

《纽约时报》畅销书作家，《The AdSense Code》作者乔·康最新力作

[美] 乔·康
Joel Comm

顶级网络营销大师未曾公开过的创富技巧
一部可以迅速改变你人生的掘金秘籍

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

点击订购

STORIES OF THE WORLD'S MOST SUCCESSFUL
INTERNET MARKETING ENTREPRENEURS

网络创富的真相

点击订购

STORIES OF THE WORLD'S MOST SUCCESSFUL
INTERNET MARKETING ENTREPRENEURS
网络创富的真相

[美] 乔·康
Joel Comm

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

图书在版编目(CIP)数据

点击订购:网络创富的真相/(美)乔·康著;胡晓译.

—北京:中国青年出版社,2009.7

ISBN 978-7-5006-8814-3

I.点... II.①康... ②胡... 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(2009)第 097236 号

Click Here to Order: Stories of the World's Most Successful Internet Marketing Entrepreneurs

Copyright©2008 Joel Comm

All rights reserved.

Simplified Chinese Translation Copyright ©2009 by China Youth Press

点击订购:网络创富的真相

作 者:[美]乔·康

译 者:胡 晓

责任编辑:古秋建 孙雪蕾

美术编辑:朱 健

出 版:中国青年出版社

发 行:北京中青文图书有限公司

电 话:010-65516873 / 65511270

网 址:www.cyb.com.cn www.antguy.com

制 作:中青文制作中心

印 刷:北京凌奇印刷有限责任公司

版 次:2009年7月第1版

印 次:2009年7月第1次印刷

开 本:889×1194 1/20

字 数:210千字

印 张:12.5

京权图字:01-2009-0560

书 号:ISBN 978-7-5006-8814-3

定 价:39.00元

我社将与版权执法机关配合,严厉打击盗印、盗版活动,敬请广大读者协助举报,经查实将给予举报者重奖。

举报电话:

北京市版权局版权执法处

010-64081804

中国青年出版社

010-65516873

010-65511270

对《点击订购》一书的高端评价

《点击订购》告诉我们的,是一个接一个关于平凡人是如何抓住互联网世界所给予的机会,从此开始大展宏图的故事。不但选取和分享了成功者们振奋人心的故事,也激起了所有读者们心中的热情,开始书写下一个互联网世界中的成功故事,乔在这方面做得实在令人赞赏。

——米歇尔·伯特, *Book Yourself Solid* 和 *Beyond Booked Solid* 的作者

只有像乔·康这样活跃的开拓者才适合讲述互联网商务。他呈现给大家的是可复制的个人成功模式,这正是互联网商务世界期待已久的好书。

——戴夫·拉卡尼,《隐性说服力》的作者

《点击订购》是所有渴望了解互联网商务的人的不二之选。如果你试图寻找的是互联网公司上亿美元大买卖的故事,那么这本书并不适合你。而如果你想了解这个真实的每天都在创造着大笔财富的互联网世界,并且你也愿意分享他们的心得体会,那么今天就买下这本书吧!说不定,你的故事就会出现在这本书的续集中。

——麦克·费斯埃米艾姆, MarketingDotCom.com 总裁兼首席执行官

时间和经验出真知!在互联网交易的大千世界中,有太多今朝来明日走的过客,然而乔·康自始至终都在这里,将这圈子里的事儿和真实的互联网交易故事呈献给大家。他是个真正了不起的人——我喜欢这本书!

——弗兰克·朗包卡斯,《纽约时报》畅销书作者

当人们听到“互联网百万富翁”，他们立即联想到的是股票首次公开募股，股票期权和某某人将他们的网站（即使是挣不了什么钱的那类网站）卖给了一个大公司。世上的大多数人并没有意识到有群“聚光灯后”互联网百万富翁的存在，比如像我这样的，以一种非常与众不同的方式创造着高额利润，积累着大量的财富。终于等到《点击订购》这部讲述我们“自己”故事的书了。当这个鲜为谈及的故事被越来越多的人所了解，我们看到的也将是一群互联网新贵的诞生。

——约翰·瑞希，Income.com 创始人

如果你对互联网商务的内部经济知之甚少，那么这本书中讲述的故事或许对你来说就像是《罐和金》这样的童话和深埋地下的宝藏。然而你最好带着笔记本和铅笔来阅读这本书，因为真实呈现在你面前的将会是一幅引导你在互联网世界中获取个人财富和成功的藏宝图。

——马克·维达尔，互联网商务作家和演说家

乔·康是一个当之无愧的互联网商务企业家。他是一位有着创新思想的领导者。细细品味他的书，然后学以致用。

——肖恩·克林斯，联合高峰会议，合作创始人

乔·康在引领人们走向成功方面天赋异禀。他见解独到，策略得当。如果你的目标是成功，那么这本书就像是一站式互联网便利店一样，满足你各方面的需要。

——帕特·麦斯提，“激励大师”

对于我来说，在看到电视节目中乔一步步实现其“下一个互联网百万富翁”的目标就是对他企业家能力的最好证明，更不用说他还是位知名作家和 Google AdSense 方面的专家（这是一个意义深远却又风趣幽默的节目）。能为这本书做点贡献是我的荣幸，毫无疑问，从其中不少优秀的故事中你们将受益颇丰。

——派瑞·马歇尔，PerryMarshall.com 的创始人

渊博的学识配以乔式幽默,这本书想不畅销都难。轻松的阅读使你身心愉悦,而书中所传递的知识又将教会你怎样致富。

——简·格鲁夫, JenGroover.com 的创始人

来探寻成千上万的人是如何悄无声息地在互联网世界中出售信息产品而致富的吧。如果你认为在家办公可以掌握和规划时间的主动权,不再为别人打工并能掌控自己的生活是件美事儿的话,现在就读读这本书吧。

——肖恩·凯西, ShawnCasey.com 的创始人

c o n t e n t s

目录

致 谢	009
序 言	011
导 言	015
第一章 没有互联网的日子:当高速路还只是便道	017
第二章 用文字铺成的成功之路	031
第三章 字里行间:商业圈	057
第四章 起名的艺术:邮件列表、榜样和诅咒	089
第五章 分享财富:你帮我,我帮你	113
第六章 演讲台上的教练:从讲习班到研讨会	139
第七章 节奏与原因:关注你的网站	183
第八章 更多在改变:里程碑和路标	213
第九章 公认的真理:千万别相信它	231

致 谢

我谨将这本书献给世界上所有互联网营销者们。是你们的开拓精神和企业家风貌激励了成千上万渴望享受便服居家办公自由的人们。从对海量的细分业务营销者的采访资料中我选取了部分内容,并试图以尽可能公正和清楚的视角来诠释互联网营销的这段历史。当然,想将所有人的故事都囊括在这本书中几乎是不可能的,对于那些我没能提及的朋友,我同样报以感激和尊敬;你们都是我的同行,在互联网发展的历史中书写了重要的篇章。当倾听的故事越来越多,故事中涉及的同行也越来越多,想要了解清楚故事的原委就越发困难了。有人说自己发明了某样新技术,而马上就会有人提出质疑,称这个技术应当纳于他的名下!我已经尽到了最大的努力去保证故事的准确性。如果此手稿中还有微瑕,恳请各位的宽容与原谅。我希望这些故事能够使大家有所启示并带来欢乐,也希望给那些致力于经营互联网生意的人们以灵感,在这块互联网商业的大蛋糕上切取属于自己的那一块。在这里我想感谢马克思·戈登帮助我将所有记录的内容整理汇编,帕特里西娅·罗斯博士不厌其烦的校订,弗莱彻·格尼曼绝美的封面设计,罗伯特·斯喀斯和丹尼尔·阿苏阿加在紧要关头的慷慨解囊,最后还有戴维得·汉考克、玛葛·图卢兹和摩根詹姆斯出版社的所有人在这段时间忍受对这本书千万遍的修改和修订。同样还要感谢我的英夫美迪公司出色的团队,忠心协助我并且容忍我多变节奏的肯、潘、萨拉·简、丹、乔·欧、萨拉、克拉斯和戈登。

记住,风平浪静的时候万物皆美好!当然,这世上最应该感谢的人还是玛丽、扎克和简娜,感谢你们对我孜孜不倦全面周到的照顾。最重要的还有我的索瓦,感谢你对我无以复加的祝福。

序 言

马克·吐温曾经说过：“世上有三种谎言：普通的谎言、弥天大谎以及统计数字。”

如需有所补充，多半排在统计数字之后的另一类谎言就是“历史”。

没有任何一段人类记录下来的历史是与真相的扭曲、主观删减和作者个人的倾向性渗透是完全绝缘的。在历史的这出大戏中，有一些演员的功劳被过分粉饰，而另一些真正的功臣们却被淹没在了历史的洪流中。

乔·康所描述的这场互联网营销内部世界的历史（坦诚地说，这是我今天想要表达的主题）也同样不出其二。

我是在诋毁我为之写序的这本著作吗？

不，就事论事。我想说的是，这是历史。

然而，这本书的重要之处在于，它是第一次尝试这样一个需要大家了解的故事。

你将要看到的内容并不包括主流经营者们在互联网商务领域的表现，没有斯蒂芬·金著名的电子图书发布活动，也没有苹果公司发布iTunes的画面。相反，你将要接触的是那些激进但却为大众所陌生的斗士们的故事，“互联网营销者”中的内部世界族群。

事实上，他们中的部分人早已是创新洪流中的弄潮儿，只是后来才被主流所湮没（像我，早在金发起其第一本电子图书的四年前就已经在推广电子书的使用了），还有些人就只是搭了顺风车便成了淘金者。

“互联网营销”，就冲这个词儿，你应该有所感悟。

如果你走进《财富》500强企业的会议室，你不会听到有人使用那个词儿，他们会谈到“电子交易”、“电子商务”、“互联网交易”等等。



但是,“互联网营销”却是一个只在内部世界使用的术语。

从外部来看,它具备所有个性团体的特点:

- 一种只有圈内人才懂的语言。
- 拥有许多狂热追随者的“领袖”级人物。
- 奇怪的礼仪与仪式。

如果你能明白什么是“挤出网页”(squeeze page),知道谁是科里·路德(愿逝者安息),并且你还会在自己的“许可电子邮件比例”(opt-inrate)上花时间,那么你就是圈内人了。

如果不是,那么你就是个圈外人。

但不管你是选择了圈内还是圈外,两个世界都同样精彩。

有很少一部分人在科技革命开始的浪潮中看到机会,并紧紧地抓住了它。

机会难得的是,这样的故事在我眼前展开,而我也有幸在戏里戏外扮演着属于自己的角色。

我不仅仅直接接触互联网营销内部世界的工作,而且有幸参与在几个“泡沫时期前”的互联网股票首开募股和收购。

前者在拥有零散时间居家办公的小创业者中颇受欢迎。后者则是风险资本家,实力雄厚的科技创业者的领地,偶尔也是“美国公司”(corporate America)这些大财团的目标,这样的情形,时常会令人感觉尴尬。

截然不同的两个世界。

这本书的作者,我亲爱的朋友乔,则是另一个拥有如此独特视角的人。

他曾经是 Google Adsense 的“点拨者”,教会那些新人们如何在网页上放置一串代码就能轻松发横财;他还曾是一个非常棒的小软件项目的开发者,后来这个项目被雅虎收购了。你或许知道它现在的名字——“雅虎游戏”。

然而,乔并不想在这儿讲述大型收购,大家所熟知的互联网首次公开募股或者是风险投资行为的失利。在这些方面,我们的主流媒体已经把该做的都做完了。

相反的,这是真正意义上的第一次,乔讲述的是关于一群混迹于我



们鲜有听闻的内部世界的出众斗士们的故事。

如果你就是这个圈子里的人,那么你将参与的便是由圈内最出色的斗士之一所引导的一次关于互联网营销“背后故事”的趣味之旅。

如果你不是,那么你将会有一种窥视到奇异神秘世界的感觉。虽然这样的奇妙世界的创造者是真正平凡而真实的人,但是这些人,也只是在这个世界中碰巧做到了一些奇妙的事情而已。

马克·乔伊纳

《三秒成交》的作者,著名网络营销大师

导 言

互联网营销：一个无心创造的神秘世界

很不幸，历史并没有被赋予一个好的名声。老师们总是让我们熟记一些枯燥乏味的历史片段，一些古老到我们已经不真正关心的人所参与战役的名字和日期。但历史并不是枯燥到毫无可取之处，虽然老师们的教学方法总让我对此表示怀疑。有一点必须明确，那就是历史所讲述的故事就是我们如何成为现在的我们的。

这本书描述的也就是这样的一段历史，因为这段历史讲述了互联网营销的由来和它如何演变为引领国际化浪潮，席卷了每一个渴望赚取额外收入甚至是立志以在互联网上出售物品为生的人。眼下这本书所讲的并不是怎样在 eBay 或者亚马逊上出售你的东西，虽然这两者时常会在我的这些故事里面出现，也有很多人认为这才是他们理解中的互联网营销。但是，事实并非如此，这本书所讲的是真实的，关于人们如何卷起袖子、挑灯奋战、勇敢地迈进未知的世界，去探寻互联网究竟怎样才能为我们的贸易带来便利的道路。

在这里我要讲的是那些最终利用互联网将业务做大做强的故事。他们都是超级偶像，不管是男人还是女人，因为或这样或那样的原因，为我们找到了行进的方向，并引领我们坚定不移地走了下去。就像是早期西部的山地人和牛仔一样，这些人没有必要一定是聪明人或者是班级中的优等生——比起当时都在疯狂迷恋的杜兰杜兰(Duran Duran, 英国摇滚乐队)和香蕉女郎芭娜娜拉玛(Bananarama 是英国流行音乐界女子三人演唱组)的其他人而言(几个 80 年代最火的乐队)，他们中的一些还真的



只是那种经典的视频游戏玩痴和一头扎进研究电脑编程语言的那种人。没有弄错的话,我在本书中提到的大多数人当时都是,现在也依然是努力过着高品质生活的平凡人。然而,为了将这片曾经荒蛮的土地建设安全,方便人们跟进,他们又都成为了互联网世界中强悍的粗人。但与旧时代的山地人不一样的是,互联网世界中的男人女人们并没有夕阳西下纵马归来的乐趣,他们只是成长为早期的拓荒者,通过自己的努力获取巨大的成功和回报,并且乐在其中。

这真的是件很奇怪的事。我经常听说互联网营销活动是地下的,被定义为“地下的”,不管是刻意的还是无意的,要么就是因为它不被大众所熟悉,要么就是因为它不知为何没有使自身本应具有的力量得到充分的展现。就后一种原因来说,在互联网的发展初期,利用互联网来营销一种产品绝对是属于“地下的”。它只是颠覆了传统营销的方式,因为平民大众也就是近期才有了个人电脑。而真正要使互联网营销发挥作用,绝大多数人必须先得到进入互联网的途径。

我们并不太清楚电脑科技是如何在一定程度上使历史加快了前进的脚步。互联网的大规模普及在 20 世纪 80 年代末期开始慢慢成为了现实,虽然至今还不到 30 年,但却给人已有世纪之久的错觉。万维网走入人们的视野也就 30 多年,这根本不值一提,特别是从地质变迁学角度上来看。然而关于历史,有一点却永远不假,它所展现的正统和主流(本案例中为美国广告行业)接纳“新兴事物”的时间永远比别的人或事更为漫长。

所以这本书就是一本历史书,它讲述了许多“大师们”的故事——互联网营销领域的巨人们。这样说来,它真的是成功幸运儿们的历史,但它同样也具有其他非凡的意义,因为这些故事特别关注的都是那些使互联网营销领域的买卖信息真正发展成为一种科学模式和艺术形式的开拓者。它“拉开了遮挡神秘花园的屏障”,就如同将通向互联网天堂的路指引给了所有的人一样。我希望通过阅读此书,你的激情和灵感能就此引发,走出去,徜徉在那瞬息万变却又每时每刻都让人兴奋不已的信息高速路上。