

Growth Hacking

*Silicon Valley's
Best Kept Secret*

硅谷企业成长的秘密

增长黑客



宋丽珏◎译

(美) 冯隽玮

查德·里得森◎著

(Raymond Fong) (Chad Ridderisen)

欲“黑”企业，先“黑”大脑

使精通技术和数据驱动的营销人员实现业务快速增长的六大秘诀

论述

增长黑客的
应用

分析

增长黑客的
技术策略

助力

企业转型
升级的方法

一本全面解读增长黑客理念和框架、快速提升企业增长黑客技能的书



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

Growth Hacking

Silicon Valley's Best Kept Secret

增长黑客

硅谷企业成长的秘密

(美) 冯隽玮

(Raymond Fong)

查德·里得森◎著

(Chad Riddersen)

宋丽珏◎译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书作者解析了硅谷快速增长的秘密，即增长黑客，提供了您所需要的营销理论和可操作的策略，以帮助您的企业更成功。本书分析了硅谷的独角兽企业是如何利用增长黑客的方法在很短的时间内，做到世界知名企业的，并讲解了增长黑客理念的树立、流程制度的创立、技术营销的运用等团队运营成功实战经验。

Copyright© 2017 by Raymond Fong & Chad Riddersen All rights reserved.

No part of this book may be reproduced by any means whatsoever without written permission from the publisher.

The Chinese edition Copyright© 2018 by China Machine Press

This title is published in China by China Machine Press with license from Raymond Fong & Chad Riddersen. This edition is authorized for sale in China only, excluding Hong Kong SAR, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书由 Raymond Fong & Chad Riddersen 授权机械工业出版社在中华人民共和国境内（不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区）出版与发行。未经许可的出口，视为违反著作权法，将受法律制裁。

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2018-2532 号。

图书在版编目（CIP）数据

增长黑客：硅谷企业成长的秘密 / (美) 冯隽玮
(Raymond Fong), (美) 查德·里得森 (Chad Riddersen)
著; 宋丽珏译. —北京: 机械工业出版社, 2018. 7
ISBN 978-7-111-60432-7

I. ①增… II. ①冯… ②查… ③宋… III. ①高技术
企业—企业管理—研究—美国 IV. ①F279.712.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 156140 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 坚喜斌 於 微 责任校对: 聂美琴

责任印制: 常天培

北京圣夫亚美印刷有限公司印刷

2018 年 9 月第 1 版·第 1 次印刷

145mm × 210mm · 6.5 印张 · 3 插页 · 92 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-60432-7

定价: 49.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

服务咨询热线: 010-88361066

读者购书热线: 010-68326294

010-88379203

封面防伪标均为盗版

网络服务

机工官网: www.cmpbook.com

机工官博: weibo.com/cmp1952

金书网: www.golden-book.com

教育服务网: www.cmpedu.com

前言

想象一下，你的公司可以在不经历壮大烦恼的同时得到发展，无须增加员工数量，无须延长工作时间，也无须采用其他令人烦恼的方式。

在刚开始创业时，你想拥有一家公司，每个月都盈利，也不需要深夜和周末工作。而现实是，在你有钱时，你没有时间；在你有时间的时候，你没有钱。这种以美元为单位的交易周期不断重复，你需要不断突破才能实现公司的愿景。

我们旨在向您展示如何通过重新分配您的资源、时间和金钱来打破重复周期，进而产生非凡的增长结果。直观上来说，产生非凡结果的最有效方法是复制某人的非凡成就。但问题在于，你所有的同行都在受经济增长和下滑影响，因此你需要比你的同辈群体看得更远。

世界上增长速度最快的公司是硅谷地区的初创科技企业。你可能听说过像帕尔默·洛基（Palmer Luckey）这样的 20 多岁的年轻人创办了 Oculus 公司，不到两年就以 10 亿美元的价格把公司卖给了 Facebook（脸书）的故事。在不到 24 个月的时间里，从零美元增长到 10 亿美元，这种增长可谓高深莫测。

冯隽玮和查德是增长顾问，也就是人们称呼的“增长黑客”，已经与世界上一些发展最快的公司进行合作。他们已经解构了硅谷升值的秘密，并构建了一个框架，即自动化销售流程™（ASP™），可让任何企业复制和体验具有硅谷风格的增长方式。

什么是增长黑客？

增长黑客（Growth Hacker）：一个高度机智和具有创造性的营销者，专注于高杠杆率的增长。

增长黑客可以在资源紧张的环境中蓬勃发展，不管是资金紧张还是时间紧张。通过创新和技术的结合，增长黑客能够穿越丛林，沿途挖掘隐藏的资源，并为发展壮大制造所需的工具。一个增长黑客

就是类似印第安纳·琼斯的冒险家，同时又有能够解决麦吉弗（MacGyver）问题的聪明才智。

查德·里得森（Chad Riddersen）作为硅谷村庄和硅谷沙滩创业社区的一名持卡会员，目睹了增长黑客现象。作为一名专注于早期和成长阶段科技公司的投资银行家，他会见了数以万计的企业家，他们希望筹集数百万美元用以发展，并以数亿美元的价格出售自己的公司。虽然与查德共事的几家公司都成功地被 Skype、TiVo 和美国运通等公司收购，但绝大多数公司都倒闭了或变成了僵尸企业——虽未倒闭，但无望恢复生气。

查德认识到的是一种新兴模式，这种模式将如火箭一般增长的成功公司与一蹶不振、濒临倒闭的公司区分开来。这种模式强调了“增长黑客”的作用。西恩·艾利斯（Sean Ellis）在 2010 年首创了这个词，当时他正在寻找候选人来扩大他领导的市值数十亿美元的科技公司 Dropbox（多宝箱）的营销部门。西恩发现增长黑客不是可以在课堂上教授的东西，而是一种像你这样的人也可以采用的思维方式。归根结底，这种思维就是对增长的不懈追求。

查德在帮助 Legal Zoom 筹集 6700 万美元时，首先观察到了增长黑客不可思议的力量。当时，Legal Zoom 是一家价值 5 亿美元、成立不到 10 年的公司。在 Legal Zoom，营销团队由文学艺术专业人士和电脑工程师组成，他们都有一个共同的目标：增长。

对公司增长的机制着迷的查德离开投行，到一家名为 Dollar Shave Club 的公司工作。这家公司以商务男士为服务对象，四年后以 10 亿美元的价格售出。当查德开始与 Dollar Shave Club 合作时，他们的所有者是在圣莫尼卡的一个共用办公室里的一对夫妇，他们的预算很少，而吉列等剃须刀品牌的预算却高达数十亿美元。Dollar Shave Club 是如何击败吉列，成功销售一款没有明显差别的产品的呢？

答案是：增长黑客。

Dollar Shave Club 团队花费了 4500 美元，在一天内拍摄、制作了一个视频，并随后上传至网络。该视频在前 72 小时内播放超过 100 万次，吸引了 12000 名付费客户。尽管这种病毒式的传播效果部分要归因于运气，但 Dollar Shave Club 团队确实有一些东西可以使之更利于

传播。该视频不仅在大型行业会议召开前发布，而且团队紧紧围绕着公司的核心任务将视频精心制作成喜剧片，让观众开怀大笑，并渴望与朋友分享。在资源有限的环境下，企业无情地争夺着消费者的关注，增长黑客有利于实现这一创造性的目标。

在视频投入播放后，查德在那家公司又待了几个星期，以帮助制定国际扩张战略。在完成 Dollar Shave Club 项目后，查德遇到了多年来一直在帮助小企业主成长的冯隽玮（Raymond Fong），二人共同反思道：“我们如何才能解构增长黑客现象？这种现象让科技初创企业能够以一种适用于任何企业的方式击败市值数十亿美元的品牌。”

自 2005 年以来，冯隽玮一直与传统企业主合作，担任顾问、培训师和导师。他已经教会了世界各地成千上万名企业主如何在网上推销他们的企业；他还在拉斯维加斯主办了一年一度的小型企业会议，吸引了来自美国和世界各国的数百名企业家参加。冯隽玮对聪明和足智多谋的网络营销策略并不陌生，在增长黑客成为流行词之前，他已经知晓了好几年。

“我们如何解构增长黑客现象？这种现象让科技初创企业能够以一种适用于任何企业的方式击败市值数十亿美元的品牌。”

冯隽玮非常了解企业主在努力壮大公司时所面临的挑战和困难。大多数所有者没有营运资本来证明传统的营销活动是合理的，因为广告成本高得令人望而却步，成效却极其不明显。必要时，冯隽玮必须在他的业务中设计新的方法，以达到与“传统”营销渠道相同的效果，同时不会产生高费用和缓慢的时间进度。在能够取得比传统方法更好的结果时，冯隽玮知道他设计了一些特别的东西。冯隽玮见到查德后，他意识到自己设计的“特别的东西”就是硅谷初创企业所说的“增长黑客”。

历史简介

查德和冯隽玮所做的第一步是编辑和整理大量的博客文章、播客和科技媒体报道，详细介绍成功应用增长黑客策略的情况。你应该知道以下三个案例，它们说明了增长黑客背后的历史。

之前曾提到西恩·艾利斯(Sean Ellis)来自于云存储公司 Dropbox，该公司巧妙地实施了一个双向激励推荐计划。当你推荐一个朋友时，不仅你获得了更多的免费存储，而且你的朋友也获得了免费存储（这被称为“实物”推荐计划）。Dropbox 在他们的网站上特别展示了新

的推荐程序，并且通过与所有流行的社交媒体平台集成，让人们可以很容易地与自己的朋友共享 Dropbox。该计划立即将注册率提高了令人难以置信的 60%。而且考虑到存储服务器的价格便宜，因此该公司通过谷歌广告等渠道收取客户的一小部分费用。一个关键的收获是，在可行的情况下，提供有利于双方的实物推荐。

尽管西恩·艾利斯创造了“增长黑客行为”这个词，但 Dropbox 的创始人兼首席执行官德鲁·豪斯顿（Drew Houston）设想了上面提到的 Dropbox 增长黑客，他受到 PayPal 推荐计划的启发，回忆起高中时的自己。您每推荐一个朋友，会得到 10 美元，而您的朋友也会收到 10 美元的注册费。PayPal 的病毒式营销活动是由埃隆·马斯克（Elon Musk）（现在的亿万富翁，SpaceX 的创始人，特斯拉汽车公司的创始人之一）构思出来的。PayPal 的增长让公司每十天就能将用户增加一倍，并成为媒体大肆宣传的成功故事。一个关键的问题是，一个富有创意和引人注目的推荐计划不仅能促进增长，还会受到舆论影响。

早在 PayPal 的病毒式营销活动之前，1996 年，网络电子邮件公司 Hotmail 就实施了一项增长黑客活动，这

被认为是科技界最早记录在案的增长黑客活动之一。Hotmail 当时面临着一个巨大的挑战：他们的技术同行有着巨大的营销预算，用来购买广告牌和电台上的广告。Hotmail 不仅营销预算几乎为零，而且还免费赠送产品！亿万富翁、天使投资人蒂姆·德雷珀认为，他们应该使用电子邮件服务本身来推广这项服务，比如自动附加“PS:我爱你”。在系统中设置每封邮件的脚注签名，设置为“PS：我爱你，在 Hotmail 里你有一封免费的邮件。”经过一段时间的纠结之后，Hotmail 团队同意这样做，只是他们不需要俗气的“PS：我爱你”部分。

在接下来的 18 个月中，Hotmail 的用户增至 1200 万，获得了 3.95 亿美元的市值。Hotmail 的增长黑客是如此成功，以至于苹果公司在 10 年后推出 iPhone 时还复制了它：在 iPhone 上发送的每封电子邮件都会自动在底部显示“从我的 iPhone 发送”。一个关键的收获是，将一个为他人工作的增长黑客应用到你的业务中，这是无须感到羞耻的，苹果公司借此建立了世界上最有价值的业务之一。

乍看起来，Dropbox、PayPal 和 Hotmail 等科技公司的策略似乎与您的业务无关，但我们深入挖掘并发现了

一个巨大的增长黑客宝库，只需一个执行良好的黑客就能彻底改变您的业务。最重要的是，我们为您构建了一个清晰的框架来组织增长策略并确定其优先级，即自动化销售流程™（ASP™）。

在了解增长黑客的过程中，您会发现可识别的、模拟到数字（也称为离线到在线）的相似之处，这些相似之处将您已经了解的营销知识转移到了一个清晰的数字营销框架（即 ASP™）中。与此同时，我们将对您的思维方式进行重新编程，让您利用增长黑客的技术创造力进行思考。一旦您知道了什么是可实现的技术，您就将开始构思聪明的增长黑客、获取一定程度的创造力，而且您从来不知道自己拥有这些能力。

最重要的是，我们为您构建了一个清晰的框架来组织增长策略并确定其优先级，即自动化销售流程™（ASP™）。

在我们开始阅读之前，必须指出的是，上述案例研究中详述的增长黑客仅仅是现代老派营销策略的翻版。特百惠公司（Tupperware）的创始人伊尔·特百（Earl Tupper）在 20 世纪 50 年代完善了推介营销的方式。此外，康拉德·格斯纳在 16 世纪使用口碑广告策略让郁

金香球茎得以实现“病毒式传播”。格斯纳的病毒式营销如今被称为“Tulipmania”（郁金香效应），彼时最为昂贵的郁金香球茎市值逼近今天的100万美元。您会惊喜地发现，大多数增长黑客手段只是几个世纪以来存在的营销策略的技术实现。

不再平庸

当您拿起这本书，很明显已经为变革做好了心理准备。变革是第一步。当面对企业发展的典型挑战时，一般企业老板会试图延长工作时间，然而效果欠佳；雇佣更多的员工，却会牺牲盈利能力；投入更多的开销，却不能获得投资回报。

您不是一般的企业主。您接受变化，并被对幸福和最终自由的追求所激励。您通往自由的道路是学习如何破解成长；您学习如何破解成长的途径，是通过学习那些在您之前就已经破解成长的人的集体知识。您的知识之路从阅读这本书开始！

前 言

第 1 章 欲黑企业先黑大脑 // 001

成为资源集富的企业 // 004

技术能力并非必需品 // 010

梦幻成真的谬论 // 012

什么让你哭泣 // 014

如何最大限度地挖掘本书宝藏 // 016

第 2 章 建立自动化销售流程 (ASP™) // 017

ASP™ 成功案例：守护遗产 // 019

ASP™ 解构 // 020

为什么选择 ASP™? // 030

第 3 章 吸引力 // 035

数据差异 // 039

化身 // 042

- 第一步谁来做，该做什么？ // 045
- 吸引策略 // 048
- 广告套利 // 052
- 内容与商业相结合 // 053
- 个性化与资格认证 // 056
- 增长黑客练习 // 057
- 增长黑客的应用 // 063

- 第4章 第一印象 // 069
 - 电视广告映入他们的眼帘 // 072
 - 第一印象的演变 // 073
 - 当变化是好的时候 // 075
 - 先发制人还是快速跟进？ // 076
 - 采用价格曲线 // 077
 - 模仿者 // 080
 - 增长黑客的应用 // 081

- 第5章 吸引与引导 // 087
 - 古老的说服性模式 // 091
 - 九种现代的说服性方式 // 094
 - 大于其各部分的总和 // 114
 - 增长黑客的应用 // 117

- 第6章 后续跟进 // 123
 - 黑客后续流程 // 127

增长黑客 //

硅谷企业成长的秘密

7 个广告规则 // 128

映射你的销售周期 // 129

过程 // 135

即使你没有得到他们的联系信息 // 138

增长黑客的应用 // 141

第 7 章 销售技术 // 147

销售技术原理 // 151

客户关系管理 // 157

增长黑客的应用 // 160

第 8 章 推荐和保留 // 165

让其他人来为你营销 // 169

客户终身价值 // 171

过程 // 172

保留 // 176

推荐的要求 // 180

增长黑客的应用 // 182

结论 // 187