖出至少100万个单位。

附加背景事实:

这个分区的销售单位并未增长.近两年销售单位实际上每年都在下降.现在市场的主要分销渠道是一个非常破碎、散乱的分配制度,然而,母公司却要求这个分区不要用另类分销渠道.因为这个分区只限于在这个市场销售(一个只有包括特定批发/经销商买主的市场)而且市场的整个可能性客户总数还少于280000个.在整个5年的历史当中,他们只卖出了整个市场客户中的

4600个客户。这个分区只对已过时的视频产品有生产销售权。

宗教视频市场本身就处在一个成熟的市场阶段.分区目前没有一个成功的市场和销售体系.也从未有过正面的财政年度净收入.母公司现在要求分区创造正面的财政年度净收入,否则将被关闭。

最后成绩:

通过独家使用几种Jay Abraham类型的市场营销体系,在我开始帮助他们的布道四年的时间里,这个分区达到了母公司1000万销售单位的目标。

我们是怎样做到的:

© 2002 Abraham 出版有限公司--机密—只限你看--版权所有.第167页 在他们开始评估市场状况之前.这些研究成果提供了关键信息:1)他们以前的市场销售活动,2)他们分销渠道的销售业务和过程,3)整体竞争环境,4)每件销售的平均成本,5)允许投资获取新客户的销售.其次,测试几个Jay Abraham式的直销和销售活动,来确定该分区每次市场活动每个销售的实际销售成本水平.我们测试了三个直接邮寄和两个太空广告的消费勘察活动,三项有条理审理计划,加上三个电话后续销售闭幕活动.通过这些测试,确定了最佳消费勘察系统和销售关闭方法:1)分四次寄出某一单独直接邮寄明信片(4个月期间)给前景对象,2)我们在3路电话会议拥有满意的客户,让他们跟我们的接线员谈论我们的DM明信片3)一个6步电话后续活动一起造成了一次巨大的销售率关闭.更多关于这些结果的说明如下:进行上述测试的其中一个关键原因是,评价最优销售体系给予客户的财力是如此有限.为了实现庞大的销售增幅,当你只限于用贵组织的现有现金流量来实现这种增长的资本化时,与"成本寻找"的这些顾客相比,创造"便于寻找"的新客户间的适当平衡就非常重要了.越容易找到新客户,同时尽可能成本低地寻找到客户,就越有利于你达到你的业务增长目标.你受益了,因为你能创造更大的现金流水平,同时你还可以将它们再投资于增长你公司的销售.从以上的分析结果和市场营销试验,研制分区短期和长期营销战略计划.

回顾战绩:

在整个97年和98年，我们都在为这个客户工作。那段时间，我们创造并实施了几个关键的营销方案，大大提高了单位销售，收入和收购新顾客，加上该分区成立的新的反盗版销售计划。结果是，在

2年时间里，这个分区经历了667%累计增加收入(115余万元)，超过2900%累积销售增长(超过325万单位)及新顾客980%以上累计增长(17000余新批发/经销商客户!)在2年时间。通过独家使用这些Jay Abraham类型的市场营销体系，这个分区在四年内达到了母公司1000万销售单位的目标。为了实现新客户收购的庞大增长，97年初，我们创造并实施了强大的直接邮件消费勘察系统，实现了平均9%的反应率，当业平均介于0.6%至2%上限。同年，为了巩固我们的新客户收购计划，制定了特殊国外远程的销售计划，并聘请了分区的23个国外远程销售团队处理所有国外销售和服务电话。这个团队是运用了来自我们的直接邮寄消费勘察系统的销售线索。同时还使用了特殊的训练和销售手稿。对这些线索，这个小组取得的结业合格率为87%，当业平均介于26%至40%。

© 2002 Abraham 出版有限公司--机密--只限你看--版权所有.第168页 以下(使用许可)是从我们被引进时，也就是1997年初，一份这个组织业绩的概要，其前三年的业绩：

销售

(百万美元)

% 改变 单

位销售 (in

1,000's)

% 改变

新 客 户

收购Qty

%

改变

'98 8.9 +242.3 2,800 +522.2 12,600 +168.0

'97 2.6 +73.3 450 +87.5 4,700 +193.7

'96 1.5 -13.3 240 -11.8 1,600 +3.2

'95 1.7 +13.3 272 +14.3 1,550 +14.8

'94 1.5 +4.0 238 +4.7 1,350 +7.5

创造这些戏剧性结果的主要策略是:

1. 重新调整主要产品的市场定位从而能更好的与竞争者区别开来
2. 重新设计改写全部的市场交流价格(册、销售函、录像带销售、广告、报纸杂志、公关袋、传单,欢迎新客户袋、训练手册等)来阐明其竞争优势明显区分所有竞争者.
3. 发展强大的直接邮寄消费勘察系统来大幅度降低每出售的成本 在增加生产量、质量领先. 生成新批发客户超过17000(由原来的4600)在2年的时间内
4. 采用专门训练远距离销售队伍的后续所有线索,并关闭所有新客户. 特殊培训将关闭率提高了两倍,超过这个分区的之前的水平和工业平均水平.

就是这样!

您真诚的Randall Evenson

Evenson & Associates股份有限公司

© 2002 Abraham 出版有限公司--机密--只限你看--版权所有.

## 91. Randy Diefel

-----原讯息----- 来

自：**Randy Diefel**

给：Jay Abraham

发送时间：周二、2002年8月13日下午12时01分 嗨，Jay: 我需要一个小企业老板来我的新出版物上做广告的方法。在新媒体行业，我是初出茅庐的小子，他们从没见过我。信誉是一个重要问题。风险逆转为营救。我只是给他们一个“胜于无风险”的保证，他们会很高兴的回应广告，否则广告就免费。他们可以保留这个“专题报告”作为对我们尝试的感谢。简单，但很有效。我经历了从无人签约到几乎每人都签约。顺便说一下，我只提供这种保证给那些只在这个媒体上会插入优惠券或不可抗拒的强迫的offer的广告客户等。某些他们能估量和看到广告是怎样拉来直接回应的机构的。造成很多附加的好处。有的企业老板让我为他们写他们所有的广告。他们有的还请我帮助他们写营销计划。到目前为止，一切都很顺利。

您真诚的，Randy Diefel

© 2002 Abraham 出版有限公司--机密--只限你看--版权所有。

## 92. Raymond Young

-----原讯息-----

来自：**Raymond**

给：Jay Abraham

发送时间：周二、2002年8月13日下午1时34分 嗨，Jay: 我早在1900年就买了你的资料，可是却还没有熟练地使用它们。尽管如此，我还是取得了成绩。其中一个办法就是放弃书本。你曾提议放弃20美元的精装书籍。好的，我那样做了，然而我确信，我付给了他们1美元至8美元来进行剩余销售。我也确信在它们上面并没有黑色的“剩余”标志。曾经有一次大销售，任何书都是1美元，而我就买了一捆。我是一名执业会计师，所以我买了有关金融和理财的书，给我的客户和潜在客户阅读。我没有确切的估量过（他们的）回应，但是人们却欣赏到了我给予他们的巨大价值。另一方面，有些人也不是读者。在5年的时间里，我们每年在价值\$3,000的书籍上花费了\$1,000，以1: 15的比率，我们每年从新老客户那里赚到了额外的\$15,000。我记得你提到过寄生虫营销这个术语。我开始接触联系我地区的律师和银行家。我明确地理解了银行需要财务报表，我的专长。我不能把我们任何一个人称作寄生虫，因为每当我听到一个客户需要律师或银行服务是我确实是用他们的方式来谈论业务。我跟当地银行的分行经理成为了很好的朋友，而且在六年的时间内，只是从她那，我们就进行了40—50桩交易。费用金额则为112500美元，平均每为客户为2500美元。听证会：我的说明和其他人的一样，描述了我们公司为我们的潜在客户所能做的事。通过几年来关于利用听政会的多次阅读，我的市场资料中最好的材料是为国税提供妥协方案，我是怎样让一个客户付给国税准确的1000美元，而不是92456美元，其他客户也就付了500美元，不是21456美元。有些人想知道怎样才能见到我。妥协费的出价是每位客户\$3,000至\$12,000。听政会结束后，我估计将会有\$30000增加到我的年业务收入\$150,000上。更重要的是，当我接到妥协客户的出价时，我还可以做他们的年度报税、报表和其他财务规划任务，所以每年会超过\$30K的收入。

—后端，不只是为客户做年度报税，我还开始研究在整一年里能为他们做些什么。我客户的数据库，

当我或我的工作人员不忙时，我可以回顾我的服务清单，看看是否有客户需要它们。财务计划是我最近我所增加的，我最近的情况/案例是一为老妇女囁囁一个工程公司，她的女儿也在公司里工作。我向她建议做继任规划。她的企业价值 \$5,000,000 —\$10,000,000。我想单单这个费用就需要\$5,000。由于我大多数时间都是很忙，所以无论如何，这些额外的业务仍需改善。但是到目前为止，我从中增加了估计10%的额外收益（每年约\$20,000。而且应该更多。包装：你之前提到过将服务结合在一起，我并没有这种想法，我业务中的其中一个问题是按时收款。我可以确定90天内收款。从你的意见来看，我想我的包装时间为5小时递增。不是在月底时付我每小时75元至150元的帐单，而是我5小时的包装收\$500，为客户节省15%左右。这个听来对他们很有利。对我来说更重要的是，有时客户不会连续用几个月的时间，从而非我带来造成正面的现金流动。更好的是，与以往相比，我每个月卖出更多时间给这些客户，也许在20%以上。意思是如果先前客户平均售价为6小时\$700/年给我和我的员工，我会卖\$1000/年10个小时的时间。我因为这个还不得不聘请一名额外的员工做会计。是的，有些事我的确是还记得。这些事都是真实的。测量改进，应该是我最好的粗略距离。如果你需要其他的东西，请发邮件给我。[cpaphoto@pacbell.net](mailto:cpaphoto@pacbell.net)。

谢谢你，Jay.

© 2002 Abraham 出版有限公司--机密—只限你看—版权所有。

### 93. Ric Gordon

大家好，希望我来的不是太迟，不过我想我上个星期的求职经历可能会对本书有所帮助。当然，我没有因此赚到成百上千万钱，但它的确说明了 Jay 所传授的那些原理在广大的生活圈子里是普遍适用的，而且不仅仅是经济方面。不管怎么样，在这个故事中，主人公是一个在伦敦过了很多年“打工度假”生活的澳大利亚人。现在或许你知道在人才市场上找临时工作（有我这种签证的人唯一能干的活）的困难性，或许你也不是很清楚：我有个朋友是招聘顾问，他告诉我竟有上百个人争相要得到同个岗位。

好了，其实不是吹牛，我有一份非常不错的简历——学历高而且又在全球著名的几家财政公司工作过。但是，当我应征网上，杂志上，报纸上登的职位时却发现并没有自己的立足之地。我曾一天之内投了5份简历，但没有得到任何回音。不过就是那个时候，我在找工作的过程中偶然读到了 Jay 的文章《暗中销售》更巧的是我看到了那部分有关 USP 计划和不同求职信写法的内容，这让我受益匪浅。

由于我已经厌烦了用那种传统的方式来找工作，所以觉得这种新办法也不妨一试，反正也没什么损失。如果你曾尝试过传统找工作的方式（或者读过什么《如何找工作》之类的书）那么你一定知道传统的求职信是这样写的：“应征职位……”诸如此类无聊的东西。

现在，我首先做的就是对 USP 计划进行仔细分析，并且考虑如何能够让自己在这么多跟我差不多的人选中脱颖而出，有力的说服企业录用我。其中一点就是我提出了这样一个事实，即企业无须付给一大比钱给那些事实上一无是处的人。其实我看到这些人非常愤怒（一提到要在这些人身上浪费钱就很懊恼），因此我想从现在开始尝试这种新方式。

其次我也考虑了招聘者所面临的风险提议和我应该如何扭转这种风险的问题。就我所知，招聘单位面临的最大风险是他们可能会招一个懒惰，愚顿而又毫无竞争力的员工（有些在面试中表现出色的人一到关键时刻就不行了），可不管他们能不能完成他们所说的工作，还是得付给他们工资，而且还要给予合同解除费。我觉得这项扭转风险的提议其实很明显是告诉他们：只有在结束了我所说的能完成的任务之后，我才会去领工资。

下一步就是要想办法策划几份可以引起单位注意的，非比寻常的求职信，并让我的 USP 计划具体化。以下是我的几点想法：“你会对付给那些根本不关心你工作问题的招聘顾问过多的

“钱而感到厌恶吗？”那么千万不要任何一个不合格却获利不少的招聘机构浪费你的时间。相信你

将对这种我所保证的方式感到满意。求职信跟其他传统的并没有多大差别，尽管它不那么正式，不过它强调了我的 USP 计划

并对其进行了详细的说明。结果很明显，我第一天投出的 5 封信中有 2 封得到了面试机会。事实上，其中有个面试官告诉我说，他看了我的简历是因为他的秘书把我的信在办公室里传开了。显然，他秘书觉得我的求职信与众不同，而且非得给别的同事观摩一下。

好了，长话短说，我在三天之内就得到了那份工作。现在你知道了，这就是我的故事。我从这里面学到的就是：有说服力的目标销售和无风险提议往往比传统的正式方式更有效。

#### 94. 里奇·科比

----- 原始信息 ----- 发件人：里奇·科比  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002  
年8月16日星期五上午12:07

##### **Atmospheric Excellence, Inc.**

**26230 Green Acres Rd., Colfax, California 95713** (加利福尼亚州)

**(888) 870-4800**

我们生产和销售一种名为Fuel & Air Saver®的装置，这种装置可以轻易地安装在轿车、卡车、娱乐车、公共汽车、船舶、发电机等的发动机（任何4冲程内燃机）上。使用汽油或柴油。

以下是它对汽车的效用：

1. 它可以大大减少排放（污染）。
2. 它可以增加行车里程。
3. 它可以缩减维修成本，并延长发动机的寿命。

杰：

非常感谢你给予我这个机会，分享我们其中一种曾经协助我们启动业务的技巧。我们正在重新推销一种已存在于市场超过20年的产品。这种产品已卖出10万多套，但大家并没有真正了解它。我们强烈地感觉到我们的产品有助于治理被污染的空气，而且燃料消耗的节约可延长我们对石油的依赖期。

我们的最大挑战：营销 我们已经使用直销信函，并通过电话进行跟进和预约，尽管许多客户对我们的产品感兴趣，因为这些产品有证明书，可节约燃料，而且还有90天退款保证，但下订单的潜在客户少之又少。在拜读你的“**Getting Everything You Can Out of Everything You Got**”（《从你拥有的一切

汲取你可以获得的一切》）一书后，我明白到，风险逆转技巧会为我们公司迅速发展所需的客户打开大门。正如你在书所提到的，有两个主要的担心使潜在购买者退缩不前，第一是担心做错决定，第二是担心在你的同行面前看起来很愚蠢。

这就是为什么我们改变了营销重点和使用风险逆转技巧的原因。我们将90天退钱保证改为“无风险”试用我们的产品60天。

只是作这样的改变表面上很简单，但我们“新的”营销结果是非常出众的，我们产品的评估响应率从1%上升到90%以上。

如何提高公司的经营结果？方法就是让你的潜在客户轻松购买。正在评估我们产品的公司：西夫韦公司(Safeway)：旧金山湾区，225辆拖拉机，650辆TRU 他们希望燃料增加1%，而

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

我们可以为他们至少增加6%

---

长青学区(Evergreen School District): 温哥华(WA), 225辆公共汽车: 2套测试  
空军基地(Beale Air Force Base): 加利福尼亚州, 600辆车, 200个柴油发电机: 20套  
测试 加利福尼亚: 50万辆车  
菲律宾群岛: 8套评估政府车  
辆 土耳其: 12套正在评估 第  
一年潜在销售额3百万美元

顺祝 商祺!

里奇·科比 西  
北区销售总监  
360-882-6805

#### 95. 瑞克·维勒加斯

-----原始信息----- 发件人: 瑞克·维勒加  
斯 收件人: 杰·亚伯拉罕 发送日期:  
2002年8月15日星期四下午2:50

下面介绍我利用“宿主及其寄生虫”理念的成功例子。在与其他专业公司交涉方面，我宁愿 把它称为战略联盟，它对于进行不断的推荐很有用。

理念：与其他具有相同目标市场的公司之间的战略联盟。 目标：让具有相同目标市场的公司用“交钥匙”方案来彼此分享销售线索，这对客户是有利的，并鼓励他们与你的公司联系和购买你的产品。 方法：作为管理和营销顾问，我当过几个客户（珠宝商、摄影店、印刷商等）的顾问，他们有相同的顾客类型 – 已订婚夫妇。这个目标市场在他们的业务中都占有一定的比例，但他们都 没有获得这些夫妇的姓名和其他资料的有效方法。在与一些其他的公司所有者自由讨论并收集他 们的销售小册子后，我们用一个前面有金色丝印夫妇插图的亚麻布文件夹制作了一个小包裹。文 件夹里面放的是商业宣传册以及促销材料，如光顾用的礼券或礼物。这个小包裹还包含一张详细 的清单，夫妇可以根据它来进行婚礼准备，当然，他们最终需要的该种服务旁边是参与公司的名 称，如摄影、印刷等。一个小小的桌面陈列品让夫妇知道可获得免费这样的小包裹，但是所有者 或销售人员会让夫妇在一张卡片上填写详细信息。该卡片会被放在抽奖箱中，抽奖的奖品包括 每个月赠送的由另一个战略联盟成员提供的酒店住宿连早餐。该卡片另一面已印有邮寄地址和贴 有邮票，夫妇可将该卡片寄给我，以交换其它资料。这样，公司手头上永远都有足够的资料，而 且它允许我收集多个姓名，将多个片卡复印到一张纸上，为每家其他专业公司所有者复印足够多 的副本。其他专业公司所有者每周都会收到已订婚夫妇信息的副本和更新资料。

结果：这种方法就像踏进了一条金河，因为通常很难及时获得这些姓名。已订婚夫妇将要为 他们的婚礼花1-2万美元做准备，但在你可以从这种目标市场的邮寄名单中获得姓名之前，他们 通常已经购买你的产品或者已经结婚。杰·亚伯拉罕的技巧是充分利用邮寄名单，并增加他们的 收入。很难说每位客户仅仅由于使用这种技巧而有多少收入增长，然而，对于某些公司所有者来 说，它使他们的销售额增加一倍以上。我收取的服务费较低，而且这些服务费主要用于寻找新客 户。在短短六个月中，我的客户数从12个增加到40多个。

其他应用：你可以在许多情况中使用这个基本理念。请想一想你的客户群，问自己每个目标 市场有哪些其他专业公司，并在他们购买的过程中进行访问。列出这些类型的公司，然后挑选那

一些可给予你最大利益的公司进行合作。制作你计划使用的小包裹原型，以便他们了解它的样子。

请确保它是易于管理的，并预测它们可获得的销售线索数量，以及转化销售线索的购买价值对它们的意义。如果你这样做以分享销售线索，而且对材料成本不收费或只收取较低费用，你应该有

90-100%的销售成功率。如果你对方案收取较高的管理费，你应该结束60-80%的演示，并做足够的工作以招聘兼职人员来处理细节。你将需要偶尔地进行每周访问，与其他战略联盟成员建立良好关系并使推荐人如潮涌来。

提交者：瑞克·维勒加斯 公司、招待和计算机技术系主任  
北马里亚纳学院  
电子邮件：[rikv@nmcnet.edu](mailto:rikv@nmcnet.edu)

#### 96. 罗伯特·坎贝尔

-----原始信息----- 发件人：罗伯特·坎贝尔  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月13日星期二上午3:30 回复：独特销售原则(USP)

为了使我即将出版的房地产书籍（Timing the Real Estate Market(《房地产市场的时机》)）有机会成为畅销书，我为它创造了一个独特销售原则(USP)，此原则显然使它成为历史上所有房地产书籍中最独特的一本书。通过这个原则，这本书已经有250-500位预订者...而我以前从来没有写过书，也没有多少人认识我。

我为我的书创造的USP原则是什么？“坎贝尔法：一个为了获得最大利润而购买和销售房地产的系统！”我是从杰·亚伯拉罕那里获得这个USP想法的。我将它安排在这本书封面标题(Timing the

Real Estate Market)的正下方，这个USP原则突显“坎贝尔法”，使得这本书与所有其他房地产书籍与众不同，使我在市场竞争中占了优势。

我认为这个USP想法对于我的书成为全国畅销书起了重要的作用。非常感谢亚伯拉罕先生的想法。

罗伯特·坎贝尔

#### 97. 罗伯特·诺里斯

-----原始信息----- 发件人：罗伯特·诺里斯  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月13日星期二下午2:10

我们有一个多年以来积累的常规客户数据库。（我们正在整理名单、添加注释并使其变得更 有用，但我们确实有一个名单。）

去年，我们有个参与一个新项目的机会，但我们当时没有足够的预算为这个新项目寄信给此 名单上的人。

由于我们需要其他办事处协助我们继续处理这些事项，以便我们能够进行“杰·亚伯拉罕反

向” (~~reverse Jay Abraham~~) 邮寄，自己推销自己，然后，在获得市场需求后，我们将推销我们的“合作伙伴”。 我们有良好的数据库，加上有其他人希望与我们在市场需求方面进行合作的事实足以使我们获得邮寄、跟进等所需的合作资金。 它提高了我们在现有客户中的地位，使事情进展得更快，使我们避免错失令人惊喜的机会，并且可以与新公司合作。我们相信长期回报将很高。 真是既简单又快捷。

**98. 罗伯特·罗宾逊**

----原始信息---- 发件人： 罗伯特·罗宾逊  
收件人： 杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月15日星期四下午8:08

通过运用我的导师杰教给我的理念，我赚了很多钱，但是从杰那里学到的最重要的东西是如何从不同的角度思想问题...如何从你所做的事中汲取更多教训---请相信我，当你这样做时，你生命中的一切都会变得更美好。

罗伯特·罗宾逊

**99. 罗伯特·罗里**

----原始信息---- 发件人： 罗伯特·罗里  
收件人： 杰·亚伯拉罕 发送日期： 2002年  
8月12日星期一下午11:37

我们是一家小型的互联网策略顾问公司。我们主要的服务包括制定电子商务策略、内容开发和可用性测试。在春季，我们要测试一种新产品 - 互联网策略工作室。我们所有的竞争对手都以通常的方式推销类似的工作室 - 他们发送“标准的”、令人厌烦的销售小册子，这些小册子对工作室只进行非常简短的描述，而且只是重点介绍它们各自的特色。

与他们不同的是，我们使用的是“亚伯拉罕”式的4页销售信函，并以有趣的方式详细介绍产品的优点。此外，我们还使用电子邮件营销。我们所有的客户以电子邮件的形式接收销售信函，因此，我们的营销成本非常低。

结果非常令人惊异！我们竞争对手的每个工作室都只有12至20个参与者。而我们售出最早的两个工作室（40个参与者），营销成本仅为竞争对手的一半。在秋季，我们正在筹备6个新工作室，我相信，它们也能卖得出去。

通过实施杰的建议，我们开发出了另一种很棒的产品，我们正在推销它，它一定会成功。 顺祝 商祺！

罗伯特·罗里  
Uspeh Ltd.公司首席执行官  
[www.uspeh.com](http://www.uspeh.com)

100. 罗德·阿瑞斯

-----原始信息----- 发件人：罗德·阿瑞斯  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002  
年8月13日星期二下午9:33

概述：自从1996年拥有天才公司(Prodigy)、CompuServe 和美国在线(AOL)的账号开始（当时 我很高兴能够发布分类广告），到今天发展成为一家拥有多家互联网公司的互联网公司。我们旗下的企业包括：

- 1) 互联网营销公司
  - 2) 搜索引擎优化公司
  - 3) 抵押贷款担保公司
  - 4) 定期人寿保险担保公司
  - 5) 拥有一万个以上域名的公司
  - 6) 在线培训公司的开办公
- 司 此外，还包括

- 1) 互联网营销发言人
- 2) 互联网国家贸易月刊作者

等 经营简史

我在华盛顿大学获得学士学位，在俄亥俄州获得保健管理硕士学位。我率先与2名取得哈佛 大学MBA学位的合作伙伴用少量风险资本启动了一个国家急症中心网络。

嗯，资本密集型和劳动密集型医疗企业...我将成为哪一种企业？ 我还必须再筹集两倍的资金，风险资本家才会收购我们。 我们可能发展成为拥有220名员工（包括全职和兼职）的公司。我28岁时在全美做咨询工作，

是医学会议上的发言人。 嗨，我现在是互联营销论坛的发言人... 接着我担任一家上市公司的高级管理人员（我在这里认识了我的妻子 - 一名公司法务人

员）。这家公司也是从事医疗领域，它也是资本和劳动密集型公司。还没有形成一种模式？

唉！劳动和资本密集型开始胜过了我，因此，我寻找其他选择... 我将注意力转移到房地产， 至少，它没有大量劳动力的需求，但仍然是资本密集型行业。此外，我培养了为医疗中心识别 和购买建筑物的技能，因此有一段时间，我为自己购买了收益性不动产。

实际上，在我的第一次交易中，我用90天时间赚了大约4万美元，所以我开始买地。我以为自己是了不起的人，但我没有意识到那是因为市场很火热... 而不是因为我不起。我很快成为了圣地亚哥一家最大的证券经纪公司的合伙人，从事经纪交易。大多数经纪人每年做成6宗交易， 就算是好年头了，而我在4年里做成了150宗交易。

我的客户中接近90%是代理人或经纪人。人们总是感到惊讶：为什么我的客户身为“追求时尚的人”，还要使用我的服务并成为客户？ 而不是使用他们自己的人才？ 我告诉他们，我有一个 秘密方法。（当然，对于我的互联网客户，我也使用 相同的秘密方法... 我的客户包括许多网页 设计师、图形专家和网站管理员。）

当沙漠风暴袭击圣地亚哥的Camp Pendelton时，琳达和我经历了长时间的无业务时期，并损失了我们大部分投资的财务收益。嗯，我辞退了员工，但资本性投资仍在那里... 然后它们不再 存在了：（不是说笑，钱夹里只剩一点点钱了）。

互联网在召唤 因此，我们又从头做起。“如何创建一个没有劳动力或资金要求的企业？” 有一东西叫做互

联网，也许...

开始时，我发电子邮件，并在美国在线(AOL)、Prodigy和CompuServe发布广告。大约一年后，我失败了，最后，我购买了我的第一个网站。我读研究生花了两年时间，现在我已经在“网络学校”呆了近十年，学习广泛的网络知识。它在不断变化，我也试着创建自己的网站。

在一段相当长的时间里，当我学习网络知识时，我经常会驾车送我的小女儿上学，她吃午餐用的零用钱都比我每周（或每月）赚的钱多。

这不是吹牛，这是事实，后来我非常精通于为自己和客户创建网页，这些网页排名很高，并产生了很好的效果。我的第一个网站（已出售）每年的独立访问页数超过80万（全部来自网页优化）。

没有资金（有几个独立承包商）、没有劳动力吗？嗨！我自己做不来... 我发现目前与我合作的天才互联网专业人士的核心凝聚力。我有23个计算机工作站、一个合伙人和一个全职员工，以及几个兼职大学生。我们开发了用以代替人工活动的专门软件。例如，我们过去有一个员工每周工作4天，管理10万个点击付费单词。现在，我们有了每天工作24小时的软件，成本仅约为月薪的一半。

我还帮助今年12岁的女儿开始玩她自己的柠檬水摊游戏（你听到那小朋友的声音吗？“冰冻可乐，这里有冰冻可乐”，肯兹一边向她信任的推着婴儿车的妈妈、沙滩游客、冲浪者和溜冰者兜售柠檬水，一边喊叫着，“这里有冰冻可乐”），当时我们在沙滩的公众入口旁边。在那个夏天的几个炎热的下午，她只赚了几美元，但真正的价值在于，肯兹现在的人际沟通技能比我（我不够努力）好得多，而且她无需计算器也能找换零钱。

我经常跟她说，如果她学HTML，她未来的工作绝对不用说“要加薯条吗？”。

因此，肯兹将精通互联网，她的房间将有她自己的计算机，并可用有线电视调制解调器访问互联网。

我还为她提供一个每年有大约45,000独立访问者，且每个月赚300美元的网站<http://www.beaconsbeach.com>。我还将为她添加另一项新业务（我的妻子否决了那个低价避孕套的想法，所以我出售了该网域），我只是不知道肯兹是否为安全服务器订单作好了准备。我只是希望她不会回到玩具反斗城...

然后，我们进入域名领域，并拥有1万多个普通域名。此外，我们的搜索引擎优化能力迅速增强。我们经历了整个周期，为自己创建网站、为客户创建网站、回到主要为自己创建网站 - 另外为个大型公司创建网站。现在，我们已经为网络上的几个重要功能制定了在线培训计划，通过培训，客户付款给我们以学习各种互联网相关活动的秘密、提示和诀窍。现在，我们大多数时候每周建立1-2个网站，并抓住无数的互联网机会，通常在听到关于这些机会的消息几小时后，我们的网站就建成并开始运行...  
上帝啊，我爱极了网络....

**101. 罗德·沃芙德**

-----原始信息----- 发件

人：罗德·沃芙德 收

件人：杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月15日星期四下午6:59 PM

亲爱的杰：

PEQ和PEQ II已经开始使我的业务发生转变了。我的家人，我29岁的儿子、31岁的女儿、我自己，以及我的27位员工都买卖房子。我们的买

一大价与卖出价差额通常是2-3.5万美元。我们每年大约买入150套房子，其中，大多数房子是通过

短期业主融资出售的，即新购房者在支付几个月的楼款后，可获得抵押。我们已经买卖接近2,000套房子，目前正在收取400多套已售房子的月供款。每个月有15到20套房子用于再筹措资金。那时，我们真的可以挣大钱。我们成为了中西部同类型公司中最大者，据说我们位于全国10大之列。但成功也伴随着严重的现金流问题、员工问题以及一家年赚千万美元的公司会遇到的种种困难

（正如你的课程中所介绍的）。我们三人是批量购房专家，因此我们碰到了房子存货太多但任何一个月都卖得不够快的重大

问题。我们的销售团队不够努力，也没有培养出推销我们正在采购的高端房屋的专门技术。

就在这个时候，你寄了几封关于PEQ的信和电子邮件给我。我们订购了函授课程，开始编写

我们的核心故事，并在自己的办公室开展培训。我们立即见到了一些成效，但老习惯很难改。接着是PEQ II函授，资料和PEQ开始发挥作用了。我们面试（切特法）了明星销售人员，招聘了其中一位，上班一个月后，我们发现他比任何

其他人都更会推销。我们正在寻找更多明星销售人员。接受你的资料中列举的培训后，加上明星销售人员这个榜样，其他销售人员开始更努力地工作，同时也变得更聪明了。我们的核心故事和教育营销定位使我的房子有了更好的买家。

我们首先检验了切特的明星面试，争取找到愿意为我们的购房者寻找融资渠道而多付出一分代价的明星抵押经纪。我即时回复大批来电者，面试了七位应聘者，最后将交易发送给其中两位，直接结果不仅要看赚了多少钱，而且还要看客户对结果是否满意。

我们目前正在业务助理、个人助理中，甚至在会计师事务所之中寻找我们的销售明星。

PEQ和PEQ II正在改变我们业务的每个方面。现在，有了工具和成功的方法，我们能够不断成长。

谢谢！

罗德·沃芙德

沃芙德集团(The Wolford Group)

附言：我已经告诉卡尔，我将出席一个现场活动。我们正在跟踪我们的结果，今年稍后会给你一个简明更新信息。

## 102. 荣恩·西尔

-----原始信息----- 发件人：荣恩·西尔

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月14日星期三下午4:01

杰：你好！几年前，我和我的妻子开始了一个小型家庭式业务，即训练小孩参加一种非常独特的马术运

动 - 跳马。这种国际竞技性运动项目（尽管是小型的）是一种在活动中的活马上进行的体操，它和通常我们在美洲的马戏团里见到的不同。在几年的课程中，我们培训出了地区和全国冠军，也经历了竞技性运动带来的乐趣和极度伤心。

我们的推销预算非常有限，从而促使我们通过参加游行来向公众推销，以及在马展和洛杉矶农业周上进行即席演示。在这些活动中结识的联系人介绍我们到派对上表演，然后又介绍了许多其他的演示机会和派对给我们。

竞技性跳马在美洲是一项小型运动，而且养马需要大量费用，我们不得不开始用不同的方式来寻求更多资金。我们知道欧洲的骑术学院用跳马作为其他骑术运动的基础，因此我们联系了骑

术教员，看看他们的学生是否需要提高平衡性、建立自信和提高兴趣。我们与一位教员合作，

多

年来，我们非常成功地实施着一个方案。

下一步，我们将制定一个方案盒(program in a box)，以将我们用来赚取额外收入的方法传授给其他跳马俱乐部。该方案会被重新包装，以为骑术学校提供一个基础课程，从而使骑手更好地为其他骑术课程做准备。

我们还将与一个“自然马术”培训机构结盟，这个机构认为，如果经适当培训的马和骑手之间有和谐的互动，该马匹会“更高兴”。这个新合作方案的下一步计划是利用该机构的技巧来改善我们的马术表演，和培训更多马匹，以销售给已经购买我们的方案盒的马术教员和马术学校。

如果不是学习了杰·亚伯拉罕的经营和营销模型，我们的跳马俱乐部就只是涉及培训竞技性跳马选手，虽然这可以带来一定的成就感和回报，但我们不能成长和发展成为可以赚大钱的公司。

杰，感谢你与我分享你的智慧。

### 103. 罗纳德·米勒

Ronald L. Miller

497 Pine Haven Lane, N.E.

Atlanta, Georgia 30342

404 255-0110

发件人：杰·亚伯拉罕 2002年8月17日

主题：经营理念

我有一家只有一个人的公司，从事生产和分销公司的兼并和收购业务。我的小生意是以高于公司经纪最高限价（约1百万美元）和低于投资银行家最低限价（2500万美元）的价格出售公司。

由于要进行心脏手术和颈动脉诱发中风，我的业务被迫暂停了几年，直到过去12个月，一切才开始好起来。当主动脉经过清理，有更多的血和氧流到脑部时，那种感觉真是令人惊异。在那段时间里，我听你的录音带，还阅读了许多你的文章。我现有业务的第一个改进是建立了USP，这是我主要想告诉你的消息。

对我的潜在客户，我告诉他们我有工业工程学位和多年的生产经验。这一点使我在销售生产和分销公司的业务中占有优势。然而，为了使我与众不同，现在我利用一个特殊的投资银行家工具，而它就是我的USP的核心。

几年前，我身为投资银行家的儿子指出，我可以利用贴现现金流(DCF)计算方法，采取专业的方式，以低于2500万美元的价格出售生产型公司。贴现现金流对于大多数公司经纪和同类型公司所有者来说是外来事物。我和儿子一起设计了贴现现金流的简化版本，投资银行家可以用它来进行自由现金流计算。自由现金流计算在一张纸上进行。但我不让潜在客户知道我可以进行这些计算，以及我这种使用贴现现金流的营销方法是多么的独特。贴现现金流因需要许多公式，所以很难设置，而且一般人不可能只通过查看我的计算结果就能复制我的电子数据表。

如今，在我直接寄给潜在客户的营销信函中，我加入了贴现现金流电子数据表。在信函中，我强调，潜在购买者对投资将产生的收入流感兴趣，而对所有者如何努力工作多年，以微薄的收入来创办业务则不感兴趣。我在信函中换了一种说法来表达这一点。我指出，贴现现金流电子数据表显示了3-5年的预计销售额，以及该期间的费用、固定资本投资和周转资

金投资。计算出的 现金流是贴现值，用以表示价值，并得出计划售价。我告诉所有者们，购买者会为数字而争论，~~但不会为格式而争论。~~

当然，贴现现金流电子数据表是在假设分析中使用的，代入各种数字，很快便可得出不同的 合计数。有时，所有者在夜晚打电话给我，要求我在电话中更改数字。我或者把结果告诉他们，

~~或者立即把新的贴现现金流传真给他们。~~

现在，我在信函中使用大字标题，并在旁边加一句“我过几天会打电话给你”。我仍然在努力使我的跟进电话提示语句变得更文雅。

希望这就是你想要的东西。

真诚地 罗纳  
德·米勒

#### 104. 罗纳德·西斯托

----- 原始信息 ----- 发件人：罗纳德·西斯托  
托 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月13日星期二上午8:32

杰： 推

荐系统

我是《黎巴嫩日报》（宾夕法尼亚州中部的日报）的发行总监。我们启动了一个推荐系统，以争取新的报纸住宅投递客户。我们寄出的每个续订通知都包含一封信，此信允许现有的订户推荐一个非住宅投递客户，以获得半价优惠。我们每个月收到72个推荐，其中60%成为了我们的订户，从而每年产生了73,613美元的额外收入。假如没有这个方案，我们是不能获得这笔额外收入的。我们的成本是制作信函和装入信封的费用，是很低的。就这样，续订声明中一封简单的信函扩大了我们的住宅投递客户的数量，并增加了我们的收入。

“我的故事是真实和可证实的，你也可以在你的促销和营销工作中使用我的推荐方法”

罗纳德·西斯托 II

发行总监

《黎巴嫩日报》

717-272-5611，分机171

#### 105. 拉塞尔·马汀诺

-----原始信息----- 发件人：拉塞尔·马汀诺  
诺 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月14日星期三下午3:44 主题：我  
是如何成功地使用杰的思想的

个案研究 在出席杰的一个现场研讨会后，我应用他的思想和原理，在三年时间里，保护了几百位人身

伤害客户，并赚取了巨额律师费。下面我将介绍我是如何做得到的。当时，律师向事故受害人寄送直邮法律服务广告是合法的（现在法律中的有关条款已经修订）。律师可以轻易找到事故受害人，因为法院每天都会受理几宗事故，而且会撰写事故报告，而这些报告都是公开的。

这样，被牵涉到一个事故中的任何人通常都会在提交事故报告的几天内收到来自律师的

~~10-15封信。某些律师甚至到该人的家中或所在的医院，试图推销他们的服务。（结果，正是由~~

于这种不合理的侵扰，才导致要修订法律。） 营销挑战很简单：就是如何与已知事故受害人沟通，不要让自己看起来像一个渴求顾客的

律师，并在潜在客户的心里留下独特和正面的印象，从而使他们扔掉其他10封信，然后打电话到我朋友的事务所聘请代表律师。

在杰的研讨会期间，我真正领悟到这个问题的营销技巧。实际上，依我看，在我离开研讨会之前，该问题已经完全解决，我所需做的只是返回休斯顿并制定策略。如结果所示，我是对的。

该解决方案非常简单和有效。 我们还是必须寄信给事故受害人，但我们不是寄送自命不凡的律师信，告诉人们，如果我们

愿意代表他们，他们会多么感激我们所做的一切，他们是多么幸运；我用的另一种方法。 我的领悟来自一个简单的问题，即谁是我的客户，他们真正需要什么。我们如何告诉他们，

我们理解他们的处境和真诚地关注他们的安宁？ 这个问题的答案使一个11x17的黄色折叠信封诞生了，信封的标题为： 手法与陷阱；你的保险公司避免支付索赔款的10种方法 这份“掷地有声的特殊报告”是有事实依据的。它解释了保险公司为正当拒绝支付索赔款

或大大减少最终支付的索赔金额所做的一切。 大多数事故受害人没有意识到“保险公司的友好声音”是培训出来的，他们在初次接触通

话中友好地提问题并获得供认，从而大大减少潜在和解的赔偿金额。 该报告写得很好，并以事实为依据。尽管是我写的，但署名仍然是该事务所的首席律师（我

不是律师，该事务所的所有者是我的一位朋友），他已获得人身伤害法的委员会证书。 该报告还解释了“委员会证书”的重要性，以及如何寻找负责为你获得索赔的律师事务所。

读者如有疑问，可以致电该事务所，建议读者在同意任何事情之前或聘请律师之前先阅读

此报告。 我们添加的另一个小手法是：除寄信给哈里斯郡（休斯顿在哈里斯郡）的事故受害人外，该

事务所还以较低的费用雇用了一个人，负责到周围的郡收集事故受害人报告信息，然后我们也寄 信给他们。而当地的服务没有覆盖周围的地区。

结果是非常的好。 人身伤害签约聘请从每个月4-5宗增加到每周8-10宗，有时则更多。 业务量的增加完全是“手

法与陷阱” 邮寄的结果，而无需在电视、广播、布告栏或任何其他地方花费一分钱。 对于该事务所来说，每个案件通常可以赚5,000至12,500美元，然而，有几个起诉或在审判前

在庭外调解的大案件，使该事务所净赚4万美元，还有一个案件，使其净赚23万美元。 此签约聘请率维持了大约3年；后来，德克萨斯州立法机关修订了法律，使公共领域无法查

看事故报告，律师如在事故发生60天内直接与已知事故受害人联系即属违法。 从潜在客户的角度思考（任何人都不想被保险公司或任何其他人敲诈），并考虑他们的理解

力，事务所将逐渐成为真正的专家。“手法与陷阱”是极大的成功，但如果没有在Jay Happening

研讨会获得的信息、理念和灵感，就绝对不会有它的出现。再次感谢

杰！ 拉塞尔·马汀诺

## 106. 拉塞尔·雪莉

----原始信息---- 发件人：拉塞尔·雪莉

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月16日星期五上午7:45

亲爱的杰：

在过去的二十五年里，我从事过各种各样的销售工作。大约一年前，我重新开始独资经营我自己的地区销售培训业务。那时不是最好的时期，而且这个业务也不容易赚到钱。我遇到了困难。我的工作寻找潜在客户，帮助客户理清他们的销售培训需求，并且使他们相信，在竞争激烈的培训市场里有很多规模更大的培训公司，但我才是他们所需要的培训供应商。

直到大约一年前，我还没听说过杰·亚伯拉罕。真羞愧。我已经浪费了数不清的时间和金钱。这是不利的方面。但好消息是，我确实最终发现了杰·亚伯拉罕，就这样，事情开始改变，并将继续改变。

在我学习杰的资料时，有一句话不断地使我产生共鸣。这句话出自他的一本讨论使用他的原则会有什么效果的书——“与你做生意的人会充满热情，而与你的竞争对手做生意则不会”，这句话使我因过度兴奋而失眠。这就像我一直在搜索的那种“圣杯”。我没有花很长时间学习，便得出了以下结论：

- 如果我用杰的五十个问题中的两三个来问所有者的业务情况；大多数所有者从来没有以这种方式来思考他们的业务，他们不知道答案，而现在想知道答案。这样会使“我迈出第一步”，因为它使我与众不同。这时，我要做的仅仅是推荐杰的一些策略作为可能的答案。
- 如果潜在客户出于相同的原因而考虑我的培训课程，那他/她的销售收入会有多少变化，如果我在为其员工提供的销售培训中采用类似的方法，销售人员可以用这些理念和策略来获得类似的优势和更多业务。
- 然后，如果我逐渐（和在每次分配任务时）再问客户一些亚伯拉罕的问题，包括推荐几个亚伯拉罕策略，我会有稳定的知名度，他也会有持续不断的业务。
- 然后，如果我与客户们分享杰的卓越策略，那么我和他们会象水泥一样牢牢的粘在一起。这使我的工作开展的非常的顺利。它在远程营销电话、信函，甚至“亲自”上门推销中起了

作用。这个理念还可以发挥更多作用。几个月前，我认识了一位熟悉亚伯拉罕资料的潜在客户。他也参加过杰的现场培训。于是我们联合起来，他成为了我的客户。去年末，我听说杰的PEQ，我想它很适合他和他的员工，并将公司提高到一个新的层次。后来他预订了课程。这样，他再次参加杰的培训，好的心态提供了许许多多的机会。

结果：

1. 知道和理解亚伯拉罕策略后，我只花了四分之一的的时间便争取到了三倍的客户，而且成本比以前少得多。
2. 通过分享卓越的“亚伯拉罕哲学”，我逐渐成为一名营销顾问，这使我更加与众不同。
3. 我发现，由于经常受杰的心态影响，现在当我应用杰的技巧和策略时，我无关地、透彻地以每个可能的方法来看待业务。这使得我在寻找机会方面有了巨大突破。
4. 我不断被要求做有关如何从某项业务中赚更多钱的演讲（一些我长期以来希望重新引起大家兴趣的东西）。
5. 我衷心期望，作为了解杰·亚伯拉罕技巧和策略的主要结果，我的收入能不仅继续增长，而且明年会大大增长。
6. 我现在很享受自己所做的事，不仅为自己而做，而且现在能够为其他公司而做。教训：亚伯拉罕策略可以改变任何规模的公司。如果有“亚伯拉罕心态”，就会有奇妙的事情发生。

任何业务员或业务经理都可以轻易采用和修改杰的任何或全部技巧，并在他们的潜在客户心中树立卓越地位。它可以使一个业务员转变成一个业务战略家，从而不管行业状况或环境如何，都能提供自己的产品或服务。谁不希望有这样的转变呢？此外，通过培训他们，可以建议他们的客户

~~培训客户的业务员...依此类推，自我永存。你不是“喂他们，而是真诚地教他们如何捕鱼”。~~  
这  
就是杰教导我时所采用的方

式。 真诚地

拉塞尔·雪莉 雪莉培  
训 顾 问  
infofind@bellatlantic.net  
t

### 107. 桑德拉·布克马

----原始信息---- 发件人：桑德拉·布克马  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月13日星期二上午10:34

个案研究 有效  
的直邮营销

我采纳了杰的建议，制定了一个可靠、有效的直邮营销方案。潜在顾客对我发出的自我审查 资格表的平均回应率为5% 。

下面介绍一下我的做  
法：

- 1) 我从邓白氏市场服务公司(Dun & Bradstreet's Marketplace Service)购买了一份有针对性的 邮寄名单。我只使用了那些列出高级管理人员姓名和职位的公司，从而避免盲目地寄给对于 我的业务来说没用的公司。季度更新使上述列表适度地保持最新信息。
- 2) 我虔敬地寄信 – 每周100封（12月15日至31日除外），信函将在星期二或星期三到达目的地。
- 3) 我的信封由收件人打开。我使用激光打印信封 – 没有标签，没有邮政条码，贴一级邮票。我在每个信封上盖上“密件”印章，以将信件从筛选机直接送到收件人手中。
- 4) 我使用保守的正式合同信笺抬头和庄严的黑白徽标。每封信都很简短（一页纸），并有 我的亲笔签名。
- 5) 我的主题行总是使用粗体格式，如“关于：是否考虑出售您的公司？”
- 6) 我总是使用“附言”，通常是“如需要免费的《公司转让报告》，请来电联系”。“免费”这个神奇字眼总会引起注意。
- 7) 我使用附件以增加信函的份量和处理的时间。我附加一张商业回邮卡，方便那些希望通过邮寄或传真，而不想通过电话回复的收件人。虽然这些卡很少被使用，但是有卡比没有卡 时回应率要高。后来，我发现人们通常使用他们公司的信封，因此我停止附加商业回邮卡，以节约不必要的开支。
- 8) 我会附加一张名片，因为即使潜在顾客不是马上对我们的服务感兴趣，也可以把名片收 起来，供日后使用。
- 9) 我的公司名称、我的名字和行业都以同一个字母("B")开头，这样是为了增加当时机来临 时客户找我的机率。
- 10) 我用一个数据库和电子数据表来追踪我的回应率，这样，我可以追踪初次邮寄的时间，从而了解到第一次（在收到后3天内）和第二次（一个月后）回应所经过的时间。
- 11) 我每隔6个星期寄一次信，一共寄3次，以增加熟悉程度、知名度和回应率。
- 12) 我提供了我的网址，以便潜在顾客首先上网了解我然后再回应。

---

桑德拉·布克马  
BOSTWICK, LLC  
5775 Wayzata Boulevard - Suite 700  
Minneapolis, MN 55416 (明尼阿波利斯市)  
电话: 952.525.2290  
移动电话: 612.709.6066  
传真: 952.936.9866  
<sandra.broekema@ebostwick.com>  
www.ebostwick.com

**108.** 斯科特·金格里奇

-----原始信息----- 发件人: “斯科特·金格里奇” 收件人: 杰·亚伯拉罕 发送日期: 2002年8月13日星期二上午10:10

可追踪结果的电子邮件时事通讯 杰的其中一个关键理念是如何追踪每项营销工作...而不仅仅是将形象广告发送出去! 本着这个理念,我们向我们正在从事的每一项营销工作发起挑战。我们几乎不用再三考虑的  
一项营销工作是电子邮件时事通讯。我们认为“我们必须有电子邮件时事通讯!”。于是,我们再次考虑开展此工作。

当我们再次审视它时,我们会问“我们如何知道是否有任何人阅读它?”带着这个问题,我们开始对我们的电子邮件时事通讯进行改革。(是的,这对于我们来说是一种商业广告,但我认为你会同意,这是有用的商业广告)。这是因为,我们不仅为自己找到了解决方案,而且找到了一个名为GoldPump的解决方案,现在我们将它销往世界各地...谢谢你,杰!

该理念是这样的:在时事通讯中提供足够多的令人激动的信息。但要让读者采取行动(点击链接)和浏览网页,以查看全文或者完整拷贝。链接中嵌入一个数字,以唯一标识我们数据库中的读者。当他们访问他们精选的网页时,我们的网页会自动给我们的GoldMine联系人管理员发送一个信息,如“玛丽·简”刚刚阅读了我们有关“什么什么”的文章。

现在,我可以准确地知道谁点击了我的电子邮件时事通讯和销售信函中的什么内容。这样很有效。

为了进入下一步,通过组织时事通讯,以便读者讨论不同的主题,现在我可以自动开始建立读者兴趣简档,并开始向他们提供不同的优惠。

这很难吗?不。我们已经开发了该技术,所以很容易就能做到。我们每个星期都有周末勇士做这件事!要在电子邮件中添加“StealthLink”技术,只需要在每个时事通讯或销售信函上花1到2分钟时间。它的效率很高,可以带来很好的成果!!

谢谢你,杰!

斯科特·金格里奇  
总裁兼首席执行官  
BestFit Solutions Corporation

**109.** 斯科特·孟恩思

-----原始信息-----

发件人：斯科特·孟恩思

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月16日星期五上午8:27

亲爱的杰： 我所收到的杰的营销资料真是令人难以置信。我已经实施了其中的几个想法。我想讨论其中

一个，即使用明信片进行测试。我们采纳杰有关测试一切的想法。我们打算寄明信片给2万个未经测试的人。在阅读杰的资料之前，我们寄出明信片之前是不进行测试的。但幸运的是，我们进行少量邮寄以测试10种不同明信片的反应。结果是，我们最初打算使用的那种明信片反应最差。

最后，我寄给2万人的明信片获得了6%的回应率。如果我们没有采纳杰的测试建议，就绝对不会有这样好的效果。我希望这对于那些最初没有进行少量测试的人会有帮助。通过测试，你可以大大提高回应率，并节约过程中的开支。

谢谢你，杰。

斯科特·孟恩思

#### 110. 斯科特·谢尔登

-----原始信息----- 发件人：斯科特·谢尔

登 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月16日星期五下午2:33

亲爱的杰： 我对你的邀请很感兴趣，我希望有机会与你分享我们的故事。 我们公司在几个市场推出游戏卡包，并通过直邮销售多种产品。在向我们的客户推销广告的过程中，我成为了直效广告、广告编写、跟进方案等方面的专家。为了培养这种专门技术，我几乎完全依靠你的资料。结果，我成为备受客户（大约1,500位广告客户）尊敬的权威人士。

在经济不景气的时候，我能够把我受到的鼓舞传递给我的客户，我让他们把重点放在业务以及学习营销基本知识等方面。在我自己的营销工作中，我也受到鼓舞 - 我把建议付诸业务实践中，当它起作用时，我有难以置信的信心，并鼓励客户以独特的方式采取行动。这些客户每年赚

50~2500万美元以上，他们提供的产品千差万别，但是，当他们应用我与他们分享的原则时，结果几乎总是同样的好。

此外，我的直销公司在过去12个月取得了300%以上的增长，因为我已经开始实施同样的原则。

我们已经增加了销售产品的方法，到目前为止，包括直邮、电话营销、直效广告和合资。在过去六个月里，我们的平均订单金额已经从55美元增加到117美元。目前，我们正准备实施一个持续性方案，该方案将在2003年1月推出。我们已经能够建立一个可靠的系统，我们可以轻易地在该系统上为我们的产品做广告。我们最大的成功应该归因于我们令人震惊的品质保证（100年

500%的保证），它很令人惊异，但真是那么回事。 谢谢你，杰。我希望这就是你要找的。如果你需要我解释任何东西，请与我联系。 祝福你！

斯科特·谢尔登  
总裁

Windsor Communications Group

1-800-791-3737

scott@windsorcom.com <mailto:scott@windsorcom.com>

**111.** 肖恩

-----原始信息----- 发件

人：肖恩 收件人：

杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月13日星期二上午8:13

我有一位客户，她的时间表上总是排满了教练培训。她每个星期的约会都是排得满满的。因此，我们应用杰所教的杠杆作用理念。我们找到了一种方案，在这个方案中，客户不是每周都可进行咨询，而是一周进行咨询，下一周举行一次小组远程电话会议，这样交替进行。

教练的客户仍然每周都收到他们的顾问输入的信息（方式是个人电话，然后是小组会议电话，每周交替进行），但我的客户没有连续不断的电话咨询，而且工作负担减半。

现在，每两周只需要接听教练电话一小时，而不是30小时。她的工作负担不仅大大减轻，而且收入实际上增加了。这是如何增加的？通过实施另一个杰式优化策略：我们销售这些双周电话会议记录CD！此外，负担不起一对一教练服务的客户可以接入现场电话会议。这是无需额外劳动力的额外

收入（因为不管有多少人接进来，小组教练电话的电话费都是一样的）。谢谢！

肖恩 附言：我期待看“亚伯拉罕案例研究”集录中有关应用杰的原则的其他体验！

**112.** 肖·恩德·沃尔

-----原始信息----- 发件人：肖·恩德·沃尔

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年

8月15日星期四上午11:55

杰：

事情开始于大约一年前。2001年8月中旬，在一个天气湿润的日子，我去了一家销售杂志的公司面试。在面试结束后，我记得我一直在想，呀，这个集团的人真疯狂。有一个名叫肖洛姆的家伙一直在笑，另一个员工问我要不要喝水一共问了4次。所有人都好像是仍然在读大学，包括公司老板。几天后，我被Magmall雇用，任务是推销杂志。

受雇后，詹森（首席执行官）说这是你的电话和计算机，祝你好运，如果你需要什么东西，请告诉我。在头几天的工作中，我开始思考我应该向谁推销，公司客户也许是医生诊所？

当我开始推销时，我开始细想过去四年在Film当换片员时的情形。我负责换片的电影包括

《天使多情》、《超感官世界》和《玻璃玫瑰》等。现在，我必须考虑我可以向谁推销。经过三天的“脑力激荡”，我最终变得神经紧张，并认为这样是不能解决问题的。但我坚持不懈，开始

长时间工作，制定出一个最独特、最有竞争力的促销计划，我把它叫做“个人坚持计划”。

在接下来的两个星期，我只打电话到荷里活的媒体公司。这些公司大多数是非常古怪的，他

们不会在意从哪里买来的杂志。我尽力按照这个促销计划行事，并告诉他们，我不仅向他们推销可以节约成本的产品和非常棒的服务，而且在向他们提供一种非常有效的称为“个人坚持计划”的理念。“个人坚持”的意思是，客户可以在24小时内通过电话、传真或电子邮件与

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

我联系并由我为客户完成工作。我希望成为他们的个人艾德维尔(Advil)品牌。因此，我苦心研究电话技

---

巧，有时给每个公司打15个电话，以一路上升到适当的人，然后，甚至打五到十个电话给该适当的人，直到我们可以开始有目的地交谈，且对手全神贯注于我的促销。

这份新工作开始三个月后，在成功地向全美、甚至全球最大的经理人公司CAA(Creative

Artist Agency)推销后，我有了第一次突破。我与他们的采购员“沟通”，讲述了许多我当换片员时的经历，以使我的推销过程更顺利。最后我成功了。我们不仅为他们的第一次购买节约了

20%的费用，而且他们立即支付了2002年的全年订费。我确信，这是我的个人坚持策略的功劳。那十五个电话最终得到了回报，而我的个人决心使他们觉得很轻松。

我通过后来的亲自递送报纸来加强个人坚持的效果，因为有时候出版社不能把这件事情做好。甚至在圣诞节来临时，我利用周末为采购员买礼物。我赠送了礼物给她，礼物不贵，但使她

确信我是可靠的人。我赠送给她的礼物似乎比她从亲戚朋友那里得到的任何东西更有意思。

下一个我以为会推销成功的对象是联合人才经纪公司(United Talent Agency)，可在我为

他们设置账户后，他们改变了主意。这时，我知道价钱和服务不是他们所关心的，因此我迅速转移到下一个推销任务。我坚决不放弃，设法争取许多大型媒体客户，如UPN电视网、探索频道(Discovery Channel)、索尼(Sony)、威廉·莫里斯经纪公司(William Morris Agency)等等。

在接下来的9个月里，我继续推销并努力改善Magmall Corporate网站。我的服务水平很

高，并可确保满足客户的需要。我保持着这份决心，为诸如耐克(Nike)和国家广播公司(NBC)等客户提供服务。我不仅亲

自到耐克位于俄勒冈州的办公室，而且将我的个人手机号码给了他们的许多购买者。我在

Magmall工作一年后，公司的销售额翻了一番。我希望

这个个人坚持计划的故事对你的客户会有帮助。

谢谢！

肖·恩德·沃尔

323-933-9291

1-888-All-Mags

### 113. 沙查·施莱辛格

-----原始信息----- 发件人：沙查·施莱辛格

发送日期：2002年8月14日星期三上午

2:07

亲爱的杰：为了响应你的个案研究/成功故事的请求，我将介绍一个推荐系统，这个系统对我很有用，

它的改良花费了大约一年的艰辛努力，现在它非常完美。我过去的主要业务是通过打电话给现有的保险客户来直销保险单以及升级他们的保险项目/

向他们交叉推销，或者上门拜访名单上的某个客户以直销保险单。我很想知道我可以如何在这个市场实施你的推荐原则，因为人们似乎不愿意把朋友和家人推

荐给保险公司。后来，我们接到了为一位女士的癌症计划推荐保险的业务（支付指定金额的钱，以诊断乳癌/子宫颈癌和其他女性癌症）：

- 我们整理出有关产品的漂亮的宣传资料包。该资料包中有两本信息量很大的小册子，一份经某家知名杂志许可后印刷的文章，以及一个短期内有效的免费保单样本。
- 我们打电话给现有的保险客户，向他们解释，我们制作了非常漂亮的资料包，他们可以推荐最多四个朋友或家人接收这件免费礼物。正如你所看到的，我们的状况已经从悬

求推荐转 变为赠送礼物给少数几个特许的被推荐人。

- 我们还在这个过程中开展竞赛，即对于我们从某个保险客户那里收到的每个“推荐”，该 保险客户可以获得一次抽奖机会，每月抽一次奖，奖品是两天水疗旅游套票。
- 当然，收集被推荐人的女士将按推荐次数获得报酬。
- 结果是，我们定期从每位保险客户（我们已经向其推介这个活动）收到3到4个被推荐人。

- 我们打电话给被推荐人，要求他们提供邮寄地址，然后将礼物寄给他们。
- 两个星期后，我们打电话给已收到宣传资料包的被推荐人，向他们推销保单。
- 最终推销的成功率在很大程度上取决于电话推销员，但比上门推销要高得多。
- 这个例子的要点是在人们不愿意推荐的任何情况下，可以使用这种方法。

法。 祝商祺

沙查·施莱辛格 南非约翰  
内斯堡 电子邮件：  
shles@iafrica.com

#### 114. 莎拉嘉

-----原始信息----- 发件

人：莎拉嘉 收件人：

杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月13日星期二下午3:50

业务：启动。婚介。

1. 为客户创作一个核心故事。应用USP说明他们的故事的独特性。
2. 研究潜在的婚配人选。
3. 设计一种策略，吸引特定的候选人，包括如何尝试影响他们的接受标准。
4. 根据需要提供工作室，以传授具体的战术（例如，如何制作某种食品/如何掌握沟通技巧）
5. 每次会议后，评审策略和战术。
6. 由于这项服务具有专业性，推荐很容易... 只需要问问约会的各方以及在工作室提供协助的外部协助者就可以获得推荐名单。
7. 与大多数公司不同，我们的客户也是我们的业务员！他们推销“自己”，而且在第一次推销成功后就退出了！

杰，谢谢你的帮忙！ 具体案例： 有一位急于结婚的25岁女人来找我们。她描述了她喜欢的男人的类型，我们通过强调她是谁

以及她必须提供什么来帮助她解决自我形象的问题。我们研究可能的候选人。她对其中一位特别感兴趣。在工作室可培养沟通技巧，并提供烹饪联系。在他们见面之前，那个男人有点抗拒，因为他认为她太被动、太安静了。我们与他讨论他的期望，并转变他的接受标准，因为他不希望对方是吵闹、盛气凌人、自以为是或要求高的人。

我们成功了！ 杰，你的  
理念真是万能。

#### 115. 肖恩·德雷格

-----原始信息----- 发件人：肖恩·德雷格

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月19日星期一下午5:48

杰：你好！

——对不起，我这么迟才回复你，我希望你仍然可以用它。我的故事可证明，测试可以给业务带

来什么，并证明你可以找到方法测试任何东西。我们拥有一间便利店，出于安全目的，窗户安装了防盗栏杆。我从来都不喜欢防盗栏杆，但

我们知道小偷闯入的危险和香烟的成本，所以我们不得不保留这些防盗栏杆。在拥有这家店大约5个月之后，我们开始准备盛大开业。我们希望把窗户清洁得干干净净，

于是我拆除了栏杆，以便清洁窗户。我很喜欢没有栏杆的窗户，所以到晚上关门时才把栏杆装上。

第二个月，我翻查上个月的每日收入，发现有一天的收入特别高。我调查其中的原因，

发现在这一天，我拆下了窗户的栏杆。这是一种巧合？还是别的原因？我如何证明它？我们的营业额每个星期都在增加，发薪周的营业额比非发薪周高，那么，我如何证明或否定窗户

没有栏杆时收入增加的假设呢？由于我也算是个数学迷，我决定在下两个星期一进行测试。

我将几个星期的总收入除以7，计算平均日收入，然后与星期一的收入比较。我发现星期一的收入总是介于该星期平均日收入的85%和90%之间。好的，就用这种方法，如果我们在某个星期一拆下窗户栏杆，且当天的收入超过该星期平均日收入的90%，我们必须想办法把窗户的栏杆拆下来。

用这种方法计算，同样可以解释营业额增加以及发薪周和非发薪周收入不同的原因。在接下来的星期一，我拆下窗户的栏杆，在该星期的其他日子都装上栏杆。该星期结束后，

通过计算，我发现没有安装栏杆的星期一的收入为该星期平均日收入的106%。这是否巧合？第二个星期，我做了同样的事，并发现星期一的收入为该星期平均日收入的99%，不过那个星期一下午4点到6点下雨了，那是我们最忙的时候，大家都没有冒雨赶着回家。

看吧！我知道如果我们拆下窗户的栏杆，营业额会轻易地增加10% - 15%。那是多么的容易。我请焊工来安装支架，以便栏杆可以在每晚化5分钟装上，然后早上又可以轻易拆卸。这些栏杆在晚上关门时才真正需要装上。

肖恩·德雷格

BD便利店(BD's Convenience)

这是一间小型便利店，只有3名员工，2名全职，1名兼职。三年内，我们的营业额增加了三倍。三年前，我们把它卖掉了。我希望这会有用，我认为它表明了你可以测试你业务中的几乎每个方面。

我的故事是真实和可证实的，你也可以在你的促销和营销工作中使用我的推荐文章。

116. 西蒙·希利

----原始信息---- 发件人：西蒙·希利 收件人：杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月14日星期三上午3:25

杰：你好！哟，我错过了截止时间，但我真的希望参与你的计划。以下是我的个案研究。请让我知道格式对不对，不对的话，我将重做。祝商祺！杰，我很喜爱你的资料。我是你的忠实爱好者，我已经在我们的上个星期更新的

SolvePoverty中将你作为极力推荐资源。请访问[www.SolvePoverty.com](http://www.SolvePoverty.com)

=====

问题

=====

请简述你的互联网业务，并提供主网址

[www.SolvePoverty.com](http://www.SolvePoverty.com)

该业务称为OrphanIT（是SolvePoverty.com的一部分），它为公司提供服务，为他们的网站制计划来开发新的会员。

<http://www.solvepoverty.com/jobs.asp>

我们的做法是创建一封电子邮件，以介绍我们的客户业务和会员制方案，然后用 Opt in Ezines 营销、善因营销（Cause Related Marketing），以及用简介信息联系潜在会员。这是一般的老式苦力工作，某些网站最佳推销员的一些技巧可以帮助我们识别潜在会员。

这项业务的不同之处在于，除管理和策略由我自己和2位教师负责外，整项服务都由2个位于菲律宾马尼拉和印度钦奈的远程计算中心的年轻人（50%以上是孤儿）执行和实施。

世界资源研究所(World Resource Institute)网站有一些这样的新闻：“IT技能几乎成了为当今求职市场的先决条件，它通常是基本的，很容易学，但是对于长期处于贫困状态的人来说是另一个世界。GLOW中心为贫困的年轻人提供免费的职业和互联网技能培训，为他们提供在线教育，否则，他们没有技能，也没有受雇的希望。”

[http://www.digitaldividend.org/project\\_week/project\\_week\\_glow.htm](http://www.digitaldividend.org/project_week/project_week_glow.htm)

我们计划扩展这些“远程服务”，因为我们还精通其他领域，

如：建立简单网站

网站优化和搜索引擎提

交其他流量和销售生成

服务

你是如何、为什么和在何时开始该互联网业务的？

该服务是在2002年5月15日开始的，因为我发现很难腾出时间来为我们的商业网站

Hyperstudy.com继续招募会员，我需要一个解决方案。我们的“微型企业发展辅助计划”已经运作了2年，这是我们的一项业务，我们认为大学毕业

生可以为我们的商业项目做些工作。恰巧，我们有两个班的年轻毕业生，他们刚刚在我协助建立的2个位于菲律宾马尼拉和印度

钦奈的微型发展远程计算中心完成第一年的IT学习。许多年轻毕业生发电子邮件给我，问我关于工作机会和网站的问题，我决定让他们从为我们

寻找新会员开始。一个月后，这些学生已经为我们找到了大约30个新会员，其中1个会员现在每个月的课程超

过18,000次，我们都认为“我们招募会员的水平已经提高到了另一个水平，因此希望看看其他公司是否面临同样的挑战，并希望聘请我们做长期和艰苦的会员招募工作”。

我将我们用于方案运作的工具整理出来，然后与我们的软件所有者联系，让他们知道我在做什么，并使他们确信他们也能同样从我们的工作中获利。

然后，我制作了一个简单的一页网站，然后在线启动以测试市场。它就是：

<http://www.orphanit.com>

成本和时间：

只需要想法和适当的资源 – 大约三年，但花在此项目的的时间仅为200小时左右。

总成本 = 此服务的成本约为\$1500；但如果包括所有项目（如远程计算中心），则约为

\$250,000

所需应用程序：Dreamweaver、Photoshop、My Affiliate Program、Opt In Pro名单建立工具、

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

ICQ和Web Position Gold。

---

---

你期望的最初互联网销售额是多少？

-----

我预计，在第一个月我们能收到大量关于该服务的咨询然后做成几宗交易，然后业务量再逐步增长。

错了！在线上后一个星期之内，现金就开始流入。当尼尔达兰特(Neil Durrant)在第一个星期结束后在他的时事通讯中提及我们时，我们的新客户已经超过了8个，并做成了5宗会员制销售，总收入超过8千澳元...真是令人惊讶。

如今，我们有14个客户，其中3个希望我们继续以兼职的方式为他们工作。现在我们的客户名单已经排到了3个星期之后，我们每个星期都收到几个新订单，尽管有时我们不得不拒绝客户的订单。我们在十月份的《哈佛商业评论》中写了一篇有关我们的“远程服务”的文章。不必说，我们的销售期望远远超过了我们最初的估计。

你正在进行什么样的在线和离线营销？

-----

我们正在实施一种能提供15%高价值销售的会员制营销，收入不错。我们提交网页给其他使用Web Position Gold的通讯录。我们在援助网站请求链接。我们发布新闻稿。我们记录访客的电子邮件地址并请求访客允许我们发送更新信息。我们在我们所有的电子邮件程序中安装了我们的网络“签名”。我们每年举行大比武(BIG Contest)以增加注册人数。

我们在搜索引擎购买点击付费广告(PPC)。我们已经与其他较好的网站合作，希望有兴趣的人协助我们进行推广服务。

请告诉我你最富有成效的营销战术 – 你要做什么、要花多长时间、费用、困难、辅助工具等。

-----

我们的绝对关键战术是会员制营销。我们提供的会员招募套装非常有意义；我们的服务是独创的，并强调一个事实，即如果有适当的工具和知识，发展中国家的年轻人对网络营销的理解能力完全与费用高昂的位于大城市的营销公司一样强。

什么因素使你的互联网业务工作做得这样好？

-----

除市场测试外，使我们的业务工作做得这样好的因素在于，我们不是提供一些新装置或营销工具，而是任何实行会员制的网站都需要的东西.....你必须花时间和精力寻找新会员，尤其是非常好的会员。

最重要的是，它是由发展中国家的年轻人在我们的少许指导下提供的。孤儿和相对贫困的孩子不是没有能力或没有合理动机...他们只是没有像西方国家的人所拥有的机会。但愿 [www.SolvePoverty.com](http://www.SolvePoverty.com) 有助于改变一些人对这方面的看法！

正如我经常说的，杰“如果你不给予，你就好像不存在于这个世界上一样！”希望本文写得够清楚。如果你需要任何背景资料，请访问[www.SolvePoverty.com](http://www.SolvePoverty.com)。有关我们启动以来和我们合作过的一些客户，请点击[http://www.solvepoverty.com/affiliate\\_directory.asp](http://www.solvepoverty.com/affiliate_directory.asp) 有关推荐信，请点击<http://www.solvepoverty.com/testimonials.asp> 谢谢你，杰

西蒙

---

**117. sjacoboson(斯杰哥布森)**

-----原始信息----- 发件人: sjacoboson 收件人: 杰·亚伯拉罕 发送日期: 2002年8月13日星期二上午11:25

亲爱的杰: 是你的“风险逆转”帮助我的公司取得了进展。我以书面形式保证, 我的系统的投资回报将为10倍, 否则我将退款; 没有按比例分配, 这不是开玩笑。投资回报率真的很高! 有了此保证, 我的收入比去年翻了一番!  
所以, 杰, 谢谢你!

sjacoboson@att.net

**118. 斯蒂芬·詹森**

-----原始信息----- 发件人: 斯蒂芬·詹森 收件人: 杰·亚伯拉罕 发送日期: 2002年8月13日星期二下午4:48

杰, 感谢你给我的培训。10多年前, 你在澳大利亚的神仙湾(Sanctuary Cove)开办了一个新兵训练营。我的父母参加了, 尽管他们不是坐到hotseat游戏结束, 也没有经常使用你提供的资料。然而, 它帮助我创办了我自己的公司 — 一家营销顾问公司, 因此我非常珍视那些资料。

我是一个非常小的顾问公司的合伙人, 该公司旨在协助小型公司更快速地发展。对于我们的客户和我们自己, 我们毫无顾忌地运用了几个亚伯拉罕技巧。几个最常用的理念包括培训客户如何提供其独特的核心业务, 这经常可逆转风险。最近的客户中最有效的例子是一个刚成立的维护管理顾问公司。他们调查客户的设施, 帮他们的客户改善所有幕后系统的运行 — 如供电、供水 和水暖、空调、室外空地、室内清洁等。前提是, 他们的客户希望把重点放在自己的核心业务上, 如俱乐部、酒店或购物中心, 而无需担心配套设施。该维护管理顾问公司没有清楚描述他们要达到的什么效果, 但是, 显然他们要在他们的工作中运用某些技巧。几经周折后, 我们学会了他们的一些技巧, 这些技巧很有趣... 他们全方位审查建筑物中的设施, 记录所有系统和设备以及其中的流程。

然后, 他们计算每个项目的必要维护, 而不会过度维护或维护不足, 以便开销与资产的功能和寿命之间达到“最佳”平衡。然后, 他们将所开发的所有新流程并入一个计算机程序, 以告诉他们的客户什么设备在何时需要预防性维护。现在, 该计算机程序及其服务的性质在很多方面并不是独特的。他们的宣传资料只包含其服务的细目分类清单, 而没有讲述他们能够实现的功能, 或者为什么他们能够这么彻底的对设备进行维护。但是, 当我们催促他们添加能够实现的功能以及为什么他们这么可靠时, 他们无意中, 他们可以检查非常大的设施, 而且几乎可以向我们保证, 他们可以找到节约至少10 ~ 20%维护成本并使设备运行得更好的方法, 然后又补充说,

10-20%的节约率会抵消他们从中获得的任何报酬。在帮助他们时, 我们发现他们有一个令人难以置信的USP, 他们真是很聪明。我们全都计算了一遍, 以确认他们提供的保证是可能的... 他们帮助某客户把场馆工作区服务管理得更好, 成本节约至少为10%, 否则他们自己支付那10%。然后, 通过抓住几个机会, 使这项服务成为一种业务, 之后在大约6个月内, 他们的规模扩大为

原来的三倍，主要客户的数量也从一个增加为三个，从而为迁移到更大的办公地点积累资金，并为开始更积极和更广泛的服务营销提供资金保障。

### 119. 史蒂夫·柯蒂斯 收

件人：杰·亚伯拉罕 发

件人：史蒂夫·柯蒂斯

回复：实施大承诺

大承诺 所有大公司（如迪士尼、联邦快递公司、Nordsrom等），甚至你最喜欢的当地餐厅都有一

个优于市场中其它竞争对手的明显优势，有一个使客户不得不接受它们的特定原因。 个案研究

以下是一组Ascolta培训公司的高级管理层用来向他们的中级经理提问，以形成他们的独特销售主张(USP)的问题。

为什么Ascolta与众不同？我们代表什么？我们向客户提供的独特和领先竞争对手的优势是什么？什么使Ascolta与每个其他的竞争对手“产生差距”？

通过细想这些问题，Ascolta的管理层可以形成独特销售主张(USP)，以定义“Ascolta的核心竞争力是什么？为什么我们能够开展业务”。

当我们识别自己的特长和优势后，我们可以在Ascolta的所有推广材料、销售工作、客户服务、简明商务方案以及内部文化中加入我们的“核心要素”。

我喜欢把它叫做“大承诺”。你不需要说它.... 你可以证明它，体验它！以下是可以协助你进行Ascolta市场定位和形成USP的几个问题。

#### USP问题：

1. 列出现有的或希望有的为什么人们应该与Ascolta而不是任何其他做生意的所有独特原因？
2. 你认为，与我们的竞争对手相比，和Ascolta做生意有什么主要的优势？（从我们客户的角度出发... 他们最欣赏的是什么... 对于他们来说，真正的利益是什么）
3. 我们的竞争对手有任何胜过Ascolta的优势吗？
4. 在培训行业中，有哪些需求还未满足？
5. 列出你知道或看到的在任何领域中你最喜爱的5项成功案例，它们的USP是什么？
6. 为Ascolta在一本IT杂志中的广告写一个清楚、简明的“大字标题”
7. 创作几个可以在Ascolta标志下面使用的“口号”
8. 广播讲话练习 ... 描述你的业务，包括你是谁、你是做什么的、你的上司是谁、你解决了什么问题、你如何为客户带来利益以及你为什么是独特和与众不同的。（写一段简短、清楚的话。大声读给自己或朋友听）

心态转变 两次午餐会议（每次2小时）使中级管理团队的心态完全转变，并更好地统一关于公司代表

什么这个问题的答案。达成一致意见的流程，可以使整个公司内以及任何外部沟通材料（如印刷材料、对潜在客户和客户的口头表述、新员工定向培训、年报，甚至同事间的交谈）中的“核心信息”相同。

有一些障碍需要克服。主要是要求关键员工做“内心检查”，并确定他们为什么在Ascolta

工作，使他们的思想变得明晰，并重拾他们的工作热情。

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

Ascolta 精神。通过使用这个流程，Ascolta 立即整合出了一个清晰的方向和一种新  
的人文精神。

---

结果

1. 吸引了最好和最聪明的教师和研讨会导师
2. 成为思科系统公司(Cisco Systems)的主要培训供应商
3. 重新评估分支机构，更好地为主要市场服务
4. 升级了他们的电子学习(E-learning) 动议
5. 测试结果表明，Ascolta研讨会参加者在测试中表现的能力最强
6. 他们的推荐业务增加200%
7. 重复业务增加300%（新认证计划）
8. 每位客户的平均费用上升（公司派遣更多参加者）
9. “我们为客户服务”的态度产生更多电话咨询和业务机会
10. 主要突破是用博弈理论和互联网技术来保持学习技能

（附表A）

#### 大承诺结果

##### (1) 独特原因（为什么选择ASCOLTA）

- 几乎无所不在
- 公认的全球网络工程教育领导者
- 多语言教学
- 优质、专业、灵活、有趣、站在技术前沿、培训点多
- 学习文化、学习共同体、混合式学习、理解
- 学习方式和学生定向 以下方面的专家：叙述故事、游戏、模拟、评估和指导
- 思科系统公司(Cisco Systems)将Ascolta视为其产品系列的首要培训提供商
- 亲自、友好地与我们的客户接触
- Ascolta有强烈的争取成功的激情，并提供最好的培训
- 灵活、有竞争力的价格、专业组织、可靠和有责任感
- 品质一致、高价值和被认可的品牌

##### (2) 胜过竞争对手的主要优势

- 我们的讲师的名气 ... 是业界中受过最好教育的讲师
- 全部以思科(Cisco)为重点，还包括产品知识和服务知识的培训
- Ascolta提供的服务水平 ... 在教室亲自教学
- 最高水平的培训前、培训中和培训后客户服务
- 最丰富的思科(Cisco)认证学习体验
- 顶级教育体验，是Ascolta文化的一部分
- 优秀讲师、交通方便的培训点、实验室的优质设备、以客户为本的态度
- 知识渊博的讲师... “真实个案”以及所提供课程的广泛性和频率

##### (3) 竞争对手的优势

- 地理覆盖面、基线业务\$\$\$和销售引擎
- 所提供课程的数量和广泛性
- 规模和可用资源
- Global Knowledge培训公司提供更多的选择和遍布全球的培训点
- 东海岸地区的市场占有率和专业课程，如“新兵训练营”
- 在线实验室和晚班

##### (4) 市场中未满足的需求

- 晚班和周末班... 考试准备班
- 没有标准的教学方法

- 
- 新岗位培训、模块式培训
  - 基础课程和课外数学
  - 校友联谊项目和大学鉴定
  - 证书课程晚班、大学学历、为客户定制的课程
  - 端到端解决方案（技能评估、模式评估、定制混合式课程）
  - 实验模拟

**120. 史蒂夫·甘姆琳**

----- 原始信息 ----- 发件人：史蒂夫·甘姆琳  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年8月16日星期五上午5:11

杰：早上好！非常感谢你通过你的书籍、培训等给予我的灵感。以下是我的故事...

我在无线电行业干了近十年，当过创新服务主任、节目部主任、推广主任、无线广播员等，我发现这个行业将进入危险的公司失控状态。规则已经改变，但不幸的是，我发现自己越来越努力地为我们的客户创作有效的无线电广告，但拥有的资源越来越少，而挫败感却越来越多。

有了你的资料，特别是托尼·罗宾斯公众演讲培训给予我的灵感，我决定评估我当时的状况、我今后可以做些什么，并意识到我实际上不得不放弃现在的工作以掌握其它的大好机会。那时唯一的遗憾是，那盘公众演讲培训磁带被我的磁带播放机给卡住了...

我最初的目标是建立一个录音室，并成为广告代理。在拜读你的“Getting Everything You Can Out of All You've Got”（《从你拥有的一切汲取你可以获得的一切》）一书后，我的思想视野突然开阔了。我的广告代理小种子，突然长出了立即使我不知所措和异常兴奋的众多可能性。

录音室的建设开始于2001年7月，在2002年1月，ACE Productions有了它的第一个无线电客户。这是一个起起落落的过程，经历了任何小企业都会经历的磨难和考验，但我们正朝着正确的方向前进。我们最初的无线电商业产品包括了等待信息、语音邮件系统录音、CD-ROM名片和其他多媒体演示、无线电喜剧（全国网络）、会说话的煤气泵和动画制作用音频。我确信将来会有更多制作项目，我期待去发掘。

杰，谢谢你！我期望为自己编织更多的成功故事，并将你的资料推荐给其他有梦想的人。  
忠诚地 史蒂夫

夫·甘姆琳

ACE Productions 提供让你  
成功的声轨！！  
[www.aceproductionsnh.com](http://www.aceproductionsnh.com)

**121. 史蒂夫·吉布斯**

-----原始信息----- 发件人：史蒂夫·吉布斯  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月12日星期一下午11:35

使用电子邮件。

我希望用我的网站为我的赌博产品产生可靠的销售机会，我不会被任何其它东西吸引，因为它们对我而言毫无用处。因此，我只在我的网站[casinogamblingexposed.com](http://casinogamblingexposed.com)上做了一个免费时事通讯广告。

我的时事通讯网页首先为我的可信度进行宣传，然后再用网站的第二页 [casinogamblingexposed.com/page2.htm](http://casinogamblingexposed.com/page2.htm) 预售我的信用，我在这里描述有关赌博的错误，而不是任何好建议。在看第2页时，读者会被引向推销信，该信提供他们一直在寻找的好建议。

我还为我的会员网页使用电子邮件表格，所以我可以发送电子邮件给他们，培训他们，而不是仅仅拥有一群我不了解的会员。如果你要成功，电子邮件应该是你的网站最重要的方面。

这就是我从杰那里学到的东西，现在他还发送免费课程给我。

史蒂夫·吉布斯

[stevegibbs@shaw.ca](mailto:stevegibbs@shaw.ca)

## 122. 史蒂夫·斯梅尔斯

-----原始信息----- 发件人：史蒂夫·斯梅尔

斯 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月15日星期四上午11:25

用亚伯拉罕101课程培养个人品牌和业务开发技能。 背景：史蒂夫·斯梅尔斯找不到一份收入可维持其不断壮大的家庭的工作。 挑战：强调和推销概念是史蒂夫·斯梅尔斯的能力。

解决方案： 阶段1：我用秘密财富原则分析我的优点和缺点，以确定我在什么地方可以提供最大的价值。

分析包括了评价过去的个人和专业工作经验，以寻找关键课程和技能。在创建全面的技能列表后，我确定了我的关键优势领域。我瞄准工作中的一组潜在客户，然后创建了我的销售演示，这个演示以我的关键技能和它们可带给我的机会为中心。当我开始向我的潜在客户演讲时，我开始更清楚地了解我的USP。然后，我继续改善两个关键优势领域（销售和营销）的演示。在明确优势领域后，我通过强调交付成果（而不是工具）来培养我的销售和营销技能。我创作了以购买利益为中心的销售话术。我创造了使我的客户可以轻松购买的流程。

（用互联网寻找最近的金考公司 (Kinko) 以获得应用程序，创建电子邮件，使客户可以选择我打电话的时间和日期，电子邮件中留出一些空间，让他们提供购买的评级标准）

结果：以每小时50美元的价格销售我的顾问服务，这是我的工资的3倍。在两个月内，我换了一份新工作，为一家在线保险公司做销售，一年内，我的收入翻了一番。一年后，我在另一家公司负责管理工作，收入又比上一年增加65%。然后，我被晋升到另一个管理职位，今年的收入将增加74%。三年内，我的收入一共增加了三倍。

我的故事是真实和可证实的，你也可以在你的促销和营销工作中使用我的推荐信。

史蒂夫·斯梅尔斯

## 123. 史蒂文·费因伯格

-----原始信息-----

发件人：史蒂文·费因伯格

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年

8月12日星期一下午11:33

风险逆转应用： 我的业务： 领导层功效：产生可赚钱的做法。在所有的经济环境不稳定情况下，领导需要有迅速适应的能力。我有一家专业服务公司，专门为管理人员提供可显著提高绩效、改善团队和组织的建议。采用我的领导层功效计划后，有一位客户获得了400万美元的收入，另一位在经济最低迷时

期通过削减劳动力、不再招聘人员，节约了150万美元的开支。用他们的话来说，他们能够事半功倍。

我很少具体的商业利益数字来向客户宣扬我的方法的效果。这样提高了我的可信性。此外，我还使用风险逆转。

风险逆转： 我提供一天或半天的免费顾问服务。这是初步会议，用于考察我的客户和我是否适合进一步

合作。在确定我能否满足他们的需求以及我是否更喜欢与思维超前的高级管理人员合作时，我提供尽可能多的价值。

我让他们知道，我不会与任何把我视为权威的人合作。过去，我没有向潜在客户提及这一点。它改变了关系中的动向。它很简单、真实和有效。

这已经提供了许多可赚钱的、可满足专业性和对个人有益的客户机会。“舍得”

风险逆转和定位是主要支柱。祝商祺！

史蒂文 史蒂文·费因  
伯格博士 投资回报率  
动向

650-852-0574（电话）

650-852-0573（传真）

[sfeinberg@roidynamics.com](mailto:sfeinberg@roidynamics.com)

#### 124. 史蒂文·奇格斯

-----原始信息----- 发件人：史蒂文·奇格斯

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月14日星期三上午8:18 eGlobal

Markets Inc 领先的营销解决方案与网站整合

816 Peace Portal Drive

Blaine, WA 98230

电子邮件：[steve@eGMarkets.com](mailto:steve@eGMarkets.com) [www.eGMarkets.com](http://www.eGMarkets.com) 604-945-7451 电话

888-595-4424 免费电话

775-256-6377 传真

2002年8月14

回复：杰·亚伯拉罕成功故事

亲爱的杰:

我已收到你的电子邮件。我可能会遗漏一些重要信息，因此我花了一些时间来写我其中的一个成功故事。

首先写一些背景信息。你可能已经认识我或读过关于我的文章。如果你打开罗伯特·艾伦的 最新畅销书《Multiple Streams of Internet Income》(多元互联网收入)第244页，你可以看到有5页全都是关于我的。罗伯特在书中也谈论了你，也许你已经看过这本书。

我是eGlobal Markets Inc.的总裁。我们是一家互联网开发公司，为财富500公司建设网站，以及为数十个小企业建立网站。我想与你和其他读者分享的成功故事不是关于我的互联网公司，而是我合作和合资开发并获得成功的一种信息产品。

对于这个项目，我需要把功劳归于你和罗伯特·艾伦。杰，你为我的企业家思想注入了合资经营的力量，而罗伯特向我展示了信息产品的力量。

在参加罗伯特·艾伦的一个研讨会后，我发现了推销信息产品的好主意.... 正如罗伯特所说的，“做一个消息灵通的企业家”。虽然我了解信息产品业务，但我从来没有真正看到它的潜力。

基本上，我从罗伯特·艾伦那里学习到的是有关创造你自己的信息产品的具体细节和信息的赚钱潜力。

在参加研讨会后，我的目标是开发自己的产品，然而，由于要经营成长中的公司，我预计要花更长时间。因此，我决定采用一种“杰·亚伯拉罕合资经营法”：寻找是否有人拥有现成的有良好市场潜力的产品，但正在寻找协助。

我不想罗唆有关寻找好产品的细节，只想告诉你，最终我找到一位名叫凯西·格雷厄姆的女士和她的减肥产品“The Fresh Start Metabolism Program”(代谢减肥计划)。凯西的研讨会很成功，她还通过无线电广播推销产品，而她4年前花了6,000美元建立的网站仍然是一分钱都赚不到。这是一个完美的组合，一种经市场测试成功的产品和一个带着问题的人... 再加上，我能解决此问题。

我们达成合资经营协议，由我的公司提供一个新的电子商务网站 <http://www.CathiGraham.com>，加上一个只招募特殊会员的网站。你知道吗，杰，她在大约10年的时间里一直在推销她的计划，除了她正在销售的基本套件外，她还有6种其他的录像带、12种录音带以及已准备好购买她公布的任何产品的反应迅速的顾客。此业务的后端都是一些令人兴奋的东西：录音带、录像带、营养补充品、体重秤、饮用杯子等。这就是我创建私人会员俱乐部的原因。

总之，我们在大约12个月前启动，头6个月都花在推销和制作常备的互联网营销材料上.... 搜索引擎、ezine广告、网幅图像广告等.....我们取得少许的成功。因此，我们制定了会员制营销计划，最后，我们的会员从每星期10个增加到每星期35个。杰，以79.95美元的价格销售一种硬成本仅为8美元的产品，那真是太美妙了!

然后，两个月前，我们和一家公司合资，该公司管理350万个opt in电子邮件地址和各种网站内容。在刚过去的3个月里，我们网站的总销售额达到3.2万美元。

我想你一定知道在线赚钱有多棒。我已经做了很多年，每当我的收件箱有新邮件到达时，我仍然非常兴奋。没有其他业务模型可以更令人兴奋的了。

至于我的代谢减肥计划的将来，我根据合资经营安排的信息广告在英国很有效，在美国市场的测试效果也不错。我想我以后再谈如何管理这种特殊的合资经营。

感谢你多年来给予我的至理名

言。你真诚的

史蒂文·奇格斯

Global Markets Inc. 总裁/首席执行官

---

**125. 斯图尔特·丹尼尔**

-----原始信息----- 发件人：斯图尔特·丹尼

尔 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月16日星期五上午10:18

杰：你好！我知道我可能错过了截止时间，但我仍然希望你能花些时间看这封短信。我成为你的学生已经差不多2年了。我看过并反复看你网站的所有内容，而且买了你的书

《Getting Everything You Can Out of Everything You Got》（从你拥有的一切汲取你可以获得的一切）。你教我如何用另一种方法来思考问题；“方法总是有的”这句话在我的潜意识中留下了不可磨灭的印象。

我的成功故事还未结束，但我会将故事的进展告诉你：我目前正在推销ATM机。我已经花了一些时间调查市场和竞争环境，并获得了一些数据。

- 1) 多数业务员只是走进他们找到的每一扇门。
- 2) 多数业务员推销的是ATM机本身。
- 3) 多数业务员没有做“功课”。杰，当我将从你那里学到的东西和上述情况比较后，我得到了几个有用的教训。
  - 1) 并非每个人都是你的产品或服务的客户。
  - 2) 我不是推销ATM机的。我的卖点是告诉他们，在他们的公司放置ATM机后的所有优点，以及如果没有ATM机会有什么损失。
  - 3) 我已做功课。由于是否放置这些机器在很大程度上取决于交易额，我问自己“哪些地方有很多消费的人群”？杰，由于该问题，我已经能够识别至少10个其他人目前似乎还没有注意到的“利基”市场。你的营销“天赋”帮我解决了问题，现在我处于实施阶段。感谢你与我分享信息财富。如果我开始实施营销计划后，你能继续帮我，我将不胜感激。先谢谢你了。

斯图尔特·丹尼尔

总裁

**The Distribution Network.**

协助公司创造更多目前看不见的“现金流”。

**126. 斯图尔特·特纳**

-----原始信息----- 发件人：斯图尔特·特

纳 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月16日星期五上午6:27

我为一组涉及旅游业的社团投资者开办了一个头脑风暴讨论工作室，主题为“低成本—无成本营销”，并构思几个重要、有效和廉价的营销活动。接着，我为这些活动排定了优先顺序，把它们写入行动计划，此行动计划包含用于填写回应人姓名、完成日期和可能成本的栏。

——现在这些社团投资者合作筹办他们一致同意的活动。旅游业营业额的增加将为他们带来更多收入、使公司成长和创造更多利润。这样，社团投资者便能获得更多资金，以开展进一步的营销活动。

**127. 斯韦德**

-----原始信息----- 发件

人：斯韦德 收件人：

杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月14日星期三上午4:01

亲爱的的杰： 我想分享一个小故事：我在一个有50个维修工参加的小组会议上作为推销员推销我的服务，

对手是一个管理顾问和一个专业的营销团队，最后维修工们表决只让我帮他们做营销。在会议上，我告诉他们如何更好地撰写报纸广告、大字标题和报价。一个维修工在当地的一份报纸上测试了一个广告，但没有反应，然后他向以前的客户测试，

其中，5%的客户预约了他的服务。但他们没有和我签订25/75利润分成的协议。他们不相信营销可以赚钱。因此我正在写一些信给其他公司，让它们免费获得推荐材料。

**128. 谭丹廷**

-----原始信息----- 发件

人：谭丹廷 收件人：

杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月16日星期五上午2:06

亲爱的杰·亚伯拉罕： 我是马来西亚当地的一家人寿保险公司的营业部经理。自2001年中旬以来，我一直遵循你的教诲并学习你的资料。在学习过程中，我买了你的一本书，书名是《Getting Everything You Can Out of Everything You Got》（从你拥有的一切汲取你可以获得的一切）。

这对于真正希望在营销工作和销售成果方面有突破的人来说是一本非常精彩的书。我自己的小组在2001年的销售额翻了一番，这归功于我从你的书中学到的理念。因为在读了你的书以后，我认识到如何设计可以真正触动潜在客户感受和情感的 sales 方法。销售现在变得更容易，因为不是我们希望销售更多，而是潜在客户希望购买我们的产品。一旦他们希望购买，他们将愿意不断地在我们的产品上花很多很多的钱。

我的成功故事是：从你书中的第1章“你的飞行计划”，我认识到，如果我要在销售业务上获得成功，就必须

从现有的销售事实和逻辑组合中创造出一些销售理念。在我的公司中，我们一直希望使潜在客户相信并同意购买我们的保险。我们使用“爱、担心

和义务”这些动机因素。但在当今的业务环境中，很多人已经购买了某些类型的保险。上述三个动机因素已经失去它的吸引力。如果我们继续使用它，我们将很难使潜在客户信服。这是因为我们仍处在推销阶段。

你的书告诉我，我们可以使用第四个动机因素 - 贪欲因素。

——通过有效地使用这个因素，我已经成功地将人寿保险从推销转变为购买。——

例如，有一种产品叫做重大疾病保险。在以前，如果客户被诊断患有癌症，我们只是把重点放在此产品可以如何解决医疗费的问题上。这里使用了担心这种动机因素。即使客户接受我的提议，保险费仍然以所需的医疗费为基础。但客户可以从这种产品中享受的利益远远超过医疗费。因为这是世界上惟一一种只要客户仍然生存，都一次性支付全部费用的人寿保险产品。通过使用贪欲因素，我让客户了解这种产品的真正利益。现在，他们不再把重点放在医疗费上，而是放在财务解决方案的总金额上。就像买彩票那样，他们需要尽可能多的钱以提高中奖的可能性。这个过程变成了他们希望购买产品，而不是我要推销产品。这一转变让我和我的员工可以使我们几乎所有的客户和潜在客户信服。

谢谢你，杰·亚伯拉罕先

生。来自：谭丹廷

### 129. 特里·汉森

-----原始信息----- 发件

人：特里·汉森 收件

人：杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月16日星期五上午10:36

杰

谢谢你延长了这个项目的截止时间。以下是我的故事。自我开始认识你在营销舞台上的卓越成就以来，我受了你许多理念的影响，如通过发送邮件给客户来扩展业务、告诉客户你所提供的价值、客户的终生价值等等。以下这个例子目前正在进行中。我有一家产品分销公司。我们的一个供应商修改了他们通过我们公司分销的一种产品的名称和包装。这些修改并不显眼。可是使我烦恼的是我有数以千美元计的“旧”产品存货。当然，我不希望被耽搁和发生损失。我冥思苦想应该怎么做，我回顾几年来从你那里学到的理念和原则。我突然想到写一封销售信给我们的客户，告诉他们修改的真相，以及我们希望尽快清空剩余的存货。我提议我们掏钱，他们购买产品，买得越多，优惠越多。我还附带了一份关于该产品的指导资料，让他们在销售产品时送给他们的顾客。我还提议他们复制此资料，费用由我们出，作为他们购买产品的奖金。

我们即将卖完“旧”产品。此时，虽然销售额无可否认地比我们完成的其他项目少得多，而且比你的结果报告中通常报告的数字少得多。但是这种信函的方式清晰的体现了杠杆作用：邮资和打印成本 - 288美元：7,480美元的“旧”存货被清空。

表面上看是简单的理念...但结果非常好!

诚挚地 特

里·汉森

### 130. 特里·麦克凡

-----原始信息----- 发件人：特里·麦克凡

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月16日星期五上午4:15

杰：

如果你认为适当，你可以编辑这封信。首先，我简直不敢相信你将免费发送个案研究集给我！我已经免费下载《21 Power Principals to Maximize Your Business Success》（21个最大化你的商业成功的有效原则），到目前为止，我从你那里获得的任何东西都是免费的。

让我简要介绍过去2年的背景，以说明你的报告对我有多重要。大约2年前，我举家搬迁到坦帕，因我要在当地的一家叫做Greatstone Mortgage的抵押公司工作，该公司是美国第16大FHA贷款机构。好极了。我一开始就月赚1-1.2万美元，这不能使我富有，但作为一份工作，工资算是不错了。我做到第3、4个月时，事情进展得非常好。公司每月放贷1亿美元。第二个月，HUD到我们公司执行审计。从表面上看，公司完成贷款额1.3亿美元，但对客户贷款的最高限额只有1亿美元。不必说，公司业主出国避难，公司倒闭了。

我用大约2个月的时间找到了另一份工作。在抵押行业中，通常要花30至60天才能在新公司开始做成贷款。在我开始做成贷款之前，我身无分文。但事情有了转机，虽然我每个月赚不到1-1.2万美元，我开始每个月赚6,000-8,000美元了。这家公司有7个贷款职员，我们每个月做成50多笔贷款，相当不错。我的大部分业务来自我的“3.95%邮寄者”。

这是我真正喜欢的贷款，如果我寄信，我可获得很好的回应。没过多久，公司老板就计算出

7个贷款职员每个月做50笔贷款，如果有14个贷款职员，贷款笔数可能会增加一倍。因此，他再招了7个贷款职员，其中至少3个是他以前在工作中结识的朋友。不必说，他实际上没有培训任何新人，因此，业务量仍然是每个月50笔贷款。公司老板是老朋友，应该会照顾他们。在事实面前，这些寄生虫仍然否认，而公司老板也拒绝改变这一做法。该事件发生后2个星期内，其中5个“真正的”贷款员辞职了。不幸的是，我也本应该提早几个月辞职，因为我的收入急转直下。

这时，我的一位教会朋友把我介绍到一家公司，并鼓励我为他们工作并帮他们发展“BC”分部。我认为这个主意非常好，因此决定辞职。当然，在我辞职后，原公司没有发放所承诺的薪水给我。他们基本上是希望我免费培训每个人。由于我缺少新工作有关的知识，因此我花了2个月来充电，以再投身到新工作中。

在这段时间，我一直没有做成贷款，因为到新公司后，通常要花30-60天才能做成一笔贷款。这家公司对抵押没有一点认识，我发现他们是保险业务员，要用抵押来满足客户的保险需求。

现在，我又开始行动了，这似乎是一家好公司，我基本上是一个独立承包商，在贷款做成后可获得报酬。我一直寄信（明信片和信函）给有高利率贷款的人。但反应不如预期，因为这些人每个星期都收到几封类似的信。这证明了不能节约成本。但是，我已经没有钱，我需要一种不需要花钱的营销方法。此时，我开始上网寻找营销点子。我看到了至少大多数营销领袖的名字：丹·肯尼、加里·哈尔伯格和你等等。问题是，要支付一笔相当高的费用才能购买“工具套件”或一些其他的程序。我发现的惟一可供免费下载的信息是你的《21 Power Principals to Maximize Your Business Success》。我下载了这份报告，并在早上的读书时间仔细地阅读它。

你让我在另一个层次思考问题。然后，我采取了以下步骤：1. 我挑选了1件产品作为重点。我发现“3.5%贷款”（我是这样称这种贷款的）有最多的现金流，依我所见，这是最好的贷款

（如果你可以证明的话）。2. 然后，我尝试确定我所需要的最好利基，以做成贷款。我过去做成的客户都是专业人士或小企业主。这些客户理解现金流。3. 我还希望有客户能够与我做多笔交易并将能我介绍给其他客户。4. 在确定目标客户后，我需要决定如何无需花一分钱就能使他们成为我的客户。

因此，我继续：1. 如上所述，我现在将以3.5%贷款作为重点。2. 必须是理解现金流的人，因为这是这种贷款的USP。3. 我排除房地产代理，尽管他们可以介绍业务给我。我只是不喜欢房地产代理。其他可以使我做成贷款并介绍多笔贷款给我，同时也理解和需要更多现

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

金流的团体。杰，现在我知道你真是一位天才，你在以前的短文就已经领会到这一点，而这  

---

花了我差不多一个

一星期（在这段时间，我每天早上反复看你的报告）。答案是房地产投资商。4. 既然我知道我的目标客户，我如何无需花一分钱就能使他们成为我的客户？我想出的唯一办法是打电话。但我要从哪里获得名单以开始打电话？我看了看星期天的报纸，在租赁栏下面发现了几页免费线索。我开始打电话，但回答都说：“听起来不错，不过请给我一个星期，等我把这个地方租出去，你再给我打电话吧。”我等了一个星期 **I waited the week to star (原文不完整)**

### 131. 特里·罗伯兹

-----原始信息----- 发件人：特里·罗伯兹  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年  
8月13日星期二上午10:07

公司：专业市场调研公司。挑战：公司在经济不景气时期和9/11灾后努力争取新业务。由于回头客减少了，因此需要更

多新客户。策略：公司一向以来都是等待客户上门。新策略是与其他公司（其业务与调研业务互补，不

直接竞争，即所谓的顾问公司）进行推荐合作。这些公司已经与我们所需的客户类型合作。通过向他们的客户提供市场调研服务，这些公司可增加它们自己对客户的感知价值。通过与它们结盟，它们的销售努力有助于提高我们的销售力量，使更多潜在客户认识我们。

战术：公司与多个顾问伙伴建立了紧密的工作关系：他们分别从事协会管理咨询，权益投资和管理，品牌塑造和设计以及危难公司拯救。我们编写了定制营销材料，讲述两家公司如结成一个战略盟联，可提供借鉴业务，其合并价值大于任何一项独立提供的服务的价值。

结果：在9个月的时间里，此策略产生了潜在客户推荐效果，带来的调研意向约值50万美元。到目前为止，此策略使业务额达到12.5万美元，而且业务渠道中还有更多合作伙伴介绍的潜在客户。

特里·罗伯兹

### 132. 托马斯·佛那斯

-----原始信息----- 发件人：托马斯·佛那斯  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月9日星期五上午11:47

2000年的业务发展非常缓慢，而且希望渺茫，因此我们的存货几乎见底。对于我们的主要产品的任何新订单，我们都不得不在通常的交付时间表（40-120天）的最后一天才交货，因为我们没有进行装配产品所需的全套零件。然而，2001年的第一季度突然有许多报价请求，因此，我们完善了一些新图纸以纳入更好的安全性和改进装置工艺，然后发送给他们进行报价。有些图纸相当顺利，因此我们预订了以前足够用几年但似乎适合大量询盘的零件。

但2001年实际上很令人失望，我们不仅有严重亏损，而且有大量存货仍然缺少三个关键组件

（因为我们供应商的CNC机床和工具损坏了）。2002年第一季度，我们收到一张海外订单，此订单可以消灭掉我们存货的20%（并为大部分存货付款），但要我们在两个星期内发货。我们仍然缺少那三个关键部件，因此我们无法履行该订单，所以就这样告吹了。如今，2002年8月2日，我们终于收到了三个关键组件，因此我们现在有装配数量合理的产品所需的一切，可惜最近没有订单或询盘。

——重新研究2001年初的大量询盘后，我们发现，虽然也许是在将来，这些客户也将经历困难期，

不仅目前没有资金，而且他们现有的设备还没有被充分利用，因此我们的产品所提供给的改进，他们是不太需要的。

在我们经营的33年里，我们还开展其他的零星活动 – 设计、开发、生产和交付实验室用定制分析设备和附件（包括升级现有设备、制造任何地方都不再生产的附件以及可满足特殊要求的全新硬件和技术）。

虽然“我们的专门技术可以为你省钱”已经成为我们的座右铭和承诺，但是当“今年的研究不赚钱!!”而研究预算被大幅削减时，我们遇到了无法克服的障碍。

另一方面，任何只有一两个人的公司都要关注成员的健康。在过去10年里，MDC只由我的妻子朱蒂和我自己组成。在过去5年里，MDC是在我们家里进行的。朱蒂负责办公室之类的工作，我则负责所有其他工作。朱蒂有II型糖尿病、高血压等病。在刚刚过去的两年里，她双眼的白内障被清除，而且因严重贫血而住院（医生们仍然不知道原因是什么!），她在2001年7月25日进行了脊柱手术，在2001年11月21日摔了一跤，造成左髌骨腿筋肌撕裂（但没有断骨），他们说过度补偿导致右足发生夏科关节病。她的右足和腿已用石膏固定10个星期（医生命令不得对右足施加任何重量，同时要忽略腿筋的损失和未痊愈的脊骨手术外伤严重危及左腿的情况）。现在，他们说她将要再麻醉六至十二个月。去年的大部分时间，我们都要去克利夫兰诊所，今年可能也是这样。你猜对了，我是惟一照顾她的人，包括接送、洗衣、购物、清洁、做饭、洗碗、付账单等。这条路真不好走。

我对P\_DQ计划抱很大希望，但计划的进度非常慢，因为我本来要花在该计划的时间被不能忽略的事情分得支离破碎。幸运的是，我的健康还好，我吃得好，每天爬楼梯许多次，而且一般是每次爬两级，因为这样似乎更容易，我睡得好，但夜晚起来一到两次。八年来，我一直服用密苏里州切斯特菲尔德的RELIV INTERNATIONAL的营养补充剂，同时还吃MSM和额外的维生素C。

感谢你的鼓励和耐心。

真诚地，托马斯·佛那斯，哲学博士，总裁

MOLECULAR DATA CORPORATION

2869 SCARBOROUGH ROAD, CLEVELAND, OH 44118-4053

电话：216-932-7636 = 216-WEB POEM

### 133. 托马斯·布诺斯基

-----原始信息----- 发件人：托马斯·布诺斯基

基 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月14日星期三下午10:51

杰：

我是一个房地产投资商，专门购买廉价出售的物业 – 主要是银行拥有的物业。我的个案研究是关于比正常付出更多的心态哲学 – 有几分像你对待我们即你的客户那样。

根据你“为‘开信人’而写”的广告文编写原则，我设计了一封信。我希望与为银行提供物业清单的房地产经纪人建立关系。

在信中，我说我能做以下事情：

1. 如果我是购买第一手物业，我会放弃我自己的佣金（我是领有执照的经纪人）并给予其他经纪人。
2. 我会支付所有费用，而且没有或有事项，从而加速代理商的交易。

3. 我承诺自费保护物业。

4. 代理商在结算时不必出现 – 我会去收取他的支票，并亲自将支票和密码箱一起递交到他的办公室。作为一个成功的例子，在七个月里，经纪人让我购买了三套第一手物业，而这三套物业带给

我的销售净利润是**12.4**万美元。如果没有该信函和这种心

态，我就绝不会有这样的成绩。目前，我正在与另外

三名房地产经纪人合作!!

谢谢你，杰 – 你是我知道的商业世界里给予别人最多的人。

托马斯·布诺斯基

总裁

The Hamlin Group, Inc.

**134.** 托尔·埃尼若斯

-----原始信息----- 发件人：托尔·埃尼若斯

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年

8月13日星期二下午12:01

亲爱的杰！非常谢谢你延长参加这次成功故事交流活动的截止时间。我们的个案显而易见，因此我开始

时认为你所有的客户都必定用过它，但是它对于我们来说非常有效，所以我在这里与你们分享，希望其他人继续前进，而且也能用上相同的方法。

我们正在瑞典出版经理人浓缩书，当我收到你的资料时，我们大约有**1.500**位预订者。

为了赢得新客户，我们主要依赖直邮营销。

后来我们增加了电话推销，但销售额只是稍有上升。在重听你的资料后，我逐渐明白客户价值的理念。

我们计算一位新客户在他的一身中可以为我们带来多少收入。根据这个数字，我们能够计算出我们可以支付多少佣金给电话推销公司。这个金额给我留下了深刻的印象。有了这些数据，我设法聘请瑞典的顶级电话推销公司为我们推销产品。

之后，事情开始运转了。几个月后，我们有**2000**位预订者，在接下来的**12**个月中，该数量翻了一番，达到**4000**。这意味着，仅在第一年，销售额就增加了**50**万美元。我们已经在第一年创造了非常高的利润，我们将来会在这个客户基础上创造更多利润。

在今年春季，我们开始我们的第一个宾主两益关系。此关系的另一方是一个拥有**6000**位经理

（是付费会员）的组织。我们让这个组织发送印刷和电子邮件报价信（带折扣）给他们的会员。到目前为止，它带来的销售增加额已达到大约**2.5**万美元。“主人”获得**50%**的收入而且很高兴，因为它不仅能够为它的会员报较低的价格（预订有折扣），而且还有收入。

目前，我们正在推销圣诞礼物包，他们可以向其会员推销，而我们可以共享利润。在这个有利结果的激发下，我们与一家更大的组织建立了另一个宾主两益关系。这个组织有

**30,000**位经理会员。这一次，我们作了如下安排。“主人”在他们所有的媒体（如杂志）打广告，发送直接邮寄广告和电子邮件给他们的会员，

建议他们的会员预订。他们网站的主页有一个会员利益列表，以及直接连接到我们自己的主页的链接。我们收到一份包括所有会员的名单，以便我们的电话推销公司可以打电话给每一位会员。

在投放第一个广告后，电话推销活动将会启动。

——每个星期发送直接邮寄广告给2000位会员，然后在随后的几天打销售电话给他们。这样可以

确保每位会员都知道我们的产品，知道他的组织推荐这种产品，而且在接听销售电话之前已收到直接邮寄广告。

这个组织的所有这些推销活动不会向我们收取费用。他们由于能够为其会员推荐好产品和报出低价而得意洋洋！

根据之前所做的测试，仅这份名单，我们预计可销售3000件预订产品。以金额表示，第一年的销售额是75万美元。

我们正在与其他对这个组织的会员有利的互补产品的生产商协商。将来，我们将按照上述的安排来推销其他产品。我们的利润将直接来自销售佣金，由于我们为该组织的会员带来更多利益，该组织将更热爱我们，我们将让我们向他们的客户推销我们的产品作为与其他生产商交易的条件。

杰，你可以在你的成功故事集中使用此资料。

### 135. 提姆·李斯嘎德

-----原始信息----- 发件人：提姆·李斯嘎德  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：  
2002年8月16日星期五下午2:58

个案研究：

我运用了你在80年代发明一个创新理念——“同心圆营销”并取得了非常好的效果。我们公司提供展会和活动规划服务，并使用多种直接邮寄广告来发展销售线索。我们通过寄信建立了一份包含78位炙手可热的潜在客户的名单，结果在一个“试租展览品活动”上以低成本（仅400美元）争取到了34位潜在客户参加一个展览会，总收入为1.36万美元。他们从我们这里租一件展览品，我们便会向他们实施一个集中营销计划，包括更多直接邮寄广告、指导资料、电话推销和真人销售电话，如果将我们的其中一种豪华定制租赁套餐（平均价格为5000美元/次租赁）租给他们当中的10位，将额外增加收入5万美元。然后每10位租了豪华定制展览品的客户当中，有两位购买了全套定制展览品，每套4万美元，收入共8万美元。我们的前端收入为1.36万美元，但通过同心圆的力量，我们使用同一份名单的后端收入变为前端收入的10倍。

祝商祺。

提姆·李斯嘎德 首  
席 执 行 官  
ExpoMarketing  
Group

### 136. 陶比·麦斯登

-----原始信息----- 发件人：陶比·麦斯登  
收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年  
8月13日星期二上午12:16

杰：你好！我们销售假日高尔夫旅游。我们是英国的一家新公司，在开始经营时，我们不得不尝试和想

出办法以闯入这个已被一些大型假期旅游公司支配多年的竞争非常激烈的市场。我们如何才能抢

~~占一些市场份额？我们有一个问题，那就是，我们的启动资金很少。我的大多数竞争对手在所有~~

主要的高尔夫出版物做大量的大广告，但我们负担不起，那么我们将如何寻找客户呢？显然，我们的市场是打高尔夫球的人。因此，寻找这些人群的地方自然就是高尔夫球俱乐部。

然而，我们不想逐个地拉拢他们，于是决定尝试用另一种方法。在做了一些调查后发现，我们的竞争对手都没有用这种方法。这真是使我们感到惊讶。我们

当中有谁认识高尔夫球俱乐部的所有人？谁是团体领袖？谁可以成为我们的客户并为我们推销？那当然是高尔夫球教练了。我们向欧洲的每个高尔夫球教练寄了一封“没有输家”的推销信，提议为他提供一个免费的假日高尔夫旅游，以及按他推荐成功的预订人数支付佣金给他，作为报答，他只需在授课时问他的高尔夫球俱乐部会员是否想和他一起参加一个假日高尔夫旅游。结果就像飞向蜜糖罐的蜜蜂一样！

我们不仅获得教练的良好反应，而且在他的会员购买了一个假日高尔夫旅游后，产生了滚雪球效应，因为他们后来把它卖给了三位朋友。我们事实上根本无需广告就开始有预订，我们只是将该理念卖给一个人，给予他一个无法抗拒的奖励，他再将它卖给他的团队，而团队又卖给三位朋友。看吧！我们的业务开始运转了。不幸的是，这些人已经明白我们一直在做什么，现在他们在抄袭我们。因此，今年的竞争有些激烈。但是，我们的业务已经开始运转，而许许多多刚起步的小型公司失败了。

这个故事的寓意 – 用铺天盖地式的广告抢占市场有时是非常昂贵的。发现或想出团体领袖，即认识你市场中所有人的人。写一封信给他，随后打电话，给予他无法抗拒的奖金或者奖励，以将你的产品推销给他的联系人，然后这些联系人再将你的产品推销给他们的联系人。

祝商祺！ 陶  
比·麦斯登

### 137. 陶比·威尔逊

-----原始信息----- 发件人：陶比·威尔逊

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月13日星期二下午6:26

我仍然处于创业阶段的早期，一直在做包工，另外还兼职进行商务投资。作为大型电信公司的一名员工，我很快就意识到跨国公司基层员工的地位是多么的低微。由于部门重新定位而要被转交别人的六百多名呼叫中心员工中的一员，我无疑地是一件商品 – 没有独特之处，与别人没有区别。我的妻子在读大学，工资很低。我失业不起，我的事业至今还没有准备好起飞。我的劳动合

同在两个星期后将到期，到时我将没有工作。在运用亚伯拉罕心态后，发生了一些有趣的事情。就像任何情况的第一步，我意识到公司一点都不关心我，而只关心他们的自我服务利益。因

此我决定采纳他们的观点，即只关注公司的成功，而不是关心我自己的小问题。我知道他们都关心结果 – 就这些了。不是关心努力，或者态度，只是结果！

首先，我需要有独特之处，需要与众不同，需要把自己转变成他们转手不起的所有者，而不是目前的地位 - 商品。如何做到这一点呢？我在财务与行政部工作，与只关注统计数据 and 数字的“银行家”打交道。似乎没有优势杠杆作用的空间，因为没有“增加业务”的方法 – 整个业务部都设在其他分部，我没有重新设计会计系统的知识、技能或时间。我想：“如果这是我的公司，我会怎样做？”

——在接下来的三个晚上，我编写了一份有十八页的文件，清楚列出如何改善我接触到的所有流

程，以最大化它们的效率（在熟读杰的资料后，这并不困难；效率低下的流程与环境格格不入）。对于如何实现最难实现的目标和每位员工，我将所有东西分解成具体的、可采取的行动（大量借用商务大师朱利安·里歇尔的理念——来自杰的“偶遇杰”磁带系列）。我还添加了我想出的所有其他策略，并强调尽可能切合实际。所有信息都与他们经营呼叫中心的方法有关，因为这是我熟悉的领域。

完成后，我立即找到位于24层的全国经理办公室，把文件交给他。他不在位置上，所以我把文件放在他桌子上。在后来的两天里，我都没有收到回应。（这些该死的银行家，有眼无珠，我这样想。）我发了一封电子邮件给他，请求见面，他同意了，所以我们约定在两天后见面。

在见面时，他拿来了那份文件，我列举了呼叫中心中的流程运行效率不佳的所有原因，并具体说明如何改善。他一直没说多少。最后，他告诉我，他因所有这些要点都被管理层忽略而感到非常失望，他感谢我指出了它们，并说他会将文件传递给有关的部门看。

这时，我觉得是时候收尾了。我向他解释，虽然这些要点看起来非常清楚和符合逻辑，但运用起来会相当棘手，并提醒他不要让无经验的人处理这些具体的策略。我说明了创业技能相对于学术研究的重要性，学术研究可能要花更多钱，并可能降低流程的效率。

长话短说，最后我的收入增加了**46%**，并在部门的培训和发展科担任一个管理职位。谢谢你，杰！

### 138. 托德·比勒

-----原始信息----- 发件人：托德·比勒 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年7月25日星期四上午7:06

杰：

几年前，公司裁员，我被裁下来了。我获得了3个月的解雇费，以便我有充分的时间决定接下来做什么。

我做的第一件事是买了你的函授课程（你在《企业家杂志》中的几页刊登了该课程的广告）。我在接下来的2个月里听这些磁带，并用了200-300小时学习你的手册。我真的想把它们全部

吞下来。然后，我决定开办公司。现在，请紧记，我在商业世界一点经验都没有，在大学也从来没有

修读过商业课程。

我选择的行业是汽车维修中心促销。我有一个非常好的想法——去汽车中心，提出在90天内为他们找1000位新客户，而无需他们支付一分钱。我通过销售39美元的会员资格来赚钱，他通过向上销售轮胎、刹制、引擎配件等来赚钱。

我的核心理念让他们同意我将他们的服务包装到一张会员卡中，提出12个月内有4次换油服务、2次刹制调整、2次换轮胎以及这些服务的免费接送。

我制作了一张样卡，并开始访问汽车中心。大多数汽车中心都说“不”，我不能提供4000次换油服务。但我继续尝试，终于有一个中心

同意了。当我回到家中，读到你关于风险逆转的章节时，事情有了突破。然后，我去了下一个汽车中

心，以亚伯拉罕的方式进行促销。我告诉他几件事情。首先，他只需为我的促销成果付出代价。真的，5夸脱的油和过滤器只

不过4美元。但是，如果他们不需要其他东西，他不会用4美元来冒险。4美元可以换炙手可热的

销售线索。

如果有十分之一，即只有**10%**的客户消费**40美元**或以上，他可以免费获得**1000**位新客户。我解释说，如果他花**4000美元**做广告牌，他需要**1000**位新客户才能补偿广告支出，和我的**4**

美元销售线索成本相比，真是相差很远。而且期望有**1000**个人看到广告后很兴奋是不实际的。而我的提议会激起兴奋的波浪，他只需为光顾并要求维修的客户付出少许代价。

基本上，我告诉他，他需要将电视和广播广告的预算投资于油和过滤器。我还告诉他，他可以锁定这些客户**12**个月。如果他善待他们，许多客户会在未来**12**个月在他那里花上数百美元。他的收获将非常令人惊讶 – **12**个月内，人均消费**250**美元，这**1000**位新客户将给他带来**25**万美元的额外销售额。

但难题在于，他不想签字让渡**4000**次换油服务的权利，因为这风险太高了。因此我使用风险逆转策略来降低风险。我告诉他，他可以尝试一下，并可以随时停止计划，我把这个写了下来。最后我们达成了交易。这就是“无法拒绝的提议”，他无法说“不”。

如上所述，我有**4000**次换油服务、价值**6**万美元的维修，而我不用出一分钱。现在，我必须想出办法来推销它们。我用**20**美元做了一个分类广告，内容类似“你可以按**40**美元的价格销售**4**次换油服务吗？你将有一半利润。如果可以，请拨打电话xxx-xxxx找托德”。每位打电话给我的人都被邀请到我用**10**美元租来的会议室，听我用**1**小时介绍这个计划。

有**20**个人来了，我与他们所有人都进行了面谈，然后聘请了其中**8**位，报酬是纯佣金，即销售利润的**50%**。

我的一位顶级推销员在一个星期之内卖了**56**张卡。我晋升他为业务经理，并按每位推销员的销售额支付代理佣金给他。

结果，**4**个月后，通过销售**1300**张会员卡，我赚了**5**万多美元。我们卖了**5200**次换油服务。请紧记，我赚了钱，但无需亲自推销任何东西，无需任何工作，无需任何启动资金。这**4**个月，我唯一的工作是去银行存钱和聘请新的业务员，就这些了。我的业务经理负责培训和管理其他业务员。

我每天花在业务上的时间约为**1**小时 – 收支票，把支票款存入银行，偶尔聘请新人。

但我最后失去了价值，因为，你相信吗？我已经为他找了太多客户。他的两个汽车中心都已

经有几个星期的换油预约。但是，如果没有你的函授课程给我带来的信心，这一切都不会发生。突破点在于，我在交易

中使用了一些风险逆转策略，并创建了无法拒绝的提议。我可以提供该汽车中心的名称和以前的员工姓名，以证实上述信息。谢谢你，杰。一个**27**岁的年轻人，没有任何商业经验或接受过任何培训，当上了汽车促销员

问，并在头**4**个月里赚了**5**万美元，我的朋友都为此大吃一惊。而我大部分的成功都归功于你。

真诚地 托

德·比勒

ACCOUNTABLE MARKETING GROUP

29 Deerwood Rd.

Savannah, Ga.

31410 (912)

898-4058

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

**139.** 托德·格厄施坦

---

-----原始信息-----

发件人：~~托德·格厄施坦~~

收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002

年8月13日星期二上午8:12

我们为大中型律师事务所提供软件、定制开发和顾问服务。我们是当地的一家小企业，竞争对手是大型的全国性顾问公司。

几年前，在阅读亚伯拉罕的资料之前，我们会坚持自己的意见，为争夺公平的顾问市场份额而战。我们使用传统的方法，经常被击败。我们的辅助材料和演示无法像拥有无限营销资金的全 国性竞争对手那样吸引人。

直到我读了杰的文章，他教我们思考客户的长期再惠顾价值。这改变了我们的思路。我们没 有为潜在客户提供午餐，写信给他们以及向他们推销，而是为潜在客户提供4小时的免费工作会 议。我们以这种方式进行定位。“顾问的聘请是很个人的。你不仅必须评估顾问的能力，而且必 须评估你们是否相容，并能够与该顾问长期合作。这个世界上有因果报应吗？惟一可以看出你和 该顾问之间是否有‘良好拟合’的方法是卷起衣袖，共同工作一段较短的时间。只有这样，你才能 了解到你是否聘请了合适的顾问。”

为此，我们提供了四小时的免费工作会议（有时，我们甚至提供更长的时间）。我们开始与 潜在客户研究项目...我们谈论目标、策略和战术。我们毫无保留，并提供尽可能多的信息。

我们发现，人们一旦开始与我们共事，我们便营造声势。如果有“拟合”（通常都有），我 们会被聘请负责整个项目。

因此，当我们与潜在客户“共事”时，我们的挑战就只有“营销”。这个微妙的区别使我们 加快了赢得业务的速度。

这个简单的亚伯拉罕激发的理念已大大增加了我们在全国竞争中的成功率。  
祝商祺！ 托

德·格厄施坦

Gerstein-Small, Inc.

#### 140. 汤姆·博兹

----原始信息---- 发件

人：汤姆·博兹 收件

人：杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年7月29日星期一下午10:27

亲爱的杰： 我一个人经营业务，我向在校高年级学生讲述毒品和酒精的危害。我买了你的一 本书《Money

Making secrets of marketing genius Jay Abraham and other marketing wizards》（营销天才杰·亚伯 拉 罕和其他营销奇才的赚钱秘诀），谢谢你的书，它让我想出了重要的USP和大字标题， 并在我 最近的信函中使用了它们.... 顺便提一下，我预约了33%（真是惊人）的目标学校。

非常感谢！

汤姆·博兹

#### 141. 托尼·阿诺德

-----原始信息-----

发件人：托尼·阿诺德 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：2002年8月15日星期四  
下午8:18

杰：

我想告诉你，你的原则对我的经营方法带来多么深刻的改变。你经常使用的两个简单句子对我真的很有用：“是关于他们的一切，不是关于你”和“忙于业务之外，不要忙于业务之中”。对于我来说，简言之，你的哲学是以客为先，首先满足他们的需求，以出众和深远的方法索取，并通过不断创新和测试来最佳化和改善你的做法。

总之，对于我的故事...

我们公司属于电信行业，总部在英国。几个月前，我们有一个工程投标机会，该工程是为一个大型跨国组织（公司**A**）提供一个基于光纤电缆的数据解决方案，以连接两幢独立的建筑物，满足他们的IT需求。另外还有一个类似的工程（将在几个月后开始），业主是邻近的另一个组织

（公司**B**）。两家公司都不知道彼此的工程。虽然我们正在与这两家公司谈判，但很难赢得任何一个工程，因为我们的成本比竞争对手高得多，这是因为我们铺设光纤电缆的距离比竞投该工程的其他供应商长得多。事实上，我们第一年的价格是公司**A**工程的竞争对手的两倍！

我知道我必须采取一些创新的措施，以增大赢得这些工程的机会。在一些个人的脑力激荡后（即列出我可以想出的所有可能可以解决问题的方法...不管有多荒谬），我想出了一个计划，此计划稍微扭曲了你的获得“保证”原则，同时提供一个让两家公司都让我们承接工程的非常有说服力的原因。

以下是我们的做法...

1. 我们认识到，我们的提案有一些独特的优势，而且几乎可以肯定，从技术和服务的角度看，是这两个工程的最佳解决方案...但我们的成本只是比竞争者的预算高。这严重地降低了我们的提案被采用的机会。
2. 我们意识到，如果我们以某种方式让两家公司合作，分担初始挖掘成本，那么我们可以为他们提供一个“预算内”的卓越解决方案 - 这是因为所安装的光纤电缆同时为两家公司服务。
3. 我们向公司**A**（与我们的关系最密切）灌输我们的优质服务理念，我们就像激光束一样，聚焦于他们，教导他们，展示我们的USP对他们是多么的必要，而且所提供的资源只稍微增加摆在桌面上的交易的价值。我们让他们觉得他们是世界上最重要的前景！结果，他们很渴望采用我们的解决方案，但仍然无法负担得起！
4. 然后，我们说：“如果有方法将我们的服务的初始安装成本减半，你接受吗？”他们说“接受！”于是，我们要求他们与公司**B**接洽，并为我们向他们提供保证 - 这时他们还没有下订单！我们要求公司**A**“迫切要求他们认真地看一下我们的解决方案，并告诉他们你希望开始工程，但是对于一家公司来说，初始安装成本太高了，而且猜想这成本对于他们来说也是太多了。”我们建议他们这样说“我们尊重你的决定，你决定做对于你的公司来说是正确的事，如果你认为这个解决方案适合于你，那么我们分担初始安装成本很有意义，我们都能受益。”结果，他们采用了该方案...他们很高兴被以这种方式引导，因为我们很重视它，这意味着通过这个方案，他们可以节约大量资金！
5. 虽然不能确保公司**B**会否选择我们的解决方案，但我们的个案变得更有说服力，因为我们现在有一个备受尊敬而且非常想推荐我们的解决方案的跨国组织作为后盾 - 他们可节约20万英镑（大约31万美元）。然后，我们把主要精力放在公司**B**上，以对待公司**A**的相同方式，

——将我们的服务和价值灌输给他们——指出如果两家公司都采用我们的解决方案，他们可以节

约大量资金，再加上我们强大的以技术和服务为导向的USP，激励他们乖乖地将我们的解决 方案拿给他们的董事会签署 – 他们承诺了。

6. 但我们还没有大功告成！由于两项工程的性质不同，公司A做决定几个月后，公司B才能 向董事会推荐。虽然有希望，但不能确保公司B的董事会通过该方案 – 因为他们的工程的不 确定性比公司A的大得多（公司A的工程有固定的截止时间，只需在这个时间之前完成就可 以了；而公司B的工程虽然重要，但没有强制性的事件迫使有一个截止时间。）

7. 为了消除公司A把工程交托给我们，但由于公司B的董事会不批准，使公司A要承担所 有 成本的风险，我们设计了一个溯及既往的折扣安排。简而言之，我们承诺，他们将来 委托给 我们的工程（金额为Y）有X%的折扣，但不超过公司B同意合作的情况下所节约 的金额。虽 然这个选项要花他们一些时间才能意识到可以节约资金，但这是一个充分的 后备策略，因为 他们会把本来花在其他供应商上的资金转向我们...以更好的价钱，获得 更高的服务水平！他 们只是无法马上开始干，因为目前与现有供应商之间的合同期还未 结束。

8. 扫除最后的“购买壁垒”后，3个月前，公司A很有信心地向我们下订单，金额超过 130 万英镑（或200万美元）。此外，公司B将在下星期召开董事会，如果他们通过了我 们的提 案（而且我们有他们将提供的每个指标），订单价款将至少为300万英镑（或460 万美元）， 我将告诉你事情的进展！ 因此，这个经历的教训是：不断寻找扫除“购买壁 垒”的创新方法，不断寻找激励客户的方法

法（或者本个案中的潜在客户！）为你作保证。

我希望这可能对至少某个地方的某个人有 用。 继续坚持你的伟大事业吧，杰！

祝商祺！ 托

尼·阿诺德

#### 142. 维查·维特汉尼博士

-----原始信息----- 发件人：维查·维特汉

尼 收件人：杰·亚伯拉罕 发送日期：

2002年8月8日星期四下午4:13

杰，非常感谢你的激励和友谊。如果要我列出自认识你以来使我受益的数不清的方法， 我甚 至无从入手。我希望日后能报答你...

我的成功故事 自从我参加了杰·亚伯拉罕的一个研讨会后，我便成为一个超级杰·亚伯 拉罕迷。这是一种

思维爆炸。我已经阅读和重读所有的研讨会笔记，而且反复听磁带。这不是因为我是一个怪 人， 而是因为我每次看这些资料时都会有新的见解。

首先，我需要简要介绍我的公司。 我是一名微笑创造者！ 更确切地说，我是一名牙 医！这个“简明商务方案”的编制是我从杰·亚伯拉罕研讨会学到的 理念、点子和心态的直接结果。这个简单的定义（我是什么，我是做什么的）立即使我在 人群 中备受注目、大受欢迎、令人喜爱.....

人们首先接受你，然后才买你的服务

——我们只是一家小公司，只有两个牙科医务所（第二个是在参加杰·亚伯拉罕研讨会后不久设立的！这是在研讨会上改变和提高心态的直接结果）。我从我的公司和病人身上获得的欢乐和喜悦是不能用金钱来衡量的。改变和采用：

这是我在研讨会上学到的一个最有用的理念，而且我认为，这是我一生中所学过的最有用的东西。从那时起，每当我去某机构或公司、商店、办公室、公园，或参观任何地方时，我都想“我可以从这里为我的公司改变和采用什么！”

例如，我们去了佛罗里达州的迪斯尼度假。我一直在问自己，我可以从这里改变和采用什么？那里的员工给我留下了深刻印象，他们每个人都可以回答任何孩子或任何大人提出的任何有关迪斯尼主题的问题。我回到我的牙科医务所，开始要求我的团队也能随时完整地回答任何人（孕妇、父母、护理病人者、儿童、债务人、潜在病人、某领域的新人....）提出的任何与任何人的工作（招待员、会计、业务经理、牙医助理、牙医....）有关的问题。

风险逆转 我已经在我的牙科医务所中引入这种策略。我相信，我们是英国惟一这样做的牙科医务所。我向病人推出一个口腔健康计划。这个计划旨在预防牙周病和牙齿腐烂。我告诉同意参加这个计划的病人：如果他们认为自己没有从计划中受益，或者他们认为没有或看不到改善，或者它并非物超所值...事实上，如果在一年后，他们由于任何原因对计划不满意，我会免费提供这个计划多一年！

由于采用了这个风险逆转策略，自我开始实施这个预防性计划以来，我的营业额增加了1000%。这是病人、牙医和公司的三赢局面。保证遵循上述理念，我为我所有的工作成果提供三年保证。我把这叫做比奔驰好三倍！（在英国，奔驰为他们的汽车提供1年保修。）

维查·维特汉尼博士  
BDS(Lond.)LDS RCS(Eng)DGDPRCS(UK)  
牙医  
0208 311 9400（办公）  
0208 316 6313（办公） 传真：0208 317 3637（办公）  
我是伦敦东南部的两个牙科医务所的所有者，它们是： Heronsgate Dental Centre 和 Vijay Vithani Dental Practice 团队总人数：13

这个故事、个案研究和推荐信是我完全自由、毫无压力之下提供给杰·亚伯拉罕的，全部是真实事件，有证可查，可被部分或全部使用。

维查·维特汉尼博士

BDS(Lond.)LDS RCS(Eng)DGDPRCS(UK)

牙医

0208 311 9400（办公）

0208 316 6313（办公） 传真：0208 317 3637（办公）

我是伦敦东南部的两个牙科医务所的所有者，

它们是： Heronsgate Dental Centre 和 Vijay Vithani

Dental Practice 团队总人数：13

这个故事、个案研究和推荐信是我完全自由、毫无压力之下提供给杰·亚伯拉罕的，全部是真实事件，有证可查，可被部分或全部使用。

### 143. 伍丁

-----原始信息----- 发件

人：伍丁 收件人：

杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月20日星期二上午11:42

我在读大学时就已经是杰·亚伯拉罕的爱好者。我当时无法负担他的200多美元的课程。但我听了他的“你的秘密财富”磁带，读了他的书，还看了他通过互联网提供的所有免费资料。

——自去年毕业后，我便开创了自己的事业，而不是去找工作。我的女朋友和我在一个购物商场

租了一辆小手推车。我们销售在意大利很流行的饰品手镯，顾客开始时可能会买有一个或多个饰品手镯，他们会随时回来买更多饰品以添加到他们的手镯上。

我们的启动资金大约为1万美元，这是剩余的学校信贷津贴。现在我们赚了超过15万美元，并准备在圣诞节再大赚一笔。我知道我的成功来自我从杰·亚伯拉罕那里学到的知识和经验。我只有19岁，是一名越南移

民，我对在美国经商毫无认识。当我开车或者淋浴时，我甚至很难理解车里或浴室里播放的杰·亚伯拉罕磁带的內容。但我坚持反复地听，尝试将他的话拼凑起来，渐渐地，我明白了他的话。后来，我发现他出版了第一本书，价格为25美元。我去书店买了它，并读了很多次。

总之，自我们在购物商场设置手推车以来，我开始运用杰·亚伯拉罕所教的卓越策略。我花时间跟顾客谈话，和他们做朋友。我不在乎他们是否购买。只要他们来我的货摊，就值得我友好地对待他们。我们向新顾客（在我心目中，他们是客户）解释我们在卖什么，以便他们可以把我们的话传开去。对于已经有手镯的人，我们推出擦亮服务，说：“啊，让我来帮你擦亮你的手镯吧。”我只是尝试让他们下一次想要饰品或者为某人买手镯时记得我们。令人惊异的是，他们当中超过90%都会在我擦亮他们的手镯后买一些东西。一个简单的举动（只是用一块珠宝专用布擦亮手镯）几乎每次都促成了销售。

开始时，我犹豫要不要为饰品提供保证，因为我担心顾客把它们用坏后才拿来换。但是，如果我们告诉顾客手镯的保证期只有14天，他们会踌躇要不要买手镯。

由于我无论去哪里都在车里听亚伯拉罕先生的磁带，它提醒我要不断测试。因此我将保证期延长到无限期以进行测试。我告诉任何顾客，如果饰品出现异常，他们只需拿饰品过来，我们会换另一个给他们。我们的销售额在2个月内增长了150%，而且此增长率一直持续到现在。退货率非常低，低于1%。但是，当顾客回来换货时，他们最后会再买2件或更多饰品。也许我们很和蔼，他们觉得内疚，或者只是应为有了保证，我不确定。他们回来时我们所做的销售已补偿了换货的成本，而且我们还有一些利润。没有损失，都能盈利。也许，如果没有有缺陷的手镯，没有保证，他们甚至不会想起饰品并回来光顾我们。这是我发现的其中一个关于保证的美好事实。直到我学习了亚伯拉罕先生有关保证和测试的资料后，我才明白有效的保证可带来的魔法。这个魔法咒语就是测试。

如果你担心，就测试它吧。有了有效的保证，我的业务大大优于竞争对手。在我们开始经营时，该区没有人卖我们的产品。当他们看到我们的生意做得红火了，便开始在购物商场里面和周围的商店出售这种饰品。在购物商场里，我们至少有4个竞争对手，在该区则有6个。然而，我们的销售额继续保持增长趋势。原因在于，我们为饰品提供保证，而他们没有。顾客回来告诉我们，其他商店要凭收据换饰品。他们说“好像是你损坏或用坏饰品的，我们不能更换。”而我们清楚地对我们的顾客说，如果饰品有什么问题，尽管拿回来换，如果我们认识你，就不需要收据。这个政策使他们希望更经常回来，因为他们希望我们认识他们。某些顾客甚至大声地对商店里的人说：“不用去别的地方啦！来这里吧，这里最容易换货了。”嘿！我听了有多高兴啊！

我从亚伯拉罕先生那里学到的另一个经验是将业务构建于多根支柱上的理念。我深深地记住这个理念，并根据它来采取行动，从而使我们的业务在市场中有非常稳固的基础和地位。就在业务开始时，我在商店挂了一个招牌，告诉人们我们举办家庭聚会，不管主人买什么，我们都给予他10%的佣金和15%的折扣。目的不仅是卖得更多，而且想认识顾客，因为面对已经认识的人更容易做成买卖。在聚会上，我们开始接触人，和他们做朋友，给他们一张盖印卡，凭卡买10送1。一个聚会可以引出另一个，因为其他人也想在当前的聚会上预约聚会。

我们告诉当前的主人，如果有人在他们的聚会上预约聚会，当前的主人可免费获得一

点击观看暴富视频<http://bit.ly/tTUYjS>

件饰品。根据亚伯拉罕先生在网站上免费提供的一个大字标题建议，我甚至让他们问他们的朋友：“谁

---

~~想再参加一个有趣的聚会？”从每晚一个聚会，到我们不得不聘请更多人，以便一个晚上可以预~~

约两个聚会。参加聚会后来光顾的人非常非常的多！我还去该区的交易会 and 节日活动现场推广我们的商店。有时，我不在乎能否在交易会赚钱，

只是想去认识更多人。我还想与交易会管理机构建立关系（我不是在美国长大的），以便将来我想卖饰品或其他商品时可以更容易地进去。目前我已经建立许多在将来可以利用的良好关系。

通过与我的顾客交谈，我还发现有些女士是开心巴士旅行、学校或社区活动（如游泳锦标赛、小型棒球联赛、足球比赛等）的组织者。我捐出饰品手镯，在这些活动为他们筹钱。我做得很好，并结识了更多朋友。那位经营开心巴士旅行的女士向我们介绍了许多客户，从而为我们带来了数千美元的销售额。

我完全明白亚伯拉罕先生的后端业务的含义，尽管我还没有真正地分析我的后端业务。由于顾客回来为他们的饰品买更多的手镯，我们推出新顾客买2件饰品可免费获赠一个手镯的优惠措施（饰品比手镯贵3倍）。他们每买一件饰品，我们就在我们的名片背面盖一个印，盖满10个印，他们可免费获赠一件饰品。而我们的竞争对手都没有这样做。

我们制作了顾客名单，这是一个名叫“愿望和生日清单”的文件。由于顾客买饰品作为礼物送给别人，他们必须记住他们至爱的家人或朋友的手镯上已经有哪种款式，以防买重了。我们创建了“愿望和生日清单”，顾客可以列出他们下一次需要的饰品。当他们的至爱来到我们的商店，可根据该清单购买。这样，我们可以获得顾客的姓名、电话号码和地址，以供将来使用（直接邮寄广告、宾主两益关系等）。

此外，这样可以“锁定”顾客，因为他们想回来查看和更新他们的愿望清单，而他们的至爱必须回来了解该顾客想要什么。

我们的产品卖得很好，因此有一家公司以更低的批发价提供在北卡罗来纳州、亚利桑那州和路易斯安那州的独家分销权给我们。这意味着，我们可以在这3个州零售和批发该品牌。任何人想卖这个品牌都必须通过我们。我非常兴奋，但又很担忧，因为我不知道如果不分散我们仅有的资源，如何扩展到其他州。在阅读和听亚伯拉罕先生的资料后，我豁然开朗，我有无限的可能性来扩大和增强我们的业务。我可以采用亚伯拉罕先生的书和磁带激发我去思考的许多其他方法来扩大业务并增加收入。

现有我已经有足够的钱为我的女朋友和我自己安排婚礼，买一套房子，并负担得起杰·亚伯拉罕的价值5,000美元的PEQ函授课程。将来，我将花足够的时间、精力和金钱来掌握杰·亚伯拉罕所教的知识。我将成为亚伯拉罕先生的终生学生。我真的相信，在精通亚伯拉罕先生的资料后，我可以为别人创造巨大的价值，并为我的家庭和我自己赚取可观的利润。

谢谢你，亚伯拉罕先生。  
伍丁

A Thousand Charms  
Santa Rosa, CA

#### 144. W.D.

---- 信件原文 ----

寄信人：W.D. 收信人：杰·亚伯拉罕 发送时间：2002年8月15日上午8:31，星期四

杰，你好！

~~我没什么成功的励志故事——我目前只是全心的重新设计我的网站，并开发一些新的网络商业软~~

件。但你关于利用我现有的客户基础的理论是对的。通过更经常的向我的客户们销售各种服务，确实很容易获得受益。最近一段时间，我花了30—45分钟的时间用来写邮件和顾客交流，收到了总价将近700美元的两份订单。因此，算算花费的时间，我差不多每小时能赚900美元。尽管这不是我一直能做下去的工作，但绝对证实了“边缘收入营销”战略是成功的。不知道你到底有多重视搜索引擎营销，我一直感觉不错的。

排 名 第 一 和 第 二 :

<http://www.Google.com/search?q=e-commerce+webmasters>

rs 排名第一:

<http://www.alltheweb.com/search?cat=web&lang=any&query=e-commerce+webmasters>

排名第一:

<http://msxml.excite.com/info.excite/dog/webresults.htm?&qkw=e-commerce+webmasters>

排名第一和第二:

[http://search.netscape.com/nscp\\_results.adp?query=e-commerce+webmasters](http://search.netscape.com/nscp_results.adp?query=e-commerce+webmasters)

排 名 第 一 :

<http://HotBot.lycos.com/?query=webmasters>

rs 排名第三:

<http://www.AltaVista.com/sites/search/web?q=webmasters>

客户: Overland 前

7位中排名第四:

<http://www.Google.com/search?q=sheepskin+coats> 排 名 第 一 :

<http://www.Google.com/search?q=leather+coat>

排名第一:

©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司—机密—仅供您阅读—保留所有权利, 259页

<http://www.Google.com/search?q=fabric+jackets>

排 名 第 一 :

<http://www.Google.com/search?q=western+jackets>

ts 祝好,

W. D.

©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司—机密—仅供您阅读—保留所有权利,

#### 145. Warren Biscoe

-----信件原文----- 寄信

人: Warren Biscoe 收

信人: 杰•亚伯拉罕

发送时间: 2002年7月29日下午8: 07, 星期一 杰, 我现在是摩根斯坦利公司的一名零售经纪人兼财政顾问。从我们能代表的公众的角度来看, 经纪

一大产业已经成为具有最高管理性的产业之一。由于我们纪律部门的种种约束条例，想把许多建议

付诸实施是个很大的挑战，甚至是不可能的事情。例如：我不能用风险回转，不能改变定价体制，不能使用“已担保”这个词，除非是在讨论美国政府债券或在我的普通掉期交易营销材料中使用。

但是，通过运用你的技巧，即给选中的适合的听众一些有价值但花费最低的东西（一顿早餐的代价）之后，我找到了自己和其他的财政顾问的不同。这些听众包括注册会计师，他们需要获得专业继续教育的学分以保留他们的加州注册会计师执照。我也为其他的专业人士讲课和提供建议，通过教授他们一些独特的技术见解，使他们（注册会计师们）日后能为各自的客户提供更大的利益。我以庆典大师自居，邀请前/现任IRS官员、税务专家和一些知名专家们来做嘉宾发言人。这些知名学者都愿意与当地的注册会计师们建立联系并通过会见新的联系人扩大自己的业务范围。我有大约40%的客户都是之前认识的注册会计师、嘉宾发言人或在研讨班上结识的人。我同时也使用录音带和CD来播放我的独特业务卖点：“建构财政安全，创造平和心态”。这是一个关于我的业务哲理的6分钟的演讲，建议您可以在开车的时候放来听听。带子的外包装上有我的照片、简介以及6位现任客户的推荐证明。（包装由Palm Springs的Cold Call Cowboys专业公司制作）如果没有来自研讨班的销售机会和业务声卡的独特卖点，我可能不会再做经纪人了。而现在我正继续在寻找能在纪律管辖下最大限度的发挥个人能力的途径。以上的这些陈述真实且可以证明（我给Terry Ackley寄过一份业务声卡），可以在你们用来推广时使用。

Warren Biscoe

©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司—机密—仅供您阅读—保留所有权利，

#### 146. Wayne Powell

---- 信件原文 ---- 寄

信人：“Powell, Wayne”

收信人：杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年8月13日12:46，星期二

2002年8月13日

亲爱的杰，

我之前没有回复是因为我觉得自己没有什么成功的故事好讲，而且我的故事一定无法和您其他的学生们相提并论。

但是，有这么两件事情使我鼓起了勇气：

1. 我十分想要一份您所有学生们的成功案例的副本。
2. 尽管我只在一个小企业工作过，但我觉得你的理论已经给了我很大帮助。我在1993年搬回密苏里，居住在年迈的双亲身旁。父亲当时已经80高龄，但仍然兴致勃勃的做着农具代理商的兼职工作，很大程度上更像是爱好。他总是希望我能重返商场，也许这是使他仍然生气勃勃的原因所在吧。我看过的第一个有影响力的亚拉伯罕原则是顾客的“一生的价值”。我的父亲当时仍和1936年他开店时的几名老顾客有着生意往来。他做事讲诚信，他们也多年来一直光顾他的生意。我当时想立刻应用的你的一条原则就是：向现有的顾客销售一些新的东西。但在那之前，我应用了9个优势杠杆驱动原则中的一个：第八条：我加进了一些新的流程，工序和系统。我们彻底清扫了房间，并且给存货和服务重新定了价。员工也开始计时付费了。我们开始月月做财务报表，努力把各项事务做得更商业化。

然后我看了第七条，查看我们可以提供的新产品和服务。另一条亚伯拉罕准则就是：询问你的

顾客他们需要什么。倾听他们的问题。我们考虑过添加一些新产品，但由于我个人财政上的困难，我们没有资金（第三条）。因此我决定以智力投资取代现金并开始寻找我们可以自己生产的产品。我们的顾客都喜欢购买处理日常杂事用的葡萄酒拖拉机。但他们又想要最新的前轴机型——有宽大轮胎的那种，而不是40或50年代流行的那种三轮车。因此我设计了一组宽轴配套元件，可用来翻新老式的拖拉机。这项改装帮助我们卖掉了旧拖拉机，同时也帮助不少本地顾客改进了他们的拖拉机。

©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司——机密——仅供您阅读——保留所有权利，没有营销资金（第一条），我们就用汗水来替代，我千辛万苦的寻找到了每一个能在农业杂志的评论中免费宣传我们的机会。这样的曝光造就了几百条机会，使得我们能把其中的5%转变为销售。（应用Gary Halbert的模式，长篇宣传法）这些轴承售价在500到700美元不等，但即便有了全国范围的销售，我们还是需要一个更大的资格证明。我们于是又一次的听取了顾客们的意见。常常有人询问我们是否卖旧的水力装载机（用来铲碎石，肥料或提起草料捆的）我开始琢磨为什么人们会这样问，于是得出了下面的结论：一台新的装载机售价为5000美元。我们的顾客不愿意将价值5000美元的装载机装在2500美元的拖拉机上，何况大部分新装载机都没有能安装至老式拖拉机的组件。我们做了一些调查，确定了我们可以以2500美元的价格安装并直销一台装载机，这样我们又卖出了不少。后来又有顾客抱怨说装载机装了货以后驾驶起来十分困难。于是我们又开发了方向盘助力翻新组件。现在我们有了全套装备：一架装载机，一个更兼顾的带有装载机的宽型前轴和能量驱动。美中不足的是我们的装载机产品还需要一个全国销售策略，我们需要建立一个安装经销商网。为了使这些经销商从产品中得到更多利润，我们需要更高效的生产设备。就在我忙于处理这些麻烦事的同时，又两件事情接踵而来：1）我的父亲去世 2）一个制造公司为我提供了一份相当不错的工作。

于是，我卖掉了所有经营的资产，成了一名雇员。看了这些，你觉得这是一个成功的故事么？从财产上衡量或许不是。但是从人的角度来看这的确是成功的。A. 我与父亲一起在工作中度过了他最后几年的时光。父亲一直是一个喜欢修修补补，敲敲打打的人。我们在愉快的时光里共同研制出了新产品。B. 我在如此狭小，事事亲为的环境里居然应用到了您的几项准则，其理解的深刻程度是仅仅阅读书籍所远不能达到的。C. 我学到了足够的生产制造过程的知识，并成为了一名有将近90名雇员的机械管理者。D. 我成为了杰·亚伯拉罕的更忠实的学生，期待着有一天能在工作中应用到更多您的原则。感谢您给我这次参与的机会。

忠实的

Wayne Powell

©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司——机密——仅供您阅读——保留所有权利，

### 147. Wayne Springer

---- 信件原文 ---- 寄

信人 Wayne Springer

收信人: 杰·亚伯拉罕

发送日期: 2002年8月13日上午5: 58, 星期三

杰, 你好! 这是我如何将您的方法付诸实践的故事。开始的时候我会读一些您在《商业突破》上的时事通讯, 我发觉自己总能得到好点子, 更重要的是, 我总能找到“希望”! 尽管理论上我很清楚我的业务, 但却基本上从未做过任何营销, 我很快发觉自己缺失了多么重要的成长的部分, 而您提供的信息恰如其分的填补了这份空缺。我应用了您的一些点子。我所做的就是看了您的“3700万美元大字标题”加上“成功的销售信”之后, 开始写我自己的销售信。我还采用了您关于每次只集中精力做好一件事以及常常与客户交流的意见。我知道了长长的推销信更有效。我知道了大字标题的效果有多大。我了解了后端销售的价值以及怎样同时穿插销售其它产品和服务。在此之前, 我从未应用过这些点子, 即便有涉及, 用的也不正确。根据您的观点, 我发展了自己的“六封信方案”, 即在新客户第一次购买了我们的产品之后, 我会开始寄给客户一系列的6封预先写好的信。每一封信都专门介绍一项我们销售的产品或服务, 这些信会自动的每隔一个月发出去一封。每封信都用了您材料中提到的动感的标题和强有力的字眼。自从我把这些好点子付诸实施以来, 我们的销售额大幅度攀升。因此, 真心的谢谢你, 杰, 谢谢你想出这么多好点子并把它们传播开来。

Wayne G. Springer  
Atiwa Computing公司

©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司—机密—仅供您阅读—保留所有权利, 264页

#### 148. Yeap Soon Ee

---- 信件原文 ----

寄信人: Soon Ee 收信

人: 杰·亚伯拉罕

发送日期: 2002年8月19日早2: 49, 星期一 亲爱的杰, 我想谈一谈我和我的合作伙伴是怎样将您的一些原则应用在海枣(干果)贸易中的。这是我们目前进行的一项重要的贸易业务, 我们从您的书中学到了不少方法。

1. 我们给先到的客户25%的优惠, 以此来吸引早期的买主, 这样我们就可以清空库存。这个折扣是纯粹的, 它所换来的利润远不能填补25%的折扣所带来的空缺。但所带来的效果却是很积极的。
2. 我们向客户提供货物的风险回转保证。实际上, 我们所做的已经远远超出了对客户承诺的范围。如果他们对货物不满意, 我们将会退还给他们两倍的购买金额。但是, 我们十分自信我们发给客户的都是高质量的顶级的货物, 因此很少有赔偿事件发生。只有我们确信公司的货物近乎百分之百完美时, 我们才会推荐这个方法。很明显, 在这样的担保下, 经销商都会毫不犹豫的买下货物。这个方法帮助我们经销商那里获得了巨大的利润。
3. 我们正在实施一项利润分享计划, 60%的利润归公司, 40%归销售员所有, 以此来取代固定的支付给职员的工资。这个方法帮助公司获得了其他方式无法获取的销售额, 甚至有销售员一个月拿到了14, 000美元。可以从中看到, 公司能够赚更多钱, 但若销售员无法打破常规为自己赚钱的话, 这同样是不可能。并且, 能得到新客户的终身信任是很值得的因素。
4. 公司与销售商有项共识, 只有当销售商从产品中赚到一定的利润, 他们才需要付款。这样就 把风险担在了我们肩上。但是公司对其产品的销售很有信心, 也有能力给予经销商这样的保证。 又一项风险回转的原则。

~~5. 最后，公司永远保证给客户交付的都是新摘的新鲜的产品，并保证及时送货。例如：多年来~~

~~公司一直坚持遵守了送货承诺并维持了老客户对公司的忠诚。~~

~~©引至2002年亚伯拉罕出版集团公司—机密—仅供您阅读—保留所有权利，  
265页 最真诚的问候，~~

Yeap Soon Ee 附言：我知道这份证明迟了三天，但若您能通融一下，让我们阅读其它的成功案例，以便日后学习使用，我们将不胜感激。

#### 149. Allan Kirstein

---- 信件原文 ----

寄信人: Allan Kirstein

收信人: 杰·亚伯拉罕

发送日期: 2002年7月31日上午9:19, 星期三 亲爱的杰, 我是一名非常专业的信托和房地产代理人, 但是没有多少营销经验。我一直遵循你书中所提出的简单概念, 并且还模仿我最近购买的您书中提到的程序, 定制了一套自己的程序。我决定做现场信托营销, 并向我的客户, 一名在大银行工作的总监, 说了这个想法。于是他让新的业务经理把所有他认为需要信托的客户名单发给了我。银行这样可以得到委托回扣, 我们彼此都得到了好处。上个月里我收到了6个银行推荐的客户。与此同时, 我也在努力开拓与银行做现场信托的更专业的方式。我和另一个在重要财政部门工作的朋友谈了谈, 他让我这个月在银行内部会议上和经理、主要经纪人以及代理商们谈谈有关直接信托的一些情况。我期待着能通过这次宣讲扩大客户群。朋友还立刻将我列入了其部门推荐名单。您对于我行动上的帮助和系统学习上的指导是无价的。现在我能够在短时间内(4星期), 倚靠自己的能力和关系网, 很容易的就能为自己增添新客户了。我会继续应用这个了不起的营销系统。致以我衷心的感谢

Allan

#### 150. Bob Dwyer

---- 信件原文 ----

寄信人: Bob Dwyer

收信人: 杰·亚伯拉罕

发送日期: 2002年7月26日上午8:38, 星期

五 杰,

你好! 在过去的14年中, 我曾经做过许多不同的业务, 而且我读您的书, 听你的磁带和节目已经有6年的时间了。我是您忠实的追随者。我想和你谈谈我在广告方面经历的一个最迅速而重大的转变。我曾在夏威夷的Kona开了一个名叫“一瓣苹果”的纽约风味熟食店, 大约有4年时间。我和妻子之前正在夏威夷度假, 发现了当地一个因破产而倒闭的饭店。而在此之前, 我们也刚转卖了自己的生意。在夏威夷待了一个多星期之后, 我们便爱上了那里, 于是决定留在那里继续做饭店生意。我们做了一些调查, 发现当地人是十分喜欢这个饭店的, 只不过因为管理不善和员工问题导致了饭店的最终倒闭。

~~我们当即买下了这个饭店，3个星期后重新开业了。在此之前饭店已经关闭了3个月，所以我们差~~

不多花了1个月的时间才让人们知道我们又开业了（仅仅依靠口传或一些小广告）。我曾看过你的一些文章，也听过一些相关磁带，但还是不清楚怎样将理论付诸实践。我们在菜单上附上优惠券（下次光临时提供免费汽水），并且经营着咖啡外卖店（仅卖咖啡饮料，所以没有其它竞争者），同样给我们的顾客免费的优惠券（无地点限制的）来介绍他们去光顾我们其它的生意。这样的小成功接二连三，数不胜数。我们很稳定的经营了2年时间，每天都有固定的销售额。但有段时间，我从和顾客的交谈中发现，我们的招牌好像不太好。饭店的名字被写的太醒目了，以至于当人们（特别是游客）经过时，注意力都集中在了名称上，导致他们很难发觉这是一家熟食店。我们的招牌试图让人们了解我们是做什么的，卖什么的，但是饭店的名称却很难让人理解我们是怎样一家店。许多顾客都告诉过我们，他们曾经路过好多次都没发现，直到有人告诉他们我们是一家熟食店之后，他们才开始光顾。

一天，店里来了一位做招牌业务的老顾客。他是常客了，我们彼此之间也很熟悉。于是我问他把招牌稍改一下要花多少钱，我想改下试试。最后我花了150美元。我想，我当时想做的其实就是更换我的“大字标题”，让人们把重点放在事物和我们卖的东西上，而不是店名。我们调整了字号和字的位置。2天之后，这位老顾客来给我们挂上了新的招牌。结果，第二天我们的销售额就增长了25%。当时我还以为这只是一时侥幸而已，因为以前也有过这样赚得超多的时候。但第二天依然如此。从那时起，我们的月销售额就增长了25%—30%。我们一直保持着这个业绩，结果下一年的年销售额比上一年增长了27.6%。这所有的一切可喜的改变都源于我换更换了饭店的“大字标题”。两年后，我们以大价钱卖掉了这家饭店，所卖的价钱不知比当初我们买下的价钱要高多少。而这样的收益，都是我从您的作品中学来的。这是我成功经历的真实记录，虽然我只从杰那里学到了一件事情而已。尽管这只是小生意，但通过花150美元给招牌做一点小改动，转变了人们的注意力，我们就赢得了如此高额的利润，其成功之处可见一斑。现在我正在做一项新业务，你可以从[www.softcap.net](http://www.softcap.net)上了解到它的信息。这对于我来说是另一项冒险，我们才刚刚起步。若您有任何关于我们增加销售额的建议请随时与我们联系。我们的产品很棒，但这是我们第一次做没有固定场所的业务，所以我们的目标市场也更分散一些。或许您愿意给我们更多指导，可以把[www.softcap.net](http://www.softcap.net)作为一个实例或项目，来试验一下您是否可以带领我们（起步者）在一年内实现从零到两百万美元以上的销售业绩。如果这样不行，我们会继续学习您的课程，争取自己实现这个目标。感谢您过去让我学到的宝贵知识，毫无疑问将来我会从您那学到更多。

Bob Dwyer

### 151. Bret Mundt

---- 信件原文 ----

寄信人：Bret Mundt

收信人：杰·亚伯拉罕

发送日期：2002年7月25日上午7:23，星期四 杰，通过向您学习，我的事业和业务都有了不小的起色，下面我想和您谈一谈我的几个成功案例。工业建筑业务一开始，我是做建筑的，说实话，那时我觉得要把您教授的策略运用到我的业务上很难，但我具体应用到的那几个都十分的成功。





































































































































































































































































































































































