



此书为机密文献

如何在最短的时间 赚取最多的钱

男人必知的 16 个赚钱最快的秘密



By Gary C. Halbert

盖瑞·亥尔波特 著

盖瑞·亥尔波特 Gary C.Halbert 是美国直复式营销的奠基人，文案撰稿大师。盖瑞·亥尔波特的邮件式销售，同时也开创了中小企业和个人企业的营销之路。从此以后，中小企业即使没有品牌，没有资金，没有雄厚的运营实力，也依然可以凭藉着自己撰写的销售信，成功完成产品销售。盖瑞·亥尔波特生于 1938 年 6 月 12 日。逝世 2007 年 4 月 8 日，享年 69 岁。

Gary C. Halbert



重要内容! 请首先阅读这里!

亲爱的朋友:

您决定购买这本手册, 那是您做出的最明智的选择!

因为您将知道, 这本手册会完全兑现我在广告中许下的每一个承诺。不仅如此, 您将读到的每个创造收益的方法都是经过严格的测试并且被证明是有效的, 可以直接去使用的。这些方法已经帮我自己、我的客户和对我的经历非常感兴趣的那些人, 带来了上千万美元的收入。

鉴于此: 您在第一部分将学会的是我在俄亥俄州与巴恩合作带来超过\$58,000,000 销售总额的简单秘密!

此外: 在第三部分的共同风险融资中可以帮助您得到您需要的经费, 从而使您 “开展” 您的营销测试理念…您无需借贷就可以获得这笔钱!

另外: 在第五部分中将透露给您的秘密是我曾经帮助 Ernest Borgnine 和他的妻子 Tova 使他们的化妆品公司销售额在短短 8 个月中倍增了 1200% 倍的成功例子!

接下来: 在第九部分透露的秘密将让您邮寄的成千上万的销售信… 完全免费!

此外: 在其他 12 个部分透露的秘密将帮助您去除您成功路上遇到的所有障碍(除了懒惰之外)!

现在请您听好: 您会意识到在这个手册中包含的信息价值超过千万, 并且您开始想知道为什么我会以这样低的价格透露所有这些秘密。

原因其实是相当有趣的。您想想看, 我向全世界的人发布一个售价为\$195.00 的时事通讯。您猜猜买的结果会怎样? 尽管那个价格很

高，几乎每个得到这个时事通讯的人都想延长其后续订阅，最终会有很多用户继续和我做生意！

为什么？简单地说，因为我的时事通讯比在这个地球上任何其他出版物都能够更加真实的提供赚钱的“核心”秘密！

然而，在人们读我的时事通讯之前，我没有告诉他们这些东西价值的时候，人们是不愿意支付\$195.00的，除非他们已经读过了其中提出的几个策略。

所以，我决定在这个手册中提供一些在时事通讯里的策略，因此您将会为自己发现了这么好的讯息而高兴。然后，您将在第 16 部分中了解到，如何订阅 Gary Halbert 时事通讯并且…如何得到世界上最贵重的礼物作为奖赏！

这将取决于您。即使您决定不要我的时事通讯，您都将由于购买这个手册而受益终身。并且，另一方面，如果您是真正渴望赚钱，您订阅我的时事通讯就是很好的决定，因为这样每个月您就能得到对您有益的新的想法。

提高您的收入！

不管怎样，我都要感谢您给我证明自己的这个机会。

您的朋友，

Gary C.Halbert

盖瑞·亥尔波特



P. S. 如果您从头到尾而不是跳跃式的阅读本手册的话那您更将受益匪浅！

Table of Contents

目录

- 第一部分：** 来自俄亥俄州的绝望书呆子的极速直邮秘密！
- 第二部分：** 如果您没有要销售的产品，如何无中生有得到它！
- 第三部分：** 如何得到你所需要的钱来开展你的项目，而且一分都不用借！
- 第四部分：** 如何让电影和电视明星开始帮助你销售产品
- 第五部分：** 一个惊人的秘密，使你的报纸广告收益增加 750%！
- 第六部分：** 如何得到每个可能成为你客户的男人、女人、孩子的实名和地址！
- 第七部分：** 在一张简单的明信片上写下什么才能吸引他人“流入”你的业务的秘密！
- 第八部分：** 克隆成功的信件
- 第九部分：** 如何在不花任何成本的前提下每周发 10 万封信函（连邮资都不需要）
- 第十部分：** 如何使用 976 号码让人们乐意付费听取你的销售广告
- 第十一部分：** 如何让你黄页上的广告增加 400%的业绩，而不用任何额外的花费！
- 第十二部分：** 如何使用便宜短小的分类广告，来使您日赚\$10,000 以上
- 第十三部分：** 找到你梦中情人的秘密技术

第十四部分：如何让自己或你的产品在有线电视上播出，却无需支付任何费用

第十五部分：成功的黑暗面

第十六部分：如何从世界各地得到最珍贵的免费礼物！

第一部分

来自俄亥俄州的绝望书呆子的极速直邮秘密!



我开始对邮购产生了兴趣是在 20 世纪 60 年代中期，使我着迷的是由一位叫托马斯·霍尔的人撰写的“直接邮寄指南”小册子。这个指南非常棒。至今，它仍然是我关于直接邮寄的最佳阅读材料。

无论如何，那个指南是我的启蒙教材。后来，当我读到一篇关于直接邮寄的新闻时，让我变得更加兴奋。讲述了一个名叫约翰莱斯利的人开了一家莱斯利的创作公司，后来又开了另一家叫“邮购策略咨询”公司。

对我而言，莱斯利和托马斯·霍尔都是英雄。他们都是成功的实业家，他们从事着在这个地球上最令人兴奋的、最浪漫的业务：邮购。他们赚了很多的钱，并且过着奢华的生活（莱斯利甚至有两个冰箱：仅仅放软饮料!）。他们的同龄人都很羡慕他们，我的目标就是象他们那样成功。

为了达到目标，我开始努力地学习

我读了所有我能找到的关于做广告的，直接邮寄的和邮购的一切资料。我细细品味琢磨里面所讲的一切。如果在我附近的图书馆或书店没有我要的营销方面的书，我就会开车到数百英里以外的地方去找到它。我甚至飞往纽约(我当时住在俄亥俄州的)去曼哈顿公立图书馆查找，并且到华盛顿特区的国会图书馆搜寻资料。

让我告诉你：我在飞速进步。

我是永不满足的，我读了所有我能够找到的资料，我记住了所有规则，AIDA，IDCA，PPPP等等。我从书里学会了经过无数次的测试验证，并证明有效的规律，如：

- *使用邮包比使用一等邮件在邮费方面更具成本效益。
- *使用一次多寄一些更能节省成本；
- *在信封外面做点装饰总会增加订购率；
- *两色信笺优于只有一种颜色的；
- *最佳的直接邮寄包裹总包含(除在信封外面做点装饰和双颜色销售信件外)四颜色小册子、企业回复信封和一张打印的说明书卡片。

这可是福音。毕竟，所有书的观点是大致相同的。那些书也认为去编撰一份客户清单几乎是没有效果的，并且你永远不要去尝试利用电话簿里的名单做邮寄。

我需要和谁争论吗？这种东西已经全部“被证明了”

因此，最终的结果是通过所有这些“令人信服”的研究，使我认为我的财富要靠直接邮寄。

当时，我的生活为了这个成了例行常规，它是这样的：我会从书，报告或某事中获得灵感从而产生一个产品的想法，然后，我用直接邮寄的方式来卖那个产品。

在那以后，我会想法设法搞到足够的钱来买信封、信件，小册子和一切需要的东西，然后去印刷。为了省钱，我和妻子将信件和邮票亲自做封装和张贴，然后把它们寄出去。

然后，我们坐在家等着财源滚滚来。

滚滚财源没有到来，总之不多

所以，我会重新开始。再次去考虑找到另一种产品或概念。在那些日子里我是如此痴迷。如有必要，我会尽力花一些钱来测试邮件。

有时我们坐在一个没有电的黑暗的小房子里，我和妻子焦急地等待订单的到来，因为我们未支付我们的电费。

这时期是非常艰难的，特别是对我太太南希而言。她在那一段时间是很坚定的，那时候的想法就是我们不应该让我们的水也被停掉，所以我们再邮寄测试一次。

你能否想象那时的状况吗？我真正地体会到了：人的想法在那时候是多么的单纯啊！也许有人想知道我们是否到了离婚的境地？所以不管怎样，大约三年后这种沉闷（我是一个学习速度很慢的人）让我坐下来做了些思考，我对自己说：

“盖瑞，你必须继续做邮寄，盖瑞，你会做吗？如果你邮寄了一封又一封的信后，没有得到任何回应，你会自杀吗？”

想像这样的情况…美好的生活实际上取决于你的下一个成功的邮件，你会做什么？你会全心全意的投入吗？实际上我做到了，并且我得到了一些结论，我要与你一起分享。

现在你听好，如果得到命令，你必须寄信给陌生人成交订单，不然他或你都会被杀害。这里是我认为你必须思考的问题：首先，我敢打赌你不会随便把大量的信寄出去，你会吗？当然不会，如果你的生活依赖于邮寄。

我确信不会，其有三个原因：

首先，如果陌生人的邮寄地址变了，我的大量信件就不会到达他的手里。如果我的生活过得很滋润，我也不会去想投递那么多信件。你会吗？

第二，如果我已经寄出了大量的信件，陌生人并不一定会看到，或者即使看到他也不一定会打开，因为他们可能很忙，没有时间看一个陌生人寄来的信件。反正有太多不被打开的可能性。

第三，那时候，我有时会怀疑邮递人员会把大量的邮件丢掉，因为他们太累或着太懒，以至于不想邮递，并且他们知道没人会注意到！

所以，我的朋友，我决定将我的“生死存亡”的邮件信，通过一级邮件。

但等一下，因为我还想要继续我的生活，我也想确定我的接收者知道它是一级邮件。换句话说，我不会冒险把普通邮件和印有一流的图标信件搞混淆，绝对不会。因为我的生命取决于收到那封信件被打开，我保证我会使用真正的头等信！我对上帝诚实。

顺便说一句，你在哪里见过有人把普通邮寄包裹使用精美的包装，付很好的邮费寄出去的，那样是不是很愚蠢？

关于邮寄已经谈了很多。

接下来我不会把公司的标签贴在信封上，当然不会。如果我的生命取决于它。那么我会在那个信封上用手亲自书写陌生人的姓名和地址，因为我要让他觉得是一封个人信件。

好，还有什么其他的内容？嗯，我决定在信封上不会把任何虚假的信息放到上面。我的意思是要讲真话，因为你邮寄给陌生人的这封信会危及你的生命。如果你在信封上说：“如何以半价得到时代杂志！”但是，我不会这样说的。

我会在信封上写什么？嗯，我决定我最好的选择将是写“紧急”或“第一类邮件”，或者可能什么都不写。那么在信的边角上（回复地址栏）呢？如果发现我的这封信上面写的是由 TIME-LIFE 书或 AJAX WIDGET 公司，或 HALBERT 来的邮件呢？**它不是你所想你要的。**

总之，没有我的，没有先生等之类的话在信封上！

如果，毫不夸张地说的话，我的生活依赖于它，我的这封信的要求是看起来是一个简单的白色的个人信封。向上帝诚实！我会用一流的邮票、用打印或手写的地址、没有虚假的信息显露在边角上，只有（并非常谨慎）发件人的邮寄地址。

听起来令人印象深刻，不是吗？

继续和我呆在一起。你正在一步一步的阅读的这些古老的概念思维，已造就了数亿美元的销售额，让我们继续前进。

关于信封就谈这么多了。到目前为止，我做了我可能做的一切(邮寄登记或挂号信)把我的信投递出去后，让它当成个人邮件收到。

因此，我做了所有我可能做的事，重要的事是直接邮件地址。

我把信件投递出去后，并且我知道它被打开了！那会怎么样呢？你在想“那有什么大不了的？”。听着我的朋友，因为这听起来简单，多数直接邮件的失败的第一原因是由于：

它从未投递出去，并且/或者从未被打开过！

真的，除了提供错误的信件和错误的名单之外，还有许多让你的信件没有投递出去或没有被打开的错误。

想想看：无论你的信件制作的多么的精美，有令人信服的理由，以及有很好的诱人的价格等，如果你的信件没有被收到或者被打开，会是什么情况？你知道，这个简单的事实对我来说是不言自明的。

既然做了这么多事情却成了多余的，我好像有点傻。但是，你知道吗？我宁可多余也不要破产。破产是由于未能把握这一简单“明显”的概念，而使大量邮件发不出去。这方面后面会谈到。

现在，假设我们的信件都被人们打开了，那么我们还有什么地方需要担心的呢？让我们看看那是什么呢？

如果我的顾客被认为是个人邮件，他打开后，突然发现它不是个人邮件，因为他看到一个花花的小册子、一张打印的说明卡片、和一些供他选择的问题卡片？（秘密行销网 www.mimixingxiao.com）

嗯，不好。如果我的生命取决于得到对方回复的话，我根本不愿意去冒险让一个陌生人打开我的信件，然后有他的选择来决定我的生死。

“我想你一定不会知道我是怎么让他打开我的信件的？我保证你不会猜到。除非你是非常聪明的，你大概不会原谅我这种无政府主义思想。由于…我要我的顾客当他打开信的时候看到的是，(咽!)…一封个人信件！

是的，我要他看到的是或者至少看来是一封真正的对上帝诚实的私人信函。因此，我的生死攸关的邮件只包含了二个元素：一个是平常的信封，一个是我亲自书写的、相当简单的一页信(361个词)。它其作用吗？

我想这样说，这样的信产生的订单是 730 万现金，它是我建立邮购公司的起源。后来，我不得不雇佣了超过 700 位工作人员，其中需要 40 个人每天来收取银行带来的订单，而且要保持每天有 2 万进账。

现在听好。多年来我一直在思考，随着邮寄包裹的不断变化里面应该包含什么。首先，我学会了如何通过使用大邮包裹达到同样的效果(或至少类似的效果)，通常包括一个用于回复的信封，一个定货单(I hide it, though)。

无论如何，你刚才读到的是我的 A 包，B 包要更加精确和更加正式。

如果你自己制作直接邮寄，那么我建议你将那些特定的文件放在某个地方，每次你设计其他的邮寄包的时候再次阅读他们。如果你雇佣其他人为你制作直接邮寄，我建议你复印(仅此一次，你有我的允许)那些页面内容，并且将这些内容交给你的创作者，告诉他在制作你的下个包之前，考虑下包含其中的概念。

好，咱们继续学习。

你准备开始了吗？你现在将要学会关于直接邮件的最重要的事。我有一个类似的培训课，教你关于如何在报纸和杂志上做广告，但我会稍后的一节里讲。

现在，我们将仅谈论关于直接邮寄的话题。

无论如何，这位盖瑞亥尔波特教授现在将要教给你他的著名的有关 A 包，B 包的精彩演讲。它是这样的：世界上所有人将他的邮件划分成二种，我称为 A 包，B 包。A 包是信件(或看来是)，B 包包含一切：票据，编目，小册子，打印的公告，同时要有包含销售消息的信封等等。

现在听好：你能做的最重要的事情是，当制作直接邮件时一定要确定你的信件在 A 包里！这是为什么呢？大家总打开他们所有 A 包邮件，只有一部分打开他们的 B 包邮件。

它其实是很简单的，当你花费数千(有时上万)美元去邮寄销售信时，你想要确定收到你信的每个人至少会打开信封。你知道，这简单的事实对我似乎是不言自明的。

当某人想要与我争论时，我总是感到很惊讶。通常你可能期望最具有说服力的是来自“经验丰富”的广告人。

这些人会告诉你，他们发现 B 包是更直接划算的，他们其实是错误的。你想想看，他们也许寄出了一封个人信件（我后面会解释），他们却忘了消除“哦，呸！”被骂的反应。

首先，我们谈论一下 A 包与 B 包的区别。

它其实是相当简单的。您想想看：A 包信封看起来像是个人的信件，更像是一个人与另一个人在沟通。最好的(符合成本效益)A 信封贴着一流的邮票。他们的边角上从未立刻显露里面包含的那些商业材料。他们的地址从来不是标签式的，并且他们很少夸大或做成奇形怪状样。

想要看个例子？那就看看。

刚才那个信封，它是简单的白色#10 号信封与一流的邮票和在边角上写着发信者的姓名和地址。

下来将讲关于图形设计的内容!

现在我们谈论 B 包信封。它是什么样子？你已经知道，你会看到成千上万的人，它们通常是带有标签地址的，并且他们通常包含乱七八糟的内容，得奖图表，相片，选择窗口，“Miami Vice 的颜色”，一个大的印刷标志或者印刷的一流标记（直接邮件最愚蠢的错误），其中所有的一切被误导为直接邮件“专家”，可能他认为那会帮助到他，让人们打开他的信封。

这是非常让人伤心的。

现在我请你想像，一个非常忙的男人(或妇女)到他的邮箱那里，发现大量的 B 包邮件。你能想到吗？你会去看那一大包创造性的“收藏”吗？你会去看所有这些开着口的信封？看到一个就说：“这对我是非常重要的吗？”

在这些邮包里，假如你看到的是：《时代生活》提供的藏书”；看到一个有（噢男孩！）三个窗口的信封；你看到一个包得臃肿的里面放着很多宣传印刷材料，就像为了弥补第一册的不列颠百科全书一样；你看到一张饥饿的乞丐儿童的照片；还有一些可爱的小消息，说：这里是好消息：亥尔波特家庭和其他人一样居住在 8033 日落大道附近！

只要看看这些混乱的样子！你猜会发生什么事？

当一个很忙的男子(或妇女)到他的邮箱并且发现这样收藏品的时候，你能否猜到会发生什么？面对所有这些材料他会做的第一件事情是什么？猜猜看，我打赌你猜不对。

好，让我们看看答案。你是否猜测人们做的第一件事情就是把它扔掉？如果你这样想的话，你就错了。

你想想看，人们将做的第一件事就是快速的浏览一下看他是否收到了任何 A 包邮件。之后，他拿走他需要的！

现在，在我继续之前，我想要承认他总不会扔掉所有的东西。如果有引起他注意的信件，假如他正在等待从哥伦比亚唱片俱乐部来的邮件，可能他将打开其中的一封信看看里面有什么东西。

好的，如果将信件放入 A 包是你能做的最重要的事情的话，那么你能做的下件最重要的事情又是什么呢？答案很简单，下一件最重要的事是：**确保你的信件留在 A 包里。**

这里是我的意思，假设你的潜在客户得到一封看似像 A 包的信，我已经描述过的那种。听着：毫无疑问这样的信封将会被打开。它看起来更像是个人信件，它用的头等邮票，它不含有明显的销售消息。

总之，它是一个私人信封的优秀例子。

然而，当他打开信封后又将发生什么，因为他发现了一大包和生活无关的东西(不涉及他的叔叔、阿姨、内弟、姐夫，舅子等)？你知道

我在信里说什么吗？我在谈论五颜六色的小册子、定货单、巧妙得奖的“棘手问题”，口哨、响铃、小笛和一则关于里根总统的个人消息。

那么将会发生什么呢？我肯定你已经知道，我们的潜在的顾客将说，“Oh，天哪”并且，很可能他将仍掉这些东西！

不过，这里有一个更好的方式。我要你想象，当你的潜在顾客打开 A 包信封时会发生什么？不是看见“乱七八糟的图表”，他看见的东西是一封简单的信件和一个信封，以及这样的话语：“请马上打开这个信封，阅读此信，谢谢！”

下面将发生什么呢？

很容易的就知道，你的潜在的顾客将开始读这封信看看里面是什么内容。然后，如果你很有本事，你的信将引起潜在客户的注意，你的产品或服务会激发他的兴趣，吊起他的胃口。然后，它就会打开密封的信封，并且看更多的信息和内容。

当他打开被密封的信封时他将发现什么呢？其实没什么特别的。他像在 B 包里会发现完全一样的材料(指令卡片、小册子、回复信封等等)。但不同的是什么呢，最大的不同是什么时候看到这些材料，时机很重要，销售就像诱惑。

如果你想要与一个女人上床，你需要时间让她同意。如果你立刻要求她，她很可能认为你是变态，她就不会离你。所以，你需要时间让她更多的了解你，你和他一起吃饭，约会见面，等到她对你产生好感，然后，我的朋友，这样她同意你的机会就多了。

因此，销售也是一样，不管是面对面销售，直邮，电视，广播，报纸广告或其他。如果你前期引导你的潜在客户让他感觉很舒服，然后在提出销售的关键问题（“你要买我的产品吗？”）之后，你的成交率会很高，很高的！

不要当受虐狂！

有一个老笑话，内容是关于有一个男人和他遇到的每一个女人。一见面便要求和人家做爱，并且，当他的朋友问他时，“你是不是挨了不少耳光”，他回答，“是的，但我得到的幸运也很多啊！”

那么，在我看来，那个人是个天生的受虐狂，但他也有它的需要。你没有必要为了生活中的那点浪漫，而被打耳光。当然，你用直接邮寄为了获得更多的订单，就需要受到多次的拒绝。

一百万美元的例子!

看一下： 这里将用一个真实的故事来说明我的观点。

不久前，有人找到拉斯维加斯去帮助一个遇到麻烦的人。是 Sanders 上校的侄子，他继承了很多 Chicken 上校的钱，他投资了很多高价维生素现在没法卖出去。维生素在仓库存放着，他和他的伙伴想知道我是否可能用信件推销的方式将他们卖掉。

说句实话，我不是很感兴趣，我是非常，非常的感兴趣!

而他对我不是很感兴趣。他说他的邮寄信件已经起作用了。他说他每个月邮寄 300,000 到 1,200,000 封信件，并且获利颇丰。你知道我告诉了他什么？我告诉他，他的邮寄是很可怕的，他应该有目标的邮寄正确的信件到正确的人群。我告诉他，如果他会让我重做他的生意的话，会产生意想不到的结果。

他同意让我尝试。他给我开了一张大额支票(我爱那个部分!) 这样我们就成交了。然后我上了飞机回到了 L.A。在仅 45 分钟后，我在飞机轮子着地之前就完成了构想。我设计了看起来像是个人信件的信封，这样，我的顾客就可以继续读下去。然后，我设计了像与个人私人谈话的内容，这样读者就可以继续读下去，直到看完信为止，那么这个设计真的起做用吗？

这一切都不是理论。

我告诉你的一切信息都是经过测试并且是被证明了的。在这种情况下又发生了什么(使用同一个销售方法和几乎相同的词)，每个月将收

入\$96,000.00，用 45 分钟的工作时间换取了每年一百万美元的收入。
案例结束，演讲结束。

**继续前进。 谢谢阅读前面的那个部分。
现在，如果你允许，我将继续下去。。。**

让我们回到我刚才在这封信件中介绍 A 包、B 包的地方。你回忆一下，我正设法与我固执的妻子辩解，因为她认为有自来水和电使用，要比做另外一个直接邮件测试更加重要。无论如何，在我想到关系到我“生死存亡”的信件，应该至少“看”一下自己，我认为他的前途是美好的。如果我的销售信函可以用其它的方式出现，实际上我已经找到了个别的类型（那是我得到的结论）：

如何使用虚拟的计算机信件（电子邮件）！

请注意：这部分读起来将会很有趣！

现在回到正题。最近，计算机信函开始引起直销社区的注意。刚开始的那一封其实是很可怕的。它看起来不像是一封私人信函而更像是一封宣战书。但后来，一位名叫 Yochim 的天才利用 IBM 计算机程序就象最终开发了一封真正的看起来像是被键入的信件的计算机信函。

猜猜发生了什么？第一份计算机信函平均增加了 300%的订单率！但要注意两点。一是很少人会制作那些计算机信函，并且运用编程的方式和制作信件也是一般人不懂的。

现在记住，我的头脑又回到了我打算制作“生死攸关”的直接邮件包裹，我创造了一大堆以“亲爱的先生”或“亲爱的居住者”开头的信件。

有一天，天气很好，我在报纸上读到了一篇改变我整个一生的新闻故事。它是关于一个瘦弱的老妇人以非常简单的方式增加她的收入的故事。她做的就是去当地图书馆找到了一个单一的姓氏，然后通过调查和了解，发现了记录这个姓氏的家族情况和背景的徽章。

然后，她做了一张黑白图并把这个图打印在明信片上。然后她把
这个明信片邮寄给居住在这个县城里是这个姓氏的每个人。明信片上
说他发现了一个记录你们姓氏的徽章，并且这是黑白颜色的。她还说
如果有颜色的话将更加好看，并且愿意为读者以低价提供这一徽章。

BINGO! 噢，哇！我的头脑开始思索，“看”，我对我自己说：“可
以以这种方式做虚拟计算机信函！那么我做的是从一些大城市中得到一本
电话簿（要找到目标客户），然后排除其它的姓氏，我开始写入这个姓
氏“亲爱的安德森先生”。然后编写这个销售信。

我做了，它居然起作用了！

我从电话簿开始了。后来，我有了一点钱，我的伙伴(丹尼斯
Haslinger) 安排让我在伊利诺伊橡木公园与 Reuben Donnelly 见面（鲍
伯 Harter 那时是我们的售货员；我想知道在他身上发生了什么？）下
面是我们让 Donnelly 做的事情：我让他用计算机传输整个文件(那费
用大约\$70,000)并且将那些名字按字母顺序排列。

顺便说一句，具有讽刺意味的是，由于新的邮政规定，按字母顺序排
列你必须提供邮政编码。

第二部分

如果你没有要销售的产品，
如何无中生有得到它



不能在拖延了，我要向公众感谢这些人： Gary Bencivenga 送给我一本亚当斯；托马斯写销售信给我；丹肯尼迪的演讲磁带；G 李罗伯茨夫妇的“蓝皮书”，和卡伍德的一个宏伟青铜鹰。

这里就不提那些为我写了好多的好的推销信的朋友了。上帝保佑你们！

在我这个月开始之前，我经常接到的电话或信件上问这样一个问题：“你做过演说吗，并且你的演说是收费的吗？”答案常常是肯定的。我经常做演说，并且我不收取费用。

我所做的是请求由主办机构付我的费用(机票费和旅馆费)，以及给洛杉矶儿童医院写一张支票，无论多少面额。我也要求主办单位能记录下我的谈话内容，我想要了解我自己的情况。

总之，我的演讲是相当便宜的。

现在，我们开始我们的生意吧。

读过时事通讯的大多数人已经知道关于直接销售的大部分内容了。现在，让我们假设有新的学员来问你，想要知道他可能在这一高尚的领域里能够学到最重要的东西是什么？

你会告诉那个人什么？你认为非常重要是通过直接销售的方式做生意？或者，就此而言，还有其它的销售方式？我们努力的“出发点”应该是什么？我们做什么会使我们的基业长青，会使我们流传千古，会使我们在工作中一直能克服困难，保持微笑？

做这些事情是否有一个关键的重要原则，可以高于一切？你要敢打赌的话，有！而且，我可以用四个词表达它：

出售您爱的东西！

听着：我一直接到人们请求营销帮助的电话。我喜欢接到那些电话。我喜欢帮助人。我喜欢炫耀我是多么的聪明。并且我喜欢收到那

些使用了我的忠告获得了极大成功的人的感谢信和见证。像下面说的那样：

“我把你其中的 1 美元的信，修改了一下然后放到了信封里，将它寄给了我的 600 位“最佳的”客户。唯一的区别是我在信中放了 2 美元（单子），而不是 1 美元。请注意：从 600 封信件中我们得到了 10 万美元！”

现在，写那封信的人取得了长足的进步。他很聪明，因为他听取了其他人(象我)的建议，他愿意测试，他也愿意尝试，他用了许多行销策略，但最重要的是：

他爱他的产品！

他的名字叫弗雷德罗。他出售高质量宝石，由于他真的很热爱他的商品，他将这种热爱传递给给他所有的顾客了。

由于这些原因，我将在这个月教你目录中的内容。我已经决定给他一个免费的方案，去除那些他真正不需要的内容。因此，如果你正在买钻石，红宝石，水晶石(我的喜爱)或其他类型，我推荐你给他打电话：(270) 338-2363。

当然了，并不是请求我帮忙的每个人都会得到我的建议。然而，给我打电话的人只有很少一部分是准备销售产品的。

典型案例：

最近，有人打电话和我说他为了挣更多的钱，在卖报告时遇到的麻烦。

“它是真的吗？”我问道“买你报告的人是否得到了可观的回报？它是否真正能够帮助他们挣很多的钱？”

“没有”，他说“它基本上只是一堆空话；只是我收集的一堆材料，因为我知道这种生意有市场。”

那么，说到这里我已经失去了兴趣。我为什么要关心这镍角钱和他没什么作用的小报告？

多么可悲！

现在，如果你还想听什么的话，请你继续听下去：

没有人能够通过销售连他自己都不感觉到骄傲的产品而获得成功！

噢，我知道你说很多人靠卖垃圾产品而挣到了很多钱。那又怎么样？金钱只是获得成功的一个必要条件（但却并不是最重要的）。通过做霉良心的事情而挣钱（甚至上百万）并获得的成功会让你的生活添上不光彩的事，而失去你的自尊。

好吧。怎么样？如果我教你如何创建一个近乎完美的产品，有时候你的产品能卖到它成本的 20 倍，这时候还能说他物有所值吗？是的，那些美观，高档，物有所值的东西将会使你的钱包鼓鼓的吗？不仅仅是那样的，这个产品是很棒的，如果你已经有一个好产品，我将使你的那个好产品更好。并且，更加实用。

换句话说，我们要在这里做的是创造一种产品，这一产品能够创造独特的价值，并且还可以提升你已有产品的价值。

让我们开始吧！

这里你已经有一张相当全面的运作材料。如果让我制作这样的清单，一个简略的版本将包括：

滑雪锻炼
公众演说
浏览书店
潜水运动
两只小猫
我的时事通讯写作

我坐着小船做白日梦（我刚刚购买了喜欢的潜水船，从旧电视剧系列 SEAHUNT 主演劳埃桥梁那里）

看着孩子们兴奋

制作电视节目（好像我的儿子，凯文，在前年的一个星期五出生的，我喜欢它。）等等等等。

现在，你应该做的是制做非常全面的同一类清单。

需要花点时间来做这些事情。这不是无聊的说教。这是如何在市场上取得巨大的成功的关键一步！

好，现在假设你制作了你的清单，并审查了几次之后，下一步就是到当地的图书馆去查阅下面的出版物：标准期刊目录，由牛津剑桥通讯公司出版的；SRDS 名单手册和 SRDS 的商业性出版物，第 I 部分 (贸易杂志)，第 II 部分(第二类)，第 III 部分(国际直接推销明信片)和 SRDS 消费者杂志。

现在，比较一下你收集到的材料和你的分类清单。我们在这里要找出的是你愿意与其他人**分享你的思想和激情**。

你发现里面有很多东西都是你特别喜欢的，如果很多人从你的清单上分享了你的热情，同时也就造就了你可观的市场收入。假设你对收集古董缝纫机特别疯狂的话，很好，我的朋友，你在这种情况下你将只能自己独享。但是，如果你像我对滑雪的热爱一样，那么你会发现将有很多人分享你的兴趣。

例如，可以将上述的参考书罗列下：

可利用的邮寄列表

1、滑雪邮寄列表：在洛杉矶、加州参加滑雪的名字，总共有：39,128. 人

2、滑雪选手按年龄和收入：为他们做一份问卷调查，说明他们的滑雪兴趣和生活方式等情况；可选择调查的信息有：性别、职业、婚姻状况、住房、信用卡的使用情况和小孩子的年龄等。

总共有：2,640,622 条。

3、滑雪爱好者：这个在唐纳利市场，大编译器之一的。总可用：514148

专门讨论滑雪的出版物

出版物名称

1. 滑雪企业 14432
2. 滑雪行业新闻 11781
3. 滑雪杂志 440083
4. 滑雪美国 400,000
5. 滑雪的 X ç 160,000
6. 滑雪者目录 160,000
7. 滑雪 440537
8. 犹他州滑雪 100,000
9. 滑雪场管理 3,624
10. 滑雪公元前（不列颠哥伦比亚省） 75,000
11. 滑雪比赛东 7500
12. 滑雪产业公告 12000
13. 滑雪专业（无保监会。提供）
14. 滑雪魁北克（无保监会。提供）
15. 滑雪店圣经产业指南（无保监会。提供）

继续我们的收集。。。。

有滑雪足迹，滑雪世界，加州滑雪律师，滑雪提倡者，滑雪在欧洲、西南滑雪者、学生滑雪者、Sugarloaf 杂志等等。

我们现在做了两件非常重要的事：

(1)、我们已确定了你热爱的一个领域，并且(2)、我们确信你可以与其他成千上万的人分享你的热情。听起来像给我规划一样。

最后，步骤（3），我希望知道它应该对你有什么启发了，你会发现，可以将你的爱好，或者自己喜爱的东西分享给其他人并且通过这样的途径获取成功。

假设这里对你有什么启发的话，应该是卖给这些对滑雪感兴趣的这些人他们喜爱的产品。你应该发明一个新型的滑雪靴？你应该开一间滑雪小屋？制造滑雪衣服怎么样？

哇，这些事情太难了吧。让我们出售点别的东西吧，这样更加的容易一些，一些对自己有益对顾客更加有好处的事情。

但首先，让我们先休息一下。我想要给你讲一个故事。

从前，我在迈阿密遇到了一位男子，出版商委派他写一本关于如何不增加体重就可以戒烟的书。他告诉了我书中的秘诀(吃胡萝卜，口香糖等)实际上只需要短短的几页就可以解释清楚的。因此，他不得不添油加醋，增加书的厚度，说明为什么抽烟是有害的。

当然，我这里谈论的是那些愚蠢的美国人民。但有很多聪明的家伙意识到人们的时间是很宝贵的。他们可以利用时间来挣钱，这些人想要得到准确，精炼，严谨的信息。并且，他们愿意为其付出代价。

嗯，我现在引起你的思考了吗？

千万不要有这样的念头——去推销您感到羞耻的产品，为什么呢？除了考虑明显的道德方面之外，你有千万条你不能容忍的理由去这样做。

嗨！现在你还支持我吗？

好，现在就讲如何去做：我们去当地图书馆（我去了美丽的市中心伯班克）去看那里有多少关于滑雪的书（该伯班克图书馆目录上有41本），接下来，我们在咨询台上再查找相关主题重要的图书目录。

这是本巨大的两卷的目录书，由纽约鲍克公司出版。它基本上包括了所有的信息。现在，让我们到滑冰那一栏然后看一下有什么列表？您相信吗？这里有130个书目。

翻、翻、翻。然后我们翻到滑雪读者指南期刊，查找到滑雪，在这里我们看到上百篇关于这方面的文章。

然后，让我们再去镇上最大的书店里，看一下那里有什么书在那儿。把查到与滑雪相关的期刊杂志、文章找出来。现在，听着在你找到这些之后，你需要做的就是把这些材料都买回家。

总的来说就是，你从图书馆查出一堆这些书，然后再到书店把这些书买回去。

现在，将你自己锁在一间屋子里，开始阅读。然后读一些就停下来，去回顾一下所有的题目。你有很多的题目不是吗？然后再回到正文当中，然后再回到题目当中.....这样不断地循环往复。

BINGO!

好的。这里教你一个“啊哈体验”。这就是说：“啊哈，我有了一个很棒的想法”。然后，你就可以根据这一想法去做一份书面报告，告诉滑雪者这是非常有价值的东西。

- 也许是：如何天天练习，习惯于它！
- 或者：10种获取打折滑冰器械的方法。
- 或者：如何在拥挤的情况下滑冰
- 或者：17种提高滑冰技术的捷径
- 或者其它任意的什么都可以。

那么现在你就有一种你可以用其带来巨大财富的产品，你对该产品感到非常满意。同时提供了真正的有价值的资讯。

圣诞快乐
上帝保佑你！

Gary C. Halbert
盖瑞·亥尔波特

P.S. 我在俄亥俄州阿克伦遇见过这样一个人。这家伙将自己的兴趣发展成了一项1000万美元的生意。他所做的就是让一大堆中年妇女们制作飞机模型。

他将这些模型卖给那些喜欢模型的人，让他们放在自己的办公桌或者家里的桌子上。或者电视上。

P.P.S.朋友们，他们在出售自己非常喜爱的产品给喜欢的人们。你从中体会到什么了吗？光读上面的例子用处并不大。你现在得考虑一种和你目前销售相关的产品并创造出来，并给其打广告，然后以附属品的形式将其卖出去，这样做有两个目的：

(1)、它可以促进你原来商品的销售；(2)、如果你还没有正式的新产品，那么你可以顺便测试它一下。

P.P.P.S.现在，你能相信书上所列的 13 种反常性标题吗？是不是脑袋进了水的人写的呢？或者认为这又是一个新的并果游戏的杂志？或者至少是人们喜欢获取财富的两本杂志？（合并保监会：42808）

想知道的话，就请看我下面的内容。

第三部分

如何得到你所需要的钱来开展你的项目，
而且一分都不用借！



我的通讯销往世界各地，同时我的许多追随者都获得了巨大的成功，也赚了不少钱。这些人经常与我保持联系。他们经常问我有关他们生意的方方面面的问题。他们有时会问是否应该雇佣一个人。有时会问我现在的市场是否可以再拓展一下，有时会将他们的广告和推销信发过来让我评价并修改一下等等。

然而，最常见的问题，有人问我的是：如果他有个非常新的好点子，看有谁可以投资。

现在，让我告诉你：如果你有一个完全未经证实的想法，你希望来运作，这个我帮不上你。换言之，如果你有好的想法，测试收到良好效果之后，朋友，我会将你的想法推荐给别人，让别人投资你的事业并且从中分红。

请注意，测试你的想法需要花些钱，但当你读到本书第五部分时，你将会学到如何在报纸上以最低的价格测试你的广告。如果你真想要花招的话，你可以用第九部分提供的信息去免费发送几千封推销信。

此外，如果你决定要通过“常规”直接邮件测试你的想法，你愿意做大量工作的话（地址、密封、封装等），它会花掉你大概 1500 美元。因此，无论如何，你做了测试之后，然后有了实际的数据的话，你就可以给我写这样一封信：

亲爱的盖瑞：

前段时间，我有一个想法：想出售我妻子写的关于“如何不节食就可以减肥”的报告，于是我在报纸上登了广告来出售这篇报告。我在波敦克日报上打了这则广告，这则报纸发行量为 53,000 份，广告费为 1200 美元一次。我以 12 美元的价格再加上 1.5 美元的邮寄费出售这则报告。其它的费用约为 3.5 美元，这个有我自己来出的。因此，每份订单的毛利大概为 10 美元，我从 220 份订单中获得了 2970 美元的订单。

以 3.5 美元的价格去处理每一份订单的话我共需要花掉大概 770 美元。因此，我一共的花销为（770 美元做订单，1200 美元打广告）共为 1970 美元，从我 2970 美元毛利中减掉开销话就剩下了仅仅 1000 美元了。

请让我知道，您那是否有人感兴趣加盟上面这个项目，来分享利润？

此致

某某人

好吧，当我从你或其他人那里收到这样的信，我所做的就是很快将这则信发给我的关系网中的投资者，通常有人会很快采取行动。

想想看，如果您需要资金来证实您的想法的话，我欢迎您的来电。

顺便说一句，我的电话是：(305) 534-7577 我的传真号码为：(352) 861-1665

第四部分

如何让电影和电视明星开始帮助你销售产品

本节是盖瑞亥尔波特 9/1/88 信件里的完整全文



有些人喜欢潜在水下摄影，另一些人只喜欢潜在水下欣赏风景。还有一些人则喜欢水下侦探看是否有沉船，等等。

这可不是说我，我喜欢做的事：肆意屠杀！

我告诉你，没有像进入水下 60 英尺深更加迷人的事情了。在没有威胁的情况下，你呆在下面一直到水下那些生物感到你并无恶意，并且他们试着接近你时，你杀了他们！

哦，天哪，我多么的爱他们啊！

然而，无论如何，就在这个夏天，我与波莱特一同在佛罗里达群岛的桑布雷罗珊瑚礁下面潜水，我们带着鱼枪，准备杀鱼。不久，我看到了一条愚蠢的小热带鱼从身边游过去，然后，我抓住它又像垃圾一样把它扔了出去。

突然，我发现了“战俘”，一条鲷鱼，然后“砰”一声我就杀了它。

现在，我和波莱特比赛杀鱼，然后把血腥斑斑的鱼放到包里。我们喜欢这样去感受杀鱼的乐趣，这时，我又和他抢着杀了两条鱼。正当我们一起高兴游的时候，一条鲨鱼向我们游来！

波莱特该怎么办呢？上帝保佑她！她抓住我的肩膀，指了一下那条鲨鱼，然后让我把枪对准它，然后她拿起工具包。

天哪，什么也没有发生。过了一会，那条鲨鱼游走了。我们继续前进，当我们回到船上时，我表扬了波莱特，我告诉她刚才做的非常正确。不管什么时候，我们碰到这些讨厌的大鲨鱼时，你的责任就是清楚谁拿着装满血淋淋鱼的袋子并扔掉它。这是一个真实的故事。我发誓！

现在我告诉你一些事情。无论你已经潜水多少年了，无论你认为你有多么的勇敢，鲨鱼永远是你要注意的东西。

上个月，我告诉了你的第一份工作。如果你想卖东西给人们的话，要引起他们的注意。我现在透露给你的秘密就是如何通过写“杀手”标题来达到上述目的。知道了吗？

好，但我还没有讲完，这个月我准备将我的业务稍微拓展一下，然后想一两个类似这样的“鲨鱼”题目，将会获得注意。这些题目并不适用于所有的情况，所有的时间，但一旦他们适当的话，就会对你的市场战略产生极大的提高。

那么究竟什么会一直引起人们的注意呢？答案就是：

性感美女的热辣图片！

但小心一点。如果没有做对的话，在广告上放性感图片会惹火上身的。思考一下花花公子频道的困境，你就会发现他们所提供的镜头没有达到今天 X-级的电影和视频黄的程度。这就是生活，实际这样对花花公子很不利。

不管怎样，我想告诉你一条很好的标准。利用性感美女图片去吸引人们的注意力，但要把握界限，不能太放任了。同时你要知道，无论你的图片多么的温和，使用性感女人的照片都会冒犯一部分人。因此，如果你是那样的人（或者在为那样的一群人工作）那么你就是在冒险故意冒犯别人。所以，你绝对不要用性感的照片在你的推销中。

另一方面，在我的一些特殊的志同道合的读者（说笑而已、说笑而已），使用这种照片（如果你是做正确的事），可以迅速达到你的目标。

那么，需要做的第一件事情是什么呢？很简单，就是在你的广告中利用女性的权利。

你看到一个漂亮女人的照片，实际上她本身并不一定美丽。我就有个非常有趣的经历。我想在占星术广告中用一个模特，但我只是见过他的照片，所以我想见见她本人。摄影师说好的，没有问题。他说他正在准备一个会议，但我必须做好心理上的准备。

但我从未有过的震惊！这个在照片上看起来美丽的姑娘实际上是个“飞机场”（我已经很仁慈了）。我坐在办公桌前用一只眼看着她的照片。然后，用另一只眼看着他的本人，我简直难以置信，他们居然是同一个人。

与此相对的就是，有许多很美丽的面孔在照相时却常常很难看。因此，不要爱上一张面孔，除非是在照片上也是很美的。说到美丽的面孔，女人身体的什么部分最吸引男人？您能猜到吧？

我想你猜不到的，研究发现，女人最吸引男人的部分是一张俊俏的脸。想不到吧？

继续学习，所以无论如何？波莱特和我经常在洛杉矶的一条叫咖啡街的地方溜，那个地方很干净，距离娱乐中心地带很近，所以墙上到处贴着非常多明星，非明星以及即将成为明星的人的宣传照片。

有一天，我们走出去，面对这些数以百计的照片而无动于衷（像往常一样）。我们走着走着，突然有一幅画引起了我们的注意。你知道，这是谁？是已故的玛丽莲梦露的画像，她非常上相，看着她的照片它似乎在和你说话。这张照片就有这种效果，它贴在 LA 咖啡公司的墙上。

希望一些证据？只要看看另一张画像，你就知道了。你相信吗？我认为如此。

顺便说一下，另一个画像上的女性叫乌鸦艾迪布尔，在图片上宣传她的唱片专辑名为“亲吻男孩”。波和我都被她所吸引，想去了解乌鸦艾，不仅她的照片让人梦魂牵绕，她本人也是一个非常漂亮的女人。

这个结论就是：她的照片真的会吸引你的注意力。没有它的话会怎么样？

当然，使用瑞文照片或者其他一些上相夫人的照片，在你的促销活动中使用，也会引起客户的注意。但请你小心，如果你是向老太太销售圣经，或者，你卖的是一些不好的衬衫假的东西，你会收到一些反对的声音，当然，你也不应该这样做。

这是一个判断的方式，你可以做到这一点。

那么，你从哪里弄到像乌鸦艾那样的女人来做你广告中的照片呢？是不是很迷惑？

很简单：只要在黄页里找一下模特代理商，然后你就可以找到。

现在我就坐在受着女权主义者们的谩骂。他们说我是歧视女性的猪，我可以想到亚当斯伊丽莎白女士都出来了。

来自马里兰州巴尔的摩市的信，写到：

亲爱的卑鄙的家伙：

我一直都在怀疑，你是一个在泥泞里的猪。现在，我发现这是真的。

请莉斯别这样。因为我并不应当被这样对待，因为我确实是个好人。我只是做了让莉斯，艾丽西娅，埃文斯等美丽的女士们不高兴的事情。我想我必须得提一下事情的另一面。那就是我也会使用像男人们的身体的。我做这一切都会冒范甚至是我自己的人的。

但我的工作不是当法官，我的工作是如何帮助你挣钱。所以，我要对你说：前些日子，我为一个在亚利桑那州的客户做了一项工作并且效果非常的好。那个客户问我有没有能使这项工作更好的方法了。我说：“看，如果你想获得更多的话，为什么你不让一个名人来为你做广告呢？”

他让我去做这件事。

于是我为他找到了在王朝中扮演 Krystle 的前夫的 Geoffrey Scott。后来我们使 Geoffrey Scott 成为了广告明星，而且我们的总利润增加了不少（大概增加了 15% 至 20%），这反过来又意味着净利润有着更为显著的增长，因为一旦你的制造费用固定，那么总利润的 1% 的增长很渴能带来净利润 3% 的增长。

顺便提一下，增长的前提是 Geoffrey 的照片要在上面的图画上，Paulette 认为这个人长得不错，但是我不这样认为，你觉得呢？现在注意听好了：

如果你要把名誉用于追求利益，你必须具备一种“思维模式”。

例如，在我看来，一些人从百事可乐转向可口可乐（或者由可口可乐转向百事可乐）是因为迈克尔杰克逊或迈克泰森，从而选择其中的一种而不是另一种。

另外，我认为利用某人的“扩展价值”能够很好的促进邮购或者直接反馈的购买方式，因为它们都很有魅力和...

能够促进证明！

我将前面说过的再说一次，人们不买你的东西的第一个原因就是：**他们对你所提供的产品不感兴趣。**

然而，一旦你克服了第一个障碍。那么，第二个他们不买你产品的原因是：**他们不相信你的产品是真的。**

因此，名人所能做的，就是增加你产品的可信度，能促进你更多的销售。

你要知道我为托娃博格宁做的化妆品广告就取得了巨大的成功？不是吗？嗯，埃尔斯在这广告中起到了非常明显的作用。

如果你问我，人们为什么会买这产品？我不会说有人用了这些化妆品，他们看起来就像埃尔斯特博格宁。而实际上，名人埃尔斯增加了广告的可信度。证实了广告的有效性。使它们更加可以信赖可以相信。

那么，用名人做广告需要多少钱呢？

那没有固定不变的价格。但你首先要保证，你所请的那个名人是一个“通情达理的名人”。相信我这样的人其实很少。

我们都知道，制做一部电影或者电视广告需要很多人合作才能完成，需要写作、制片、导演、电工技师、摄影人员、灯光技师和一系列的其他人。然而，有许多荒唐的名人就认为太阳出来、降落、所有的电影的成功只是他一个人的功劳。

正如，马龙布兰德说过的那样“演员就是那样一种人，你不谈论他们的时候，他们就不会再听”。

同时，正如盖瑞亥尔波特所说的那样，“不要去付 100 万美元用任何的明星或明星机构去给你做广告。你不需要那样的，因为他们不能为你保证任何事情”。

一个典型的例子可以说明：去年，他们在有线电视上制作了一个非常重要的净水器广告，他们动用了迈克尔兰登等一群其他明星。我从内部消息知道他们花了大概 250,000 美元，但没有起到任何作用，如此糟糕。

多么悲惨啊！

很简单，实际上他们只需要花 20% 甚至更低的费用就可请到很好的明星并且起到足够的效果。

顺便说一下，你知道吗？只有 1% 左右的演员是在通过他所选择的演艺职业维持生存的。绝大多数的演员都有自己的第二职业的。甚至许多很出名的演员也是这样，从而他们可以增加自己的收入。

我这里想说的就是：你可以做一些工作，花 10,000 美元或者更少去请到“通情达理”的名人，特别是如果你提供一些“胡萝卜”委婉的去处理。比如，如果做这些工作为你增加了销售量，你可以再让她得到一些不错的奖金。

现在，让我们谈谈你如何去接近名人。

我能想到的最坏的方式就是打电话给他\她的代理人。代理人其实是很贱的。一般来说，我将他们归类于法官之下，杀人犯之上，他们的斧头砍的很厉害的。我认为，代理人这可能给他们带来更多的客户！

你要找那些快没有饭吃的明星，至少六年没有工作了的那种，那种想要在激烈的市场竞争中取得一线生机的。如果你找他们的经纪人，他会向你列举不可思议的收费，他让你觉得你在问他工作室的情况，而不是在谈一个明星！

也许，你会忘记和他聊的整个事。。那个明星也全然不知道你们曾经有过这么一席谈话。但请记住这些：如果以书面的形式给出报价的话，他们的代理人会出于伦理的角度，将你的报价书递给他们代理的明星。

现在说的具体一些：

如果你有兴趣聘请一位明星的话，你应该做的第一件事情就是，拿到一本演员协会的电话本。这本通讯录的价格为 75 美元加 10 美元的邮递费，每四个月更新一次。你可以从下面的出版机构订购他们：

电影科学艺术学院。

8949 号弗利山压加利福尼亚州 902111-1972

电话：(310) 247-3000

传真：(310) 859-9351

电子邮件：ampas@oscars.org

www.acadpd.org/infoaboat.html

这一项地址内有 4 卷进内容。每页内容里有 8-10 位明星的情况。明星们可以分为——一流女星，菜鸟女星，一流男星，菜鸟男星。男角儿，男喜剧演员，女喜剧演员，小男孩和小女孩等等。总共我算了一下在 1987 年那年大概有 15840 位男女演员。

现在，在考虑与他们取得联系之前，请先考虑下面的问题：这 15000 多人中，只有 200 人可以挣到足够的钱去支付他们的租金。

所以，你看到的通讯录上有每位男女演员的照片，同时有他们的名字和电话号码，以及他们的代理机构的电话号码，还有他们经纪人的电话号码，以及为他们接电话的机构的电话号码。这里你可以给这些明星留言。

呼，哈，哈！您正在开始得到这些照片。

现在你要做的就是——一页一页地翻这本通讯录看有你中意的明星没有，然后有的话就写这样一则信：

亲爱的名人：

我关注您的代言机构并写信给您是因为我想在一则广告中请您出面。

我的预算开支为：先支付您 10000 美元现金，而做这样的工作大概只需要花您 30 分钟的时间；同时，一旦广告获得成功，那么依据版权我将支付您几十万元的费用。

此外，由于最后期限，我希望最好是在下周内得到您的回复！

因为时间紧，我分别给您的代理机构，经纪人和您个人等各发了一份。

真挚祝福

约翰琼斯

相信我朋友，上面这封信件会被采用的。

顺便说一声，如果你做了很多直接邮寄的业务，你应该特别考虑使用一些“明星”，如果你在信件上使用了某个明星的照片，那么你就可以将你的对手击败的。

最后一个问题，如果你想在你的邮件里使用一张罕见的特别漂亮照片，引起他们的注意力的话，那么，在这种情况下，请不要将照片放到信笺上。不，这将是失礼。可以把照片放到签名的下面，直到你的读者看完你的信息，不然放在上面会迷惑你的读者。

此致

盖瑞亥尔波特

一位“善良的人”

P.S. 如果你想见到杰弗里·斯科特的话（一个用上面的钱数就可以雇到并且心智正常而且看起来也很好看的家伙），你不想做繁琐的事情的话，直接打电话给我即可。电话：1196497033 1196384929

P.P.S. 另外两个获取明星的渠道就是英格尔公司，贝弗利大街 8111 号 308 房间；洛杉矶，加州：90048 (213) 852-0300 和 Don Camp (213) 281-6970

（编者注：如果上面的联系方式不好使的话这里有其它可选择的联系方式如下：

派拉蒙娱乐公司（888）286-1717，

www.paramountentertainment.com/index.html;

好莱坞促销公司，斯科特邮政局邮箱号：

1138.ashlcn,ky41105 www.paramountentertainment.com/index.html;

飞溅名人促销会，邮箱号：250 奥兰治湖，佛罗里达州 32681-0250

www.splashcelebritypromo.com

互联网促销会，PM 促进会，东部 235 待。

电话：（212）722-1744，传真：（208）728-6456 sc104@mail.com，

www.pmpromotions.com.)

P.P.P.S. 当你使用了名人像 Raven 和 Geoff 等名人为你做广告之后，你就可以任意地使用他们的肖像，可以在杂志上，像花花公子那样等上面使用，也可以在电视和电影等各种其它媒体中使用他们。

后面更精彩。。。。。

第五部分：使你的报纸广告收益增加 750%的秘密！

第六部分：如何得到每个可能成为你客户的男人、女人、孩子的实名和地址！

第七部分：在一张简单的明信片上写下什么才能吸引他人“流入”你的业务的秘密！

第八部分：克隆成功的信件

第九部分：如何在不花任何成本的前提下每周发 10 万封信函（连邮资都不需要）

第十部分：如何使用 976 号码让人们乐意付费听取你的销售广告

第十一部分：如何让你黄页上的广告增加 400% 的业绩，而不用任何额外
的花费！

第十二部分：如何使用小分类广告每天赚取 1 万美金

第十三部分：找到你梦中情人的秘密技术！

第十四部分：如何不花任何费用在有线电视上打造你产品的品牌

第十五部分：成功的黑暗面

第十六部分：如何从世界各地得到最珍贵的免费礼物！

马上订购, 点击: <http://www.mimixingxiao.com/Informationinfo.asp?id=81>
或 www.sootop.com.cn

秘密行销网，永远提供最有效的营销讯息！ www.mimixingxiao.com