价值 1000 万的赚钱心法





（内部资料，禁止外传）

目录

第一章：顶级认知心法

1.为什么说天道酬勤是世上最大的骗局？ 1
2.为什么农民最勤劳最辛苦却收入很低？ 1
3.怎么破解勤劳致富的骗局？ 2
4.为什么创业初期要有迷之自信？ 2
5.为什么创业成功了要习惯性缩小自己？ 3
6.什么是这个世上最稳赚不赔的生意？ 3
7.为什么认知水平低，再努力也没有用？ 4
8.为什么学营销比学技术赚钱啊？ 4
9.为什么思路比答案本身重要一万倍？ 5
10.未来减肥领域还有市场吗？ 5
11.未来哪些行业赚钱的机会多呢？ 6
12.为什么要做自己喜欢又擅长的事儿？ 7
13.怎么让客户主动传播我们的产品或服务？ 7
14.选项目的核心是什么？ 8
15.做项目的核心是什么？ 8
16.Mona老师，为什么要彻底放弃售前咨询？ 9
17.做项目是要吹牛逼，还是要求真务实？ 9
18.为什么割韭菜的项目能忽悠很多人买单？ 10
19.大师都是怎么割韭菜的啊？ 11
20.为什么商人赚钱了要到国外走一走？ 11
21.什么是老板思维啊？ 12
22.为什么赚钱要有国际化视角？ 13
23.为什么赚钱要掌握先进的信息？ 13

第二章：顶级项目心法

24.现在最牛逼的流量渠道是什么？ 15

25.Mona 老师，我有必要做抖音吗？ 15
26.怎么把抖音的流量导入微信啊？ 16
27.在抖音上讲课要不要开通小黄车？ 16
28.Mona老师，小孩读大学报直播专业怎么样？ 17
29.抖音上一天发多少条短视频合适？ 18
30.做自媒体赚钱的秘密是什么？ 18
31.为什么做流量要习惯性关注同行啊？ 19
32.在抖音上赚到钱的人有什么秘诀啊？ 19
33.抖音这个平台会消失吗？ 20
34.我想做讲师，一直没有迈出第一步咋办？ 20
35.为什么很多人都在搞社群营销啊？ 21
36.为什么很多线上生意干掉了实体生意？ 21
37.实体经济好干吗？ 22
38.互联网经济和实体经济的区别是什么？ 22
39.公司想转型做抖音短视频带货怎么做啊？ 23
40.Mona老师，未来实体店的出路在哪儿？ 23
41.Mona老师，实体店未来会黄吗？ 24
42.为什么任何成功都是从非主流开始的？ 24
43.我有很好的产品渠道，怎么做 B 端生意啊？ 25
44.Mona老师，我不想上班咋办啊？ 25
45.我今年 34 了，每天感觉特别焦虑咋办？ 26
46.现在互联网行业是不是特别内卷厉害？ 26
47.Mona老师，一辈子卖什么赚钱？ 27
48.为什么要做看不见摸不着的生意？ 28
49.为什么拼多多能够迅速崛起？ 28
50.在拼多多做生意成功的秘诀是什么？ 29
51.Mona老师，知识付费还有市场吗？ 30
52.Mona老师，软文赚钱的秘密是什么？ 30
53.为什么卖什么都不如卖智慧？ 31
54.Mona老师，怎么才能搞到钱呢？ 32

55.为什么很多员工越来越害怕老板出去学习？ 33
56.Mona老师，学习可以改变命运吗？ 34
57.我们想直播卖货，底下的加盟商反对咋办？ 34
58.为什么老板永远不要离开一线？ 35
59.Mona老师，你在公司一般做什么？ 35
60.为什么说拒绝改变就是在拒绝机会？ 36
61.怎么把握什么是变，什么是不变？ 37

第三章：顶级营销心法

62.Mona老师，怎么做个人品牌啊？ 39
63.Mona老师，小白怎么赚钱啊？ 39
64.为什么百果园的门店能突然开得又快又多？ 40
66.抖音视频怎么做涨粉最快？ 40
67.为什么赚大钱的人都是讲故事的高手？ 41
68.为什么不要看电影电视剧刷抖音啊？ 41
69.为什么有很多家长相信全脑开发啊？ 42
70.朋友圈的赠品一般送什么好啊？ 43
71.Mona老师，为什么老板要不断升维？ 43
72.为什么高手一直追求不变的东西啊？ 44
73.为什么很多奢侈品店顾客很少却没倒闭呢？ 44
74.为什么谁离客户近，谁就能赚大钱？ 45
75.为什么商业的本质就是争夺话语权？ 46
76.为什么牛逼的老板都是顶级的营销高手？ 47
77.蒙牛的牛根生是怎么做营销啊？ 48
78.杜国楹和史玉柱是怎么做营销的？ 48
79.为什么说做营销就是搞流量？ 49
80.为什么不懂营销的老板不是好老板？ 49
81.为什么很多人学不会怎么做营销？ 50
82.Mona老师，你做营销的秘诀是什么？ 50

83.为什么说后端服务绝对不能外包出去？ 51
84.星巴克靠什么赚钱啊？ 52
85.瑞幸咖啡靠什么赚钱啊？ 53
86.蜜雪冰城靠什么赚钱啊？ 53
87.为什么腾讯有了 QQ 还要推出微信？ 54
88.抖音是怎么出现的？ 55
89.为什么要在产品卖得最好的时候更新迭代？ 55
90.为什么要习惯性多看失败案例？ 56
91.为什么年轻的时候要多试错？ 57
92.为什么要养成随时充电的习惯？ 57
93.怎么让客户认识我们记住我们啊？ 58
94.为什么卖点要具有唯一性啊？ 59
95.怎么提升核心竞争力啊？ 60
96.为什么高手都在做减法啊？ 60
97.为什么高手永远不做加法系统啊？ 61
98.为什么王老吉能火遍大江南北啊？ 61
99.为什么赚钱要顺应客户的认知啊？ 62
100.如何占领客户的心智模式啊？ 63

第四章：顶级定位心法

101.为什么商人必须学会定位？ 64
102.做什么样的行业最暴利啊？ 64
103.达芙妮这个品牌为什么黄了？ 66
104.为什么说品牌只能为特定人群服务？ 66
105.怎么做品牌营销啊？ 67
106.做项目最难的是什么？ 67
107.怎么找到暴利的项目啊？ 68
108.怎么找到客户的痛点对症下药啊？ 68
109.我推荐哪几本提升商业认知的书？ 69

110.为什么曾仕强讲课没有负面啊？ 70
111.怎么在朋友圈卖幼儿教育的课程？ 70
112.为什么抖音越刷越焦虑啊？ 71
113.什么是品牌关键词啊？ 72
114.为什么说做品牌要讲故事，不要讲道理？ 72
115.为什么这几年古风和国潮会这么火？ 73
116.为什么东方甄选的直播间能一夜爆红？ 74
117.带货赚钱的前提是什么？ 75
118.为什么说做营销就是做内容啊？ 75
119.为什么做营销要不停产出内容啊？ 76
120.为什么陈安之徐鹤宁在抖音时代消失了？ 77
121.你做流量的秘诀是什么？ 77
122.为什么踏踏实实做内容才是王道？ 78
123.为什么说做抖音不要太迷恋技术？ 79
124.为什么卖点第一，内容第二，技术第三？ 80
125.什么样的内容才是好内容呢？ 80
126.Mona老师，未来的平台会限流吗？ 81
127.为什么很多人做生意痛苦啊？ 81
128.什么是断舍离思维啊？ 81
129.互联网发家致富的秘密是什么？ 82
130.完美日记爆火的秘密是什么？ 83
131.抖音上怎么跑内容啊？ 84

第五章：顶级老板心法

132.为什么我觉得现在生意没有以前好做了？ 85
133.为什么很多生意成功是不可复制的？ 86
134.为什么赚钱要研究成功的规律？ 86
135.Mona老师，商人需要学习什么样的知识？ 87
136.公司员工干活不积极咋办？ 88

137.为什么我的公司留不住人才？ 88
138.为什么老板不学习就会被员工淘汰？ 89
139.Mona老师，小老板怎么变成大老板啊？ 90
140.想赚钱要去关注什么样的牛人？ 91
141.改变命运需要多长时间？ 91
142.赚钱的九大原则是什么？ 92
143.Mona老师，最佳创业模式是什么？ 92
144.创业者不断学习的目的是什么？ 93
145.为什么创业要学习乌龟精神？ 94
146.为什么赚钱要习惯性走窄门啊？ 95
147.为什么商人很难“子承父业”？ 96
148.为什么真正的高手都是长期主义者？ 96
149.为什么链家能从一众房产中介中脱颖而出？ 97
150.企业未来的发展靠什么？ 98
wx：wzbxysj
151.在同等条件下，怎么和别人拉开差距？ 99
152.为什么创业者要学会苦中作乐？ 100
153.富人和穷人的区别到底在哪里？ 101
154.老板是什么人？ 102
155.金钱的本质是什么？ 102
156.如何快速的赚大钱？ 103

第一章：顶级认知心法

1.为什么说天道酬勤是世上最大的骗局？

答：喊冲锋陷阵的人，从来不冲锋陷阵；

喊天道酬勤的人，从来不埋头苦干。

一辈子琢磨怎么天道酬勤，勤劳致富的人，落了一身病，也没赚多少钱！

一辈子琢磨如何才能不劳而获，无中生有，打造管道系统与被动收入，这辈子除了喝茶吹牛逼啥都没干的人，还是赚了几千万，且这几千万都是被动收入。

2.为什么农民最勤劳最辛苦却收入很低？

答：农民的生产是为市场而生产，他们生产的粮食或肉蛋奶，都是用来交换的商品，且没有定价权。市场经济下，谁老实巴交种地谁就吃亏。

牛逼的东西都具有垄断性+传承性。比如他家世世代代都享有 XX 待遇。

不牛逼的东西，都具有传承性，但缺乏垄断性。比如工人，农民，小个体创业。

3.怎么破解勤劳致富的骗局？

答：你要知道谁是写故事的人？

你要知道谁是讲故事的人？

你要知道谁是听故事的人？

你要知道谁是真正的受益者？

你知道了谁是真正的受益者，直接跟谁混便是了。

很多老板，都只对员工讲自己怎么白手起家，有多么多么吃苦耐劳，至于怎么结交贵人，走关系啊，只字不提。

4.为什么创业初期要有迷之自信？

答：如果你还不够自信，你是干不成大事。

干大事的人，要有绝对自信的姿态，就是哪怕没有一个人理解你，喜欢你，你也要坚持走自己的路，而不是人云亦云地盲目跟随。薇芯：2284868566

只要你有这个姿态，并且催眠了你自己，那么所有人都愿意追随，若是没有这个姿态，大家是不会跟随的。

当你一无所有的时候，要学会放大自己，创业成功是反复试错的结果。失败了，习惯性哈哈哈大笑，笑倦了，收拾下自己破碎的心情继续出发……

5.为什么创业成功了要习惯性缩小自己？

答：当你取得了阶段性成功的时候，要缩小自己，放大一些外在因素，比如时代、趋势、环境、工具、平台、团队。

类似我能创业成功（其实不成功，我还是屌丝），就是赶上了互联网红利，获取流量非常廉价，至于自己的努力，微不足道！

一定要透过现象看本质，然后去放大这个趋势的力量，唯有如此，你才能持续获得成功。

6.什么是这个世上最稳赚不赔的生意？

答：投资自己的认知。

当你还是员工的时候，你要用销售经理的眼光去看工作，你的业绩一定是最好的。

当成了销售经理，你要用销售总监的思维去看工作，你的晋升会非常迅猛。

当你成了部门总监，你要学会用 CEO 的思维思考工作，你肯定是公司提拔最快的。

当你成了 CEO，你要有拥有投资人的眼光看市场，你一定比其他创始人和 CEO 更容易拿到融资。

眼界决定世界，不断提升认知，才能一日千里波澜壮阔！

7.为什么认知水平低，再努力也没有用？

答：低维度的死磕，在高维度的认知面前，就是一个笑话。。

老板每天只顾低头拉车，不抬头看路，一头扎进企业，成了车间主任，而不是老板了。

老板要想变化，就一定要从思想上开始，老板要砸碎过去的思想框架，不要每天沉在企业里，而是要走出来，打破原有的框架，外界的资源才能不断涌进来。

所以，走出企业，是企业业绩暴涨，老板身心解放的第一步。

只有升维思考，才能降维打击！

8.为什么学营销比学技术赚钱啊？

答：任何一个公司，都会善待推广员。

善待保洁的，技工的，非常少非常少。

大家看看富士康，就懂了。

管理人员年薪 30 万，推广人员年薪多在 100 万到 500 万，

车间干流水线的工人，一年累死累活，撑死搞个 10 万（这

10 万是用命换的）。

在华为，技术人员的收入，没法跟推广人员比。

要是华为，今年要把这 1000 万分了。

技术人员撑死拿走 100 万，剩下的 900 万，直接给推广人员分。

9.为什么思路比答案本身重要一万倍？

答：坊间流行一句话：学华为者生，像华为者死。

很多人想模仿华为，折腾了一段时间，发现公司收益不但没有提升，反而越来越差。公众号：文字变现艺术家

东施效颦，注定永远无法成为那个人。

很多时候，我做 VIP 一对一咨询，都是给学员思路，这个思路比答案本身重要一万倍，只有理解本质规律，才能破局重生。

10.未来减肥领域还有市场吗？

答：有市场。

未来 20 年是女性崛起的 20 年，女人经济独立，往往就会思

想独立。女人一旦有了钱，思想独立后，就会想让自己变得更好，说白了，就是怎么让自己变美。

未来，所有跟美相关的行业，医美、美妆、减肥、健身、代餐等，都会大火！

11.未来哪些行业赚钱的机会多呢？

答：带有一对一私人服务性质的行业。

1，中高水平的管家服务，保洁，烹饪。

2，带有护士性质的老年人高端看护。

3，带有精神慰藉作用的陪聊（心理咨询）。

4，买房买车咨询，后续服务。

5，医疗安排服务。

6，青少年入学考试服务。

7，入行咨询服务。比如我想开个服装店，有没有人给我讲一讲行业潜规则。

8，婚恋、生育服务。

wx：wzbxysj

9，文艺教学服务。声乐、舞蹈、钢琴。

10，拆迁政策咨询等。

11，投资分析。

这些行业机会还是非常多的，别说做到全国前三名，只要你

是本县前三名，本区前五名，或者小有名气，你会忙的没时间数钱的。

12.为什么要做自己喜欢又擅长的事儿？

答：一个人只有从事自己最擅长、又喜欢的事情，才可能取得巨大的成就。

查理·芒格说:“在我不感兴趣的领域，我从未获得过太大的成功。

如果你无论如何，都不能对某些事情产生兴趣，那么即使你非常聪明，你也很难获得大的成功。"

是的，不要长期做既不擅长、也不喜欢的工作，必须及早改行，否则 20 年后还在原地打转。

薇芯：2284868566

13.怎么让客户主动传播我们的产品或服务？

答：不要卖产品，要卖生活方式；不要卖产品，要卖解决方案。

客户之所以会主动帮助我们传播，本质上是你让客户用了你的产品或服务，产生了一种高级感或价值感。

类似我写的书，每次发布出去，就会有很多学员学了，要么拿去朋友圈分享，要么做二次营销，要么赠送给朋友，都是自动自发的。又间接地为我创造了收益。

好的产品或服务，一定是要能够激发客户的分享欲。

14.选项目的核心是什么？

答：项目决定着生死。

一个不能变现的项目，怎么投入都是白费功。

而能变现的项目，哪怕前期慢一点，只要能变现，那都可以积少成多。

选择项目，一切以变现为准。

中看不中用的项目，都要直接切断。

越接地气，越俗的，越好变现。

15.做项目的核心是什么？

答：做项目的核心就是流量，没有流量，你懂再多技术都白搭，卖不出去你只有干着急。

老板会做流量，懂不懂技术都无所谓，会搞流量就行。踏踏

实实搞流量，公司才能活下去。

16.Mona老师，为什么要彻底放弃售前咨询？

答：主要是为了守护精力，出好内容和服务好 VIP 学员。

我有价值的东西全免费释放。

想跟我学东西，听我的喜马拉雅音频（Mona创业营销思维）看我的公众号（营销书刊）或朋友圈（1848636859）最实惠。至于 VIP 一对一咨询，有闲钱了，闲得蛋疼，可以考虑。经济不乐观，不考虑。

所谓经济不乐观，就是看了我的东西，还不具备直接转账的能力。

售前，我们一般还是不做。

我还是习惯忽悠回头客，哈哈。

17.做项目是要吹牛逼，还是要求真务实？

答：吹牛逼时不要忘了求真务实；

求真务实时也不要忘了吹牛逼。

吹牛逼是为了自己给自己打气，吹牛逼是为了解放思想！

营销我们要做到什么水平，我们的一对一咨询服务水平要达到啥标准，我们都必须吹吹。

吹完了，不是收摊回家睡觉。

是拿出具体的方案看看怎么落地。

我们营销做到了全球第一，OK，是不是又意味着一对一咨询又能做到全球第一？

18.为什么割韭菜的项目能忽悠很多人买单？

答：多数人为了逃避真正的思考愿意做任何事。

很多线下培训课程，学员 10 万 20 万 30 万刷卡不带眨眼的，但是大多数人回到家依然一动不动。

wx：wzbxysj

对于任何机巧性的策略或方案皆要保持警惕，尤其是遇到如何一夜暴富之类的文章或课程，更要习惯性取消关注。

对于主动发微信做宣传的同行一概不回复或直接拉黑。

我对营销的理解就是从来不主动跟任何人发广告，以静制动，我就安安静静坐在哪儿讲课敲字，一动不动木楞楞，日夜循环日夜浇灌。

任庭前花开花落花满天，云卷云舒皆自然.....

19.大师都是怎么割韭菜的啊？

答：韭菜喜欢学什么？

学思维。

OK，投其所好就行了。

割韭菜，就是讲思维，讲故事。

要是你聊项目，100%招不到人。

99%的韭菜都是傻逼，对项目不感兴趣，对赚钱对思维对故事感兴趣。

关键问题是什么都不卖怎么赚钱呀？

韭菜不关心这些，他们只关心对方有房吗有车吗有飞机吗？

如果有，OK，能认识一个这样的人就谢天谢地了，最起码咱的圈子变了。

20.为什么商人赚钱了要到国外走一走？

答：读万卷书之后，我们一定要行万里路。

赚钱其实很简单，用时间去换空间，用空间看到更大的时间。

用未来的眼光看现在，你才能做对决策。公众号：文字变现艺术家

中国赚钱了，就琢磨琢磨怎么赚国外的钱。

我们是商人，商人没有国界。

商人赚钱便是行善积德，不赚钱便是祸国殃民。

赚钱了，全球看看，很多以前不懂的风景自然而然便懂了。

商人赚钱了：

1、买房，等房价上涨 50%，500%抛掉；

2、投资股票。等倾家荡产了跳楼；

3、出国旅游，开开天眼见见世面；

4、出国留学。回国创业，做个小语种培训班，每天 3000 或 5000 的赚。薇芯：2284868566

5、做国际贸易。做信息差循环；

6、去风花雪月，去吃喝玩乐……

看你怎选……

21.什么是老板思维啊？

答：你看到的永远比你做到的高一个维度，这就是老板思维。

不提升认知，你的维度一定会降低。

维度低，一定会被降维打击。这就是器。

器是给强者用的，是韭菜，是垫脚石。

想要成功，先要成家，想要成家，先要学本事。

不要等到有钱了再去娶老婆，越是没钱，越要先娶老婆

娶妻生子，本质上就是一种提高维度的方式。

因为你娶的不是一个老婆，而是一个家庭，甚至是一个家族。

只有成家，你才会真正成熟。

我们做老板的，永远要多看一步。

22.为什么赚钱要有国际化视角？

答：有个朋友，做旧衣回收。

就是小商贩从小区、学校等地方回收旧衣服，批发给二手中转站，然后再由回收公司处理后出口。

他们出口到非洲、东南亚等欠发达地区。

wx：wzbxysj

这个生意，看起来很不起眼对吧！

实际呢？

背后是规模上千亿的大生意。

说真的，我希望当老板的眼光都放长远一点儿，不要老在国内转悠，没事儿出去国外转一转，说不定就能看到不一样的风景！

23.为什么赚钱要掌握先进的信息？

答：先有先进的信息，才有先进的思想。

为什么我们思想落后啊？

因为我们掌握的信息滞后。

现在我问很多人：你知道啥叫营销吗？

他们说不知道。

我赚钱比他们多，是我知道的信息，比他们先进。

是先进的信息，带来了先进的思想。

先进的思想，带来了先进的精神文明和物质文明。

为什么改革开放以后，发展的非常快啊？

就是我们的信息，可以跟全球同步了（也可以这样说：全球信息共享）。

记住：是先进的信息，带来了先进的思想。

先有信息，后有思想。

添加我的微信（1848636859）：

第二章：顶级项目心法

24.现在最牛逼的流量渠道是什么？

答：抖音。

因为刷抖音上瘾，因为很多流量都沉淀在抖音。

要是你做的项目，能在抖音上搞到流量，OK，年赚百万或千万都有希望！

要是你在抖音上搞不到流量，会活得非常痛苦！

搞流量到抖音（快手跟抖音比，也是非常 low，后来者居上才是历史主旋律）。

赚钱很多时候确实是跟着趋势走，而不是自己想往哪儿跑就往哪儿跑！

25.Mona老师，我有必要做抖音吗？

答：很多人觉得短视频和直播很复杂，其实很简单，你把它看成一个生意就行了。

看看有多少人在抖音圈钱，人家是怎么在抖音赚钱的，咱搞明白了，就可以试试自己去做老板了

现在不做抖音，100%会后悔一辈子。

客户在哪儿，我们就到哪儿。

目前除了抖音天天有新流量注入，其他平台，压根就没新流量植入。

如果你还想获取新流量，请开始做抖音吧！

26.怎么把抖音的流量导入微信啊？

答：现在你做抖音，就有流量。不做抖音，就没流量。

做抖音，一定要做品牌关键词。

什么是品牌关键词？

比如我的品牌关键词就是我的名字：Mona/Mona创业营销思维。

（品牌关键词就是那个能找到你的线索）。

不做品牌关键词是没法把流量导入微信的。

不把流量导入微信，赚钱，赚个毛啊.....

27.在抖音上讲课要不要开通小黄车？

答：在抖音上讲课，你一定要开通小黄车，挂上自己的课程，然后再去做视频运营，你要是不开通小黄车的话，你在抖音上卖自己的课，它是非常难非常难的。

还有就是，一定要真人出镜，如果你不真人出镜的话，你说靠讲课赚钱，那还是挺难的。

目前在抖音上讲课赚钱，比以前要稍微难一点儿。

28.Mona老师，小孩读大学报直播专业怎么样？

答：大学培养出来的直播学员有用吗？

没用。

因为老师都不会用抖音搞流量，他们只会对着课本念。

学生呢，耸着耳朵听。薇芯：2284868566

他们学了 4 年，出来了，能找不到工作吗？

找不到。

为什么啊？

他们学的是理论，不是实战。

类似你在大学学了四年编程，没有你在公司学 1 个月的东西有价值。

在大学，还是选择数学一类的专业靠谱点儿，最起码那些老师不糊弄人。

文科一类的，没必要学……

29.抖音上一天发多少条短视频合适？

答：做抖音，不需要我们太牛逼，我们持有一个账号，天天发视频就行了（这个视频必须是围绕着一个卖点翻来覆去地说）。

每天至少发 5 个视频，持续个 10 年试试，肯定有很多人认识我们，愿跟我们聊天或学习。

持续的力量，比我们打游击战要厉害，我是相信量大出奇迹的。

有的人拍摄剪辑一条视频前前后后花 10 小时，效率太低了。

wx：wzbxysj

你不要把精力放在精益求精上面，核心是找到低沉本、高效率输出内容的形式，先把量搞上去了，赚到钱了，你再追求精益求精。

30.做自媒体赚钱的秘密是什么？

答：所有的软文成功案例都在天涯、今日头条。

所有的音频赚钱套路都在喜马拉雅 fm；

所有的短视频赚钱案例都在快手、抖音跟火山。

自媒体赚钱一是人家这么干我什么干，二是做信息差循环。

来来回回就这么多东西，没有那么多小道道……

31.为什么做流量要习惯性关注同行啊？

答：卖点锁定了，关注 1500 个同行，一辈子都不会改行。

有人做抖音引流，做了 1500 个原创视频，哭了：这辈子就搞视频引流，不变了。

量变质，这话人人都知道。

真正践行的人寥寥无几。

面对那些喜欢改行的人。

我习惯性说：总会遇到心仪的项目，急个毛呀？

32.在抖音上赚到钱的人有什么秘诀啊？

答：没有什么秘诀，就是锁定一个卖点，一直发视频或者一直干直播就行了。

现在的趋势是什么？

抖音上的用户越来越多，用户停留在抖音上的时间越来越多。

你做不出来，不是平台的问题，而是你的干法不对。

赚钱就是踏踏实实做内容，老老实实做服务，习惯性跟着客户的需求往前跑。

哪有什么天机不可泄露啊。

33.抖音这个平台会消失吗？

答：抖音短期内不会消失。

时间拉长了看，一切事物都会消失的，抖音会消失，微信会消失，你我会消失，国家会消失，连地球都会消失的。

未来的趋势是，谁能让交易效率更高、成本更低、更方便，谁就能快速崛起，成为一个新物种。

当初，微信、抖音就是这样起来的。

34.我想做讲师，一直没有迈出第一步咋办？

答：你是当一个创业讲师，还是当一个情感导师，还是当一个能力提升讲师。

你得赶紧把自己的目标选好，90%的人用 90%的时间选项目，结果，他们成为了非常非常平庸的人。

你一定要记住一句话，这句话是非常非常重要的，如果你用 90%的时间选项目，那么你就会成为 90%的人，生活当中 90%的人都是失败的。

如果你用 10%的时间选项目，用 90%的时间做项目，这就意味着你就会成为那个 10%的人，就比那些平平常常的人，收入要高一点。

这个定律你一定要记住，好多人就是浪费在选择上。

所以你不要再优柔寡断了，我希望你赶紧树立自己的目标。

35.搞社群营销赚钱吗？

答：社群营销搞好了，还是非常赚钱的。

线下开个幼儿园，一个小孩，一年收费 1 万，一年收 500 个小孩，年流水 500 万，年利润是多少，不知道。

线上搞个群，一人收费 8000，一年收 500 个小孩，年流水 400 万，年利润至少在 200 万+。

36.为什么很多线上生意干掉了实体生意？

答：商业的本质就是不断追求更高效率的交易。

线上之所以能干掉线下，就是因为它狠狠踩中了一件事儿，交易效率。

所以，你的商业模式一定要不断追求交易效率，不断利他，不断简化，不断方便客户，不断提高客户体验，不断降低客户的搜索成本，才有可能迅速崛起。

37.实体经济好干吗？

答：不好干了。

很多大佬，能把老百姓干的事儿都干了。

他们只能砸老百姓的饭碗。

因为他们没得选啊。

比如烟啊石油啊医疗啊，他们能干吗？

肯定不能啊…… 公众号：文字变现艺术家

实体老板，他们以前都能赚到钱。

就是他们的运气比较好，赶上了时代的红利。

现在没泡沫了，他们都赚不到钱。

现在泡沫没了，你还能赚到钱，说明你确实牛逼。

就像找工作，经济萧条时，你还能轻轻松松找到工作，说明你确实有两把刷子。

38.互联网经济和实体经济的区别是什么？

答：互联网上，3 年就是一辈子，3 个月就是 3 年，

一个项目，要么跑 3 个月赚一辈子的钱。要么跑三年赚一辈子的钱。

千万不要用实体思维，去做互联网！

39.公司想转型做抖音短视频带货怎么做啊？

答：习惯性招兵买马。

现在很多公司在短视频领域非常牛（日引流破千），是因为他们公司 90 后、00 后员工多。

现在很多公司搞不到流量，是他们公司 70 后、80 后多。

类似玩手机，3 到 6 岁的小孩不用教就会。30 到 50 岁的人教也不会。薇芯：2284868566

我这人喜欢逛写字楼。

凡是看到某公司年轻面孔多，我就知道老板很牛；

凡是看到某公司老人多，我就知道其公司距离完蛋不远了。

微信：18486[illegible]859

40.Mona老师，未来实体店的出路在哪儿？

答：你要就是卖体验性的东西，这个互联网替代不了的。

对于体验性的东西，人比较容易上瘾。

对于实实在在的产品，人一般不会上瘾的。

我喜欢做培训，喜欢动脑子，喜欢讲智慧。

我喜欢无形的东西，对于实实在在的产品，我不考虑。

做实体产品，只考虑保健品，还有人吃了喝了上瘾的东西。

41.Mona老师，实体店未来会黄吗？

答：不会。

类似服务式的、体验式的、保健式的，会越来越火。

因为老百姓解决了温饱问题之后，都想花钱舒服舒服。

所以，实体店服务越正规越好，体验感越强越好。

42.为什么任何成功都是从非主流开始的？

答：比如抖音，一开始给人感觉确实非常的非主流，内容和客户群体都比较非主流。

但是你看现在，有很多明星下场，连向太都做起来直播带货，包括东方甄选带起了企业直播风。早已脱胎换骨。

不要小瞧任何一个“非主流”的生意。wx：wzbxysj

朋友发明了一个灭鼠器，成本价在 3 元，19.9 元包邮，在拼多多出了 6 万多单。赚钱，还得有脑子。 他是一天到晚研究怎么灭老鼠。

还有人只生产手机壳，年收入破亿。

大家晓得是哪家公司吧！

43.我有很好的产品渠道，怎么做 B 端生意啊？

答：你要面向 B 端的话，要满足三大需求。

一是显性需求；二是核心需求；三是隐性需求。

显性需求很直白，价格实惠是重点；

核心需求就是你能帮 B 端客户实现招商和转化；

隐性需求的话，就是能不能让你的客户持续赚钱，而且是比较轻松持久地赚钱。

如果你能逐步满足客户的这三大需求，你的企业离爆炸式发展就不远了。

市场上从来不缺客户，就看你能不能精准地集中他们的痛点。

44.Mona老师，我不想上班咋办啊？

答：现在大家想上班吗？

都不想上班。

说白了，上班没钱，不上班也没钱，但是上班还累啊。

开窍之人，就不去上班了。

你要是开始在网上或地面捣鼓点儿啥，大钱没有，反正也饿不死，轻轻松松。

这种心态好吗？

肯定好啊，最起码焦虑没了，迷茫没了，困惑没了……

45.我今年 34 了，每天感觉特别焦虑咋办？

答：99%的人，注定都没啥出息，焦虑个锤子啊？

把自己该做的，做好就行了。

人生最重要的事儿只有一个：填饱肚子。

上帝保佑吃饱饭的人。

为什么你焦虑啊？

不认命啊。

老是去求不属于自己的东西。

提前认命，提前解放。

不要被某些文化洗脑。





46.现在互联网行业是不是特别内卷厉害？

答：内卷的非常厉害非常厉害，很多大佬都把老百姓都饭碗抢光了。

不要说高大上的项目了，连下三滥一类的项目都极度内卷。

现在是和尚多馒头少。

人人都迷茫，焦虑，不知道做什么。

线下的生意哀鸿遍野。

线上的生意大家啊，也是硬撑。

我去创业园转了一圈，99%的楼都空了。

唯一没空的楼，就是拿创业补贴的关系户。

没人管没人问的野孩子，只能偃旗息鼓退避三舍。

下一步他们准备怎么跑啊？

他们说不想了，太痛苦了，我去躺平了。

躺平看似舒服，其实更难受。

因为你车贷啊房贷啊，总得还啊。

内卷厉害是人人都想轻松赚钱，你要考虑下怎么跟别人不一样。

荒野山村无人区是不内卷，但啥都没有，也发展不起来经济。

人越多的地方，路越窄，路越窄，也意味着这个赛道流量异常凶猛，我们还是得在这里面咬下一块属于自己的肉。

wx：wzbxysj

互联网领域成功不需要很多次，一辈子成功一次就够了，成功一次够吃三辈子就行了。

47.Mona老师，一辈子卖什么赚钱？

答：技术培训+推广培训+价值主张。

其实赚钱的逻辑很简单，永远赚别人看不见的钱。

真正赚钱的东西，永远看不见摸不着。

看得见摸得着的，显而易见的暴利项目，并不赚钱。

48.为什么要做看不见摸不着的生意？

答：看不见摸不着的生意都非常暴利。

在喜马拉雅 fm，锁定卖点后，有 1 万粉丝，至少年赚 10 万；

有 10 万粉丝，至少年赚 100 万；

有 100 万粉丝，至少年赚 1000 万。

在喜马拉雅 fm 领域，《梁冬私房笔记：庄子的心灵自由之路》年收入是千万级别的，这得让多少做实体的老板想跳楼……

49.为什么拼多多能够迅速崛起？

答：成为百亿公司，阿里用了 8 年，腾讯用了 7 年，拼多多只用了 3 年时间就做到 1800 亿市值。

黄铮对于拼多多的定位是非常清晰的。

拼多多不做第二个阿里，拼多多和淘宝是错位竞争，争夺的

是同一批客户的不同需求。

有错位才会成长更快。

你打你的，我打我的，与其更好，不如不同。

当大家都在嘲笑拼多多的商品有多低端时，却忽略了一个事实：中国接受高等教育的人口还不足 2.5 亿，没坐过飞机的人口超过 10 亿，6 亿人口每月人均收入不足一千多，中国有数亿地地道道的农民，他们不需要品牌，不需要 logo，但是需要便宜实用的产品。还有老一辈父母，勤俭节约习惯了，他们也只想买物美价廉、性价比高的东西。薇芯：2284868566

拼多多就是挖掘这个群体的需求，做了精准定位，拿下了被阿里、京东两大电商巨头所忽略和抛弃的空白市场。

后来，越南有一家企业复制了拼多多，用了一模一样的商业模式，做得也很成功。

50.在拼多多做生意成功的秘诀是什么？

答：做拼多多，必须有非常廉价非常廉价的货源。

如果没有非常廉价非常廉价的货源，根本赚不到钱。

很多产品，拼多多上卖 10 元，跟淘宝上卖 22 元的，完全一样。

背背佳，我在淘宝买的 299，我在拼多多买的 69。

包装与质量，一模一样。

这些廉价的货源，可以考虑收购库存。

所谓的垃圾，不过是放错了地方而已。

51.Mona老师，知识付费还有市场吗？

答：还是很有市场的，现在失业的人很多很多。

失业的人越多，做知识付费越赚钱。

人失业了才焦虑，焦虑了才充电。

学霸找不到工作会去考研，考证。

学渣找不到工作会去送外卖或在家学习。

更多的人找不到工作是这样：在家焦虑，在网络上焦虑。

52.Mona老师，软文赚钱的秘密是什么？

答：我的秘密就是在朋友圈（**1848636859**）、公众号（营销书刊）实实在在分享干货，而不是单纯只做信息差循环。

在衣食无忧的前提下，尽量做原创，尽量做品牌。

原创作品写多了自然出名，出名了自然有钱。

靠信息差循环赚钱，出名了，项目也就死了。

道理人人都知道，不知道为什么，很多人还是选择了粘贴，复制，循环信息差，收钱。

穷人的短视导致他们一辈子都忙忙碌碌，不忙了立马就没收入。

富人的原创看似缓慢，人家做的是管道系统，年龄越大，名气越高，自然流量自动化，收入自动化。

wx：wzbxysj

我对自己的要求就是做营销、智慧、人性一类的原创软文，其他的软文不碰，一辈子有一个绝活就行了。

绝活多了 **100%**会饿死……

53.为什么卖什么都不如卖智慧？

答：现在，很多西方人开始看《孙子兵法》，学习中国传统文化。

因为洞察事物发展规律和轨迹的智慧，早在几千年前，在中国就已经发展得很成熟了。

智慧是可以跨越时间和空间形成世界级影响力的。

我的使命就是一辈子传播智慧，传播智慧一辈子。

真正改变我们命运的是网络上的陌生人，而不是身边的熟人！

类似我的个人微信（**1848636859**），一般人都舍得分享给身

边的熟人！

他们深谙赚钱就是循环信息差，有多少财富就有多少秘密！

我的粉丝构成是这样的：姐姐告诉弟弟，弟弟告诉妹妹，老公分享给老婆，而不是同学告诉同学，同事告诉同事……

54.Mona老师，怎么才能搞到钱呢？

答：跟着趋势走，你才能搞到钱。

什么叫大趋势？

流量在哪儿，趋势就在哪儿。

趋势在那儿？肯定在有流量的地儿。

在地面，大城市有流量；

在网上，抖音有流量。

很多人发财，都是发邦外之财，这个邦外，就是流量池。

熟悉的地方没有风景。

我就是到了深圳，才改变了命运。

此生，不到深圳，现在我还在街头要饭呢。

很多人去淄博吃烧烤，真正去吃烧烤的有多少人？

大多数人，都是为了去找财富密码。

这个财富秘密就是哪儿有流量，哪儿就有财富。

55.为什么很多员工越来越害怕老板出去学习？

答：很多老板今天学这个底层逻辑，明天学那个顶层设计，啥也没学透，回来总想搞点新花样，最后业绩没增长多少，员工反而被折磨得苦不堪言。

这样的学习，基本都是自己忽悠自己，治标不治本的。

说实话，市面上很多课程，也不过讲一些满足人劣根性的东西。

比如：

什么发家致富的 35 个终极秘诀啊；

什么高手秘而不宣的 35 个终极法则啊；

什么牛人都在悄悄践行的 35 个逆天改命的小常识啊。

我做了 10 多年营销，这些把戏，我熟，对于类似的文案，我早就免疫了。

不过韭菜一年一茬，人的劣根性是什么，营销就是什么。

尽管我不喜欢这句话，但这句话就是本质中的本质。

以后大家无论学谁的课程，抓住一个点：他是如何满足人的劣根性的？

这个点学透了，你一定可以练就半秒看透事物本质的绝活儿。

希望在看本书的你，做真正的人间清醒，看清现象，挖透本质。

56.Mona老师，学习可以改变命运吗？

答：答案是肯定的。

改变命运的前提是什么？

知道自己学什么。

学出卖体力，多是社会底层人士；

学卖产品，多是小康人家；

学卖服务，多是稍有成就的小商人，小个体户；

学卖智慧，多是受过高等教育或眼界比较高的枭雄。

学什么得什么，得什么有什么，共勉之。

57.我们想直播卖货，底下的加盟商反对咋办？

答：加盟商反对的不是你的直播，是反对你的动作触及了他们的利益。

如果你给他们带来更大的利益，他们肯定是支持你做。

类似董明珠当时做直播，也受到了加盟商的反对。

wx：wzbxysj

为什么后来加盟商都大力支持她做直播？

因为董明珠搞了一个策略，就是让经销商给有价值的客户发一个渠道码进的直播间，客户进去以后就是董明珠给大家讲

各种产品。这个渠道码，能够追溯到客户是从哪个经销商那儿来的，出单以后再给经销商分钱。公众号：文字变现艺术家

这个模式就叫：经销商做价值引流，董明珠做价值变现。

如果你通过打造直播间能够给加盟商带来很多客流，提高他们的收入，让他们赚更多的钱，他们自然会支持你。

58.为什么老板永远不要离开一线？

答：老板离开了一线，意味着脱离了市场。

为什么很多大企业，柯达、诺基亚走了下坡路？

就是老大没有看清未来的趋势，没有及时调整企业发展的战略方向。

方法错了，没关系，可以学习、复盘、改正。

方向错了，就是灾难。

老板离开了一线，公司距离完蛋就不远了。

59.Mona老师，你在公司一般做什么？

答：我不擅长的事儿，我不会去做的，也不会去学。

我啊，主要做人与人之间的链接，循环人与人之间的信息差。

更多时候，我都是喝茶，晒太阳，聊天，冥想，做战略。

我的目标就一个：研究怎么日赚 10 万元。

日赚 10 万，一年才赚 3650 万、年赚 3650 万，并不多（原谅我说话狂妄， 我确实觉得年赚 3650 万不算啥事儿）。

我们想年赚 10 万，我们的竞争对手就多。

我们想年赚 1000 万，我们的竞争对手就少。

赚钱就是找竞争对手为 0 的行业(或竞争对手非常少的行业)。

我赚到了 3650 万，我会把这 3650 万，全花在看不见摸不住的地方。

赚钱，也要赚大家看不见的钱。

大家都看到的钱，就是炸弹……

60.为什么说拒绝改变就是在拒绝机会？

答：以前有一家互联网公司，非常牛逼，雅虎。

为什么后来销声匿迹了？

雅虎之前做的业务是将网上能搜索到的各大网站链接到索引项里，后来互联网时代到来，大家不再满足于索引。

当时有家小公司，是做自动抓取信息技术的，想把这个技术卖给雅虎，被雅虎拒绝了。结果，这个技术成就了一个新的互联网巨头：谷歌。

后来雅虎想提升下国内市场的竞争力，打算收购百度，价格没谈好，也就没收购成功。

再后来，雅虎要收购脸书，双方谈好了价格，在交易前夕，雅虎又临时压价，最后脸书也没收购成。

如今，被雅虎错过的公司，都成了互联网巨头，雅虎却销声匿迹了。

老板一旦跑错了方向，错过了机会，所有的努力都没有任何意义。

61.怎么把握什么是变，什么是不变？

答：所谓的变，就是不变；所谓的不变，就是变。

变与不变，在很多时候，是可以相互转换的。

很多人好奇我能坚持十年如一日的讲课，有什么秘诀？

wx：wzbxysj

我喜欢玩量变质的游戏。

我相信他们慢慢会理解我的，就算他们不理解我，也不耽误我吃饭睡觉。

行走江湖，我早习惯了目中无人。

世界上唯一不变的就是变。

有些企业完蛋了，有些企业还活着。

活着的企业，在不变中求变（保守性进攻：量变质）。

挂掉的企业，在变中不变（进攻性保守：形式变，内容不变）。

有的人活着，它已经死了。

有的人死了，它还活着。

企业，又何尝不是这样？

添加我的微信（1848636859）：

第三章：顶级营销心法

62.Mona老师，怎么做个人品牌啊？

答：个人 IP 的本质是什么？

就是客户选择你的理由。

客户选择你的理由越充分，你的个人 IP 就越强。

个人 IP，说白了，客户为什么选你而不选你的竞争对手，你把这个弄明白了，你的个人 IP 就出来了。薇芯：2284868566

为什么我们一想到财商，就想起《富爸爸穷爸爸》，就想起罗伯特清崎？

因为他所有的书，无论写什么，都是围绕财商，他的内容非常垂直。

你是谁，你是做什么的，大家一定要反复说，用 100 个 1000 个小故事说。

大家想做个人 IP 的话，一定要模仿《富爸爸穷爸爸》，弄出一个系列持续轰炸！

63.Mona老师，小白怎么赚钱啊？

答：小白一般是赚不到什么钱的，除非你考虑好：你的目标

是什么？你的标准是什么？你的对标对象是谁？先考虑清楚这 3 个问题再说。

64.为什么百果园的门店能突然开得又快又多？

答：开店，最大的成本就是资金成本。

百果园说了，开店这事儿，跟我没毛线关系。

说白了，百果园做了一件事儿，就是把开店的成本分摊给员工，让员工成为自己的合伙人，教员工开店做生意。

总部只拿收入的 30%，其他 70%都归合伙人。

企业想要迅速扩张门店，需要大量的资金；

个体户没有品牌的支持，开的很容易倒闭。

百果园就是利用自己的品牌影响力，做了资源整合，门店才爆炸式增长的。

66.抖音视频怎么做涨粉最快？

答：未来，所有的流量都会跑到视频端。

不跑视频，搞到流量会非常难非常难。

记住：跑视频，只能讲故事，不能讲道理，一讲道理，流量

就消失了。

67.为什么赚大钱的人都是讲故事的高手？

答：解放思想的前提是什么？

吹牛逼，务虚。

赚小钱是具体问题具体分析。

赚大钱是在具体问题具体分析的前提下，能虚构出来一个故事又一个故事激励自己探索未知的事儿。

小成者做事，中成者做局，大成者做势。

讲什么故事，就有什么事，什么局，什么势。

年赚百万能理解故事，年赚千万能理解局，年赚破亿能理解趋势与坐庄……

68.为什么不要看电影电视剧刷抖音啊？

答：故事听多了，自然会讲故事；

电视电影看多了，反而懒得说话。

故事是框架式的；

电视电影短视频是碎片式的。

一个人积累的框架多了，讲故事呀写东西，随便弄弄就完事儿。

一个人电视电影看多了，确实不知道自己能干啥。

大家要多在抖音上发视频讲故事，不要在抖音上刷视频。

自从戒掉电视剧和刷抖音，我就习惯性听自己想听的东西，听多了，不知不觉也就成了所谓的专家。公众号：文字变现艺术家

所谓的专家，不过是比人听的故事多点儿，写的故事多点儿，

此外，就没啥了……

69.为什么有很多家长相信全脑开发啊？

答：全脑开发，非常烂非常烂的一个项目！

为什么有人还是做到了年赚千万？

就是他知道很多烂人想一目十行过目不忘？

所以就一直给他们坚持讲故事。

能做到一目十行过目不忘的人多吗？

多呀。

这种技能可以提高学习成绩吗？

100%不能。

关键问题是什么？

傻逼客户觉得能。

大家晓得了讲故事的重要性了吧！

70.朋友圈的赠品一般送什么好啊？

答：一般就是送 PDF 或 TXT 格式的电子书最好。这些电子书，都是讲怎么发家致富或投机取巧以及四两拨千斤的故事.....

wx：wzbxysj

人不会给干货买单，但一定会为故事买单。

你多讲故事赚钱的多；

你多讲干货白嫖的多。

想吸引转账的，就讲故事。

想吸引白嫖的，就讲干货。

71.Mona老师，为什么老板要不断升维？

答：商业的竞争本质是脖子以上的竞争，老板只有站在未来看现在，锻炼出以终为始的思维模式，才能不断取得商业上的成功。

老板只有升维，才能降维打击，才能在市场上捞到钱。

72.为什么高手一直追求不变的东西啊？

答：做生意有 3 种境界：

第一种是追风口。

很多人能看到风口和趋势，追不到第一轮，那就追第二轮，第三轮，混点汤喝。

第二种是等风口。

就是通过对趋势的洞察，预知了未来的发展，然后有战略有定力地去做难而正确的事儿，等待风口到来。

真正的高手，除了关注风口，更关注那些不变的东西。

对于非常暴利的项目，高手习惯性思考：它是不是泡沫？是不是忽悠？是不是昙花一现？10 年 100 年后，它还在吗？

所谓的不变，就是客户的需求和人性。

本质的东西，是有限的，是千年不倒，是万年不变的。

变化的只是工具手段，关注不变才是基业长青的关键所在。

73.为什么很多奢侈品店顾客很少却没倒闭呢？

答：他们赚的是“看不见的钱”。

奢侈品品牌入驻顶级商圈，议价权不在商圈，而在品牌。

很多商圈，为了让 LV、爱马仕、香奈儿等奢侈品品牌能够入

驻，甚至愿免 3 年房租，并承担装修费。

因为这些品牌够值钱，只要它们开着门，就是这个商圈的流量招牌。

记住，谁更稀缺，谁就更有价值。只要你没有价值，获取资源就千难万难。只有你足够有价值，所有的资源都是免费的。

换句话说，只要你有流量，找你合作的人、主动送钱的人，就会成群结队地出现。

74.为什么谁离客户近，谁就能赚大钱？

答：现在我们进入了客户稀缺的时代。

产品严重过剩，但是客户总量却没有变多。

大家都知道，全球 80%-90%的苹果手机都是由富士康代加工生产的，但是客户买手机的时候，不会关注这个手机到底是怎么来的，他们只关系自己买的是苹果的手机。

结果苹果公司成了全球最值钱的公司之一，富士康却有很多员工跳楼了。

只要你是做销售、做渠道、做品牌，你就离客户近；

只要你是做生产制造、原材料加工，你就离客户远。

离客户越近，利润越高。

离客户越远，利润越低。

75.为什么商业的本质就是争夺话语权？

答：白象方便面火了，但是超市 70%的终端货柜还在统一和康师傅手里。

你标榜健康非油炸又怎样？

你零污染又怎么样？

你不含重金属又怎么样？

反正白象火了，线下依然很难买到。

说白了，就是没有商业话语权。

美国有话语权，说伊拉克有大规模杀伤武器就打伊拉克。

后来发现没有，没有就没有吧，反正伊拉克已经死了很多人，一个国家也没了。

总之，想成为大师，必须习惯性丧尽天良。

丧尽天良了才能做到实事求是，如是我闻。

这时人没了感情色彩，看问题还是比较歹毒的，一语定乾坤。

只是这样的大师太少了，实事求是反而赚不到钱。

所以为了赚钱，在客户面前，他们追求追求无我、建立自我。

总之，就是为了赚钱不择手段。

有钱了，经济基础决定上层建筑，我就有了话语权，有了话语权自然在各种各样的媒体露露脸吹吹牛逼就能赚钱。

76.为什么牛逼的老板都是顶级的营销高手？

答：一提到罗永浩，很多人脑海里立马浮现出一个诙谐幽默、有理想有情怀的中年大叔形象。罗永浩不管是做手机还是做直播，都有很多人为他这个人买单。

一提到俞敏洪，我们就想到一个踏实、实干、睿智的企业家形象，不管他做新东方，还是做东方甄选，都有很多人支持他。

一提到雷军，他在大众心目中永远是实诚、随和、亲民的，每年他的年度演讲，都会吸引一大批忠实的米粉。

中国牛逼的企业家都是顶级的营销高手，他们都在营销自己的个人魅力，个人影响力。

wx：wzbxysj

无论他们做什么，都是一呼百应。无论他们卖什么，都是无数粉丝响应。

很多老板是自己不懂营销，找来一个营销团队，企图通过外界把公司的营销做好，结果团队只是拿走了钱，却没有啥效果。

告诉你一个残酷的事实：

真正有营销能力的人，他是基本上不会跟人合作的，都自己干了。

77.蒙牛的牛根生是怎么做营销啊？

答：当年，蒙牛打出的广告是：蒙牛甘做内蒙古第二品牌，蒙牛向老大哥伊利学习。薇芯：2284868566

看似是俯首称臣的小弟，实则是巧借伊利的名气谋上位。

后来，蒙牛还在包装盒上印上：向伊利学习，为民族工业争气。

这两年，蒙牛又借势营销，推出一款：押题奶，它的广告语也非常接地气：蒙什么都牛，做什么都对。

学营销，同行是最好的老师，广告是最好的教程。

一个人看懂了广告，也就看懂了营销法则。连广告都看不懂，真没必要创业……

78.杜国楹和史玉柱是怎么做营销的？

答：今年过节不收礼，收礼只收老白金。这是史玉柱的洗脑话术。

背背佳、好记星、E 人 E 本、8848 钛金手机、小罐茶。都是出自杜国楹之手。

他们为什么这么厉害？

因为他们善于从人性的弱点中寻找痛点。

他们所有的产品里卖的最好的都是人性。

他们都是人性的大师，眼睛都长在别人身上，每天都在琢磨着别人缺什么、别人需要什么。

说到底，卖的都是人性。这和骗子的底层思维逻辑区别不大。

骗一个人就叫骗子，骗所有人那叫营销，而且还是合规合法的赚钱。

79.为什么说做营销就是搞流量？

百度啊抖音啊，他们能活下来，是因为有流量。

淘宝和京东，他们在财务方面，最大的支出依旧是花钱买流量。

史玉柱说：日收入的 40%，用来买流量，这是营销公司必须遵守的常识之一。

80.为什么不懂营销的老板不是好老板？

答：商业战场，你死我活。

瑞幸咖啡能快速占领市场，靠的就是“邀请好友喝一杯”。

庞大的当年也是从邀请好友“砍一刀”迅速崛起的。

现在最低成本的营销就是客户裂变，设计一套裂变机制，让一大批人参与进来，推广给更多人，迅速在全国倍增盈利，做增量市场。

一句话，没有一个优秀的企业家是不懂营销的。

不懂营销的老板，不是好老板。

81.为什么很多人学不会怎么做营销？

答：他们没有天天做营销。天天做营销，营销还难吗？天天写文案，写文案，还难吗？天天研究人性，人是什么玩意还用问吗？为什么说话简单啊？咱天天说话。为什么走路简单啊？咱天天走路。公众号：文字变现艺术家

82.Mona老师，你做营销的秘诀是什么？

答：我做营销的秘诀就是实实在在释放价值。

我是一个什么样的人，我就说什么样的话。

我从搞培训到现在，都没有引导过人买单。

都是属于别人主动给钱的那种。

包括找工作，也是被动的，别人邀请，就过去了。

因为他们知道，我愿承担风险。

挂了，不找他们麻烦。

83.为什么说后端服务绝对不能外包出去？

答：1、所有的利润都在后端。谁能做好后端服务谁就等于拥有了自动赚钱机器。我们的后端服务外包出去，我们就懒得学习专业知识，只想追销，只想利润最大化。这样很容易激发自己的恶。凡事从商业角度出发，慢慢没了人性，内心扭曲，肮脏不堪。

2、从法律角度而言：自己做流量自己做服务，属于民事案件，一般花钱就能解决，风险具有可控性；如果是跟人合作，只要有一个人不遵守游戏规则，比如客户不满意，他不退款。这就成了合伙诈骗，直接属刑事案件。花钱解决不了。牵一发而动全身，一损俱损，一荣俱荣的游戏永远不要参与。人是自私的。没有监督规则的声明不过是纸上谈兵，空中楼阁，不着实地。人啊，还是必须高度务实，实事求是。

wx：wzbxysj

3、　赚钱的秘密就是用10%的时间做流量，90%的时间做后端服务。服务就是流量，流量就是服务。单纯为做流量而做

流量已彻底失去了意义。参考《以客户为中心》就知道后端服务到底有多重要。

总之，现在你做什么，你必须成为这方面的专家。放弃路径依赖系统，逼自己去学习，逼自己去蜕变才是王道！

穷则变，变则通，通则久。

山穷水尽疑无路，北斗旋转问乾坤。变则有路路有别，庙算八方方通达。

共勉之。

84.星巴克靠什么赚钱啊？

答：星巴克不仅赚卖咖啡的钱（看得见的钱），还赚房租钱（看不见的钱）。

别的咖啡馆房租成本大概在 **25%**左右，星巴克只有 **5%-10%**。

星巴克 **2/3** 的利润来自房东的返租。

星巴克在哪里，哪里就有流量，有流量，商圈的价值就会升值。

商圈可以不赚星巴克的钱，但是可以把星巴克旁边的商铺增值租给别人。

这就是为啥你开咖啡馆不赚钱，星巴克却赚得盆满钵满。

85.瑞幸咖啡靠什么赚钱啊？

答：瑞幸咖啡是靠咖啡赚钱的吗？

也不是。

实际上，瑞幸每卖出一杯咖啡就亏 7 块钱，它并不靠这个赚钱。

瑞幸靠朋友圈、小程序、B 站、小红书引流，咖啡只是它的引流产品，目的是吸引一批年轻人，再根据这类年轻人卖周边其他产品、服务，包括烘培产品、品牌周边等。

谁把握住年轻人，谁就把握住了未来。

瑞幸就很会把握年轻人。

微信：18486368597

86.蜜雪冰城靠什么赚钱啊？

答：你以为蜜雪冰城是靠 4 块钱一杯的柠檬水挣钱啊？

薄利多销只是表象。

人家蜜雪冰城真正赚的是加盟商的钱，这个才是利润大头。

蜜雪冰城是中国门店数量最多的茶饮品牌，你想想，光开一家店，就需要从总部采购食材、设备、耗材。

仅仅食材这一项，就占了蜜雪冰城主营收入的 70%左右，三项叠加营收占比近 94%。

wx：wzbxysj

蜜雪冰城还特别会搞营销。

产品比别人更优惠，还时不时搞免费、促销、打折、买一送一、二人同行一人买单、会员、积分、小礼物、线上互动、洗脑神曲……

这就是为啥很多商业街之前火爆的奶茶店生意那么好，蜜雪冰城一来，就全部倒闭。

87.为什么腾讯有了 QQ 还要推出微信？

答：自杀叫重生，他杀叫淘汰。

之前大家都在用 QQ，有了微信以后，除了发一些重要的文件，用 QQ 的次数越来越少，微信朋友圈代替了 QQ 空间。

腾讯这样的做法是自杀，也是重生。

你想想，如果微信不是腾讯公司的，而是别的公司的，现在腾讯还会是互联网的巨头吗？

88.抖音是怎么出现的？

答：抖音的现任 CEO 张楠，她是一个运营高手。

她最早发现今日头条上越来越多的人不看文字，只看视频，所以就一口气做出来火山、西瓜和抖音三个平台，就看哪个能起来。

后来的结果大家都知道了，抖音接替了今日头条，成为字节跳动旗下的王牌。

现在的智能手机，无论是三星、苹果还是华为、小米，短则数月，长则一年，就会推出新的机型，款式和功能。

因为任何产品、技术、模式，都有生命周期的，必须创新和迭代，千万不要等你的产品业绩下滑衰退以后，再去布局新的产品，那时候已经来不及了，容易被竞争对手杀个措手不及。

类似我做营销，就逼着自己每月出 2-3 套新的电子书课程。

在这个时代，与其担心别人干掉我们，不如我们自己先把自己干掉，这就是蜕变重生！

89.为什么要在产品卖得最好的时候更新迭代？

答：你要记住一点，任何东西都有生命周期的，任何东西发

展到巅峰，就意味着开始衰退，开始走下坡路。

这是规律，不以人的意志为转移。

创新就是试错嘛，你等团队士气低落，资金也开始短缺的时候，再去创新，怎么能做好呢？

如果一个公司，资金充足，愿用一年的时间试错，这个公司是可以成神的。

你千万不要等衰落到底的时候再开始重新布局，太晚了，要是再不赚钱大家就慌了。

这一慌，也就完蛋了，因为第一步错了，后面会一直错下去……

90.为什么要习惯性多看失败案例？

答：失败的案例看多了，做事儿就越来越把稳；成功励志的故事看多了，无论做任何事儿，危机意识不强。

我的危机意识非常强，就是我的一生，实在过于窝囊，遇到不如意的事儿太多了。薇芯：2284868566

为什么越来越坚强？

除了坚强，别无选择。

有人遇到自己解决不了的问题，还能哭还能走回头路，我是多么羡慕他们。

羡慕之余，也有鄙视。

人生原本就是开弓没有回头箭，当一个人习惯性沉溺于过去时，就说明他已经输了……

91.为什么年轻的时候要多试错？

答：多试错才有机会，人生没有回头路。

我敢让年轻人试错，不敢让超过 30 岁的人试错，他们的钱来得太不容易了，这意味着他们一定要赢。

现在我啊，也偶尔试错，不过这个试错，成了或败了，都是我自己的。

成年人的奔溃，永远都是悄无声息的……

92.为什么要养成随时充电的习惯？

答：养成充电的习惯=永不失业；

时刻保持危机感=基业长青。

上班族，每天下班了，便去充电，失业会一直距离自己很遥远；

创业，永远都有危机意识才能天天有饭吃。

任何人，一安逸，皆完蛋。

在我眼中没有什么大神呀小白呀。

我们是什么？

是我们自己定义的。

我对自己的定义是什么？

平平凡凡简简单单的人，一生一世做营销，一生一世做减法系统，一生一世做一对一咨询。（V信：**1848636859**）我的生活非常单调，尽管单调无聊，我还是怕人打扰我。以前有人找我玩，我一般会去，现在任何人来找我玩，皆婉拒。

我怕停止前进公司就会完蛋。

日夜兢兢战战，战战兢兢，如临深渊，如履薄冰。

很多学员比我学历高，颜值高，智商高，却没有我赚钱多。

何故？

我能沉淀下去，很多人老是想浮在水面。

浮在水面的多是油星儿，看起来光鲜亮丽，却并无屌用……

93.怎么让客户认识我们记住我们啊？

答：卖点唯一，快速占领客户的心智模式。

就像我们熟悉的海飞丝、潘婷、飘柔、沙宣、霸王等等，无

论是柔顺、去屑、护发还是防脱发，其实95%的洗发水他的功能都一样，但是它给消费者带来的认知却不一样。

也就是卖点唯一，大家才能记住你。

卖点多了，大家就记不住你了。

有个学员跟我说，他们卖养生茶，他跟我说，我们的养生茶很好，能提神醒脑、助眠安神、抗衰美颜。

我觉得很奇怪，一个产品怎么能既提神醒脑，又助眠安神呢？

这也是很多老板会犯的毛病，巴不得一个产品弄出来能满足所有人的需求。

人的核心竞争力不能太多。要是人的核心竞争力太多了，就表示没有核心竞争力。

wx：wzbxysj

产品也一样，有一个卖点就行了。

什么卖点都想要，就什么都买不好。

长期持有减法系统才能做到真正意义上的专注和聚焦。

94.为什么卖点要具有唯一性啊？

答：很多人不出单，就是因为卖点多，流量渠道多，运营系统多。

要他做减法，不舍得。

卖点具有唯一性，这句话稀松寻常，不过做到的实在凤毛麟角。

类似自律呀节制呀，这些词儿，我们听多了，恶心头疼。

为什么恶心头疼？

大道至简，简则等于难难难。

有个工厂，是卖钓鱼钩的，每天销售量是 2 吨。要是他什么都卖，公司能存在 2 年，便谢天谢地……

95.怎么提升核心竞争力啊？

答：一辈子只循环一个动作，没人复制你。要是一辈子循环无数个动作，任何人都可以复制咱。要是人人都可以复制咱，咱的核心竞争力就没了。

96.为什么高手都在做减法啊？

答：公司赚钱了，要继续做减法，继续做断舍离。

全球，没有一家公司复制吉利刀片。

为什么呀？

它把门槛提高了。

1、技术研发永远没停过；

2、长年累月地对着这个口子轰炸；

3、永不增加卖点。

这 3 条，都是反人性的。

所有的成功都是反人性的。

97.为什么高手永远不做加法系统啊？

答：只有一个卖点=年赚 1000 万；有 2 个卖点=年赚 50 万；

有 3 个卖点=年赚 3 万。公众号：文字变现艺术家

赚钱从拒绝诱惑开始，赚钱从拒绝贪婪开始。

永远不要做加法系统，

习惯性做减法系统才是王道。

人过 30，必须天天做减法。

减到啥程度？

一辈子做一件事儿，一件事儿做一辈子。

98.为什么王老吉能火遍大江南北啊？

答：王老吉能从年销售额 200 万涨到 200 亿。

包装没变、配方没变，唯一改变的，就是它的广告词。

王老吉原来的广告词：健康家庭，永远相伴。

没有给人留下什么印象，健康这个词太空洞太广泛了，形不成啥记忆点。

后来变成“怕上火，喝王老吉”，定位一下子就清晰了。

大家吃火锅啊、撸串啊、吃油炸食品啊，都习惯性喝王老吉，因为中国人都怕上火嘛。

广告一变，市场一片。

产品卖得好不好，跟产品本身没关系，跟客户对你的认知有巨大的关系。

99.为什么赚钱要顺应客户的认知啊？

答：N 多年前，太阳神出了一款牙膏，号称能减肥，没人相信。太过于挑战认知了。

霸王防脱洗发水，他们团队研发了一款凉茶，卖得特别惨，大家都觉得这凉茶里有股子洗发水味儿。

还有俏江南，给人的感觉是做江南菜的，其实人家是做的是川菜，无形中也增加了客户的理解成本。

wx：wzbxysj

现在张兰和汪小菲做麻六记，听起来就顺耳多了。

赚钱就是顺应客户的认知，而不是挑战客户的认知。

100.如何占领客户的心智模式啊？

答：不断重复一句话，不断用这句话来占据客户的心智模式。

参考：

今年过节不收礼，收礼还收脑白金。

瓜子二手车，个人直接卖给个人，没有中间商赚差价。

步步高点读笔，哪里不会点哪里。

58 同城，一个神奇的网站。

挖掘机技术哪家强，中国山东找南翔。

大宝，天天见。

恒源祥，羊羊羊！

添加我的微信（1848636859）：

第四章：顶级定位心法

101.为什么商人必须学会定位？

答：定位解决了，产品一半的问题就解决了。

比如我是搞培训的，我就只关注搞培训的同行，且在他们哪儿买单，不在他们哪儿买单就不知道他们是怎么做后端服务的。

很多东西只有自己实实在在体验过才有发言权。

人必须学会定位，我对自己的定位搞培训；

人必须学会聚焦，我聚焦的点是什么？

围绕营销写作讲课，日夜循环之，日夜浇灌之……

102.做什么样的行业最暴利啊？

答：我是商人，常常在街头溜达，看“同行”是怎么赚钱的。

赚钱，在我看来便是卖。

卖=卖体力卖产品卖服务卖智慧。

卖体力=干工地、干搬运、干快递。

这个行业，随着年龄的增长，人越来越不值钱。

从事这个行业的，整体学历不高。

卖产品=卖吃的，卖喝的，卖穿的，卖用的。

这个主要看产品定位与垄断的网点多不多，尤其是吃的喝的，得看回头客多不多。

穿的用的不追求回头客，只追求市场覆盖率与美誉度。

这个行业的人赚钱不赚钱，看大环境看趋势。

卖服务=按摩，针灸，整容一类的。

这个行业需要一定的技术门槛。

技术牛，便可长期干。

技术不牛，想赚到钱非常难。

属于越老越吃香的行业。

卖智慧=卖教育+卖培训+卖信仰。

这个行业是成本最低的，也是最赚钱的行业之一。

wx：wzbxysj

卖时，考虑 3 个点：

1、我是大师大神吗？

2、大师大神愿跟我合作过？

3、如何做好后端服务增加回头客。

很多人，养个少林和尚招生卖武艺，年赚百万者有之，年赚千万者有之。

有人赚钱是养自己，有人赚钱是养别人。

养=养幕僚+养专家+会吃饭的机器+深谙帝王之术与黄老之道。

大家想赚钱，去搞培训试试。

一辈子做培训，培训做一辈子。

爱学习的人太多了，只要你擅长讲课，就能赚到钱。

103.达芙妮这个品牌为什么黄了？

答：产品定位不清晰。

一开始，达芙妮的鞋是卖给都市白领的，很多大学毕业生踏上职场的第一双鞋就是达芙妮。薇芯：2284868566

后来宣扬“漂亮不打折”的达芙妮，几乎一年 **365** 天都在做打折促销活动，结果就是菜市场买菜的阿姨也脚踩达芙妮。

慢慢的，追求精致的都市白领就抛弃了这个品牌了。

104.为什么说品牌只能为特定人群服务？

答：一个品牌如果为所有人群服务，这个品牌就消失了。

比如网上有个段子：开奔驰的叫城市精英，开宝马的叫暴发户，开奥迪的是体制内的人，凯迪拉克的车主最爱去夜店。

任何一个品牌背后都有一种身份认同感，都是对一个群体的识别。

品牌定位咬死了，就不要变了。

要是一直变来变去，就会把前面积累的客户给弄丢了。

卖点具有唯一性。

品牌关键词具有唯一性。

切记，切记！

105.怎么做品牌营销啊？

答：记用 365 天的时间去推广一个产品，不要用 365 天去推广 365 个产品，这就是品牌运营，这就是品牌营销。

106.做项目最难的是什么？

答：做项目，推广不难，成交不难，最难的是项目定位。

跨境电商最难的就是产品定位。

似乎什么产品都有了。淘宝、阿里巴巴、义乌购，似乎我们想要的东西上面都有。

eBay、亚马逊上也是应有尽有。

也就是做看得见摸得着的产品，可复制性实在太强了。

这说明我的精神鸦片定位法还是正确的。

我们要继续坚持此路线！

107.怎么找到暴利的项目啊？

答：所有的暴利项目都是看不见摸不着的。

看得见摸得着的产品越来越没价值。

你想挖掘暴利项目锁定 3 个点：1、卖服务；2、合情合理合法；3、能长久做。

符合这 3 个点就做，不符合这 3 个点就不做。

做项目不难，最难的是定位，最难的是锁定项目，大舍大得，大开大合，习惯性一动不动，从一而终！

108.怎么找到客户的痛点对症下药啊？

答：很多人不知道客户的痛点怎么找。

因为他们分不清楚两个概念，一个叫推销，一个叫营销。

推销就是不断介绍自己的产品有多好；

营销就是挖掘客户的真正需求，一针见血地解决问题。

首先，你要定位你的客户，其次要定位痛点，然后定位价值，最后才是定位产品，这个顺序千万不要搞错了。

《定位》这本书，我以前推荐过多次了，读不读是自己的事儿。

现在又忍不住推荐给大家 2 本书《创业就是要细分垄断》（作

者李开复、汪华、傅盛）、《小众行为学》（ 詹姆斯哈金著）。

很多时候，不要盲目地干。

是定位好了，方向对了，头脑中，战略方针与执行模式有了再说死磕兼自残。

盲目干，还不如卖个爱奇艺会员刷电影。

现在我刷电影，都是 2 倍提速，看书，也是走马观花，需要什么就学什么，而不是按部就班，玩地毯式轰炸……

109.我推荐哪几本提升商业认知的书？

答：1、人生不知道干啥就读《定位》（2002 年 2 月中国财政经济出版社出版发行的图书，作者是艾·里斯 ，杰克·特劳特）。

2、不知道怎么写软文就读王小波的杂文，学习其作文时所用的结构与素材组织。琢磨出其思维模式与落地系统，就能写出杀气腾腾的软文。

3、不知道如何做社群营销就读《乌合之众：大众心理研究》，是法国社会心理学家古斯塔夫·勒庞创作的社会心理学著作，首次出版于 1895 年。

读书确实能看到很多常人看不到的风景，确实也在不知不觉

中改变了自己的命运……

110.为什么曾仕强讲课没有负面啊？

答：陈安之跟王阳合作，分钱时直接撕破脸。

此后，陈安之再不做法律防火墙、道德防火墙、税收防火墙。

发微博，有人攻击；

发抖音，有人攻击。

曾仕强老师，我讲课，大家去卖便是了。

赚钱了，大头归大家，小头归自己。

干了 40 多年，一条负面信息都没有。

而且他只讲智慧，什么管理智慧了，员工智慧了，不讲发财的秘密，这个定位，非常牛非常牛。

wx：wzbxysj

为什么？

直接过滤掉了浮躁的人，从不放大人的欲望.....

111.怎么在朋友圈卖幼儿教育的课程？

答：写 1000 个幼儿教育的小故事，发到朋友圈。

写 1000 个故事很难吗？

不难。

你之所以觉得难，就是没把自己定义为幼儿教育专家。

真把自己定义为幼儿教育专家了。

咱就会找到很多这样的故事，随咱又吸引了很多这样的故事。

只要不做自我定位，永远都是愚昧的，永远都是碌碌无为的。

112.为什么抖音越刷越焦虑啊？

答：短视频，你直接看成一门生意就对了。

营销的本质是什么？

就是发现+放大客户的痛点。

大家原本没有那么焦虑，但是刷了抖音，这种痛苦和焦虑就会被无限放大。

客户的痛苦和焦虑越大，他下单的决心就越大。

真正的营销高手，都会替客户发声，为他们解决一个问题，缓解一种焦虑，创造一种价值。

商人是什么赚钱做什么。

因为他们眼里只有钱，所以总能搞到钱。

现在市面上还有什么项目能变现？

变现的项目少了，焦虑的人就越来越多。

焦虑的人多了，谁卖“精神鸦片”谁火。

很多人报各种课程，只是为了缓解焦虑罢了。

当你洞悉了这个点，你就不再缺客户了。

113.什么是品牌关键词啊？

答：大家做品牌，必须知道啥是品牌关键词。

品牌关键词就是昵称+卖点。

昵称就是我们的尊姓大名，卖点就是我们的服务内容。

比如我喜马拉雅上的昵称是Mona创业营销思维，我的尊姓大名：Mona。

品牌关键词具有唯一性，卖点具有唯一性。

所以必须习惯性做减法，习惯性做断舍离。

114.为什么说做品牌要讲故事，不要讲道理？

答：做流量就是做内容，做内容就是讲故事，讲故事就是说相声，说小品，说段子。

人只对接地气的东西感兴趣，对他复杂的东西，有一种天然的排斥感。公众号：文字变现艺术家

茅台这个品牌能成为传奇，靠的就是讲故事。

赤水河畔，我们的不对喝了茅台以后一路凯歌走向西北……

很多人听了这个故事，觉得喝茅台不仅仅是喝酒，更是喝的一种能量，大家心里觉得，只要喝了茅台就会有好事发生。

这就是产品和品牌的差别。

做品牌，只讲故事，不讲道理。

讲故事，哪怕你的故事很烂很烂，大家还是记住了。

讲道理，哪怕这个道理非常牛逼，大家依然记不住。

因为道理是逻辑性的，故事是情感性的。

大多数人都是非理性的，通过讲故事做情感营销，才能吸引客户，刺激客户的大脑，让他们做出买单的行为。

不要讲道理，凡是喜欢讲道理的人，无论在生活中还是在商场上，都是非常失败非常失败的。

115.为什么这几年古风和国潮会这么火？

答：这几年中国经济越来越强大了，物质决定意识，老百姓有了文化自信，带动了很多本土品牌的发展。

比如李宁、花西子、霸王茶姬等品牌，都是走国潮路线成功的代表。

以前人们喜欢看好莱坞大片，现在好莱坞大片的主角都换成了中国人，比如最进上映的《巨齿鲨 2》。

以后，传统文化、中医、国风、国学、国内旅游业还会持续大火。

对于未来的企业来说，重点就是如何讲好故事。

品牌的未来是出海，把生意做到世界的每一个角落。

未来传统文化会大火。

我最喜欢中国的传统文化。

我认为中国的老祖宗，天下无敌，牛逼大矣。

说白了，如果你的生意，未来能用传统文化来驾驭，将会非常牛逼。

未来，所有的品牌都要有文化，会讲故事。

品牌的背后是价值观，是理念，是生活方式。

品牌如何升级？

就是从卖产品到卖服务，从卖服务到卖生活方式，从卖生活方式到卖价值主张。

116.为什么东方甄选的直播间能一夜爆红？

答：东方甄选的直播间，不是在卖货，而是在卖内容。

什么双语直播、吟诗作赋，什么鸡汤段子各种梗张口就来。

甚至很多家中拉着孩子看直播，他们没把它当成卖货直播间，而是正儿八经去学习去的。 薇芯：2284868566

商业世界，得粉丝者得天下。

东方甄选的直播间，就是用内容吸引粉丝，有了粉丝，卖货只是水到渠成的事儿。

做直播赚钱，技术不是最重要的，最重要的是内容。

内容做到了垂直，出单就非常猛。

内容不垂直，想出单想赚钱实在太难了。

流量不精准，游客多。

流量精准，买单的人多。

117.带货赚钱的前提是什么？

答：先每天做视频，视频火了，做直播。做直播，要做内容，每天连续直播 8 到 12 个小时，不过是家常便饭而已。

118.为什么说做营销就是做内容啊？

答：这个时代是商品过剩的时代，客户不是因为需要而购买，而是因为喜欢而购买。

内容牛逼，流量自动化循环。

wx：wzbxysj

内容不行，天天做推广，流量也会自动化消失。

客户喜欢你的内容，自然愿意在你的内容上花时间，花的时间多了，自然就在你这儿下单了。

119.为什么做营销要不停产出内容啊？

答：好的营销就是和客户谈一场恋爱。

什么是好的爱情？

就是一次又一次让客户爱上你，每次都好像是第一次。

什么是好的营销？

就是一次又一次让客户爱上你的产品，而且每次都有新鲜感。

记住：无论是做营销，还是做技术，都要不断讲课，不断写书，不停产出内容。

只要不讲课不写书不产出内容，有流量了，也转换不了。

内容第一，技术第二。

营销文案内容不行，无论技术多牛逼，转化率都不高。

成交，最重要的还是靠内容，其次才是各种技巧。

过于注重技巧，有粉丝，无转化。

内容牛逼，哪怕粉丝少，也会有源源不断的单子。

现在我啊，整夜整夜的写书，每天写 1 万字左右，今年的内容产出是最多的。

我到底写了啥？

都是写人怎么才能年赚几千万几个亿。

写这样的文章，我内心是充实的。

因为我遇到的竞争对手不多。

写屌丝逆袭的文章，遇到的竞争对手比狗还多。

想搞大钱，还是要找个无人区往前跑跑。

无人区=蓝海市场。

120.为什么陈安之徐鹤宁在抖音时代消失了？

答：做抖音，成功的秘密就是做内容，就是做垂直吊打，就是坚持，就是深挖一口井。

陈安之徐鹤宁十几年了，课程都没更新过。

15 年前讲什么，15 年后，还讲什么。

现在网络高度透明，没有啥真东西，不好忽悠了。

实实在在做内容，实实在在做服务才是王道。

121.Mona老师，你做流量的秘诀是什么？

答：做了 10 年的流量，我做流量的心得就是老老实实释放内容，老老实实做服务，老老实实做技术。

做流量不要想着歪门邪道。

总想着歪门邪道，歪门邪道吸引歪门邪道。人间正道是沧桑，一将功成万骨枯。

我的流量渠道并不多。

微信号：**1848636859**）

我能搞到流量，我的感触是什么？

是我天天都在做内容，坚持了 **10** 年。

实实在在做产品的人，产品是好是坏，客户收到了，立马能感知出来。

做培训，客户不是看了我们的文章直接买单。他会犹豫几天或几年，才决定买单还是不买单。

对于培训，我们一直坚持做免费流量。

所谓的坚持，不过是每天坚持讲课，每天坚持写文章，每天坚持发朋友圈而已。

至于此外别的绝招，实在想不出来了。





122.为什么踏踏实实做内容才是王道？

答：现在做任何行业，说白了，都需要两个点：一个是流量供应，一个是后端转换。

后端是 **1**，流量是 **0**。

先有后端，才有流量。

后端不行，有流量，也变现不了多少钱。

人有什么样的觉悟，就活在什么层次。

人在什么层次，做什么样的事儿。

做事的态度，就是人生的高度。

流量怎么获取啊？

靠内容。

经历了很多事儿才知道，赚钱才是人生的头等大事，我现在只想更加专注聚焦的做好内容，服务好每个学员，而且我们的服务必须是全网无敌最好的。

123.为什么说做抖音不要太迷恋技术？

答：做抖音，是先带内容，后带技术。

前期做视频，看什么样的内容能带来财富就做什么样的视频。

内容搞定了，再说技术的事儿。

一开始就注重技术，就没时间做内容测试了。

我关注了不少做抖音的朋友，他们做出的视频非常非常精美，就是不能变成实实在在的财富。

就是他们过于注重技术，忽略了内容。

好的内容才能吸引粉丝循环式关注我们，且主动添加我们的微信，问我们这儿有什么赠品呀，有什么课程呀，有什么服务呀。

破冰了，后面的成交绝对自动化。

124.为什么卖点第一，内容第二，技术第三？

答：没有卖点，就没有商业模式，没有商业模式只能喝西北风。

没有内容，就没有流量，没有流量，就没有衣食父母。

wx：wzbxysj

没有技术，就没有锦上添花和利润最大化这些玩意儿。

125.什么样的内容才是好内容呢？

答：能够跟客户产生互动的内容就是好内容。

什么叫互动啊？

完播、点赞、收藏、评论、转发，就叫互动。

完播的背后是选题；

点赞的背后是客户觉得你是内容有趣、有料；

收藏的背后是有用；

评论的背后是想参与这个话题；

转发的背后是你替客户讲了他们想讲的话。

这就是营销的力量。

满足了客户的需求，你也就实现了自动传播。

126.Mona老师，未来的平台会限流吗？

答：会。除非我们能提供优质的内容，它才会向我们倾斜。不然，不会扶持我们的。群魔乱舞的时代，终结了。

127.为什么很多人做生意痛苦啊？

答：就是咱老想做所有人的生意，想从头吃到尾，就特别痛苦。

要是咱习惯性定位客户，是不是痛苦就消失了。

做生意，没有痛苦就能持续，一直痛苦的话，做生意，也就失去了兴趣。

我做生意，就是姜太公钓鱼的心态，主要靠内容来精准营销。只释放价值就行了，靠卖价值主张来赚钱。

128.什么是断舍离思维啊？

答：1、项目有且只有一个。

2、服务内容有且只有一个。

3、流量渠道有且只有一个（自媒体、视频、音频、付费或免费）。

4、循环的动作有且只有一个（讲课、写作、拍视频，三选一）。

5、品牌关键词有且只有一个。

6、学习对象有且只有一个。

7、学习同行有且只有一个。

8、公司法人有且只有一个。

9、公众号+抖音+个人微信=有且只有一个（我的微信：1848636859）。

10、世世代代循环的技术：有且只有一个。

以上 10 点，大家必须做到，多说无益，不如学也。

129.互联网发家致富的秘密是什么？

答：互联网变化太快了。

无论它怎么变，大家想发家致富就是卖东西。

卖东西难吗？

非常难非常难。

竞争对手太多了。

内容不垂直，产品又没有啥优势，大家也不会购买。冬

天来了，大家越来越理性。

这对我们做营销，又提出了新的挑战。

这个新的挑战是谁知道卖什么赚钱，谁就能超越芸芸众生。

130.完美日记爆火的秘密是什么？

答：微信营销。

完美日记的线下门店不考核员工销售额。他们考核的标准是微信好友数量。这对传统行业来说是非常颠覆的。

一群女生走进店里，只买一只口红或眉笔，甚至什么都不买，没关系，店员会说，你可以加我微信，我送你一套化妆棉。

这种地推的套路其实早就有了，很多人拿到东西以后就把号删了。 公众号：文字变现艺术家

为什么？你的号没有内容，留不住人。

完美日记不是，它会认认真真经营微信号的内容，教客户怎么变美变白变时尚，不断产出对精准客户有用、有趣、有价值的内容。

互联网最重要的就是客户思维，从客户中来，到客户中去。不断跟客户产生链接，不断用内容留住客户。做营销，没有好的内容，花钱买流量，流量也是昙花一现。先花时间打磨内容，有了内容，再做运营，粉丝的粘度就会稍微大点儿。

微信：18486064859

很多老板单纯为流量而流量，这种做法的幼稚的。

131.抖音上怎么跑内容啊？

答：跑内容其实就是做杂交优化。

我简单讲讲怎么做视频杂交：

1、减法杂交：**10** 分钟的视频变成 **3** 分钟的视频；

2、加法杂交：**3** 分钟的视频变成 **10** 分钟的视频；

3、复合杂交：

三篇标题，内容相识的视频，合成一个视频。

比如：我是怎么年赚 **100** 万的。

你在搜索下，会看到很多年赚 **100** 万的视频，**ok**，你找 **3** 个自己觉得最牛的，杂交成一视频就行了。

你照着这个方法先跑起来，先赚到钱再说原创。

添加我的微信（**1848636859**）：

第五章：顶级老板心法

132.为什么我觉得现在生意没有以前好做了？

答：我做过很多企业一对一咨询服务，发现很多老板做生意一门心思只想着：赚钱、扩张、再赚钱、再扩张。

他们永远不满足于现状，有了钱就投入，仿佛做生意永远都在缺钱，永远都在焦虑迷茫中。

薇芯：2284868566

他们很多人是早期无意间踩中了时代的福利，赚了点儿钱。

后来随着时代变化，市场变化，慢慢的他们就觉得钱不好赚了。

我们是商人，我们是拿头脑在这个市场上换钱的人。

记住一个规律：我们永远赚不到认知以外的钱，除非靠运气。

但是靠运气赚到的钱，有往往会凭实力亏掉。

你所得到的一切，都是你应得的。

你所失去的一切，也是你应该失去的。

专注，聚焦，持续提升认知是强者进阶的不二法门。

我只做三件事：赚钱、学习、锻炼；

我只看三种书：营销、商业、名人传记；

我只交三种人：有能力的、有想法的、有执行力的；

我只相信三种人：落魄时陪伴我的、巅峰时不奉承的、时刻

鞭策我前进的；

我只学三种知识：能提升我认知的、能立马就用的、能立马变现的。

133.为什么很多生意成功是不可复制的？

答：靠偶然的机会成功是很容易的，但持续的成功是很难的。

有一个学员干餐饮的，第一家很成功，生意络绎不绝，便开起了连锁，第二家、第三家、第四家……过段时间，生意全黄了，亏的一塌糊Mona。

wx：wzbxysj

为什么他的成功没有复制啊？

因为他只看到了成功，没有看到成功背后的本质。

一味地追求表面的东西，忽略了成功的关键因素，必然会失败。

记住：凡是不可以复制的成功，都不叫成功。

134.为什么赚钱要研究成功的规律？

答：一个人一旦找到了成功的规律，就会有无限的可能。

过去 10 多年，我只做对了一件事儿，就是不断深挖一口井，

不断研究人性、研究商业、研究规律，我每天都是辅导企业、辅导学员怎么做营销。

每个人的人生，都充满局限性，也充满了误解。

局限性谁也突破不了，误解解释也没有用。

历史是有偏见的，我们也从来没有客观公正过。

我们都是局中人，唯有站在更高的维度，才能看清楚自己错在哪儿。（对的也不用看）

生活原本就是对错交织。

对于“对”，很多人总是习惯性视而不见听而不闻。

对于“错”，很多人倒是情有独钟爱不释手。

只有跳出局中，站在高处，才能总结出一套方法论。

我能够被很多学员看见和需要，就是取决于过去十多年理论与实践相结合的积累和总结。

135.Mona老师，商人需要学习什么样的知识？

答：所有的商人，都应该学学政治学，哲学，历史，再考虑经商。

单纯只看心理学、营销学，能赚到钱，未必能留住钱。

为什么现在有钱人都去修行了，屌丝都去看成功学了？

就是有人触碰到了本质，有人只看到了泡沫。

看到什么，就能得到什么。

现在活着的商人，他们是先有政治家思维，才有商业思维。

单纯有商业思维的人，生意稍微大点儿的，都死了。

商业如人生，只有认识历史、看清规律、尊重常识，才能拨开迷雾，看清楚未来的路。

对于我本人而言，保守永远比进攻收益多。

年轻人耐不住寂寞，总想以身试法，对于他们，我习惯性敬而远之。

136.公司员工干活不积极咋办？

答：老大是随时随地教导自己，管教自己，引导自己见贤思齐。

只是他不会犯贱地去引导别人或教导别人应该怎么样怎么样。

因为我们出类拔萃了，什么都不用说，就有人复制我们，学习我们，对标我们，复制我们。

137.为什么我的公司留不住人才？

答：一个人如果能看到希望和未来，他就不会计较当下。

目之所及有高峰，自然不会在意脚底下一时的颠簸。

优秀的人才留不住，只有一个原因：在你的身上看不到未来和希望，对你的公司没有信心。

138.为什么老板不学习就会被员工淘汰？

答：有一个学员很有意思，他说，Mona老师，我是慕名来找你学习的。

我问，为什么？

他说，他们公司有一个员工，辞职之后，跟我学了营销，接着就自己单干了，现在变成了他的头号竞争对手，到处挖他的客户，所以他想来学习我教的方法，再去打败这个员工。

不要指望你的员工不出去创业。

那些背叛老大的，都是有能力的人。

那些没有能力的人，他们不敢背叛老大。

一旦背叛老大，他们就失业了。

相反，能力强的人，他背叛了老大，做一个跟老大一模一样的公司，就可以跟老大进行正面的竞争了。

老大如果不学习、不成长，那你会学习、想成长的员工不仅会离开你，甚至还会干掉你。

你可以拒绝学习，但是你的员工不会，你的竞争对手不会，商业世界更不会宽容一个原地踏步的人。

139.Mona老师，小老板怎么变成大老板啊？

答：很多学员对我说，Mona老师，我老觉得我的潜力还没发挥出来。我身上还有很多能力没有释放出来，我很想找个机会释放释放。

怎么释放啊？

唯一的道路，就是孵化成就出更多小老板，你变成大老板。

自己打造个平台，养几百个员工。

wx：wzbxysj

赚钱了，就给员工分钱。

没有分钱的格局，就没有赚钱的格局。

分钱，烧钱，拉一群人跟自己冲锋陷阵，干干干。

创始人习惯性多拿流量，少拿钱，把钱尽量分徒弟，分给合伙人，分给经销商。

为什么我们的团队长不大？

咱一开始舍得给大家分钱，团队拿到充足的利润，就会卖命帮你宣传品牌，拉新客户。

到了后面，咱觉得咱可以了，不用分钱了，这些贵人就慢慢消失了。

多跟有结果的人聊聊，可以少走弯路。

140.想赚钱要去关注什么样的牛人？

答：习惯性关注长年累月只重复一个动作，只做一件事的人。

一个人做项目，365 天，每天发 50 条朋友圈，他一定赚钱的，而且可能是赚大钱的人。

习惯性挖掘他的文字智慧，发现他赚钱的内在规律，然后复制到你的行业里，你就发财了。

141.改变命运需要多长时间？

答：不是 10 年或 20 年，真正改变命运，只需要 3 年。

3 年就能让一个人脱胎换骨，改头换面。

世上所有的事儿，都是一开始千难万难，到了后面就非常简单。

只是很多人都是被开始的难吓跑了，死在了黎明前的黑暗。

永远不要高估你 1 年能够做到的，也永远不要低估你 3 年能够完成的。

成功的秘密就是持续做简单重复的动作，就是在一个点上重复叠加，就是做垂直吊打，就是深挖一口井。

142.赚钱的九大原则是什么？

答：1、必须把小单变成大单。

2、没多少利润的服务必须外包出去。

3、必须养员工。

4、必须以流量为核心。

5、必须不断写软文提升自己的个人品牌。

6、卖非常暴利的产品或服务。

7、把一个人的游戏变成 N 个人的游戏。

8、公司必须舍得分钱。

9、不断发展合伙人和员工。

143.Mona老师，最佳创业模式是什么？

答：闷声发大财。

宁愿挖一口深不见底的井，也不弄一条波澜壮阔的河。

看起来很牛逼的东西，都是纸老虎。

真正的高手，都隐藏得很深……

144.创业者不断学习的目的是什么？

答：就是为了做对决策。

老板要不断去想一些战略层面的东西。

执行层面的东西，扔给员工做。

做决策比做执行难 1000 倍。

我们必须做很难的事儿。

我们必须做别人复制不了的事儿。

为什么我天天写东西？

说白了，就是为了培养自己的战略意识。

人不写东西，不知道自己想了什么，说了什么。

咱一写东西，咱想了什么，说了什么，咱立马就知道了。

这个想和说，就是咱意识形态领域的东西。

这个战略意识牛不牛？

有执行力的员工会帮我们证明。

我们自己去证明，就没啥意思了。

战略意识强的人，执行力都不强。

战略意识强，执行力也强，这样的人，也有，不过比较罕见而已。

在公司，管理层拿钱比较多，就是他们天天做决策。

员工拿钱少，是因为他们只做傻逼循环。

这个循环，他们干了 10 年 20 年，也不会打磨成绝活。

因为他们持有了 10 年 20 年的动作，小青年当天来了，当天就能学会。

执行力是非常廉价的东西。

很多人说，我没搞到钱，是因为执行力不行。

要是你确信自己的战略是对的，为什么不养个员工啊？

随便拉出来一个员工，执行力都比老板强 100 倍。

我还是那句话：在任何一个国家，执行力都是非常廉价的东西。

145.为什么创业要学习乌龟精神？

答：曾经有人问任正非：华为成功的秘诀是什么？

任正非答：华为就是一只大乌龟，二十多年来，只知道爬呀爬，全然没看见路两旁的鲜花。

战略定下来了，不被各种风口所左右，只是傻傻的走自己的路，不知不觉，便超越了芸芸众生。

创业不要复制小白兔，要习惯性复制乌龟。

小白兔跑得太快了，坚持不了 1 个小时。

乌龟，2 小时，3 小时过去了，还在跑呀跑……

146.为什么赚钱要习惯性走窄门啊？

答：赚钱之路分为两种：一种是宽门，一种是窄门。

宽门代表简单模式，窄门代表硬核模式。

赚钱的渠道越来越多，100%不赚钱。

赚钱的渠道越来越少，100%赚钱。

沿着大路走，什么都得不到。

唯有走小路，走窄门，才能看到阳光大道，波澜壮阔。

赚钱是选择出口小的卖点，很多人都想一夜暴富，但追求速成的结果往往是，越想得到，就越得不到。

没有人愿意慢慢变富。 公众号：文字变现艺术家

余华说：“写作就是这样奇妙，从狭窄开始往往写出宽广，从宽广开始反而写出狭窄。”

这和人生一模一样，从一条宽广大路出发的人常常走投无路，从一条羊肠小道出发的人却能够走到遥远的天边。

所以耶稣说：“你们要走窄门。”

他告诫我们，“因为引到灭亡，那门是宽的，路是大的，去的人也多。引到永生，那门是窄的，路是小的，找着的人也少。”

也不知道这句话，有没有人能看懂.....

147.为什么商人很难“子承父业”？

答：每个家族都是富一次，富一代。

后面的二代三代，都是穷逼。

这是大概率中的大概率。

商人是很难“子承父业”的。

只有某个阶层才能子承父业。

试看富二代，接班成功者寥寥无几。

一个人别管多有钱，只要他是商人，大概率就是富一代，二代差点儿，三代直接完蛋，不会有四代的。

所有的财富都来源于饥饿感，饥饿感没了，财富就没了。

148.为什么真正的高手都是长期主义者？

答：人人都能看到风口，但未必人人都能追得上风口。

真正的高手都在暗中洞穿趋势的变化。

他们能清晰地知道未来什么是不变的，从而做到专注聚焦和长期主义。薇芯：2284868566

恒定不变的东西，有时候比变化的东西还重要。

改变命运，是从锁定一个项目，不断跑流量开始的。

现在的流量，都在抖音上。

大家只做抖音就行了。

未来的出路只会越来越少。

抖音这波完了，下个风口在哪儿？

人的时间、精力、金钱，花在哪儿，价值就在哪儿。

现在你的时间、精力、金钱花在哪儿，你的价值就在哪儿。

149.为什么链家能从一众房产中介中脱颖而出？

答：坚持做难而正确的事儿，坚持以慢打快。

早期的房屋中介是靠吃差价赚钱，同一套房子，你卖的时候，中介说，这套房子太烂了，最多只能卖 90 万。

wx：wzbxysj

面对买房的客户，中介又会说，这个房子多好多好，最低 110 万。

很多中介根本不追求复购，他们用假房源骗取客户看房，能搞一个是一个。

黑中介就是这么来的。

链家做了一件事儿：坚持赚该赚的钱。

链家不吃差价，他们所有的房源、客源都是可以共享的，还率先提出真房源，真信息。

他们卖的不是房子，而是经纪人的服务。

很快，那些被黑中介、假房源欺骗过的客户，纷纷转头选择了链家。

道和盗有啥区别啊？

有路不走，就是道。

大家都走都路，不叫道，叫盗。

道就是从窄门通向辽阔，就是一生二，二生三，三生万物。

盗就是有路就走，有钱就赚，有肉就吃，就是千军万马过独木桥，能有多卷就有多卷。就是一个宝贝，几千人几万人去偷去抢，最后谁也没抢到宝贝，反而弄了一身的伤。

简单的事儿、走捷径的事儿，大家都抢着去做，最后只会卷得无路可走。

只有坚持做难而正确的事儿，才能建立起护城河。

150.企业未来的发展靠什么？

答：今天的各种企业之所以是这个状态，就是因为我们只在“果”上去想方法，没有思考生出这样的“果”背后的“因”出现了什么问题。

改革开发 40 年，中国为了让经济能快速的发展，大力鼓励支持一大批敢做敢想的人投入到经商的行列中。

他们为了获得巨额的利润，不惜破坏商业的规则用假冒伪劣

的产品卖给消费者获取暴利，想尽各种促销打折的方法和手段骗取消费者的信任，让消费者购买到劣质的商品。

社会走到今天，消费者经过这么多年的摧残，已经看透了这些商家的各种“把戏”，不再购买这种企业的产品了。

所以这些还想坑害消费者的企业只能被消费者淘汰！

要想解决企业的问题,就是要从“因”上解决。

真正做出好产品、好服务才能获得消费者的信任企业才能不断的发展起来。

151.在同等条件下，怎么和别人拉开差距？

答：关键是复利。

不管做什么，要保证收益复利。

尽量减少没意义的消费，把更多钱投入赚复利！复利！复利！

如果你是普通人，就一定要记得，不要做没意义的消费，这会让你变穷。

我做过很多学员的一对一咨询，事实证明，笑到最后的人往往都是运用好了复利效应，从而实现人生逆袭。

你做出什么样的选择，就会拥有什么样的人生。

（我的微信 **1848636859**）

152.为什么创业者要学会苦中作乐？

答：之前认识一个做房地产的老板，几年不见，这位大佬已经摇身一变成为美国上市公司的老板了。

我算是真见识了，这个老板是我见过的所有老板中，工作最努力，最拼命的一个人。

我听公司的同事讲，他曾经做一个项目，连续工作 3 天 2 夜，一直都没合过眼（连 10 分钟都没有），你可能会不信，觉得这挺夸张的。

告诉你吧，其实这一点都不夸张，因为他的助理都有超过 10 个，而且他的助理是分三班倒的（早中晚），而且每个班都 3-5 个人。

这也是我第一次看到这么牛逼的人，而且他的助理经常干 3-5 个月就不干了，太累了，顶不住（因为他的助理通常都是 24 小时随叫随到的那种）。

在这家公司，只要老板一叫开会，大家都知道今晚不到 12 点就别指望回去……

那些真正很有钱，很努力，很成功，很牛逼的人，他们的努力程度似乎都超乎我们的想象，就像乔布斯，凌晨 4 点就起床，上午 9 点半之前就把当天的所有工作做完。

而世界首富比尔盖茨年轻的时候就以工作狂人著称，36 个小

时不睡觉对他来说是家常便饭。有人可能会说，他就不累吗？

其实，人家以苦为乐，苦中作乐，还乐在其中！

创业者一定要学会苦中作乐，在绝境中寻找希望。

有很多人确实很优秀，但是因为过于理智和保守，不轻易相信某件事儿。薇芯：2284868566

不去行动，永远都不会出错，但也容易错失成功的机会。

只有看到别人看不到的事儿，去做别人不敢做的事儿，才能成就别人意想不到的成就。

153.富人和穷人的区别到底在哪里？

答：在于观念。

人与人之间的区别，是脖子以上的区别。

乐观积极，敢想敢干，不设限，才是成功的基础。

我们的观念厉害，我们就厉害。

我们的观念不厉害，我们就不厉害。

言为心声，常常说什么样的话，就会形成什么样的观念。

任正非经典语录有多少？

马云经典语录有多少？

巴菲特段永平经典语录有多少？

史玉柱柳传志牛根生经典语录有多少？

收集的经典语录多了，说话就变了。

说话变了，口袋的财富就变了。

154.老板是什么人？

答：是给员工、客户、合伙人、投资人、经销商带来信心的人，是给他们带来希望的人。

老板即使受了天大的委屈，也要打掉牙往肚子里咽。

老板遇到委屈了，不要到处跟人说，尤其是不要对员工说。

员工不会同情老板的处境，他们只会想：在他没跑路之前，我得赶紧给自己找后路。

155.金钱的本质是什么？

答：强者用来“合法”收割弱者的工具。

钱=一般等价物。

现实是什么？

强者用“纸”换“弱者实打实的东西”。

比如强者想赚 1 个亿，直接印刷一个亿流向民间就 OK。

强者印刷多少钱，民间流失多少钱。

市场上的钱越多，物价越高。

强者无论印刷多少钱，这些钱都会流向强者，而不是流向弱者。

156.如何快速的赚大钱？




答：你是大人物，就能赚大钱。你不是大人物，就赚不到大钱。

可以用“快速赚大钱”这个概念去忽悠韭菜“接盘”。

会“忽悠”韭菜接盘，自然能快速赚到大钱。

韭菜是强者的福利。

强者存在的意义就是通过赞美或打着正义的幌子“合法”从弱者手里抢东西。

只要你是弱者，你得到的赞美就最多。

当然，你是强者，你手里有“葵花宝典”，无论你怎么作恶，大家都会赞美你。

这个赞美是出于自我保护，而不是发自内心。

（全书完）