

3.0时代营销新革命

零成本 营销

零投入倍增中小企业净利润

李嘉诚
没有公开的
营销秘诀

李宇桐◎著

投入一倍的资金可以赚回十倍的利润吗？

没有资金也可以有效地做广告吗？

没有资金也可以成功创业吗？

中国纺织出版社



3.0时代营销新革命

零成本 营销

零投入倍增中小企业净利润

李宇桐◎著

 中国纺织出版社



内 容 提 要

几乎所有中小型企业都有一些共同点,比如规模不大,资金不足,资源不丰富,没有大笔资金投入广告营销……针对这些,本书从产品营销、客户营销、宣传营销、互联网营销、策略营销等五大方面,介绍了多种零成本营销的方式以及以小博大、从无到有、简单实用的营销思想和方法,并且配有丰富的案例,具有较强的可操作性。学习本书,将有助于中小型企业改变其营销方向与格局,显著地降低营销成本、倍增企业利润。

图书在版编目(CIP)数据

零成本营销:零投入倍增中小企业净利润/李宇桐著. —北京:中国纺织出版社, 2012. 7
ISBN 978-7-5064-8616-3
I. ①零… II. ①李… III. ①企业管理—销售管理 IV. ①F274
中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第088857号

策划编辑:刘箴言 张永俊 特约编辑:张烛微 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京正合鼎业印刷技术有限公司印刷 各地新华书店经销

2012年7月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:14.5

字数:139千字 定价:32.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

名人推荐



宇桐是我的好兄弟，是一位讲诚信、懂感恩、肯付出的好兄弟，是一位睿智、进取、实战的培训师。宇桐老师在课程中分享的观念和策略会带给大家意想不到的惊喜，带领大家达成无法想象的效果！宇桐老师的智慧分享不容错过！
钰泰集团总裁——黄朝扬



宇桐老师是一位仁者，带领企业家参悟人性，弹指间让你的营销变得轻松简单；宇桐老师是一位智者，帮助企业零成本、零风险做好市场营销，数倍增长净利润！我强烈建议企业家一定要带上企业中、高层一起学习《零成本营销》课程！

钰泰巨斯特教育集团董事长——李强



古有鬼谷子《无字天书》一统天下，今有宇桐老师《零成本营销》称雄商场！宇桐老师的《零成本营销》课程帮助我们公司在没有增加任何投入的情况下，一个月内净利润提升了一倍多，我们准备安排公司全体人员参加《零成本营销》课程！

思敏国际礼仪学校董事长——周思敏



《零成本营销》绝对是一本具有超强的可操作性和可落地性的营销宝典！无论你的企业大小，无论从事什么行业，都可以直接套用课程中的方法与策略，拿来直接使用，这些方法与策略将帮助你打造出独特、强大的竞争优势！

心灵财富教育公司董事长——李胜杰



《零成本营销》课程帮助我们公司的客户只投入了几百元的营销费用，就提升了营业额300%，客户激动得不得了！我强烈推荐宇桐老师的《零成本营销》！

亚洲高端人脉专家——邱冠钧



宇桐老师的《零成本营销》课程，经典实用！给我们全国各地的代理商提供了可以在不用投入成本的情况下提高十倍利润的方法，我们强烈推荐大家学习！

北京保罗国际商学院院长——陈逸润

名人推荐



宇桐老师的《零成本营销》课程使我们的销售团队在没有增加任何营销费用的情况下，只用了一个月的时间就完成了一个季度的销售目标！我们强烈推荐《零成本营销》课程，如果你想倍增利润，这真的是不容错过的课程！

丽池中国 CEO 会所总经理——穆家婕



宇桐老师的《零成本营销》课程，是我们试听网最受学员欢迎的课程，仅课程中的加码销售策略就帮助很多学员在不用投入一分钱的情况下提升净利润最高达70%！我们试听网的全体学员一起向大家推荐《零成本营销》课程！

培训试听网总裁——邱柏森



宇桐老师的营销课程是我几十年来见过的最具实操性和可落地性的课程，它帮助我们的营销部门只用了五分之一的营销经费就超额完成了销售目标，我们强烈推荐李宇桐老师的《零成本营销》课程！

加州美国大学博士生导师——范文议



把《零成本营销》中的方法与策略推荐给了我的客户后，在没有增加任何营销投入的情况下，净利润提升了三倍多，强烈建议大家一定要学习《零成本营销》课程！

中国（香港）国际礼仪研究院高级讲师——田芮嘉



带着公司的中、高层领导干部一起学完宇桐老师的《零成本营销》课程后，没有投入任何费用就追回了大量之前流失的高品质客户。公司的净利润得到大幅提升，我们公司全体员工强烈推荐大家一起学习《零成本营销》！

泰格方略管理咨询有限公司董事长——刘子乔



《零成本营销》是帮助企业革命性地降低成本、倍增利润的课程，是一个颠覆传统营销概念的课程，课程中教你革命性地改变营销的方向与格局，绝对是可遇不可求的好课程！如果错过了，你错过的将是巨大的利润！

时尚礼仪百大讲师团高级讲师——王新燕

目 录

第一章 产品营销

- 第一节 企业赢得财富的前提与基础 / 3
——打造一流产品或服务品质方能令企业基业常青
- 第二节 塑造产品的价值 / 6
——让客户说“非你不买”的秘诀
- 第三节 独特卖点 / 13
——如何让我们的产品鹤立鸡群
- 第四节 产品创新 / 17
——如何让你的产品使客户眼前一亮

第二章 客户营销

- 第一节 与客户沟通 / 23
——与客户建立信赖感、增加产品价值的秘诀



- 第二节 客户关系营销 / 27
——让客户不得不找你购买的秘诀
- 第三节 情感式营销 / 31
——让客户成为家人
- 第四节 追求客户价值 / 36
——如何创造客户的终身价值
- 第五节 教育你的客户 / 40
——让客户更加忠诚你、推崇你的法宝
- 第六节 卖信誉而不是卖产品 / 44
——卖产品之前先卖信誉
- 第七节 开发多项销售方式提升收入 / 46
——如何用多种方法提升企业的客户数量及利润
- 第八节 保留好你的老客户 / 51
——让客户永远忠诚于你、不要让利润无声无息跑掉
- 第九节 让客户成为你的超级推销员 / 57
——客户推荐、快速提升利润的终极秘籍

第三章 宣传营销

- 第一节 宣传营销观念 / 75
——营销观念决定营销结果
- 第二节 发布广告之前先寻找一群饥饿的客户 / 81
——钓鱼之前要知道哪里有鱼
- 第三节 最有效的广告形式 / 85
——要用引导型广告而不是形象型广告

第四节 电子杂志广告 / 89

——抢先使用新型广告载体

第四章 互联网营销

第一节 互联网零成本营销 / 95

——得互联网者得天下

第二节 如何在互联网上进行杠杆营销 / 99

——如何在互联网上以小博大

第三节 如何迅速增加浏览量 / 109

——如何把浏览量转换成财富

第四节 直投邮件销售 / 114

——如何拥有不领薪水、不怕苦累的千万销售大军

第五节 如何写作销售信 / 120

——销售信比你会说话

第五章 策略营销

第一节 企业或店铺间的联盟 / 137

——如何让几百家企业或店铺帮你销售产品

第二节 代金券联合大派送活动 / 145

——如何让几百家企业或店铺的客户成为你的客户

第三节 整合营销 / 153

—— $1+1>2$ 的秘诀



- 第四节 创造市场，塑造需求 / 158
——如何制造客户的需求
- 第五节 测试营销 / 161
——测试，成功的不二法门
- 第六节 领先营销 / 166
——一步领先，步步领先
- 第七节 绝对增加业绩的销售技巧 / 170
——让客户感觉向你购买没有任何风险
- 第八节 风险隔离是计划实施的关键 / 182
——行销的保证
- 第九节 让客户知道：不向你购买是他最大的损失 / 186
——让客户了解：购买会快乐，不购买会痛苦
- 第十节 如何设定最有效的客户风险保障计划 / 190
——逆风险行销的具体策略
- 第十一节 用赠品大幅增加销量 / 194
——给客户一个向你购买的最好理由！
- 第十二节 加码销售 / 200
——最快速度、零成本增加销量的秘籍
- 第十三节 杠杆营销 / 214
——超低成本扩展业务的独门秘籍

第一章

产品营销

客户最关心的是你的产品能给他带来什么好处，带来多大的价值。

产品是营销的基础，高品质的产品是营销的保证，在为你的产品或服务设计营销方案时，请先把产品品质做好。

第一节 企业赢得财富的前提与基础

——打造一流产品或服务品质方能令企业基业常青

如果你认为只要有好的营销方法与技巧，产品或服务的品质就不重要了，那你简直是犯了一个天大的营销错误。你必须非常清楚地认识到品质是赢得财富的前提与基础。不注重品质，有再多的营销策略都无法赢得财富，甚至很有可能有一天以失败的结果终结自己的商业生涯。

你必须时刻记住，即使是世界上最优秀的营销策略也会很快被较差的产品品质搞得一塌糊涂。无论你的业务人员开发了多少新客户进来，最后也会因较差的产品或服务品质而跑掉。

我非常希望你能够下定决心使“高质量、高品质”成为你独特的卖点中最重要的一部分。因为我深深地知道要成为一名成功的企业家，你必须先成为一位追求品质的痴狂者，具备如同乔布斯对于苹果系列产品那种精益求精的精神。

当你销售一种产品时，你的责任就是竭尽全力使它成为业



内最好的、最有价值的产品或服务之一。

当你所做的一切都保持最高品质时，那你的企业一定会快速发展，你将会获得无限增长的利润和业务。

你绝对应该更严格地要求自己的员工向品质宣战，从今天开始，从现在开始，使公司的各个方面保持最高品质，这会为你带来巨大的回报。

下定决心提高产品质量、向品质宣战，应该注意以下两点：

一、组织研发人员、销售人员进行提升产品品质的研讨会

经常组织这样的会议，不但可以提升产品品质，还可以促使员工增强产品品质意识，当一个企业上上下下全体员工都非常注重产品品质的时候，产品或服务的品质一定会大幅提升。

另外别忘了请销售人员定期提交品质提升建议书，因为他们处在市场第一线，最能了解客户对品质的期望与要求，最了解市场的需求，也能够把客户对产品的改进意见带回公司。

还有，千万不要忘记设定相关的精神与物质奖励，奖励那些对提升品质有价值的建议！

二、研究同类产品或服务

你还可以研究同类产品或服务，特别是实力及规模比你大很多的同行业竞争对手的产品或服务，并努力地超越他们。

要努力把不同竞争对手的产品或服务的各项优点都集中在自己的产品或服务上，博采众长，集中别人的优势，消除自己



的劣势，如此，产品或服务才能达到最佳品质。

三、召开客户答谢会

请老客户给你提供如何提升品质的建议，或者是做专业的市场调查，去了解客户的需求及对品质的期望，这样不单可以获得提升品质的信息，还可以加深与客户的感情沟通，及增加客户对你的产品或服务的认知，提高公司的知名度。



第二节 塑造产品的价值

——让客户说“非你不买”的秘诀

客户最关心的是你的产品能给他带来什么好处，带来多大的价值，而优秀的企业、卓越的营销专家要做的就是给客户带来最大的好处和价值。现在的市场上，你会发现有太多的企业，低着头生产，昂着头销售，不知道顾客需要的是什麼，也不知道如何满足客户的需求，他们把产品往市场上一投放，就开始学着姜太公钓鱼，愿者上钩，只可惜，他们永远也钓不到有智慧的客户。

在一次大学公共关系课上，老师在同学们面前拿出一个苹果，说：“这个苹果是早上在家门口的市场上买来的，大约5角钱，如果不考虑客观条件，给大家5分钟的时间，依靠自己的智慧，来为这颗苹果增值，有什么办法能把这个苹果卖到一百万元？”

“一个苹果，卖到一百万，想钱想疯了吧？”老师的话音刚落，坐在最后一排的同学叫开了，全班哄堂大笑。

老师并不说话，只是微笑着看着大家，过了大约一两分钟，又把那颗苹果举了举：“我想把它卖到5元，你们有没有办法？”

“这个好办，加一个漂亮的包装，苹果上印上金猪贺岁，应该能卖出去！”有人提议。

大家点了点头。

“那我们有没有什么办法，把这个苹果卖到10元或者20元？”

“把它拿到一家高档的大酒店，榨成苹果汁，别说20元，30元也可以卖得到。”

“苹果已经可卖到30元了。那有没有可能卖到一百元？”

班里同学一下子都陷入了沉默，大家瞪着眼睛看着老师，老师举着苹果左右晃来晃去。

“有了，找刘德华在苹果上签个名字，别说100元，1000元都有人买。”很多同学都在点头。

“那我想把他卖到一万元，该怎么办？”老师得寸进尺。

“放到神七宇宙飞船上，上天走一圈，保你能卖到一万元！”

“不错，这同学的主意不错，如果把这个苹果放到神七上，一定能卖到一万元。”

“看来一万元已经不成问题了。我想把它卖到6.6万元。有没有办法？这次不用你们想了，我来给大家读则新闻。

“据法制晚报2006年10月24日报道，北京奥运推荐果品评选苹果专场首次举行，昌平崔村镇真顺果园张国福的宫藤红富



士摘得‘奥运苹果’果王桂冠。该‘奥运苹果’果王以6.6万元天价拍出。

“如果我的苹果能获得这个称号，并且拿去拍卖，是不是也可以卖到6.6万元？答案是肯定的。

“同学们，不怕做不到，就怕想不到。

“我想把他卖到十万元，有没有办法？”老师举了举苹果。

云南有一种植物叫红豆杉，据说含有治疗癌症成分，用红豆杉的木头雕刻的水杯可以卖到四五百元一个，我是说，如果这个苹果有这个功能，比如说吃一个苹果，可以治好癌症，别说十万元，就算一百万也有人买。

我们现在举行一个小型的拍卖会，来拍卖这个苹果。请大家注意，这是真的拍卖，就是说，喊了价你是要掏钱的，请大家慎重考虑。这个苹果是老师亲自挑选的，是第一节公共关系课上的教具，老师加重了第一节公共关系课的语气，在这一节课上，理论上这个苹果曾经被卖到一百万元，现在开始拍卖，起价1元人民币。

2元、3元、5元、10元、12元、14元……大家轮番抬价，一会就炒到了55元。

短暂的沉默之后，“我出100元。”一个女孩站了起来。

“100元，疯了吧。”同桌拍了拍她的肩膀。“130元！”有人立刻反击，接着又有人抬高到150元，最后只剩两个人在叫价，互不相让。一直到最后，有个同学叫到330元时，全场安静下来了，最后这位叫价330元的同学得到了这个苹果。