

簡煉

一台電腦，由零起步，
年收千萬的網上營銷方程式

營銷

Nic Leung 著



Marketing+Sales=\$\$\$\$\$



幫助超過 50 位客戶創造出 5000 萬收入的簡煉營銷學

一睇就明，
一學就用！

Bob 林盛斌

這本書是一個
創業血淚史！

林作

如果你是打算做好網上營銷或者做好網上
收生，不用問了，找 Nic 就對！

Yesir 鄭海名

「做人無銷售，就食屎㗎啦！」

掌握簡煉營銷法則，讓開支變投資！





道歉啟示



不好意思，如果你看完這本書，認為它的內容不值得 \$XXX 這個售價，請聯絡我安排退款。

唔好意思，如果你睇完呢本書，覺得佢連 \$XXX 都唔值，咁請你聯絡我安排退款。

I apologize. If you finish reading this book and feel that its content is not worth \$XXX, please get in touch with me to arrange a refund.

Disculpa. Si terminas de leer este libro y consideras que su contenido no vale \$XXX, por favor contáctame para organizar un reembolso.

Jem'excuse. Si vous terminez la lecture de ce livre et estimez que son contenu ne vaut pas \$XXX, veuillez me contacter pour organiser un remboursement.

Entschuldigung. Wenn Sie dieses Buch zu Ende lesen und der Meinung sind, dass der Inhalt nicht den Wert von \$XXX hat, bitte kontaktieren Sie mich, um eine Rückerstattung zu arrangieren.

Извините. Если вы прочитаете эту книгу и придете к выводу, что ее содержание не стоит \$XXX, пожалуйста, свяжитесь со мной, чтобы организовать возврат денег.

申し訳ありません。この本を読み終えて、その内容が \$XXX の価値に値しないと感じた場合は、返金の手続きをご連絡ください。

죄송합니다. 이 책을 다 읽으신 후에 그 내용이 \$XXX 의 가격만큼의 가치가 없다고 생각하시면, 환불을 위해 저에게 연락해주세요.

ري، \$XXX قحت سسي الهاوت حمن أن ترعش و بابتك الازدهاء ارقن مت يهت نالذإ. ايرذع ل او مأل ادا درت س ا ب ي ت ر ت ل ي ع م ل ص ا و ت ل ا ي ج .

*** 請注意，以上文字由 ChatGPT 所翻譯，僅希望能逗你一笑，讓你以歡愉心態閱讀本書。

目錄 CONTENTS

序言

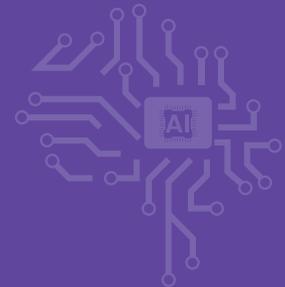


002		道歉啟事
008		推薦序 1 林盛斌 (Bob Lam)
010		推薦序 2 Angus Hung
012		推薦序 3 Jerry Huang
014		推薦序 4 Brian Lee
016		推薦序 5 Ellen Lin
018		推薦序 6 Zac Phua
020		推薦序 7 林作
022		推薦序 8 Kenwat
023		推薦序 9 布偉傑
025		推薦序 10 Samson Yip
026		楔子

心態

簡煉地把營銷做大+做好

033		1.1 甚麼是簡煉營銷學？
036		1.2 銷售就是硬道理
041		1.3 限制性思維
045		1.4 矛盾只因打份工，你知嗎？
048		1.5 「叮」一聲的醒覺
052		1.6 從銷售自己開始
056		1.7 原來「簡單」更有效？
061		1.8 用「簡單」突圍而出
066		1.9 由「簡單」到「簡煉」
071		1.10 踏上網上創課之路



方法

啟動自動化營銷吸金力



- 079 | **2.1** Marketing 中伏位，你中過沒有？
- 085 | **2.2** 鋪墊營銷系統藍圖
- 091 | **2.3** 你的挑剔早已把你淘汰了
- 095 | **2.4** 逆向思維第 1 步：從 Irresistible Offer 起步
- 102 | **2.5** 逆向思維第 2 步：單向式「轉化」
- 109 | **2.6** 逆向思維第 3a 步：弄清楚目標客戶
- 115 | **2.7** 逆向思維第 3b 步：創作廣告，獲取流量
- 121 | **2.8** 影片廣告結構：Hook+Story+Offer (CTA)
- 127 | **2.9** VSL，用影片創造最大銷售價值
- 132 | **2.10** 自動化營銷必用——EDM

時勢

了解新時勢，創造新商機

- 139 | **3.1** 認識新的創業風頭
- 145 | **3.2** 走進新的「創課世紀」
- 150 | **3.3** 理清新的營銷概念
- 154 | **3.4** 使用新的創課平台
- 158 | **3.5** 通用新的營銷工具
- 163 | **3.6** 活用新的營銷渠道
- 169 | **3.7** 善用新的 A.I. 科技
- 174 | **3.8** 寫出新的場景營銷
- 179 | **3.9** 強化新的單價成交
- 184 | **3.10** 採用新的辦工理念

188 | 後記



序

林盛斌 | Bob Lam

香港著名主持人 / 演員 / 作家



真係要畀啲掌聲阿 Nic，喺佢帶頭之下，Get Client 應該係香港最勁嘅「知識變現」銷售團隊，好犀利！

第一次接觸佢嘅時候，我估都估唔到，原來「知識變現」有咁龐大嘅商機，只要你有一門專業嘅知識、學問、技能，佢哋就可以幫你製作最獨有嘅網上課程，透過一系列嘅宣傳、推廣、銷售、成交，為你帶嚟非常唔錯嘅收入。

我好認同呢個理念，有能力嘅人，宜家可以透過網上平台向唔同國家、唔同語言、唔同層面嘅人分享知識，畀好多人接觸平時少接觸嘅專業資訊。假如每日用 10 分鐘時間去累積呢啲新知識，一年之後你會發覺，自己對呢個社會嘅認知有好大嘅進步。就好似我開 Talkshow 一樣，我都係想我嘅諗法公諸同好，輕鬆笑一笑之餘，亦都能夠喺價值觀上有所得著，大家一齊為呢個社會帶嚟正面影響。

為咗達成呢個「知識變現」嘅目標，阿 Nic 好有心去經營呢門事業，由本身得幾條友嘅小小公司，去到而家 20 幾人嘅龐大團隊，仲要搬去一個好大好靚嘅寫字樓，成績令我感到好鼓舞。祝 Get Client 生意興隆、鴻圖大展，繼續推動「知識變現」風氣。

要理解 Nic 以及 Get Client 背後嘅理念以及藍圖，單睇網上資訊未必夠，再睇埋呢本書，了解阿 Nic 過去、現在、未來對 Marketing & Sales 嘅精闢睇法，你就會好似我咁，對網上營銷以及「知識變現」有咗全新嘅體會。

呢本書，雖然長啲少少，但內容實在充實又精彩，無論你係行內高手，定係對呢個範疇充滿好奇嘅行外人，都可以喺書入面搵到啟發同樂趣。Nic 用佢嘅專業同熱誠，將複雜嘅道理講到深入淺出，讓人一睇就明，一學就用。希望每位讀者都可以喺呢本書入面搵到屬於自己嘅收穫！

序

Angus Hung

StartFree 創辦人/
資深工程師/
國際認可 NLP 教練導師/
美國 NGH 催眠治療師/
香港 VTC 培訓導師/
《忌窮》網上創業書籍作者



在這個充滿機遇與挑戰的商業世界裡，營銷與銷售是企業成功的重要關鍵。我很高興能夠為這本關於營銷與銷售藝術的書籍撰寫序，這書不僅是對作者多年經驗的肯定，也是對讀者們的一份鼓勵。

作者透過這本著作，將其在營銷與銷售領域的深厚知識和實戰經驗，以生動而深刻的方式呈現給讀者。這不僅僅是一本教科書，更是一盞引路燈，照亮了在商業旅途上探索前進的創業者和行業人士。

書中不僅涵蓋了從基本理念到進階策略的轉化，還深入探討了如何在變化無常的市場中把握時勢，創造並把握商機。作者以自身的經歷為例，真誠地分享了從一名普通打工仔到成為營銷生意人的轉變過程，這對於那些渴望在營銷、銷售或生意上取得突破的讀者來說，無疑是極大的鼓舞。

我特別欣賞作者對於「簡煉營銷學」的分享，這種以結果為導向的思維方式，不僅能夠幫助讀者建立正確的營銷觀念，更能在實際操作中達到事半功倍的效果。

我強烈推薦這本書給所有對營銷與銷售有著熱忱的朋友，無論你是剛剛起步的創業者，還是在行業中歷練多年的老手，這本書都能為你提供全新的視角和思考方式。相信通過閱讀這本書，你將能夠獲得實用的知識和策略，並在實踐中不斷提升自己的營銷與銷售能力。

最後，我要對作者表示最深的敬意，感謝他將這份寶貴的經驗和智慧分享給我們。同時，也期待讀者們能夠透過這本書，找到自己的營銷與銷售之道，並在這條道路上取得屬於自己的成功。

序

Jerry Huang

網絡營銷專家/
百萬課程學院創辦人



Nic 是目前上過我課程的學生當中，成績數一數二最好的。

還記得 2022 年初的某一天，Nic 突然很興奮的私訊我，問我會不會飛去美國參加當年 ClickFunnels 舉辦的 Funnel Hacking Live (FHL) 網絡行銷大會活動，因為他透過他經營的網絡營銷事業得獎了，可以上台領獎！

而我是在前一兩年就得了 2 Comma Club Award，只是因為碰到疫情的關係，所以都沒有機會去。

2022 那年，我原先其實沒有計劃要特別飛越半個地球，到美國佛羅里達參加 FHL，畢竟要飛 20 多個小時。

但是因為 Nic 的邀約，我就決定我一定要專程飛過去，因為終於可以跟 Nic 和他的團隊見到面，重點是我們可以一起上台領獎啊！

一見到面，Nic 就一直誇獎我有多厲害、一直感謝我，還說如果沒有我，就沒有現在的他，我真的是有點受寵若驚。

但是我必須坦白說：「Nic 啊～你早就青出於藍勝於藍了！」

因為 Nic 真的很用功、很認真，基本上全亞洲，甚至全世界那些頂尖的網絡營銷課程，他都學過。

而這本書裡面強調的「簡煉營銷」，基本上就是，他把他從世界各地老師學到的知識，透過他實戰經驗後，所濃縮出來的精華中的精華。

我非常認同 Nic 分享「Less is more」的觀念。

因為現在市面上的資訊真的太多了，但資訊多不代表就有用，而是要先領悟所有策略中的「核心底層邏輯」。

而我自己精煉出來的底層邏輯就是：

行銷不難，行銷其實就是一個「提供承諾與兌現承諾」的過程！

好的行銷策略＝理解人性＋有效的溝通表達力！

而 Nic 的這本書，正是基於這些理念，幫助你抓住行銷的核心，去繁從簡，找到真正有效的策略。如果你好好吸收書中的內容，相信你一定能在自己的事業中找到突破，甚至像 Nic 一樣，站上屬於你自己的成功舞台！

序

Brian Lee

銷售文案小書僮/
匠人字房創辦人



認識了 Nic 接近三年，我對他最大印象是——勤力，簡直是勤力到一個地步，我想直接叫他做「勤 Nic」！不過即使認識了這麼久，我對他還是有三大迷思：

迷思 1 — Nic 可以對 Online Marketer 資料倒背如流，可以將外國營銷大師的名字統統輕鬆羅列出來，我一直都不太明白他的腦袋是甚麼構造，記人名、書名、Funnel 名這麼厲害，不做政府資料檔案館真是浪費。

迷思 2 — Nic 經常看外國營銷大師的課堂看到深夜，基本上可以連續望住部電腦十幾二十個鐘，之後又埋頭苦幹看生意業績、看廣告數據、看營銷文案，但竟然是零近視、零散光，這對眼睛是甚麼構造呢？真是想奧比斯幫忙分析一下～

迷思 3 — 明明 Nic 之前的 Marketing & Sales 成績這麼好，又贏過 2CC 的金牌大獎，但偏偏不是自己一個食晒整個市場，反而好樂於

幫其他人去做「知識變現」，說是想多點人去普及專業知識。心胸廣闊成這樣，其實有沒有胸肺科醫生想幫忙研究一下他呢？

姑勿論如何，他就是一個如此大反差的人，明明自己懂得很複雜的 Marketing 知識，但偏偏他那套思維叫「簡煉營銷」。我一聽此名稱，本身都不算明白他想表達些甚麼，直到讀完全本書，我就明白，其實 Nic 背後有一套嚴謹又有條理的營銷思維，是真正從客戶角度出發，做一套賺錢的 Marketing。他所建議的銷售導向的主張，亦都影響了我對寫文案的看法。

啊～講開又開，我是寫文案的人，專是寫銷售類型文案，要用文案為客戶吸引生意。這種根深蒂固的思維，正正是當初阿 Nic 指引我的，令我明白到「識 Sell 自己」的重要性。如果你不明白為何銷售如此重要？不要緊，好好看看這一本書，每日一個章節，一個月後你就會明白，原來「簡煉營銷」對做生意是有多重要！

當然，看完本書，可能你會心郁郁自己想試一下，落手落腳做一門會賺錢的 Marketing。然而，我建議不用盲摸摸去學，倒不如直接 DM 阿 Nic 或者 Get Client，讓他們給你分享實戰經驗，慳水慳力慳工夫啦！

其中，我最有共鳴的位置，反而是在他的早年創業故事，因為他所中過的伏，無形中是在給啟示予你和我，以後不要再走無謂的冤枉路，倒不如好好參考他的成功方式。無論你是做生意、做自僱人士、做數碼遊牧、做 Marketing 都好，這本書都值得你閱讀，看一下原來創業之路是要經過如此多高低起伏才会有少少成果。故事是次要，背後他的做人態度，才是我認為最值得學習之處。

唯勤是岸！

序

Ellen Lin

跨境電商專家/
Ellen Pro 創辦人



在 2022 年奧蘭多的 Funnel Hacking Live 會議上，我有幸認識了 Nic。那次的會議對我來說意義非凡，不僅因為我們都登上了舞台領獎，更因為在那一刻，我認識了一位充滿熱情和智慧的營銷專家。Nic 是一個不僅擁有出色市場營銷技能的人，更是一個願意與人分享成功之道的人。他的這本書，就是他多年來實戰經驗和智慧的結晶。

翻開這本書，你會發現，Nic 的文字充滿了力量和洞見。從他對簡煉營銷學的解釋，到他如何將複雜的營銷概念化繁為簡，他的每一段話都能讓人感受到他對營銷的深刻理解和對成功的渴望。Nick 相信，銷售是每個人都需要掌握的技能，不論你是剛剛踏入這個行業的新手，還是已經在營銷領域打拼多年的老手，他的書都能給你帶來全新的啟發。

Nic 的成功故事讓人深受啟發。他從一個普通的打工仔，通過對營銷的深入研究和不懈努力，成為了一名受人尊敬的營銷導師。特別是在 2019 年決心投身於營銷行業，並且在短短三年內創造了驚人的業績，這無疑證明了他的實力和智慧。2022 年，我們一起站在 Funnel Hacking Live 的頒獎台上，見證了他的成功，那一刻，他所獲得的 ClickFunnels 2 Comma Club Award，不僅是對他努力的肯定，更是對他營銷理念的高度讚譽。

在這本書中，Nic 將他多年的營銷實戰經驗分為「心態」、「方法」、「時勢」三大部分，毫無保留地分享給大家。他強調，做營銷要有正確的心態，要懂得抓住時機，並運用簡單而有效的方法來實現目標。無論你是想創業，還是希望提升自己的職場競爭力，這本書都能給你帶來寶貴的指導。

我相信，當你讀完這本書後，你會對營銷有全新的理解，並且能夠將 Nick 的營銷智慧運用到實際工作中，取得更大的成功。感謝 Nic，感謝他將這麼多寶貴的知識和經驗分享給我們。希望這本書能夠成為你走向成功的指南，帶你走向更加輝煌的未來。

序



Zac Phua

權威講師推薦
高人氣 Funnel Designer

還記得我和 Nic 大哥是在 2022 年末時，在臉書的社團認識的。

當時，他和他的另一半才剛創立 Get Client 不久，而我也才剛開始接案做 funnel design。

兩年下來，Nic 大哥和他的另一半從原本的「2-man game」成長到了現在超過 20 位核心團隊成員的規模。如果包括長期合作的 freelancers，規模更是超過 40 人！

在這兩年間，Nic 大哥協助了數十位客戶，幫他們創建高單價課程，並管理銷售顧問團隊。

所有客戶的業績總和已突破驚人的一億港幣營收，這也讓他們成為香港成長速度最快的行銷公司，而我也有幸受邀參與其中幾項破千萬港幣的專案！

不過，由於我主要是負責 Nic 大哥銷售漏斗的視覺設計及文案，沒能真正參與到後段銷售的部分。

因此，我原以為 Nic 大哥之所以能把公司擴張如此之快，背後肯定有一些我不知道的「秘密」。

但在讀了他的這本書後，我發現自己錯了。

Nic 大哥在書的一開始就提到了「Less is more」的重要觀念，並且整本書主要傳達了他所謂的「簡煉營銷學」理念。

每一個銷售環節，他都用最淺顯易懂的方式講解，讓讀者更容易理解背後的行銷邏輯。

讀完之後，我感到頓悟，這也讓我想到史蒂夫·賈伯斯曾說過的一句話：

「簡單才能做大，複雜容易搞砸。（Simplicity Scales. Complexity Fails.）」

Nic 大哥經營行銷公司，幫客戶銷售高單價產品或服務的方式，真的是把這句話體現得淋漓盡致。

不得不說 Nic 大哥是我遇過最謙虛的大前輩，即便他在行銷生涯中已經達成了很多人一輩子都達不到的成就，他仍然保持著「求知若飢，虛心若愚」的態度。而這本書可謂是他這些年來經驗的精髓。

重點是，他在書中所教的方法，都是每一位老闆學完後可以直接應用到自己事業上的，而不是「好看卻不中用」的理論知識！

我也很期待你讀完這本書後，能夠將 Nic 大哥的行銷智慧應用到你的事業上。希望將來某一天，你能回來跟他報喜，告訴他：「今天我們公司業績破億的好日子，而你的書成為了我最強大的指南針！」

序



林作

前執業大律師 / 演講家 / 創業家

看畢這本書後，我的感覺是

新手勿看！！

如果你人生經驗少，對 Marketing 和 Sales 根本不熟悉。又或者自以為很有深度，不喜歡人家的「銷售藝術」，只是喜歡自己買花讚花香。我會向你說一句：你看這本書會看得很痛苦。

Nic 說得很對，做生意不是為了興趣，而是為了把產品賣出去，任你說得多美好，也是於事無補的。在「三分鐘熱度」的社會，這裏的土壤不會支撐你有任何深度，相反你能夠掌握潮流觸覺，跟著市場去走，反而可以更容易在營銷上取得成功。正如我的「暗黑 Marketing」一樣，如果沒有人關注你、留意你、報導你，根本就不會有談論的價值，你的產品和服務自然難以賣出。這是時代的趨勢，就應該要跟著趨勢走，才能取得成功。

我不懂說太多客套話，Nic 這本書是一個創業血淚史，他真的從挫敗和摸索之中一步一步走過來，才有今天的成績。我和他一樣，也是在很多行業摸索過，把我的能力在每一個行業之中發揮出來，讓我的客戶受益，所以我看這本書時特別有共鳴。有幸得到他邀請我寫序，我除了奉勸心智未成熟的人不要看之外，也要建議一些人閱讀這本書，包括：

- 想創業的你
- 想認識「銷售藝術」的你
- 想把營銷效果做到更好的你
- 想真正使生意得到有效增長的你
- 想從平平無奇的打工仔生活中解放出來的你

這就是 Nic 的實力，值得大家看看！

序

Kenwat

網購創業導師/
KENWAT 網店創辦人



回想起當初遇上阿 Nic，他教曉我的，不單止是技術層面的突破，而是一種更深層次的領悟——創業不是單純的技巧堆砌，而是用真誠的故事去連結人心，用經歷去啟發他人。

現在的我，已經習慣了用自身故事去連結我的學生，將網購營商的道理融入到我的真實經歷當中。學生們不再單方面接收枯燥冰冷的創業方程式，而是從我的分享中，感受到創業路上的人性化、真實感和共鳴——更加清楚創業路上應該擁有的正確心態。

Nic 讓我明白，建立個人品牌不是炫耀成就，而是告訴大家，一個普通人如何一步一步，通過堅持與努力，達成自己的目標。這種真誠而具感染力的分享，才是最打動人心的力量。

所以，我希望每位讀者都可以在這個故事中找到屬於自己的啟發，重新審視自己的創業初心，突破樽頸位，邁向屬於自己的成功道路！

序

布偉傑

香港藝人/ 語言家



心態成就一切

與 Nic 認識了一段時間，我很高興他的第一本著作《簡煉營銷》即將面世！能獲邀寫推薦序是我的榮幸。閱讀後，我深受他的故事與想法感動！Nic 真正展現了企業家的精神，因為他的分享讓我看到，他創業之初並非一帆風順，期間曾遭遇不少挫折、疫情的打擊，甚至事業幾乎要從零開始的高低起伏經歷，讓我深深感受到，要想成功，每個人都必須全情投入，內心要有不屈不撓的意志，咬緊牙關突破自己，堅持到底。Nic 的經歷與我創業旅途中的艱辛非常相似。

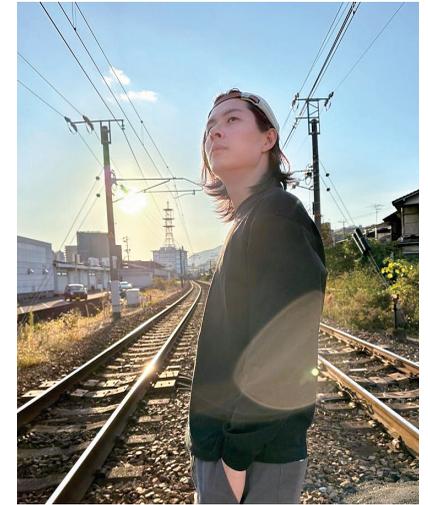
Nic 將多年來對營銷學的實戰心得集結成書，內容不僅易於理解，還加入了許多生活中的市場營銷例子，讓即使是初學者也能輕鬆掌握。他的目標是讓普羅大眾也能掌握營銷學的精髓。我相信，他精闢獨到的觀點及分析，將成為業界人士的明燈，幫助他們避免走冤枉路，從中修正，以找到通往成功的方法。

面對各種試煉，心態成就一切！人們不一定要有完美的計劃才踏出第一步，我們更應學習積極嘗試，以開放的態度去學習新事物，裝備好自己，在機會來臨時，勇敢地乘風破浪，大步向前。這便是一種能改變命運、改變世界的人生哲學。

序

Samson Yip

Master Wise 創辦人



在我創業的旅途中，曾因為對營銷的無知而屢次碰壁。這段經歷讓我深刻體會到，作為一個創業者，掌握「營銷」這門必備的能力是不可或缺的！

在面對營銷問題時，我總是主動尋求各種專家的指導，而其中一位就是 Nic Leung。我與他相識已有一段時間，見證了他從剛起步到成為營銷專家，乃至如今成為著名的創課導師的過程。

我深知這一切都歸功於他的獨到之處「簡煉營銷學」。這套方法使營銷變成一項投資，而非單純的支出。我對這種邏輯深感認同，因為我親眼目睹了 Nic 以及他幫助過的學生們在短時間內取得了驚人的成就。透過這套「簡煉營銷學」，我自己更是踏上了環遊世界的旅程。我相信這套方法能夠幫助創業者們取得成功！

楔子

做人不能沒有「銷售」

翻開這本書的你，

可能是一個 Marketer；

可能是一個銷售行業的人士；

可能是一名剛接觸**簡煉營銷學**的初哥；

可能對 Marketing & Sales 深感興趣；

可能你對網上創課行業感興趣，有意做到「知識變現」；

更大的可能是——因為你本身認識我，或者公事與我有合作，純粹八卦地看看我這本書在寫甚麼。

無論你是哪類人士也好，這本書都絕對與你有關，理由好簡單：

「做人無銷售，食屎㗎啦！」

這句說話，我是擷取自香港藝員黃子華的 Stand Up Talk 短劇裏的對白：

「做人，公關做得唔好，食屎㗎啦！」

真的，無論你是上班族、自僱人士、斜槓族，甚至是中小企老闆也好，**你要學懂簡煉營銷學，用最簡單、最有效益之方法，將個人能力化為市場價值，把自己銷售出去**，才能在這個商業社會嶄露頭角，甚至創造前所未有的財富和收入。

曾經，我都只是一名普通的打工仔，從來沒有想像自己會「拋頭露面」出來做導師，沒有想像過原來自己可以「自帶流量」，沒有想像過原來只要自己願意做 Coaching，就真的會有數以千計學生自動來報名學習 Marketing & Sales……

曾經，我每天遵守朝 9 晚 6 的工作規律，每天渾渾噩噩過日子，每個月等待一份微薄的薪水，直至到我數年前偶然發現**簡煉營銷學**是每個生意不可或缺的要害時，我將這個思維套用到創業之上，成功運用網上創課為自己建立一門生意，也賺到人生第一桶金，並繼續以這個營銷套路令公司邁向正軌。

曾經，我認識了很多中小企老闆，他們異口同聲告訴我很怕做 Marketing，因為擔心每個月要花費落廣告、做宣傳、搞公關……是一筆沉重的開支，而且對公司收入未見有明顯刺激作用。直到我向他們闡述**簡煉營銷學**的重要性之後，他們逐漸理解到，**做 Marketing 不一定只是「開支」，其實可以是一門「投資」**。

只要運用正確的方法去做，Marketing 就不會只是「燒錢」，而是可以賺大錢，但前提是要將 Sales 緊緊扣合在 Marketing 身上，而不是將兩者拆開。我不是刻意神化銷售，但我的主張很簡單——做一門簡單又賺錢的 Marketing。Marketing 不需要弄到天花龍鳳，只需要有銷售策略，就可以為公司取得回報，當初我就是堅守著**簡煉營銷學**，將之套用落網上創課的行業，創業步伐得以一日千里。發展速度之快，可謂超乎自己的想像，從我於 2019 年決心投身 Marketing 行業起，到後來我開設了個人公司，3 年後我有幸達到一個小小里程碑——贏得國際營銷大獎 2CC Award。



2CC Award 全稱為 ClickFunnels 2 Comma Club Award，由著名的國際營銷平台 ClickFunnels 所設，用作嘉許單個年度營業額優秀的營銷公司。只要你的公司成為 ClickFunnels 用戶，在一個年度內使用該平台創造至少 100 萬美元收入，就自動晉身 ClickFunnels 2 Comma

Club 會員，並會得到一個獎項以表嘉許。同時，ClickFunnels 每年都在美國不同地方，舉行為期數天的 Funnel Hacking Live 活動，匯集世界各地的優秀 Marketer 交流，而兩名創辦人 Russell Brunson 和 Todd Dickerson 會在活動上的頒獎禮，親手頒發 2CC Award 給各位得獎者。能夠在高手雲集的舞台上得獎，接受世界各地的同行掌聲，對 Marketer 而言實屬莫大榮譽。2022 年，我當時親身飛到美國參與 Funnel Hacking Live，走上頒獎台接受 Russell Brunson 和 Todd Dickerson 頒獎給我。那一刻，我感到三年來的奮鬥絕無白費，能夠得到同行精英的肯定，意義非凡！

事實上，我從事 Marketing 只是數年，尤其我是在 2019 年才開始接觸 Online Marketing，短短三年後就站在國際舞台上，並且創造九位數業績，這種飛躍性進步是我從來沒有預計到的。作為一個「半途出家」的 Marketer，我絕非深諳頂尖的營銷技術，並非從大學的市場營銷學科所畢業，也不是出身自國際大品牌或者 4As 廣告公司，更加沒有高深理論，幸好我所創造的營業額及業績也略有所成，原

因或許因為相比起市場上其他大部分 Marketer，我更重視「銷售」，這正是我非常重視簡煉營銷的原因，把 Marketing & Sales 緊緊結合，因為做 Marketing 不應只是虛無縹緲、似有幻無的，更加不應陳義甚高、曲高和寡，相反我們做 Marketing 是要實事求是，必須把結果真正落實和創造出來。或許因為我現在掌握的知識和技術，99% 是自學所得，並非理論派或學院派出身，所以我沒有受到甚麼營銷理論所規限，亦並非抄襲別人的成功例子。反之，我會把市場上混亂不堪的 Marketing 資訊好好消化，自己整合成一套可以實用的系統，並緊緊扣合 Sales 方面的知識，務求把銷售效果推到最大。就是這種以結果為導向的銷售思維，令我比其他人更重視營銷效果，而不只是「為了做 Marketing 而做 Marketing」，而且實際成果（特別是營業收入）均比同行更理想。



為了把結果做得最好，不單止要把銷售融入 Marketing，更加重要一點是，要做最精煉的 Marketing！因此，我認為 Marketing 首要重視的並非美感或格調，不需要美輪美奐的設計，相反我講求的是簡

單！淺白！到位！只要銷售力夠高，你的 Marketing 就會取得成功，就可以創造可觀的營業收入！所以，「簡煉」就是我的理念，以結果為導向，以精煉為心法，以簡單為依歸，之後再運用適當的方法，就可以建立屬於自己的一門事業。當初我調整了自己的心態，堅持「簡煉營銷」，運用有效的 Online Marketing 方法，終於在網上創課市場捱出頭來，真正感受到擁有屬於自己事業的滿足感，而且我可以——

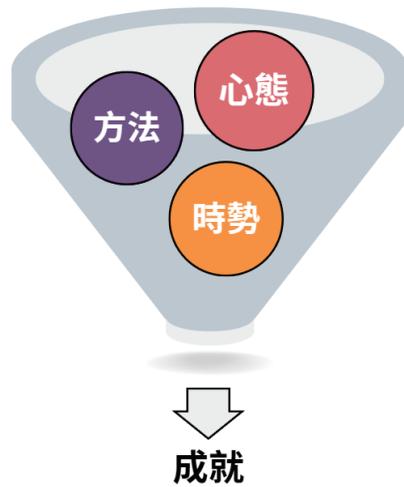
擺脫朝 9 晚 6「打工仔」生活；

擺脫每日只是做沉悶工作的輪迴；

擺脫害怕被老闆突然解僱的無形恐懼；

擺脫每個月只有一筆微薄收入的徬徨。

由一名普通基層變到略有小成，成為網上創課界別知名導師，創造九位數字生意額，贏得國際性獎項，並建立真正屬於自己的生意，雖然距離「飛黃騰達」相差甚遠，但至少不用每個月像當初公屋出身的我為三餐而煩惱。這一切改變，都從我在 2019 年接觸 Online Marketing 開始，並非因為我天才橫溢，純粹是因為我用正確的心態、有效的方法，並把握近年興起的「知識變現」時勢，得以創造以上小小的成就！



既然我「半途出家」也做到，相信絕大部分香港人也可以做到，包括看到這本書的你。所以，我決定把我的所學、所得、所知、所經歷，分為「心態」、「方法」、「時勢」三大部分，在書中毫無保留地寫出來，並希望你能有所得著。

本書 30 章，也正好讓你可以一天讀一章，30 日內明白如何由零開始去學懂網絡營銷。

當然，如果你看畢之後覺得貨不對辦，非常生氣地大叫：「回水！」，放心我已經準備了一套保證計劃，請你透過以下方法盡快聯絡我吧！

www.nicleung.com



1.1

甚麼是
簡煉營銷學？

「簡煉」，即是「簡單＋精煉」，深入並淺出。

如果用幾個句子來形容，可以說是：

以銷售為導向
以精煉為心法
以簡單為依歸



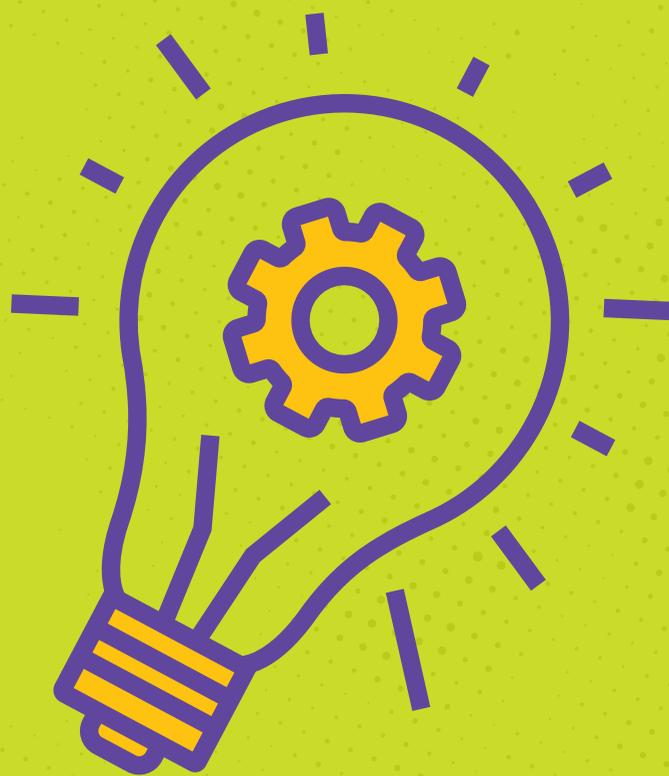
這並非一門高深的學問，在簡煉營銷學五個單字背後，其實是蘊含千言萬語，因為這是在 Marketing & Sales 界別辛苦了十多年之後，真摯體會得來的心得。

這十多年來，我嘗試過普通打工、轉型銷售、自行創業……一直致力將我在營銷的知識和技術實踐出來。途中，我經過了無數次的挫折、失敗、拒絕、被騙、嘲諷、恥笑、離棄，真的感到非常氣餒。特別是在 Marketing & Sales 行業，我有一段很長時間都是漫無目的地「死做爛做」，不懂得以銷售為導向，以為自己做好本份就會有人欣賞，結果一直都無人問津。我又曾經以為憑努力就有回報，可惜偏偏結果不像預期，被迫安慰自己「明天再努力」，結果因為沒有正確的方法，墜入了「試完又錯、錯完又試、試完再錯……」的無間輪迴。

C H A P T E R

1

心態

簡煉地把營銷
做大＋做好

之中。我更加曾經以為，要把自己的企業品牌弄得天花龍鳳，花昂貴成本聘請專業人士，建立精緻漂亮的Facebook、Instagram專頁，再做高檔次的廣告宣傳，可是最終只是一筆又一筆沉重「開支」（記得第一次做Zoom直播分享課時，我們還特意花\$6000找了一班攝製團隊，再用了\$4000租了一間studio去做。結果吸引了200人出席，但只賣出3張單。）；而現在我們在幾乎沒有成本的情況下，就可做到20%的成交率。

我發現不論是做人還是處世，甚至做生意的時候，如果把事情做得太繁複，反而因此「架床疊屋」產生反效果。相反，如果用Less Is More的思維去做事，把複雜的事簡單做，其實更易達到我想要的成果。

當然，在「簡單」背後，不是一股勁的懶惰或「Hea做」，反而要有堅實的知識基礎、正確的心態思維，配合多次的實戰和歷練，「精煉」出一套實在心得，才会有真正化繁為簡的能力。正如香港人很喜歡看的黃子華棟篤笑，在他簡潔有趣的笑話背後，其實因為他具有把高深哲學簡化成通俗笑話的才華，令他的棟篤笑得以百看不厭，每一次看都有另一番體會。所以，做事須「簡單」之餘，「精煉」是更重要的一步。

尤其是，我現在作為一名網課創業家，我必須把相關的知識研究得深入，同時用最簡潔的方式演繹出來。在我過往協助超過50位個人IP創課期間，他們很多本身都對網上課程、知識變現、Online Marketing沒有充足認知，如果我再用高深的理論向他們講解，對他們創業、創課毫無幫助。反之，我要用最淺白、最簡煉、最到位的言語指導，配合最高效、最吸金的工具為他們實踐創業夢，以銷售結果為最終導向，大家一起創造共贏成果！慶幸的是，我的簡煉營

銷學並非紙上談兵，令到我能協助50多位生意老闆，不單止建立真正屬於他們的網絡事業，並創造極之可觀的收入，成就了九位數字的生意額。

無論你是上班族、自僱人士、斜槓族，甚至是中小企老闆也好，**你要學懂簡煉營銷學，用最簡單、最有效益之方法，將個人能力化為市場價值，把自己銷售出去**，才能在這個商業社會蕪露頭角，甚至創造前所未有的財富和收入。

接著下來，我會透過我以前經歷過的故事、學習過的知識、協助過的創業的事例，讓你只需看完一本書就透徹了解何謂簡煉營銷學。

第一步，你的心態必須有一個元素——銷售！

2.1

Marketing 中伏位，
你中過沒有？

接著下來的內容分享是一些我在使用 Funnel Marketing 數年以來的心得，絕非沉悶又乏味的實用工具教學，當中我只會粗略分享一些使用重點，如果你想生動地由零起步，學懂網絡營銷的攻略，歡迎瀏覽 GetClient 的專屬 YouTube 頻道，我們會定期分享不同影片，即使你從未認識如何運用網絡營銷工具，都能夠透過這頻道快速入門，連結是：



對我來說，運用工具背後的心法和態度才是最重要，工具始終有一天會「脫節」，然而心法和態度卻是「長青」的。由實體 Marketing 和 Coaching，轉為線上化的 Marketing 和 Coaching，過程絕不容易，當中實在牽涉太多專業知識。特別是現時網上工具發展一日千里，每項工具的「生命力」有多長呢？全屬未知之數，但至少接下來我所提及的，都是我曾經不斷操作過，而且真的有成效的方法。值得注意的是，千萬不要被工具牽著你鼻子走，而是要你有一套心得，將所有工具化為己用，才是正確的營銷態度。甚麼意思呢？比如我有「簡煉營銷」的理念之後，它會主導我選擇甚麼工具，比如我重視 Marketing & Sales，重視高銷售力，重視把營銷簡化，重視深入淺出地將知識運用出來，所以我挑選的工具，必然要與我的理念相符。因此，我不會花時間去學高階平面設計，也不會學甚麼電影運鏡技巧，更不會把 Marketing 團隊和 Sales 團隊分拆。做任何營銷，確立你的「目的」是非常重要的，而我的「目的」就是要做賺錢的

方法

C H A P T E R

2

啟動自動化
營銷吸金力

如果你想用最快速時間、最低成本的方法，立即登上各大權威媒體的版面，一天內有數以百萬計的流量曝光，並且讓你的品牌獲得權威媒體標誌的加持，那你可以瀏覽以下網頁，索取本書讀者特別優惠：



如果客戶想要立即令業績或收入有所提升，那麼就好像我的簡煉營銷學一樣，好好把 Marketing & Sales 結合，並運用 Funnel Marketing 來催谷銷售力吧。

第三，營銷步驟

通常做網上營銷，都會經歷三個步驟：



按你的項目所身處之步驟，來確立你的營銷方向，從而決定使用哪一種工具去輔助你。譬如你要提升「成交」步驟的成功率，便可透過提供優惠、折扣、促銷，以鼓勵潛在客戶進行購買或指定的動作。另一方面，要確保你的網站和購物車流程簡單易用，減少購買障礙，簡化整個購買流程。此外，後續跟進也十分重要，運用 Re-Marketing 技巧跟進潛在客戶，讓他們得到良好的客戶體驗，同時使用 Email 營銷工具向你的目標受眾發送有價值的內容、促銷和更新。這樣你生意的復購率便能夠得到保障，甚至可以開拓更多潛在客戶。

第四，營銷客戶群

了解目標客戶群是非常重要的，做 Marketing 之前須研究他們的需求、興趣和行為特徵，以便能夠針對他們創建相應的營銷內容和銷售漏斗。我和幾名拍檔曾經創業進軍企業培訓，主力教導人們做銷售和致富，然而當時由於我的廣告投放技術非常一般，以致吸引了數千個極不精準的查詢，有不明就裏便報名的家庭主婦，有不太明白廣東話的尼泊爾籍人士，有本身非常抗拒銷售的人力資源顧問等，他們本身不明白銷售的威力，也不相信運用 Marketing & Sales 可以令收入翻倍，結果他們自然不願意付報名費用，更沒有後續的消費行為，反而是大大增加了我們的廣告成本和人力物力。我們因此吸取教訓，做 Marketing 不能只重重量，同時也要重質，否則只會令成本和收入無法達成正比。

很多時候，中小企或課程導師都會埋怨 Marketing 「好燒錢」，事實是因為他們本身連基本的「營銷目的」也未弄清楚。要避免一步錯、步步錯，做 Marketing 前的梳理是非常重要的，要避免犯以上錯誤，你應該要建立一個系統化的營銷藍圖。

營銷藍圖多如天上星星，哪一種較容易學習之餘，同時擁有高銷售力呢？比較過很多工具之後，我的選擇就是 Funnel Marketing，讓銷售漏斗整理你的一切，讓你的生意可自動運行，正如我在前文所言：

- 要令 Marketing 效果好，唯一方向就是要建立高銷售力的 Marketing ；
- Marketing 必須要與 Sales 結合，一站式做到營銷，不能夠把兩者分割；

要讓客戶遵從你的指示，請記得不要把 Landing Page 弄得太花巧。平常我們瀏覽不同網站時，會看到網站上有不同的按鈕連結到不同頁面，或有很多選項、圖片、影片，甚至多元化的商品等等，但 Landing Page 與一般網站不同的是，它只集中運用簡潔、樸素、精簡的界面設計，不太講求華麗的 UX 或 UI，只需一步一步帶出銷售訊息即可。故此，Landing Page 沒有太多按鈕，通常只是重複又重複出現 Call To Action 按鈕，引領潛在客戶導向單一的指定動作，讓潛在客戶在瀏覽時不會三心兩意。這樣才能夠確保你的 Landing Page 銷售力充足，真的起到「轉化」的作用了。

- 確立了 Offer 和「成交」；
- 處理好「轉化」；
- 是時候讓潛在客戶可以接觸到你的銷售漏斗了，下一步到「流量」；

不過，「流量」不要大海撈針，要精準吸客之前，不如先問你自己一個問題：

“ 你最想獲得甚麼客戶呢？ ”

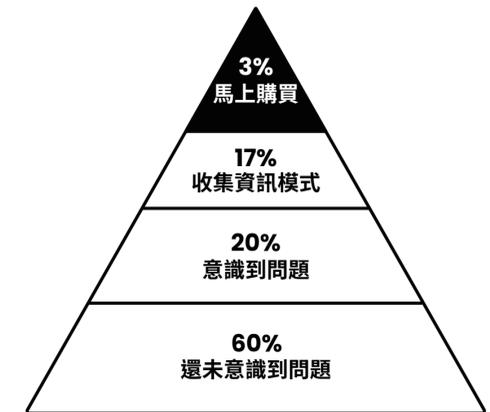
2.6

逆向思維第 3a 步： 弄清楚目標客戶

有這樣一句話，「花若盛開，蝴蝶自來；人若精彩，天自安排。」以綻放的花朵來比喻人生，讓自己不斷成長、學習，當你具備了高智慧和超級本領，不需要刻意追求，欣賞你的貴人及美好事物，便自然會被吸引而來。

讓我告訴你，這句說話絕對不適用於 Marketing & Sales 當中！潛在客戶是必須由你追求和獲取，才可以一步步轉化變成你的消費客戶。重點是，你要懂得用一個營銷架構來追求或獲取這些客戶，不用你自己落手落腳去親力親為。而且，你要鎖定你想追求哪些目標客戶。

市場上這麼多潛在客戶，你要怎樣入手，才能提升自己的銷售命中率？若以大數法則來處理，愈多真的是愈好？這樣你要先認識一個數據，澳洲著名網絡營銷顧問 Sabri Suby 指出，網絡世界的潛在客戶可以從以下的金字塔分類：



在大部分的市場之中，其實只有 3% 的人處於「購買模式」。如果你拿起報紙、看電視或用 Google 搜索，看到類似這樣的廣告：「我們的產品種類最多」、「我們超抵價出售」、「破天荒 XX 折」，這些廣告針對的就是這 3% 的人，這些都是本身有購買意慾的客戶，屬於 Hot Audience，要轉化他們並非難事。不過，這 3% 潛在客戶還要分給你和你的競爭對手，到頭來大家都「無肉食」，你永遠也賺不到大錢。真正可以為你的生意創造高利潤的是那 37% 的潛在客戶，他們要麼在收集訊息（17%），要麼在「意識問題」的過程之中（20%）。而更多的是那些根本不知道自己具有購買需求的人，佔所有潛在客戶之中的 60%！一旦你了解到上述道理，你便可利用它來搶佔大多數被忽略的市場（37%+60%），並將他們轉化為真正的消費客戶，為你的企業帶來營收。問題是，大多數企業對待潛在客戶都像對待那 3% 準備購買的客戶一樣，以為一本通書可以看到老，其實他們沒有一個有效的架構來捕捉、培養這批 97% 的潛在客戶。而銷售漏斗之所以重視引流，就是要讓 97% 潛在客戶更快地被你所引導，只要接觸到他們，這台銷售機器便可把「不感興趣」的潛在客戶也轉化成消費客戶。

接觸到 97% 的潛在客戶，你必須對他們進行教育。當潛在客戶對某一主題缺乏了解或認知時，他們便會處於一種懷疑狀態，而人們不會在這種狀態下購買。只要他們知道得愈多，才愈有可能購買消費。要確保當他們可以進入「立即購買」的階段，你的資訊必須具銷售力，以強化認知為基礎，而不是簡單地宣傳你的產品，你可以對目標客戶——

- 提供誘餌
- 進行教育
- 強化培養
- 讓客戶採取行動

這對於任何追求持續有生意的企業來說，都是至關重要的。當你有了一個可靠的市場推廣架構，可以從 Google、Facebook、YouTube、小紅書、WeChat 或其他平台取得流量，並對其「提供誘餌、進行教育、強化培養、讓客戶採取行動」時，你便不再需要花幾個小時去說服客戶，即可讓他們相信你的解決方案是最好的，你很快便可完成交易取得營收。

說到狩獵新的目標客戶，最基本的出發點是了解他們是誰。非常多企業都陷入了自以為了解客戶的陷阱之中，他們擁有客戶性別、年齡等基本資料，然後就止步不前了。這是一個很大的錯誤，因為對客戶的深入了解，對能否銷售有關鍵影響。第一，了解一個人的年齡和性別並不足以真正了解他，可能你的競爭對手已經在這樣做了，要想在眾多資訊中脫穎而出，贏得客戶關注和歡心，你需要發掘客戶內心深處的原始慾望，摸清他們的恐懼、追求、願望。之後，你可以運用 Pareto's Principle 的 80/20 原則來鎖定你的目標客戶。如何鎖定？作為市場推廣人士，我們知道 20% 的客戶能帶動 80% 的收入。繼續延伸下去，在這 20% 目標客戶中的前 20%（即是總體的前 4%），即是佔銷售額的 64%（80% 再乘 80%）。這意味著，你可

引人入勝的元素：

一些特別的開場、視覺效果或者配樂，可以吸引觀眾沉浸在廣告內容中，刺激他們的好奇心，使他們希望了解更多，有助引導他們進入銷售漏斗之內。

廣告一旦成功，你的銷售漏斗自然會有很多潛在客戶，生意額不斷增加指日可待。當然，在整個「培養」和「轉化」的過程中，影片元素也是重要的一部分，除了影片廣告，其他類型的影片亦具有相當的銷售價值，所以想做好「轉化」的你，接著下來介紹的 Video Sales Letter 是你一定要學懂的。

2.9

VSL， 用影片創造最大銷售價值

營銷就是一個銷售訊息傳遞流程，銷售漏斗每一層都有不同的銷售訊息，除了頁面上的文字、圖片、訊息以外，影片是其中一項極為重要的媒介。除了為了「流量」而製作的廣告影片之外，在銷售漏斗的前端、中端、後端，也可用不同類別的影片來傳遞不同的銷售訊息，就如《忌窮》一書中提及到的四類影片：

促成訂閱的影片

邀請潛在客戶留下個人資料，方便往後 Re-Marketing

有價值的內容影片

比如一些教學短片、講座重溫影片等，建立長遠的信任感和權威感，讓潛在客戶傾向向你消費

銷售影片

通稱為 Video Sales Letter (VSL)，時長約 10 分鐘至 90 分鐘不等，目的是為了引導潛在客戶採取指定行動，包括登記免費諮詢、直接付費、立刻聯絡你等等。

見證影片

通常是你的成功個案、受益客戶為你拍攝的影片，直接帶出他們在選用你的產品或服務後的得著，以及你如何幫助他們作出改變。這類影片能夠瞬間使潛在客戶對你的信任感激增。

四者之中，VSL 影片在整體「轉化」和「成交」扮演最關鍵角色，它可以出現在 Landing Page 之中，也可出現在 Payment Page 之中，其作用主要體現在以下五方面：

1/ 引起注意

在銷售漏斗的頂端，吸引和引起潛在客戶的注意是至關重要的。由於視覺和聽覺元素的存在，VSL 比傳統文字內容更能夠吸引觀眾的注意，並使他們對產品或服務產生興趣。

2/ 建立與觀眾的聯繫

通過情感連結和引人入勝的故事，VSL 能夠建立起觀眾與品牌或產品之間的情感聯繫。這種聯繫有助於增加觀眾的信任和認同感，提高他們對產品或服務的興趣和慾望。

3/ 傳達銷售訊息

VSL 以生動有趣的方式傳達銷售訊息，突出和強調觀眾面臨的問題，改變他們的思維，讓他們獲取到自己一直不清楚的知識或想法，從而提供自家品牌的產品或服務作為解決方案。它們能夠清晰地傳達核心銷售點，並激發觀眾對產品或服務的購買意願。

4/ 建立品牌權威感

無論是產品、服務，或者是網上導師銷售課程也好，權威感是一種令人難以抗拒的軟性銷售。運用銷售策略鋪排，以及不斷提供見證，只要觀眾感覺到你的資訊和 Offer 獨一無二之餘，又具有市場上少見的權威感、滿足感或信任感，他們便會對你的銷售卸下戒心，自然變成願意「成交」的準買家。

5/ 激發行動

VSL 的目標是將觀眾從潛在客戶轉化為實際購買者。通過使用強而有力的呼籲行動和限時優惠等手段，VSL 能夠促使觀眾採取行動，例如直接購買產品或服務、登記 Email 地址、參與促銷活動、預約諮詢服務等。



拍攝 VSL 影片並沒有指定的規格，平實地直接帶出銷售價值即可，外國有很多網絡營銷大師，均純粹用單一鏡頭，簡單地坐著，配合資訊清晰的 PowerPoint，以有力的聲線讀出講稿，便足以吸引成千上萬的人觀看。

根據我過往的合作經驗，VSL 影片愈大製作，銷售效果反而愈不理想，相反拍攝比較粗糙的 VSL 影片，竟然是比較多人觀看到最後的，特別是一些模擬講座形式的 VSL 影片，雖然觀看次數未必多，但觀眾的觀看時間都比較長。原因還是我所說的「簡煉」，太過花巧的製作，反而會令觀眾失焦，沒有投放注意力在你的銷售之上。相反，愈是粗糙或貼近現實的影片，卻更能夠引起觀眾共鳴感；此外，如

簡煉 營銷

一台電腦，由零起步，
年收千萬的網上營銷方程式

作者 Nic Leung
撰稿 李志聰
編輯 Sherry
設計 VN

出版 紅出版（藍天圖書）
地址 香港灣仔道 133 號卓凌中心 11 樓
出版計劃查詢電話 (852) 2540 7517
電郵 editor@red-publish.com
網址 www.red-publish.com

香港總經銷 聯合新零售（香港）有限公司
台灣總經銷 貿騰發賣股份有限公司
地址 新北市中和區立德街 136 號 6 樓
電話 (886) 2-8227-5988
網址 http://www.namode.com

出版日期 2025 年 4 月
圖書分類 市場行銷
ISBN 978-988-8917-18-1
定價 港幣 128 元正 / 新台幣 510 圓正

本書分開「心態」、「方法」、「時勢」三大章節，由淺入深地講解如何運用網絡營銷技法，創造和經營屬於自己的事業，適合對創課、創業、網絡營銷、知識變現、實現財富自由等感興趣的人閱讀，兼具實用性和啟發性！

名人推薦 ▶▶▶▶

真係要比啲掌聲阿 Nic，喺佢帶頭之下，Get Client 應該係香港最勁嘅「知識變現」銷售團隊，好犀利！Nic 用佢嘅專業同熱誠，將複雜嘅道理講到深入淺出，讓人一睇就明，一學就用。

——Bob 林盛斌

這本書是一個創業血淚史，Nic 真的從挫敗和摸索之中一步一步走過來，才有今天的成績。建議想創業、認識銷售藝術、把營銷效果做到更好、真正使生意得到有效增長、從平平無奇的打工仔生活中解放出來的你閱讀本書。

——林作

在我 38 年教學經驗中，大部分都是做線下教學，自從找了 Nic & April 兩位後，成績一直向上飆升。我絕對欣賞 Nic 天生這樣強的營銷能力！如果你是打算做好網上營銷或者做好網上收生，不用問了，找 Nic 就對！

——Yesir 鄭海名

本書特色 ▶▶▶▶

- ⑤ 30 個章節，每日一章，用 30 日由零開始學懂網絡營銷！
- ⑤ 10 位營銷專家 + 1 位成功 IP，共同撰序推薦，極具權威性！
- ⑤ 以簡潔的文字解釋複雜的營銷概念，不論是行內高手還是行外初哥，都能在快速了解營銷藝術的同時獲益良多！

ISBN 978-988-8917-18-1



9 789888 917181



專業出版 國際銷售

紅出版文化平台

加入我們：www.red-publish.com

Mod. E.

上架建議：市場行銷

定價：港幣128元正 / 新台幣510元正