



**本内容由 591 商学院独家整理与分享**

**如果您有所启发还想观看更多精彩内容请进入**

**[www.591xzw.com](http://www.591xzw.com) [www.591sxy.com](http://www.591sxy.com)**

591商学院独家整理严禁盗卖

——苏引华《弟子班·纵横思维》

## 第一天：

一个企业 90%的收益通常来自老客户持续的购买，放大客户的终身价值就能变得至关重要。所谓客户终身价值，就是一个客户跟你做一辈子生意能为你贡献的价值。如何增加客户终身价值？



营销不是站在自己的世界里面向别人呐喊自己的产品有多好，（因为别人根本不知道你的产品能帮他解决什么问题，所以绝对不可能像你一样认同这个产品！）而是要站在对方的角度深入思考！

591 商学院独家整理 严禁盗卖

要真正把营销做好，必须彻底走出自己的世界，走进别人的世界，看看别人有哪些痛苦、哪些梦想，要彻底地把他的痛苦放大，并让他充分感受到不改变带来的巨大且无法忍受的痛苦！



这时候再亮出帮他解除痛苦、实现梦想的解药~ 你要卖的产品 ,他才会迅速购买 !  
因为没有痛苦的顾客根本不会买 ! 所以营销要把 80%的时间用来做铺垫和挖痛苦 , 20%的时间用来讲产品及做成交 !

营销营销 , 无营不销 , 先营后销 , 不营无销 , 营造销售的氛围 , 营销销售的条件 !

没有成功的营销 , 就没有成功的企业 ! 内部——“团队营销” , 外部——“客户营销” , 是企业利润实现的最终手段 , 在市场同质化极强的产品竞争中 , 营销的成败往往决定了整个企业经营的成败 !

**第二天 :**



随风起舞，利用自身资源找人合作。

引领潮流，整合所有资源打造平台。

客户转介绍是最好的营销方法，因为它有三个让你无法拒绝的优势：

- 1、成本很低：推广出效果了才付费；
- 2、效果迅速：用户的裂变速度超快；
- 3、口碑奇好：越多人参与口碑越好！

广告解决知道问题；公关解决喜欢问题；

销售解决购买问题；品质解决忠诚问题。

禁盗卖

由浅至深：我知道、我喜欢、我购买、我忠诚。这四个步骤总结起来就是——

我相信：

知道是相信的

开始；

喜欢是相信的

加深；

购买是相信的

行动；

忠诚是相信的

持续。



2016 年做好微信朋友圈营销的 10 个要点：

第一，定位和卖点。

第二，提供价值。

第三，人格化魅力。

第四，红包利益。

第五，要原创。

第六，做好互动互动互动。

第七，适度刷屏。

第八，混圈子与社群。

第九，一对一沟通。

禁盗卖

第十，延伸线下。

客户所做的每一个购买决定，都是因为你的产品或营销节点符合了客户心中的蓝图，帮助他化解困惑，或实现了他心中的梦想。

好的营销不仅仅在购买时打动客户，更能让客户在后期使用产品时，再满足他一个又一个预期目标。如此，客户才会持续购买。

一个人干不过一个团队，一个团队干不过一个机制，一个机制干不过一套模式，一个模式干不过一套系统，一个系统干不过一个趋势。趋势是什么：世界经济向东方转移，中国经济从东向西发展，实体行业向网络转移，pc 互联网向移动互联网转移！未来最大的趋势是：产品金融化、资产证券化！

没有数据分析为基础，就像蒙着眼睛上战场打仗，再伟大的营销策略及战术都不可能用出来！

没有客户粉丝为支撑，就像不打地基直接盖房子，再伟大的构想和设计图都不可能变成现实！

禁盗卖

想做好微信朋友圈营销的 4 大核心：1.人靠谱（真实的展现自己）；2.产品靠谱（证据）；3.关系靠谱（互动）；4.价格不离谱（友谊价）

发展不取决于实力，而在于你能否处理好关系！老板最重要的工作是把敌对人变成朋友或者伙伴，你需要整合 4 种人：1、花钱给我们的客户，2、付钱给他们的供应商，3、免费帮助我们的朋友，4、花钱灭掉我们的对手！人生的成功在于关系的稳定！

## 第三天：

每一个商业领袖都是一个“社会活动家”，不断发表引领市场动向的观点，不断整合行业的高手的质量，继而弯曲并拉动自己行业的发展态势，这是无数人一辈子无法参透的东西。虽然你们都在经营同一个行业，但是思考的维次已经不在同一个世界了。最高境界的营销是改变别人的思维模式，进而影响消费者的购买标准，从而不销而销、成为行业领袖！



掌握资讯不如掌握趋势，掌握趋势不如掌握最大的趋势，未来最大的趋势是：资产证券化，产品金融化！谁能顺应趋势，谁就能取得最大的成功！

自称可以成大事的人都不可信，因为心存改变世界之雄心的人通常更加谦逊！创业过程中，以现有的客户、产品、团队作为出发点，保持精简和灵活性、持续改进、循序渐进、在改进中竞争，终有一天你会成为胜利者！

作为团队领导者的，要懂得发现/制造各种增加团队势气，让团队业绩倍增的“营销节点”！发现/制造“营销”节点的能力，就是你带领团队创造财富、实现梦想的能力！

传统行业老板面临的最大的挑战是有资产、没资金，所有的财产都是“死”的，硬件维护成本太高，没有流动资金，无法进行自我升级，慢慢就会被新商业模式取代；如何把重资产变成轻资产！

轻资产是必然趋势，很多传统老板生意做得很大，可口袋里的现金却很匮乏，或多或少都存在现金流的问题。如果在商业模式上不加以创新，路必将越走越窄。

如何将资产证券化、产品金融化？

全世界最缺的不是钱，而是时间，如果你能回到十年前，你绝对可以改变命运！商业模式设计的目标是提前用时间杠杆把钱赚回来，要么用时间换空间，要么用空间换时间！

想要纵横天下第一步：优化商业模式；第二步：打造可复制系统；第三步：强化团队执行力！

如果花钱等于赚钱，那就应该把所有的钱都花光！

如何将产金融化、资产证券化？核心心法：卖产品不如卖商机、卖商机不如卖股权！我们已进入了一个多元化消费的时代，客户不在是单纯的消费者，企业只有重构商业模式才能立于不败之地！

无数老板最痛苦的事情是有货没钱、有资产没资金，如何改变？

- 1、找当下最流行的概念对资产更新命名；
- 2、创造一个交易市场，用金融模式经营！

## 课程结束



以下为个人对课程的总结：

移动互联网时代如何做营销：

- 1、不要塑造公司的品牌，而要塑造个人的网络品牌；
- 2、要做内容营销，不是整天插科打诨式的嘻笑怒骂；
- 3、内容营销不是关于你“卖什么”，而是“你代表什么”；

必须将你的客户和潜在客户的需求放在第一位，而不是把你要卖什么东西放在第一位。



客户转介绍是最好的营销方法，因为它有三个让你无法拒绝的优势：1、成本很低：推广出效果了才付费；2、效果迅速：用户的裂变速度超快；3、口碑奇好：越多人参与口碑越好！

为什么有那么多人吐槽春晚？主要原因是春晚想讨好所有的客户，产品的受众涵是盖 50 后、60 后、70 后、80 后、90 后、00 的...你可以想象一个产品想讨好所有年龄段的客户喜好，又要完成政治及教育的使命，因此不可能带给客户



3 年以前的我，不懂的经营管理的核心，以为招员工来是给我赚钱的，希望他们多干活，少拿钱，结果没有人愿意跟随我，天天想办法招人却没有人！

3 年前的某一天我开悟了，明白了招员工来是和我分钱的，不是来给我干活，他们希望能透过工作能养家糊口、买车买房。于是我以提供就业机会和帮助他们实现买车买房的平台为目标打造团队，从来不招人，团队人数却越来越多！

现在的我真正的明白：创业就是创造就业的机会，只要老板能帮助员工梦想成真，员工就会让老板心想事成！



当我们没有办法统一员工思想的时候，我们就统一员工的目标，用目标去统一思想。人只要专注在一件事情上，杂念就会

消失，这就是所谓的“万念归一”。

工资是发给日常工作的人，高薪是发给承担责任的人，奖金是发给做出成绩的人，股权是分给能干忠诚的人，荣誉是颁给有理想抱负的人，辞退信将送给没结果还耍个性的人。市场没有四季，只有两季：努力就是旺季！不努力就是淡季！

大脑银行吸引人才方案：

1、招聘机制：谁用人，谁招人！任何人升职必须培养接班人！

- 2、伯乐机制：面试成功并在约定时间出相应结果后，给予推荐者适当奖励！
- 3、薪酬机制：老员工是种子，种子好才能新苗好，老员工有成绩，新员工才会有动力！

很多老板都希望顾客越多越好，但却不知道与之匹配的需要更多的服务人员和更高的服务水平才行，有些公司的客户数量到达一定程度后，却发现客户越多，公司反而不赚钱，甚至亏钱。

我的建议是：与其追求客户的数量最多化，不如追求客户的质量最大化，客户终生价值最大化。

柳传志说：办公司就是办人。世界一流的公司都以内部长线培养人才为主，也就是说公司长远发展还是要靠老忠臣。苏引华老师说作为老板的你应该要给员工 4 个机会：①做事的机会 ②成长的机会 ③赚钱的机会 ④发展的机会。因为老板只有建立好机制分好钱，才能让员工成为老忠臣，形成利益、事业、命运共同体！



平禁盗卖

为什么有些人奋斗了好多年还是一个小老板，无法把生意做大？小老板：追求自我成功，只想自己受益，根本不知道如何打造团队，也不能生产出真正解决客户的需求的产品，结果客户跟团队离他越来越远，最后走向毁灭；大老板：一心一意成就客户和团队，制定了一套非常有竞争力的分配机制，研发出真正满足客户需求的好产品，结果客户越来越多、团队越来越多，反而把老板托起，就成大业！

很多人都想一口气把产品的好处介绍给客户，狂发广告信息给客户，却不知客户根本没做好接收信息的准备。11年前我花了大量时间和金钱总结出一个经验：如果你在做广告时把客户当垃圾桶，客户一定把你的产品当垃圾！

一对男女恋爱，若对任何一方是减分而不是加分，那么这段感情一定走不远的，注定会分手。

一款产品，如果不是以为客户解决问题为初衷，而是以盈利为目的，一定会被客户所抛弃。

一家公司若无法满足员工的需求，必被员工抛弃，若员工无法跟上公司的发展，终必公司开除。

购买名牌产品时，价“贵”而买放心，购买知名产品时，价“平”而买实用，购买无名产品时，价“低”而买用处，一件好的产品之所狂销热卖，具备了让贵

客有骄傲的资本，成为平客羡慕的对象，低客的梦想。所有的爆品背后一定是顺应了人性、满足了人欲、获得了人心，才能让让客户持续疯狂的购买！

俗话说：“高手在民间”，同样的，企业中所有的问题解决方案，都在一线的工作人员脑袋里，只是他不愿告诉老板而已，如果老板愿意走到一线去，所有问题的答案都在一线现场，如果老板能设计好激发机制，所有的问题都会被一线员工消灭。

任何一个老板都必须思考三件事：1、如何分钱（团队思维），2、如何赚钱（产品思维），3、如何收钱（客户思维）；团队思维解决的是如何分钱（分配机制）的问题；产品思维解决的是如何赚钱（商业模式）的问题；客户思维解决的是如何收钱（营销模式）的问题！一个企业要想做大做强，作为企业的老板，不但要学会如何分钱、更要学会如何赚钱，更重要的是要学会如何把钱收回来！任何老板只要会学了这三大能力，就可以在商场上立足,并持续的为自己源源不断赚取财富，还可以成就百年基业！

591商学院独家整理严禁盗卖



优秀老员工的六大标准：1)老员工必须跟上公司发展,落后被淘汰对谁都适用；  
2)老员工主动担任新兵导师,教不会徒弟,饿死师傅；3)老员工需要带头改革,不然就会在改革时被革命掉；4)老员工更要遵守制度,成为制度守护者；  
5)老员工对自己的要求要苛刻,成为榜样；6)老员工要放正位子,位子合适比位子更高还重要。

591商学院独家整理 严禁盗卖

一流的企业一直在打造让人尖叫的产品,创造人们的需求,让人们需求来适应产品、爱上产品,成为生活必需品。二流的企业一直在抓住当下的市场需求,制造需要的产品,让产品适应人们的需求、占领市场,满足人们刚性需求。三流的企业一直在模仿别人做得好的产品,迅速跟上一流企业的市场影响,与一流企业争夺市场,填补市场空隙。末流的企业一直在扰乱市场,他们连模仿产品的能力都很滥,只能打价格战,或做些违背良心的产品走低价、以次充好。

企业想要做强做大，老板必须有一颗成就员工及客户的心；让跟着你的员工获得利益或实现梦想，让信任你的客户用了你的产品后解决问题和获得价值。经营企业的核心无非就两点：1，得客户的心。2，得员工的心；得两者方能做强做大。

卖产品可以成功，卖模式可以成功，卖梦想可以成功，其实卖什么并不重要，而最重要的是卖信任！你能让多少客户信任你，你就能做多大，你能让多少信任你的客户把这份信任传递给他身边的人，你就能做多强。

一个员工最大的价值不在于做多少业绩，而在于影响多少人多做业绩。

一个领导最大的能力不在于带领多少人，而在于能带出多少精兵强将。

一个老板最大的成功不在于能赚多少钱，而在于能帮助多少人赚到钱。



中小企业为何多数做不大，其根源就是缺少团队；

中小企业为何会缺少团队，核心是缺少合作精神；

团队为何会缺少合作精神，核心就是没有选对人。

如何选人？人的 2 个标准：

1、价值观符合公司；

2、能力与职位匹配！

人在一起不是团队，只有符合这 2 个前提才可能打造出强大的团队！

没有数据分析为基础，就像蒙着眼睛上战场打仗，再伟大的营销策略及战术都不可能用出来！ 没有客户粉丝为支撑，就像不打地基直接盖房子，再伟大的构想和设计图都不可能变成现实！

大脑银行八大铁律：

1、产品绝不降价；

2、业绩证明能力；

3、PK 决定实力；

4、服务全心全意；

5、晋升全靠数据；

6、用人不计出身；

7、产品货真价实；

8、事情大于亲情。

忠诚度是建立在



合理的薪酬和良好的成长基础之上的，一个人之所以忠诚，一定是通过忠诚可以获得什么好处。当这个好处不复存在，或有另一个好处大于这个好处时，他的忠诚就会动摇。

员工只对老板给予他们的好处忠诚，好处到位，忠诚就是顺便的事。离开薪酬和成长谈忠诚，就是耍流氓！

员工无能，错在领导：

员工绩效差，领导不要抱怨员工的无能，而要检讨自己，通常错在于：

- 1、错在选错人；
- 2、错在如何带人；
- 3、错在有没有建立规范的制度和流程、标准。
- 4、错在不善于培养员工，没给员工授权锻炼其能力；
- 5、错在没有建立竞争机制不敢于 pk 淘汰人，被平庸的员工绑架。

为什么小地方出不了大企业，因为视野不够开阔，当企业发展到了一定程度，老板很容易因为身边没有比他更优秀的人而使自己陷入舒适空间中。另一方面，小地方很难吸引到好人才，也没有足够多的人才支撑事业的发展。

为什么大企业都会在大城市？大城市人才汇聚，企业可以找到更多优秀的人才为自己所用。另一方面，大城市大企业多，竞争激烈，会让老板视野更开阔，这样就不会因为取得的一点小成就就停止努力。

任何模式、营销都是为了更好的为客户服务，很多人不在产品上下功夫，却一直在寻找所谓的快速赚钱模式，或四处搜寻骗人的手法以让产品狂销热卖，犹如建在沙滩上的城堡，终究不是长久之道！

经营企业必须了解人，人都有三个性质

- 一：兽性（企业小的时候靠制度约束人的兽性）
- 二：人性（企业做大了就要用机制激发人的社会性）
- 三：灵性（企业做强了就要用文化提升人的灵性）

客户所做的每一个购买决定，都是因为你的产品或营销节点符合了客户心中的蓝图，帮助他化解困惑，或实现了他心中的梦想。好的营销不仅仅在购买时打动客户，更能让客户在后期使用产品时，再满足他一个又一个预期目标。如此，客户才会持续购买。

禁盗卖



**本内容由 591 商学院独家整理与分享**  
**如果您有所启发还想观看更多精彩内容请进入**  
[www.591xzw.com](http://www.591xzw.com) [www.591sxy.com](http://www.591sxy.com)

591商学院独家整理严禁盗卖