

33位互联网超级明星揭示43种网络致富的途径
只需通过电子邮件
即刻就能实现发财梦想!

@互联网直销

零成本的E-mail法则

The e-code

33 Internet Superstars Reveal 43 Ways to
Make Money Online Almost Instantly
Using Only E-Mail!

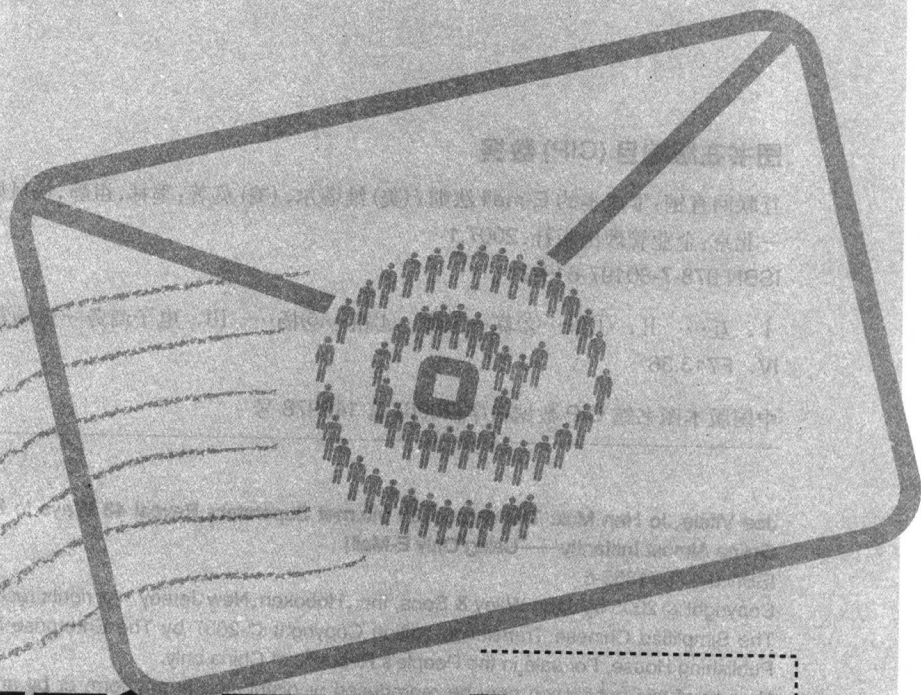
Joe Vitale Jo Han Mok 著
季林祖 静译

PILOT

活力商务精英

中国精英人士的工商管理权威读物

屈云波 主编



@互联网直销

零成本的E-mail法则

The e-code

33 Internet Superstars Reveal 43 Ways to
Make Money Online Almost Instantly
Using Only E-Mail!

Joe Vitale Jo Han Mok 著
季林祖 静译

企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



WILEY

图书在版编目(CIP)数据

互联网直销:零成本的 E-mail 法则 / (美)维塔尔, (美)莫著;季林,祖静,杨凤妍译.

—北京:企业管理出版社,2007.1

ISBN 978-7-80197-619-2

I. 互… II. ①维…②莫…③季…④祖…⑤杨… III. 电子商务—市场营销学
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 146978 号

Joe Vitale, Jo Han Mok: The e-code, 33 Internet Superstars Reveal 43 Ways to Make Money
Online Almost Instantly—Using Only E-Mail!

ISBN 0-471-71855-6

Copyright © 2005 by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. All rights reserved.

The Simplified Chinese Translation edition Copyright © 2007 by The Enterprise Management
Publishing House. For sale in the People's Republic of China only.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or
stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All Rights Reserved. This translation published under license

本书中文简体字版由企业管理出版社出版。

未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号图字 01-2006-7274 号

书 名: 互联网直销——零成本的 E-mail 法则

作 者: 乔·维塔尔 约翰·莫

译 者: 季林 祖静

责任编辑: 肖芳

书 号: ISBN 978-7-80197-619-2

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 香河润泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 168 毫米×235 毫米 16 开本 17.5 印张 250 千字

版 次: 2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

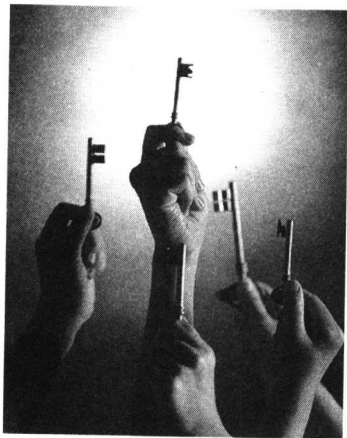
派力营销战略转型

引言：屈云波回到派力营销

因为多年身体透支的原因，加上天生我行我素的性格，从科龙回京后，我离岗休息了4年，至今年年初身体恢复正常后，开始研究我个人及派力的二次创业该怎么做。认真研究后的结论是：派力在中国营销界有非常好的商誉、品牌和客户积累，而且仍保持着深厚扎实的专业技术积累和超前的营销理念及概念，我们应该继续专注营销并继续倡导专业实战和持续成长，但需要做较大的、更具历史使命感的业务转型！因为中国专业营销服务市场已经进入成长期，总体上中国企业和营销人员对专业营销产品和服务的市场需求既扩大了又加深加宽了，质量要求也有所提高了，但派力应该也完全有能力迅速回到专业领导者的位置！

过去：派力营销曾是中国营销人的启蒙者

派力营销创办13年来，虽人来人往、一起一伏，但始终不忘自己的立业宗旨和经营理念，那就是“传播专业营销，伴您健康成长”和“踏踏实实做人、扎扎实实做事”（现在是“等价交换，互信互敬”）。正是靠着这一信念的支撑和鼓励，一代又一代派力人在中国营销进步带来的动力和压力下，以铺路石的精神坚持到了今天，以一个小公司力所能及的各种营销知识传播方式（图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等），赢得了500万个中国营销同仁“中国营销人的启



蒙者”的肯定和支持；同时，派力及派力各届同仁也得到了市场不同程度的价值认可。

未来：派力营销将是中国营销人的终生伙伴

企业需要不断发展，营销人需要不断成长，这其中必然需求持续的、不断进步的各类各层次专业营销服务。派力营销经过近一年时间的慎重研究，决定实施战略转型——即由过去“中国营销人（及企业和同行）的启蒙者”转型为“中国营销人（及企业和同行）的终生伙伴”。具体而言就是由过去的“大众入门水平的营销知识传播（图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等）”为主，转向以“分众分层次的营销人终生服务（营销管理咨询、营销人员培训、营销人才服务、营销知识传播）”为主，并借助于“中国营销人才网（定位于营销行业平台，初期业务主要是招聘中介、培训中介和内容服务）”和其他新的营销工具，以及不断提高的产品和服务质量，使派力营销一步步成为中国营销人（及企业和同行）越来越信赖的终生伙伴。

需要说明的是，“中国营销人才网”正式开通的时间预计在 2007 年 4 月，因为我们需要一些时间认真准备，尽力做出大家满意的质量水平。

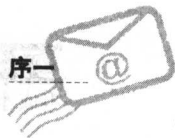
还要说一句，派力营销的战略转型需要很多新老朋友的支持和参与，尤其是志同道合的同业人才，欢迎您以各种可行的方式加盟进来。

北京派力营销管理咨询有限公司合伙人

中国营销人才网发起人

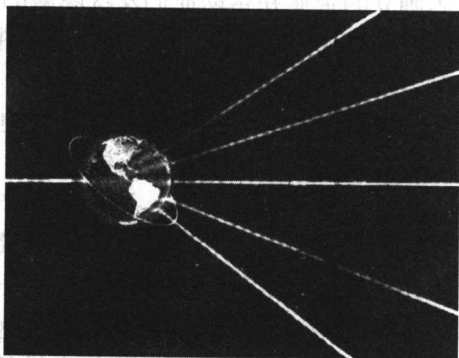
屈云波

2006 年 11 月 1 日



什么是互联网直销?

互联网直销,是打开E时代财富金库的钥匙,是无名小卒发家致富的一种手段。我们对其简单明了的解释就是:在合适的时间通过电子邮件给合适的电子用户发送合适的电子信息。它其实早已不是新型的行为模式了。



那么我是如何发现这种营销方式的呢?我是在 www.MrFire.com 上订阅乔·维塔尔(Joe Vitale)的“你可利用的新闻”(News You Can Use)时无意发现的。你只需要通过亲自订阅他的电子期刊,就可以实地所见。在整个过程中我都是在仔细审慎地观察乔是如何进行营销的,这就是互联网直销得以实践的过程。如果你出现在他的名单之上,你将会发现,对于乔所推荐的任何产品,你根本无法抗拒。

原因何在?这就是互联网直销的作用,它是如此强大。

然而,乔并不是唯一将互联网直销付诸实践的人。我们身边也有其他人在这么做,但结果却很荒谬可笑!如果你表示怀疑,那么试试这个:在 www.GoGenerator.com 上订阅阿芒·莫林(Armand Morin)的“大型通讯”(Big Newsletter)。我敢保证你不会购买他所列出的任何产品!你可以尝试一下,但你仍将难以接受。为什么?依然是电子代码在起作用。

为什么一些网络公司只会昙花一现,这是因为他们使用毫无意义的信息,将所有的钱都砸在了没用的目标客户身上。而资金与资源都有限的小型网络公司不得不变得日渐精明,他们巧妙地进行资源分配,在营销过程中进行辨别区分。这就意味着他们排斥一窝蜂式的营销手段,而只针对精挑细选的一小部分人发送营销信息,而正是这一小部分人很有可能发展成为潜在客户。因此,最宝贵的网上商品不是你的网站,或是与网站相关的其他东西,而是客户的电子邮件地址!



不论你销售的是产品或是服务，你进行的所有业务都应该对所获得的客户名字具有超级的敏感。如果读过鲁塞·康韦尔(Russell Conwell)的《钻石就在你家后院》(Acres of Diamonds)，就会意识到大多数人在到处寻找机会与幸福，而往往对获取可能性最高的咫尺之地却视而不见。杰·亚伯拉罕(Jay Abraham)(在这里可能无需对他再做过多介绍)通过进入声名确立的企业并帮助他们发现隐藏的金矿(他们自己被低估及被极度忽视的客户)而发家致富。客户的电子邮件地址就是一颗珠宝，你应该不断打磨，直至其散发出耀眼的光芒！

但是，如果你没有现存客户的电子邮件地址的数据库，那该怎么办呢？其实很简单，就是去承包。

承包属于营销术语，源自房地产行业。其含义就是指选中一个精心筛选过的小范围目标市场，经过频繁反复的接触与曝光来培育这个目标市场，让它在尽可能短的时间内成为你的业务范畴内的龙头老大。

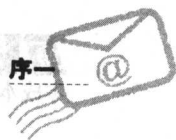
试想一下“小池塘里的大鱼”这句谚语，如果不这么做，就好比将鱼儿分散到太平洋一样。目标市场的规模应该控制在你可以自如地以你目前的资源及承诺的资源对其造成影响的范围之内。理想情况是你希望找到一群拥有大量可以自由支配收入但心灰意冷的人！他们遇到的麻烦事让他们辗转反侧，彻夜不能眠。这就对了，关键词就是“挫败”。你可以通过帮助他人满足需要而应有尽有。我们的收入水平与我们解决问题的困难程度相称。解决小问题，所获得的报酬就低。相反地，解决大问题，所得收入就高。

这就是互联网直销的魅力所在——充分发挥它们的作用的前提是：先确定市场，然后研发并提供市场所面临问题的解决方案，最后发送信息——这要比漫无目的地发送强很多。



以下是互联网直销的十种最佳应用方法

1. 增加为目标市场所做的提议数量。
2. 提供新型产品与服务。
3. 鼓励产品/服务的消费水平。
4. 通过提供免费实用的信息将自己树立为有价值的供应商。
5. 做调查确定是否存在其他问题，以获取新的产品创意。
6. 对现有数据库进行分离处理，将客户与潜在客户分开。
7. 确定反应过度的客户。



8. 对反应过度的客户进行鼓励和褒奖。
9. 实行连续性销售, 比如会员制。
10. 将可疑客户升级为潜在客户, 潜在客户升级为现有客户, 现有客户发展成为反应过度的客户。



这仅仅只是互联网直销的宏观观点, 但我相信你心中的收银机可能已经被它弄得疯狂地响个不停了。

你是否已经激动万分? 我相信是的。情况甚至更美妙! 这本书里面收集了所有互联网直销的最佳实践者, 为你接近它提供了合适密

码。整本书的内容都有可能成为最有价值的赚钱资讯, 保证你会大饱眼福。你即将体验到真正的乐趣所在。赶快行动吧!

乔·维塔尔博士的合作伙伴 约翰·莫

迈达斯点石成金营销

(Midas Touch Marketing)

<http://www.PowerAffiliateMarketing.com>



谁将成为下一个互联网超级巨星

仿效本书提供的步骤、创意、观点、诀窍及素材等，在仅仅 30 天之内你就可以通过互联网大发横财。你手上拿的这本书就是如何通过互联网及一个简单的电子邮件地址而暴富的实例——是的，在网络上挣钱甚至连一个网址都不需要。

让我来给你解释其中缘由。我在 2003 年 2 月 1 日遇到约翰·莫，那天正好是周末，约翰是来自新加坡的一名 23 岁的音乐学生，住在波士顿。我在约翰的身上看到很多年轻人所不具备的一种活力、干劲、责任感、轻松活泼和正直；他行事犹如旋风，他可以说是一个优秀的天才。

达拉斯活动结束后，他给我写了一封电子邮件，建议我跟他合写一本书，我已经创作过几本作品，并不需要再多增添一本，但是我喜欢约翰，于是便答应了。在这本书中我建议以“如何迅速地通过互联网、简单地使用电子邮件来挣钱”为主题进行创作，创作的对象为互联网新手。

约翰十分喜欢这个想法。他还表示整本书的内容无需都由我们自己来创作，我对他这个提议也很喜欢。他说他会给互联网专家写信，征询他们的建议和内部消息等。这种方法有点类似于《心灵鸡汤》(Chicken Soup for the Soul)：让他人共同来写这本书。我表示也会如法炮制。

在几个小时内，我们就给所能想到的重要网络商和业务人员发送电子邮件，数小时之后我们就开始收到他们的回信。而就在几天之后(不到一周)，这本书的大部分内容就已经成形了。由于你现在看到的是完整的作品，你可以了解我们简单的计划是如何发挥作用的。

现在停下来，考虑以下几点：

- ② 我与约翰形成创意并分享修改过程都是通过电子邮件来完成。
 - ② 我们给别人写信征询他们意见也是通过电子邮件。
 - ② 我们接收材料，并就材料分享意见、润色以及修改，都是通过电子邮件。
 - ② 我写了这篇序言，并将它发送给约翰，还是通过电子邮件。
 - ② 这之后，我们还要将所有文档发给印刷商，再次通过电子邮件。
- 简而言之，我们在不到一个月的时间内，仅仅通过电子邮件及他人



的想法就创作了这本书，我们几乎没有做其他工作。这本自我出版的原创图书的唯一真正成本就是印刷费用，而且如果将它当作电子图书来发行，我们甚至可以省略这笔费用。但是由于我们希望让该书成为 Amazon.com 上的头号畅销书(我们准备只利用电子邮件来完成该营销活动)，我们选择了将它印刷成册。

你也可以如法炮制，而且你也可以做得更好。

比如，我在几个月前碰到安德雷·阿莱尼柯夫(Andrei Aleinikov)，他创作了伟大的《大创造力》(MegaCreativity)。他告诉我，他有本书的创作及出版时间创了吉尼斯世界纪录，用了有史以来最短的时间。这本书的书名就叫《让不可能成为可能》(Making the impossible Possible)，它整个创作与出版时间仅为 15 小时 46 分钟。

他是如何做到的呢？2001 年 10 月 10 日他在非洲参加一个研讨会，与会者共有 200 多人。每一位与会者都被要求在不到五分钟的时间内提出一种想法，主题就是如何让不可能成为可能。所有的想法都被集中起来，然后通过电子邮件发送给印刷商，最后就在同一天出版。每一位与会者和投稿者回家的时候人手一册。你可以想像一下，那种感觉有多美妙！

我现在可以告诉你，奇迹是可能诞生的。你只需要延展你的思维，只需要相信一切皆有可能，只需要阅读本书并仔细考虑书里提供的创意——而你所需要的就是能够上网和拥有一个电子邮件账户即可。

你的创意也可能比我或约翰、以及本书其他的参与者更好。而且，即使你现在没有什么创意，你也可以使用本书的任一想法来在网络上轻松迅速地挣钱。

谁将成为下一个互联网超级巨星？谁又将打破在互联网上发家的最短时间纪录？谁又会因为不生息的电子收入而腰包鼓鼓地引退？我敢打赌，这个人就是你。

加油！

乔·维塔尔

催眠营销有限公司(Hypnotic Marketing, Inc.)总裁

<http://www.mrfire.com>



目录

序	1
序一	1
什么是互联网直销?	约翰·莫
序二	4
谁将成为下一个互联网超级巨星?	乔·维塔尔
第一章	1
如何快速通过互联网挣钱	乔·维塔尔
第二章	4
互联网营销的十大法则	兰迪·查拉切
第三章	14
指数业务增长的五大爆炸性营销策略	约翰·莫
第四章	18
精神财富: 身无分文时挣钱的五个步骤	乔·维塔尔
第五章	21
缺少的环节	加里·乌纳姆
第六章	31
为会员制营销提供动力	埃文·夏
第七章	35
让别人为你生产首个产品	查尔斯·伯克
第八章	38
争取大量会员佣金所必须考虑五个关键因素	亚历克斯·谭
第九章	41
我如何通过教授电子课程挣得 112,000 美元	乔·维塔尔
第十章	46
从邮购到增加利润: 所有互联网营销者必须学会的五件事	约翰·莫



第十一章

数码印刷图书

52

丹·波因特

第十二章

利用电子邮件获取新闻报导的十条建议

56

保罗 J. 克鲁平

第十三章

免费增加网站访问次数的技巧

60

比尔·希布勒

第十四章

增加订户的十大方法

62

约翰·莫

第十五章

经济低迷时期十四条销售产品或服务的制胜法宝

65

罗伯特 W. 布莱

第十六章

如何在互联网上寻找准确客户

75

丹·西德曼

第十七章

互联网迅速致富的七日计划

78

雅尼克·希尔佛

第十八章

避免删除键：让你的电子邮件活动盈利

82

黛安·休斯

第十九章

提高网站转换率的五种简易方法

85

约翰·莫

第二十章

通过互联网轻松挣钱

90

特莉·勒韦恩

第二十一章

与杰出人士合作

93

鲍勃·塞林

第二十二章

让免费电子杂志帮助你的事业

95

谢尔·霍罗威兹

第二十三章

建立可盈利合作关系的秘诀

97

约巴里·博斯韦尔



第二十四章

些许常识、简单建议

100

凯茜·斯图克

第二十五章

如何在一小时内创作一本可盈利的图书

105

乔·维塔尔 吉姆·爱德华

第二十六章

利基营销秘诀

107

鲁菲娜·詹姆斯 巴特·巴格特

第二十七章

授予代理权

113

格拉汉姆·哈默

第二十八章

病毒式写作：如何像病毒一样自动创作

119

拉里·多特森

第二十九章

免费报纸的奇特营销

129

乔·维塔尔

第三十章

几乎或完全不通过写作来创作电子图书的 39 种方法

144

乔·维塔尔

第三十一章

电子图书销售工具

150

拉里·多特森

第三十二章

具有魅力的互联网营销

164

克里斯蒂安 H. 戈德弗洛伊

第三十三章

发动成功的电子邮件活动

175

佩吉·麦克柯尔

第三十四章

互联网新手如何在 eBay 上轻松挣钱

178

马克·乔伊纳

第三十五章

两种赚钱方法

180

布莱尔·瓦伦

第三十六章

在主题栏里讲故事

182

马克·利维



第三十七章

广告跟踪的人性化的一面

184

杰夫·马利根

第三十八章

如何制定简单的互联网营销商业计划以获取最大利润

189

——第一部分

特里·迪恩

第三十九章

如何制定简单的互联网营销商业计划以获取最大利润

197

——第二部分

特里·迪恩

第四十章

快捷简便的懒人会员制营销项目成功指南——第一部分

210

特里·迪恩

第四十一章

快捷简便的懒人会员制营销项目成功指南——第二部分

223

特里·迪恩

第四十二章

如何从会员制营销项目当中赚取最大利润

233

弗兰克·加伦 特里·迪恩

第四十三章

一个激进的超级会员的告白

252

詹森·曼格鲁姆



@ 第一章
如何快速通过
互联网挣钱

乔·维塔尔

THE

CODE

The e-code

33 Internet Superstars Reveal 43 Ways to
Make Money Online Almost Instantly
Using Only E-Mail!



暂且不要认输。我知道你一直在阅读有关互联网挣钱的消息，我也知道你已经小试牛刀。那么，就不要放弃。我有一个计划，让你至少可以通过互联网挣一些钱，现在就让我给你细细道来。

我的互联网挣钱方案可简单概括如下：去 Google 网站上找一找本周最受欢迎的搜索内容是什么，然后选择其中的一项，迅速地制成与该主题相关的电子图书、电子报告、甚至电子音频等；创建网站，并开始销售，在 eBay 网上列出清单。这就大功告成了。

以下是实施的五个简单步骤：

- ➊ 登陆 <http://www.google.com/press/zeitgeist.html> 网站，了解目前最热门的搜索内容。
- ➋ 在其中选择你至少有点感兴趣的一项。
- ➌ 在网上搜索相关主题，并汇编相关信息。这将成为你的电子产品。一定要富有创意，研发出来的产品一定要是搜索该主题的人们所期望的东西(登陆 www.7dayebook.com 网站，可以了解如何快速创作电子图书)。
- ➍ 然后快速创建单页网站，并开始销售你的电子产品。你可以在 <http://www.GoDaddy.com> 网站上创建网站(这里的单页网站每年只需要 14.95 美元)。
- ➎ 将产品的复制品列在 eBay 网上，这么做立刻就可以让数以百万的人注意到你的产品与网站。

简而言之，你只要在公众的兴趣点里兴风作浪即可。

该挣钱秘诀为经验之谈。例如，一位朋友在复活节的时候给我看了一本书，内容是一些关于电影《耶稣受难记》的问答。这本书也就是汇编数据而已，然而由于它与目前梅尔·吉布森(Mel Gibson)的电影狂潮息息相关，这本书就成为畅销书，而且该书作者也成了国家电视台和电台节目的常客。



辛迪·卡希曼(Cindy Cashman)最近创作了两本电子图书,创意类似,它们成为目前唐纳德·特朗普(Donald Trump)电视节目《学徒》(The Apprentice)的派生物。可登陆 www.CindyCashman.com 网站。除非特朗普将“你被雇用了!”与“你被解雇了!”这两句话注册商标,否则特朗普的明星地位就会让辛迪受益。

你也可以如法炮制。只需要创作出某种与现在流行搜索有关的东西即可,然后使用上述步骤来启动销售。

比如,在2004年4月的一周,热门搜索之一是“IRS(美国税务局)”。显然,如果你拥有可以帮助人们与美国税务局打交道的信息,你就能够因此而获利。但是如果你不掌握任何信息,你也可以去互联网上搜索,寻找新鲜的视角,再发行属于你自己的IRS产品。

在另外一周内,“伊利莎·库斯伯特(Elisha Cuthbert)”这个名字成为十大搜索项之一。你可以将显示这位女演员图片的所有网站目录进行汇编,或者汇编其语录,或者创作一本伊利莎·库斯伯特食谱、美容指南、笑话大全;不论什么,基于你的网站搜索即可。或者你也可以反其道而行之,创作某种被称作“为什么我讨厌伊利莎·库斯伯特”之类的东西(我不会这么做。我认为她是24小时电视节目中的伟大女演员,而且我还听说她为人很好)。你也可以玩得过火一点,制造一场“伊利莎·库斯伯特竞选总统”的活动。你的网站同时可以出售一本有关你推举伊利莎作为候选人的电子图书。

你开窍了没有?并不是每个人读到这篇文章都会付诸行动,但是那些行动起来的人就很有可能迅速挣得大把钞票。你会成为其中一分子吗?



读者笔记