

直复式营销系列

短期内赚取最多现金的秘密

盖瑞亥尔波特



男人必知16个赚钱最快的秘密



此书为机密文献

短期内轻松赚取最多现金的秘密

男人必知的 **16** 个赚钱最快的秘密



By Gary C. Halbert

盖瑞·亥尔波特著

盖瑞·亥尔波特 Gary C.Halbert 是美国直复式营销的奠基人，文案撰稿大师。盖瑞·亥尔波特的邮件式销售，同时也开创了中小企业和个人企业的营销之路。从此以后，中小企业即使没有品牌，没有资金，没有雄厚的运营实力，也依然可以凭借着自己撰写的销售信，成功完成产品销售。盖瑞·亥尔波特生于1938 年6 月12 日。逝世2007 年4 月8 日，享年69 岁。

重要内容! 请首先阅读这里!

亲爱的朋友:

您决定购买这本手册, 那是您做出的最明智的选择!

因为您将知道, 这本手册会完全兑现我在广告中许下的每一个承诺。不仅如此将读到的每个创造收益的方法都是经过严格的测试并且被证明是有效的, 可以直去使用的。这些方法已经帮我自己、我的客户和对我的经历非常感兴趣的那些人带来了上千万美元的收入。

鉴于此: 您在第一部分将学会的是我在俄亥俄州与巴恩合作带来超\$58,000,000 销售总额的简单秘密!

此外: 在第三部分的共同风险融资中可以帮助您得到您需要的经费, 从而使您“开展”您的营销测试理念…您无需借贷就可以获得这笔钱!

另外: 在第五部分中将透露给您的秘密是我曾经帮助ErnestBorgnine 和他的妻子Tova 使他们的化妆品公司销售额在短短8 个月中倍增了1200%倍的成功例子!

接下来: 在第九部分透露的秘密将让您邮寄的成千上万的销售信… 完全免费!

此外: 在其他12 个部分透露的秘密将帮助您去除您成功路上遇到的所有障碍(除了懒惰之外)!

现在请您听好: 您会意识到在这个手册中包含的信息价值超过千万, 并且您开始想知道为什么我会以这样低的价格透露所有这些秘密。

原因其实是相当有趣的。您想想看, 我向全世界的人发布一个售价为\$195.00 的时事通讯。您猜猜买的结果会怎样? 尽管那个价格很高, 几乎每个得到这个时事通讯的人都想延长其后续订阅, 最终会有很多用户继续和我做生意!

为什么? 简单地说, 因为我的时事通讯比在这个地球上任何其他出版物都能够更加真实的提供赚钱的“核心”秘密!

然而, 在人们读我的时事通讯之前, 我没有告诉他们这些东西价值的时候, 人们是不愿意支付\$195.00 的, 除非他们已经读过了其中提出的几个策略。

所以, 我决定在这个手册中提供一些在时事通讯里的策略, 因此您将会为自己发现了这么好的讯息而高兴。然后, 您将在第16 部分中了解到, 如何订阅Gary Halbert 时事通讯并且…如何得到世界上最贵重的礼物作为奖赏!

这将取决于您。即使您决定不要我的时事通讯，您都将由于购买这个手册而受益终身。并且，另一方面，如果您是真正渴望赚钱，您订阅我的时事通讯就是很好的决定，因为这样每个月您就能得到对您有益的新的想法。

提高您的收入!

不管怎样，我都要感谢您给我证明自己的这个机会。

您的朋友，

Gary C. Halbert

盖瑞·亥尔波特



P. S. 如果您从头到尾而不是跳跃式的阅读本手册的话那您更将受益匪浅!

Table of Contents

目 录

- 第一部分：来自俄亥俄州的绝望书呆子的极速直邮秘密!
- 第二部分：如果您没有要销售的产品，如何无中生有得到它!
- 第三部分：如何得到你所需要的钱来开展你的项目，而且一分都不用借!
- 第四部分：如何让电影和电视明星开始帮助你销售产品
- 第五部分：一个惊人的秘密，使你的报纸广告收益增加750%!
- 第六部分：如何得到每个可能成为你客户的男人、女人、孩子的实名和地址!
- 第七部分：在一张简单的明信片上写下什么才能吸引他人“流入”你的业务的秘密!
- 第八部分：克隆成功的信件
- 第九部分：如何在不花任何成本的前提下每周发10 万封信函（连邮资都不需要）
- 第十部分：如何使用976 号码让人们乐意付费听取你的销售广告
- 第十一部分：如何让你黄页上的广告增加400%的业绩，而不用任何额外的花费!
- 第十二部分：如何使用便宜短小的分类广告，来使您日赚\$10,000 以上
- 第十三部分：找到你梦中情人的秘密技术
- 第十四部分：如何让自己或你的产品在有线电视上播出，却无需支付任何费用
- 第十五部分：成功的黑暗面
- 第十六部分：如何从世界各地得到最珍贵的免费礼物!

第一部分

来自俄亥俄州的绝望书呆子
的极速直邮秘密!

我开始对邮购产生了兴趣是在 20 世纪60 年代中期，使我着迷的是由一位叫托马斯·霍尔的人撰写的“直接邮寄指南”小册子。这个指南非常棒。至今，它仍然是我关于直接邮寄的最佳阅读材料。

无论如何，那个指南是我的启蒙教材。后来，当我读到一篇关于直接邮寄的新闻时，让我变得更加兴奋。讲述了一个名叫约翰莱斯利的人开了一家莱斯利的创作公司，后来又开了另一家叫“邮购策略咨询”公司。

对我而言，莱斯利和托马斯·霍尔都是英雄。他们都是成功的实业家，他们从事着在这个地球上最令人兴奋的、最浪漫的业务：邮购。他们赚了很多的钱，并且过着奢华的生活（莱斯利甚至有两个冰箱：仅仅放软饮料!）。他们的同龄人都很羡慕他们，我的目标就是象他们那样成功。

为了达到目标，我开始努力地学习

我读了所有我能找到的关于做广告的，直接邮寄的和邮购的一切资料。我细细品味琢磨里面所讲的一切。如果在我附近的图书馆或书店没有我要的营销方面的书，我就会开车到数百英里以外的地方去找到它。我甚至飞往纽约(我当时住在俄亥俄州的)去曼哈顿公立图书馆查找，并且到华盛顿特区的国会图书馆搜寻资料。

让我告诉你：我在飞速进步。

我是永不满足的，我读了所有我能够找到的资料，我记住了所有规则，AIDA， IDCA， PPPP 等等。我从书里学会了经过无数次的测试验证，并证明有效的规律，如：

- *使用邮包比使用一等邮件在邮费方面更具成本效益。
- *使用一次多寄一些更能节省成本；
- *在信封外面做点装饰总会增加订购率；
- *两色信笺优于只有一种颜色的；
- *最佳的直接邮寄包裹总包含(除在信封外面做点装饰和双颜色销售信件外)四颜色小册子、企业回复信封和一张打印的说明书卡片。

这可是福音。毕竟，所有书的观点是大致相同的。那些书也认为去编撰一份客户清单几乎是没有任何效果的，并且你永远不要去尝试利用电话簿里的名单做邮寄。

我需要和谁争论吗？这种东西已经全部“被证明了”

因此，最终的结果是通过所有这些“令人信服”的研究，使我认为我的财富要靠直接邮寄。

当时，我的生活为了这个成了例行常规，它是这样的：我会从书，报告或某事中获得灵感从而产生一个产品的想法，然后，我用直接邮寄的方式来卖那个

产品。

在那以后，我会想法设法搞到足够的钱来买信封、信件，小册子和一切需要的东西，然后去印刷。为了省钱，我和妻子将信件和邮票亲自做封装和张贴，然后把它们寄出去。

然后，我们坐在家等着财源滚滚来。

滚滚财源没有到来，总之不多

所以，我会重新开始。再次去考虑找到另一种产品或概念。在那些日子里我是如此痴迷。如有必要，我会尽力花一些钱来测试邮件。

有时我们坐在一个没有电的黑暗房子里，我和妻子焦急地等待订单的到来，因为我们未支付我们的电费。

这时期是非常艰难的，特别是对我太太南希而言。她在那一段时间是很坚定的，那时候的想法就是我们不应该让我们的水也被停掉，所以我们再邮寄测试一次。

你能否想象那时的状况吗？我真正地体会到了：人的想法在那时候是多么的单纯啊！也许有人想知道我们是否到了离婚的境地？所以不管怎样，大约三年后这种沉闷（我是一个学习速度很慢的人）让我坐下来做了些思考，我对自己说：

“盖瑞，你必须继续做邮寄，盖瑞，你会做吗？如果你邮寄了一封又一封的信后，没有得到任何回应，你会自杀吗？”

想像这样的情况……美好的生活实际上取决于你的下一个成功的邮件，你会做什么？你会全心全意的投入吗？实际上我做到了，并且我得到了一些结论，我要与你一起分享。

现在你听好，如果得到命令，你必须寄信给陌生人成交订单，不然他或你都会被杀害。这里是我认为你必须思考的问题：首先，我敢打赌你不会随便把大量的信寄出去，你会吗？当然不会，如果你的生活依赖于邮寄。

我确信不会，其有三个原因：

首先，如果陌生人的邮寄地址变了，我的大量信件就不会到达他的手里。如果我的生活过得很滋润，我也不会去想投递那么多信件。你会吗？

第二，如果我已经寄出了大量的信件，陌生人并不一定会看到，或者即使看到他也不一定会打开，因为他们可能很忙，没有时间看一个陌生人寄来的信件。反正有太多不被打开的可能性。

第三，那时候，我有时会怀疑邮递人员会把大量的邮件丢掉，因为他们太累

或着太懒，以至于不想邮递，并且他们知道没人会注意到！

所以，我的朋友，我决定将我的“生死存亡”的邮件信，通过一级邮件。

但等一下，因为我还想要继续我的生活，我也想确定我的接收者知道它是一级邮件。换句话说，我不会冒险把普通邮件和印有一流的图标信件搞混淆，绝对不会。因为我的生命取决于收到那封信件被打开，我保证我会使用真正的头等信！我对上帝诚实。

顺便说一句，你在哪里见过有人把普通邮寄包裹使用精美的包装，付很好的邮费寄出去的，那样是不是很愚蠢？

关于邮寄已经谈了很多。

接下来我不会把公司的标签贴在信封上，当然不会。如果我的生命取决于它。那么我会在那个信封上用手亲自书写陌生人的姓名和地址，因为我要让他觉得是一封个人信件。

好，还有什么其他的内容？嗯，我决定在信封上不会把任何虚假的信息放到上面。我的意思是要讲真话，因为你邮寄给陌生人的这封信会危及你的生命。如果你在信封上说：“如何以半价得到时代杂志！”但是，我不会这样说的。

我会在信封上写什么？嗯，我决定我最好的选择将是写“紧急”或“第一类邮件”，或者可能什么都不写。那么在信的边角上（回复地址栏）呢？如果发现我的这封信上面写的是由TIME-LIFE 书或AJAXWIDGET 公司，或HALBERT 来的邮件呢？**它不是你所想你要的。**

总之，没有我的，没有先生等此类的话在信封上！

如果，毫不夸张地说的话，我的生活依赖于它，我的这封信的要求是看起来是一个简单的白色的个人信封。向上帝诚实！我会用一流的邮票、用打印或手写的地址、没有虚假的信息显露在边角上，只有（并非常谨慎）发件人的邮寄地址。

听起来令人印象深刻，不是吗？

继续和我呆在一起。你正在一步一步的阅读的这些古老的概念思维，已造就了数亿美元的销售额，让我们继续前进。

关于信封就谈这么多了。到目前为止，我做了我可能做的一切(邮寄登记或挂号信)把我的信投递出去后，让它当成个人邮件收到。

因此，我做了所有我可能做的事，重要的事是直接邮件地址。

我把信件投递出去后，并且我知道它被打开了！那会怎么样呢？你在想“那有什么大不了的？”。听着我的朋友，因为这听起来简单，多数直接邮件的失败

的第一原因是由于：

它从未投递出去，并且/或者从未被打开过！

真的，除了提供错误的信件和错误的名单之外，还有许多让你的信件没有投递出去或没有被打开的错误。

想想看：无论你的信件制作的多么的精美，有令人信服的理由，以及有很好的诱人的价格等，如果你的信件没有被收到或者被打开，会是什么情况？你知道，这个简单的事实对我来说是不言自明的。

既然做了这么多事情却成了多余的，我好像有点傻。但是，你知道吗？我宁可多余也不要破产。破产是由于未能把握这一简单“明显”的概念，而使大量邮件发不出去。这方面后面会谈到。

现在，假设我们的信件都被人们打开了，那么我们还有什么地方需要担心的呢？让我们看看那是什么呢？

如果我的顾客被认为是个人邮件，他打开后，突然发现它不是个人邮件，因为他看到一个花花的小册子、一张打印的说明卡片、和一些供他选择的问题卡片？

嗯，不好。如果我的生命取决于得到对方回复的话，我根本不愿意去冒险让一个陌生人打开我的信件，然后有他的选择来决定我的生死。

“我想你一定不会知道我是怎么让他打开我的信件的？我保证你不会猜到。除非你是非常聪明的，你大概不会原谅我这种无政府主义思想。由于…我要我的顾客当他打开信的时候看到的是，(咽!)… 一封个人信件！

是的，我要他看到的是或者至少看来是一封真正的对上帝诚实的私人信函。因此，我的生死攸关的邮件只包含了二个元素：一个是平常的信封，一个是我亲自书写的、相当简单的一页信(361个词)。它其作用吗？

我想这样说，这样的信产生的订单是 730 万现金，它是我建立邮购公司的起源。后来，我不得不雇佣了超过700 位工作人员，其中需要40 个人每天来收取银行带来的订单，而且要保持每天有2 万进账。

现在听好。多年来我一直在思考，随着邮寄包裹的不断变化里面应该包含什么。首先，我学会了如何通过使用大邮包裹达到同样的效果(或至少类似的效果)，通常包括一个用于回复的信封，一个定货单(Ihide it, though)。

无论如何，你刚才读到的是我的 A 包，B 包要更加精确和更加正式。

如果你自己制作直接邮寄，那么我建议你将那些特定的文件放在某个地方，每次你设计其他的邮寄包的时候再次阅读他们。如果你雇佣其他人为你制作直接

邮寄，我建议你复印(仅此一次，你有我的允许)那些页面内容，并且将这些内容交给你的创作者，告诉他在制作你的下个包之前，考虑下包含其中的概念。

好，咱们继续学习。

你准备开始了吗？你现在将要学会关于直接邮件的最重要的事。我有一个类似的培训课，教你关于如何在报纸和杂志上做广告，但我会稍后的一节里讲。

现在，我们将仅谈论关于直接邮寄的话题。

无论如何，这位盖瑞亥尔波特教授现在将要教给你他的著名的有关A 包，B 包的精彩演讲。它是这样的：世界上所有人将他的邮件划分成二种，我称为A 包，B 包。A 包是信件(或看来是)，B 包包含一切：票据，编目，小册子，打印的公告，同时要有包含销售消息的信封等等。

现在听好：你能做的最重要的事情是，当制作直接邮件时一定要确定你的信件在A 包里！这是为什么呢？大家总打开他们所有A 包邮件，只有一部分打开他们的B 包邮件。

它其实是很简单的，当你花费数千(有时上万)美元去邮寄销售信时，你想要确定收到你信的每个人至少会打开信封。你知道，这简单的事实对我似乎是不言自明的。

当某人想要与我争论时，我总是感到很惊讶。通常你可能期望最具有说服力的是来自“经验丰富”的广告人。

这些人会告诉你，他们发现B 包是更直接划算的，他们其实是错误的。你想想看，他们也许寄出了一封个人信件（我后面会解释），他们却忘了消除“哦，呸！”被骂的反应。

首先，我们谈论一下 A 包与B 包的区别。

它其实是相当简单的。您想想看：A 包信封看起来像是个人的信件，更像是一个人与另一个人在沟通。最好的(符合成本效益)A 信封贴着一流的邮票。他们的边角上从未立刻显露里面包含的那些商业材料。他们的地址从来不是标签式的，并且他们很少夸大或做成奇形怪状样。

想要看个例子？那就看看。

刚才那个信封，它是简单的白色#10 号信封与一流的邮票和在边角上写着发信者的姓名和地址。

下来将讲关于图形设计的内容！

现在我们谈论 B 包信封。它是什么样子？你已经知道，你会看到成千上万

的人，它们通常是带有标签地址的，并且他们通常包含乱七八糟的内容，得奖图表，相片，选择窗口，“Miami Vice 的颜色”，一个大的印刷标志或者印刷的一流标记（直接邮件最愚蠢的错误），其中所有的一切被误导为直接邮件“专家”，可能他认为那会帮助到他，让人们打开他的信封。

这是非常让人伤心的。

现在我请你想像，一个非常忙的男人(或妇女)到他的邮箱那里，发现大量的 B 包邮件。你能想到吗？你会去看那一大包创造性的“收藏”吗？你会去看所有这些开着口的信封？看到一个就说：“这对我是非常重要的吗？”

在这些邮包里，假如你看到的是：《时代生活》提供的藏书”；看到一个有（噢男孩！）三个窗口的信封；你看到一个包得臃肿的里面放着很多宣传印刷材料，就像为了弥补第一册的不列颠百科全书一样；你看到一张饥饿的乞丐儿童的照片；还有一些可爱的小消息，说：这里是个好消息：亥尔波特家庭和其他人一样居住在8033日落大道附近！

只要看看这些混乱的样子！你猜会发生什么事？

当一个很忙的男子(或妇女)到他的邮箱并且发现这样收藏品的时候，你能否猜到会发生什么？面对所有这些材料他会做的第一件事情是什么？猜猜看，我打赌你猜不对。

好，让我们看看答案。你是否猜测人们做的第一件事情就是把它扔掉？如果你这样想的话，你就错了。

你想想看，人们将做的第一件事就是快速的浏览一下看他是否收到了任何 A 包邮件。之后，他拿走他需要的！

现在，在我继续之前，我想要承认他总不会扔掉所有的东西。如果有引起他注意的信件，假如他正在等待从哥伦比亚唱片俱乐部来的邮件，可能他将打开其中的一封信看看里面有什么东西。

好的，如果将信件放入 A 包是你能做的最重要的事情的话，那么你能做的下件最重要的事情又是什么呢？答案很简单，下一件最重要的事是：**确保你的信件留在A 包里。**

这里是我的意思，假设你的潜在客户得到一封看似像 A 包的信，我已经描述过的那种。听着：毫无疑问这样的信封将会被打开。它看起来更像是个人信件，它用的头等邮票，它不含有明显的销售消息。

总之，它是一个私人信封的优秀例子。

然而，当他打开信封后又将发生什么，因为他发现了一大包和生活无关的东

西(不涉及他的叔叔、阿姨、内弟、姐夫，舅子等)? 你知道我在信里说什么吗? 我在谈论五颜六色的小册子、定货单、巧妙得奖的“棘手问题”，口哨、响铃、小笛和一则关于里根总统的个人消息。

那么将会发生什么呢? 我肯定你已经知道，我们的潜在的顾客将说，“Oh，天哪” 并且，很可能他将仍掉这些东西!

不过，这里有一个更好的方式。我要你想象，当你的潜在顾客打开A 包信封时会发生什么? 不是看见“乱七八糟的图表”，他看见的东西是一封简单的信件和一个信封，以及这样的话语：“请马上打开这个信封，阅读此信，谢谢!”

下面将发生什么呢?

很容易的就知道，你的潜在的顾客将开始读这封信看看里面是什么内容。然后，如果你很有本事，你的信将引起潜在客户的注意，你的产品或服务会激发他的兴趣，吊起他的胃口。然后，它就会打开密封的信封，并且看更多的信息和内容。

当他打开被密封的信封时他将发现什么呢? 其实没什么特别的。他像在B 包里会发现完全一样的材料(指令卡片、小册子、回复信封等等)。但不同的是什么呢，最大的不同是什么时候看到这些材料，时机很重要，销售就像诱惑。

如果你想要与一个女人上床，你需要时间让她同意。如果你立刻要求她，她很可能认为你是变态，她就不会离你。所以，你需要时间让她更多的了解你，你和他一起吃饭，约会见面，等到她对你产生好感，然后，我的朋友，这样她同意你的机会就多了。

因此，销售也是一样，不管是面对面销售，直邮，电视，广播，报纸广告或其他。如果你前期引导你的潜在客户让他感觉很舒服，然后在提出销售的关键问题（“你要买我的产品吗？”）之后，你的成交率会很高，很高的!

不要当受虐狂!

有一个老笑话，内容是关于有一个男人和他遇到的每一个女人。一见面便要求和人家做爱，并且，当他的朋友问他时，“你是不是挨了不少耳光”，他回答，“是的，但我得到的幸运也很多啊!”

那么，在我看来，那个人是个天生的受虐狂，但他也有它的需要。你没有必要为了生活中的那点浪漫，而被打耳光。当然，你用直接邮寄为了获得更多的订单，就需要受到多次的拒绝。

一百万美元的例子!

看一下： 这里将用一个真实的故事来说明我的观点。

不久前，有人找到拉斯维加斯去帮助一个遇到麻烦的人。是Sanders 上校的侄子，他继承了很多Chicken 上校的钱，他投资了很多高价维生素现在没法卖出去。维生素在仓存放着，他和他的伙伴想知道我是否可能用信件推销的方式将他们卖掉。

说句实话，我不是很感兴趣，我是非常，非常的感兴趣！

而他对我不是很感兴趣。他说他的邮寄信件已经起作用了。他说他每个月邮寄300,000 到1,200,000 封信件，并且获利颇丰。你知道我告诉了他什么？我告诉他，他的邮寄是很可怕的，他应该有目标的邮寄正确的信件到正确的人群。我告诉他，如果他会让我重做他的生意的话，会产生意想不到的结果。

他同意让我尝试。他给我开了一张大额支票(我爱那个部分!) 这样我们就成交了。然后我上了飞机回到了L.A. 在仅45 分钟后，我在飞机轮子着地之前就完成了构想。我设计了看起来像是个人信件的信封，这样，我的顾客就可以继续读下去。然后，我设计了像与个人私人谈话的内容，这样读者就可以继续读下去，直到看完信为止，那么这个设计真的起做用吗？

这一切都不是理论。

我告诉你的一切信息都是经过测试并且是被证明了的。在这种情况下又发生了什(使用同一个销售方法和几乎相同的词)，每个月将收入\$96,000.00，用45分钟的工作时间换取了每年一百万美元的收入。案例结束，演讲结束。

**继续前进。谢谢阅读前面的那个部分。
现在，如果你允许，我将继续下去。。。**

让我们回到我刚才在这封信件中介绍 A 包、B 包的地方。你回忆一下，我正设法与我固执的妻子辩解，因为她认为有自来水和电使用，要比做另外一个直接邮件测试更加重要。无论如何，在我想到关系到我“生死存亡”的信件，应该至少“看”一下自己，我认为他的前途是美好的。如果我的销售信函可以用其它的方式出现，实际上我已经找到了个别的类型（那是我得到的结论）：

如何使用虚拟的计算机信件（电子邮件）！

请注意：这部分读起来将会很有趣！

现在回到正题。最近，计算机信函开始引起直销社区的注意。刚开始的那一封其实是很可怕的。它看起来不像是一封私人信函而更像是一封宣战书。但后来，一位名叫Yochim 的天才利用IBM 计算机程序就象最终开发了一封真正的看起来像是被键入的信件的计算机信函。

猜猜发生了什么？第一份计算机信函平均增加了 300%的订单率!但要注意两点。一是很少人会制作那些计算机信函，并且运用编程的方式和制作信件也是

一般人不懂的。

现在记住，我的头脑又回到了我打算制作“生死攸关”的直接邮件包裹，我创造了一大堆以“亲爱的先生”或“亲爱的居住者”开头的信件。

有一天，天气很好，我在报纸上读到了一篇改变我整个一生的新闻故事。它是关于一个瘦弱的老妇人以非常简单的方式增加她的收入的故事。她做的就是去当地图书馆找到了一个单一的姓氏，然后通过调查和了解，发现了记录这个姓氏的家族情况和背景的徽章。

然后，她做了一张黑白图并把这个图打印在明信片上。然后她把这个明信片邮寄给居住在这个县城里是这个姓氏的每个人。明信片上说他发现了一个记录你们姓氏的徽章，并且这是黑白颜色的。她还说如果有颜色的话将更加好看，并且愿意为读者以低价提供这一徽章。

BINGO! 噢，哇！我的头脑开始思索，“看”，我对我自己说：“可以以这种方式做虚拟计算机信函！那么我做的是从一些大城市中得到一本电话簿（要找到目标客户），然后排除其它的姓氏，我开始写入这个姓氏“亲爱的安德森先生”。然后编写这个销售信。

我做了，它居然起作用了！

我从电话簿开始了。后来，我有了一点钱，我的伙伴(丹尼斯Haslinger) 安排让我在伊利诺伊橡木公园与Reuben Donnelly 见面 (鲍伯Harter 那时是我们的售货员；我想知道在他身上发生了什么？) 下面是我们让Donnelly 做的事情：我让他用计算机传输整个文件(那费用大约\$70,000)并且将那些名字按字母顺序排列。

顺便说一句，具有讽刺意味的是，由于新的邮政规定，按字母顺序排列你必须提供邮政编码。

第二部分

如果你没有要销售的产品

如何无中生有得到它

不能在拖延了，我要向公众感谢这些人： Gary Bencivenga 送给我一本亚当斯；托马斯写销售信给我；丹肯尼迪的演讲磁带；G 李罗伯茨夫妇的“蓝皮书”，和卡伍德的一个宏伟青铜鹰。

这里就不提那些为我写了好多的好的推销信的朋友了。上帝保佑你们！

在我这个月开始之前，我经常接到的电话或信件上问这样一个问题：“你做过演说吗，并且你的演说是收费的吗？”答案常常是肯定的。我经常做演说，并且我不收取费用。

我所做的是请求由主办机构付我的费用(机票费和旅馆费)，以及给洛杉矶儿童医院写一张支票，无论多少面额。我也要求主办单位能记录下我的谈话内容，我想要了解我自己的情况。

总之，我的演讲是相当便宜的。

现在，我们开始我们的生意吧。

读过时事通讯的大多数人已经知道关于直接销售的大部分内容了。现在，让我们假设有新的学员来问你，想要知道他可能在这一高尚的领域里能够学到最重要的东西是什么？

你会告诉那个人什么？你认为非常重要的是通过直接销售的方式做生意？或者，就此而言，还有其它的销售方式？我们努力的“出发点”应该是什么？我们做什么会使我们的基业长青，会使我们流传千古，会使我们在工作中一直能克服困难，保持微笑？

做这些事情是否有一个关键的重要原则，可以高于一切？你要敢打赌的话，有！而且，我可以用四个词表达它：

出售您爱的东西！

听着： 我一直接到人们请求营销帮助的电话。我喜欢接到那些电话。我喜欢帮助人。我喜欢炫耀我是多么的聪明。并且我喜欢收到那些使用了我的忠告获得了极大成功的人的感谢信和见证。像下面说的那样：

“我把你其中的1 美元的信，修改了一下然后放到了信封里，将它寄给了我的600 位“最佳的”客户。唯一的区别是我在信中放了2 美元（单子），而不是1 美元。请注意：从600 封信件中我们得到了10 万美元！”

现在，写那封信的人取得了长足的进步。他很聪明，因为他听取了其他人(象我)的建议，他愿意测试，他也愿意尝试，他用了很多行销策略，但最重要的是：

他爱他的产品！

他的名字叫弗雷德罗。他出售高质量宝石，由于他真的很热爱他的商品，他将这种热爱传递给给他所有的顾客了。

由于这些原因，我将在这个月教你目录中的内容。我已经决定给他一个免费的方案，去除那些他真正不需要的内容。因此，如果你正在买钻石，红宝石，水晶石(我的喜爱)或其他类型，我推荐你给他打电话：(270) 338-2363。

当然了，并不是请求我帮忙的每个人都会得到我的建议。然而，给我打电话的人只有很少一部分是准备销售产品的。

典型案例：

最近，有人打电话和我说他为了挣更多的钱，在卖报告时遇到的麻烦。

“它是真的吗？”我问到“买你报告的人是否得到了可观的回报？它是否真正能够帮助他们挣很多的钱？”

“没有”，他说“它基本上只是一堆空话；只是我收集的一堆材料，因为我知道这种生意有市场。”

那么，说到这里我已经失去了兴趣。我为什么要关心这镍角钱和他没什么作用的小报告？

多么可悲！

现在，如果你还想听什么的话，请你继续听下去：

没有人能够通过销售连他自己都不感觉到骄傲的产品而获得成功！

噢，我知道你说很多人靠卖垃圾产品而挣到了很多钱。那又怎么样？金钱只是获得成功的一个必要条件（但却并不是最重要的）。通过做霉良心的事情而挣钱（甚至上百万）并获得的成功会让你的生活添上不光彩的事，而失去你的自尊。

好吧。怎么样？如果我教你如何创建一个近乎完美的产品，有时候你的产品能卖到它成本的20 倍，这时候还能说他物有所值吗？是的，那些美观，高档，物有所值的东西将会使你的钱包鼓鼓的吗？不仅仅是那样的，这个产品是很棒的，如果你已经有一个好产品，我将使你的那个好产品更好。并且，更加实用。

换句话说，我们要在这里做的是创造一种产品，这一产品能够创造独特的价值，并且还可以提升你已有产品的价值。

让我们开始吧！

这里你已经有一张相当全面的运作材料。如果让我制作这样的清单，一个简

略的版本将包括：

滑雪锻炼

公众演说

浏览书店

潜水运动

两只小猫

我的时事通讯写作

我坐着小船做白日梦（我刚刚购买了喜欢的潜水船，从旧电视剧系列SEAHUNT主演劳埃德·施内格尔那里）

看着孩子们兴奋

制作电视节目（好像我的儿子，凯文，在前年的一个星期五出生的，我喜欢它。）
等等等等。

现在，你应该做的是制做非常全面的同一类清单。

需要花点时间来做这些事情。这不是无聊的说教。这是如何在市场上取得巨大的成功的关键一步！

好，现在假设你制作了你的清单，并审查了几次之后，下一步就是到当地的图书馆去查阅下面的出版物： 标准期刊目录，由牛津剑桥通讯公司出版的；SRDS 名单手册和SRDS 的商业性出版物，第 I 部分 (贸易杂志)，第II 部分(第二类)，第III 部分(国际直接推销明信片)和SRDS 消费者杂志。

现在，比较一下你收集到的材料和你的分类清单。我们在这里要找出来的是你愿意与其他人分享你的思想和激情。你发现里面有很多东西都是你特别喜欢的，如果很多人从你的清单上分享了你的热情，同时也就造就了你可观的市场收入。假设你对收集古董缝纫机特别疯狂的话，很好，我的朋友，你在这种情况下你将只能自己独享。但是，如果你像我对滑雪的热爱一样，那么你会发现将有很多人分享你的兴趣。

例如，可以将上述的参考书罗列下：

可利用的邮寄列表

- 1、滑雪邮寄列表： 在洛杉矶、加州参加滑雪的名字， 总共有： 39,128. 人
- 2、滑雪选手按年龄和收入： 为他们做一份问卷调查，说明他们的滑雪兴趣和生活方式等情况；可选择调查的信息有：性别、职业、婚姻状况、住房、信用卡的使用情况和小孩子的年龄等。

总共有： 2,640,622 条.

- 3、滑雪爱好者： 这个在唐纳利市场，大编译器之一的。总可用： 514148

专门讨论滑雪的出版物

出版物名称

-
1. 滑雪企业14432
 2. 滑雪行业新闻11781
 3. 滑雪杂志440083
 4. 滑雪美国400,000
 5. 滑雪的X ç 160,000
 6. 滑雪者目录160,000
 7. 滑雪440537
 8. 犹他州滑雪100,000
 9. 滑雪场管理3,624
 10. 滑雪公元前（不列颠哥伦比亚省）75,000
 11. 滑雪比赛东7500
 12. 滑雪产业公告12000
 13. 滑雪专业（无保监会。提供）
 14. 滑雪魁北克（无保监会。提供）
 15. 滑雪店圣经产业指南（无保监会。提供）

继续我们的收集。。。

有滑雪足迹，滑雪世界，加州滑雪律师，滑雪提倡者，滑雪在欧洲、西南滑雪者、学生滑雪者、Sugarloaf 杂志等等。

我们现在做了两件非常重要的事：

(1)、我们已确定了你热爱的一个领域，并且(2)、我们确信你可以与其他成千上万的人分享你的热情。听起来像给我规划一样。

最后，步骤（3），我希望知道它应该对你有什么启发了，你会发现，可以将你的爱好，或者自己喜爱的东西分享给其他人并且通过这样的途径获取成功。

假设这里对你有什么启发的话，应该是卖给这些对滑雪感兴趣的这些人他们喜爱的产品。你应该发明一个新型的滑雪靴？你应该开一间滑雪小屋？制造滑雪衣服怎么样？

哇，这些事情太难了吧。让我们出售点别的东西吧，这样更加的容易一些，一些对自己有益对顾客更加有好处的事情。

但首先，让我们先休息一下。我想要给你讲一个故事。

从前，我在迈阿密遇到了一位男子，出版商委派他写一本关于如何不增加体重就可以戒烟的书。他告诉了我书中的秘诀(吃胡萝卜，口香糖等) 实际上只需要短短的几页就可以解释清楚的。因此，他不得不添油加醋，增加书的厚度，说明为什么抽烟是有害的。

当然，我这里谈论的是那些愚蠢的美国人民。但有很多聪明的家伙意识到的

人们的时间是很宝贵的。他们可以利用时间来挣钱，这些人想要得到准确，精炼，严谨的信息。并且，他们愿意为其付出代价。

嗯，我现在引起你的思考了吗？

千万不要有这样的念头——去推销您感到羞耻的产品，为什么呢？除了考虑明显的道德方面之外，你有千万条你不能容忍的理由去这样做。

嗨！现在你还支持我吗？

好，现在就讲如何去做：我们去当地图书馆（我去了美丽的市中心伯班克）去看那里有多少关于滑雪的书（该伯班克图书馆目录上有41本），接下来，我们在咨询台上再查找相关主题重要的图书目录。

这是本巨大的两卷的目录书，由纽约鲍克公司出版。它基本上包括了所有的信息。现在，让我们到滑冰那一栏然后看一下有什么列表？您相信吗？这里有130个书目。

翻、翻、翻。然后我们翻到滑雪读者指南期刊，查找到滑雪，在这里我们看到上百篇关于这方面的文章。

然后，让我们再去镇上最大的书店里，看一下那里有什么书在那儿。把查到与滑雪相关的期刊杂志、文章找出来。现在，听着在你找到这些之后，你需要做的就是把这些材料都买回家。

总的来说就是，你从图书馆查出一堆这些书，然后再到书店把这些书买回去。

现在，将你自己锁在一间屋子里，开始阅读。然后读一些就停下来，去回顾一下所有的题目。你有很多的题目不是吗？然后再回到正文当中，然后再回到题目当中.....这样不断地循环往复。

BINGO!

好的。这里教你一个“啊哈体验”。这就是说：“啊哈，我有了一个很棒的想法”。然后，你可以根据这一想法去做一份书面报告，告诉滑雪者这是非常有价值的东西。

也许是：如何天天练习，习惯于它！

或者：10种获取打折滑冰器械的方法。

或者：如何在拥挤的情况下滑冰

或者：17种提高滑冰技术的捷径

或者其它任意的什么都可以。

那么现在你就有一种你可以用其带来巨大财富的产品，你对该产品感到非常满意。同时提供了真正的有价值的资讯。

圣诞快乐
上帝保佑你！

Gary C. Halbert
盖瑞·亥尔波特

P. S. 我们俄亥俄州阿克伦遇见过这样一个人。这家伙将自己的兴趣发展成了一项1000 万美元的生意。他所做的就是让一大堆中年妇女们制作飞机模型。他将这些模型卖给那些喜欢模型的人，让他们放在自己的办公桌或者家里的桌子上。或者电视上。

P. P. S. 朋友们，他们在出售自己非常喜爱的产给喜欢的人们。你从中体会到什么了吗？光读上面的例子用处并不大。你现在得考虑一种和你目前销售相关的产品并创造出来，并给其打广告，然后以附属品的形式将其卖出去，这样做有两个目的：

（1）、它可以促进你原来商品的销售；（2）、如果你还没有正式的新产品，那么你可以顺便测试它一下。

P.P.P.S. 现在，你能相信书上所列的13 种反常性标题吗？是不是脑袋进了水的人写的呢？或者认为这又是一个新的并果游戏的杂志？或者至少是人们喜欢获取财富的两本杂志？（合并保监会：42808 ）

想知道的话，就请看我下面的内容。

第三部分

如何得到你所需要的钱来开

展你的项目

而且一分都不用借！

我的通讯销往世界各地，同时我的许多追随者都获得了巨大的成功，也赚了不少钱。这些人经常与我保持联系。他们经常问我有关他们生意的方方面面的问题。他们有时会问是否应该雇佣一个人。有时会问我现在的市场是否可以再拓展一下，有时会将他们的广告和推销信发过来让我评价并修改一下等等。

然而，最常见的问题，有人问我的是：如果他有个非常新的好点子，看有谁可以投资。

现在，让我告诉你：如果你有一个完全未经证实的想法，你希望来运作，这个我帮不上你。换言之，如果你有好的想法，测试收到良好效果之后，朋友，我会将你的想法推荐给别人，让别人投资你的事业并且从中分红。

请注意，测试你的想法需要花些钱，但当你读到本书第五部分时，你将会学到如何在报纸上以最低的价格测试你的广告。如果你真想要花招的话，你可以用第九部分提供的信息去免费发送几千封推销信。

此外，如果你决定要通过“常规”直接邮件测试你的想法，你愿意做大量工作的话（地址、密封、封装等），它会花掉你大概1500 美元。因此，无论如何，你做了测试之后，然后有了实际的数据的话，你就可以给我写这样一封信：

亲爱的盖瑞：

前段时间，我有一个想法：想出售我妻子写的关于“如何不节食就可以减肥”的报告，于是我在报纸上登了广告来出售这篇报告。我在波敦克日报上打了这则广告，这则报纸发行量为53,000 份，广告费为1200 美元一次。我以12 美元的价格再加上1.5 美元的邮寄费出售这则报告。其它的费用约为3.5 美元，这个有我自己来出的。因此，每份订单的毛利大概为10 美元，我从220 份订单中获得了2970 美元的订单。

以 3.5 美元的价格去处理每一份订单的话我共需要花掉大概770 美元。因此，我一共的花销为（770 美元做订单，1200 美元打广告）共为1970 美元，从我2970美元毛利中减掉开销话就剩下了仅仅1000 美元了。

请让我知道，您那是否有人感兴趣加盟上面这个项目，来分享利润？

此致
某某人

好吧，当我从你或其他人那里收到这样的信，我所做的就是很快将这则信发给我的关系网中的投资者，通常有人会很快采取行动。

想想看，如果您需要资金来证实您的想法的话，我欢迎您的来电。顺便说一句，我的电话是：（305）534-7577 我的传真号码为：（352）861-1665

第四部分

如 何 让 电 影 和 电 视 明 星 开 始

帮 助 你 销 售 产 品

本节是盖瑞亥尔波特 9/1/88 信件里的完整全文

有些人喜欢潜在水下摄影，另一些人只喜欢潜在水下欣赏风景。还有一些人则喜欢水下侦探看是否有沉船，等等。

这可不是说我，我喜欢做的事：肆意屠杀！

我告诉你，没有像进入水下60英尺深更加迷人的事情了。在没有威胁的情况下，你呆在下面一直到水下那些生物感到你并无恶意，并且他们试着接近你时，你杀了他们！

哦，天哪，我多么的爱他们啊！

然而，无论如何，就在这个夏天，我与波莱特一同在佛罗里达群岛的桑布雷罗珊瑚礁下面潜水，我们带着鱼枪，准备杀鱼。不久，我看到了一条愚蠢的小热带鱼从身边游过去，然后，我抓住它又像垃圾一样把它扔了出去。

突然，我发现了“战俘”，一条鲷鱼，然后“砰”一声我就杀了它。

现在，我和波莱特比赛杀鱼，然后把血腥斑斑的鱼放到包里。我们喜欢这样去感受杀鱼的乐趣，这时，我又和他抢着杀了两条鱼。正当我们一起高兴游的时候，一条鲨鱼向我们游来！

波莱特该怎么办呢？上帝保佑她！她抓住我的肩膀，指了一下那条鲨鱼，然后让我把枪对准它，然后她拿起工具包。

天哪，什么也没有发生。过了一会，那条鲨鱼游走了。我们继续前进，当我们回到船上时，我表扬了波莱特，我告诉她刚才做的非常正确。不管什么时候，我们碰到这些讨厌的大鲨鱼时，你的责任就是清楚谁拿着装满血淋淋鱼的袋子并扔掉它。这是一个真实的故事。我发誓！

现在我告诉你一些事情。无论你已经潜水多少年了，无论你认为你有多么的勇敢，鲨鱼永远是你要注意的东西。

上个月，我告诉了你的第一份工作。如果你想卖东西给人们的话，要引起他们的注意。我现在透露给你的秘密就是如何通过写“杀手”标题来达到上述目的。知道了吗？

好，但我还没有讲完，这个月我准备将我的业务稍微拓展一下，然后想一两个类似这样的“鲨鱼”题目，将会获得注意。这些题目并不适用于所有的情况，所有的时间，但一旦他们适当的话，就会对你的市场战略产生极大的提高。

那么究竟什么会一直引起人们的注意呢？答案就是：

性感美女的热辣图片！

但小心一点。如果没有做对的话，在广告上放性感图片会惹火上身的。思考

一下花花公子频道的困境，你就会发现他们所提供的镜头没有达到今天X-级的电影和视频黄的程度。这就是生活，实际这样对花花公子很不利。

不管怎样，我想告诉你一条很好的标准。利用性感美女图片去吸引人们的注意力，但要把握界限，不能太放任了。同时你要知道，无论你的图片多么的温和，使用性感女人的照片都会冒犯一部分人。因此，如果你是那样的人（或者在为那样的一群人工作）那么你就是在冒险故意冒犯别人。所以，你绝对不要用性感的照片在你的推销中。

另一方面，在我的一些特殊的志同道合的读者（说笑而已、说笑而已），使用这种照片（如果你是做正确的事），可以迅速达到你的目标。

那么，需要做的第一件事情是什么呢？很简单，就是在你的广告中利用女性的权利。

你看到一个漂亮女人的照片，实际上她本身并不一定美丽。我就有个非常有趣的经历。我想在占星术广告中用一个模特，但我只是见过他的照片，所以我想见见她本人。摄影师说好的，没有问题。他说他正在准备一个会议，但我必须做好心理上的准备。

但我从未有过的震惊！这个在照片上看起来美丽的姑娘实际上是个“飞机场”（我已经很仁慈了）。我坐在办公桌前用一只眼看着她的照片。然后，用另一只眼看着他的本人，我简直难以置信，他们居然会是同一个人。

与此相对的就是，有许多很美丽的面孔在照相时却常常很难看。因此，不要爱上一张面孔，除非是在照片上也是很美的。说到美丽的面孔，女人身体的什么部分最吸引男人？您能猜到吧？

我想你猜不到的，研究发现，女人最吸引男人的部分是一张俊俏的脸。想不到吧？

继续学习，所以无论如何？波莱特和我经常在洛杉矶的一条叫咖啡街的地方溜，那个地方很干净，距离娱乐中心地带很近，所以墙上到处贴着非常多明星，非明星以及即将成为明星的人的宣传照片。

有一天，我们走出去，面对这些数以百计的照片而无动于衷（像往常一样）。我们走着走着，突然有一幅画引起了我们的注意。你知道，这是谁？是已故的玛丽莲梦露的画像，她非常上相，看着她的照片它似乎在和你说话。这张照片就有这种效果，它贴在LA 咖啡公司的墙上。

希望一些证据？只要看看另一张画像，你就知道了。你相信吗？我认为如此。

顺便说一下，另一个画像上的女性叫乌鸦艾迪布尔，在图片上宣传她的唱片专辑名为“亲吻男孩”。波和我都被她所吸引，想去了解乌鸦艾，不仅她的照片让人梦魂牵绕，她本人也是一个非常漂亮的女人。

这个结论就是：她的照片真的会吸引你的注意力。没有它的话会怎么样？

当然，使用瑞文照片或者其他一些上相夫人的照片，在你的促销活动中使用，也会引起客户的注意。但请你小心，如果你是向老太太销售圣经，或者，你卖的是一些不好的衬衫假的东西，你会收到一些反对的声音，当然，你也不应该这样做。

这是一个判断的方式，你可以做到这一点。

那么，你从哪里弄到像乌鸦艾迪布尔那样的女人来做你广告中的照片呢？是不是很迷惑？

很简单：只要在黄页里找一下模特代理商，然后你就可以找到。

现在我就坐在受着女权主义者们的谩骂。他们说我是歧视女性的猪，我可以想到亚当斯伊丽莎白女士都出来了。

来自马里兰州巴尔的摩市的信，写到：

亲爱的卑鄙的家伙：

我一直都在怀疑，你是一个在泥泞里的猪。现在，我发现这是真的。

请莉斯别这样。因为我并不应当被这样对待，因为我确实是个好人。我只是做了让莉斯，艾丽西娅，埃文斯等美丽的女士们不高兴的事情。我想我必须得提一下事情的另一方面。那就是我也会使用像男人们的身体的。我做这一切都会冒犯甚至是我自己的人的。

但我的工作不是当法官，我的工作是如何帮助你挣钱。所以，我要对你说：前些日子，我为一个在亚利桑那州的客户做了一项工作并且效果非常的好。那个客户问我有没有能使这项工作更好的方法了。我说：“看，如果你想获得更多的话，为什么你不让一个名人来为你做广告呢？”

他让我去做这件事。

于是我为他找到了在王朝中扮演 Krystle 的前夫的Geoffrey Scott。后来我们使 Geoffrey Scott 成为了广告明星，而且我们的总利润增加了不少（大概增加了15%至20%），这反过来又意味着净利润有着更为显著的增长，因为一旦你的制造费用固定，那么总利润的1%的增长很渴能带来净利润3%的增长。

顺便提一下，增长的前提是 Geoffrey 的照片要在上面的图画上，Paulette 认为这个人长得不错，但是我不这样认为，你觉得呢？现在注意听好了：

如果你要把名誉用于追求利益，你必须具备一种“思维模式”。

例如，在我看来，一些人从百事可乐转向可口可乐（或者由可口可乐转向百事可乐）是因为迈克尔杰克逊或迈克泰森，从而选择其中的一种而不是另一种。

另外，我认为利用某人的“扩展价值”能够很好的促进邮购或者直接反馈的购买方式，因为它们都很有魅力和...

能够促进证明！

我将前面说过的再说一次，人们不买你的东西的第一个原因就是：**他们对你所提供的产品不感兴趣。**

然而，一旦你克服了第一个障碍。那么，第二个他们不买你产品的原因是：**他们不相信你的产品是真的。**

因此，名人所能做的，就是增加你产品的可信度，能促进你更多的销售。

你要知道我为托娃博格宁做的化妆品广告就取得了巨大的成功？不是吗？
嗯，埃尔斯在这广告中起到了非常明显的作用。

如果你问我，人们为什么会买这产品？我不会说有人用了这些化妆品，他们看起来就像埃尔斯特博格宁。而实际上，名人埃尔斯增加了广告的可信度。证实了广告的有效性。使它们更加可以信赖可以相信。

那么，用名人做广告需要多少钱呢？

那没有固定不变的价格。但你首先要保证，你所请的那个名人是一个“通情达理的名人”。相信我这样的人其实很少。

我们都知道，制做一部电影或者电视广告需要很多人合作才能完成，需要写作、制片、导演、电工技师、摄影人员、灯光技师和一系列的其他人。然而，有许多荒唐的名人就认为太阳出来、降落、所有的电影的成功只是他一个人的功劳。

正如，马龙布兰德说过的那样“演员就是那样一种人，你不谈论他们的时候，他们就不会再听”。

同时，正如盖瑞亥尔波特所说的那样，“**不要去付100 万美元用任何的明星或明星机构去给你做广告。你不需要那样的，因为他们不能为你保证任何事情。**”。

一个典型的例子可以说明：去年，他们在有线电视上制作了一个非常重要的净水器广告，他们动用了迈克尔兰登等一群其他明星。我从内部消息知道他们花了大概250,000 美元，但没有起到任何作用，如此糟糕。

多么悲惨啊！

很简单，实际上他们只需要花 20%甚至更低的费用就可请到很好的明星并且起到足够的效果。

顺便说一下，你知道吗？只有1%左右的演员是在通过他所选择的演艺职业维持生存的。绝大多数的演员都有自己的第二职业的。甚至许多很出名的演员也是这样，从而他们可以增加自己的收入。

我这里想说的就是：你可以做一些工作，花 10,000 美元或者更少去请到“通情达理”的名人，特别是如果你提供一些“胡萝卜”委婉的去处理。比如，如果做这些工作为你增加了销售量，你可以再让她得到一些不错的奖金。

现在，让我们谈谈你如何去接近名人。

我能想到的最坏的方式就是打电话给他\她的代理人。代理人其实是很贱的。一般来说，我将他们归类于法官之下，杀人犯之上，他们的斧头砍的很厉害的。我认为，代理人这可能给他们带来更多的客户！

你要找那些快没有饭吃的明星，至少六年没有工作了的那种，那种想要在激烈的市场竞争中取得一线生机的。如果你找他们的经纪人，他会向你列举不可思议的收费，他让你觉得你在问他工作室的情况，而不是在谈一个明星！

也许，你会忘记和他聊的整个事。。。那个明星也全然不知道你们曾经有过这么一席谈话。但请记住这些：如果以书面的形式给出报价的话，他们的代理人会出于伦理的角度，将你的报价书递给他们代理的明星。

现在说的具体一些：

如果你有兴趣聘请一位明星的话，你应该做的第一件事情就是，拿到一本演员协会的电话本。这本通讯录的价格为75 美元加10 美元的邮递费，每四个月更新一次。你可以从下面的出版机构订购他们：

电影科学艺术学院。

8949 号弗利山压加利福尼亚州90211-1972

电话：（310）247-3000

传真：（310）859-9351

电子邮件：ampas@oscars.org

www.acadpd.org/infoaboat.html

这一项地址内有 4 卷进内容。每页内容里有8-10 位明星的情况。明星们可以分为——一流女星，菜鸟女星，一流男星，菜鸟男星。男角儿，男喜剧演员，女喜剧演员，小男孩和小女孩等等。总共我算了一下在1987 年那年大概有15840 位男女演员。

现在，在考虑与他们取得联系之前，请先考虑下面的问题：这15000多人中，只有200 人可以挣到足够的钱去支付他们的租金。

所以，你看到的通讯录上有每位男女演员的照片，同时有他们的名字和电话号码，以及他们的代理机构的电话号码，还有他们经纪人的电话号码，以及为他们接电话的机构的电话号码。这里你可以给这些明星留言。

呼，哈，哈！您正在开始得到这些照片。

现在你要做的就是一页一页地翻这本通讯录看有你中意的明星没有，然后有的话就写这样一封信：

亲爱的名人：

我关注您的代言机构并写信给您是因为我想在一则广告中请您出面。

我的预算开支为：先支付您 10000 美元现金，而做这样的工作大概只需要花您30 分钟的时间；同时，一旦广告获得成功，那么依据版权我将支付您几十万元的费用。

此外，由于最后期限，我希望最好是在下周内得到您的回复！

因为时间紧，我分别给您的代理机构，经纪人和您个人等各发了一份。

真挚祝福

约翰琼斯

相信我朋友，上面这封信件会被采用的。

顺便说一声，如果你做了很多直接邮寄的业务，你应该特别考虑使用一些“明星”，如果你在信件上使用了某个明星的照片，那么你很快就可以将你的对手击败的。

最后一个问题，如果你想在你的邮件里使用一张罕见的特别漂亮照片，引起他们的注意力的话，那么，在这种情况下，请不要将照片放到信笺上。不，这将是不客气。可以把照片放到签名的下面，直到你的读者看完你的信息，不然放在上面会迷惑你的读者。

此致

盖瑞亥尔波特

一位“善良的人”

P.S. 如果你想见到杰弗里.斯科特的话（一个用上面的钱数就可以雇到并且心智正常而且看起来也很好看的家伙），你不想做繁琐的事情的话，直接打电话给我即可。电话：1196497033 1196384929

P.P.S. 另外两个获取明星的渠道就是英格尔公司，贝弗利大街8111号308 房间；洛杉矶，加州：90048（213）852-0300 和Don Camp（213）281-6970

（编者注：如果上面的联系方式不好使的话这里有其它可选择的联系方式如下：
派拉蒙娱乐公司（888）286-1717，
www.paramountentertainment.com/index.html;

好莱坞促销公司，斯科特邮政局邮箱号：
1138.ashlcn,ky41105 www.paramountentertainment.com/index.html;

飞溅名人促销会，邮箱号：250 奥兰治湖，佛罗里达州32681-0250
www.splashcelebritypromo.com

互联网促销会，PM 促进会，东部235 待。
电话：（212）722-1744，传真：（208）728-6456 sc104@mail.com.,
www.pmpromotions.com.)

P.P.P.S. 当你使用了名人像Raven 和 Geoff 等名人为你做广告之后，你就可以任意地使用他们的肖像，可以在杂志上，像花花公子那样等上面使用，也可以在电视和电影等各种其它媒体中使用他们。

第五部分

一个惊人的秘密，
如何使你的报纸广告
收益增加 750 % !

这一部分选自盖瑞亥尔波特 8 / 1 / 87 时事通讯的全文

在我的职业生涯中，我曾经写了大量直接有效的整版报纸广告。事实上，正如在上个月的信中所提到的那样。有人曾经计算过，如果我的所有广告让一家广告公司来做的话，那么这家广告公司的规模将是全美国第三大报纸广告公司那么大。

他们告诉我说，那将是仅次于 Delta 航空公司的规模。

那是真的吗？我可是真的不知道啊。听起来好像是有点牵强但是有一点是可以肯定的，你可以使用我已经学会的如何使报纸广告给你带来巨大回报的策略，这是为你的公司赚一大笔钱的非常好的一次机会。

你正在从事直接邮寄的工作吗？如果有的话，并且是那种要求有很广泛的客户群体的那类产品的话，毫无疑问你一定要考虑一下在每天的报纸上做测试。

其实这样做是很容易的。你可以将原来写好的产品销售文案，将其修改排版后放到报纸上就可以了。

这样不仅容易，而且费用低。你可以将其投放到类似洛杉矶时报或劳德代尔堡新闻日报上，做一个整版的广告测试，花费不会超过 3,000.00 美元。

它不仅价格低廉，而且方便，快捷！我通常会在周一收到客户的反馈，然后在下周一将整版广告发出去，仅仅 6 天的时间。这样，你就可以很快的看到你的结果。

如果你接到了电话订购的话，你就可以知道，在你发广告的当天，就收到了效果。如果顾客是通过邮件的方式来订购的，你得到的回复也只是很短的几天时间而以。

现在，你知道了整个运作流程的话，直接销售呢？

为什么不在报纸上使用这是同样的老故事：他们不知道如何去做。

他们想找这种机构来帮助他们，但并没有这种广告机构。你知道吗？在美国还没有一家广告公司知道如何在整版报纸广告中确保带来最多读者的。

我可是非常乐意去接受这样的挑战。如果你认为我是在自夸的话，可以先停止阅读，打电话给你的广告机构（或者电话本上的任意一家机构）然后，问他们如何去做。将你听到的垃圾废话对照本书上讲的作一比较即可。

但是那又怎么样呢？你现在从我的这份信里面，仍然没有学到关于广告的知识。

所以，让我们走进它们的核心部分，听着：人们常常说，进行投资的三个最重要的因素就是：（1）、位置；（2）、位置；（3）、位置。

听我说，人们第一个顾不上看报纸广告的原因是，报纸太多了！每天的报纸数量巨大，人们面对的是几百页厚的报纸。最近发行的洛杉矶时报厚达 405 页！

哇，这么多的页数你肯定会迷失在那里，不是吗？现在看，如果你要做广告，通常广告公司会问你要出售什么样的商品。

如果你是卖体育用品的，他将告诉你，你的广告应该登在体育栏。如果你刊登的广告内容为占星术书，它应该在占星部分刊登。并且菜谱在食物部分刊登。以此类推。

实际上，这说的很对，但却很危险，很可能带来灾难性的后果。你想知道大多数广告人提醒我什么吗？它是这样的，他们让我想想看谁经历过三到四次的空手道训练。像这样的家伙都学到什么东西了吗？他们说学到的就是能够一脚把乡巴佬农场的酒吧踹开罢了。

真的。无论如何，记住我是如何站在一个废纸篓前面，通过邮寄的方式与美国人接触的。你记住了吗？好，还有一些你需要记住的东西：

当美国人坐下来阅读报纸时，他们通常是按照自己的兴趣阅读的。有的人会看运动栏，而他的妻子也许关注食物部分；他们的孩子也许会看漫画部分；企业家也许想要企业部分；闲人可能拿起社会页面。以此类推。

但没人会去阅读整个报纸。实际上，几乎大部分的人都不会翻开超过二个或三个部分的内容。难道不是吗？因此，这是我们在打广告时候的一个实用依据，它意味着你必须将你的广告放置在最佳的地方（并且是，最多读者阅读的头版部分）。

第二个最好的地方是版面的背面。

这里是有原因的。你看，尽管大多数人不会去打开整个版面去阅读，但他们都是会翻一下每一版的。是的，他们会翻一翻，如果没有吸引他们的部分，就会把报纸给别人看或扔掉它。

并且，他们浏览每个部分至少会扫视那些首页部分和尾页。虽然他们是大致浏览那些页，当他们看到一个醒目的广告或标题，他们一也许会读上两三段看它是关于什么的。如果里面内容引起了他们的兴趣，他们就会把整个内容读完。并且，整个过程很顺利的话，你就可能得到订单。

所以你的第一个任务就是让你的顾客去看你的广告。不，应该是去让他们阅读你的广告！

我们不难想到，一则在体育栏目里出现的广告，会被所有的体育爱好者看到。然而，如果同样的一则广告出现在前面或后面的任何部分，一可以看到的不仅仅是体育爱好者看到了，那将会是所有浏览这一栏日的人。

我认为当人们要在报纸上打整版广告的时候都会来找我。并且，不管你相信与否，它看上去就这么简单，你学会的是我的核心秘密：

刊登你的广告在前面或者后面部分！

关于前面的已经谈的够多的了，现在，我要告诉你我的第二个秘密！

让你的广告看起来像是一则新闻故事似的

不要让其看起来像是广告，不要使用艺术标题，不要用箭头，不要用美丽的图标，和加黑的字体（电话号码除外）以及各种古怪的风格等。或者是任何其他的平面设计的技术。

来，靠近一点，听着：我将告诉你如何去策划你的报纸广告。想一下，你可能觉得最好的部分是什么？那就是某些记者听到了你产品或服务的传闻，并且到你这里来了解。

然后他对你的这个产品的信息非常的感兴趣。实际上他很喜欢它，于是他回去写了一份报道，来报道你正在出售的产品。那样好吗？当然了，但这样的事情却不会随便就发生的。所以 ...

你要当自己的记者

你应该能够自己写吹捧自己的文章，就像那个报道那样。同时，在文章的最后，你需要对你的顾客声明一下“公众服务”，内容就是告诉你的顾客如何去订购你的产品。但是，做这些的前提是，不要将你的广告看起来像是广告那样的。

**不，不，绝对不要看起来像广告
应该编辑，使其看起来像一篇文章似的**

你是知道的，广告公司喜欢引用一些研究报告，来证明人们是多么的喜欢看广告。

垃圾！垃圾！简直就是垃圾！

编辑的文章（或者是看上去像是编辑的文章）会获得比明显是广告的文章多 500 % 的阅读量。

事实就是这样。

现在，对报纸做非常严谨很科学的测试，通过这些你将会获得另外一组有用的数据：

即：报纸都折了一半是吗？

那么这究竟是在说什么呢？答案是：人们通常没有必要将报纸一页一页全部都展开看。

那么，这是什么意思呢？就是在翻开一家于溉的时候，人们可能只是浏览一下报纸的顶端或者低端，或者前面或后面。

现在，如果上半部吸引住了他的眼球，很好！那是因为你的标题。不是吗？当然是了。

这就是你的广告

别急，如果我们的读者按照版面来阅读或浏览报纸的时候，他会看一下每一版面的下半部分，有没有吸引他的标题，或者广告。

该死，这样不好，不好。所以，我们现在需要做的就是在我们广告的下半部分增加几个子标题（我们的小广告）以醒目的字体印刷在段落之间。

就是这样。

那是什么呢？噢，如果你真的想让报纸为你工作，那么你在那里投资就是对的，这是真正的艺术，相信我。这里没有象某些广告机构（甚至是大的广告机构）所说的那样，有多么魔力的打广告的方法。

这里有一个懂得如何运作广告的故事。

很久以前，在俄亥俄并且在 535 麦迪逊大道北部小行政区，我有一家出版公司。在那时候，我是一个真正的大量购买报纸版面的人。事实上，你可能不会相信有那么多。当时，我公司的一个职员雇佣了一个女孩为他做一些秘书性的工作，这个女孩叫南西。经过一段时间，她就开始为我们公司购买媒体了。很快，她就比我的任何一个董事都做的好，当然了比我也好。

一年多的时间过去了，我的出版公司在几个月前已被出售，然而，南西仍然在继续提高她的购买技能，这里我要告诉你：在购买日报版面方面，可以说南西是这个地球上最棒的！

这里的证据就是：这里有一封南西写的信（我希望我能找出一些办法偷偷说这‘一封信是我写的’）这封信被邮寄给了人部分的报社：

尊敬的广告编辑：

在过去的几年里，我们的客户， xyz 公司，对在你们的报纸上发布广告很感兴趣。

然而，我们机构已经将你们公司的版面费用和已出版过的报纸做过比较。我们发现有必要说服我们的客户把你门的版面列入他们的广告日程表内。做这样的决定主要是基于这样的事实，移就是报纸只有在做广告时才能够收支平衡或者盈利。、就像你知道的那样，报纸只

要能够保持收支平衡的话就会同意发行广告，同时，一旦版面空闲着就只能刊登自己的广告信息，也就是处于等待有人来做广告的待命状态。

空间是否空闲，取决于预定广告的时间排列表，和打广告的难度。

不管是什么原因，报纸一般会插入房子广告或一个公益广告来填补报纸留下的空白。所以，多半报纸为了利用这一空间而没有收入。因此，能够保持收支平衡使得报纸和登广告者都有利。这样报纸在做广告方面就有机会挣到钱否则没有收益。广告商不可能只为了保持收支平衡来做广告。越来越多的报纸卷入待命广告。

所以，在信中提到的是当前报纸所提供的保持收支平衡的备用计划，在这个期间一些报纸会做出一些折扣。我们知道你的报纸在过去没有做备用计划，我们现在想为你考虑利用这一可能性计划。信中内附一整页的最新的订单。

一般备用版面费的折扣为 50 %，而正常情况下标准折扣为 15 %。如果你准备接受我们的提议，那么在广告空闲的时候，您只要拿着这些材料提出你自己的想法，然后刊登我们提供的广告，给你现金支票都可以，然后你邮寄同单据给我们就好。如果你不希望此时参与，那么只需要退回到代办处，并且毁掉这份材料就可以了。

此信有效期为 15 天之内。如果你有任何问题或愿意对我们的客户提供服务，请随时致电。

此致

南西琼斯

所以，你猜一下看了信的会发生什么？下面是答案：

这样就有 72 % 的客户有了回应，同时南西有了更好的价格购买更多的报纸，成为了一个在美国都非常熟悉的广告购买者。

下面列出的只是其中十个客户使用备用计划的广告机构，南西得到的备用计划数：

名称	每日循环	开放率	南西的利率	储蓄
阿贝利娜记者新闻	51070	\$ 3,315.00	\$ 1,823.25	\$ 1,491.75
奥古斯塔纪事	78706	3,919 .02	2,155.46	1,763.56
Bakersfield 加利福尼亚	81145	3,720.78	2,455.72	1,265.06
代顿海滩新闻日报	100232	3,715.7	2,043.66	1,672.08
弗雷斯诺蜜蜂	138453	6,275 .85	3,451.72	2,824.13

拉斯维加斯评论杂志	100011	4,102.20	2,256.21	1,845.99
长滩新闻电报	127078	6,439.68	3,541.82	2,897.86
纳什维尔日报	189755	8,012.19	4,406.71	3,605.48
什堆夫波特时报杂志	99483	6,023.01	3,312.66	2,710.35

注意：这些收支率经常改变，同时这只是南西几百页订单的很少一部分。此外，我只列出了与南西有生意往来的一部分名单，但你放心，她给别人开出的折扣率与这里的折扣率是基本一样的。

现在，我的汽油已经用光了。这所有的一切都是盖瑞先生，文案行销专家在空间打广告的一点小秘密：

- A . 设法让你的广告在一个版面的前面或后面。
- B . 让你的广告看起来像是文章似的。
- C . 为你的广告准备副标题，特别是下半部分。
- D . 买便宜的广告。

另外，南西琼斯的联系方式为： (727) 535 — 7899 , 1 0 0 1 斯塔基路。 # 111 , 拉尔戈，美国佛罗里达 34641 。

最后一点：你是否想知道，如何获得更多的这样的通讯？这很简单，在你自己阅读完了之后，你还得大声的给另外一个人朗读。你会惊奇的发现，这样做的话你就会产生意想不到的奇特效果，你的脑海中会产生许多奇特的想法。一同时你也会将这些伟大的东西传播到全世界。

此致

Gary C . Halbert
盖瑞”亥尔波特
一个脑中自然产生传奇想法的人

P.S . 下个月将是这时事通讯第一周年纪念。所以，它将讨论一个特别问题！相信我。

P.P.S . 你是否为一个被测试的广告或直接邮件包裹需要“启动”资金？如果需要的话，请告诉我。同时记住：对于一个有独特思想的人来说没有什么事情是不可能的。

第六部分

如何得到每个可能成为
你客户的男人、女人、孩子的
实名和地址

如果你了解如何正确使用直接邮寄，结果就可能非常棒，甚至让你取得突破。

我不是在开玩笑。这里有一个例子：很久以前，我写了一个简单的单页信，出售“姓氏研究报告”，告诉你关于你名字的历史和一些其他的事这实（包括图纸），它是最早期你的姓氏被记录下来的不为人知的秘密。

现在，你是否会关心我利用那一页信从顾客那得到了多少钱？结果是非常令人惊讶的，将这个小小的报告卖给了 7,300,000 个不同的人！

所有的一切均来自一封简单的单页信。那算什么啊？

顺便说一句，为了保持运转我们用了 40 个人做银行存款工作，因为，我们一天经常会接受超过 20,000 张支票。

所以，正如你所看到的那样，如果你使用直接邮寄的方式，并且正确使用，那么你会赚到大钱的。

现在，对于这样做而言，最重要的是你的邮寄列表。如果你的邮寄列表是错的话，那么不管你提供多么有吸引力的要约或你的信写的有多么的好，都是无济于事的。

那么你到底应该用什么样的列表呢？这应该取决于你做的是什么样的生意。如果你的生意是像饭店，五金店或者其他的零售店等生意的话，你的选择是非常明显的，因为你所需要的就是在你的贸易区域内所居住每个人的姓名和地址。

换言之，你需的就是一张“本地”名单，像这样的清单是很容易获得的。实际上，如果你所在的城市是一个规模不大的城市，你做这项工作将是很简单的，只需要你打开电话本，黄页即可。

以洛杉矶为例，在太平洋贝尔企业黄页邮件列表之下有 31 个词条。

其中有个公司叫做南加利福尼亚邮件发送列表公司，电话是（800）352-7450，网址是（www.wholesalemailinglists.com）他们有在南加利福尼亚住的几乎所有人的姓名和地址，同时你可以通过邮政编码来订购。

你也可以指定你想要订购的名单，如：只需要公寓里的居民或业主。你可以获得所有的名字，脊椎治疗师，所有的护士，房地产经纪人，税务编制，验光师和许多其他类型的职业。你还可以订购所有船主，企业所有者（按类别）和几乎任何其他你想要的信息。

下面的示例说明如何使用这些邮件列表

让我们假设你拥有一家餐馆。好，你需要做的是订购在南加利福尼亚所有的 6,486 位牙医的姓名和地址，然后给他们发送象这样的一封信：

亲爱的朋友：

因为你是牙医，所以我给你写这封信。我的名字叫约翰·琼斯，我在安妮镇这里拥有一家约翰餐馆，我决定下个月何天对每位来我这里吃晚餐的牙医提供免费的葡萄酒与关食。你想要知道为什么吗？这是一个非常特殊的原因。如果你想知道原因的话，当你来到餐馆之后我再告诉你。

此致

约翰·琼斯

现在你已经为专业牙医提供了你饭店的邀请函，为什么会这样做呢？我不知道啊。也许是你的妹妹嫁了一位牙医？也许是一位牙医为你医治好了疾病。如果这种方法有效的话，为什么不以同样的方式请保险经理人，专业会计师等等其它人也过来呢？

这是一个将你的广告打给特殊群体的一个例子。你也可以按照地域来分群体，或者从船主来分，或者其它什么的。

现在请注意：如果在你的电话本邮寄列表下面没有任何公司的名字，那么也没什么大不了的。你想想这里有一家很大的国营公司，他将拥有你所在区域的所有居民的姓名和地址。所以，如果你现在还没有锁定目标的话，你可以打电话给爱客米信息公司，电话是(888) 459-3282，网址：www.acxiom.com/infobase 或者是东丽列表公司，电话是：(800)-711-913；传真：(203) 552-6334；网址：www.donnelleymarketing.com

顺便说一句，除了这些你还可以去参加汽车年展。你知道是什么意思吗？是这样的，这就意味着你可以拥有“法拉利”“雪佛兰”“福特”等品牌公司的电话本列表等等。

好的，上而我们所讨论的是有关编排列表的内容。另外一种列表是我们称为“购买名单”的列表。这种列表通常很有针对性，但是，本身却不具备地域性。购买名单举例来说，可能会包含着最近几年成千上万的购买某一种特定食用产品的顾客。或者可能是，通过邮寄的方式购买书或者其他产品的顾客。

这里有两大获得这种列表的来源。第一种是标准数据列表 (SRDS)，这是一本巨大的书，内容包括各种名目繁多的列表。你们当地的图书馆也许会有这本书（只要查找 SRDS 直接邮寄列表数据即可）。如果没有的话，你可以直接打电话给：(800) 851-7737；传真(847) 375-5001。

另外，我强烈建议你把这列表拷贝一份出来，(因为它老在更新)，然后花 20 个小时将其阅读一遍。相信我，它将令你大开眼界。

还有一个获得这个名单的来源就是在你的手边，打列表经纪人。列表经纪人和真正的地产经济人很类似，只不过他们经营的产品是名字和地址，而不是房子。

再说一次，你首先从你的电话本中找到你所在城市的列表经纪人的电话，如果你所在的区域里没有这样的人，那么我建议你当地图书馆看一下那里是否有。许多的图书馆有全国主要城市市场的电话本。如果有的话只需要在电话本的黄页里查一下你附近的最大城市，找“邮寄列表经纪人”

为保险起见，我在这里给出全美国不同地区的 5 个列表经纪人的名字和电话号，具体如下：

1、洛杉矶图灵公司

(818)752-1800;Fax(818)752-1808

2、纽约瓦特开罗公司

(914)620-0700;Fax(914)620-0612

3、芝加哥列表促进管理公司

(847)304-4030;Fax(847)304-4032;Email:almincl@aol.com

4、甚萨斯城列表本地化与管理公司

(913)338-5055;Fax(913)338-1078;Web:www.listlocators.com

5、俄亥俄州伯顿列表公司

(216)931-9502;Fax(216)696-6662;Email:cbrookins@penton.com

现在，如果你已经确定了你准备邮寄哪能一个列表，你还需要考虑像如何消除那些永远不可能成为你顾客的“死角”的问题。做这些的方法其实是很简单的，只需要你具备常人的头脑。

例如，如果你在销售只有女人感兴趣的東西的话，那么你需要告诉列表经纪人，将所有的男人从列表上消除就可以。

但是，也不可能都像这样简单。

假设你正在出售高档产品，价格很高，那么收入较低的人并不是你的准客户。那么，你需要了解的就是，像一些较大的上市公司像唐纳利和爱客米的使用所谓的“人口覆盖”的方法。这样的话，每一个名字的具体信息，他们的总资产，是否有车，他们的教育和收入水平，他们的婚姻状况和生活方式指标等，这样可以让你只选择那些最有可能购买你的商品或服务的人。

另一种方法就是，你可以选择的人是民族的群体，如意大利，德国等。例如，如果你是出版一本杂志面向的是黑人观众，那么，你可以找那些主要黑人家庭的地址。另一方面，如果你是卖只有白种人才爱的东西，你也可以从你的邮件类表中消除黑人家庭。

所以，不管你决定使用什么邮件列表，请务必“讨论”和“选择”，也可与你

的邮寄清单经纪人讨论决定使用什么列表。

最后，我想指出，在你阅读完本报告后，你应该做的事情：

1 、至少浏览 SRDS 名单几个小时以上。这将真正的让你大开眼界，并给你数以百计的想法！

2 、打电话给至少一个本报告中提到的清单经纪人，并征求他们的意见！

3 、戴上你的“思考之帽”，并利用一些新的方式来“定制”你的邮件！

最后祝你好运！

此致

盖瑞 • 亥尔波特

第七部分

在 一 张 简 单 的 明 信 片 上
写 上 什 么 才 能 吸 引 他 人 “流 入”
你 的 业 务 的 秘 密！

你现在将学习到我最研究出的最直接的技巧。

这里是开始时你需要配备的东西：

- (1)一张有你潜在顾客的姓名和地址的邮寄列表；
- (2)一堆小巧，便宜，但质量上乘的明信片，像你能在邮局买到的那种就可以；
- (3)一个电话答录机，要让您记录的信息至少有两分钟的长度。

现在，假设你有很多的二手车，同时你已有大量的顾客。好，你最先要做的就是明信片上打印上下面这样的一封信：

亲爱的朋友，

你是否想要了解一个惊人的秘密，可以帮助您以很便宜的价格买到二手汽车？

如果你想知道的话，你所需要做的就是拨打电话(000) 000 — 0000 然后你将听到一段免费的录音，告诉你如何得到一个让人不可思议的极低价格。

此致
John Jones
约翰琼斯

看看多么简单啊，不是吗？下面你所需要做的就是将你所有的明信片打上类似上面的信，然后将它邮寄给你列表上的所有人。

现在，你还需要写一段电话的留言稿子，具体如下：

感谢你的来电：

我叫约翰琼斯，我要告诉你我是如何学到以如此极低的低价格购买二手车的。

首先，不知你是否知道，执法机构每年从毒贩和其他犯罪分子那里没收价值数百万美元的汽车？这是真的，有时你可以以极低的价格购买这些汽车。

举例来说，我买 1982 年福特仅花了 \$2400 ，而 1985 年普利茅斯也只有 750 美元。具体来了解这些汽车的方式是去取得你当地警察局的招投标一览表，包括所有的地方和联邦缉毒机构。只要在电话上预订，打电话联系他们，告诉他们你想成为其投标人。

当你获得其投标人后，请仔细阅读那些条款，然后再决定你感兴趣的汽车。最后再给出你的出价。就是这么的简单。

另一方面，如果你需要汽车，我现在就有 15 台，是我从这些拍卖中得到的，我可以以令人难以置信的极低价格卖给你。

如果你有兴趣，你可以打电话给我，我的私人号码是(000) 000-0000 。说一次：我的区号是 000，我的号码是 000 — 0000 。

谢谢你！

你可以先试着将这段材料自己阅读几遍，然后再将其记录到你的电话答录机上。然后，寄出你的明信片坐下来等消息就可以了。

你知道，这可是一个非常简单的想法，但是我想告诉你，它却发挥着近乎疯狂的作用。下面是它为什么起了这么好的作用的原因。

第一、你提供了对他们感兴趣的免费信息。

第二、你所提供这些信息对顾客没有什么“威胁”。这样的话，他就不会担心是强行推销给他们的。

第三、当他在听你的录音时，他发现你是个很有激情的家伙，因为在你的实际交付中的承诺（这很关键），以及你的声音让他放心。

第四、最后，你用无风险的方式为他们提供了解决他们问题的方法。

在这种情况下，接下来的问题就是去帮他们找到一部很好的廉价的二手车。

上面的技巧适用于所有的生意。当然了，你在明信片上写的内容以及你电话录音的内容应当根据你生意的内容来定制。

但是，如果你多思考一下的话，制定上面的内容应该不是什么问题。假如你是一位整形外科医生、珠宝商或者股票经纪人的话，下面的内容也许适合你。

亲爱的朋友：

你知道有一种整形外科技术可以使你看起来年轻 15 岁吗？

这是真的，如果你想了解的话，你需要做的就是打电话给（ 000 ） 000 , 0000 , 然后你将听到一段免费的录音，你就会知道所有的答案。你可以随时拨打，24 小时恭候。

此致

约翰琼斯

亲爱的朋友：

您想知道如何以比珠宝商进货都要便宜的价格得到钻石吗？如采想的话，等等等等。

亲爱的朋友：

你想知道在未来六个月内价格会翻一番的 10 支股票吗？如果想的话，等等等等。

注意，重要的是提供给他们那些未来他们很感兴趣的东西。排除他们的恐惧心理，郑重的宣布你的承诺，（给他们点很重的信息）然后，引导他们去给你打电话或者去你的店铺。

这样的业务能否运作？听着：到现在为止，我自己就曾经做过这样的工作，我已经接到近 4000 个电话了。

此致

Gary C . Halbert

盖瑞 · 亥尔波特

P . S. 顺便说一句，你也可以尝试在你当地的报纸上运作一个小型的“明信片广告”所有这些你只需要做一些简单的变化就可以了，下面是三个例子：

如何以超低价购买不动产

打电话给（ 000 ）000 — 0000 听免费的录音

您可以随时拨打，24 小时恭候。

如何以少于 1 000 美元的费用来提高您的业务！

令人振奋的免费录音，由世界上最好的作者揭示惊人的秘密 24 小时呼叫热线： (000) 000 — 0000 。

您想知道墨西哥最好，并且价格最低的餐馆吗？

因为我知道一些“墨西哥的秘密”，并且您可以通过听一段免费的电话录音来了解这一消息。只要拨打电话(000) 000 — 0000 。全天 24 小时，任何时间都可以。

好了，这就是我给你提供的模版，你如果不用的话真是浪费。

Go for it !

一定要用它！

第八部分

克 隆 成 功 的 信 件

这部分是盖瑞亥尔彼特 9 / 1 / 88 时事通讯全文

我在离地面 15,000 英尺的飞机上，两个引擎在同时启动，而我的降落伞却放在洗衣店里。你曾经有过这样的感觉吗？

如果你有市场营销的紧急状况的话，请你现在就将其解决！

听着：我几乎每天都要接到需要及时解决营销方案的人电话，他们不是撰稿人，他们也没有广告经验。他们更不相信所谓的广告机构（正确的）方法，他们还没有奢侈到有足够的时间来埋头学习市场营销理论，并且去阅读罗伯特科利尔，克劳德霍普金斯等的著作。

事实上，他们根本不希望成为市场营销专家。不过每一个他们曾经雇用过的“专家”，令他们感到失望，因为他们通常是在“现在”的基础上来开展新的工作的，他们想知道....“我现在应该怎么办？

“按照现在的情况去工作”我告诉他们。

以下是我的意思。试想：如果你有一个很好的产品或服务，你可能已经知道如何在在“一对一”的情况下将它出售。无论你是面对面和客户谈论，还是在电话上交流，这些都不重要。我敢打赌你知道说什么样的话，怎么样说最能打动你的潜在客户。

我说对了吧？呵呵，我想也是。

然而，这里有一个奇怪的事实：大多数以个人销售的方式去销售时做的很好，而在转向文字销售时就会出现“冻结”的情况，否则就得努力的“发挥创意“。

忘一记过去的垃圾东西。这里有个更好的办法。

首先，你要做的就是开始记录（与其他团队的承诺）你与潜在客户在电话谈话时的所有内容。继续这样做下去直到你能忘记你是在这样做时为止。

为什么？原因很简单。你想，当你知道你说的话是被记录下来的话，你会很紧张，自己干扰自己。因为你必须不断尝试以确保你说的话是很正确的，不然，你会去动脑子，或引起注意。或变得不那么太明显。

但是，如果你坚持继续这样做并且时间足够长的话，你会最终忘记那该死的录音机，你会恢复到自然美好的自我状态，这样的话，你就会做出很自然的令人信服的销售演示了。

这样，经过一段时间，我们把与潜在客户电话交谈时表现最好的一段录下来。

好，接下来要做什么呢？是这样的：我们接下来要做的就是将其打出文字来。然后，将每一个段落转录，并保存副本。

顺便说一下，我们的目的就是要让每一个段落的一个或多个句子，能够清楚

表达出所要诉说的主题。

好了，现在让我们假设我们的第一版文稿已经出炉，它包含 47 段，你需要将其从 1 到 47 给他们编号。

下一步，我们会仔细去研究每一个段落，然后给每一个段落定一个级别，从 1 到 10，10 为最高。这样做是为了表明，每一段对我们的潜在的顾客都有多大有利的影响。

举例来说，假如我们推销的是 31 英尺的贝塔姆运动的渔船(最好的一个)。我们知道，从以往的经验来看，我们的客户非常感兴趣的是该船具有多大的长度，以及船体配置是什么，而对它是否配备有窗帘以及毛巾等不是太感兴趣。

因此，假设各段排名如一民适航的渔船获得排名为 8，而有关配套的窗帘和毛巾获得排名为 2。不管怎样，我们现在是有一个 47 段长短的“打印出来的销售初稿”，也就是说，其中各段已经被确定等级，分别为 1 到 10。

现在，你应该做的事情就是将这些段落分为三组。**第一组描述拥有了贝塔姆这一产品的好处；第二组告诉顾客这条船所“有趣的事实”；第三组不谈论关于贝特姆的任何信息的段落。**将第三组段落排除在外，并重新安排其他两组的排序，由 10 位自然下降。

下一步，排除所有评级为 5 或更低的段落。然后，重写其余各段。但请注意：不要做大的改动。只是或多或少的去掉一些如“嗯”，“啊”之类多余的东西，尽量让句子在结构和语法上很自然。然后，让我们打印出来。

我希望你现在要做的是设法忘记你正在尝试写广告或销售信。相反，我要你做的是集中精力撰写一份备忘录，长期的备忘录。将他写给那些出现在你脑海中的的人，或者是使用某一产品的很好的顾客，以及一些非常好的前瞻性的人。

你的备忘录应改为像这样的：

亲爱的盖瑞：

我听说你正在寻找一个很好的，适航运动渔船。

那么，我这里正好有一艘极好的船要出售。这条小船它有 7 个有趣的事实：

- 1、（插入排名最高的有趣事实。）
- 2、（插入第二排名最高的事实。）
- 3、（插入第三排名最高的事实。）
- 4、（你有想法，对不对？）
- 5、（同上）
- 6、（等）
- 7、（等等）

嘿，盖瑞，那么这些优点怎么样？也许现在，你可以看到为什么这个特殊船是这样的吸

引人。拥有这样的船有很多好处的。这里列出五个主要的好处：

- 1 、（插入拥有此船排名最靠前的好处。）
- 2 、（插入第二排名好处。）
- 3 、（同上）
- 4 、（等）
- 5 、（等等）

那么不管怎么说，盖瑞，这些只是其中的几种关于鬼斧神工的“亮点”。

实际上，对于你自己拥有像这样的船需要有更多的理由，我很乐意以个人名义向你解释它们。

因此，我看这样吧。我知道你很忙，你要接待客户，撰写时事通讯，潜水等。所以我现在不耽误你的时间了，你先去详细看一下这份备忘录，然后，过几天之后，我会给你打电话，看看你是否感兴趣。

在此期间，如果你想要了解更多的信息的话，你可以打电话给我：（000）000 -0000。

顺便说一下，我非常喜欢读你的时事通讯，很希望得到您每个月的意见和建议。

此致

乔 用户

一位精明学生

现在听好，我想知道一些东西。具体是，你是否认为上面的“课题”有点过于简单？如果是这样的话，你正在为自己的一个伟大事业帮倒忙。你想想，如果你能领会我刚刚传授给你的精神实质的话，那么这将是你将学到的一个极其重要的营销课。这里的要点就是：

试图忘记有创意！

试图忘记小聪明！

不用担心

您想要的回报

要取得的胜利！

徐克告诉我：你的工作是不是有创意，聪明或获奖，这些不重要。你的工作是销售，该死！

销售不是大喊大叫。销售是一个令人印象深刻的，强有力的沟通和给予顾客实实在在好处的过程。

我刚才告诉你的与所有如何创建广告的一般方法相去甚远。然而，这种简单的记录，面对面的销售演示的方法，把他们变换成书面的东西，就是这样的东西会给你带来巨大的成功。

请仔细检查下面的例子：有一个名叫布鲁斯的人写了一个营销专栏，它刊登在洛杉矶时报周二的版面上。最近，在 6 月 9 日，他的一个主题是关于一个名叫凯文菲茨帕特里克肖恩的绅士。他是一家名为坎贝尔-埃瓦尔德的广告公司的执行副总裁兼创意总监，文章内容是写菲茨帕特里克的“心跳的美国”（其中包括大多是朗朗上口歌曲），这是他为通用汽车的雪佛莱创作的广告。

整篇文章说这种广告是如何的“成功”通用雪佛莱是多么的优秀，还说这一广告已经被提名为丽欧奖。这是一个愚蠢的商业活动。

事实上，这个活动是如此的愚蠢，似乎对我来说，帕特里克甚至不知道什么是广告。（或至少他应该是这样的！）广告并不是提醒别人看到你的存在，也不是歌曲写作，跳舞熊，和复杂的单词和上口的音乐。绝对不是！

良好的广告仅仅是. ... **增加销售**

我不知道这愚蠢的活动浪费了多少钱。然而，我知道的是，根据这一条款，在 1987 年的第一季度，雪佛莱的销售量和去年相比下降 12.1%！

但是你知道吗？通常那些非常有创意的广告往往却不能产生很好的效果。在广告领域如果你做的广告不能增加销售你的广告就是失败的。这样你只是告诉你的顾客你在建立你自己的形象。

所以你必须告诉你的顾客在来年，他 / 她所花的钱会换回来什么实实在在的东西。

另一个“广告专家”在同一个问题上的观点是：这项活动不能衡量短期成果。这是一个形象塑造活动。形象是汽车市场的关键问题。... 等等，等等，等等。

什么垃圾理论，你知道帕特里克应该做的不是写一首歌？这很简单，他应该做的是在整个美国找 10 个最佳雪佛莱推销员。然后见这些人，看看他们销售的汽车，再记录他们的销售演示，并记录成笔记的形式。

然后，他这样就应该创建了一个围绕着整个活动的精华部分了，这些才是有效的销售演示！

也许这个家伙赢得了一项格莱美奖，但他肯定不会因为没有销售出汽车的广告去做赔偿的！

哦，很好。我猜想；如果不是那些人喜欢他，就不会有这么多像我这样的粉丝。

我们继续。瞧，我即将结束这个月的信了，在我结束之前，我要告诉你几件和市场营销不直接相关的事情。我希望你能容忍我这样做。我要告诉你其中的两个事情，因为它也很重要，同时会让你有个愉快的经历！

事情 1：早在 70 年代，有人告诉我，一个欧洲医生利用自己的专利技术致富了。他用自己的资金在巴黎建立了一家诊所用于治疗和研究。然而，当纳粹入侵巴黎时，他认为有必要逃往美国。当他来到这里后，他设立了另一家诊所，并开始治疗癌症患者和做更多的研究。

后来，我在 1971 年和 1972 年会见了这名男子，他给我留下了很深的印象。他给我看他出版的书，书的前后都有被他已治愈的癌症患者的照片，这本书还有有他的亲笔签名。他还告诉我一些当局“建立药品”的来信。这个医生告诉我，大多数医院治疗癌症病人的方式过于昂贵和费时。

最近，几天前。我坐在我的办公室时，我收到了电话，我的一个客户（国际出版商）说，“盖瑞，我想给这个在曼哈顿的医生出一本书。他 91 岁了，他已经能够治疗艾滋病患者，成功率为 100 %！”

“听我说，”我说，“这个家伙的名字是 Revici 吗？”

那么，结果是会怎样的呢？看来这是我遇到的那个医生！

现在，请暂停一下，我不能保证你刚才读的全部是真理。但是，我已经听了很多关于这个医生各种传言，如果你知道某人患有艾滋病，你可能会建议他们去找这个家伙了。他的应用生物研究所在曼哈顿，号码是（212）876 — 9669。

再说一次，我不能说这一切是真的。我只是一说，看来值得调查一下。

事情 2：上周六，我和一个很要好的兄弟去吃饭，他给我介绍了一家经营南美风味很有特色的餐厅。这家餐厅叫凯西阿姨的后家阳台，阿道夫和玛丽杜兰一对黑人夫妇是这家餐厅的老板。

让我告诉你吧，阿道夫杜兰服务绝对周到令客人满意。食物怎么样呢？很简单！它是这个世界上我用餐过的最好的餐厅。

顺便说一下，不要渴求华丽的装饰。凯西阿姨的餐厅位于滨海别墅购物中心的格伦特大街 4325 号。

此致

盖瑞·亥尔波特

这个世界上最漂亮的广告人

P.S. 有人曾说：假如我的所有报纸广告都是被一家公司经营（而不是独立客户），那么这个公司将会是美国第三大报纸广告公司。它所说的这句话我不知道

是否是真实的，但是我也相信他也做出了很多惊人业绩的报纸广告。

想知道我的一些秘密吗？下个月同一频道。我敢说布鲁斯哈佛兹到时还不会发现我的任何一个秘密。

第九部分

如何在不花任何成本
的前提下每周发 **10** 万封信函
(连邮资都不需要)

你将要阅读到的是一个看起来非常简单的方法，对你而言却值成千上万美元。这是一个测试过的方法。其他人每天都在使用它，现在轮到你使用了！

听着：宣传你的企业的一个最好的方式是直接邮寄。当你使用直接邮件时，它能用步枪而不是一支鸟枪打出你的广告子弹。换句话说，它可以让你准确命中你的“目标”市场。

然而，这里却有一个缺点。你看，目前直接邮寄是很昂贵的。例如，邮寄 1 盎司，一流信件的邮费成本需要花 0.33 美元。很快，价格将涨到 0.34 美元甚至更多。而且，当你使用直接邮件的时候，除邮费外还有许多其他费用。例如，你要支付打印的费用，列表租用费，信封，折叠，‘填充和密封等费用。这一切算下来，即使你批量发送邮件，每一块直接邮递广告的成本将会是 0.60 美元（或更多）。

现在，让我们假设你在洛杉矶有一家房地产公司，你想要给每一个和你相关领域的人发送邮件。好的，如果你的房地产业务位于日落大道在我的办公室附近，这意味着你可能需要知道谁住在邮政编码（ 90069 ）区域范围内，这只是为了让每个人都知道你的公司。另外，如果你的第一个邮件是成功的，你可能想扩展你的邮件到生活在你周围的每个人，他们所在地区的邮编为 90069 。总之，比方说要开始的话，你的联系邮件列表上你发现有一 571 户人生活在南加州，邮政编码为 90069, 90068, 90046 和 90210 的区域内。让我们现在看看，以 0.60 美元分算，将信件邮寄给这些人，这将花费你 34,276.80 美元！

嗯。必须要想一个更好的办法，对不对？嗯，你的第一步是联像这样：合在你区域内的其他非竞争企业，这里有一个。和他们这样说，

“你看，药师先生。如你所知，直接邮寄广告的费用是很高的，所以我有一个想法。我尝试做的就是让我们 10 个不同的企业聚到一起，共同承担“联合”邮件的成本，以及一起分享其带来的好处。”

“什么是联合的邮件？”药师先生问。“嗯，”你可以这样解释。“这很简单。需要做的就是大家给我广告传单，我将它们放在一个信封内邮寄出去，不同的业务的费用将平分。这样的话，每个交易领域的邮件无需花费 \$ 34,276.80 ，你的耗费将在 3400 美元左右，这就节省了 90 % 以上的花费！

听起来不错，不是吗？嗯，这是一个好主意，但你必须小心。你需要做的第一件事是确保所有的参与者都不相互竞争。此外，你必须做的第二件事就是确保你的直接邮件脱颖而出，独占鳌头。

幸运的是，这很容易。

你看，许多企业将其广告编写任务交给地方广告代理商，这将是很可怕的一件事情。这里的问题是，大多数广告机构只知道怎么样把广告做的“有创意”，并获奖，而不知道如何建立直接邮寄销售业务。其余的“联手合作者”，可能会创建自己的广告，即使这样也比雇佣鲁钝的广告代理强。即使这样，他们也不会

比你强。因为你有我的时事通讯，并享受到了专业的知识和诀窍。

因此，这意味着大多数在你的邮寄“联合邮件”下，将被邮寄出去。包括特别出售的优惠券，解释什么时候开始活动的小册子等等。

在其他的免费报告上我曾经写过这样的内容，就是一个简单的明信片例子，就可以将好多人拉进你的生意。还记得吗？记得我建议你写的东西让人们给你打电话，并听取免费的录音，将吸引他们给你打电话或来到你的营业地方？你还记得吗？好的！而且，由于你在房地产行业，你需要有一大堆的卡片，上面印上这样的内容：

免费录音一揭示惊人的秘密保证

让你买的 L.A.房地产无需支付高额利率或大额定金！

电话：（213）000 — 0000，全天 24 小时，在任何时间都可以拨打。

当然，你所需要做的就是将你所有的其他企业的“搭便车”明信片和你自己的明信片一起放到信封里面。

另一个秘诀：由于其他人将使用彩色，如果你的邮件用简单的黑白色的话，将马上脱颖而出。

当然，一旦你这个计划确定了，也许每月都会邮寄，那么你将会发送不同的邮件。但是，请不要担心。我的通讯将会告诉你更多的比你以前听过的都要好的广告创意，同时任何时候你都可以使用他们！

这一切听起来好像要做很多的工作，是吗？实际上，它不是的。而是在第一次做这些工作的时候会多点。但在此之后，所有你需要做的就只是每个月打电话给他们，告诉他们最后的期限是什么，以及一让他们提供要寄给商店的材料等。

而且，如果你是真正的放手在做的话，为什么不联合 50 个当地的企业参与这一想法呢，并且每个月发出去 5 个不同的邮件。此外，因为你是组织者，所以你不需要像其他人一样支付费用，这样的话，你每星期就可以免费发送 100,000 封或者是更多的信件了！

听着：我个人知道的组织“联合邮件”的几个人每个月邮寄出去的信件达数百万封。因此，如果你真的有野心的话，一个星期派送 10 万多封信应该是一个很小的数目的。

所以请尝试一下。

记住：如果你不去做的话，什么都不会发生！

第十部分

如何使用 976 号码让人们
乐意付费听取你的销售广告

这部分选白盖瑞亥尔波特的 6/5/87 时事通讯的全文

让我们讨论一下“性”

几年前，当我在书店里浏览杂志的时候，我突然鬼使神差的拿起了一本名为“上流社会”的杂志。魔鬼的驱使我进一步关注这个杂志的每一月的所有细节。

感谢上帝。

无论如何，我所有的注意力都集中在了她的美丽，她葱郁，肆无忌惮，年轻的身体上了，但是这还不是真正吸引我的地方，她还召唤我拨打一个特殊的 976 号码，这样我就能听到她的热情，她多么的渴望我的身体。

然后，我就照着做了。

其他一些人也做了同样的事情。事实上，如果我的信息是正确的，这些女孩们每一天大概收到 500,000 多个这样的电一话！

哇！这是一个巨大的数据，不是吗？但是，那又怎么样呢？有什么影响吗，如果有的话，这一切都与我们的营销工作有关吗？

很有关系。等等我和你说。现在请听好，你知道为什么 976 号码这项业务起作用？其实是这样的：你需要做的就是去马贝尔电话公司那里并告诉她们你想要一些 976 号码。然后你安排购买或租赁一些电话接听设备。所有这一切都将花费你几千美元。你确定所有这一切之后，你需要做的就利用投放广告或邮寄信件或以某种方式诱使人们打电话给你的 976 号码，以听取录音。

这些电话是这样运行的：第一，客户（打电话的人）都必须支付其正常的电话费。这意味着，如果您的 976 号码是位于 212 区号的地区而他们是从区号 213 的地区打过来的电话，那么他必须支付长途话费。不过，如果他从同一地区打的话，当然就不包括长途话费了。况且，他还必须支付另外的一笔费用（通常为 2.00 美元），因为他听了电话的内容。

那么这 2,00 美元的费用又是怎么回事呢？

啊哈，我想你是猜不到的。听我说：收费是马贝尔电话公司来完成的（它被添加到来电者的电话账单上）电话公司收取了 0.50 美元的费用而其余的（约 1.50 美元）都给你了！

越来越有趣，不是吗？

让我们静下来。请一记住，centerfold 女孩邀请我打电话给她，让她可以向我倾诉她对我的身体的迷恋和热爱？你想知道她倾诉完对我的身体的迷恋和热爱后，对我还说了什么？

嗯，听着！她告诉我，在录音的末端的内容就是，如果我想和她在线交谈的话，我得有信用卡，然后我可以拨通另外的一个电话号码。这样的话，我可以享

受到我生命里最热辣的谈话！

噢！噢！噢！

等一等，所以你们一定认为我非常的兴奋，我是有点兴奋，但不是因为谈话，而是因为这些数字！

让我们现在看看，如果这些 centerfold 女孩可以每天接到 50 万个电话的话，这就意味着约为 750,000.00 美元的资金流向了那位运营 976 号码的人。我不知道有多少人用信用卡去和女孩进行交谈？

你觉得呢？是 20 %？10 %？5 %？不，这似乎太高了。让我们以 1 %为基础来计算。50 万的 1 %是 5000，对吧？信用卡持有人和一个真正的在线的女孩进行肮脏交谈的花费是多少呢？

嗯，根据我的线人，它的价格大概是每 15 分钟 \$ 35.00。\$ 35.00 的 5000 倍是多少呢？这里瞧瞧吧。我算了一下是：\$ 175,000.00！

到现在，我敢打赌，你想知道更多关于这 976 业务的内容了，是不是？但是，你可能就像我。换句话说，即使你想知道如何利用你自己的努力来实现这一切，你肯定想拨一下这些“色情”号码，现在你想吗？

因此，作为公共服务人员的我，盖瑞亥尔波特先生，我在此提供一个清单列出 213 地区内的号码，你必须避免拨这些号。因此，无论怎样，我恳求你 …

不要拨通这些号码！

在线性交 976 — 1133

纪伯伦的糖果店 976 — 5477

性肥皂剧 976 — 4277

在线迷情、性与情 976 — 9447

爱之热线 976 — 9944

在线兴奋口语 976 — 64001

梅！宝贝 976 — 5683

抓住你的快感 976 — 8800

让我弄你 976 — 0200

成人幻想 976 — 8887

或者是这些

做爱故事连载 976 — 6622

做爱故事连载第二部 976 -6454

一位美丽的姑娘 976 — 7729

成人连线 976 — 1 1 22
在线迷情 976 — 5551
成人幻想 976 — 5511
幻想成真 976 — 7399
终极男性幻想 976 — 8665
留下您自己的性广告 976 — 5616
成人电影明星 976 — 91 11

特别是这些！

成人公告栏 976 — 6600
海滩女孩 976 — 0404
跟年轻演员 976 — 4323
现场电话性爱 976 -3613
真正的现场电话性爱 976 — 6644
不言自明 976 — 6113
盖伊谈线 976 — 6221
跟年轻的帅哥 976 — 7742

记住，你已经被警告过了！

噢！我很高兴的离开了像这样的行业！不管怎样，现在我们知道了如何去这样做，我们怎么利用这个 976 业务为我们自己赚钱呢，利用在更加受人尊敬的行业？

哦？这个怎么样？怎么样，如果我们在洛杉矶地区出售房地产，我们在洛杉矶时报运行一个小小的广告 ...

如何以极低的价格购买洛杉矶房地产

电话： (213) 976 — 0000 ， 提供惊人的电话记录信息。

收取 \$ 2.00 的费用(如果有的话)。

然后，当有人打电话的时候，我们告给他一些如何购买洛杉矶房地产的正确、有效的秘诀，记录结束的时候，我们给他我们日常办公室的电话号码，如果他希望更多的信息的话可以拨打。

你喜欢上面的内容吗？我想你会喜欢的。

顺便说一下： (213) 976 — Home （是一个号码），是安全的，请在洛杉矶地区拨打它。你将获得最新的洛杉矶地区的记录信息。

还有什么呢？

让我们看看。这个怎么样？如果盖瑞先生专家的营销策略，曾经在各种商业出版物经营广告的秘诀，内容是这样的 ...

**如何利用不到 \$ 1,000.00 来宣传您的公司！
揭示世界上最好的、令人兴奋的、惊人的记录信息秘密！
它只有 \$ 2 通讯费，如果您有兴趣的话。
请拨打电话： (213) 976 一盖瑞**

你的想法是什么呢？那会成功吗？也许每星期我都会改变信息，许多人要求一周改变一次信息的内容，其中一些将能够获得利润。

嗨！来想一下，也许我们可以邮寄相同的拷贝明信片给我们最有潜力的客户们！

想了解更多内容吗？我知道你会的。记得我在以前的信中指出过，我们所有人都很贪婪的，贪婪，贪婪？不要忘记这一点。这一概念可以引导你到许多有利可图的路径上。

类似这样的途径。

假设你是一个汽车经销商，那么你投放广告可以是这样的：

**极低的价格出售轿车！
简直令你难以置信，记录的信息将给你提供惊人的折扣。
打电话给： (213) 976 转汽车，收费 2 美元。**

如果你是美容外科医生那么你写一个这样的：

**新型塑型外科技术
可以让您看上去更年轻！
记录的信息将给你提供惊人的细节。
只有 2.00 美元的收费，如果有兴趣。请打电话 976 一 F。**

或者你从事买卖股票的话，你可以投放这样的广告：

**如何挑选低价股票
有可能在未来的 90 天后增加一倍！
专家揭示令人兴奋的秘密。
打电话 (212) 976 提供惊人的细节。
\$2.00 加收费，如果您有兴趣的话。**

等等，等等，等等。

不管怎样，我的观点是，所有 L 面所讲的东西是一种新的让人们花钱去听

你讲述的好方法！

但是，让我提一个警告：

当你承诺告诉他们秘密的时候，你必须提供给他们。不要让他们给你的一个号码打电话却得到了他们已经听过的内容。这是很低俗的做法。而且，这将激怒这些人。这会让他们不太愿意和你进行交易。

相反，如果你是一个房地产经纪人，要真正揭示你的有价值的记录信息。也许你可以告诉来电者在何处，以及如何获得新的每日清单。告诉他做什么，去什么地方，该说些什么，以什么形式，他需要的东西将是有益的。然后，你可以告诉他打电话给你的个人号码，如果他需要更多的信息的话。

听着：广告是个双刃剑。如果你真的不是一个房地产或市场营销专家，那么请不要强迫自己去做广告。否则的话，你做的就是花成千上万美元，结果却是让人们知道你是个白痴。

(如果这里有一大堆销售信件而不用我签署姓名的话，我肯定会很高兴的。)

但是你看，如果你有一些非常好的有效的信息的话，你就可以提供记录信息，你自己作为个人立场提供的信息如果好的话，你会得到很多相同观点的人的认同的。

继续讲下去。关于性的问题，现在我想我会去拓宽更多一点内容。

你知道，我很少使用性的广告，我不知道为什么。但实际上它很有作用。

记住，在我的霍德曼-朱利问题中将详细讨论，其实早在 1920 年的调查便显示人最想阅读的内容就是性。

嗯，今天也是一样的。如果你前往任何大城市杂志的市场的話。看看所有那些数以百计的杂志，你很快就会发现他们可以分为两种，可以分为：

性大类和其他的 ...

单单看这 976 号码的情况就可以知道了。我敢打赌，这 99.9 的所有 976 电话都与性有关。你知道，这虽然有点不好意思。但这是事实，世界上有很多的大量的金钱流入这一领域，并且，很多人都是这一产业的消费者，除非他是个兜售毛片的人。

另一个有关“性的故事是这样的。

从前，我被介绍给一个家伙，他声称他是这个世界上最伟大的生活方面所得税专家。我不知道他是或不是，但我知道我遇见他不久后，他因为一些其它原因就破产了。

不管怎样，这个家伙花了一些钱，很认真的在华尔街日报上做了广告，他的广告通常是下面的主题：

缴纳零税的方法！

那么，他的广告据我所知，是相当成功的。有一天，他从摄影师那里拿了一张美丽姑娘的照片，在他的广告里使用了她的照片，尽管她的照片不属于该广告。一个性感金发女郎的照片和如何减少税收的课题是没有任何联系的。

但是，结果会怎样呢？该广告是他所打过的最成功的广告！

你想明白了吗？顺便说一下，这家伙是一个博士（我听说这个词的意思是“捧的越高，陷的越深”），他的虚荣心是很强的。而且，作为一个博士，他从来没有认真经营该广告，因为他认为这并不符合他的“形象”。

事实是那样的吗？

有点乱是吧。让我们回到原来的 976 电话业务上面。你知道，我认为这可能是最近几年最炙手可热的新的营销现象。迄今为止，它的大部分被用来吸纳数目众多的人群。

但在我看来，这一趋势将有所改变。今天，我在洛杉矶阅读分类杂志的时候，我看到了这样的一则广告：

976 ，赚大钱的好工具，好项目
吸引数以百万计的顾客
广告每天进账数千美元
您想取得圆满成功吗？
电话。 213/163 — 3781

我打电话过去，一个女的接住电话聊了半天。她叫玛莎塔克，她说她的公司是帮助人们获得 976 电话业务的，他们 6 月 20 日在洛杉矶机场附近的希尔顿酒店开了一次研讨会（门票售价 \$ 10.00）。她还说，她的公司也推出了三款关于 976 电话业务的磁带，揭示一切关于该业务的信息。录音带的价格是 39.99 美元，他们不收信用卡，他们在收到你的支票后就会将磁带发出。

我今天已经给他们邮寄了 \$ 40,00 现金，我已经要求他们以 A SAP 的方式送磁带给我项目。如果磁带包含有价值的信息，我将在后来的信里告诉你。

在此期间，如果你很快就想要更多的信息的话，你可以直接与他们联系。我建议你给玛莎打电话。公司的名称和地址是：国际小型商业博览公司邮政总局信箱 1006 号加利福尼亚派拉蒙街 907231 电话：（213）637 — 3781

希望知道更多的方法吗？你肯定想知道一个很刺激的方法，是不是？你是很

幸运的，我的小儿儿子邦德，已编制了一份名单，上面有一组比较安全的 976 号码，可能会给你一些非常好的思路。你会在这些名单上面发现一些客户。

此致

盖瑞 • 亥尔波特

专注于他的客户的男人

P.S . 给出如下的内容

客户们 976 — CLUE
加州寻宝 976 — LOTO
乐透线 976 — TUNE
音乐花絮 976 — 437
要呐喊 976 — LIFE
拨号您的约会 976 — 1900
占星热线一天蝎座 976 — 1 500
癌症 976 -- 1300
金牛座 97 乐 — 2600
摩羯座 976 — 1800
天秤座 97 吞 ‘ 2400
人马座 976 — LAFF
笑话线 976 — SOAP
肥皂剧热线 976 — RACE
赛马热线 976 — 2233
伍迪啄木鸟告诉 976 — 1248
线索恐龙的故事 976 — 1900

P.P.S: 6 月 12 日（我的生日），保罗和我已决定将不明白的部分再说明。但是请不要担心。我们会问来的，只要给我们 10 天左右的时间就可以。

更新！更新！更新！更新

你刚才在第 10 部分阅读到的有关 976 业务的信息是写于 1987 年 6 月。因此，一些电话号码可能已经不能用了。

此外，当我从玛莎塔克那里收到我订购的磁带后，我很失望，我凭良心不能建议您购买。然而，在第 10 章中所有的赚钱方法仍然是十分可行的，这里的好消息是.....

现在，您可以在国内任意拨打这些电话！

你看，除了 976 业务，马贝尔现在提供一个“900”的服务，就像是一个全

国性的 976 业务。你刚才在第 10 章里阅读到的所有伟大的销售理念是仍然适用的，只是你现在可以“走向全国”，而无需使用每个城市的不同号码。

不久的将来我会写一个完整的通讯讨论这一新的“900”号码。在此期间，你可以从你的长途电话公司得到更多的信息，也上一本从“InfoText”的杂志得到信息。该杂志是专门针对电话信息的供应商，它会给你一个很大的帮助的，如果你对这个利润领域有兴趣的话。InfoText 位于比斯乔泳滩，加利福尼亚州和你可以订购。详情致电(714)493-2434。打鲍勃戴尔。

顺便说一下，记得告诉他们是盖瑞说的。谢谢！

第十一部分

如何让你黄页上的广告
增加 **400 %** 的业绩而不用
任何额外的花费!

每当有人打开黄页，你希望有两件事情发生：

第一，该人准备购买

第二，第二，该人在寻找他需要的项目

好的，让我们假设你现在在洛杉矶，正准备治疗脊椎。当我看到治疗脊椎有 34 种不同的产品选择。在这 34 个产品里面，有 12 个国家的医生花了钱来打广告。他们的广告大小不等。最小的一个是 7/8 乘 2 英寸大小，最大的是 8 乘 5 英寸大小。

现在，再继续学习新的内容之前，我要你看一下(读)我第 7 页的第 7 段广告，你能告诉我，在这些广告中有什么东西可以使你 400 % 的更有可能去选择其中的一个产品而不是所有其他的产品吗？

无论怎样，请记住，这些都是医生付出费用去做广告的。其他医生(那些仅仅是在店里面，而却没有做广告)，他们的境况更糟，顶多也就是一个出门碰坏了手指的家伙离他们的办公室比其他医生更近而已”。

其实这还不够好、让我们看看我们是否能够做得更好。首先，你应该记住下面的东西：

研究证明：人们去阅读那些(或看似)报道性的专题的可能性是单纯广告内容的 5 倍！

而且，另外点你要记住的是：

当人们在看黄页的时候，他们一定正在寻找某种解决方案。

换句话说，当一个人期待来看他的脊柱的时候，他不仅是想找个好医生，而是想治愈他的背疼，或者是他的偏头痛，或者别的什么东西。

因此，比方说，我们的患者，当他开始看一篇显示脊椎治疗师的内容时，不只是看到这些“看起来像”广告内容，他也看到了像这样的标题：

警告：在您阅读完本公告之前请不要给任何脊椎医生打电话！

或者，像这样：

你的后背痛吗？在阅读本内容之前请不要错选医生！

或者是这样的：

你很疼吗？如果是这样的话，请拨打电话

电话： (000) 000 — 0000 ， 并听取一个惊人的免费录音

令人难以置信的，揭示停止伤痛的要诀！

他们都提供像新闻类的内容！现在，看看下面这些标题。它们都应告知，教育。最后，给出令人信服的理山，读者应该选择这个广告里的医生，而不是另外一名医生。而且，不仅内容是重要的信息，格式或者是标题的格式也是很重要的，那么他们应该看起来是什么样的呢？答案是简单的。信息看起来应该是像热门新闻故事一样，有点像新闻报道。

或者有点像这样：

警告：在您阅读完本公告之前请不要给任何脊椎医生打电话！

你知道吗，并不是所有的脊椎都是相同的？

是的，这是真的。有些医生只用帕尔默方法来进行脊椎调整。而另一些医生则更高明，不仅明白帕尔默的方法，也会应用许多新的技术，提供更迅速的和完全的止疼方法。

你的背部受过伤害吗？你是否长期受背部经常性的、恼人头痛的困扰？如果是这样的话，你应该访问骨病医生，他可以帮助你采用新的技术治疗，无需扎针的比痛方法。为什么呢？答案很简单，你可以看到这种新技术可以在短短巧分钟内，以减少您的背部疼痛（或头痛）的 375 % ！这是好消息。坏消息是，在加利福尼亚只有立个医生会使用这个新的消除疼痛的方法，在洛杉矶只有一个。

因此，如果您需要快速帮助的话，您应该致电（ 000 ）000 — 0000 来联系， RJ 博士莱顿，他是洛杉矶唯一一位用这种新的“止痛”技术的医生。

顺便说一下，第一次访问是免费的

现在请听好：我刚才说了。我真的不知道很多关于整脊的内容。但是，这并不是关键的地方。这样做是为了让你思考什么样“新闻发布”你可以写，让你将你的竞争对手击败。

请记住以下几点：

- (1)、提供消息；
- (2)、提供解决方案；
- (3)、如果可能的话，提供一些免费优惠；

最重要的是，不要忘一记要有你的“新闻”式排版，看起来像“新闻”，而不是像广告！

记住所有这些？嗯，让我告诉你如何去做更引人注目的“新闻发布”：将它设置在其他“普通”的广告里。请看看第 6 页。真正脱颖而出，不是吗？

此致

盖瑞 • 亥尔波特

P.S. 读者们，我爱读优秀图书，有一本叫做“真正的侦探”。有一天，它使我想起一些东西。这本书的主角是一个私人侦探，他在芝加哥工作期间是在CaPone时代。而且，当他设立他的小机构的时候，给他的机构起了个名字，叫“ACME DETECTIVE AGENCY”，他开头的字母是“A”，这样的话他可以使自己的机构在黄页上排到最前面，如果你能获得他的智慧的话，那将是一个不错的想法。

第十二部分

如 何 使 用 便 宜 短 小 的
分 类 广 告 来 使 您 日 赚
\$ 10,000 以上

该部分选白盖瑞亥尔波特 7 / 1 / 88 时事通讯的全文

如何让我们都赚钱！

正如我上个月告诉你的那样，这个月我要告诉你一个新的叫做“远程控制”的营销技术，利用这一技术并通过大规模的营销可以很容易地增加你的收入一倍以上。我不是在开玩笑。如果你无法以数字的方式理解的话，我的朋友，我们可能不得不面对事实，你也许会 … …

超越所有的希望！

但这不是真的，不是吗？当然是真的了！而且，说实话，我从来没有怀疑过它。事实上，依我的判断来看，假设我们已经知道你已经拥有足够的智慧来阅读此信了，那么很明显，所有你需要的只是一个小小的一段时间和一个简单、易于遵循的路线图。

好，这里的路线图在稍后分析。

这里我所要做第一件事情是让你了解三个重要的信息，然后我会将这三个项目放到一起，让你可以着到所有这三个项目所涉及到的巨大的盈利潜力。

因此，首先，有多少次你读了广告或看到的直接回应电视广告，说：“你们可以货到付款吗？”很多次，对不对？

还曾经多次说过“对不起，我们不提供货到付款。’，对吗？

也难怪，拒绝货到付款是因为费用太高（高达百分之五十），并且使用货到付款实在很麻烦。它耗时，需要文书工作和额外的费用，总之这不是一个好的主意，你觉得呢？

继续。企业使用货到付款，比方说，你销售的东西，当时的零售价格约 \$ 60, 00，而你的批发价格大约是 \$ 30.00 元。现在，让我们说你接受货到付款订购和你的拒绝率是 50 %（其中，顺便说一句，这是非常常见的）。毫无疑问：这些数字，你没有机会赚钱了。

别急！如果我们正在销售一种不同类型的产品，一款超级产品。就如我在本函 12 / 5 / 87 吹捧的那样。记住我说过什么吗？记得我说，

“卖你所爱的产品！”

接下来，如果你没有自己产品的話，你应该使用说明指导来制作一份报告，提供有价值的信息给需要的那些人们。他们愿意为此支付费用吗？当然。报告可以是这样的，像“如何以半价在美国的任何地方滑雪”或“如何撰写广告为生，让人们向您支付薪水”等。

好吧，让我们假设你正在销售此类报告。如果是这样的话，这可能会增加你的广告印刷成本，因为印刷的费用是 0.50 美元（假设你做的广告都是这一价格）。

现在，如果我们用货到付款发出此类报告，使用 UPS（美国联合包裹服务），我们将不得不掏出另外的 4.11 美元以发出我们的订单。

注意：这是按照把报告发到离我们最远的地方计算的。

到目前为止，一切都很顺利。这样最好了，因为我们要为我们的报告收取 19.95 美元的费用，加上 3.00 美元运费和手续费！以及油费为每加仑 2.50 美元！这样总计二十五点四五美元。

嗯，让我们看看现在，如果我们用 0.50 美元费用打印报告，并用 4.11 美元货到付款，即 4.61 美元，这样的话总成本为二十五点四五美元，这样我们的利润就是 619 %。

你一说现在我们在空谈吗？我们再看看在数学上是怎么回事。

假设我们的拒绝率为 50 %，好，我们邮寄 100 份订单的花费为 4.61 美元，这样总支出为四百六十一美元。此外，一半的人给了我们订单，另外的一半却不订购我们的产品。但是，那 50% 的订购者，会支付给我们二十五点四五美元费用，这样的话我们总值就是 1, 272.50 美元。

怎么样？当我们所得到的总金额是 1, 272.50 美元减去 461.00 美元的成本后，我们来看一下，就是 811.50 美元毛利润 … 每 100 份订单

我们业务展开了！

并且他们可以感到欣慰的！为什么呢？

答案很简单：你看，当人们从我们这里购买的信息的时候，他们的目的不是购买纸张和油墨，他们的目的是购买你的有价值的内容！而且，他们真的不在乎你是否支付 0.50 美元出示你的报告或 \$50.00 或 0.05 美元。不，他们真正关心的是：

你是否能够真的给他们寄出去？

继续我们的学习。

现在，从上述数字中，你可以看到我们将打破每 100 份订单只有 18 % 或 19 % 的购买率。每想想看，惊人的事实是，只要你得到了至少 20 % 订单的话，你就不会亏本。

然后，请思考这个问题：有许多其他产品，如维生素，减肥药，化妆品等等的这些类型的产品！

再思考这个问题：以这样的方式来运做你的业务(货到付款)的话你的订购率奖大大提高！以后的信的内容中我将详细讨论这些细节，便不是现在。

现在我想阐述的内容就是我准备扩雇的业务。即

电话接听服务—电话信箱实际

实际上，我们在这里谈论的电话接听服务“超级简单”。其实就是一个自动应答的机器。他们的工作有点像一个花花公子电话答录机。他是这样工作的：

你需要做的就是给你的产品做广告，并且在广告里面推出你的电话接听服务，听取无害的“不具威胁性”的录音或者是更多你的产品和 / 或服务的信息。

他们将会很乐意的接受你的这新业务的，因为从表面上来看的话，他们不是用信用卡给你支付钱。人们往往觉得直接从一个陌生人那里通过邮件订购产品会不大可靠。而现在是通过信用卡给与你有联系的另外一家可信的通讯机构。

哇！这肯定将排除所有的疑问，你是否真的要发送产品，不是吗？

噢！就是啊！销售此讯息（正常工作）会消除至少 90% 人们的疑虑。你希望听到它如何做吗？我知道你会的。

好吧，我最近知道有人在做“在家工作”的分类广告（要远离你所在地区），我有他的电话号码，当你拨打此电话的时候你就可以听他的指南了。号码是（213）259 — 6652 。

现在就这样做！

哎呀，我爱出风头，是不是？是的话请原谅我，我并不是想伤害你。只是这封信的后面部分将会使你更清楚，只要你愿意花几分钟的时间来听我展示这个鲜活的案例，你就会明白一切。

记住，千万不要学这个做录音的家伙。正如我所说的，他的工作很危险。不过听他的录音可以让你悟出一些想法，我们可以使用这个概念运用到其他“一些”领域。

此外，我将给你另一个录音，它是由一位非常有名的人录制的，那人可是“真正的专家”，

但这是后话。现在，我们还是继续讨论“电话信箱”的构思。假设你已经刊登了广告，不管在电视上，还是电台（或广告牌或其他）或者任何其他形式。你的磁带得到人们的认同，销量大增，甚至有人以货到付款的方式订购你的产品。

然而接下来你该干嘛呢？当然，接下来就是竭尽所能提供你的“信箱”服务，

只要你愿意，你可以随时使用你的信箱，只需点击你音频电话的代码，你也可以“清空”你的信箱。换句话说，你可以得到所有新客户的姓名和地址。然后你可以当场清除磁带和邮箱里的所有资料，并为下次录制做好准备。

听着：这些事可以在同一时间多次调用，它们并没有占用你办公室的线路。它们便宜，把它们安装在这里，你无需购买或是租赁异国答录机（至少在你完成你的测试和你像个疯子准备“首展”之前）。如有必要，他们也可以给那些不想浪费时间的顾客们提供一个“挡箭牌”。

检查一下周围，看看在你的区域内是否有这些服务。如果没有的话，这是一个在洛杉矶的电话，你可以使用：

加利福尼亚州洛杉矶 5515 纽约大道 90042 电话：(213) 254 — 7171

（注：以上信息已经不再有效，加了许多变化与语音信箱的技术，因为这问题是书面的。这里有一家公司，提供最新的这项技术的内容；联系方式为佛罗里达办 1 2024 年北角人道。邮编：32308，电话（800）775 — 7790，传真：（800）800 — 6126，电子邮件：PAT@Pailive.com 网址：www.patlive.com）

这些信息已经足够了。

让我们进入第三个感兴趣的领域。

我本人就知道至少有三家这样的公司，他们仅仅靠对广告的分类，就能每年获得几百万的暴利！

嘿！这个消息是不是也让你产生了对这种工作的欲望？

那么，我亲爱的读者，因为你现在还不知道是怎么回事！毫无疑问的，这里有实实在在的例子，证明了我的一位读者做出的一件不同寻常的事情，这位老兄做了什么呢？想听吗？

其实非常简单：

他结合循环系统建立了一个网络，这个网络可以在八个国家发行 3806 份报纸，这样你就可以在一份不到 1.55 美元的报纸上刊登 25 个分类广告，他在网络上将八个国家的 3806 份报纸放在一起，结合 30880526 的发行量。这样你可以花不到 1.55 美元的钱在每份报纸上发布 25 个字的分类广告。

让我们一起来吸取经验！发明这个东西的人叫马文·普思戈，他联系方式如下：

传真：(206) 574 — 4671

免费电话：(800) 332 — 2730

私人电话：(206) 574 — 4671

此外，如果这些信息还是不够的话，这里还有在英国布莱德接收电报的号码：

现在请听好：如果你想要通过此人发布你的分类广告的话，很显然，你要先付钱给他。但是，在费用非常便宜的基础上，他可以在网上为你发布分类广告，甚至还能挣钱。他所获得的利润仅仅比 0.25 美元的邮资多一点点。你只需要对这些报刊发个邮件订单就可以了。

这里有一些很少见的“就业服务处”分类广告方面的细节：

1. 这是国内（甚至其他国家）唯一收取分类广告佣金的供应商。没有其他人这样做过。

2. 这项现存的服务项目几乎无人知晓。许多我的读者们，他们在全世界都使用分类广告，但是他们和我一样，都没有听说过这项服务。

3. 对于速度方面，这种分类广告业务甚至可以超越直接邮寄。广告收到后会在下周生效。当然，因为不需要有人送报纸，所以你能想象，你几乎可以立即取得成功。

4. 这是上帝发明的最好的试销市场。原因是：每个国家每周的所有版本全部都是相同一致的，你不需要有任何形式的变化。然而，41 个国家就表示你每周会有 41 次机会去测试 41 种不同的标题以及得到的效果。

5. 注意：大多数的报纸不允许你在分类广告中直接收费，这意味着，你要在字里行间中使用另外一种手段进行内容的描述。你应该了解，这样做是比较理想的营销途径，相当于建立一个普通的邮购公司就可以给你带来很可观的个人收入。

另一方面，如果你已经拥有或经营一门大生意的话，使用分类广告的方法，可以给你和你的公司带来可观的收益。

让我们来说说“创业公司”的吉米·卡莱诺（世界上最大的供应商研讨会）。你会很惊讶的看到，针对最近的“妇女如何通过重回工作岗位以提高自己的家庭地位”的研讨会，这样的想法你是否觉得可行呢？分类广告可以给你线索吗？当然能！你看

你可以使用分类广告进行概念测试！

我马上给你解释一下。但是你会发现，这里有一个各个国家的部分清单以及报纸发行量的数据，

NO. OF NO. OF
STATE PAPERS CIRC. STATE PAPERS CIRC.
AL 1 031, 100, 000 NV 32 359, 000
AZ 55 575, 131 NE 171 711, 000

AR 78 773 , 733 NJ 701 , 500 , 000
CO 1 0 1 640 , 566 NYI 841 , 051 , 000
CT +RI 43 320 , 250 NC 1381 , 425 , 451
FL641 , 006 , 400 ND 95 425 , 753
GA 1041 , 500 , 000 NM 28 215 , 120
ID 41 256 , 193 OH 110 871 , 740
IL 2272 , 1 98 , 1 00 OK125 588 , 000
IA 2381 , 300 , 000 SC78 653 , 000
KS 82 326 , 999 SD 150 374 , 986
KY 751 , 200 , 000 TN 73439 , 373
LA 79 518 , 707 UT 20160 , 000
ME + NH + VT 23 167 , 700 VA 721 , 251 , 843
MA41 502 , 900 WV 50 559 , 236
MN 2732 , 200 , 000 WA 1 111 , 092 , 022
MS 62 4 15 , 000 WI1731 , 615 , 484
MO 1 47 917 , 563 WY 41187 , 000
MT 63 1 90 , 038

好啦，现在你可以仔细阅读目录清单，让我们讨论以下分类广告在所有不同报纸上的运作：

免费记录信息

**妇女如何通过重回工作岗位以提高自己的家庭地位，
并且创造出更大的价值利益！电话。(000) 000 — 0000**

天啊！，你一肯定会说，我用 25 个字就可以表达很多的内容，你能做到吗？
但无论如何，通过在 3806 种报纸上发广告和接听你收到的电话，你不仅获得了这个项目的可行的办法，而且，你会获得很多很多的东西

‘这在任何一个国家都切实可行！

另外还有：这个叫普斯戈的人收集了如何做分类广告的大量秘密信息，如果你成为他全国性订阅者之一的話，他会和你一起分享这些信息。

顺便说一句，我本人也是他的客户之一。

好啦，各位，这就是我们这个月讨论的话题。我希望这些内容可以激励和引发你们的思考！

你们忠实的
盖瑞。亥尔波特

P.S . 对了，你们想给我的电话信箱留言吗？如果想的话，号码是（ 213）259 — 666 么谢谢你们。（以上号码已不存在）。

P . P . S.你说什么？你说我忘了告诉你如何提高你货到付款的接受率？其实我并没有忘记。以下是你如何做的方法：

1、在你获得顾客的电话号码以后，你要打电话确认订单并且告知顾客注意查收包裹。

2 、并且 / 或许在你发送出包裹之前，你先寄出一张明信片或书信，告知顾客要注意的事项， 同时也告诉他们要准备的钱数等等。

那么他在没有领外订货的情况下是如何收到包裹并且还免费得到这些额外东西的呢？

信息是需要不断更新的。因此，你刚刚读到的刊登在 7/1/88 期的内容是需要更新的。

我需要提醒你们，所有这些内容的想法都是很好的（非常卓著的），但是，一些电话是过期的。

然而，所有所发生的这些事情中，最大的变化是马文·普斯戈本人，他已经出现了一些精神上，情感上以及身体上的问题，他的分类网站已经不复存在。

但是，请不要绝望，有一个新人已经出现，他已经建立了不同的网络分类广告 … … ，他的分类网络是马文·普斯戈曾经拥有规模的 10 倍 ！ 这个人名叫菲尔·科特兹，他的公司是 NRC 媒体服务集团。

联系人：杰伊·韦德

地址：美国新墨西哥州圣达菲 314 区色塞罗路 2442 号

电话：（ 505 ） 820 — 6700

电子邮箱及网站地址： jayw@ netbiz . com ; www . netbiz.com

给杰伊打电话吧。他得到了一些目前分类广告的信息，他会非常乐于与你分享这些信息。在你给他打一电话时，一定要告诉他，老好人“出版社巨头”盖瑞有好事告诉他哦。

谢谢！

您忠实的

盖瑞·亥尔波特

第十三部分

找到你梦中情人的秘密技术

本节是盖瑞亥尔波特 12 / 1 / 86 时事通讯的全文

今天，我要开始教你如何写商务信函。这不是一般的信函。没有这样的信函是由广告公司写的。这些信函不是那种蹩脚的，无聊的，令人感到沉闷的信函。今天你要开始学习如何编写“杀手”信函的过程！从而为你创造成千上万，十万或上百万甚至数千万美元的财富，这些信函为你增加销售量（或你的客户），从而可以增加高达数亿美元的利润！

总之，我敢说这将是读过的最有趣和令人兴奋的信函。因此，让我们来看看。

在过去 30 天中，我的行程计划是这样的：

洛杉矶到拉斯维加斯
拉斯维加斯返回洛杉矶
洛杉矶到伦敦
伦敦到布鲁塞尔
布鲁塞尔回到伦敦
伦敦到纽约
纽约到圣路易斯州
圣路易斯州到洛杉矶
洛杉矶到拉斯维加斯
拉斯维加斯返回洛杉矶

除了（以及配合）我的旅行计划以外，我也一直在做一些其他的工作。

目前，我正在和哈尔莫里斯夫妇和他的女儿戴比拍摄一个有线电视节目；我同时在为一家大型的健康书籍出版商做服务；我还在设计一个全新的古钱币推广计划；我还与这个星球上最大的金融出版商们合作；并且，我还与一个维生素销售商和图书出版天才芭芭拉卡特兰（在吉尼斯世界纪录说，她是世界上最多产的作家）洽谈业务：如果波莱特的算法是正确的，大概有 32 个重要的事要去做。

那又怎么样呢？

在我的行程过程中我一直都在安排教你：如何写具有爆炸性的信函的方法！嗯，你还记得我是如何兴奋的告诉你你会在这篇文章里读到什么东西吗？我从来没有说过要“填鸭式”的告诉你所有的答案，我只是告诉你，这个通讯是很杰出的，我也没有说你不得不接受“二等课”。

因为我很忙，我有没有说过？我的意思是，无论如何，我都要使这个通讯很突出。这就是我对我写的很有自信。每一个广告，每一个直接推销邮件，每一个电视广告，每一个电台广告，以及每件事情。

因此，我的朋友，如果你一直在关注我，你应该已经猜到了最重要的事情是你可以把这些信函以“飞行员”的态度来对待！

一切成功都必须付出努力，但最重要的是态度。

一个人的态度将决定（在良好的品德和合法性的范围内）你是否能为自己或你的客户成功的完成工作。没有什么其他的借口，没有什么可以让你延误期限，没有什么不好的主作，把种种借口统统抛掉。在努力工作的态度面前一切困难都不是问题。

NOT EVER ! 永不退缩!

第一个部分就谈这么多。现在，让我们进入第二个部分。

最近，我为布莱恩史密斯夫妇撰写了直接邮件，他的“个人理财”信函是世界上发行量最大的通讯信函。该信函包括一封我整整花了五个星期才‘写好的 8 页的信，这是我非常满意的一封信。实际上，单独第一页的内容我就修改了 23 次。

就这样，现在让我们看第二部分例子，简直是 …

疯狂的工作!

大多数的广告都是由那些自认为很有创意的人写的。我总是很开心（有点坏心眼的撰稿人）他们解释了自己是如何获得营销工作灵感的，在与世隔绝的地方，如：新罕布什尔州的森林里；或旧金山某个神秘的沙滩；或者那些没有人烟的地方是他们灵感的来源。

哦，天啊！这似乎和我的工作方式不一样。我是从市场里面得到某些见解和看法的。那么什么是市场？你知道，在我看来“市场”其实就是人。那些学会了销售的人都知道如何去销售，那些最有“创意”，的人，很难想像。

因为我在那里学到了 — 在市场上。

是的，女士们，先生们！我以前是一个上门的推销员，我还作过国会议员，一名．监狱看守，几个公司的所有者（有 700 雇员），出版商（书籍，信函等）一个潜水员，一个傻瓜，一个骗子，一个救世主，一个白痴，一个英雄，一个父母，我曾经利欲黑心并且．穷困潦倒过；我曾经和电影明星们，模特儿们歌星等各种各样的人一起工作过，我实实在在地告诉你们：

“千万不要相信（或雇用）这个地球上的傻瓜撰稿人!”

无论如何，让我们最终开始具体的学习吧。

现在我要告诉你真实的故事，我是怎么写出最成功的广告的。通过阅读这一令人惊奇的事件，你要理解这些巧妙的、重要的写作要素。如果你希望你的广告能够成为真币引人注目的成功广告，你的广告都必须包含这些。

现在开始，很久很久以前，早在 1978 年，我见到了一位住在圣莫尼卡的年

轻的女士，我开始约会她。

当时我见到她的时候，她是那么的漂亮，她的脸蛋儿几乎迷倒你的眼睛。她在一家公司任要职，她有温柔的个性，一个整洁性感的小身体，并且很有幽默感，此外她甚至是位美食厨师。其实，说实话，她几乎具备一个女人所有你想要的东西。

不幸的是，我漂亮的小修女(化名)对于自尊心存在很大的问题，我注意到在过去的几年内，她不会把事情处理得很好。换句话说，当我们在一起非常高兴的时候，她总会找出某些方式来打破这美好的一切，结果让我们的生活变得很糟糕，她认为那才是“属于我们的。”

其实也有很多这样的人，包括男人和女人，不是吗？

不管怎样。在这种情况下，我们都很无奈，也很沮丧。经过了一段麻木的时间以后，我再也不能容忍了，我们开始分居，我开始约会其他的女人。

起初，我还觉得这是非常令人兴奋的。然而，一段时间以后，我却非常的失望。因为我所在马尔代夫的女人们，虽然有着美丽的外表，但深入了解之后我便知道，他们中有许多人精神失常，或者是情绪受到过严重挫伤，或者深陷毒品不能自拔。所以，最后我又回到了小修女身边。

我想改善我们原来的生活，我尽了最大的努力去做。但却很不走运，小修女还不能扭转我们的好生活。她的内心仍然被努力的工作所占据着。当情况有了好转的时候她总会做一点事情让生活变糟。这样我们就又回到了以前糟糕的状态。

几个月后，情况并没有好转，于是我放弃了努力再次和小修女分手了。

但是，这一次我没有回头。我无法忍受回去再找小修女的想法。也无法忍受约会另一个女人的想法，因为那些女人们不是头脑有问题就是吸毒者。

那么我应该怎么办呢？很简单，我其实没费多大的劲。

是的，亲爱的朋友，虽然是可悲的，但却是事实。时光在一个月一个月的流失，那个可怜的内心沮丧愧疚的盖瑞，再也没有约会过一次，我每天生活除了工作就是工作。我同时一直坚持看我的老爷车（电视节目），并且经常去看电影。然后在一个人独自漫长的散步时候思考：我如何过上有意义的生活，等等。

最终我开始写一本名叫“盖瑞亥尔波特的新禁欲指南”的手稿，后来我发现自己沉浸在一篇题为“用 Rutabega 可以做的 14 件非常有趣的事情”。我想我深陷其中，所以我必须做一些事情来改变我的生活方式，否则我会发疯。

因此，你猜怎么着？我写了一个广告。而且，就是这个广告，我认为是我写过的最成功的一次广告。此外，它也是我可以用来做为“教学模式”的最好的广告，因为它可以生动的说明一些印刷销售的技巧，而我认为这些技巧是非常重要的。

现在，我的朋友，我要请你做一些事情。就是你给自己倒上啤酒，咖啡，汽水或任何你想喝的饮料，然后躺在一个舒适的床上或坐在椅子上，打开广告（它就包在这个信封里面），然后你需要很认真地阅读这个信封里面的每一个字，读完以后再继续读这篇通讯。

请现在就这样做。好了吗，你看完这条广告了吗？如果没有的话，你就在欺骗你自己，因为本通讯的其余部分将不会像广告那样阐述清楚，另一方面，如果你看过广告的话，我想给你一点忠告。你可能像对待某些广告那样对我产生怀疑：有时我会觉得这个通讯很好笑

那很好！

但是，你却不能这样觉得，因为我写的作品有时候有“娱乐价值”，如果都是那样的话，我的作品就是不严肃的。但我对我的工作却是非常的严肃，严肃的就像对待癌症一样。而且，你刚才读到的广告毫无疑问是非常严肃的广告。

想想看：除了你的健康，在这个世界上更为重要的事情就是找到理想的伴侣，并与他们度过你的生活，不是吗？

现在，我就要告诉你为什么这则广告是如此的成功，我想告诉你这则广告之所以那么的成功，是因为它所具备的广告元素是非常恰到好处的。

那么，他到底有多成功呢？我认为你根本就不需要问！

起初，它并不是作为“商业”的广告出现的，但后来的情况却发现它带来了巨大的商业成功。正如我刚才告诉你的那样（我的商务信函也被推荐在了“热门信函”之列）。

有关这个广告还发生了 7 件非常有趣的事情。即：

- (1) 在洛杉矶最大的无线电台（ KABC ）播放了的 5 次。
- (2) 有两个人曾经邀请我写一本关于这则广告的书。
- (3) 我曾两次被邀请拍一部关于这则广告的电影片子。
- (4) 由于这则广告我有机会约会到洛杉矶最出名的美女。
- (5) 并且在上面所提到的第 4 件事情发生的过程中，我就是因为这则广告，而结识了一个非常棒的女人，并与她同居了。这个女人喜欢我的生活，我认为她是世界上最优秀的女人。
- (6) 就在我写这些东西的时候，我还被问及是否同意安排一个在洛杉矶电视台关于这则广告的采访节目，这个节目将会在第九频道播出。

(7) 最后，我被邀请写一则关于这则广告的广告！

嗯，看来这一切只是开始，因为从那时候开始，我就要建立自己的（至少我将自己的一部分）电视节目，主题是围绕这一广告！

所以，亲爱的朋友，如果我引起了你们的注意，我现在想讨论一下这个广告的元素，这些元素是使得这则广告取得伟大成功的原因，如果它要成为一个真正的赢家的话，它就必须超越所有的广告。

下面是关于这些元素的分享：

第一个，热情

大部分的直接邮件是由那些只对自己写作东西感兴趣的人写成的。我永远不会忘记我曾经读过的一本书叫“作家的手册”的书，里面说到大多数作者认为他们写作过的东西过于戏剧性，而事实上，却几乎是不够戏剧性。”

正如克劳德霍普金斯所指出的那样：“人们永远不会对所印刷的东西感到无聊！”

所以，当你写一个广告或 DM 宣传单时你可以随便写，任意的发挥——让你的兴奋和热情溢出在所有的页面上，不要有任何的保留。用那支钢笔在页面上奏出狂欢曲！告诉你的顾客你的产品是多么的棒，不仅感觉良好，而且看起来也不错，味道也很好，它将让你更丰富，更健康，更苗条，更迷人，等等。

你知道很多新的客户对我说的内容永远都是错误的，它是这样的：“是的，但我的客户是不同的。他们喜欢阅读各种各样的报纸或是一些通过邮寄购买东西的年轻人，或是为了减肥花了很多钱的人。”

HOGWASH ! 废话！

每个人都像“那些”阅读全国日报的人那样吗？大部分人是不会关心你的市场的，这些人有可能是火箭科学家，建筑师，社会高层或者任何一个人。他们这些人没有任何激情。激情是今天广告里面最缺少的成分。大家似乎更关注于是谁会赢或者输，而他们不会对他所收到的邮件内容感兴趣。

我知道我不是那样的人。但是你知道吗？有许多人每年花数百万美元来从事邮件销售，但是因为没有任何的销售业绩而破产。

听着：当你在写你的销售信的时候，你必须做到决不撒谎，决不夸大其词，决不使用品味低下，决不低级趣味，决不侮辱你读者的人格，但你也应该.....

**停止担忧，
不要担心得罪人**

不要担心卖不出去

你知道吗？有很多体重超标面貌丑陋的很失败的女人不喜欢我的广告。但是，孩子啊，你应该看到，我已经写完了我的广告，我并不担心得罪任何人。相反，我更在意的是我的广告有多厉害，嘿！嘿！

第二个，细节

几乎没有任何人在他们的广告里面写入更多的细节。

请记住：那些对你产品不关心的人，他对你产品相关信息也不会关心。而那些对你产品关心的人却想知道你产品的一切信息。

这是一个写作广告很好的思考方式。想象一下个月你需要花 4 万美元来选购 10 辆新车，而你甚至连这些车的图片也没有看到！

现在请你告诉我，在你写下这 4 万美元支票之前你想详细了解多少这些汽车的信息？你该不会只满足于这样一些泛泛的信息吧：“这车真的看起来不错，而且非常省油！”

我敢打赌你绝对不会就这样满足的。在你掏出你的 4 万美金之前，你一定想得到如下的信息：这辆车在手动档的时候油耗是 23.7，自动档的时候油耗是 31.4。我敢打赌，你也想知道确切的马力，车体颜色质量如何，有多长的保修时间，轮胎表面的设计是否合理等等。

听好：这是个根本原则，不管什么价位的产品！当人们通过邮寄购买它时，他们都是看不到产品的实物，但是他们却想知道有关这些产品的一切信息，即使不管你是花 4 万美元，还是 4 美元都一样。需要记住的一个非常好的规则是 … …

当您通过邮寄销售的时候，你的顾客们希望知道你能够告诉他们所有信息！

第三个，阐明产品的缺点

所有的产品和服务都是有缺陷的。正所谓人无完人。我们都是有缺陷的(即使我也不例外)。

当我在讲述我的广告的时候我即没有说我的广告只打 64 分，也没有说我的广告是超级完美的。我发现有一个东西说得很清楚，我也是一个非常不完善的人，不是吗？那么，你知道吗，当你承认（和描述）你的缺点的时候，它会使你更加的可信。在你谈论你长处的时候，请你面对现实，你的产品，或服务是有缺陷的，你要向你的顾客承认这些缺陷。

第四个，清晰

所有优秀的作品的特点之一就是非常的清晰。

你不一定都能做到在保留很多细节的情况下仍然非常的清晰。但你的广告可以非常详细，很具体而且界定明确。清晰是让你的读者了解你写作内容的前提条件。大多数的作家都明白这一点。

第五个，使用日常用语

“我病的像狗一样”这样的话，也许不是非常正式语或者具有创造性的，但它绝对表达是很清楚的，不是吗？

注意，这里有一个令你感到惊讶的事，大多数今天的作家仍然在犯的一个错误，就是使用陈词滥调！病的像狗一样；胖的像猪一样；穷的像孔乙己一样，不是非常形象的画面吗？慢得像 1 月的糖浆（流不动）；糊涂的像疯牛一样；火热的像爆竹一样；疯狂的像臭虫一样。要我说，这些词也许不是正式的词汇，也许他们没有创意，但 …

**他们像天堂一样的美丽
像贝尔一样的聪明！**

不是吗？

这里有一个非常重要的技巧：**你一定要大声读你的稿子**。你也可以放慢阅读速度或屏住呼吸，通过这样做，你会发现一些小的语病。

想知道更好的技巧吗？

从前，我曾经住在马西永（俄亥俄州的一个地方），我经常去一个叫迈克内的酒吧。大多数的人都喜欢迈克酒吧的书籍和产品，这些书籍的内容是关于如何对付政府的苛捐杂税。不管怎样，我经常做的事情就是把我的广告带到迈克酒吧那巢，并给那里的顾客们朗读我的广告。

现在请听好，如果我得到的反应是：“哎呀，加里，这肯定是一个好的广告，你实实在在的做了一件好事啊”然后我知道我失败了。

换言之，如果我的观众对我的广告没有任何的评论，而是问。

… 哎呀，我想看一下这本书。你能给我一本吗？

然后，当然了，我就知道我成功了。

但最糟糕的是：“请问你能告诉我，你想问我什么吗？”你看，这意味着我没有尽最大的努力。这也意味着我的句子和段落太长，我用的不是日常用语。因为在我大声朗读自己广告的时候，人们懒的不想去深入理解，你到底是想表达什么

意思的。

现在已经到了“扣人心弦”的地步了。但现在的问题是，我的时间，空间，精力非常的有限。因此，我不得不从事我觉得最重要的事情，在未来几个月中我会告诉你们书写销售信件的所有技术！’

此致
盖瑞。亥尔波特

P . S . 顺便说一句，到目前为止你有多么喜欢这篇通讯呢？是不是感觉很像星期五报道那样乏味呢？我非常希望能够收到你的一封信，或者你的电话，从而听到你的意见。你愿意这样做吗？怎么样，如果我说那些给我建议的人的照片将会放到我的书的封面上，你还会那样做吗？你不要告诉我你想第一个在我的书里看到你的照片吧？

第十四部分

如何让自己或你的产品在

有线电视上播

却无需支付任何费用

过去一年多以来，我一直在制作有影响力的 30 分钟 7 个不同的有线电视节目，票房已经超过 1400 万美元！

下面是其中的一个例子。

你还记得杰克·兰莫塔吗？曾有一段时间他是电影界里的“愤怒的公牛”，罗伯特·德尼罗主演的电影是以他的生活为基础的。他和他的妻子威奇已经离婚很长一段时间了。

现在威奇有自己的化妆品业务。她是一位漂亮的女人，她是有史以来最早登上花花公子杂志封面的女性。她看起来很不错，她的生活故事也很有趣，据我的女朋友波莱特说，她的化妆品非常棒！

我在曼哈顿出差的那段时间，我正好有机会与威奇一起做有线电视节目。长话短说，不久之后，她的广告就在几个国家的有线网络播放了 8 个多月。而这些并没有花她一分钱！

你想知道他们进行这一活动都做了些什么吗？如果想知道的话，我会告诉你三个 S，如果你也想赢得一个很好的免费电视节目机会的话。下面是你需要做的事情：

第一个 S，一位明星。人们都想让自己变得更加出众（降低胆固醇，看起来更加年轻等），因此需要一位明星或者一位名人来做广告代言人。

第二个 S，一个故事。我们可以在谈论或者接受电视采访的时候说“我是如何从贫穷变成富有的”或“我是如何学会购买持续保值的房产”，“我是如何减掉 200 磅的体重，同时降低胆固醇超过 150 点。”

第三个 S：一个解决方案。这是最重要的 S。你的产品或服务，需要解决诸如贫困，痔疮，肥胖，无聊，饥饿或任何一个富人或者名人需要解决的问题。

所以，你的营销广告是否包含所有这些因素？如果是的话，请耐心等待，因为这份报告需要你睁开眼睛仔细看。也许，一个全新的机会之门就会为你打开。

首先，介绍一些背景。

听好，有线电视是一个非常巨大的网络。事实上，如果现在还没有看到这么大的网络的话，你也不用担心，因为很快看有线电视的人会比看无线电视的人多很多。而且，这意味着，有线电视网络会导致独立的电视台的节目几乎完全崩溃。

然而，它一直在变化着，尽管现在最好的电视节目网络仍然是美国广播公司 CBS 和 NBC。但是，如何让所有的这些有线电视节目公司可以为你所用呢。

进入娱乐节目！

现在的情况是，有许多的电视台，没有独立的经济来源，他们获得资金的来源不是他们自己的节目，而是通过为某些企业创造利润来收取一些费用。

这种运作方式使得企业会在电视台播出大概半小时的“脱口秀”节目。在这个节目里面房地产大师将会解释他是如何学会空手套白狼。然后，在节目播出的休息时间，电视台不会播出其它的电视节目或者是肥皂剧的节目，企业可以利用这段时间播出与其产品或者服务相关的内容。

举个例子，假设有一套某个明星要教你“如何空手套白狼买地产”的家庭学习课程。你要注意的是：这些节目并不会起任何作用，除非他们有一个独特的地方以及一些很有价值的新闻信息。

换句话说，如果你拥有很多汽车，你要别人为你做一个出售汽车的电视节目，你必须要排除这种做法。

另一方面，如果你知道如何买到从毒贩那里没收来的凯迪拉克，那么你可以教别人做同样的事情，因为这是真正的产品资讯。在这种情况下你需要做的就是给他们书面的指导，再给他们提供一套如何去做的 8 盒录音带。

接下来，你需要做的就是联系像我这样的人，就是那些对奇特想法感兴趣的人，如果这个人喜欢这个想法，他很可能提供所有的资助，从而努力促成你的想法。

下面是介绍如何做这样的事情。

你需要和一家生产商去谈，如果他对你的想法感兴趣，你就给他听你的录音带。然后，生产商会准备录制这个节目，他会安排一个摄制组，并告诉你何时开始录制。在录制节目的时候你可以请一个专家来主持这个电视节目，他会采访你并向你发问。目的是让你总结出你如何以非常低的价格来购买土地以及汽车的一些技术。

然后，在广告播出的时候，会有专业的播音员来赞美你在录音带中所创造的奇迹，并告诉观众只要他们采取行动也能够获得同样的结果，只需要拨打免费的 800 电话或者使用他或她的信用卡。

现在，让我们假设你的磁带的合理的零售价为 195.00 美元加 3.50 美元的运费和手续费。当订单来的时候，磁带的生产者将会拿到大约 140.00 美元，然后留给你剩下的 59.50 美元。而且，假设你以 30.00 美元的成本来得到你的订单，这就意味着每个订单你净利润为 \$ 20.00 美元。

**没有任何风险！
不需要任何的投资！
也基本没有任何的麻烦！**

那么你在哪坐找到这些生产者呢？其实，我已经接触到他们其中的一些人

了，但我故意不给你他们的名字，以及电话号码。

原因是，这些生产者的大部分时间都是在打球。很多时候，球场的人根本就不关心商场怎么运作，而且，这些人能做的事情就是浪费你的时间。通常情况下，他们没有透彻的去研究有线电视如何为市场工作，而且他们根本就不知道你的宝贵的想法的价值所在。

如果你真的对这样的机会感兴趣的话，你需要做的是首先观看大量的电视销售节目（译注：电视购物等类型），一直到你觉得得到了他们运作模式。然后，在你觉得满意之后，你有可能选一些你觉得合适的广告模式。这样的话你就结束你观看节目的学习过程。你也必须注意在广告中提供的地址。而且，在你完成我所说的一切以后，你需要利用该信息找到一个生产商，告诉他，你想让你的信息上电视

或者，作为我的客户来联系我。但换句话说，如果你不想与其他人分享利润，又该怎么办呢？需要花多少钱？实际上，让人惊奇的是，如果你学习的时间比较短的话，你制作一个半小时的节目的花费大约为一万五千美元。来测试它，可能又需要 5,000 元至 10,000 元。你能赚多少利润呢？真相是令人吃惊的。

你看，如果你这样做的话，你可能会像我的其他通讯的读者一样：每年赚到大约 2600 万。

想想看，集中你的注意力。

此致

盖瑞·亥尔波特

第十五部分

成功的黑暗面！

本节包含盖瑞亥尔波特 2 / 6 / 88 时事通讯全文

我正处在危险之中，这是真的。

我不是为了吸引你的眼球而使用的关键词，也不是一个笑话，或一个营销课前的预热。这是我向你们敲响的警钟，需要你们关注。

为什么呢？听着：最近有一个事情特别令人激动，就是我已经制作了第一个电视节目（是关于比华利山医疗国会的），我认为这是一个很好的开始。而且，我通过直接邮寄的方式来销售这些套装，现在我的客户也能在相同的时间内得到双倍的利润，而且他们的邮寄数量已经达到每月 70 万件！

等等。最令我高兴的是，我已经收到来自伦敦奥美副主席杜雷顿伯德的信。而且，这封信令我高兴的原因是，他告诉我他与大卫奥格维经常电话沟通，并且奥格维先生刚才把我的时事通讯给了他。伯德说，其中还包括他给我的非常棒的评语。除此之外，伯德先生想知道，我是否可以在他新出版的书“市场营销术”，写一些东西。

嗯，我不知道你是什么样的人，但从赚钱的数量上来看，大卫奥格威是最精明的广告人，我能够引起他的注意是我的荣誉，他在他的信件里面给了我很高的评价。

这样除了能够建立一个很好的市场以外，对你的工作的最高褒奖也会给你带来巨大的销售量。如果没有他们的见证，你就会对我产生怀疑。

你有没有听过卡普尔斯奖，约翰卡普尔斯是我的营销英雄之一（译注：约翰卡普尔斯最畅销的书是《测试广告的方法》）。但该奖项对他的名字的荣作蒙上了灰尘，这一让我痛心。

你知道有一些评委对卡普尔斯奖的决定是如何运作的吗？是这样运作的：在争夺销售冠军的过程中，作家能否获得该奖项是看他的作品是否具有“创意”。那不是很好吗？事实上并不是，因为好的作品它必须要真正打动许多客户的心。而那些“创意”味很浓的作者不久后会变得一贫如洗，都是因为那该死的一些愚蠢“创意”，愚蠢的广告活动，一些作家荣获“卡普尔斯奖”，是每个人的耻辱。

原谅我，我离题了。

我们回到刚才说的内容上。如果你来访问我，来我的办公室走一走，看一看，跟我们的工作人员交流一下，你会看到一些名人和客户对我评价的照片；你会看到我有一位可爱漂亮的女人：你会看到来自用户和客户的见证，帮助他们使他们赚了很多钱；你会看到我，我的工作人员是如何的工作，你会看到我们都嘻嘻哈哈，有很多的时间来放松——虽然大家都像疯了似的努力工作。

如果你继续读下去，你会看到一个男人(我)最致命的错误，这就是 …

自以为是

这可能是致命的。我不是说破坏你的企业（尽管它可以说肯定是），我说是致命的，致命的。就像我从前的时候那样。

听着：你还记得在让你订阅我的时事通讯里面，我答应写“成功的黑暗一面吗？”嗯，我这样做过。因此，这封信不是关于如何改善你的营销或赚更多的钱的。这封信是关于如何防止破坏你的生活的，因为它几乎左右你我的成功。

如果你有子女或任何其他你爱的人，如果你认为这些信件中的内容很有价值，那么这是迄今为止，应该让你的亲人看的最重要的信件。

你将要看到的是非常愚蠢，蠢得透顶的一个理论土聪明的人（蠢’“大师盖瑞”）。

但让我提建议，在你笑前，你会说：“亥尔波特才是真正只愚蠢的家伙，愚蠢的东西不会发生在我的身上，”我建议你听听你那个内在的小声音，记住，你会说：

不要太肯定！

不要太肯定！

不要太肯定！

让我们回到过去，在 1973 年上半年。当时，我正生活在水深火热之中。我出售了一半我的公司（盾形纹章公司，他拥有超过 700 万客户），在今天的价值为 2 至 2.5 万美元。我也有我的最炙手可热的出版公司（信息公司），我的公司每年为我赚数百万美元。我也有高利润的投资（有时我的白银期货合约，价值高达每天 1 000 美元），我在劳德代尔堡拥有‘一个山堡，在佛罗里达群岛有许多船，在公寓区有房子，总的来说，我是...

小池塘里的大鱼。相信我，我投资的一切是值得的。例如，每当我发现自己在与陌生人交谈时，谈话就会谈到钱的上面。每个人都试图打动其他人，我总是用我的对话主题来赢得胜利。

像这样：如果有人问我，我有多少钱时，我会说：“哦，我猜大约有 20 万美元。”然后他们会微笑着说，“嗯。像你这样体面然的年轻人，一年赚 2 万美元，还算不错！”

然后，我会摘下我的“礼帽”，说：“哦，不，你误解了。我的收入为每天 20,000 美元！”

你喜欢吗？它是否能让你微笑一下？很聪明，是吧？其实，这是我的真正表现...

难以忍受的愚蠢！

我要告诉你一件事：在 30 年代是要提防自吹的人，因为我这样有很多人是

难以忍受（很危险）我的。

另一个例子。曾经在马西隆（美国俄亥俄州东北部一城市）的第一国民银行，俄亥俄州甚至不让我开支票帐户，因为他们的信用研究结果认为我不值得信任。你能想像吗？一家银行，说你是无赖，他们甚至不会让你存款呢？

所以，在我赚了一大笔钱以后我是如何把我的大笔存款存到银行的呢？你说得对。我正好存在了国家第一银行。

想像一下：大约在周一下午的两点，银行开门的时候，有一位大约 30 岁的年轻人背着一个帆布包从路上走来。他身穿褪色的运动衫，蓝色的破旧牛仔裤，他在柜台前面放下肩上的帆布包，然后耐心地排队等待。当他来到出纳员面前的时候，他告诉她，他希望存款。然后在众目睽睽下，当着所有在银行的客户及其雇员面前，这一个衣衫破旧的年轻男子开始拿出他的现金，他的钱堆起来大约一米多高，这个场景令出纳员目瞪口呆。

这是非常危险的举动，是不是？

嗯，我尝到了这样的恶果。

它是这样发生的：1973 年 7 月的一天天黑后，我去取汽车行李箱内的杂货。有一辆赛车停在车库外面，因为我从屋里出来的，所以我不得按下按钮，将车库门打开。在要走到门口的时候，我看到两个戴着滑雪面具的家伙站在车库里。起初我以为他是和我的孩子一起玩耍的孩子。但当他们用东西顶住我喉咙的时候，我才发现他们其实都是成人并且配有 0.45 口径手枪。

你见过 0.45 口径的手枪吗？我在当 3 年议员的时间曾经配过这样的手枪，他们很可怕。特别是当你正在做生意的时候碰到这些家伙。

其中一个人让我走到车库和房子的西边空调边，我摘下了我的眼镜交给他。然后，他的举动非常的奇怪，他很有礼貌地对我说，“我要把你的眼镜放到空调上面。”然后，他冲进我的房子我看到了他的同伙已经把我的妻子南希绑了起来。他们出来，把我的眼睛蒙住，嘴巴塞住，把我放进了帆布口袋，他们把南希也放进了口袋。

然后，他们洗劫了我的家。他们把我“预备急用的钱”都拿走了，把南希视为传家宝的亲戚送的礼物也拿走了，他们注意到最近我给 Parade 杂志写的整版广告邮件袋。

这个时候，南希说：“加里，怎么办里他们甚至拿走了邮件！”但我该怎么办，我们都被绑在一个帆布包里面了。

还没结束，他们需要更多的钱，他们开始对我们进行威胁。时间不久，他们相信我们已经没有其它值钱的东西了。然后，他们离开了，开走了我的车（凯迪拉克），带走了他们所有的战利品。对他们而言，那些书面的信息是毫无价值的。

顺便说一下，在他们离开的时候，其中一人说：“这就是住这样的大房子里面，挣了那么多钱的人的下场。”

你有过发生在你身边的这种事吗？我希望不会。这令人不安的程度远远超过了你的想法。你知道，我们都习惯于看电视，在电视上看完暴力片子之后，我们依然重新迎来新的一天，然后继续我们的工作。

相信我，事实不是这样的。

暴力和危险对我来说不是陌生的。我所在的这个城市，在我青年的时候，是这个在地球上犯罪率最高的工业城市，我说的是俄亥俄州巴伯顿。在那个时候，这里几乎就像是一个战场。在高中，我的朋友“蓬巴杜”，在他父亲驾驶的汽车里面放了两把德国鲁格军刀，随时预防突然袭击。后来，当我是国会议员的时候，我被送往德国，我的职责是处理那些与服务员动手的流氓，并且还要对付那些拿着小刀和双管猎枪的无赖。

但是，这次情况是不同的。因为这是发生在我家，我的家是我的避难所，是我的“安全地点”，可以把老虎，熊和恶魔拒之门外，使我渡过平安的夜晚。并且我的家人都在家里！不仅是我的妻子在家，而且我的孩子也都（感谢上帝！）在楼上熟睡着。

无论如何，在此后一年的时间里，我每天都难以入睡。我已经是一个沉迷于啤酒的人，在劫案发生后，我开始喝更多的酒。我工作难受，我的生意开始走下坡路，我知道我的人生发生了一些改变。

所以，一年后，生活没有什么变化，我将我的公司股票以单价为 15.00 美元的价格出售给杰瑞安提，我也从来不去检查我的现金。

顺便说一下，当时，我的企业已超过 100 多万客户和超过 6 万元现金，还有其他资产。

我后来做的事情是，将我的家人搬到加利福尼亚州洛杉矶，我和妻子成为了著名的心理治疗机构的病人，该心理治疗机构有 9 位世界著名的心理学家组成，它是由享誉世界的阿瑟佳沃创办的。他们应该是世界上最好的心理机构。他们已经有 150 名著名的客户，如葛瑞芬录制人，约翰尼卡森谈话节目主持人（我是他的观众），以及，早安美国和所有其他的节目等的一些人。他们经常发表文章和各种书籍。

我与这家机构签署了一个协议，上面说只需要大约九个月的时间，他们就能使我们消除所有的精神创伤，使我们回到原来的正常生活。我们得到的却是一场 3 年半的恶梦。

这些所谓的心理咨询师，全部由加利福尼亚州掌控的，他们是所谓的世界上已知的最复杂和操纵心态的专家。然而事实上，他们几乎摧毁了他们的数百名病

人的生命。他们曾经，一方面（我那时候不知道）对他们的女病人实施性骚扰，同时大把大把的收着钞票却面不改色。他们会控制你的生活，你的一切工作，你住的地方，甚至可以是你的睡眠。

让我花一点时间在这里说，在这一点上，你可能会说，“怎么可能让任何具有正常思维的成年人发生这样的事呢？这种事情不可能发生在我身上。”那么，我要说的是当你希望得到治疗的帮助时，你是非常脆弱的 …

不要太肯定！

不要太肯定！

不要太肯定！

顺便说一句，所有这些所谓的专家最后都受到了加利福尼亚州医疗质量保证局的起诉，他们开始通过在加州历史上最长的审理，他们都失去了他们的执照和被公开批评。如果你有兴趣，您可以阅读 1987 年 9 月 30 日在洛杉矶时报的有关内容。

但无论如何，我的心一直在不断波动着，我一直没有摆脱治疗的阴影，直至 1978 年 1 月。在 1976 年，尽管我在这一时期精神比较混乱，我接触的球员工妇想要进入邮购业务，出售“美国 100 周年的骄傲”以及 100 周年纪念版。当时的想法是，我出钱由这两个家伙经营业务。

在那段时间，我们的业务是赔钱的。我们开始生产这两种产品，我们寄出信件，我们销售，联系订单。

顺便提一句，产品必须个性化。

然后，突然，一切都变坏。

我们大量的通过直邮推出后，得到的订单比起刚测试的时候只多了一点点。

另外，我所有的收入都是从其他地方得到的，因为这些原因和这里的事情没有关系，所以我不愿意提了。

总的来说，所发生的事情是，我们结束了数以千计的订单，没有足够的钱把亏空的部分填上，这肯定是一个糟糕的情况。但它让我觉得，发生这些错误至少是可以纠正的。你知道，当时有很多人了解并尊重我的，我敢肯定我能借贷足够的资金来弥补所有的订单的亏空，并且改正错误。

唉，其实这是不可能的。接下来发生的事情是，我们收到了一个客户的报怨，他这样做是为了当地的电视台。嗯，如你所知，新闻媒体都渴望坏消息，他们派出摄制组到我们的办公室。由此产生的画面不是很戏剧性，当它播出后，引起邮政当局的注意，不久两个邮政检查员来到我们的办公室。很快他们了解到，尽管我不是业务的负责人，但事实上，我是公司幕后的投资人。

这是真实的，因此，他们要和我谈话。我不知道有什么更好的方法，我就邀

请他们到我家里。

大错，真正的大错特错！

你知道吗，那时候，我住在大西洋海岸路 637 号，房子在加州圣摩尼卡的右海岸，实际上是从整栋建筑中延伸出 171 平米的房子（因为法律禁止有更多的建造面积），这里简直是太棒了！在我隔壁的房子，之前是属于彼得·罗福德的，那是肯·尼迪做总统的时候在西部白宫的家。

有两个邮政监察员值得一提。其中有一个，我很难记得起来，而另外一个却让我终身难忘。这个人是个高个子，瘦的皮包骨，留着凌乱的胡须，看上去像是被人剥削压迫的样子。事实上，对我而言，他就像一生中从来没有吃过一顿好饭或是从来没有拥有过一个好女人一样。

你猜猜看，他看到我在海滩上带有 50 英尺游泳池的房子后是如何评价的？你应该可以想到，对吧？

其它的不说，他对于我这个通过资本家的奋斗而得到的财富并没有喜出望外。而是在第一次见面，以及以后的几次，他都只是留下不经意的评价：“我想，我永远都不会知道住在这样的房子会是什么感觉。”或者说：“非常遗憾，让你和你的太太乘坐这种普通的老式汽车。当然我们不是所有人都能够拥有凯迪拉克。”等等诸如此类的话。

后来，形势严峻起来，我和我的伙伴聘请了律师。律师的名字我记不起来了。事实上，我聘请他只是为了图省事，他的办公地点就在我们工作的同栋大楼里。

在我们讲述完所有的事情以后，律师说，很明显，我们中任何人都没有任何犯罪意图（事实如此），因此我们应该详细的告诉邮政监察员他们想要知道的任何信息。

这就铸成了大错误，一个真正的大错误！

你看，被调查者像是被电视新闻记者采访一样。换句话说，如果他们发现有关你的 50 件好事和 1 件坏事，那么这件唯一的坏事将会深深的印在他们的脑海里，并且能够有机会进行广播或报道。

我被起诉了，我们三个人全部都被起诉，理由是邮件欺诈。

接下来发生了什么呢？邮件监察员与我的两个“同伙”进行沟通，并且向他们说道，如果他们可以帮助检察官使我有罪，他们将脱罪而只被指控一项邮件欺诈的罪行，同时还有可能被判以缓对刑。

这种永久的耻辱，这两个家伙静下心来，反复思考。并且实际上...

他们非常害怕被指控有罪因此，所以都称自己无辜！

或许我不应该用“无辜”这个词。根据法律，不是任何的欺诈都有罪，包括邮件欺诈，除非你有犯罪意图。那么让我告诉你吧，那两个家伙（或者我，在这件事情上）没有一点点犯罪意图。

另一方面，邮件欺诈这项罪名的定义非常泛泛，很难一说某人发送的邮件就有罪或没罪。

这是非常糟糕的，事实上，在我看来，如果是这样，当时任何通过美国邮局进行的销售都应该成为是有罪的。这就意味着什么呢？常常是陪审团并没有找到被告人任何真正有罪的理由。你将看到发生的事情是，法官发出指令，命令陪审团必须找到你有罪的证据。

而且，由于这样或那样的种种情况，这些定义的范围是如此的泛泛和模糊。

98 % 的被告被指控罪名成立！

另外，有一个故事。很久以前，在圣佛南度谷，有人收买了一名纵火犯，让他焚烧了一个餐馆，杀了几个人。这个人的罪名应该是未经允许强行进入他人领地，纵火和谋杀。但是检查官逮捕他，罪名却是利用邮件进行欺诈！

有一些人，他们想得到保险补偿，就通过发送邮件进行索取。检察官他们也是了解的，如果他们不能为某些人争取到某些东西，那么他们就会被这样的人指控为邮件欺诈。

开始我的故事：

我对邮件欺诈进行起诉，并且在 1978 年 8 月审判。审判持续了大约一周，你猜猜联邦调查员用于指证我的最有利的证据是什么？是我的房子！

没错！这些热心的公务人员其中一个，把我在海滩上带有篱笆墙的房子拍了照片，放大成海报的尺寸，然后强迫陪审团整周都看着这个照片“亥尔波特的海滩别墅”。

这些事可以表明：如果你是一个成功的商人，就不会出现“被陪审团死盯上”的这种情况。基本上，你的命运将被 12 个男人和女人决定，他们一无所有，但是他们相信你所有的获得都是由不诚实的方式获得的。

我被宣判有罪。

我被判处 18 个月，但是在我自己所出的保释金的情况下，我被释放了。直到三年后再次上诉，你猜怎么样？

我赢啦！

就我看来，这个审判是场闹剧，简直难以置信。第九次上诉法院好像还同意了。现在看来，当你赢了一场上诉的时候，会发生什么事情呢，你将会再次返回到起点。这意味着，政府有选择权，将你再次弓！入到另外一场审判中，把你原来的整件事和你认为没有罪的证据全部都抛开，更不用说指控了。

第三个选择是“辩诉交易”，这个是比较流行的选择。这个也是政府方面对待我的方法，让我认一些轻罪，同时支付罚款或是其他什么东西。

你看，这样的话，“两百年来的诈骗”新闻是不存在的，之后在， 978 年审讯时，我认为即使是检察官也不再认为我是一个坏人了。

但是，事实并非如此。并且，据我律师所说，这是因为“饥饿的邮政监察员不会放过这次机会。我不知道那是否属实，但是我知道一点：我正在接受治疗的精神和情感再次错乱，并且惩罚这些欺诈邮件的费用，导致我在第一次审判时期破产。

然而，在 1978 年我提出上诉，到 1981 年我赢了以后，我做到了让人难以置信的事情：

我再一次赚到钱啦！

在 1981 年，当邮政监察员来为我服务的时候，我正住在圣摩尼卡海洋大道 201 号，我在那里拥有两套别墅，并且都非常值钱。我不应该有这样的房子，是吗？不，先生！

因为这样，在 1981 年 8 月，我再次被审判。但是这次，我找了新的律师并且准备的更加充分，我想我应该能赢。原告再次拿出房子的照片，但是这次我预计到了这一点，我的律师和我都非常的自信，我们认为可以有效的全力反驳。

这样，在星期三至星期四下午进行审判。第一天审判结束后，当陪审团从我身边经过时，他们看起来很友好。律师说，这是个好迹象。但是第二天早上，他们再次走过我和我的律师身边，他们都低下头甚至连看也没看我。律师说，这可真是个不好的兆头。

之后那个下午，他们说我有罪。

并且，在讯问的时候，他们说，为什么发现我是有罪的呢？

“因为房子”，他们说“真正努力的人和辛苦填写这些匀气单的人是不会住在如此昂贵的房子里。

“但是我想我们应该这样解释”律师说。

“是的，但是刚刚看到今天早上先锋论坛报上的报道。”一位女陪审员说道。

她在我面前摆动着报纸，上面有三页的文章都是关于我的房子的报道以及照片。其中最主要的一张，就是联邦调查员当时强迫陪审团整整看了一周像海报一样大的那张照片。

多么奇怪的巧合啊！我住在那所房子里已经六年了，而今天早上先锋论坛报上的长篇大论，登载的豪华房子和家具，以及劳斯莱斯和其他进口车都停在外面等等，这些都是多么及时的出现在陪审团的眼前啊 …

拿着这些一同进入陪审团的房间。

难以置信的时刻，对吧？

因此，我们立刻要求重新审判，我将再不会忘记那个法官的样子，他低声的嘟囔着否定了这个提议，说：他怎么可以犯这样的错误。

但是我们可以确定的是，上诉的工作的确使他们非常忙碌。

所以，我再次提出了上诉，并且努力保留我的神志正常，我等着结果。这次花了两年半，我输了。我不明白该怎么做。

在 1984 年 5 月 21 日，我被送到莫哈韦沙漠的博伦联邦监狱营中，开始骑墙观望。我可以花一分钟时间告诉你我在监狱里的一些经历，但首先要说一下我住进监狱时，在这个过程中遇到的让我难忘的事情。

首先，我想说一下关于打破我噩梦的七个律师的事。其中一个受人尊敬的法学教授，他帮我写过两份上诉。另一个是魔门教徒，他曾经被我打动了心灵，但是还是无法战胜报纸报道我的房子的影响。还有一个是完全没有准备好我的案子，结果他被取消了律师资格。

另一个是个天真年轻的家伙，他告诉我，随便给邮政监察员一些他们想知道的信息就行了。还有一个，忙着洗毒品的黑钱，根本没有帮到我。除此之外，他被发现在国际购物广场中心被射杀，头部中弹，手里紧紧抓住一纸袋的纸币。

再来一个，是外号为“整整他”的律师，他指控法官妨碍司法公正。

第七个律师是霍华德·威兹曼。记得他吗？他是赢了德罗宁和唯一一个我决定提及名字的律师。

你知道的，我真的尊敬这个人。原因是：当我让他为我做一些最后的工作时，他说：“盖瑞，你应该去请别的律师，他们比我便宜，但这样你就可能没有机会了”。

后来，我雇佣了他，他给予了我最好的辩护，我输了但是我还是欣然的付钱给他并且没有后悔，理由很简单…

他对我是真心诚意的！

顺便说一句，我把博仑的电话告诉了他，就在第二天德罗宁宣布无罪，当裁决宣布的时候，全场欢呼起来。难道这不是一个精彩的故事吗？等等，你还没有学到什么，不是吗？

我们继续，之后，在，1978 年我确信，我要上诉。我为东部的出版商做了一些工作。我为圣地亚哥的医学博士（精神科医生）写了一个节食广告，这成为历史，上最卖座的广告。

考虑到我的状况，我非常认真的去写这个广告。我和医生检查再检查确保广告内容的准确性。钱疯狂的涌现，东部的这个家伙几乎无法处理大量的订单。

我都开始恳求他慢下来，停止广告，直到那个家伙应付的过来。但是完全没有用，他之后又得到了数千张订单，有的甚至已经过期 4 个月了还发不出货。你才然后怎样？是的，他被起诉了我和医生也都被起诉了 … … 关于一个我设想的“猎犬的牙齿清洁！”的广告。

这些起诉后来不了了之。但是他们在很大程度上扰乱了我的平静。

在我第二次审判期间，我开始觉得自己就像个一条腿的人在和驴竞赛。但是那又怎样全我们从中间学到很多有实际价值的东西。如果你不想被掠夺，禁闭或是接受官司带来的巨大的情感和财政的伤害，我这里有十条守则供你参考：

1 、停止生活在梦想里，让自己面对现实

如果说，一个人没有做过冒风险的事情，那么他就是个胆小鬼。但是，如果他冒的这个风险是显而易见的愚蠢之举，那么这个人就是傻瓜。

想想看，艾滋病的危险大家是知道的，可是在美国真正导致死亡的，普遍且可预防的因素却是吸烟和没有系汽车安全带。然而，即使如此，还是有数百万的傻瓜还在抽烟，同样的，也还是有人开车不系安全带，并且带着无所谓语调说着老套的话：人最后还不都会死！

相信我吧，巴克维特。在你得了肺癌以后，或是由于一次车祸而终生瘫痪的时候，你所说的那些无所谓的话和表情将会令你自己感到很恶心。如此看来，在你的广告公司没有必要试这样的运气，没有人能够完全控制自己的命运，那种事情是上帝才能做到的。不要祈求我出过的那些问题。不管怎么说，问题已经够多的了，没有理由再索取更多了！

2 、不要说谎！

无论是对你的顾客，对你的合伙人或是生意伙伴，还有对你自己，都不要说谎！如果你的邮件广告中存在谎言，或许与厂‘告本身无关，也或许与商业方面无关，但也许一次你很容易的如愿以偿了。但是，你会收到比这次收益高于几百倍的惩罚。

再听听这个：在过去的一年半中，我遇到了三个不同的人，他们从事欺骗的行当。然而，让我告诉你我再服刑期间学到的一件事，不是所有被欺骗的人都是选择通过诉讼解决问题的。他们中的许多人或许会对这种欺骗行为的人进行伤害或谋杀。你或许不能相信，那些曾经被你欺骗的人，也许在他们心里已经记了你一笔帐，对吧？所以，

不要太肯定！
不要太肯定！
不要太肯定！

3 、立即处理你收到的头等级别的邮件

元对元，分对分。这是你与所有客户沟通中最有利可图的一点。但是利润不是从这里产生的，不是的。这点的作用可以使你置于麻烦之外。并且，请相信我，没有人会比顾客更显得麻烦，如果不积极确认顾客的订单，只会让他觉得把自己辛苦挣来的钱扔到了老鼠洞里一样。

4 、尽你最快的速度完成所有的订单

有两次我都陷入了邮局的麻烦当中，就是因为没有完成订单。迅速及时的完成广告和信件中承诺的订单，这项工作是无须置疑的。广告或信件中或许存在主观性的欺诈问题，但是如果不完成订单，那么和主观性没什么关系了，你在自寻烦恼。

5 、对子申请退款的人要立即予以满足

别再耗着了。如果你答应顾客退款，就马卜退还给顾客吧。如果你不这么做，有一天或许这会变成一个大问题。甚至到时候，你即使想退款都无法解决了。那时，这个退款问题将会使你成为被告。

6 、立即回复你所有的白邮件

“白邮件”是指来自客户没有任何含命令性的书面信函，只是想要更多信息的请求，如：退款的要求，来自 BBBS 和政府部门的调查等等。如果信息传递失败会导致沟通能力的丧失。比如，当你被关起来的时候。

7 、不要在别人面前反复炫耀你的财富

炫耀是通向成功的一种推动力。然而，我建议你避免在失败者面前留下太深刻的印象。失败者是一群痛苦挫折的人，他们会不断地寻找新的人来指责他们的失败。所以，一旦他们的痛苦变得越剧烈，他们会把目光集中在你身上，不断制造麻烦。当你驾车出席年轻的百万富翁俱乐部时，不要把车停在凯马特场地。

8 、不要把你的生活都依赖在你的律师上

不管他是你的兄弟，你的父亲还是你的配偶。在我看来，几乎所有的律师一旦取得职业资格，都会被迫性的做“道德搭桥”的手术。

问题：在网络电视中，什么样的节目最荒谬？

回答：洛杉矶法律节目。洛杉矶法律节目中总是会有一群律师坐在一起讨论崇高的道德问题。

你是在来玩笑吧？这不是所谓的律师坐在一起瞎扯。绝对不是。他们真正关心的是他们自己....在痛苦中赚钱！但是，我们该怎么办呢？是的，我的建议是，除了你的律师，你可以从一些和你有过相同遭遇的人中得到更实际的建议。相信我，从少数人那里你会得到更多有用的建议。你想知道当你的律师撒谎时你如何能知道？很简单，当他嘴唇动的时候你就能察觉。

9 、保持身体健康

如果你很轻松就可以一天跑三到四英里，你会在不自觉的发出一种不同类的信号，那就是在这个充满诈骗的世界里，你不是易受攻击的受伤的鱼，也不是容易被捕获的鲨鱼。

10 、保持幽默

你认为这会很难做到？别傻了。和一个在出生时就携带艾滋病毒小孩相比，和一个在空难中失去了所有的亲人的人相比，或者和其他数百万的每天遭遇各种困苦但坚强忍耐每一天的人相比，我所受的困苦实在不算什么了。

看，如果历史是指导，我们没有人能逃避这杂乱的生活，因此我们不妨在前进的道路上多一点笑声。想知道你最终真的实现了吗？你真的被监禁？只有当那个又大，又丑，肌肉紧张的家伙穿过大厅告诉你，你“很可爱”的时候。想知道你什么时候才能够意识到你已经花费了太多的时间？？就是当你高兴的时候，他认为你可爱的时候！

感谢上帝，我还没有足够长的时间进入第二阶段。但是，我会告诉你，我已经学会了，思念你的女人真正意味着什么，我记得为什么我的昵称是“美国色鬼”。

足够了。有人曾经说，如果没有被当做坏榜样的话，那么这个人的生活就是有其价值的，也许这就是我。如果你跟着我的脚步前进，你就是傻瓜。让我以另一种方式为你服务。。。

让我真心诚意的成为你的坏榜样！

此致

P.S. 当有机会去参加“美联邦俱乐部”，时，人们会觉得这是去度假，你会是其中之一吗？相信我，有几件事你是不会喜欢的。比如，当你去浴室的时候，你会不小心弄糟里面的气氛？或者是制造一些滑稽的噪音？多令人愉悦阿！你想想，当你走进“美联邦俱乐部”，你可以和许多将和你共同洗浴的人一起“分享”那些古怪的个人行为。更糟糕，你还得享受他们这些怪癖的个人行为。

你是尊重个人隐私的人吗？恩？我想知道，当一些黑客告诉你“蹲下，举起手来”，这样他就可以用手电筒探究你最私密的身体部位，你会有什么反映，不要有别的想法。因为“美联邦俱乐部”是一个露营，它只有白领罪犯。但并非如此，也有银行劫阻毒贩，敲诈勒索犯，违背契约犯，还有许多各种各样的园林杀手。是的，这里还有好多关于“美联邦俱乐部”的坏事。你不能走开！

P.P.S. 另一方面，我认为美联邦俱乐部很可能会是我一生中最宝贵的经验。其中一个原因是，在一种非正常途径里，它使我很放的开。有一天，我跑步，我突然意识到我感到非常轻。为什么呢？由于没有罪恶感。你看，我计算过在道德上有罪的时间在某种程度上使我更有长进。它弥补了所有这些书中找不到的东西，我淫欲十几岁的女孩和我还可以原谅我自己在喝酒的时候开车，在我看来，我真的应该去监狱。有时候，生活就是这个样子，不是吗？

第十六部分

如何得到这个世界上
最珍贵的免费礼物！

你刚才读到的一段对我来说是很难写的一部分，太困难了。事实上，近一年来，我不停的制造各种理由来逃避他，但是，无论如何，现在他已经完成，而且我也为此非常开心。

你要知道，我觉得有时候，当你写一些很困难的经验的时候，他能起到一种净化，和减轻你头脑痛苦的作用。无论如何，正如我在通讯中说道，去美联邦俱乐部并不完全是个不好的经历，至少他给了我机会给我儿子写了 25 封长信，内容包括在这个星球上任何地方都能用到的营销知识，这封信包括 186 页不同凡想的信息。

但是，我告诉你，这些信是伤痛。当你服役的时候，你没有感觉到周围都是谨小慎微的情形。狱中的对话都是直戳喉咙，非常难受。所以才写这些信！我希望以最快的速度把这些信给我的儿子，用书写的文字达到对他最有影响的教育，我敢说，我成功了！

这些信件包含一个“不外传的”最重要的秘密版本，在这个版本里面，我已经对如何出售邮件的经验做了非常精辟的阐述。确切地解释了如何从最底层开发一个“杀手”直接邮寄，从而达到广告的效果。教你如何建立一个“不能输”的营销信。这些信件涉及到行销的方方面面，从邮资到提供发展和列表选择；如何创建一个成功的计划等，很多像这样的信息：

撰写文案的基础知识

撰写文案的精确细微之处.

让顾客购买的真正因素是什么

如何引导你的读者

为什么你永远得不到第二次机会去获得第一印象

为什么你必须在读者阅读你作品的一瞬间让其“上钩”

一本让你近距离接触销售的文章

如何严谨的索取订单

你能在阿里克斯·哈勒的《根源》这本书中学到广告内容

如何让你的书更清楚明确，更通俗易懂

最有保证的方法是变成一个“大款”作家

为什么你应该为钱写作而不是为了获得赞美而写作

当你不知道怎么做时，该怎么办

如何将一个废目录变成百万美元

记住缩写，这样可以保证远离麻烦

一位狱友的街头智慧和求生锦囊

为什么“蒲式耳赚钱法”比“增加你的收入”更好

你可以写在你信中的六条特殊交易秘密

邮寄成功的 7 个具体步骤

共同的市场是被初学者搞坏的

初学者最常见的营销失误

当继续下去已经变的很困难时，我们如何再继续呢
如何把好的广告融入到你的勇气中，身体肌肉纤维中，大脑细胞中，以及身体的每个部分。包括精神中都留下完美的烙印呢
一个情感方面的治理工具往往能挽救你的生命
最重要的关键地方，这些会让你真正赚到钱

如何成为市场的学生
如何利用 SRDS 清单创造财富
一个 156 万美元的促销讨论
不值钱的调查：如何确保不会打消你的信心
成功案例和量身定制当你被击败时如何东山再起。
如何发现正确的核心销售方法
在顾客已经决定不再订购时如何让他回心转意
世界上最能够吸引注意的东西
如何让你的读者欣慰的接受你所销售的产品
在你开始写广告或发送邮件之前，应该先做的是将手边的优惠券方案完成
你在做市场调研的时候一定要做的事
怎么样创造“啊哈”效应

在这里给你的信息已经足够多，如果再多就太可怕了。有时，当我写信的时候，我觉得置身于各种各样重犯之中：可乐经销商、黑手党打手、普通的杀人犯、摩托狂人、银行抢劫犯、盗用公款犯等。

我没有时间开玩笑，这些信件都是很实实在在的，其中包含了很多强烈的个人想法，这让我下了很大的决心，最后还是决定出版发行。他们做了两个很具有吸引力的包装，而我只是写了简单的标题：博仑（Boron）的信件

目前，我桌上有一批这样的信件是准备寄送给你的。当然，在你需要时我会在第一时间通过特快专递邮寄给你。我的建议很简单：我所需要做的就是将这些信件免费寄送给每一个正在阅读此信息并且决定要在未来 2 周内，要从我这购买其它任何资料的人。

这也就是说若你现在还不是我们的用户。你会免费得到即将从国外邮寄过来的博仑信函；若你已经成为我们的用户，当你想要重新修改原来的订单时或者是购买我在研讨会上所讲的信息的附带产品时。我希望能接受这个提议。这封博仑信件是我所写过的最真诚的信函。

我对我孩子的爱超越了其他任何人对他们孩子的爱。因此，我要把我毕生最宝贵的礼物送给我的最小的儿子，就是我的爱和我的经历。

不管怎么样，如果你对这个提议感兴趣，请及时回复。我办公室电话为（213）273 — 7053，你也可以使用订单并用信封寄给我们。感谢您的关注。

真诚的
盖瑞 • 亥尔波特
一个富有同情心的父亲

P . S . 这些信件内容包含许多关于如何在现实世界中保持健康和繁荣发展的至理名言。我不知道你是否有孩子，如果你有，你可以采取许多其它比给他们这些信函要糟糕的方法去教育你的孩子。

有一点应注意，这些信件是在一个相当艰苦的环境中完成的，它包含了一些亵渎的话语，这也暗示出了当时我在写此信函时的处境和心情了。

如果你想把这些话语从信件中删除，请告诉我，我会寄送给你经过细微修改的装订本和所有相关资料的“删减”版本。

这都取决于你。

“是的，我很欣赏您的建议，我很希望拥有这么一套博仑信件。我决定订阅并已经把 195 美元也附在信封中作为一年的订阅费。请通过特快专递将博仑信件寄送给我，无需重新编辑或装订。我知道，如果我没有收到信件，我将随时取消我的订阅，并要求退还我所有相关的订阅费。同时我还可以继续拥有博仑信件。我的订阅是建立在此基础上的。”

注意：请核实你是否需要订即“删减”版本的信件，此版本的信件将不再含有不雅和亵渎的言语。

P . S . 我很欣赏你立即回答订阅此优惠信息。我花了很长的时间释放我的大脑才完成了这些，现在我非常渴望看到它是如何工作的了。谢谢您。

为了增加其快速的服务
只需拨打，1 — 305 — 534 — 7577
可以随时呼叫，上午九时至下午 5 点
周一至周五（西岸时间）或邮寄至：盖瑞亥尔波特的信
Cherrywood 出版套房 905 — 4673101 美国总统第 34 次
Ave . Oscala ， 佛罗里达州 34474

特别报告 1：

直接邮寄成功的秘密如何

使用直邮建立生意

在不久前，当我给我的一个客户提供建议时，提到了直邮这个主题，她的眼睛里立刻闪烁着光芒。你知道的，看起来就像是说：“哦，天哪，我们又可以重新开始。”

果然不出所料，她开始告诉我，她曾经尝试过直邮，但是都失败了。事实上，那完全是她把时间和金钱都浪费掉了。

我要告诉你，我经常从那些涉足直邮营销的企业主那里听到相同的感受和令人沮丧的结果。

现在，你可以学习如何有效地做直邮。

八个原因说明为什么直邮如此强大

直邮，可能是当今世界最强有力的营销工具。很少有其他的营销工具以如此低的成本能够精确地传送你的信息 • 你的邮箱每一天的邮件数量就能证实这个媒体的有效性。（如果它没有效力，那么你的邮箱就是空的。）

以下是我相信直邮仍然是国王的八个原因：

原因 # 1：它工作时并不需要你在场

用一句俗话说：“不论下雨、下雪或刮风，邮件都会到。”无论你是在睡觉、度假、工作或步行，你的直邮都在为你工作。它一遍又一遍地展示你最好的销售陈述，而不需要你在场。

原因 # 2：它对你的努力起杠杆作用

你想知道你是怎样浪费自己的时间吗？那就是一次性只给一个人演示你的最好的销售陈述。如果你真的是这样做的，那么你一次性就只能销售一个产品。而通过直邮，你可以同时发送数千封邮件，和向数千个人展示你的最好的商品宣传。这就是邮件的“杠杆效应！”

原因 # 3 : 可以让你精确地到达你的目标人

直邮可以让你的邮件到达符合你的心理需要和对你的邮件感兴趣的人手里，而不是漫无边际的发送到对你的信息感兴趣或不感兴趣的人，甚至是那些想从你的提议中获取你的优点的人。

原因 # 4 : 你可以立即得到回应

一旦你发送了你的邮件，不需要多久你就能得到回应。在一两个星期之内，你会收到准备给你回应的人 80 %到 90 %的回应。如果你的广告活动有了效力，你会知道它的速度之快。如果它是一枚炸弹，你也会了解它的快速性。

原因 # 5 : 很容易追踪你的投资回报

如果你是一个小企业主，你不能在营销中浪费一分钱。通过直邮，你可以根据你的邮件代码，确定每一个广告活动得到回应的准备的数字。就像我前面所说的，直邮活动的回应是最迅速的，因此旧。你知道那个活动更有效力，哪个没有效力，你立刻就可以对活动进行调整，发送有效力的邮件，来增加回应，让你的营销投资发挥最大的效力。

原因 # 6 : 相当的廉价

只要 0.34 美元（写这报告的时候），你就能发送一封包含你！有的营销信息邮件。当你发现在 0.34 美元的限制下，可以将照片、报刊文章、信函、特别报告，还有更多的东西都能塞进一个小企业规模的信封里，你会觉得很神奇。只要 0.34 美元，你也可以让你的邮件到达 100 个你的目标潜在客户。相对而言，这真的很划算。

原因 # 7 : 它能得到一对一的关注

直邮，还有最好的一点就是能得到潜在客户的一对一的关注，不像广告牌或广播那样一次性展示很多的广告，邮件一性只能打开一封，因此一次性只能阅读一封。这样给了你最好的机会吸引你的潜在客户的注意力。并能保证一段时间。

原因 # 8 : 它是你可以触摸和感觉到的东西

直接邮寄的实质的信，这旨掌握在你的手中的事情，它不是动动手指就能删除掉的，也不是无线电频率信号，这一刻存在，下一刻就消失了。它是有形的，具有“徘徊的”营销效果。

所有我提到的这些就是使用直邮成为强用力的营销媒价的原因。如果使用得当，可以给你的营销带来非常高的回报。

揭露“垃圾邮件”谬论

我听了到太多的人抱怨收到很多的垃圾邮件，并且没有人再愿意打开邮件，他们唯一的感受就是直销员在胡说八道。那为什么你仍然会收到来自企业的邮件呢？因为邮件还是有作用的。垃圾邮件这个术语只是一种误称。

简单地说，“垃圾邮件”就是将邮件发送给了错误的人，你的提议对跟接收到邮件的人无关。然而，对于一个人来说是垃圾邮件，对另一个人来说可能就是解决方案（即他们一直在等待）。

这个意思是说，如果你将邮件发送给了跟你的提议无关的人，你就应该感到羞愧，因为你发送了垃圾邮件。你怎么知道它是垃圾邮件？那就要看你是怎样对邮件进行分类。你可能直接将它们扔进垃圾箱，也有可能你将大部分扔进垃圾箱，预留一部分打开来看。

作为一名直邮营销员，最大的挑战是如何避免发送垃圾邮件。要做到这一点，首先你必须将你的邮件发送给正确的人。

将你的邮件发送给合适的人

直邮营销人经常说的一句话就是：“钱在名单中” 这个名单就是你要发送邮件的人。直邮成功最重要的因素是：

1. 名单
2. 提议
3. 信函。

如果你有一个很生动的广告文案，但是你发送给了对你文案不感兴趣的人，那么你的活动就是失败的。事实上，这也是直邮失败的最主要的原因。

以下是实施直邮的 6 种类型的人，它可以增加你成功的机会：

- 1、购买过跟你的产品相关的商品的人
- 2、最近购买过你销售的产品相关的一些人
- 3、想花钱的人
- 4、有购买倾向或对回应应有回复的人
- 5、在你当地的居民(因为本地商人经营本地商业)
- 6、对你的特定产品有强烈需求的人或团体

团体可以是任何一群人，他们有相同的兴趣、爱好、友谊或通常，团体中的成员都有一种倾向，购买类似的东西。

举个例子，德克萨斯州注册会计师社团的一员可能对接收到有关在线税收服务的信函感兴趣；或者当地的家长教师协会（PTA）可能对一个新的儿童安全视频节目感兴趣；或者购买步枪的人可能对收到猎人服装目录很感兴趣。

最终的邮寄名单将是同一个组织、购买了类似产品或在过去的 90 天里通过邮件领取免费产品的人。那么就会很顺利。

如果你销售了一项产品和服务。你就能找到符合标准的名单，赶紧行动吧。

今收集名单和响应名单

这里有两种可能供你选择的最基本的名单：收集名单和响应名单。得要的是要知道他们之间的区别，这也意味着成功和巨大失败的区别。响应名单是指已经购买过了跟你销售的产品类似的或相关商品的人。

收集名单是指根据人口分析、消费者心理、和地理数据分析面收集。就像我所提到的，你的邮寄名单越接近那些类似采取回应的人，你的成功率越高。

例如，我购买很多的营销课程，特别是录音磁带课程和操作手册。如果你给我发送一个，很有可能我会购买。为什么呢？因为一直以来，我都购买营销材料。

我的朋友是一名注册会计师。一直以来他都直接将注册会计师课程目录踢进垃圾箱，因为他不是一名职业会计师，但是他的名字在德克萨斯州注册会计师社团收集的名单上。

看到了他们之间的区别了吗？当你在选择你的邮寄清单时，一定要注意，他们意味着你会成功还是失败。

所有的营销人必须有一名好的名单经纪人

找到正确名单的关键是雇佣一名好的名单经纪人。他的职责是帮助你为你的直邮活动确定最好的名单。名单经纪人到处都是，但是好的寥寥可数。

一名好的经纪人会为你创造更多的钱。他们是你的“市场开拓者”，无论你的活动是成功还是失败，都占据了很重要的位置。

我有一个私人名单经纪人，我认为他是最棒的。他是我见过的少数真正关心我的成功的经纪人之一，以至于有时候他会建议我是否要推出一项活动，因为他知道这次活动会失败。

比如，我打算推出一个综合系统，帮助父母们教高中生或大学生如何在学校取得更好的成绩。于是他给我找到了一份很好的名单，但是建议我暂时不要推出

活动或者等到八月份再对名单进行测试。他很关心我的成功。

他的名字叫 Gi1Terribeny 。你可以通过电话 877 — 262 — 8 105 跟他和他的公司取得联系,或者你可以给他发邮件,他的邮箱地址: dcmg @ dcmg . com

邮寄名单资源

以下是为你的直邮活动找到正确的名单的一些其他资源。

SRDS (标准评价和数据服务)在这里不需要经纪人,你可以找到你想要的名单。了解更多的信息请登陆 www.SRDS.com

PCS 邮寄名单公司 如果你正在寻找商务专业人士,如注册会计师,医生,教师等,请登陆 www.pcslit.com 获取更多的信息。

ACT ONE 邮寄清单服务 通过 SIC 代码、职业、爱好或兴趣和人口分析,汇编的所有邮寄和电话推销名单的编译器。了解详情请访问 www.actonelists.com

Venture Direct Worldwide 被认为是最大的邮寄名单,以及卡片组、说明书程序和在线合作广告项目编写者。你可以拨打 212-684-4800 跟他们联系。

最好的邮寄名单 通过人口信息、分析、行业和职业汇编名单。你可经拨打 800-NYC-BEST 或登陆网站 www.BestMailing.com 与他们取得联系

邮件者的软件 通过人口信息、分析、行业和职业汇编名单,了解更多的信息请登陆 www.MailerSoftware.com

I-Centrix (信息中心解决方案) 现在,如果你有大量的邮件,并且,你需要真正进入你的目标市场,增加你的邮件投资回报率,你应该和我的朋友好好谈谈,他是 I-Centrix 的 Jason Powers

Jason Powers 可以帮你找到最精确的具有回复你邮件的可能性最大的人。详情请登陆 [www. I — centrix . com](http://www.I-centrix.com) 或者致电 Jason , 他的电话 518 — 689 — 0480 。

清楚你的数字

直邮是一个纯粹的数字游戏。如果数字对你有利,直邮可以成为一台现金制

造机：如果数字对你不利，直邮可能就是金钱的吞噬黑洞。

以下是你必须清楚的数字：

1 . 响应率——你收到的响应数目除以你发送邮件的数量。（回应总数除以发送邮件总数）

2 . 成交率——你的邮件说服购买你产品的人数除以邮寄名单总数。（总定单除以邮寄名单总数）

3 . 投资回报率 (ROI)——通过邮件你赚取的利润除以投资成本。（ROI = 净利润除以投资总额）

4 . 产品价格——你的产品的销售价格。

5 . 产品成本——所有可变的成本。（产品成本=生产成本+包装成本+营销成本）

6 . 经常费用成本——所有固定成本（工资、办公用品、水电等）。

7 . 无亏损点——你必须销售的产品或服务的数量等于你在邮件上投资的成本。（保本=经常费用成本除以销售价格减去产品成本）。

直邮算术经验法则

法则# 1 : 在策划你的活动时，你必须问自己的第一个问题是：“在你假定的销售价格基础上，你保本的成交率是多少？”第二个问题是：“这样是否合乎情理？”

法则# 2 : 只有在保守地估计成交率是保本或盈利的情况下，才开展直邮活动。（在直邮世界，1%的成交率被认为是相当漂亮的）

法则# 3 : 对规则# 2 的告诫...如果你有一个健康的后端，这是非常好的事情，你可以通过直邮开始甚至是亏损的，来获得客户。

法则# 4 : 响应率意味着什么？0.01 %的响应率可能存在巨大的利益（只要问问信用卡公司就清楚）。

法则# 5 : 投资回报就是一切！最后，至关重要的是，你花在邮件上的成本。

一个真实的直邮数学运算的例子

我收到一个精通直邮营销数学运算朋友的一封邮件。他正在策划明信片营销活动。密切注意他的逻辑思维。

亲爱的盖瑞：

我收到有关我的明信片的询价。

两种墨水（深蓝和红色），100 #光滑纸张，尺寸 5.5X8, 5,5000 份 ... 总价 867 美元。平均下来每份 0.1734 美分

然后，加上每张 0.37 的邮资（6 月 30 号之后），所以最后所有的成本是每张 0.5434 美元。

邮寄 5000 张明信片总成本就是 2717 美元。

如果我将全部交易定价为 300 美元，那么在原始邮件的基础上，不考虑发送任何报告或销售信，我只要得到 9 份订单就可以不亏不盈。

9 份订单除以 5000 份，那么成交率是 0.0018。

如果我得到了 1 % 的说服率，那么戏就可以达成 50 个交易，每一个销售价 300 美元，总数 15000 美元。这就是利润 ... 记住，我的运输和处理费用也包含在印刷成本当中。

如果我的定价是 400 美元结果又如何？我只要得到 6.79 份订单，在邮寄当中就能够不亏不盈。如果响应率是 1 %，利润就是 20000 美元。

现在，所有的这一切是基于我的邮寄名单是精确的，而事实并没如此。因为这些名字和地址是两年前收集的，所以我能预期一定数额的响应率，由于错误的地址或过期的转发号码。

如果我指出，那些 20 % 是不正确的(这种比率是相当高)，这是一个很大的打击，因为你为每个名字花八十美分从名片经纪人那里租用一份名单，并且只能使用一次。

另外，进行修改，按第一类邮件寄，邮政局会将地址不正确的邮件退回给我，我会或者将他们从我的主要名单上清除。

因此 ... 你怎么认为呢？我几乎不能失去这笔交易，是吧？

马丁 .

“热”邮件对“冷”邮件

有一个晚上，我和家人正准备坐下来吃晚餐。我们正要开始吃的时候，电话响了。一名推销员尝试将一长途电话服务销售给我们。抱歉地说，我没有让他讲完第三句话就挂了他的电话。

五分钟后，电话又响了。这次是我很久没有联系的一名同事。我不只是接听了电话，并且我从桌子旁站了起来，走到另一个房间和他交谈（我的妻子很沮丧）。

我接听的电话和挂断的电话之间有什么不同？很明显，第一个 Adarn 的致电者我不认识，但是第二个是我的朋友。这就是“热”电话和“冷”电话之间的区别。一个得到了回应，一个被挂断了。

对直邮也是一样的。你必须经常给那些你已经给他们做了介绍的人发送邮件。没有面对面的必要，但是可以用其他的形式和他们保持联系。

低风险，高响应直

以下是能使低风险、高响应“热邮件”产生高收益的一些策

策略# 1：语音通知系统简介

做一个语音通知系统宣传活动介绍你的邮件。语音通知系统是用来发送记录声音信息的一种技巧。一旦电话接通，你就能通过语音系统传递你的信息。

如果电话回复也是通过语音记录系统，你可以通过语音系统给客户留言。这个技巧可以有效地让你的信函引起注意。你可以这样留言：

“你好，我是大卫，我们为经营大卫男装系列，我只是想让你知道，这个星期。我们为一些特殊的客户准备了一项私人的、非公开的销售。这个星期你会收到一封信函，将告诉你详情。注意查收，它应该在周二或周四到达。感谢你成为我们特殊客户之一。祝你有关好的一天！”

你能看到这个技巧是如何增加你的响应率吗？它真的非常强大，但是还同有充分利用营销技巧。我推荐一个语音系统服务：自动化营销解决方案。了解更多的信息请登陆

www.AutolnatedMarketingSolutions.com

策略# 2：“径向”直邮活动

“径向”直邮活动是将邮件发送给已经购买过你产品的客户他们附近的人们。这种方法是：在你的销售信函中包含来自你顾客的一封信。

这封信可以这样写：

“亲爱的邻居：

我们想让你知道，Dan，你的位于 Widerop 巷民俗公园的邻居，前几天，在我们的商店举行的免费赠送每月煤气比赛中，他赢得了一个月免费天然气，恭喜 Dan！

也许你就是下一位幸运者 … ”

使用 Dan 的名字，就给你做了无形的介绍和保证，因为 Dan 是他们的邻居。当然你要使用顾客的名字之前，必须得到他们的许可，并且这个方法可以应用到很多的商品和服务行业。

这种策略就叫做“径向邮件”，因为你邮件寄给了以你的现有客户为中心附近的人们。

如果你访问网站 www.Haines.com，能找到一些工具，允许你搜索以你的客户地址为中心的径向距离。

策略 # 3：“合作” 邮寄

“合作” 邮寄是战略转变。它要求你与在市场上有相同群体的商业伙伴合作，邮寄你的信函给他们的顾客。

例如，如果你开了一家餐馆，很有可能你的目标客户群就是居住在离你的门面一两公里的人们。当地的干洗店的市场目标也是同样的客户群。

你可以问他们，是否愿意给他们的顾客邮寄一封对你的餐馆表示支持的信。作为对他们的回报，你也会给你的顾客邮寄一封信函，表示你对干洗店的支持。

这个策略的力量就存在这种关系当中（还记得“热”邮件？）。干洗店的顾客会信任他们的推荐，餐厅的顾客会相信餐厅主的推荐。

策略 # 4：给现有的客户邮寄推荐信

不管什么时候，你邮寄信函给你的客户的出发点是，期望得到良好的回应(如果你提供良好的服务，肯定能)。发送一封被推荐信给你的顾客，要求他们将你推荐给他们的朋友和熟悉的人。

但是无论你的客户对你多么的喜欢，他们通常要得到某些好处才会采取行动，这是人们的天性。你可以免费赠送一项对你来说成本较低，但对顾客而言是高价值的产品或服务，作为他们向朋友推荐你的礼物。

策略 # 5：以社区为基础的邮件

如果你的市场是当地的社区，那么给当地的社区寄送邮件可能会成功。当你的商品知名度在这个街道上家喻户晓的，成功的机率就增大。如果在你的信函中包含你的商业的图片，会立即增加可信度。

策略# 6：针对性强的邮件

有针对性地将你的邮件发送给你的潜在客户，可以大大提高你成功的几率。例如，可以直接将关于温泉和泳池材料的信函邮寄给温泉和泳池建设商，这样可以得到很好的回应。

你的邮寄信息与消费者心理和地理特征越接近，响应率就越高。因此，重要的是有一名好的经纪人帮你挑选出一份成功的邮件名单。

令后续直接邮寄的力量

人们常说，消费者至少看到七次营销信息，才会采取行动。这可能是事实，但是重要的还是这个策略背后的本质。人们从你那里购买东西，是基于信任的基础上。

在“低风险，高响应”这部分，我谈到了利用别人的关系介绍自己。但是，如果那样行不通怎么办？

如果你跟收件人没有一点关系怎么办？要获得很好的响应，你还需要用自己的方式，与你的读者建立一种关系。一旦你与读者建立了关系，不信任和害怕的障碍就会在读者心中消失，你的响应率自然也就会上升。

当你第一次跟客户接触时，很多人都不会有反应，这是很正常的现象。可能并不是因为他们不想知道你提供的是什么产品，而是你提供的时机不对，或他们一币在为别的事情烦心。他们想要你提供的产品，但是一时之间因别的事忘记了，那么也不会有所行动。因此，隔一段时间提醒某人还有些事情没有做，一般人们都不会介意。

当你发送后续邮件时，必须记住的 10 个小窍门

以下是你必须记住的连续邮件的 10 个小窍门，因为它们可以让你的广告更有效力：

1、一个顾客的终身价值越高，你就越可以给他发送后续邮件。如果销售价值数千美元的产品，那么在 20 到 30 个星期里发送 10 到 15 巧封邮件，可能是合

适的。

2 、如果是一项廉价产品的普通邮件销售，不要发第四封邮件，因为三封邮件你足够有良好的回应。

3、每一封后续邮件都要跟上一封相连接。你可以通过在后续邮件中提到上一封邮件，做到这一点。我经常的做法是，在信的顶端贴上一张红色的邮票说明这是再一次通知，还包含了上一封的一些副本。

4 、两封邮件的间隔时间不要过长。可能一个或两个星期是最好的，但是不要超过两个星期，因为时间一长，你的潜在客户就会忘记你。

5 、让每个信封和每封信函都具有相似的外观和感觉。这样更有利于让读者将第一封邮件和接下来的后续邮件联系起来。如果你的后续邮件的头目（信封、信函、提议）跟上一封看起来都不一样，人们很难将它们联想到一块。事实上，有些直邮者使用相同的邮件作为后续邮件，只是表明了先后次序。

6 、使用自动管理系统，比如联邦管理器 AcT 或 Goldmine ，提醒你什么时候该发送邮件。 AcT 有一个很好的功能，可以帮助你在合适的时间发送序列中的每一封邮件。

7 、清楚哪些地址错误的邮件，这样你就不会再次浪费你的钱发送不必要的邮件。

8 、如果你的邮寄名单是租用的一次性名单，那么你要想尽办法，让你的第一封邮件获得尽可能多的响应，这样你就可以将他们成为你的永久性名单。你可以通过提供一个巨人优惠的方式诱使你的客户进行响应。做到这一点，你就不用再一次租用一次性名单。

9 、注意，你的每一封邮件是否含有足够的有价值的信息。如果读者对你的第一封没有反应，可能是他们没有看到你的信息的价值。那么在给他发第几封更强有力的邮件时，可能他们就会看到价值所在，产生回应。

10 、如果你准备发送长期的后续邮件（五封以上），你需要改变你的信封、信函和提议，这样你的潜在客户才不会对你的邮件产生厌倦和免疫力。如果人们连续收到一模一样的信，当他们再收到同样的信，就能预测里面的内容，也就懒得打开来看。因此，你可以考虑发送明信片、使用“诱饵”（我们马上就要谈到）、或者用不同形状的盒子邮寄，激发收件人的兴趣。

使用“焦点”抓住潜在客户的注意力

直邮营销最难克服的障碍就是无法获得收件人的注意力。即使销售信写的很

好，针对了顾客的需要，它仍然很难抓住顾客的注意力。如果你想提高你的直邮响应率，取得巨大成功，那么就要使用“焦点”。

焦点是能够触摸、拥有、感觉到或闻到的、能够获得关注的一种东西。焦点可以抓住你的潜在客户的注意力、兴趣，几乎迫使他坐下来阅读你的销售信，并给予应有的重视。

一直以来，最成功的焦点就是粘附在读者文摘销售信顶端的两个明亮的、有光泽的崭新硬币，这大大增加了读者文摘预订人数。两个硬币被粘附在上面，因此读者可以通过信封窗口看到。信封的外面印上的是一个古老的波斯诗人询价的一部分，“如果你有两便士二...”

里面的内容是这样的：“一个古老的波斯诗人说：‘如果你有两便士，一便士用来买面包，另一便士为灵魂购买风信子。’”接下来这封信沿着这个主题进一步解释了“灵魂风信子”指的就是阅读好的文章，就像阅读读者文摘里的文章。

订购价因数量不同而各异，因此他们告诉读者，如果接受信件，可以回寄一硬币 ... 另一硬币留着做零钱。

这次宣传活动非常的成功，他们最终发送了无数的硬币。事实上，当我们第一次听到这个故事，在那个时候，读者文摘已经成为最大的硬币“客户”。

故事的发展 ...

这个故事还有一个有趣的转折。无论你什么时候做大规模的邮件推广活动，一定会有一定比例的邮件被退回来，寄送不出去，这样的邮件被成为“无法投递的邮件。”当然，读者文摘也不例外，很快也有了大量的这样的邮件。他们通过计算发现，如果他们打开每一封邮件，撤下这两便士的费用是四美分，因此他们要求邮政局保留或者毁掉这些无法投递的邮件。

邮政局说他们没有合法的权利毁坏和处置这些硬币，因此读者文摘的仓库堆满了硬币邮件。这时候，刚好 Mt.Kisco 。正在努力的为兄弟俱乐部筹集基金，建立一个新的俱乐部。这个时候读者文摘想到了一个好主意，将所有的硬币邮件用卡车运送到兄弟俱乐部，俱乐部人员花了很长的时间才将 5000 万硬币从邮件中取下来。

作为对俱乐部人员的劳动报酬，读者文摘让他们留下一半的便士(250000 美元)，另外一半归自己所有。最后，事情有了非常完美的结私 Mt. Kisco 的兄弟俱乐部立刻新建了一个俱乐部，同时读者文摘也挽回了 25 万美元的损失，并且还得到了很好的宣传，真是不错的一市场营销。

你可以运用的一些焦点

接下来是一些你可以用来抓住读者吸力的创造性的焦点。

迷你型 CD 现在，你可以买到跟名片大小各种各样形状的迷你型 CD 。你也可以将你的 CD 商业卡和任何书面的特别报告或声频录制信息加载到你的网站，你只要给你的潜在客户一个可以解除你的网站禁令的“密码”，这样他们就能从网站上获得你提供的信息，发现 XXXX 隐藏的秘密。

自定义电话卡 创作印有这样的信息“想知道如何你才能 xxxxxx! 请拨打信息记录电话 000 - 000 - 000 ”的自定义电话卡。在信息记录电话你可以使用脚本控制器说明你的产品或服务的所有购买利益，并愿意免费提供报道给你的潜在客户，但是不要事先将秘密透露给他们，让他们留下联系信息，你发送给他们。

缓解疼痛的药片 发送一封邮件，在信函的顶端附上含有两颗药片的小袋子。可以像这样开始你的信函 … “你可能正在纳闷，我为什么在信函上附上两颗药片？答案很简单，这是缓解疼痛的药片。如果你只要服用一两颗药片就能解决你的商业烦恼，难道你不会很高兴……？”

钞票信 没有什么比一美元的钞票更吸引人。每个人都爱钱，因此几乎没有比在信函上附上一美元开始一封信，更吸引人。使用崭新的一美元钞票作为焦点已经不是新概念。数十年以前，已经被成功利用，但是直到今天，还是有很多的营销员利用一美元钞票做直邮营销活动，取得了很大的成功。

当你的潜在客户打开信封，一眼就能看到附在顶端的真实的一美元钞票。接下来，你可以这样开始信函 … “就像你所看到的，在信的顶端我附上了一张整洁而崭新的一美元钞票。为什么我要这样做呢？原因很简单，只有两个。第一，我想和你商量一些事情，但是我需要使用一些方法引起你对这封信的注意。第二，既然我想告诉你的是怎样帮你节省更多的美元，我觉得把一美元作为‘焦点’吸引你的注意力，是最合适不过的。”

拼图 分三个过程，邮寄一个四合拼图。第一天邮寄拼图的其中三块，第二天将剩下的一块邮寄过去，第三天给你的潜在客户打电话。

你的直邮活动的成功只受你的想象力和创造力的限制。你可能认为邮寄我建议的那些焦点需要很大的成本，但是你反过来想想，如果你不使用他们，你要浪费更多的钱。

想象一下，使用了好点胆多人阅读了你的销售信的那种感觉。如果每封信在被打开或完全阅读之前就被扔进垃圾箱这才是浪费你的钱。而使用焦点可以成倍或三倍或四倍地提高你的成功率。现在你知道焦点对你来说是多么有价值了吧？而且我也认为你负担得起使用创造性焦点。

注意：想要了解更多的信息联系 Jon Goldman，他是有效使用“各种风格邮件”、焦点、赠品等方面的专家，并且是我见过在这方面拥有最多资源的人。他有一个完整的“创意箱”，销售各种各样的指南、样品、磁带等。你可以拨打电话 800 — 366 — 5759 或登陆网站 www.LumpyMail.com 与他取得联系。

信封外观：让你的邮件被拆开

如果你认真仔细地看最近的邮件，可能就会发现每一封邮件都是各种形式的紧急、官方信封。最后，有多少信封里的信函是紧急或官方的？很少。

为了让顾客打开信封，直邮营销人设计了各种各样的信封。有些可能发挥作用，有些可能不会。但是你发现通常会保留下来准备打开的，是那些信封看起来更像是朋友或家人写给你的私人信。

你会打来这样的邮件吗？给你的信。看起来像是朋友或家庭成员之一写这样的信外表看起来很简单，一个 Courier 字体打印或手写地址的信封，和贴上一张普通的邮票。回信地址信息写上你的名字(而不是头衔)，公司名称，和公司的街道地址（不是邮政信箱）。

我也使用了另外一种类型的信封，通常每次也会被打开。这类信封看起来像航空快递或联邦快递信件。你可以到网站 www.resPoncelnail.com 找到这类信封，它们难以置信地有效力。

注意：使用邮票时你应该注意到一点。你使用的邮票可以告诉人们，你的邮件是否群发。如果你的邮件上是邮资戳记，收件人会认为你是群发邮件，这与你想让读者感觉是私人邮件的原则相违背，因为你最好使用普通邮票。

创立和使用一本“宝典”

作为一名营销人，可能我形成的最简单和最有增值意义的习惯就是创立一本“宝典”，收集了其他人的创造性文章、报纸、和杂志广告、或直销邮件。

很多公司都花数千美元（有时是几十万美元）高薪聘请直接回应专家，为他们撰写文章、广告和邮件这项工作。那你为什么不利用他们的成果作为你直邮的“创造性跳板”？

在你想说这是抄袭的、违法的之前，我应该解释一下，你只是借鉴宝典来充分发挥你的创造力。我把这种方法叫做“激发创意灵感。”

我坐在桌子面前几个小时，撰写一则广告，没有结果。但是我打开我的宝典，几分钟我就完成了。不要只将与你的行业相关的营销资料收集到你的宝典里。你可以将任何出现在你面前和引起你注意的任何广告或直邮资料，存入你的宝典。

我最成功的一封直销邮件，是基于收到的一封邀请函，邀请我参加一个家族企业举行的有关维护热门机器的研讨会。

测试：直邮成功的关键

“如果一开始你没有成功，再次尝试，不断地尝试！”我想你听到这句话不知道有多少次了，这在现实生活中是事实，在直接营销中也是事实。不同的是，当你在直邮中不断尝试时，需要改变一些东西。

有多少次你听到这样一句话：“如果你一直做你想做的事情，就会得到你想要的。”测试是指修改一些小地方，以达到更好的响率。

一日你得到了可观的回应，那么这封邮件就是你的参照邮件，暂且叫做“参照性邮件”。你应该每次在你的参照邮件上做一些小改动，然后再进行测试，期望更好的响应率。邮件测试合适的数量是 1000 封。这样结果可靠些，如果你想做一个更可靠边的测试，可以考虑 5000 封。

据我所知，有关测试的两个最大的问题是：

- 1、不知道自己该改变哪些因素
- 2、不知道追踪响应率的最好方法是什么

为了回答第一个问题，我已经对邮件的因界素，按照重要性原则调整了次序。

- 1、**邮寄名单** 确保你将邮件发送给了正确的人！
- 2、**信封** 想要读者阅读你的信，首先你必须让你的邮件被拆封。
- 3、**标题** 决定你邮件的成败。
- 4、**提议** 好的提议可以弥补糟糕广告的不足。
- 5、**保证** 可以消除读者对你的怀疑和恐惧感。
- 6、**附言** 专家说附言的重要性仅次于销售信。
- 7、**长篇广告与简短广告** 人们想知道的是他们获得的利益 … 真的！

“分 A/B 测试”是直邮营销者常用的一种技巧，用来测试他们的邮件。使用的方法是将名单分成 AB 两组，将一半的邮件发送给 A 组，另一半发送给 B 组，根据响应率进行评估。

至于第二个问题，追踪你的响应率的方法有很多。第一种方法是对你的邮件进行编码。你可以对每组邮件使用不同的回应电话，或对附寄的回复表格进行编码。这样你就可以计算出精确的响应率，知道那封邮件更有效。

然而，如果你邮寄的是一张明信片或一张优惠券，你可以通过统计接受你的提议的人数，计算你的响应率。我喜欢使用一个统一的免费电话号码的不同分机号码追踪邮件的响应率。

我经常在不同的杂志上刊登广告，在每一个广告上都有一个统一号码的分机号码，这样我就能知道顾客的反应到底来自哪个广告。这种方法节省了我很多美元，因为它给我提供了经验数据，让我更合理地投进行营销投资。

以下是你在进行直邮测试时，应遵循的一些规则：

规则 # 1： 当你在测试时，一次性只改变一个因素。这样你就一可以一肯定，两次不同的结果是来自你改变的因素。

规则 # 2： 当你对已选中的人员进行其他因素的测试时，可以将已选人员随机分成 AB 两组，这样可以避免因名单偏差而带来的不可靠结果。

规则 # 3： 在进行大规模的邮件测试活动之前，先进行小规模测试然后再逐步增加测试规模刚开始你可以只测试 5000 封邮件，接下来 10000 封，再是 250000 封，这样递增下去。这样的做法更可靠，可以用最少的投资发现邮件中存在的问题。

规则 # 4： 对你发送的邮件进行编码，提前设置一个追踪系统。训练你的员工操作追踪系统，让他们好好运用这个系统，并提供奖励。在运用这个系统之前，测试一下，确保它能正确工作。

规则 # 5： 测试是永不停住的。一如既往地寻找参照邮件。记住，你总是可以提高你的响应率。

让成功直邮的 17 个小窍门

最后，总结了能让直邮达到成功的 17 个小窍门，你可以运用到你的下一次直邮活动中，可以大大地提高你的响应率。所以在你邮寄任何邮件之前，回顾一下你的努力，确保你合理地运用了这 17 个成功小窍门。

1、邮寄清单

邮寄清一单是你直邮活动最重要的因素。最好的邮寄名单掌握在你自己的手

中，是只属于你的邮寄名单，也就是从你第一天开门营业所收集的客户名单。但是要确保不断地更新。这跟你发送邮件给你的客户次数和银行账户的多少有直接关系。

如果你想做有利可图的市场营销，就要确保你的邮寄名单的质量。对你提供的类似或免费赠送的产品有响应的人们，就是你的邮寄名单候选人。

聘请名单经纪人帮助你，就像黄页广告的名单经纪人(如果你没有雇佣 Terribeny)。告诉他们你在寻找怎样的人，他们会给你找到想要的名单。不要为了省钱，而使用二流的收集名单。直邮营销的目的不是为了省钱，而是为了创造利润。永远不要忘记这一点。

2 、让你的邮件被拆开

如果你跟我一样，可能你会站在废纸篓面前拆开收到的邮件。你也会将你的邮件分成两类，A类和B类。A类是你会打开和审查的邮件，B类是被扔进垃圾桶的邮件。你的目的是让读者将你的邮件归为A类，被打开的一类。

怎样你才能确保你的邮件是A类？想想平时你自己会打开的哪样的邮件，会将哪些邮件扔进垃圾箱里。研究表明信封上印有邮资已付戳记的邮件比贴有普通邮票的幸存率要低。我通常会将贴有邮票的信看两次才会扔掉。事实上，我真的很少把在信封上贴有多个邮票的邮件扔掉。

所有我收到的手写地址邮件，通常被我归为A类。这些邮件通常我知道是某一个人邮寄的。即使一份邮件的信封上只打印了我的名字和地址，和在左上角有发信人的名字和地址，通常我也会打开。

这证实了直邮调查研究，指出高“邮件拆封率”，是贴有一张普通邮票，和简单的不论是手写或打印的收发件人的名字和地址的白色信封。

提示：现在你可以购买“手写”字体，根本看不出是手写还是打印的，所有你要做的是印刷。

3 、标题

一旦你的邮件被打开，你只有五到八秒的时间克服下一个障碍——让读者阅读你的销售信。要做到这一点，你必须有一个强有力的标题，可能的话最好还有一张支持这个标题的图片，每一封直邮件，无论是 Vao-Pak 广告、名信片、或销售信，你都必须有一个引人注目的标题。

你的标题可以包含你最大的购买利益或问一个有挑战性的问题，让你的读者想要继续阅读。不要将你的公司的名称放在信的顶端。因为读者没有时间来关心你的公司名称。他们在忙于问自己：“我能从中得到什么？”

对怎创造标题，在这里我就不多花时间和这个话题上。再重复一遍，标题的

真很重要。你的 80%的时间应该花在怎么创造一个好的引人注目的标题上。

4、“我能从中得到什么？”

就像我前面所陈述的，你必须确保你撰写的销售信回答了这个问题：“我能从中得到什么？”写的时候，要理解人们坚持不懈的问他们自己的这个问题。你的读者有麻烦，所有他们关心的是你会怎样解决他们的问题。

你的广告应该涵盖利益，而且应该是读者的利益不是你。告诉他们拥有了温泉或泳池，他们的生活会更美好。不要用一大堆的功能和技术术语让他们陷入迷惑当中，用简单易懂的表达你的游泳要比所有其他人的好。

一个最简单的方法来衡量你是更在乎顾客的利益还是自己的利益的方法是，对经一下“你的”这个字眼多，还是“我的”字眼多。很快你就会知道你是在给自己写信还是潜在客户。

如果你仔细的看大多数的邮件，或刊登在报纸上和黄页上的广告，几乎都违背这个原则，这是营销常见的一个错误。

5、撰写时，就好像你在跟读者交谈一样

人们喜欢再一起讨论。他们不喜欢跟一个冷酷的、迟钝的、无所不知的、只会用某些常用的字、类似机器人一样交谈。但是正是我们在高中和大学教我们如何写作，并没有教我们如何交谈。

人们愿意阅读温暖、真实、可信的、切合实际的散文。他们希望跟你进行私人交谈。这样也就是说你可以打破语法规则，只要你是站在私人的角度和他们交谈，并且你可以用这种方式建议读者采取行动。

也不要撰写很长的句子和段落，阅读起来很吃力。将你要说的分成容易消化的小块信息陈列出来。不要太担心语法问题，读者并不在意，他们只想阅读一些简单和有趣的东西。

记住，永远不要忘记记你的销售信的目的。不是为了让你的英语老师给你一个好的分数，而是为了让你的潜在客户不论是通过给你打电话或走进你的商店，询问更多的信息。不要尝试写你认为应该写的，而是想你在说话。此外，你认为以下两种情景，哪个更具有说服力？是站在 1000 个人面前发表演说还是跟你工作的朋友交谈？

6、不要担心广告太长

这里有一些关于广告阅读的一些重要数据。广告阅读者都遵循这两个标准点：一旦阅读了超过 350 个字就会继续阅读，但是超过 1000 个字就不会阅读下去。这揭示了很重要的一点。如果你能够让你的潜在客户阅读超过 350 个字，你就可以让他们继续阅读很多页。

还有一种说法是，在直邮营销中，你永远不要撰写太长的广告——太让人厌烦了。但是我曾经撰写过长达 28 页的成功广告。

7 、使用社论式广告；

如果你在做 Val-Pak 类型的广告或合同广告式样书，使用社论式广告。“社论式广告”这个术语意味着将社论和广告结合起来。将邮件广告看起来像一篇文章，它是一种艺术。

研究表明社论式广告通常比典型的广告的有效率要高到 5 到 6 倍。不要错误地认为你不会阅读的广告，别人也就不会阅读。

这是营销人犯的最大的营销错误，他们假定自己是客户，做出判断。你对宣传活动或营销效果的反应是不恰当的。只有你力图吸引的潜在客户做出的反应才是确切的。想知道你的直邮活动结果的唯一办法是对其进行测试。

如果你不相信我的建议，还记得你上次撰写的典型销售广告和社论式广告，哪个类型的广告得到了响应？大多数都会肯定的说后者比前者得到更好的响应。

8 、为了增加双倍的读者人数，使用副标题

人们有一种倾向，在他们完全阅读一封信之前，喜欢先浏览一篇整篇文档，找到他们最感兴趣的东西。你必须在他们浏览的同时给他们想要的信息。使用副标题可以做到这一点。有了副标题，读者可以在浏览信函时，对你的内容有大致的了解。

副标题也可以给你的文章分段，这样更容易和清楚地阅读你写的广告。每一个副标题都可以让你进入下一个段落，这样你也可以让读者有兴趣并阅读。当你在创造最初的标题，考虑使用你以前没使用过的标题。很多你以前创造的“丢弃的”标题很可能是坐镇这次撰写的销售信的候选标题。

9 、字体

当你撰写广告时，不要同时使用好几种字体。最多只能使用两种字体。你的信函和标题永远不要全部使用大写字母。这样很难阅读和给人一种炫耀的感觉。你是要将标题的意思和信息传达出去，但不是字体。

坚持使用有视线字体。我现在使用的是 Times Roman 一种视线字体。（注意：如果你正在撰写网页广告，最好使用像 Arial 这样的字体，而不是视线字体）
【译注：指的是英文字体】

10 、使用非整数

研究表明人们更相信使用非整数的广告。例如，如果你的标题是“7 种消灭蟑螂的方法”给人的感觉就是只有 7 种方法。相反，如果你的标题是“10 种

消灭蟑螂的方法”，给人的感觉就是有很多的方法，不管是你只决定陈列出这 10 种。非整数听起来更可信。

华尔街日报研究表明数字 7 是最能让人们响应的数字。因此，你可以尝试多使用这个数字。

11 、保证

越是强有力的保证，你的提议的风险越低。很多人害怕做出保证，因为他们认为人们会利用这个保证，他们会丢失这笔业务或将所有的时间都花在退换产品上。这完全不是事实。事实是，大多数都不会退回购买品和利用他们的保证。

因此无论你做出了怎样的承诺，即使很微弱，它还足有力度的，你该做的就是好好利用你的保证。事实上，你并不会有什么损失，只会得到。

12 、使用“两步舞曲”销售方式

永远不要尝试一步到位销售高价格产品或服务。不会成功的！你要教育和建立好的关系。你的主要目的是让读者向你询问更多的信息或让他们走进你的商店。仅此而已，而且必须是他们自发采取的行动。

人们都有怀疑的天性。你需要逐步打消他们的疑虑，说服他们访问你的网站或拨打你的信息热线，这些都是没有风险的事情，你的潜在客户可能会愿意做的事情。

还要记住一个关键点，传达信息第一，销售第二！这决定你的邮件的成败，一定要记住。

13 、想象自己只给一个人写信

当你在撰写销售信时，你应该抛开你、你的商业、你的潜在客户、你的潜在客户的朋友和所有的一切。你只要想你是在给单一的一个人写信，就好像你们两个在交谈。

为了提醒自己注意这点，有时候，当我在撰写广告的时候，我会将我的目标潜在客户（符合人口统计数据的象征性读者）的图片扩大。在这种情况下可能是年龄在 40 到 55 岁的一个人，我在他的图片上放一个“问题标签”，阐述他的问题。

这个撰写广告的小技巧，帮助我将注意力放到我要给他们写信的人身上。我要解决的问题是，让人们进行响应。

14 、你的邮件只有一个目的

你的邮件只有一个主要目的，不要让你的潜在客户很困惑，不要让他们很分心。因此，在你开始撰写你的广告之前，决定好你的目标。这听起来似乎太抽象，

但是实际上不是那样的。如果你想让人们拨打信息热线获取免费报告，就不要要求他们走进商店，让他们产生困惑。

所有的广告的内容都应该集中在一个中心主题上。如果是打电话，你的顾客鉴定书应该说：“**并且当我们拨打免费信息热线 …**”，你的利益部分“**并且如果你现在给我们打电话，你将获得 …**”，并在最后你呼吁顾客采取行动时，信得结尾就应该是“**立刻拨打我们的电话。**”

15 、测试和改善

有时候，你并不知道直接邮件是一颗炸弹还是真正的赢家。想弄清只有一个办法就是对其进行测试。你第一次进行测试，应用少量的邮件。通过响应率来衡量它的成败。如果你得到的响应率低于 1% ，你应该改变一些因素再测试。

你第一次发送的邮件是第二次发送的邮件进行对比的参照性邮件。如果你的响应率提高了，那么你的第二次邮件成为你下次邮件的参照性邮件。但是如果你做了改动，再次发送，响应率降低了，你的第二次邮件还是你的参照性邮件。你需要不断地修改和测试，直到拥有理想的响应率的参照性邮件。

一些人问我，他们理想的响应率应该是多少。我的回答是我真的不清楚。它不仅取决于你销售信的力度，还取决于你的邮寄名单。

16 、附言

每封信都应该有附言。附言是任何直接营销第二大阅读项目。在你的附言里，再次重申你的提议、主要的购买利益、主要观点、和要求潜在客户现在采取行动。

为什么附言如此的重要？因为，通常人们都会阅读一封信顶端的标题和结尾。

17 、对每一封信进行编码

为了测试你的邮件，你必须对他们进行编码，这样当有响应时，你知道如何进行追踪。如果你要求你的潜在客户给你打电话，那么你要提供你的信息热线电话号码，但是要设置可供选择的不同的语音信箱。这样你就可以通过留在语音信箱里的名字和地址的数量计算出你的响应率。

如果你发送给你的客户的是一张供他们使用的优惠券，当他们光顾你的商店时，你可以在上面做一个独特的代码。确保你保留了确切邮件的副本，这样你才知道哪个是你的参照性邮件。

大多数响应都来自邮件邮寄出后的几天里。一个星期或两个星期以后，你就可以计算你的响应量和响应率。

更多很好的直邮参考网站

以下链接的一些网站是我强力推荐可供你参考更多资源。

www.dmnews.com 直销通讯杂志网站

www.nmoa.org 全国邮购协会

www.the-dma.org 直销协会

www.whosmailingwhat.com 对直邮营销邮件进行归档

www.insidodirectmelil.com 关于直销的通讯

www.napc/dmm/Jmml.html 主要邮寄者和他们的邮件的目录，包含了超过了 15 万封邮件的样本（399 美元）

总结

噢！我们涵盖了许多内容，但是坦白地说，我们只做了肤浅的研究。直邮营销这本科学是迷人的，需要经历很多年的磨练。这些年来，直邮营销人使用我与你分享的这些观点和策略取得了很大的成功。

每个企业都应该在他们的营销组合中运营直邮的一些形式。这是获得你的潜在客户全部注意力的最有效的方法。

尝试着自修一些直邮营销技巧，但是这并非前进的主要方式。你最好的经验教训来自不断地尝试和失败。你今天所学的，加上我的 12 步，以及最简单的销售信模板，可以提高你的邮件的响应率。

特别报告 2：

企业免费宣传的秘诀

如何让媒体主动给你打电话

访问你、和请求你告诉他们你的故事

有一天，我拿起报纸，看到这样一个标题“前高中学校教师帮助成绩不好的学生改善他们的分数。”的时候立刻引起了我的注意。因为最近我正在发展一个系统，帮助高中和大学生提高他们的学术表现。

文章讲的是一名高中女教师从学校退休，现在准备在这个的周边地区，为高中学生开办一个学习技巧培训机构，需要学术帮助。上面有她的联系方式的网址。

这篇文章占据了发行超过 100 万的时报一页的 1 / 4 版面。当我看到它时，我一直在想，如果她要为刊登这样一文章付款，她需要支付多少美元？

很多很多！

新闻文章的力量

只有两种方式可以让你的公司名称出现在当地的报纸上：第一种是你付款打广告；第二种是当地媒体认为有新闻价值的事件。

这两种方法都非常地有效，但万能的新闻媒体有一定的信誉度和得到人们的尊，可以立刻让你的销售额激增。

人们对广告中包含的信息都持有一种偏见。调查显示，大多数人都认为，所有的广告都含有虚假或误导性信息。

另一方面，新闻文章是由第三方新闻机构写的，赞成你的企业没有什么好处可得。因此，它们具有很高的可信度。也正因为如此，你的广告应使用社论型广告。人们阅读社论型广告（新闻模式）的可能性比普通广告高 7 倍。

为什么有些新闻被选择发布，有些没有？

很多大型的记者室一天要发布数百条新闻。所以当你的新闻稿被采集进来，还要和其他的进行竞争。

通常，“分配编辑”的职责就是决定哪些新闻可发布，哪些不发布。分配编辑要对所有采集的新闻进行审查，不是将它们分配给编辑发布，就是将它们丢弃。通常情况下，分配编辑是通过邮件筛选喜欢的新闻稿，不喜欢的踢到垃圾箱。

如果一篇新闻稿没有立刻吸引他们的眼球，马上会被扔进垃圾箱。新闻稿被阅读的第一个是标题。如果你没有一个引人注目的标题抓住编辑的注意力，那么你就没有太多的机会让他们进行下一步阅读——第一个段落。

你的第一个段落必须说明你的新闻主题是什么、主角是谁、发生在哪里、为什么为如此重要、和什么时候将举行。开篇段需要快速切入主题，不要有无价值的东西。如果它跟标题一样吸引人，你的整篇新闻稿就很有可能被阅读。

怎样的新闻才会被采纳？

为了让的企业被当地新闻媒体采纳，你就要把他们想要的提供给他们。一般说来，不同的媒体都在寻找具体符合他们类型的新闻事件。

报纸需要有趣和有益的信息。报纸喜欢通过即时新闻和文章教育读者，让人们发现生活中的趣事和是收到启迪。

收音机比较松散，没有统一的风格，什么事情都涉及。收音机喜欢播报一些具有争议性、滑稽、或怪异的事情。其中，最流行的是当地五分钟广播电台“生日诈骗” DJ 在一个不知情的人生日那天，给他们打电话，充满了指控和谎言的进攻性和敌对性谈话，火花四溅，因此得到推崇。

电视提供很好的视觉效果，使任何事情变得非常让人兴奋。赞助当地的高中学生读书竞赛，规则是浸泡在 Kool — aid 的浴缸中，得到 T.V . 电视台的关注。

所有的媒体都喜欢报道有趣的故事。他们知道人们喜欢了解别人。事实上，谈话类节目主要的主题就是人际关系。如果你有一个有趣的故事，其他的人就会感兴趣，你就用自己的方式获得了大量的免费宣传。

最后，大多数公关初学者犯的一个最大的错误，就是想让媒体给他们的企业打广告。而媒体只是发布新闻 … 他们不是你的个人营销部门！你必须具有新闻

价值！

穆罕默德·阿里如何成功出现在《生活》杂志上(我喜欢这个故事！)

获得免费更多的是让自己更具有新闻价值，而不是别人赋予你新闻价值。正如乔治·麦肯(George MacKenzie)，一个宣传专家曾今告诉我：“没有无聊的故事，只有无聊的方法让有趣的故事变得无趣！”只要有创造力和一点努力，你可以使几乎任何事件都具有新闻价值。

以下的故事，我认为是最完美的例子。这个故事是关于穆罕默德·阿里，如何获得那时候当地最大的杂志《生活》大量的免费报道。

在穆罕默德·阿里成为职业拳击手之后，《生活画刊》(Sports Illustrated)对他进行了社论性报道。当《生活画刊》的摄影师给他拍照的时候，阿里问他：“你还为谁做摄影工作？”，摄影师回答《生活》杂志，但很快就说穆罕默德没有被这著名杂志涵盖的机会。

穆罕默德知道，如果自己想脱颖而出，无论怎样都要这个杂志对他进行报道。思考了几分钟，阿里问摄影师：“还摄影什么类型的照片？”摄影者回答说：“各种类型的，但是我的专长是水中摄影。”

因此经过快速思考后，穆罕默德·阿里说：“你知道我是这个世界上唯一在水下训练的拳击手吗？”摄影师立刻产生了兴趣。接下来，阿里告诉他，如果《生活》杂志对他的故事进行独家专访，他会给他们想要的。

在你知道之前摄影师对阿里在水中跳舞、挥舞拳头进行了摄影。没多久，《生活》杂志对穆罕默德·阿里进行了大量报道。阿里给了《生活》杂志想要的，作为回报，他们给阿里做了大量的免费宣传。

让你的小企业具有新闻价值的 20 种方法

就像我前而所提到，让你的企业得到免费宣传的关键是使你自己具有新闻价值。拳王穆罕默德·阿里就是最好的一个例子，告诉了我们一个人如何殊得给自己做免费宣传的机会，富有创造性和趣味性。

为了让你更好的发挥你的创造力，让我给你建议 20 种方法，可以使你的企业具有新闻价值。

1、 做一个客户调查，包含一个争议性问题。就调查结果撰写一篇文章，媒

体热爱调查结果。

2、 创建有关你企业的一些事情的十佳排行榜。如果你是一名美容师，可以写一篇文章，题目“十大最受女人青睐的发型。”只要问盖瑞，你也能创造十佳排行榜。

3、 每年度举行一次奖励活动，奖励给社区的一个人或你这个行业的一家企业。比如，奖励当地一名做出了很多超出职责要求的优秀教师。或者，如果你是供应商，你可以给你服务的行业客户“最佳”企业奖。

4、 提供有关你的行业或企业令人吃惊的事实。比如，如果你是一个招聘公司，你可以撰写一篇文章，标题为“现在的工商管理学硕士毕业生的薪资起点比上一届工商管理学硕士高 40 %。”

5 、推出全国性的故事。当全国遭受经济衰退的打击时，一家企业写了一篇关于经济衰退，他们的企业是如何从实质上改善他们的业务。（他是一家公共设施费用审计公司。）

6 、让你的企业与节假日或特别的口子联系起来。例如，告诉媒体你的按摩疗法是如何帮助企业，在圣诞节期间减小压力，和提供礼券给客户进行缓和性调节。

7 、告诉媒体有关你自己的从贫民到百万富翁的故事，比如你是一名高中生，没有人资助你，自己开始自己的商业，并取得了成功。请记住，媒体喜爱人情趣味故事。

8 、将你的企业和过去发生过的一些事情联系起来。你可以到当地的图书馆，找寻一些跟你销售的产品或服务，近 50 年有关的文章。

9 、做第一。做第一个提供 200 % ，双倍退款的保证；第一个给每一笔交易提供现场洗车处；第一个让你的员工拥有企业所有权。做所有你认为别人没有做过，你是第一个做的所有事情。

10 、设立“孩子是老板的一天”，在这一天，将手中的业务转移给你的 14 岁小孩或你的员工的年幼的孩子。

11 、找出顾客做过“最蠢的事”或“愚蠢的错误”，与你客户进行争论。如果你是二个修鞋点，问他们对他们的鞋做过的最蠢的事。如果你是体育产品零售商，问你的顾客在露营时犯得最蠢的错误，这些都是媒体喜欢的人情趣味故事。

12 、赞助当地社区服务项目。例如，如果你是一个干洗店主，为当地所有食宿旅客免费清洗衣服。如果你是一个快餐零售商，为残疾儿童举办一次免费的午餐。如果你是一个汽车修理厂，提供石油和润滑油给童子军的父母，将因此所得的受益捐献给美国童子军。

13 、举行一个独一无二的答谢客户主题派对，如与波利尼西亚文化舞者一起的夏威夷式烤野猪宴，还有一个神奇的主题聚会是，让顾客带子女观看魔术师做一些难以置信的魔术。

14 、你有没有这样一个客户，以一种不寻常的方式使用你的产品，或使用了你的产品成为了一个成功者？如果您开了一家健身房，让你的客户之一成为了健美冠军？如果你拥有一家自行车店，您的客户之一成了自行车赛车手冠军？如果您经营一家电子商店，你的一个客户发明了一样杰出的新玩意。

15 、挑战你这个行业的霸主，对他们产生质疑。如果你是一名人力资源顾问，严重打破每月的雇员计划。如果你是塔可钟(Taco Bell)公司的经理，告诉消费者为什么有些“真正的”墨西哥食品，那么难吃和乏味。如果你是一个家庭为基础的商业人士，可以撰写美国公司是如何让善良的窒息的。

16 、一年中有一天你的商店不营业，带领你所有的员工做一天慈善事业。题目可以是这样“当地的印刷厂今天不营业，帮助需要帮助的人！”

17 、最近，我的一个客户，他的商店被大火摧毁了，但是他又重新建立起来，现在生意做的比以前更大。贵公司是否也曾有个大灾难（像经济衰退），但是最终挺过来了，并取得了显著的胜利？

18 、写一个兴趣类故事，有关解决你的产品或服务的问题。如果你是一名汽车设计员，你可以写一篇氧化和锈迹如何破坏你的汽车的整体外观，并让你无法安全驾驶的文章。如果你销售网站服务，可以写关于托管的问题或网站的设计欠佳的影响，以及如何解决这些问题。

19 、你为什么要开始你的商业？如果你开始你的商业，是因为对现提供给你使用的商业不满意。你可以告诉媒体，例如，你进军意大利餐厅市场，是因为你发现当地的意大利餐厅并没有提供正宗的意大利食品。也许你开始做水池清洗业务，是发现为你清洗水池的服务人员糟糕的服务。

20 、证明你的行业神话或陈规旧习是错误的。如果你是一个泡泡浴缸的供应商，你可以给人们展示他每晚在浴缸里泡热水澡，但是他是 12 个孩子的父亲（证明热水真的不会杀死你的是精子！）。

如何让你的企业具有新闻价值，只受你的创造力和想象力限制。

记住，没有无聊的故事，只有让有趣的故事变得无趣的方法。

来自公关专业人士的小窍门

以下是一些来自专业公关人士的一些“小窍门列表”。请注意，这些人从事公关行业多年，有着丰富的经验，并了解获得免费宣传的内部秘密。

来自马克·诺兰（ Mark Nolan ）的 7 个技巧，他是销售额达 300 万美元的畅销书 《即时现金流》的作者。

- 1 、对你的新闻稿进行编码，追踪结果。
- 2 、将你新闻稿中的信息进行排序，因为如果编辑过了，会减少被删除的可能性。
- 3 、使用一个“角色’，将普通产品转变既有新闻价值的产品。
- 4 、大量阅读报纸，学习如何像自己一样撰写。
- 5 、阅读 《 国民询问者 》、《 大都会 》、《 读者文摘 》 学习如何写标题。
- 6 、尽量使新闻稿简洁 —— 一页， 250 个字，两倍行距。
- 7 、讲述一个故事；撰写新闻稿就好像你已经看到它已经印成书报。

来自琼斯。图尔特（也被人们称为爱在报上露名的人， 20 年的资深报纸编辑）的 10 个小窍门

- 1 、发送有关新产品和服务、竞赛、奖励、家庭招待会、演讲活动的新闻稿。
- 2 、为报纸、杂志、贸易出版社、和时事通讯撰写“指南”文章，并免费提供大量的建议。这样有助于将你塑造成专家。
- 3 、进行巡回演讲，给社会团体和行业协会演讲，这是制造有关你的企业话题的很好的方式。
- 4 、创建一个网站，提供免费咨询、友情链接、与你有关的文章、与你企业有关的小说点子、和一些媒体可以联系到专家名单。
- 5 、创办一个电子通讯。一个免费的时事通讯，帮助你将你的产品和服务销售给国际顾客。
- 6 、你要了解一记者。给记者提供你的背景、评论、和故事的构想，让他们致电给你，问：“我有什么可以帮助你？”
- 7 、在你当地有限电视公司的公众频道创立你自己的电视节目，通话是免费的，你只要花一笔钱租用照相机设备。
- 8 、寻找照片刊登的机会。当地的报纸、电视台、周刊、贸易出版社和其

他的媒体，一直都在寻找有趣的照片。你可以打电话告诉他们你的好主意，或将你的照片呈递给他们。

9 、在高中和大学学校或你的公司的成人教一育项目中，设置一些免费的课程，作为示范。

10 、参与网上讨论小组，提供大量有用的建议。使用签名文档的电子邮件，解释你的职业和如何帮助人们解决他们的问题，并链接到你的网站。

琼斯·图尔特（ Joan Stewart ）告诉你 8 个新闻稿致命性的错误

1、提供不确切或错误的信息，特别是电话号码。新闻稿必须完整、精确和具体。

2 、新闻稿太长。原则上，不能多于两页。发送太迟了。用邮件和传真发送新闻稿，至少在事件发生两个星期以前就发送给新闻媒体，最好是三或四个星期。

3 、发送了没有新闻价值的新闻稿。所谓新闻就是发生了以往没有过的事情。如果以前发生过，就不是新闻。

4 、充满了赤裸裸的商业为味道。使用了太多的华丽单词和短语，如“惊人的”、“难以置信”和“这类中唯一的一个”。

5 、忽略了联系人的姓名和电话号码。在第一页的左上角留下你的联系方式，这样如果编辑有任何问题，他们可以跟你联系。

6 、在你发送新闻稿之后，如果你给他们打电话，询问：“你有收到我的新闻稿吗？”或“你知道什么时候开始印刷吗？”记者会认为你是一个胡搅蛮缠的人。不要电话跟进看媒体是否发布了你的新闻稿，除非你完全确定在编辑室里有人会帮你检查。大多数记者和编辑是没有时间做这种事情。

7 、使用媒体最近更新的电话簿。发送前仔细检查，看你要发送的那个人是否还在那里工作，地址是否还是一样的。一篇新闻稿发送给了一个编辑，十年前就离开了，最终这篇新闻稿还是会到达正确的人手里，但是他们会认为你不关心报纸的发展和在那里工作的人员。

10 个小窍门来自苏珊·哈罗，他是位于北加州的媒体和营销公司哈罗传播公司的总裁

1、在 20 秒内吸引发布者或编辑。在 20 秒内塑造有新闻价值的动词东西，无论是关于你、你的服务、产品或书籍。研究出版物或电视节目的风格，让你的风格与他们的相匹配。

2、提出一个与发布者或编辑的观众相关的话题。媒体知道以后，问的最多的一个问题就是“这是不是新闻？”或“这个信息现在能为我的观众服务吗？”

3、通过在你的个人简介中告诉他们，你所提出的相关观点是这个话题的仅有的信息，证明你是提出这个话题方面的专家。

4、运用幽默、令人震惊的声明或表现强烈感情的观点。激烈的主题意味着电视和广播节目更好的收视率，和出版物更多的读者人数。

5、在第一个段落引起安排人或编辑的兴趣，而不是用材料淹没他们。不要发送很长的新闻稿。

6、将你的新闻稿通过 Email 发送给安排人或编辑。很多媒体人士通过 Email 快速回复。但是要慎重，因为 Email 只有一个段落，你要确保你的标题引人注目。千万不要以附件的形式发送。

7、包含你所有的联系方式。如果你没有将你的手机号码、呼叫机号码、传真号、固定电话号码或邮箱地址告诉安排人或编辑，意味着你要错过或失去被当面采访的机会。

8、随时准备好被采访。

9、坚持不懈。如果今天你没有赶上机会，占他们一席之地。

10、你要不断地尝试，尝试，再尝试。

来自 Publicitynoider.com 的比尔·斯托勒给公关人士的 8 个忠告

1、不要打电话给媒体人士问这样的问题“你是否收到了我的新闻稿？”记者们讨厌这样。如果你真的想获得媒体的报道，首先是要构造好的故事，接下来将它写成新闻稿，找照片等等。

2、快到他们的截止日期之前，计划给他们打电话。大多数的报纸是早上版本。因此，记者们发布的截至时间是当天的下午 2 点左右，在这个时候不要给他们打电话。跟记者们联系的最好时间是：当天的上午 10 时至午时。

3、电话接通后不要立刻切入主题！这是一种粗鲁的行为，因为刚好这个时候，编辑可能正在接听另一个电话，编写一个故事，接待客人，或谁知道在做什么别的事情。开始你可以这样说“你好，史密斯女士，我是比尔·约翰，我有一个有趣的故事，你可能会感兴趣，请问你现在有时间吗？”

4、发送语音邮件。以语音邮件的形式将你的故事发送给记者，这是很好的方式。但是要尽量简短，并以你的电话号码结束信息。如果你没有听到回音，不断地尝试，直到你接到记者或编辑的电话为止。

5、不要边阅读脚本边给记者打电话！大多数的记者最讨厌的是，大型公关公司的一些 22 岁公关人员坐在间隔室里边阅读脚本边给他们打电话。你想，如果电话营销员一边给你打电话，一遍做其他的事情，这让人多么的不舒服。在你打电话之前，不断地练习，打电话时，尽量自然和发自内心的。

6、给他们你的故事而不是广告。报纸的义务不是给你做广告宣传，而是给读者提供有趣的故事。你要使你的新闻稿具有新闻价值，令人激动和与人们的生活相关联。

7、立即跟进。如果编辑感兴趣，她会询问更多的信息。你要确保提前准备好了新闻资料（包括新闻稿和照片），只管发送。用最好的邮件形式进行发送，在地址下面标明“要求的信息”

8、现在可以给他们再打电话。现在是时候给编辑打电话，问他们是否收到你的新闻稿，毕竟，这不同大量邮寄，这是她要求的。还可以问她是否已经浏览了一遍，并且有什么看法。如果她喜欢你的新闻稿，你就能得到有价值的免费宣传。

常见问题的回答，提高你的采纳机会

可能对大多数人来说，最大的障碍是没有好的办法与媒体打交道，但是递交新闻稿是有技巧的。以下是很多企业主在呈递新闻稿和想获得媒体采纳时常见的一些问题。但是它们不是一些特定的规则，仅仅只是建议使用的指南。

问题 # 1：我应该给编辑打电话吗？

通常还是不要。最好使用建立的常用渠道。分配编辑非常繁忙，通常讨厌被电话打扰。如果你真的给他们打了电话，通常先要问“你现在有时间吗？”如果

没有，接着问什么时候你能给我回电话。提前准备好你的谈话内容，最好能够在 60 秒左右讲清楚发生什么故事、人物、地点、怎样发生的，和为什么能让他们的观众感兴趣。

问题 # 2： 如何与编辑建立可信性？

贡献有新闻价值的东西。切勿使用“宣传”这个词。编辑们讨厌这个词，因为它损害了媒体的独立性。当你的新闻稿得到了发布，发送感谢信。了解出版物和他们的观众在寻找哪能种类型的有趣信息。了解编辑最总要的是，将你的专业知识作为资源提供给编辑。

问题 # 3： 你应该多久发送一次新闻稿？

无论什么时候你有新闻价值的事件，一个星期一次是有点频繁，但是每个月一次是恰到好处的。通常大多数企业主的问题是，没有新闻稿可发送，而不是发送的太多。

问题 # 4： 我的新闻稿应该采取怎样的格式？

在新闻稿的顶端包含你的姓名和地址，接着是你目前的联系信息，你的联系信息必须准确，完整。没有比这更糟的事情，当你的编辑想跟你取得联系时得到的是录音。

在“即时新闻稿”之后，开始你的标题，和在新闻稿中用副题对你的新闻稿目标进一步进行分类。在文章的最后，写上你的城市名称和签上你的名字如 ## #。

问题 # 5： 我发送新闻稿时，还可以附带一些什么东西？有些公关专家说，你发送新闻稿时，还可以附带一封信或一个宣传资料袋。里面可以是公司宣传册、小传、实况报道或以前的新闻剪报。如果你的新闻稿足够强大，本身能将所有的事情陈述清楚，不需要其他额外的资料是最好的。请记住，所有的编辑都是大忙人。你让他们做起来越简单，你的新闻稿被编辑发布的机会就越大。

问题 # 6， 我应该怎样的形式发送新闻稿？

有四种基本的方式发送新闻稿：（1）传真；（2）信函；（3）电子邮件；（4）电话。每一个媒介都有优缺点。大多数的新闻稿是通过传真发送的。传真的优点是，它已经处于印刷状态，编辑接收也很简单，并且很实惠。

如果你熟悉编辑，并想为你的新闻稿添加其他的支持文件，放在信封里的一封简单的信是比较好的方式。如果你写一封信给一个特定的编辑，确保你正确书写了他们的名字。做到这一点，你只要给当地报社打电话，询问他们采纳你的新闻稿的编辑的名字。

电子邮件已成为发送新闻稿最受欢迎的方式。如果你是用电子邮件的形式发送你的新闻稿，千万不能使用附件的形式，只需用文本形式发送。编辑们害怕病

毒，会将你的邮件直接删除。

如果你想通过电话传送你的故事，事先准备好 20 秒钟有新闻价值的“电梯演说”。然后找到记者、专栏作家或安排者的名字，给他们打电话，询问现在是否有时间分享你的新闻，并告诉他们只要 20 秒。如果他们说好的，传达你的要点。

这四种方式我会选择简单的传真。这样更容易给编辑看到，可以接收来自各个位置的资源。

问题 # 7：在我放送新闻稿之后，我要做什么？

不要给编辑打电话，问他们是否收到你的新闻稿和回答他们的问题。他们肯定收到了。放心，如果有什么问题他们会给你打电话

问题 # 8：我可以到哪些网站了解关于获得免费宣传的信息？

www.get-free-ubhcity.com —— 这个网站属于乔治·麦肯齐，他是圣安东尼奥市老牌的卫视主持人和电台访谈节目的主持人，并且是营销和广告高等专科学校的校长。

www.publicityhound.com —— 这个网站是琼斯·图尔特（人称“宣传猎犬”）创立的，他从事媒体行业 20 多年，是资深的报纸编辑兼记者。

www.publicityinsider.com —— 这个网站是比尔·嘶托勒创建的，他是意味资深的公关专家、经验丰富，，曾经和许多的巨头公司合作过，如高露洁、可口可乐、孩之宝公司等等。

www.Publicrelations.com —— 这个网站是营销和公关咨询公司，专门从事有关公关活动。

www.prprofits.com —— 这个网站属于最著名的“免费宣传”这一 Paul Hartunian，他是以销售布鲁克林大桥而名声大噪。

www.Prsecrets.com — 苏珊哈罗因主持奥普拉·温弗瑞脱口秀节目（告诉人们很多富翁的发家史）而闻名。

问题 # 9：有哪些互联网网站可以发送我的新闻稿？

以下是一些网站资源，你可以通过网络发送你的新闻稿。

自动新闻稿发送系统 —— 为企业特定的合理价格的电子邮件新闻稿发送渠道。详情请访问 www.automatedpr.com

BookFlash —— 只需要 145 美元就可以将你的新闻稿发送给 5000 多名编

辑、评论家、书商、图书管理员等等。网址：[www . bookfiash.com](http://www.bookfiash.com)

商务网 —— 高校发送商业类型的新闻稿渠道。网站：[www . businesswire . com](http://www.businesswire.com)

加拿大新闻专线 —— 这个渠道主要服务发送到加拿大的新闻稿。
网址：[www . newswire . ca](http://www.newswire.ca)

eReleases —— 通过电子邮件将你的新闻稿有针对性地发送给目标媒体。
网址：[www . ereleases . com](http://www.ereleases.com)

HisPanica —— 电子公关 — 将你的新闻稿发送给拉丁美洲、西班牙和美国媒体。网址：[www . hispanicapress . com](http://www.hispanicapress.com)

西班牙公关网 —— 如果你需要将你的新闻稿发送到美国的西班牙媒体，可以通过这个网站：[www . hispanicprwire . com](http://www.hispanicprwire.com)

iMediafa —— 提供传真服务，0.25 美元每张，将主题新闻稿发送给全国的编辑和安排人。网址：[www . imediafax . com](http://www.imediafax.com)

互联网新闻局 —— 与网络相关的材料的新闻稿电子邮件发送渠道。
网址：[www . intemetnewsbureau . com](http://www.intemetnewsbureau.com)

M2 新闻网 —— 欧洲最大的新闻稿发送网站，收取固定的年费，而不是按篇计算。网站：[www . Presswire . net](http://www.Presswire.net)

Media Web——提供发送新闻稿到南非媒体的服务，网址：[www . mediaweb . co. za/submitnews . asp](http://www.mediaweb.co.za/submitnews.asp)

新闻稿发送中心 —— 将你的新闻稿发送到澳大利亚媒体的低成本渠道。网址：[www. Pressrelease . com . au](http://www.Pressrelease.com.au)

公关新闻网 —— 与商务网一样，但是发送的是通常主题的新闻稿。网址：[www . pmewswire . com](http://www.pmewswire.com)

Press Flash —— 互联网网络相关故事的传真发送渠道。网址：[www . pressflash . com](http://www.pressflash.com)

新闻稿发送网站 —— 特大优惠，只需 99 美元将你的新闻稿发送给全国前 100 互联网出版商，还有其他更多的选择。网址：[www . pressreleasenetwork . com](http://www.pressreleasenetwork.com)

公关网 —— 免费提供发送各种类型的新闻稿的服务。网址：[www . prweb . com](http://www.prweb.com)

问题 # 10 ： 在哪里可以找到编辑，将我的新闻稿发送给他？

另类媒体在线目录 —— 在这里你可以找到数百名急进派、女权主义者、另类生活出版物。网址: www.altPress.org/irect.html

当地日报和周报目录 —— 有所有的州、市、城镇的当地报纸名单和他们的联系方式。网址: www.bizmove.com/media_directory/local-media.htm

Ecola —— 上面有 8400 多家报纸和杂志和 1100 个电视台的信息。网址: www.ecola.com

e - Trading post —— 免费将你的新闻稿呈递给你选择的国家电视台、新闻专线集团和全国前 100 报纸机构。网址: www.e-tradingpost.com/publicity.html

MediaINFO —— 它与其他的不同之处在于,还包括了城市指南、企业联合组织和新闻服务。网址: emedial.mediainfo.com/emedial

News365 —— 另一家媒体弹出网站。虽然不如 Ecola 或 Newslink 那么完善,但是很多别的网站没有的专题网页。网址: www.news365.com

Newslink —— 与世界数千个报社、杂志、广播电台和电视节目进行了友情链接。
网址: ajr.newslink.org

US Newspaper Link —— 尽管不是很完善,但是与美国国内或当地的报社、杂志、广播电台和电视节目进行了广泛的链接。

总结这里提到有关获得免费宣传的信息只是冰山一角。还有很多的方法和方式,可以让你和你的企业具有新闻价值并得到媒体的关注。我推荐你建立一个目标,每个月发送一篇新闻稿。

撰写和呈递新闻稿的经验是你的个人营销教育最宝贵的。获取免费宣传是每个企业营销计划的一部分。整个一年,至始至终,计划好一些事件,可以在当地的广播电台广播,得到当地的电视台报道和被报纸覆盖。

媒体给你做的宣传是金钱买不到的。

特别报告 3：

如何写有效的标题

在销售中，产生数十亿美元的 126 个标题

说明：仿造这些著名的标题之后，可以让你的销售激增

以下是广告，销售信，或是网站的重要元素

好的标题的重要 5 要素：

- 1、 抓住亮点
- 2、 激发兴趣
- 3、 作出承诺
- 4、 诱人提议
- 5、 强调卖点

产生数十亿美元的 126 个标题

一个晚上，我是如何提高我的记忆力的

如何交朋友和影响他人

五天去除鸡眼，无效退款

你口袋里的一千首歌

你有远见你就申请它

当我坐在钢琴前的时候，他们嘲笑我：当我弹的时候，他们停止了笑

让人们喜欢你的秘密

给那些想写却不知道怎么写的人

一个诀窍，如何让我成为销售明星

你的孩子总是让你感到尴尬吗？

你在英语中也犯这些错误吗？

你会犯你父母亲在年轻的时候常见的 13 个错误吗？

一定不要接受含有这五个词语的房地产合同

一个小的错误让一个农民在一年里损失 3000 美元

你知道工人紧张花掉公司多少钱吗？

赢得所有人欢心的小孩

买房子时犯的最大错误

六种股民，你属于那种？

难道你不想知道什么是眼睛手术吗？

你能指出 7 种常见的装饰错误吗？

10 种让人们保持贫穷的习惯， 12 种让你变富的习惯

如何不用减速而超速不用罚款

免费书

告诉你十二个更好护理草坪的秘密

五个同样的问题，你想解决哪一个？

股票和资金行业，每个人必须知道的是什么？

汽车销售商的十二种诡计，有些是完全察觉不到的

除非你知道知道大多数管道工的常见的问题是什么，要不然你怎么知道如何克服它

任何人都不会知道如何处理广告，直到将这木书读了至少 7 次

我既感到震惊又尴尬，当我知道房屋重建在美国认为是最让人怨恨的行业

免费完善的房产权调查，在不要经纪人的情况下，可以相互比较并对每一个可能的地方定价

像你这样有经验的旅游者，愿意乘坐像我们这样新的航空公司的航班吗？

如何使一个愚蠢的观点变得有价值

你听到自己说“我还没有读过，正打算读这本书”的概率有多高？

四个快速的问题，揭示按摩师的治疗原理

你真的需要，廉价的临时代理招标机构为你提供雇员吗？

为了你百万美元的工程？

谁该为小孩子的不服从买单？

六个砖石行业讳莫如深的秘密 … 最终揭晓

教你五分钟内做好圣诞采购

高校老师免费 — 其他的人 6 美元

有谁听说过，一个女人享受美食的时候，同时也能减肥？

对你来说是惭愧的，当别人能轻易的赚钱时，而你不能。

没有人告诉你拥有远大目标是什么吗？

潜藏在你农场里的财富

你有神经疲劳的症状吗？

你如果对什么都了解就不要看这本书了

一个小孩子的一生对你来说值一美元？

给心里比年龄老的女人

给哪天想跳槽的人

用最好的颜料装饰你的房子，让它卖的更快的

如果你的药剂师不负责，你可能会死。

3 秒钟，教你如何保护自己

7 种最快的方法，让你不吃药也能消除头疼

为什么有些人几乎能一直在股票市场赚钱

通常你会莫名其妙的要为 600 美元的医疗费买单，当你了解这十种防御措施，你将不止节省 600 美元

你可能正在犯的最常见的缴税错误

发现潜藏在你薪水的财富

被你的缴税单弄糊涂了？这里有美国税务局常用的 4 种借口，还有三种不常用的

法律诉讼的 4 个无情的事实

在你没有记住它不要从事商业

你做过这十件尴尬的事情吗？

我们应该为了年老的父母做些什么呢？养老院的 4 种选择，或者你就让他们跟你们一起住

24 小时内让你的手更动人，无效退款

让数千从未想过自己也会弹吉他的人，在七天之内学会，否则退款

我们没有保护好我们的胃所留下的后患

小的漏洞，使人们贫穷

一种让你快速驱除感冒的方法

一个理发师，跟房地产一样，在 4 个月赚了 8000 美元。如果给你 20 万美元，你将怎么安排了？

上个星期五，真的很惊险二 … 我的老板差点就抄了我

加快网速：你的供应商最不希望我问他的两个问题

当医生感到疲倦时，通常做的事情

想要万事达金卡？威士金卡？在你没有读完这本书之前，你是不会有的

“我的肥肉没了，同时还节省了钱”
揭示超市是如何使用手段让你买更贵的东西，教你省钱

拥有一辆好车，随你去那里

自己为自己检查身体：让你每一年能节省 341450 美元 … …

只要做好你现在所做的

想象一下 … 30 分钟能让你的观众为你着迷

如果你正打算用 2500 美元，为戒指买一个钻石结婚，我能给你一个价值 4000 美元的戒指并且返还 1000 美元现金。

房产经纪人最大的秘密，就是不想让你知道他们选择互惠基金的过程。（说明：其实他们根本就没有过程）

美国的钻石贴现所为你省钱

在参加聚会你还会紧张吗？

让平凡的女孩变漂亮的新发现

如果你从不道德的建筑商那里购买房子，一个小小的建筑瑕疵，你转售时可能让你少赚 1 万美元

如果你遵循这些简单的计划，你就可以嘲笑那些为钱苦恼的人

你可能拥有世界上最丑的小孩（当你用了不合适的照相机时，这是他们想说的）

独特的建造系统让你的家别具一格

保护好你自己，免受技术水平比你高的 IT 新秀的冲击

如果你租一套房子或是公寓只要 550 美元，在 6 个月到 18 个月里，给你一个全新的家

给不会省钱的丈夫的太太们的建议，来至一位妻子的忠告一副好的双目望远镜需要多少钱呢？

16 分钟让你的阅读速度提高一倍

如何将八小时的电脑课程培训，缩小到 75 分钟的家庭或是办公室培训

今天一增加 10000 美元投资到房地产——一顶新帽子的价格
专家证实：超过三分之二的女人能在 14 天，让皮肤看起来更有光泽

有谁听说过，一个女人，每天享受美食的同时还可以减肥吗？一个没有恒心的人

没有繁重的花园杂物——我们的花园还能让邻居羡慕

161 种方法抓住男人的心——烹饪者必备的神奇的书

如果你有了不良记录，如何逃过美国税务局审计员的眼

80000 美元的奖品等着你！帮我找到这些新厨具的得主

他们是不是被提升比你快

两年的奇妙旅程，薪水照领——但是只有真正有想象力的人才能得到

耕作方法的对与错——一些小的暗示提高你的利益

男人都会喜欢这样的女人——清新无口臭

如何挽救你的离婚

劳力士的有些事情，你可能不知道可能

难以置信你能将原版油画据为己有——每幅只要五美元

一种新的泥上，如何，在 30 分钟以内，改善我的外观

如何制作你的诉讼证据

所有最好的金矿成功的方法，都聚集到了这本伟大的书里面

9 个能引发美国国税局设计员想实现理想目标的危险信号

主要的节食计划：有些确实能让你实现目标，而有些可能只是折磨你，浪费你的钱，使你更肥

从没想过要吃人造黄油的女人都抵不住它的诱惑

好的律师从顾客哪里偷来的五个秘密

餐具买三送一

特别赠送：

世界上最赚钱的营销信

100 前，美国有一个传奇的营销大师，他的名字叫**克劳德·霍普金斯**。他是现代广告的奠基人，被大卫·奥格威视为创造现代广告的六大巨人之一。他原来只是一个吸尘器公司的记账员

但偶然的一天他发明了一种方法：“**写信给顾客推销产品**”，结果创造了一个奇迹，他在 3 个星期内成功卖出了 25 万个吸尘器，但你要知道这个故事是发生 1923 年的时候，那时候的吸尘器还不算是一个普及的生活用品。

从此他的人生开始改变，全身心投入广告和营销事业，后来他收了两个弟子，一个人叫：Gary Halbert（这个人你可能不太认识），但另一个弟子你一定听说过，那个人叫：**杰·亚布拉罕**（当今世界最有影响力的行销大师）。

亚布拉罕他是 Gary Halbert 的师弟，他原来和 Gary Halbert 合作过，但他写信不如 Gary Halbert 好，经常受到 Gary Halbert 的奚落。后来亚布拉罕觉得在写信上超不过 Gary Halbert，因而转向研究行销策略，另辟蹊径，后来成为了世界第一名的行销策略大师，现在他在中国也有开课，一个人 3 天的学费是 28000 元左右，但他的功力主要在行销策略上，写信的功力并不强。

这里重点要介绍的是 Gary Halbert，这个人深得克劳德·霍普金斯的真传，写信的功力无人能敌，至今都无人能超越，我先给你讲一下他的故事吧！

他曾经写过一封“世界上最赚钱的营销信”，

这封信仅仅 350 个字，

却让他收回了 1.78 亿美金，

Gary Halbert 从中赚了 589 万美金。

后来他把这封信的所有权卖给了 Ancestry Search 公司，

作价 7 千万美金，并雇 30 人兑换支票

当时他发出这封信之后，他只做了一件事情：就是雇用了 30 个人，每天帮他打开顾客寄回的支票，再把收到的支票装进大麻袋里，然后再存到他的银行账户里……

他们在国内率先采用了“写营销信”这个方法，

帮助他们在短短的一年内赚进了 1500 万的现金！

同时，不可思议的是他们在国内率先采用了零风险承诺，

即上完一天半的课程，如果不满意可以全额退款，

结果连续举办了 70 多期，居然没有一个人退费，

这不能不说是一个奇迹！

历史上赚钱的销售信，是 Gary Halbert 写的 Coat of Arms，这封仅仅 350 个字的营销信，却让他赚了收回了亿美金，如果你看下去会发现这是一个分开的秘密，相信聪明的你一定能从中悟出成功的秘诀，祝你成功！

这封信累计投递了超过 6 亿次。现在还在继续投递。

这也是唯一一封照着电话簿投递也能赚钱的 Direct mail

南领地省 安尼镇

缅恩街 123 号

邮政编码 54321

电话：1-XXX-XXX-?

麦克多先生：

我和我的丈夫在为一些朋友整理资料做研究的过程中，偶然发现了这个情况。这些朋友跟你是同一个姓氏的。我们请了一个艺术家按照档案上的记录重新做了一个徽章。这个图案，以及所附的姓氏探源说明，已经印制成一个一页纸的吸引人的报告。

报告的后部分介绍了麦克多这个姓氏古老而独特的历史。包括它的含义，它的起源，它的原家族的座右铭，它的原住址，还是什么名人拥有同样的姓氏。前面部分是一个漂亮的由这位艺术家画的最早印有麦克多这个姓氏的徽章的复制品。整个报告象证书一样真实，可以用画框表起来悬挂。

这个报告非常有趣，我的朋友们额外多做了几个复制品，希望其他同姓氏的人能够分享到他们的这份喜悦。

因为是用画框表起来的，这些报告可以作为墙上的装饰品，也是送给亲戚们的好礼物。你知道，我们并没有探源每个家庭的情况，但我们追溯了几百年的历史，找到了这些最早的姓麦克多的名人。

我们要价只是能够拉平复制品的制作费用，再加上邮费而已。如果你有兴趣

的话，请尽快告诉我们，因为我们存货很少。我们只需要再确认一下你的正确姓名和地址，你要订购多少个报告，请把现金或支票汇给我们就行了。

我们尽快邮寄给你。

Gary Halbert



此 致

敬礼！

注：如果你订购一份报告，请寄 2 元。加一份同一时间寄往同一个地址的加 1 元。支票抬头请写我的名字。

直复式营销之神 Gary Halbert

失传的 5 个营销秘诀

Gary 是美国直复式营销的奠基人，文案撰稿大师。Gary 的邮件式销售同时也开创了中小企业和个人企业的营销之路。从此以后，中小企业即使没有品牌，没有资金，没有雄厚的运营实力，也依然可以凭借着自己撰写的销售信，成功完成产品销售。

Gary 生于 1938 年 6 月 12 日。逝世 2007 年 4 月 8 日，享年 69 岁。在 Gary 的学生整理他生前的资料时，发现了记录在日记本上的"失传的 5 个营销秘密"。这 5 个营销秘密从来没有发布过，是 Gary 进行营销信写作和营销方案策划的指导思想。

今天，向你揭露 Gary 生前从未公布的五大秘密。请你准备好纸和笔，记录这五个秘密。

1.描述对方心中的渴望

如果你不知道对方想要的是什麼，对方的渴望为何，你是无法完成销售的。但是，即使你知道这些，却无法使用准确有力的语言加以描绘，也同样无法启动对方的购买欲望。

成交的心理过程有三步：

第一步，进入对方的世界（描绘客户的内心）；
第二步，把客户带到他的世界的边缘（引导客户）；
第三步，将客户带入你的世界（实现销售）。 "

而实际上，近年来所流行的"顾问式销售"，这是从 Gary 的这一条秘诀发展而来。而其中的关键，恰恰是第一步----用准确的语言描述对方的渴望和愿景，以进入对方的世界。

2.建立强大的信赖

没有人会把钱交给陌生人，因为信不过。想要客户把他的钱放入你的口袋，你需要建立强大的信赖感。建立强大的信赖感，最常见的方法有：使用客户见证，将自己包装成专家，使用同级别专家的见证。

除了这些立竿见影的方法外，你还可以通过分步成交，完成信赖感的建立。如果你想要成交一笔金额较大的订单，那么不妨设计多步成交环节。

第一步，让对方获得很小的代价，就得到应有的价值，并开始获益；

第二步，开展咨询，为客户使用产品提供指导；

第三步，完成全部交易。 "

这样做的好处是，第一，你可以通过较低的金額，轻松完成第一笔交易，扩大前端；第二，完成交易后，你可以迅速为对方提供服务，让客户验证你的诚信，享受你的价值；第三，你获得了和客户进行更多交流的机会，更多的交流，就意味着更多的销售。

3.让客户享受你提供的价值，然后再收取回报

我要求你，除非你能给予客户 10 倍的价值，才有资格收取 1 倍的回报。

你要设计你的营销流程，让客户首先体验到你的价值，而后再支付金钱。这样做，你的回报将会成倍成倍的增加，因为客户只有在获得价值后，才支付金钱，你则将所有交易的风险都一肩承担。

你做错了什么，将你的客户挡在了门外？对了，正是价值。如果你坚持先获得回报，再提供价值，你将硬生生将潜在客户赶出大门；而如果反过来，你不但能够赢得失去的客户，你也将赚的更多。

4.激活客户的好奇心

好奇害死猫。同样的，好奇也会促使客户花钱购买。如果你的产品，或者你对产品的描述，可以激发客户的好奇心，那么你就再也不用担心销售了。

销售就是变魔术，一旦揭穿了谜底，尽管表演同样精彩，光彩也将退色不少。

现在，就立即修改你的广告词和对产品的描述，

"一定要让广告词像魔术、像谜语、像半裸的少女。

让客户忍不住，想要掀开表面，看到内在。

而揭秘的代价，就是购买！

5.你必须测试

没有什么放之四海而皆赚钱的策略和方法，不同产品的销售，也要求不同营销策略的相互组合。你必须在大规模投入之前，测试你的想法，是否真的可行。

"逻辑不可信、消费心理分析不可信，成功的经验不可信，权威的理论不可行，甚至.....
连我也不可信。 "

因此，你必须在启动一个营销策略之前，花一点时间精力甚至金钱，测试一下你的整体方案，看看客户的反馈是否热烈。测试将帮助你降低风险。而一旦发现测试结果良好，那就尽情放大吧!