

Vào hôm thứ Ba, 17 tháng 8 năm 2004, John Reese, một nhà kinh doanh không mấy tiếng tăm trên Internet đã kiếm được một số tiền lớn đến mức khó tin chỉ nhờ một chiến dịch tiếp thị thành công...

Trong bài viết dưới dạng tổng kết dưới đây, bạn sẽ biết được những sự kiện nào đã xảy ra trước khi kỷ lục này được lập và những bí quyết marketing nào đã giúp John đạt được những thành tích đáng kinh ngạc này.

«Tôi đã kiếm được \$1,080,496.37 trên Internet trong chưa đầy 24 tiếng đồng hồ ... mà không tốn một xu cho quảng cáo như thế nào?»

Tác giả: John Reese
Người dịch: Nguyễn Hương



Thứ Tư, ngày 18 tháng 8 năm 2004.
22:35

weeffbook.weebly.com Download ebookviet free, fast, symple.

Bạn thân mến!

Lúc này đây, có thể bạn đã cảm nhận được sức mạnh của chiến dịch tiếp thị của tôi. Hộp thư của bạn đã đầy. Máy tính của bạn đã nóng bừng. Có cảm giác như tất cả mọi người, từ anh chị em, cháu chắt, những người bạn thân nhất, sếp và thậm chí cả những người hàng xóm bỗng dưng cũng lên tiếng nói về “nó”...

Họ nói về “Những bí quyết thu hút khách truy cập” (Traffic Secrets), khóa học mới gồm nhiều bước (step-by-step) của tôi dành cho những người tự học tại nhà, được tôi tung ra thị trường vào ngày hôm qua, thứ Ba, 17 tháng 8 năm 2004.

Chiến dịch tiếp thị trên môi trường Internet của tôi đã tạo ra một tiếng vang lớn chẳng khác gì một trái bom nguyên tử. Bạn không chạy đi đâu được. Bạn cũng không trốn vào đâu được nữa... Và đó là kết quả tất yếu.

Tại sao vậy?

Bởi vì chiến dịch marketing lớn nhất trong lịch sử Internet đã được tôi chuẩn bị và phối hợp hết sức kỹ lưỡng và được thực hiện hoàn hảo.

Tôi sẽ kể chi tiết cho bạn nghe về việc tôi đã tạo ra một cơn lốc marketing trên mạng như thế nào và chiến dịch marketing này đã mang lại hơn 1 triệu đôla chỉ trong vòng 18 giờ đồng hồ sau khi tôi khai trương website ra sao. Bạn sẽ biết được rất nhiều những công cụ rất mạnh để có thể sử dụng hiệu quả trong công việc kinh doanh của bạn cho dù bạn hoạt động trong mảng thị trường nào và ngân sách tiếp thị của bạn có ít hay nhiều.

«Tôi chẳng có lựa chọn nào khác ngoài việc dốc toàn tâm toàn lực vào việc này”. Tôi cần phải tung ra thị trường khóa học “Hãy tự làm lấy...”, một khóa học sẽ dạy cho mỗi người cách thu hút người truy cập đến bất kỳ website nào, và tôi đã lấy uy tín của mình trên mạng ra để đánh cược.

Thử hỏi, tôi có còn cách nào khác nữa để mong mọi người sẽ tiếp nhận tôi một cách nghiêm túc và thấy rằng sản phẩm của tôi (và những gì mà tôi muốn dạy cho họ) không phải là một mớ tào lao về việc “Làm thế nào để có thể phát tài trên Internet”?

Tôi biết rằng cần phải làm một cái gì đó khác người. Tôi biết rằng cần phải làm điều gì đó mà không ai có thể quên được.

Tôi biết rằng tôi cần phải chứng minh cho mọi người thấy rằng tôi truyền bá những gì mà tôi thực sự tin tưởng.

Vì vậy mà tôi đã lập ra một chiến dịch marketing có thể chứng minh được rằng tôi thật sự truyền bá những gì tôi tin, và tôi thực sự CÓ THỂ thu hút được số người truy cập khổng lồ và giúp website bán được hàng. (Mặc dù tôi đã làm điều này hàng trăm lần, nhưng tôi vẫn muốn để tất cả mọi người đều có thể tận mắt chứng kiến quá trình này).

Chiến dịch này đã thành công và sôi động đến mức cả những người KHÔNG HỀ BIẾT TÔI LÀ AI HOẶC CHƯA TỪNG NGHE ĐẾN TÊN TÔI cũng bắt đầu đăng những lời bình luận ngây ngô về tôi trên các diễn đàn trực tuyến đại loại như: tôi là một “nghệ nhân lừa đảo” đơn thuần chỉ vì phương pháp tiếp thị của tôi QUÁ TỐT.

Thật may mắn là chỉ ở trên Internet. Những người đa nghi xuất hiện như nấm mọc sau cơn mưa. Họ viết một cách thiếu suy nghĩ rằng có những vấn đề tôi chẳng hiểu mình đang nói gì! Nhưng nhiều người biết tôi đã ngay lập tức đứng ra bảo vệ tôi. Gần một chục người đã đứng lên KẾT HẾT SỰ THẬT về tôi, về việc tôi có thể dạy cho mọi người nhiều điều.

Tôi đã hết sức cảm động là đã có nhiều người đứng ra ủng hộ tôi đến thế. Nếu như bạn đọc những dòng này và chưa bao giờ gặp tôi, thì bạn hãy nghe cuộc phỏng vấn của tôi hoặc tìm đọc những bài viết của tôi. Hãy hỏi những người đã đến dự các buổi hội thảo của tôi xem họ nghĩ gì về tôi. Tôi tin chắc rằng họ sẽ sẵn lòng kể cho bạn nghe John Reese là người như thế nào và anh ta lên tiếng bảo vệ điều gì.

Có thể, điều này nghe quá táo bạo. Nhưng đó là sự thật. Và tôi rất tự hào về việc tôi tin chắc đến 99% rằng không có ai trên thế giới này bỏ ra nhiều giờ, nhiều ngày, nhiều tháng, nhiều năm như tôi để thử nghiệm nhiều ý tưởng và phương pháp marketing khác nhau. Trong hơn 14 năm qua, tôi đã làm việc rất nhiều, đọc đến mọi góc ngách, và không ai có thể lấy đi được kinh nghiệm này của tôi. Tôi đã dành cả đời tôi cho sự nghiệp marketing và Internet. Và dù sao chẳng nữa, tôi vẫn cần phải chứng minh cho cả thế giới thấy những khả năng của tôi. Nói như trong một câu ngạn ngữ, công việc sẽ nói thay lời. Và tôi quyết định làm điều đó vào ngày 17 tháng 8 năm 2004...

Trong bản tổng kết này, tôi dự định tả cho bạn thấy cách tôi đã đạt được những điều mà tôi vươn tới như thế nào. Bạn cũng có thể sử dụng chính những nguyên tắc mà tôi đã dùng trong chiến dịch marketing rất quy mô đó để làm “nổ tung” thị trường mục tiêu của bạn.

KẾT QUẢ

Chúng ta hãy đi thẳng vào vấn đề quan trọng nhất, và đầu tiên, hãy nói về những kết quả của chiến dịch tiếp thị của tôi. Sau đó, tôi sẽ kể cho bạn chi tiết tôi đã đạt được chúng như thế nào (Tôi biết là bạn đang rất nóng lòng muốn biết). Nhưng trước khi nói đến những con số cụ thể, tôi muốn kể cho bạn nghe về một sự việc kỳ lạ đã xảy ra với tôi...

Ngày thứ Sáu tuần trước, 13 tháng 8 (đúng thế, Thứ Sáu, ngày 13), khoảng 11 giờ sáng, tôi đang hí hục làm việc tại nhà ở Orlando (bang Florida) để chuẩn bị cho việc khai trương dự án vào ngày thứ Ba. Tôi quyết định nghỉ xả hơi một chút và xem tivi. Tôi còn chưa kịp bật tivi thì bỗng có cảm giác là...

NÓ ĐANG TỚI.

Một trận bão biển nhiệt đới, được hình thành từ phía Nam Florida đã đột ngột chuyển thành bão cấp 2. Con bão có tên gọi là “Charlie”. Và thật bất ngờ, nó quay trở lại phía miền Trung Florida (nơi thành phố Orlando của tôi). Chỉ trong vòng chưa đầy 2 giờ, “ngài” Charlie đã tăng lên đến cấp 4. Sức gió vượt mức 145 dặm/giờ (hơn 200km/giờ). Và tâm bão tiến thẳng đến thành phố Orlando. Chỉ mấy tiếng sau... nó đã đổ bộ vào thành phố. Cây đổ. Những mảnh vỡ và rác rưởi bay tán loạn trong không trung. Cả căn nhà tôi ở rung lên bần bật như trong một trận động đất.

Và sau đó thì...BUUUUM!

Khoảng 9 giờ tối thì điện phụt tắt...

Và không sáng trở lại nữa. Sáng hôm sau, khi tôi tỉnh dậy vẫn chưa có điện. Mà trong khi đó thì tôi đang có một đồng công việc phải làm trước khi khai trương dự án vào ngày thứ Ba theo kế hoạch đã định (vì chỉ còn có 3 ngày nữa là bắt đầu rồi). Vì thế nên tôi quyết định rời khỏi nơi này... Tôi xếp máy tính vào xe và lên đường đến nhà bố mẹ tôi ở phía Bắc, cách chỗ tôi ở chừng 2 giờ xe.

Tôi đóng đô tại đó và hoàn tất (gần như toàn bộ) công việc liên quan đến việc chuẩn bị để tung dự án ra thị trường.

Buổi sáng thứ Ba đến. Cả mạng Internet xôn xao chưa từng thấy. Các khách đổ xô vào site của tôi. Họ gần như làm cho site treo luôn khiến nhiều người không thể vào được. Vì vậy mà chúng tôi không còn cách nào khác là phải bỏ các video clip trên site đi bởi chúng càng làm cho site không thể truy cập được.

Chúng tôi buộc phải lùi thời gian khai trương site xuống 9:30 sáng. Ban đầu chúng tôi định khai trương site vào lúc 9:00 đúng. Lượng người truy cập trên site tăng vọt và gần như làm site nghẹt cứng. Chỉ trong một tiếng đồng hồ, site đã nhảy vọt từ vị trí 86,837 lên hạng 333 trong bảng xếp hạng toàn cầu của Alexa.

Bạn hãy hình dung là một cái website “át ơ” ở đâu đó trên Internet chỉ trong một ngày mà vọt lên thứ hạng 333 trong số hàng triệu site nhờ lượng khách truy cập. Chỉ có 332 site trên toàn thế giới này trong ngày thứ Ba hôm đó có lượng truy cập lớn hơn của tôi. Và tôi có thể đảm bảo chắc chắn với bạn rằng họ đã chi cho quảng cáo nhiều hơn tôi rất nhiều. Đó là còn chưa nói đến chuyện tôi chẳng chi một đồng xu nhỏ nào cho quảng cáo.

Còn bây giờ thì chúng ta hãy cùng nói về những con số thực cho thấy chiến dịch marketing đó thành công đến mức nào:

\$ 1,080,496.37
(trong vòng chưa đầy 24 giờ đồng hồ)!

Doanh thu hơn 1 triệu đôla chỉ trong 01 NGÀY!

Lần gần đây nhất bạn nghe thấy có ai đó kiếm được hơn 1 triệu đôla khi bán 1 sản phẩm thông tin là khi nào vậy? Hay là từ một sản phẩm bất kỳ nào đó vậy? Trên mạng hay ngoài mạng? Đặc biệt là khi không tốn một chi phí nào cho quảng cáo và hoàn toàn không có một nhân viên bán hàng nào! Có lẽ là **CHƯA BAO GIỜ.**

Tôi nghiên cứu các phương pháp tiếp thị trực tiếp đã hơn 20 năm nay, kể từ ngày tôi còn là một cậu nhóc con. Và tôi chưa bao giờ đọc hay nghe về một chiến dịch marketing nào có kết quả dù là gần bằng với kết quả mà tôi đã đạt được. Trên thực tế là tôi đang tiến hành một nghiên cứu để tìm hiểu xem tôi có phải là tác giả của kỷ lục thế giới nào không.

Có thể, bạn sẽ nghĩ rằng điều này là ngớ ngẩn và chẳng cần thiết phải làm thế. Nhưng đối với tôi thì không phải vậy. Bởi vì...

ĐỦ RỒI, TÔI KHÔNG THỂ CHỊU ĐƯỢC THÊM NỮA!

Tôi đã chán ngấy và mệt mỏi bởi giới báo chí ác khẩu và thái độ thiếu thiện cảm của mọi người đối với những người làm việc không ngơi tay và có được chút thành công trên mạng Internet (như tôi và bạn chẳng hạn) để đạt được một mức sống xứng đáng. Tất cả những gì mà tôi đọc được và nghe được là mọi người đều nghĩ rằng marketing trên Internet – đó là bom thư, quảng cáo Viagra, phim ảnh khiêu dâm và hàng đống những thứ RÁC RUỒI khác.

Mọi người trên toàn thế giới đều cần phải biết **SỰ THẬT**. Bạn có thể không chỉ kiếm được khá tiền trên mạng Internet, mà còn phải kiếm được cả một gia tài trên đó. Bạn có thể chào cả thế giới một sản phẩm vô cùng có giá trị. Và bạn có thể cảm thấy vô cùng sung sướng khi nhận thức được là bạn đã bỏ cả cuộc đời mình vào việc đó.

Hãy đón nhận lời thách thức của tôi!

Tôi muốn thách thức bạn, ngay ở đây và ngay bây giờ, khi bạn còn đang ngồi đọc những dòng này. Tôi muốn cho bạn thử thách mình. Tôi muốn bạn đưa ra quyết định **NGAY BÂY GIỜ**, trước khi bạn đọc xong bài viết này. Tôi muốn bạn nhận lấy một trách nhiệm về phần mình...

Tôi muốn bạn vượt lên khỏi làn sóng giả dối đang dâng đầy Internet. Tôi muốn bạn không để ý đến những người mà bạn gặp trên mạng hay ngoài đời, những người cố ngăn cản bạn kiếm tiền trên mạng Internet. Tất cả bọn họ đều là những kẻ đàn độn, không nghĩ ra điều gì hay hơn là hạ thấp người khác và nhìn mọi thứ đều thấy màu đen... **HÃY TRÁNH XA HỌ**. Tôi muốn bạn nhận lấy trách nhiệm ngay bây giờ và **NGAY LẬP TỨC** bắt đầu tự hoàn thiện mình. Sau mỗi tuần, tôi muốn nhìn thấy công việc của bạn (và cả thu nhập của bạn nữa) phải liên tục tăng trưởng.

Thật ra mà nói thì tôi không quan tâm đến việc bạn có mua khóa học của tôi hay không. Bạn có thể không tin tôi, nhưng sự thật là như vậy. Tôi đã gặp may từ trước khi làm dự án này và tôi cũng vẫn tiếp tục gặp may sau khi mọi người xóa xong 24 781 bức thư điện tử nói về sản phẩm của tôi mà tôi gửi đến máy tính của họ.

Tôi kêu gọi bạn làm điều này bởi vì tôi thực lòng hy vọng rằng khóa học “Ngày của \$1,000,000” sẽ khích lệ bạn thực hiện một điều gì đó lớn lao và quan trọng hơn là bạn từng nghĩ có thể đạt được. Có ai từng nghĩ rằng có thể kiếm được 1 triệu đôla trong một ngày cơ chứ? Hôm nay tôi vừa nói chuyện với một người bạn thân của mình, Yanik Silver. Tôi đã chia sẻ tin tức này với cậu ấy. Đầu tiên, Yanik vô cùng **KINH NGẠC** vì kết quả này, nhưng sau đó anh ấy nói: “Tôi nghĩ rằng điều mà cậu đạt được ngày hôm nay cũng tương đương với việc Roger Bannister đã phá kỷ lục chạy 1 dặm chỉ trong vòng 4 phút. Trước đó chẳng ai có thể tưởng tượng được là điều đó có thể thực hiện được”.

Yanik nhắc lại sự kiện xảy ra vào tháng Năm năm 1954, khi Roger Bannister lập kỷ lục chạy 1 dặm chỉ trong vòng chưa tới 4 phút. Trước đó không ai nghĩ là có thể thực hiện được điều này.

Và đó chính là một rào cản tâm lý lớn nhất. Nhưng sau khi điều đó đã xảy ra thì nhiều vận động viên khác cũng đã làm được điều này.

CHÍNH VÌ VẬY MÀ TÔI MUỐN HỎI BẠN...

Bạn có muốn là người kế tiếp sẽ kiếm được \$1,000,000 chỉ trong 1 ngày hay không?

Khi người ta hỏi Roger Bannester làm cách nào mà anh có thể vượt qua cái mốc 4 phút, anh trả lời rất nhanh:

“Đó là khả năng cống hiến nhiều hơn sức lực của mình”

Vì vậy, tôi kêu gọi bạn hãy hướng đến những mục tiêu và lên kế hoạch đạt được những kết quả lớn hơn những gì bạn đang có.

Một sự tán thành kín đáo...

Một trận bão (và khủng khiếp như vậy) đã vô tình biến thành một sự ủng hộ kín đáo. Trong hoàn cảnh mất điện, tôi đã buộc phải xếp đồ đạc vào va li để lên đường “Bắc tiến”. Số phận đã đưa tôi về nhà với bố mẹ tôi. Và có một lý do tiềm ẩn sâu sắc...

Giờ đây, cả gia đình tôi đã trở thành nhân chứng của một sự kiện hết sức quan trọng mà sớm hay muộn cũng phải xảy ra. Không biết hoàn cảnh đưa đẩy thế nào mà những người luôn luôn động viên và ủng hộ tôi (kể cả khi tôi có những quyết định ngu ngốc dẫn đến hậu quả là “ôm” vào khoản nợ lên tới \$100,000 vào năm tôi 23 tuổi) giờ đây lại ở cạnh tôi vào giờ phút chiến thắng vinh quang nhất (ít nhất là đến ngày hôm nay) của tôi. Vào ngày khai trương dự án, tôi đưa hình bố tôi đang đếm lùi dần cho đến số 1 triệu lên trang web của mình và cập nhật thông tin liên tục khi có những đơn đặt hàng mới. Thú thật là tôi rất tự hào và có những cảm giác đặc biệt vào lúc đó...

Cái cảnh bố mẹ tôi nước mắt rung rung khi ở bên cạnh tôi vào khoảnh khắc quan trọng như vậy trong đời tôi thật là cảm động làm sao! Mà lúc đó trông tôi sau 3 ngày gần như thức trắng (chỉ ngủ có 3 tiếng) mới khiếp chứ!

Đây là tấm ảnh tôi chụp sau đúng 12 tiếng kể từ thời điểm khai trương site. Doanh thu của site đến thời điểm đó đã vượt con số \$750,000, và chúng tôi tin chắc là chúng tôi sẽ đạt được mục tiêu của mình – đạt doanh số \$1,000,000 trong 1 ngày! (“242” chính là số đơn vị sản phẩm mà chúng tôi cần phải bán nốt để đạt được mục tiêu này).

“Tôi đã nảy ra ý nghĩ là hoàn toàn có thể thực hiện được điều này vào khi nào?”

Thật tình mà nói thì trước khi khai trương site 1 tuần tôi đã nghĩ là điều này có thể thực hiện được và điều này phải xảy ra. Tôi có cảm tưởng là điều này **PHẢI XẢY RA**. Thực ra thì vào ngày 10/8/2004 tôi đã đăng ký tên miền **MILLIONDOLLARDAY.COM**. Tôi hoàn toàn tin là chỉ sau 1 tuần mọi việc sẽ diễn ra đúng như vậy. Nếu không tin, Bạn có thể kiểm tra site Whois để biết là tôi nói thật.

Tôi đang chuẩn bị viết 1 cuốn sách có tên tương tự như tên miền trên và hy vọng sẽ chia sẻ câu chuyện này với mọi người. Tôi tin là điều này sẽ có thể động viên các doanh nhân để họ có thể đạt được những kết quả vượt xa những điều mà họ dám mơ tới. Tôi hy vọng là bạn cũng sẽ được động viên bởi câu chuyện này. Chính vì vậy mà tôi viết những dòng này.

“VẬY TÔI ĐÃ LÀM ĐIỀU ĐÓ NHƯ THẾ NÀO?”

Tôi đã tạo ra “Một triệu đôla trong 1 ngày”, tổng hợp một số các nguyên tắc tiếp thị rất mạnh và giờ đây đã đến lúc nói cụ thể về mỗi công cụ đó...

Nguyên tắc marketing đầu tiên mà tôi sử dụng là...

SỰ NĂNG ĐỘNG

Tôi cho... **RẤT NHIỀU**

Trong 2 năm gần đây, tôi đã đi dự những buổi hội thảo về Internet Marketing (tôi thành thực khuyên bạn làm điều này nếu bạn còn chưa dự một buổi nào). Ở đó tôi đã gặp được nhiều người xuất chúng và thiết lập được những mối quan hệ tuyệt vời với họ, có người tôi còn chơi rất thân.

Ngoài ra, khi tôi đi dự các buổi hội thảo đó, thế nào tôi cũng làm một việc... đó là **GIÚP ĐỠ MỌI NGƯỜI**. Trong các buổi hội thảo này, tôi thường chuyện trò với các chuyên gia marketing đến 3-4 giờ sáng, và chia sẻ tất cả những gì tôi biết với họ để giúp cho công việc kinh doanh của họ. Tôi rất thích giúp đỡ mọi người và sẽ tiếp tục làm điều đó.

Tôi cũng bỏ ra mấy tháng trời để soạn thảo những bản tin trực tuyến ở MarketingSecrets.com. Thường thì tôi không quảng cáo gì trong các bản tin đó. Đơn giản là tôi muốn dạy cho mọi người và giúp họ phát triển doanh nghiệp của mình bằng những công nghệ và phương pháp mà tôi đã chất lọc được.

Chính vì tôi cho nhiều như vậy nên tôi đã được đền đáp nhiều gấp trăm lần. Và tôi sẽ vẫn tiếp tục cho và được nhận... Đó chính là điều mà tôi làm thường xuyên. Kể cả việc phải hy sinh thời gian của tôi, hiểu biết của tôi và tiền bạc của tôi cho mọi người.

ĐỂ TÔI NGHĨ 1 CHÚT ĐÃ...

Chỉ cách đây vài tiếng thôi, tôi lại vừa mới quên thêm một số tiền. Những kết quả kinh doanh của tôi trong vài ngày gần đây đã làm cho tôi có cảm giác hạnh phúc đến mức tôi muốn tặng cho ai đó một cái gì đó NGAY BÂY GIỜ (điều mà tôi đang chuẩn bị làm đây). Và điều tôi đã làm là...

Bạn đã từng nghe nói về Dr. Mani Sivasubramanian chưa? (Ồ, không, đừng bắt tôi đọc cái tên này). Nếu bạn chưa từng nghe thì tôi cho bạn biết là: Dr. Mani là một người vĩ đại. V-Ì Đ-À-I...Dr. Mani điều hành “Quỹ từ thiện dành cho các trẻ em bị bệnh tim” (Children’s Heart Foundation). Đó là một tổ chức phi lợi nhuận, chủ yếu xin tài trợ để tổ chức các cuộc phẫu thuật tim cho các trẻ em bị tật bẩm sinh về tim. Nói cách khác, để **CỨU SỐNG HỌ**.

Đó là những đứa trẻ xuất thân từ các gia đình Ấn độ rất nghèo. Tôi nghĩ rằng cha mẹ chúng chỉ kiếm được khoảng 50\$/tháng. Vì vậy mà họ không có khả năng trả tiền phẫu thuật tim cho con mình. Đối với họ, điều đó hoàn toàn ở ngoài tầm tay với.

Bạn sẽ có cảm giác gì nếu như con bạn có bệnh về tim, và bạn biết là có cách chữa, nhưng bạn lại không có khả năng làm điều đó? Bạn không thể cứu sống cho con mình. Bạn sẽ cảm thấy thế nào?

Vì vậy mà Dr. Mani đã biến việc đó thành sự nghiệp của đời ông. Ông thường xuyên tìm cách kiếm tiền (cho dù đó chỉ là 25\$), vì để tổ chức một cuộc phẫu thuật có thể cứu sống 1 đứa bé chỉ cần có 2500 đôla (mức giá cả ở Ấn độ không giống ở Mỹ, chỉ cần chừng này tiền là đủ). Cách

đây một tháng, tôi đã tài trợ cho một cuộc phẫu thuật như vậy và tôi rất tự hào về điều này. Dr. Mani đã liên lạc với tôi và nói rằng ông đang cố mở rộng khả năng của quỹ và cố thỏa thuận với bệnh viện để họ làm 2 cuộc phẫu thuật với giá 1 cuộc.

NHUNG...

Sau một ngày vĩ đại như ngày hôm qua, tôi thấy mình có bốn phận giúp ông và những trẻ em của ông **MỘT LẦN NỮA**. Đó là điều tôi thiếu mà tôi có thể làm được. Quan trọng là tôi biết rằng tôi đang tiếp tục “cho”. Tôi luôn hướng mình đến sự sung túc, và chính **ĐIỀU ĐÓ**, theo tôi, đã giúp tôi kiếm được một gia tài khổng lồ.

Như vậy là...

Tại sao Dr. Mani lại sẽ nhận được một bất ngờ lớn nhất trong đời mình?

Khi tôi viết những dòng này, Dr. Mani còn chưa biết chuyện gì đã xảy ra...

... Tôi mới vừa chuyển cho ông 10 000 đôla.

Đó là chỉ là những gì ít ỏi nhất mà tôi có thể làm được để tỏ lòng biết ơn vì dự án của tôi đã làm cho tôi hạnh phúc đến vậy.

Đó là chuyện thật một trăm phần trăm. Tôi mới vừa gửi cho ông ấy số tiền này nhưng ông còn chưa hề biết gì.

Tôi tin chắc rằng ông ấy sẽ bị sốc và sẽ ngạc nhiên một cách thú vị. Tôi biết rằng ông ấy sẽ có thể cứu sống nhiều đứa trẻ đang cần sự giúp đỡ với số tiền này.

Chính vì phần còn lại của bản tổng kết này thực sự có chứa những thông tin mà bạn có thể sẽ phải trả một khoản tiền nhỏ (tôi hoàn toàn nghiêm túc đây. Thông tin này có thể dễ dàng trình bày thành một sản phẩm và bán với giá 500 đôla), nên tôi muốn nhờ bạn một việc...

Dù bạn có nghĩ sao về giá trị của bản tổng kết này đối với bạn đi chăng nữa. Và không quan trọng là bạn có thể chia sẻ với tôi điều gì. Nhưng bạn có thể quyên góp cho những đứa trẻ của Dr. Mani hay không? Kể cả khi đó chỉ là 25 đôla thôi. Đó sẽ là 1% giá thành của một ca phẫu thuật có thể cứu sống một đứa trẻ. Nếu như có 100 người chịu quyên góp 25 đôla thì một đứa trẻ nhà ai đó sẽ có thể sống lâu hơn. Và, có thể là chính đứa bé đó sẽ tạo ra những thay đổi đáng kể trên thế giới mà chúng ta đang sống.

Tất cả những gì Bạn cần làm là vào thăm website:

<http://www.chdinfo.com/chdaware/donate.htm>, nhấp chuột vào nút “Quyên góp”, và bỏ ra vài đôla...

Cám ơn Bạn.

Bạn vừa mới làm cho thế giới này tốt đẹp hơn bằng sức mạnh của sự sung túc. Chẳng mấy chốc sự sung túc sẽ **QUAY TRỞ VỀ** với Bạn. Bạn hãy chờ mà xem, và Bạn sẽ tự thấy. Đó chính là nguyên tắc thứ nhất mà tôi sử dụng trong chiến dịch tiếp thị của mình. Tôi đã cho mọi người tôi đa những gì tôi có thể. Tôi đã giúp đỡ mọi người viết các tài liệu mà không nghĩ gì đến trả công. Điều đó đã giúp tôi xây dựng được với những người đăng ký nhận tin của tôi một mối quan hệ tốt đẹp đến mức họ sẵn sàng ủng hộ khi tôi đề nghị họ mua gì đó của tôi.

Bằng phương pháp này, tôi đã đạt được kết quả là tăng doanh số được thêm 50 000 ngàn đôla khi đề nghị với 3300 thành viên đăng ký nhận tin của tôi nhưng chưa bao giờ mua gì của tôi tham gia chương trình cộng tác. Sở dĩ có được điều này là vì tôi thực sự cho rất nhiều trước khi nhận.

Nhưng để hiểu được thế nào là “sự sung túc”, trước tiên Bạn cần phải hiểu khái niệm đối nghịch với nó – “sự thiếu thốn”. Để có lợi nhuận cao, bạn cần phải hiểu được thế nào là “sự thiếu thốn”... và sau đó thì học cách làm sao để không sử dụng như là bạn đang thiếu thốn cái gì đó **J**

Bạn đã bao giờ gặp trên mạng những ý kiến kiểu này chưa?

“Đó là khách hàng CỦA TÔI. Tôi không muốn anh “giật” khách của tôi!”

“Tôi không tin tưởng những gì cô ta/anh ta làm. Họ chỉ muốn moi tiền của tôi thôi!

“Nếu tôi giúp anh, tôi sẽ mất tiền. Nếu như các khách hàng của tôi mua của anh gì đó, tôi sẽ không thể kiểm soát được họ nữa”.

“Anh có biết không, nếu không có tôi thì họ sẽ không thể kiếm được nhiều tiền như vậy. Tôi đã phát hiện ra họ”.

“Tôi đã giúp họ khởi nghiệp và dạy cho họ tất cả từ đầu”.

Hay là bạn chưa bao giờ để ý cách một số người bôi nhọ các đối thủ cạnh tranh của họ nhưng lại làm ra vẻ như họ không làm điều đó, như thể họ chỉ “đùa” thôi? Nhưng họ không hiểu rằng nỗi **LO SỢ** của họ cứ **HIỆN SỜ SỜ** ra trong bức thư điện tử hoặc bài viết của họ trên diễn đàn.

Và họ làm điều đó, bởi vì họ **SỢ HÃI**. Họ đã rơi vào thế giới của sự thiếu thốn, như rơi vào một cái bẫy, và họ nghĩ rằng tất cả mọi người chỉ muốn xử họ, và vì vậy họ tấn công tất cả mọi người.

Đó là một quan điểm **NGU NGỐC** và không mang lại lợi ích gì cả.

Sự việc này xảy ra trên mọi thị trường. Ở đâu cũng sẽ có những người nghĩ ngay là bạn là đối thủ cạnh tranh của họ hoặc là một chuyên gia tiếp thị bên ngoài, họ sẽ quyết định “cắt đuôi” và không bao giờ hợp tác với Bạn. Và tất cả đều do **CÁI VÔ THỨC** quá lớn và sự điên khùng của họ đã khiến họ không thể xử sự theo cách khác. Tuy nhiên...

Họ không hiểu một điều là... Trong thế giới này **MỖI NGƯỜI**, nhất là trong kinh doanh, có thể đề xuất với Bạn một điều gì đó có thể giúp cho cuộc sống và công việc của Bạn tốt hơn. Bạn có thể tận dụng điều này để phát tài, hoặc ngược lại, Bạn có thể “co mình” lại và cho là không cần hợp tác với những người khác Bạn cũng có thể phát lên được?

Internet chính là thiên đường đối với những người tích cực làm việc, hợp tác với mọi người và sử dụng những hiểu biết, nguồn lực và vốn liếng marketing của người khác. Tôi rất muốn Bạn suy nghĩ một chút về điều này...

Bạn có hiểu rằng bạn sẽ kiếm được nhiều tiền hơn gấp 100 lần nếu như Bạn làm tất cả những gì trong tầm tay của bạn để giúp những người khác phát triển doanh nghiệp **CỦA HỌ** hay không? Nguyên tắc này có hiệu quả trên mọi thị trường. Kể cả khi Bạn bán áo len cho chó cũng vậy. Nếu Bạn gặp ai đó bán đồ cho chó, ý nghĩ đầu tiên của Bạn phải là: “Tôi có thể làm gì để mở rộng doanh nghiệp của họ? Tôi có thể làm cách nào để phát triển công việc của họ rộng hơn?” Nếu Bạn xử sự như vậy thì Bạn chắc chắn sẽ giàu.

Theo Bạn nghĩ, điều gì sẽ xảy ra nếu như Bạn thường xuyên giúp đỡ người khác phát tài?

HỌ SẼ XẾP HÀNG ĐỂ GIÚP BẠN PHÁT TRIỂN CÔNG VIỆC CỦA BẠN.

Vậy nên, Bạn hãy nghĩ về sự sung túc. Ngay bây giờ. Hãy vứt khỏi đầu ý nghĩ về sự thiếu thốn. Nếu không thì Bạn cũng sẽ thất bại giống như nhiều người có suy nghĩ như vậy mà tôi đã từng gặp trên mạng.

«Tôi đã kiếm được \$1,080,496.37 trên Internet trong chưa đầy 24 tiếng đồng hồ ... mà không tốn một xu cho quảng cáo như thế nào?»

- (John Reese) -

Nguyên tắc marketing thứ 2 mà tôi áp dụng là... LUÔN CHO NGƯỜI KHÁC NHIỀU HƠN NỮA.

Mỗi lần Bạn gửi thư cho những người có tên trong danh sách nhận bản tin của bạn, mỗi lần Bạn tạo ra một sản phẩm mới, mỗi lần Bạn viết một bản tin nào đó, Bạn phải luôn có ý nghĩ đó trong đầu. Hãy cho nhiều hơn. Hãy làm nhiều hơn những gì mà người ta mong đợi ở Bạn.

Nếu thông tin mà Bạn cung cấp MIỄN PHÍ có giá trị cao thì mọi người sẽ xem thông tin CÓ PHÍ của Bạn là vô giá.

Mỗi lần tôi biên soạn nội dung bản tin mới cho các độc giả thường xuyên của trang MarketingSecrets.com, tôi luôn suy nghĩ rất kỹ về việc làm sao để cho những bản tin đó thật hoàn hảo. Kể cả khi tôi không định quảng cáo một chương trình cộng tác hay một sản phẩm nào khác trong bản tin này. Tôi cũng làm như vậy khi chuẩn bị loạt thư cho chương trình trả lời tự động hoặc những bản tin gửi cho tất cả các nhóm khách hàng của tôi.

Tôi luôn luôn bỏ thêm một ít thời gian để làm cho độc giả phải thán phục và cung cấp cho họ những thông tin tuyệt vời để họ phải muốn đọc. Cuối cùng thì tôi muốn người ta VỘI VÃ mở bức thư của tôi mỗi lần nhận được nó. Nếu Bạn đạt được điều đó, những người đăng ký nhận tin của Bạn sẽ phản hồi ngay đối với bất kỳ một đề nghị nào mà bạn đưa ra. Mà điều này mang lại cho Bạn tiền, và số tiền hoàn toàn không nhỏ.

Song một trong những thủ pháp hiệu quả nhất giúp chiến dịch marketing của tôi thành công và mang lại phần lớn doanh số của tôi chính là... biết cách tạo ra **TÂM TRẠNG PHÁP PHÒNG CHỜ ĐỢI**.

Đó chính là một trong những công cụ marketing lợi hại nhất mà tôi từng biết. Nếu Bạn có thể sử dụng sức mạnh của sự pháp phòng chờ đợi thì Bạn sẽ có thể tăng gấp 10 lần doanh số của mình. Hãy ghi vào sổ điều này...

“Sự mong đợi làm tăng tỉ lệ phản hồi tích cực”

Với tư cách là một chuyên viên marketing, Bạn cần phải biết là nhiệm vụ chính của Bạn là đạt được PHẢN ỨNG từ độc giả trước đề nghị của Bạn, bắt họ phải hành động, đăng ký nhận bản tin hay khóa học ngắn hạn, đòi hỏi thông tin bổ sung, tải xuống một bản tổng kết, hoặc thậm chí là đặt qua bạn một món hàng nào đó. Mỗi lần Bạn đưa được vào tâm trạng chờ đợi của người đọc một yếu tố pháp phòng thì Bạn sẽ tăng được số người sẽ có những hành động bạn muốn lên rất nhiều.

Vậy nên... nếu Bạn muốn tăng tỉ lệ khách đặt hàng của Bạn, Bạn cần phải thường xuyên hỏi mình:

“Tôi có thể sử dụng yếu tố pháp phòng ở đây được hay không?”

Hiện nay tôi đang **MÊ MẮN** cái “món” **PHÁP PHÒNG** này. Tôi cho rằng đó là một trong những vũ khí lợi hại nhất của marketing. Và tôi đã hiểu ra điều này nhờ... một người bạn lớn của mình, Jeff Walker.

Hồi đầu năm nay, Jeff đã dạy tôi rằng tôi cần phải biến các hành động của mình thành “sự kiện”. Nói cách khác, tôi cần phải tổ chức việc tiếp thị của mình trong một khuôn khổ thời gian sao cho những khách hàng tiềm năng và hiện tại của tôi sẽ phải nôn nóng đợi ngày mai. Chỉ đơn thuần gửi cho ai đó một thông điệp marketing là một chuyện, nhưng nếu như họ **MONG ĐỢI** thông điệp này, và nó gắn liền với một sự kiện nào đó, thì... **BOOOOOOOOOOOOOM!** Nó sẽ có hiệu quả của một quả bom nổ!

Tôi biết ơn Jeff Walker suốt đời vì anh đã dạy tôi nguyên tắc này và đã nhồi nó vào đầu tôi. Tôi không thể nhớ được là tôi đã kiếm được bao nhiêu tiền nhờ ý tưởng này. Ồ, không. Tôi có thể nói chính xác 100%. Chỉ riêng ngày hôm qua nó đã mang lại cho tôi 1 triệu đôla. Nếu như Bạn theo dõi chiến dịch marketing của khóa đào tạo «Traffic Secrets» ngay từ đầu, Bạn đã nhận thấy là trong suốt các tài liệu của khóa học, tôi nhiều lần nhắc đến việc sản phẩm “sắp xuất hiện trên thị trường”. Sau đó thì, cuối cùng, tôi cũng thông báo ngày khai trương dự án: 17/8/2004.

Phải công nhận là cách này đã tạo ra không khí chờ đợi nôn nóng. Jeff quả đúng là một thiên tài marketing. Anh sử dụng **VÔ SỐ** những chiến lược kỳ lạ mà anh đã đúc kết được qua nhiều năm. Mới đây, anh đã kiếm được 100 000 đôla trong 1 tuần chỉ bằng mấy mẹo đơn giản. Và anh ấy sẽ kể cho bạn một cách chính xác là anh đã làm điều đó như thế nào. Bạn hãy tranh thủ ghé vào site: <http://www.sixinseven.com> của anh để tìm hiểu rõ hơn.

Hãy tin tôi đi, đó không phải là đường link của một chương trình cộng tác nào đó. Tôi sẽ chẳng kiếm được xu nào nếu bạn vào site đó và mua gì ở đó đâu. Anh ấy thậm chí còn không biết là tôi đang nói về anh ấy nữa.

Đấy...

Tôi đã sử dụng sức mạnh của sự pháp phông chờ đợi để đưa thông tin về thời gian mà sản phẩm sẽ được tung ra thị trường. Tôi còn gửi vài mẫu tin “sốt dẻo” về sản phẩm và tiếp tục hâm nóng cảm giác hồi hộp chờ đợi sự xuất hiện của sản phẩm mới.

Nếu Bạn đã đến trang «Traffic Secrets» (<http://www.trafficsecrets.com>) trước khi trang chính thức được khai trương thì có thể Bạn đã nhìn thấy một bộ đếm những giờ phút còn lại trước thời điểm mà sản phẩm sẽ được tung ra thị trường.

Bạn có biết là có **BAO NHIÊU** người quay trở lại site chỉ để xem còn bao nhiêu thời gian nữa không? Mặc dù họ đã **BIẾT RÕ** là sản phẩm sẽ không được tung ra trước ngày 17/8/2004. Họ quay lại hết lần này đến lần khác chỉ để xem đồng hồ và chứng thực là mỗi lần khi họ quay lại site thì thời gian còn lại cho đến lúc tung ra sản phẩm thật sự có giảm đi.

Làm sao mà tôi biết được điều này ư? Đơn giản là tôi theo dõi địa chỉ của những người đến site. Và tôi thấy là cũng chính những người ấy đến site hết lần này đến lần khác. Thế mà Bạn lại nói về sự pháp phông... Người ta quay lại hết lần này đến lần khác chỉ để xem chiếc đồng hồ hồ xú ở trên màn hình và kiểm tra lại lần nữa xem bao giờ thì họ có thể mua sản phẩm!!! Quả là một công cụ rất mạnh. Tôi cũng đã tạo thêm cảm giác hồi hộp bằng cách thỉnh thoảng lại tung vào thêm 1 ít thông tin mới về sản phẩm... những dữ liệu bổ sung về nó... những tấm ảnh mới về sản phẩm, những thông tin mà tôi chưa tiết lộ trước đó, bản mục lục...

«Tôi đã kiếm được \$1,080,496.37 trên Internet trong chưa đầy 24 tiếng đồng hồ ... mà không tốn một xu cho quảng cáo như thế nào?»

- (John Reese) -

Phương pháp tiếp theo mà tôi dùng là...

HÀO PHÓNG

Bạn có thể cho rằng sự hào phóng cũng chính là sự “xông xênh”. Đôi khi là như thế thật. Nhưng sự hào phóng không chỉ là khả năng cho (xông xênh), mà còn là khi bạn cho nhiều hơn là những gì mà người ta mong đợi ở Bạn.

Tôi đã xử sự như thế đối với những đối tác bán sản phẩm cho tôi. Tôi đề xuất chia cho họ 50% lợi nhuận từ mỗi sản phẩm bán được. (Tôi nghĩ là trên thực tế thì họ đã nhận được gần 52% lợi nhuận từ tổng doanh thu, tức là họ kiếm được nhiều tiền hơn cả tôi nữa).

Tôi đã gửi sản phẩm của mình cho tất cả những đối tác tiềm năng hoàn toàn MIỄN PHÍ. Vậy là họ nhận được sản phẩm có giá 997 đôla mà không phải bỏ ra một xu nào. Tôi còn trả toàn bộ phí gửi hàng. Có nhiều người trong số họ tôi còn phải gửi bằng đường chuyển phát nhanh, vì vậy mà còn tốn thêm 70 đôla/người nữa.

Tôi còn gửi những bản sao miễn phí cho các đối tác tiềm năng đã thú thực với tôi là họ khó có thể giúp tôi bán sản phẩm. Tôi muốn ai trong bọn họ cũng có trong tay sản phẩm của tôi, và nó có thể giúp họ cải thiện công việc của mình. Tôi cũng biết là điều đó sẽ khiến họ tìm ra được một chút thời gian để thử bán sản phẩm của tôi vào ngày tôi khai trương, và điều này sẽ mang lại lợi ích cho cả đôi bên. Kể cả nếu họ không làm thì cũng chẳng sao. Nhưng tôi biết là với sự giúp đỡ của các đối tác của tôi thì mọi việc sẽ suôn sẻ cả thôi. Tất nhiên là chỉ cần chào hàng cho những thành viên đăng ký nhận bản tin của tôi thôi thì tôi cũng đã có thể bán khá sản phẩm rồi, nhưng tôi cũng biết là tôi sẽ kiếm được nhiều tiền hơn nếu tôi chia sẻ lợi nhuận của mình với người khác...

... Vì vậy mà tôi không nhận những đơn đặt hàng từ danh sách thành viên của mình trước ngày khai trương. Trong thời gian đó, tôi để cho các đối tác của tôi kiếm tiền. Phần lớn các chủ doanh nghiệp đều **KHÔNG LÀM** như vậy. Đa số họ đều bán sản phẩm cho khách hàng của mình trước tiên đã, vắt kiệt hết danh sách này và sau đó mới đến lượt các đối tác của họ chào sản phẩm cho khách của mình. Ở một khía cạnh nào đó thì phương pháp này khá hạn chế. Còn tôi thì làm ngược lại hoàn toàn. Trước khi bắt đầu tung sản phẩm ra thị trường, tôi không tiếp thị qua các thành viên trong danh sách khách hàng của tôi. Hơn thế, tôi còn gửi đề nghị cho họ vào cuối ngày khai trương dự án.

Tại sao vậy?

Bởi vì tôi muốn các đối tác của tôi kiếm tiền trước đã. Các đối tác của tôi là những người giúp tôi phát triển doanh nghiệp của tôi (đồng thời họ cũng tự kiếm tiền cho mình) trên cơ sở lâu dài.

Vậy nên tôi muốn “**chơi đẹp**” với họ. Có một đối tác cùng hợp tác với tôi trong dự án này (chỉ trong một ngày) đã kiếm được gần 75,000 đôla. Hoàn toàn không tòi cho 1 ngày trời! Còn số đối tác kiếm được khoảng 50,000 đôla/ngày thì có khá nhiều.

Nhưng tôi rất biết ơn cả những đối tác chỉ bán được đúng **MỘT SẢN PHẨM**, hoặc, thậm chí là không bán được sản phẩm nào (nhưng họ cũng đã kể cho những người khác về sản phẩm của tôi). Đó là kết quả của cả quá trình làm việc tập thể. Chính nhờ tất cả những người này mà cái ngày hôm đó đã trở thành “**Ngày của 1 triệu đôla**”. Trong bản tổng kết này tôi muốn liệt kê ra tất cả những đối tác của tôi đã tham gia vào việc khai trương dự án này, nhưng tôi chỉ sợ là người ta sẽ **ĐỔ XỔ ĐẾN** đề nghị họ hợp tác. Nhưng tôi tôn trọng cuộc sống riêng tư của họ và tôi sẽ không nêu tên họ công khai ở đây.

Một nguyên tắc quan trọng khác đã giúp tôi khai trương dự án này thành công chính là...

DỪNG DỰ LUẬN LÀM BẰNG CHỨNG

Đầu tiên, tôi không muốn tiết lộ điều này đâu. Thực chất là nó rất hiệu quả và tôi coi đó là một “bí quyết” marketing quan trọng nhất, bởi vì tôi chưa bao giờ thấy ai đó dùng nó một cách rộng rãi như tôi đã dùng.

Một trong những công cụ mạnh nhất mà tôi đã đưa vào chiến dịch tiếp thị của tôi chính là trang diễn đàn <http://www.marketingsecrets.com/blog>. Lần nào tôi gửi cho danh sách thành viên của mình các bản tin có chứa những thông tin mới về khóa đào tạo sắp được tung ra thị trường, tôi cũng dẫn các độc giả đến với trang này để họ có thể “đàm đạo về chúng”.

Theo bạn nghĩ thì việc mà chúng ta có thể ghé vào một chỗ nào đó và tận mắt trông thấy rất nhiều người đang bàn tán và nói về quyết định sắp đưa ra sẽ có ảnh hưởng như thế nào đối với quyết định của chúng ta?

Hàng ngàn người đã lũ lượt kéo đến trang web đó của tôi để nói lên cảm tưởng là họ sốt ruột như thế nào để đợi cho đến lúc có thể mua được sản phẩm này. Một số người thì sau khi đến và đọc được những lời bình phẩm cũng quyết định mua. Nhiều người sau đó còn quay lại để kể là họ đã hài lòng với quyết định của mình ra sao và “gia nhập câu lạc bộ” những người nôn nóng đợi đến ngày nhận được bản sao của chương trình đào tạo đó.

Sau đó thì bắt đầu quá trình “lây lan”, khi mà những người quan tâm đến dự án khuyên những người khác ghé vào trang diễn đàn... và điều này cho phép những người đó đọc được những lời bình luận đầy phấn khích của những người khác về việc sản phẩm mới sắp ra đời.

Bạn sẽ là một **ANH NGÓC**, nếu bạn không có một diễn đàn dành cho các đối tượng khách hàng của bạn. Hãy tạo ra một trang, và hãy để cho những khách hàng hiện tại và tiềm năng của bạn chuyện trò với bạn và với nhau. Hãy để họ tham gia vào quá trình tiếp thị, khi bạn chuẩn bị tung ra sản phẩm hay dịch vụ mới. Hãy để cho họ cảm thấy mình là một phần của một “sự kiện” lớn – khai trương một sản phẩm mới!

Và yếu tố cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng là... **NIỀM TIN**

Bạn cần phải tin tưởng vào bản thân và tin vào những gì mà bạn muốn đạt được. Nếu bạn không tin tưởng lắm vào những gì bạn đang làm thì bạn sẽ chỉ thất bại mà thôi. Xung quanh tôi có rất nhiều người, thậm chí quá nhiều để có thể liệt kê hết ra đây, những người luôn không ngừng ủng hộ tôi **“CHƠI MỘT VÁN LỚN!”** trong dự án này. Chính nhờ có sự động viên của họ mà tôi đã làm được điều đó.

Và cuối cùng, tôi phải cảm ơn Chúa Trời. Tôi biết là bạn sẽ nghĩ gì... “Trời Đất! Lại là chuyện này. Anh ta lại định dạy đời cho mình và phán xét mình đây!” Không hẳn là thế bạn ạ... **J** Bất kể là bạn thuộc tín ngưỡng nào, nền văn hóa nào và chủng tộc nào, tôi mong bạn nên gìn giữ chúng để chúng có thể giúp bạn tiến xa hơn. Nhưng đối với bản thân tôi, đối với tín ngưỡng đã giúp tôi phát triển thành một con người độc lập thì tôi phải cảm ơn Chúa Trời. Tôi thực tâm tin rằng không có Chúa Trời thì tôi đã không đứng được ở đây ngày hôm nay. Những người đã mua khóa học “Những bí quyết thu hút người truy cập” sẽ nhận được sự quan tâm đặc biệt của chúng tôi. Tôi dự định sẽ tổ chức một số cuộc hội thảo qua cầu truyền hình cho những người đã mua khóa học này. Đó sẽ là những cuộc hội nghị **KÍN** chỉ dành riêng cho những người đã mua khóa học này mà thôi.

Tôi muốn tổ chức những cuộc hội nghị qua cầu truyền hình này là để tận mắt thấy rằng mỗi người đã thực sự **LÀM ĐIỀU GÌ ĐÓ** và đã đạt được một số kết quả rất cao. Tôi dự định sẽ tập hợp các mẫu chuyện thành công của những người đã ứng dụng những lời khuyên của tôi và đạt

được những thành tích đáng kể. Tôi đã thay đổi cuộc sống của một số người và dự định sẽ thay đổi của sống của hàng ngàn người nữa.

Tôi tin rằng chỉ cần họ mua khóa học này, mọi việc sẽ ổn cả. Mọi việc tất nhiên là không đơn giản. Nhưng họ đã đầu tư **VÀO TÔI**, và bây giờ thì tôi sẽ đầu tư **VÀO HỌ**.

Giúp họ thành công – chính là **CÔNG VIỆC** của tôi. Tôi sẽ làm tất cả những gì phụ thuộc vào tôi để điều này trở thành hiện thực. Tôi sẽ làm hơn cả những gì bạn mong đợi ở tôi. Tôi hy vọng là bạn sẽ thích bản tổng kết này và nó đã khích lệ bạn nâng mục tiêu tài chính của mình trong kỳ tới lên vài con số nữa. Hãy nhớ rằng... kế hoạch của bạn càng lớn thì những thành quả càng cao.

Chúc bạn thành công và gặt hái nhiều lợi nhuận trên mạng Internet,

John Reese

2004

www.marketingsecrets.com