

用互联网营销技巧，
让你成为营销高手与
签单大师

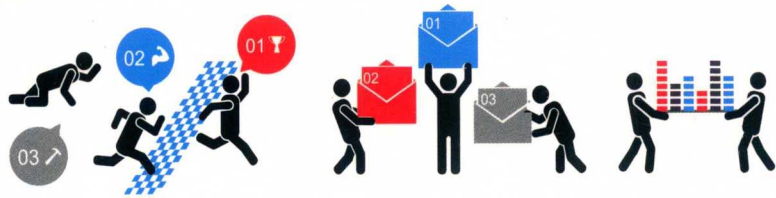
设计师成名 接单术

DESIGNER BUSINESS METHOD 龙涛 编著

BE FIT
FOR

易配者软装学院 中装环艺教育研究院 策划

本书适合硬装设计师、软装设计师，家具公司、装饰装修公司的老板和销售人员学习参考



江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING, LTD



龙涛 编著



图书在版编目 (CIP) 数据

设计师成名接单术 / 龙涛编著. — 南京 : 江苏凤凰文艺出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5594-2030-5

I. ①设… II. ①龙… III. ①室内装饰设计 IV. ①TU238.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第094059号

书 名 设计师成名接单术

编 著 龙 涛

责 任 编 辑 孙金荣

项 目 策 划 凤凰空间/翟永梅

封 面 设 计 李维智

内 文 设 计 李维智

出 版 发 行 江苏凤凰文艺出版社

出版社地址 南京市中央路165号, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.jswenyi.com>

印 刷 山东临沂新华印刷物流集团有限责任公司

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 13.25

字 数 169千字

版 次 2018年6月第1版 2018年6月第1次印刷

标 准 书 号 ISBN 978-7-5594-2030-5

定 价 68.00元

(江苏凤凰文艺版图书凡印刷、装订错误可随时向承印厂调换)

前言

让你成为擅长利用互联网手段实现自我营销的接单大师

为什么那些设计大咖动不动就收几百万元的设计费，单子还接不完，而普通的设计师分文不收还接单困难？这是值得所有从业者深思的问题。

说到这里，可能有人会说，设计大咖有名气，当然可以接很多的单子、收很高的设计费，是这样吗？

那我此时想问你，难道他一开始就有知名度吗？

当然不是。

那又是什么原因让他们成为设计大咖的呢？

其实，做了多年的设计以后，你会发现，设计的技巧并不难掌握，只要不断学习，提高自己的创新能力即可。而难点在于，如何让客户找到你，信任你的实力，愿意让你为他做有品质的设计……

《设计师成名接单术》就是教设计师如何用当下

最有效的营销工具（微信）和互联网营销方法论，快速打造设计师的行业知名度和影响力。

本书分为九个版块，从设计师成名经济概论到成就明星设计师接单的具体执行细节、营销手段都一一讲解，学完整套体系并有效执行，就能让设计师成为客户心中的设计大咖，从此拥有轻松接单、潇洒生活的精彩人生。

书中所有的营销技巧、设计师未来发展方向的定位方法均为本人实践、运用且取得成功的实战秘诀，只要你坚信并执行，一定会取得巨大成就。

接下来，我们一起进入精彩的适合设计师使用的“设计师成名接单术”的营销世界……

编者

2018年4月

目 录

1	第 1 章 设计师成名接单经济论
2	一、什么是设计师成名接单术？
7	二、为什么要做客户心中的设计名师？
11	三、设计名师能做什么？
13	第 2 章 设计师成名接单营销方程式
14	一、设计师成名接单营销藏宝图
16	二、设计师成名接单定位术
18	三、如何把潜在的客户变成实际的客户？
20	四、吸引粉丝客户
22	五、把粉丝转换成收入
24	六、挖掘客户的终身价值
27	七、把客户变成铁杆粉丝
29	第 3 章 设计师成名接单互联网形象包装术
30	一、做“设计自明星”微信的 11 条禁忌
32	二、设计自明星形象包装术：个人发展路线定位
38	三、设计自明星形象包装术：微信昵称
41	四、设计自明星形象包装术：微信头像设计

- 46 五、设计自明星形象包装术：个性签名和公众号介绍
- 48 六、设计自明星形象包装术：个人相册背景
- 49 七、设计自明星形象包装术：个人地理位置

51 第4章 设计师成名接单的三种模式

- 52 一、成就“设计自明星”的三大价值输出
- 54 二、设计自明星原创价值输出：原创文章和案例解析
- 58 三、设计自明星原创价值输出：原创视频和直播分享
- 60 四、设计自明星原创价值输出：专业设计知识解答

62 第5章 寻找你的粉丝客户聚集地

- 63 一、如何寻找你的客户聚集地？
- 67 二、网上装修客户的8个聚集地

71 第6章 匪夷所思的吸粉秘诀

- 72 一、正确认识粉丝与微信好友
- 75 二、鱼饵+鱼钩，快速吸粉的成交主张
- 80 三、微信群吸粉秘诀
- 84 四、朋友圈吸粉之好处转发吸粉

91	五、朋友圈吸粉之文章转发吸粉
98	六、微信公众号吸粉秘诀
106	七、垂直定位领域 APP 吸粉秘诀
108	八、百度、360 等搜索引擎吸粉秘诀
111	九、“病毒视频”吸粉秘诀
113	十、没有粉丝如何借力吸粉秘诀
115	十一、设计方案分享——疯狂吸粉的秘诀
118	十二、激活老客户，主动吸粉秘诀

121 第 7 章 获得粉丝信任的技巧

122	一、你的收入如何与你的影响力成正比？
124	二、设计自明星建立网络信任的递进公式
127	三、解密信任背后的商业价值
129	四、至关重要的“第一次互动”技巧
133	五、延长设计自明星生命周期的“日常互动”秘诀
142	六、设计自明星朋友圈日常发布秘诀
145	七、设计自明星朋友圈运营的绝密技巧
151	八、设计自明星必须运用的微信矩阵策略

153 第 8 章 设计师成名接单系统

- 154 一、设计自明星转化收入的四大前提
- 170 二、设计自明星成交转化的两大秘诀
- 174 三、设计自明星成交的两大障碍
- 176 四、设计自明星的一个成交铁律
- 178 五、设计自明星定价必知的四个秘诀
- 183 六、设计自明星变现的三种模型

186 第 9 章 设计师成名接单术是怎样炼成的

- 187 一、放大粉丝终身价值的秘诀
- 191 二、1000 名铁杆粉丝让你的生活无忧
- 196 三、易配者成为行业领先者的营销奥秘

DESIGNER
BUSINESS
METHOD

第1章

设计师成名接单
经济论



什么是设计师成名接单术？

众所周知，无论何种行业的从业者，知名度越高，接单就越容易，就像国内的设计大咖们一样，他们从不缺项目，甚至有的设计大咖讲一堂课就有很高的出场费。

那么，设计师成名接单术是在什么样的条件下产生和使用的呢？

移动互联网与智能手机的普及、自媒体的出现，使得每一个人都有在互联网上发表意见的机会，这就产生了意见领袖，而意见领袖就是一个自明星，人们心中的大咖。作为设计师，就是学会利用意见领袖这一角色，成为客户心中的设计明星。

所以，设计师成名接单术的一个关键词是“设计自明星”，即设计师利用互联网自媒体的包装力量实现轻松接单的目的。

什么叫设计自明星？

一般来说，明星总是让人感觉遥不可及，我们只能通过电视、网络才能看到或者了解到他们的信息。你知道他的存在，而明星却不知道你的存在，粉丝永远只是粉丝，在明星那里很少有存在感。

而设计自明星截然不同，他就在我们的身边，就在我们的生活里，随时随地可以互动交流。任何一个设计师个体，都是一个设计自明星（在本书后面的章节中，设计师成名接单术的载体都统一用“设计自明星”的概念表述）。

那么，我给你分享一个我的经历，你就知道什么叫设计自明星了。

2011年初，我开始写关于软装行业的电子书。据数据统计，我的电子书的下载量达到300万次，也因此，很多软装培训机构找到我（当时我还没有成立现在的软装学院）。直到现在，还有很多看过我电子书的人找我做设计。

2014年初，我开始定位做软装行业最专业的营销策划专家，之后陆续写了几本软装行业前景和软装行业营销接单的电子书。数据统计，总下载量已经突破500万次，其中一本电子书的内容被新浪家居频道发布出去，目前的总阅读人数突破42万人次（见下图）。

首页 | 新闻 | 家装 | 设计 | 风水 | 看图装修 | 灵感美图 | 装修案例 | 装修公司 | 淘工长 | 设计师 | 家具 | 地板 | 瓷砖 | 卫浴 | 壁纸 | 涂料 | 评测 | 家居卖场 | 装修论坛 | 商城

看图装修 美图 案例 视频 找装修公司

装修图片 输入关键词 搜索

sina 新浪家居
jiaju.sina.com.cn

新浪家居 > 新闻中心 > 正文

室内设计师如何实现年薪百万？

http://jiaju.sina.com.cn 2015-05-12 15:05:29 新浪家居

已有420616人阅读

概要：你是否有如心病？做了多年硬装设计，累死累活，收入已然不见增长多少？客户越来越挑剔，签单额永远上不去？

你是否有如下心病？

做了多年硬装设计，累死累活，收入已然不见增长多少？

客户越来越挑剔，签单额永远上不去？

竞争越来越大，签单额一年不如一年？

头条推荐

- 【新闻】家装天下泰禾东：为家装行业带来更好
- 【家具】特约专栏谢锐标：不要竞争，要垄断
- 【地板】地板企业：把电商当成“当红炸子鸡”
- 【瓷砖】案例：精轮瓷砖装修 打造自然细腻
- 【橱柜】攻略：不留死角 省时省力的3个橱柜
- 【卫浴】风水：家居浴室风水 暖色系花朵提升
- 【涂料】涂料企业需发力移动互联网
- 【照明】用双面胶就能固定的LED灯具 哪里
- 【开关】选购家居照明开关有技巧：覆盖面比选

就是这篇文章，两年的时间，给我带来了至少200万元的收入。

其实，这就是设计自明星的作用。在传统的思维里，我们永远做不了设计明星，因为我们没有大的成功案例，也没有人找我们做那些大项目，或许也做不了那些大项目。

但是，如果从设计自明星的角度去思考，这是截然相反的。我在互联网上发布了一篇文章，有几十万人浏览，而这些人觉得我的理念不错，就加我为微信好友，有的找我做设计，有的找我学软装设计。在这些人眼里，我就是软装设计的意见领袖，在这个垂直的领域，我就是设计自明星。

看到这里，你应该知道，什么是设计自明星了。在传统的思维里，我们认为设计明星就是被很多媒体报道、很多商家邀请、被人们追捧、可以影响几百万设计师的那种。

而设计自明星的思维却是，就算你只能影响几十个人，那么，在这几

十个人的心目中，你就是明星。只要你在客户不懂的领域有绝活，比他们专业，能真正让他们学到知识，你就是精神领袖，就是设计明星，而普通设计师只要做好几十个客户心中的专家即可。

所以，只要你在设计领域有自己的思路，有自己的设计思维和想法，你可以通过互联网的方式去放大你的思想，影响更多的人。当然，这个时候你一定会想，我会的很简单，估计别人都会，我不好意思分享。

其实这样的想法是正常的，但是也是错的，问题的根源不在这里，根源在于我们永远不满足自己的现状，也没有认真去总结自己。

这里举一个我的例子：2017年4月，我开了一期装饰行业转型互联网营销的三天两夜课程。虽然只做了12个课件，但是没有想到的是，我竟然连续讲了三天的装饰行业互联网营销技巧，学员也收获很多，觉得带回去使用就可以产生效益。其实，我感觉很多东西都还没有讲透，课程就结束了。

但是在平时，我们都还是不满意，总是觉得自己没有过硬的东西，主要是因为我们是总是有意识地去跟比我们更厉害的人对比，这样一比，我们当然不懂什么。所以，从你看到我的这本书开始，请你开始用逆向思维去思考问题。

这是一个多维度的世界，虽然你懂的很多人都懂了，但是必然也有很多不懂的人，你只需要去影响那些不懂的人，并且在他们的心目中成为意见领袖即可。

例如，你如果跟你的同行比设计能力，你不一定是最好的。你懂的，

他们也懂，甚至懂得更多，但是你跟客户比，跟不懂设计的人比，你就是他们心中的专家。

因为他们没有你懂设计，并且你的客户不一定都需要高精尖设计的人群，他们之中很多人因为经济、习惯等原因，更需要符合他们需求的设计师，这些都是你的潜在客户。就像我的文章，被新浪家居发布出去以后，超过42万的浏览量是一样的，这其中很多人是不懂设计的，他们需要你专业的指引，帮他们学习设计方面的知识，从而获得他们对你的信任感。

我只需要给适合的人看，我也只需要影响适合的人，无须影响比我厉害的人，这种受众群体已然很庞大了。



为什么要做客户心中的设计名师？

这是一个需要信任的时代，从心理学的角度来说，人与公司是很难产生感情的，因为很多公司都是冷冰冰的。在大多数人的潜意识里，都有这样的想法，所以，从一开始就对公司有内心的抗拒。

而人与人之间却不同，人与人天然就容易建立感情，人是有生命的，有温度、有情感、有个性、有思想，可以通过交流互动建立关系，从而达到信任的目的。

其实，我举一个例子，你应该就明白了，我们谈单的时候，多半都是因为客户信任我们而跟我们签单，而不是因为先信任公司才跟我们签单（因为如果不是超级有名的公司，很多客户签单的时候甚至都不记得公司的名字，但是他记得你——他们对接人的名字）。

下面，我分享三个案例，你就能从中找到答案。

案例 1 传统软装培训机构招生越来越困难，甚至

很多在线软装设计师培训机构面临倒闭，但是我的软装学院却在三年的时间里，成为中国软装培训行业规模最大、学员人数最多且唯一实现软装设计师 O2O 教学模式的机构。

为什么我们能取得这样的成绩，其实是采取以下两种形式实现的：

(1) 每天分享一篇精选的软装方面的文章，发布到相关媒体上，把我变成软装行业的代言人，成为设计师、软装设计爱好者崇拜的对象，建立专家形象。

(2) 我们的机构采用免费教学的模式和自媒体宣传模式，通过视频课程和专业文章知识分享，吸引对软装感兴趣的人，让他们关注我们的课程，最终成为我们的学员。

案例 2 很多设计大咖开始建立自己的公众号和粉丝群，并在各种公众场合讲课、搞设计论坛。

在传统时代，这些设计大咖是用书来宣传自己，而现在，他们开始使用微信公众号、微信个人号宣传自己，建立自己的粉丝群，并采取各种形式，与自己的粉丝亲密互动、连接，增强信任感，提高知名度。同时还在各种公众场合演讲、搞设计大咖高峰论坛等。

其实，很多设计大咖主要是通过这种方式获取更多有质量的设计大单。

案例 3 中国自媒体的代表人物——“罗辑思维”的罗振宇，就是利