

如何用低预算进行业务营销，是我今天讲话的主题。在接下来的 28 分钟内，不论你是刚刚创业，还是在开展业务中，或是已经有成熟的业务，你都能获得业务营销相关的信息，我们称其低预算营销，因为我们要请你花时间和创造力，而不是花钱进行业务营销。你好，我是 Gary McKinsey。四十多年来，我一直与企业家和商业领袖合作制作营销演示文稿，提高其沟通技巧。

今天，我们着重谈一谈创造性业务营销。小企业管理局四年前进行了一项只有政府机构才能进行的研究，研究主题是为什么企业会失败？当我听说这件事时，我想：“天哪，我知道为什么企业会失败。”我相信你（也认为自己）知道为什么企业会失败，但他们的研究揭示了我没有想到的东西。我敢肯定你没有（这样）思考过为什么企业会失败。首要原因是企业主不知道他们从事的是什么业务。怎么可能不知道自己在从事什么业务呢？但这就是第一大原因。你可能在想：“为什么小企业管理局对此感兴趣？”小企业管理局是小企业的主要贷方，和任何借贷机构一样，他们也希望获得偿付。

因此，了解业务失败的原因很重要。刚刚说到企业主不知道自己从事的是什么业务。首先，你在开展业务时，你就是问题解决者，因为你满足了他人的需求。所以第一个问题是，你要解决什么问题，或者你要满足什么需求？现在，你可能会立即想到，“哇，这很容易。我知道”。我建议你花一些时间，在安静的地方列个清单，写下你解决的所有大大小小的问题。这有助于你重点关注营销信息和你所解决的问题。因此，在你投入大量时间和金钱之前，我们希望你真正地解决问题。一旦清楚要解决的问题，接下来的任务就是必须能够向一位或成千上万的受众简洁明了地说明你解决的问题。

在明确所解决的问题后，下一个问题是：谁是你的客户？许多人会说：“全世界都是我的客户。人人都是我的客户。”在提供咨询时这么想曾让我有些不安，但我得重新审视这一点。谁是你的客户？谁愿意付钱给你解决他们的问题。这是关键，因为如果你要花费时间精力，就希望获得报酬。这就是你的业务成功之道。那么，你需要知道这些人在哪里，聚集在哪里。因为要进行市场营销，就希望尽可能面向一大群人。因此，你要了解他们是哪些组织的成员，阅读哪些出版物，加入了领英或 Facebook 的哪些小组？

了解这些是因为你要向他们精准营销。当我和人面对面交谈时，面对一大群听众支持这个节目时，总会有人在想：“我和别人有点像。”不对。我们要问自己，是什么使你与众不同？是什么让你与竞争对手不同？这很关键。是什么让你与众不同？你可能会想，“有成百上千的企业提供相似信息。我就是按我的方式做事，我不知道我有什么特别”。这就是为什么我说你不对。你是你所在领域的专家，有与人打交道的独特方式，这就是你与众不同之处。我喜欢引用这样一句话：“我拥有的所有知识，任何人都可以得到。”的确，但是其他人不能和你一样地理解知识、利用知识、表达知识。

而你的表达方式让你与众不同，因为这些人会与你建立联系。现在我们基本上将你的营销信息都汇总到了一起。我们知道谁是你的受众，谁会付钱给你，他们在什么地方聚集。下一步是创建你的营销信息，这就要发挥词语的力量。毕竟我们是用词语交流。无论是像今天这样的数字化形式，还是面对面或书面形式，我们仍然在用词语交流，这就是词语的力量。我想鼓励你，不要从众。很多人看了看自己的竞争对手，说：“我的对手在做这类视频，写这类材料或在这里营销，那我也这么做。”

不，这样你看起来会和其他人一样。你要与众不同，要找出让自己脱颖而出的特点，也许是你为什么开展业务，如何与客户建立联系。你可以做一些大胆的事，对我来说这很大胆。比如你可以询问你的最佳客户，“你为什么要和我做生意”，听一听他们的答案，你的客户会告诉你是什么让你与众不同。随后，你要将他们的回答和话语融入你的营销信息，因为这将帮助你脱颖而出。

词语很强大。这意味着你要使用强有力的词语。如果我们在营销信息，我给你提供一些词语。这些词不是详尽枚举，但可以供你在创建信息时参考，因为这些词语会引起听众共鸣。第一个词，人们喜欢“机会”这个词。如果你能在营销信息中提到“机会”，会受到人们的欢迎。因此，机会是个很有力量的词。“社群”是另一个好词。你向一群相似的人进行营销，他们就是你的社群。因此，“社群”是可以写入营销信息的好词。另一个词是“便利”。人们太喜欢“便利”了。就像今天介绍这个计划，我们让你很方便地获取和使用此信息。我们给你什么为你提供方便？收集营销业务可用信息的机会。

另一个词是“个性化”。个性化是个很有力量的词。你要展示信息，要根据市场和受众实现信息个性化。人们喜欢个性化信息。另一个强有力的词是“解决方案”。我们已经说过，如果你从事某种业务，你就是解决方案的提供者。可以把“解决方案”写入营销信息。下面这个词我很喜欢，它是我最喜欢的词之一，“常识”。当你与我合作，我会为你的营销和沟通提供常识性解决方案。这些单词只是举例，我鼓励你试着在营销信息中使用这些词语。现在，下一个问题你可能要问：“Gary，你有模板吗？”我有。我有营销信息模板，这个模板会为你提供基本信息供你使用。第一部分很容易。

模板第一部分是你的名字，这很容易。下面我们要谈谈你提供什么服务。现在许多人会说，“天哪，我的服务清单就是这样啊。”我希望你能对此加以提炼，将清单上的内容划分为三项主要服务。为什么？你有没有向他人询问业务的经验？对方会说：“是的，有（这项服务）。”一项，两项，三项，四项……眼花缭乱。你不要那样。重点不要超过三个，理想情况是根据你的受众群体提供一项主要服务。接下来要发挥你业务带来的益处。在回答了几个问题之后，人们想要知道与你做生意如何使他们受益。他们会问：“你的服务如何改变我的生活？如何让我的生活更好？”

你要能够回答这个问题，即说明益处。然后，服务对象是谁？你要能说出服务对象。他们需要什么？你要满足的需求是什么。最后，我喜欢用“需求”这个词，你也可以说“让他

们能”。把这些写出来，这是模板。现在，你可能无法按确切顺序进行排序，但这有助于你集中精力思考，方便你呈现你的信息。这个模版内容清晰，重点突出，便于使用。现在要考虑措辞和表达方式，我们稍微换个方法吧。

我们来解决上面这个问题并帮你回答人们在面对面交际时会提的问题，即“你是做什么的”。你知道会被问到这个问题，因此要能简洁明了地回答。如今这个问题在市场上很重要，因为你要预先介绍，参与各种数字化活动，例如 Zoom 或 Facebook 视频会议。会上主持人会问你：“跟我们谈谈你的业务。”言下之意是，你是做什么的？你要简洁明了地回答你是做什么。不要一开始就说：“我是贷款业务副总裁，或者我开 ABC 瑜伽工作室。”这么回答就错了。如果你是银行家，要这样回答：“我帮助人们找到扩展业务所需的资金。”

或者，如果你经营一家瑜伽馆，你可以说“我帮助人们建立核心自信冥想，让他们能可以更清楚地看到自己的生活，准备好采取行动”。回答问题时，要说明你业务带来的益处。我知道接下来你会想，“Gary，这都很好。我们知道书面或其他形式要用什么词语，知道如何回答问题、怎么简洁明了地介绍，但我在哪儿说明我带来的益处呢？”在此和你分享一些营销想法——拍视频。我知道你在想：“我不喜欢视频里自己的样子和声音。”

我不是要你克服它。我只是想提醒你，我们每天见到你，你就是视频里的样子，就是视频里的声音。用视频和我们谈谈吧。那你怎么做呢？可以用 Facebook 的免费平台，可以用 Facebook 直播，也可以录好视频后在 Facebook 发布。这是市场营销和提高知名度的好方法。还可以用领英。如果你的客户用领英，你可以在领英上制作并发布短视频，我认为时长五分钟就可以，并为领英上的客户定期发布。别忘了 YouTube。YouTube 是第二大搜索引擎或平台。制作约五分钟的 YouTube 视频，定期发布新视频。不要只发一支视频，要制定一个时间表，至少每周发布一支 YouTube 视频。

发布视频后，留意它对你业务的影响。还有其他一些想法，这些想法不花钱，但需要创意和创造力。第一是电子邮件和文字营销。你可以对你的业务受众发布周记或日志等文字记录，发送如何利用你的信息改善业务或如何评论帖子等商业技巧。你会看别人在领英、Facebook、Twitter 上的帖子。不要光看，要花点时间写评论。发布帖子的人会看到你的评论，帖子的所有访客也会看到你的评论。这对你有什么用？这能表明你很专业，有见地，很有价值。

此外，还要与你的客户合作，给他们写信。在你的领英、Facebook 账号上发布内容，用内容吸引你的客户。有些想法可以用电子邮件、文字或私信形式发给客户。你要为客户提供方便。如果你的公司是提供取货送货服务，现在可能在歇业中。

给你的客户发送电子邮件，做一些大胆的事情。主动给他们打电话，告诉他们你可以取货送货，谈谈你目前为确保安全服务采取的做法，说明你的安全防护措施。还有，请客户推荐你。因为如果这个人在家居留并需要帮助，他就会认识其他有相同情况的人。请他们推荐你。其他的还有网络研讨会和播客。我知道你在想，“播客？不，不。网络研讨会？哦，不。”它们并不难。在我看来，播客很容易。我想说说网络研讨会。你可以用 Zoom 这样的平台，我记得 Zoom 能提供大约 40 分钟的免费会议通话。只要你整理好信息，就可以召开 Zoom 网络研讨会。你也可以使用其他平台。

你可以自己做，或者参与别人的博客或网络研讨会。研讨会主办人或博客主持人在寻找有趣的人。你可以主动提议参加他们的播客，做他们视频会议的嘉宾。这能提高你的知名度，而且你只需要做好准备，按时出现。你不必做任何营销，也不需要任何花哨的设备。这很有效，可以帮助你保持知名度，让人们认为你是专家。为什么专家很重要？人们想与谁做生意？专家。他们要付出什么？与专家做生意的溢价。

所以不要忽视这一点。如果你说：“这些我都不想做。”没关系。那就提问。如果是播客或视频，提一些好问题。不要说：“我觉得这个问题很蠢。”不不不。你要提问，因为你的目标是要进行对话，互动，提高知名度。好的问题能提高你的知名度。现在……

现在到了营销成功的最后一步，即跟进。跟进你当面或视频见到的人，不要只跟进一次。要制定计划，记在日历上。为了提高存在感，要在一段时间内定期跟进此人。现在我知道你在想什么。你在想：“Gary，我在会议上当面见到他们后，和他们握了手，交换了名片。这很容易。我至少有了他们的联系方式。你一直在说上播客、视频节目和数字会议。我见到他们的面，他们也许也看到了我。如果是在视频上，我都还没有遇到他们。”

你可以这么做，这很有效。这个方法适用于任何平台，但在此以 Zoom 为例。列出节目中出现过的名字，写下来。节目结束后，你该怎么办？我会这么做，建议你也试一试，因为事实证实，这很有效。登录领英，输入并搜索他们的姓名。姓名出现后，向他们发送好友申请，留言里可以写，“你好，我叫某某某，刚才在领英……节目中看到你。请接受我的好友请求。”他们会加你好友。同样地，你也可以在 Facebook 上进行搜索，向对方发送邀请，成为好友。建立联系后，该怎么办？不要试图向他们销售任何东西，要去提问。我很喜欢问且收到很多回复的一个好问题是“你最近在做哪方面的工作？”

最紧迫的是什么项目？”他们会回答的。这样你就有机会创建对话。对话过程中，你在做什么？你在培养一段关系，建立信任。到了某个时刻，你就能向他们提出要约。但要约的前提是你必须获得信任，得到他们的喜欢和信任。就是这样的一个流程。

这就是我所说的跟进流程。遵循这个流程，你就是在建立自己的社群和影响力，积累专业知识，发展业务。时间过得真快。我们介绍了很多素材，作了概括性的叙述。如果你有任

何疑问，欢迎与我联系。我很愿意与企业家和商业领袖交谈，聊一聊他们如何改善营销和沟通技巧，帮助他们开展业务，增加收入，提高影响力。

幻灯片上有我的联系方式，欢迎给我写邮件或访问我的网站。在我的网站上，你只需要在“低预算营销”区域留言，我会尽快与你联系。我是 Gary McKinsey，感谢你最宝贵的时间。