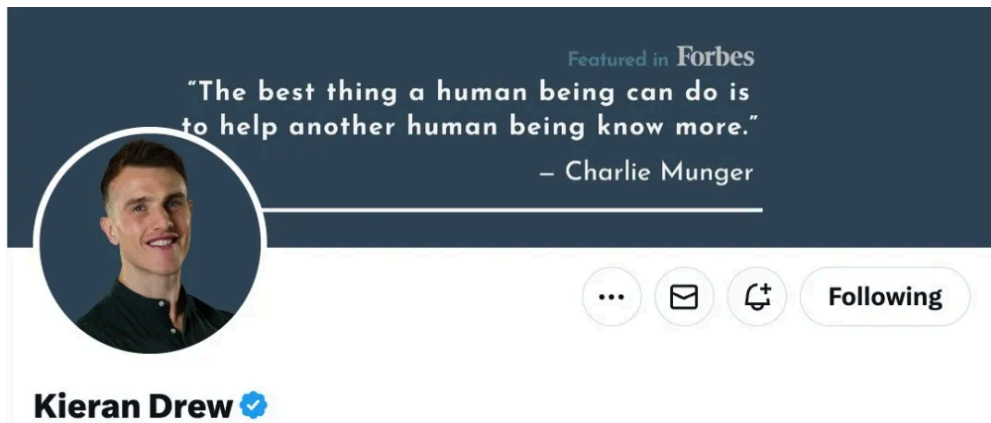


发现宝藏文章：《内驱创作货币化》最实用手册。每个人都可以做自己热爱的事并实现百万年收入（且自动化、且持续增长）

原创 Dak Vava 镜中观潮 2024年10月2日 13:34 新加坡

刚发掘到一位超级宝藏作家，Dan Koe给予极高评价“现代写作的前沿”。这篇文章结构完整、处处有基于实操的深度洞察，又清晰度极高、有大量超级实用的细节。而且，有燃点。说句给自己贴金的话，这篇内容集合了 Dan Koe 、Nicolas Cole 、 Dakvava 内容的全部优点（最近擅长给自己贴金）；好了收回来，这篇文章值得花 24 小时反复阅读，吃透这篇我不相信你挣不到 100 万年收入（TIP: 得耐心得天下）。文中的实操方法在海外完全适配，在国内的操作需要有变通，原理及逻辑不变。这篇大概用了 5 个小时编辑，英语过关的更推荐阅读原文，附在文末，原文排版极佳。



原题：[如何从“又一个创作者”通过在线写作变成成功的企业家](#)

作者：Kieran Drew 编译：Dakvava | 13445 字，建议深度阅读

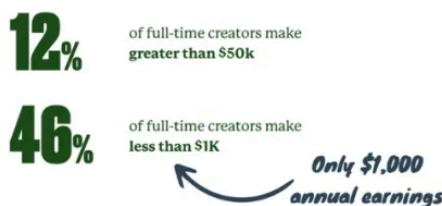
当一个朋友向我推荐 Naval Ravikant 的播客节目《[如何在不用运气的情况下致富](#)》时，我第一次听到了“创作者经济”这个词。

作为一个感觉自己被困在职业生涯中的人，Naval 的想法就像在雾中的灯塔一样闪耀。他解释说：“你可以走到互联网上，找到你的观众……建立一个企业……创建一个产品……建立财富，并通过互联网独特地表达自己，让人们快乐。”

但事实是，很少有人能成为创意企业家。大多数成果都流向了前1%，其余的人则在争夺残羹剩饭。例如，最近我调查了我的观众——只有8%的人实现了货币化。在2022年，Linktree 发布的一份报告显示，只有12%的全职创作者的收入超过5万美元。

商品创作者和权威创作者之间存在分歧，而且这种分歧还在不断扩大。本文的目的是确保你在等式的正确一边。

Annual revenue for FULL-TIME CREATORS



Annual revenue for PART-TIME CREATORS

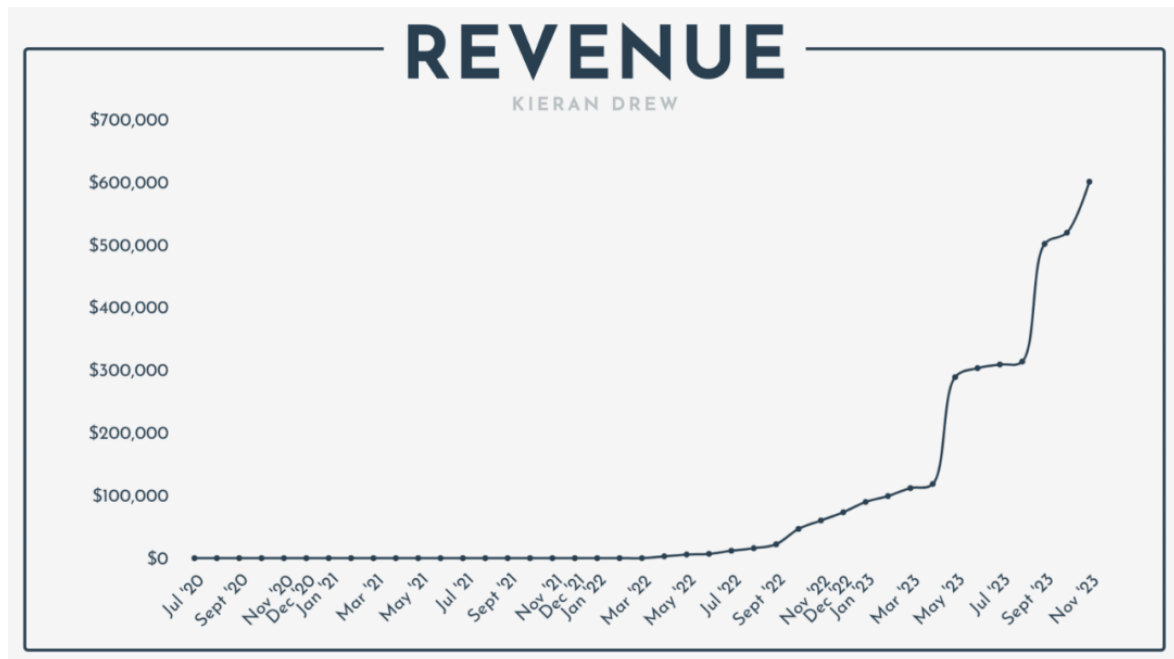
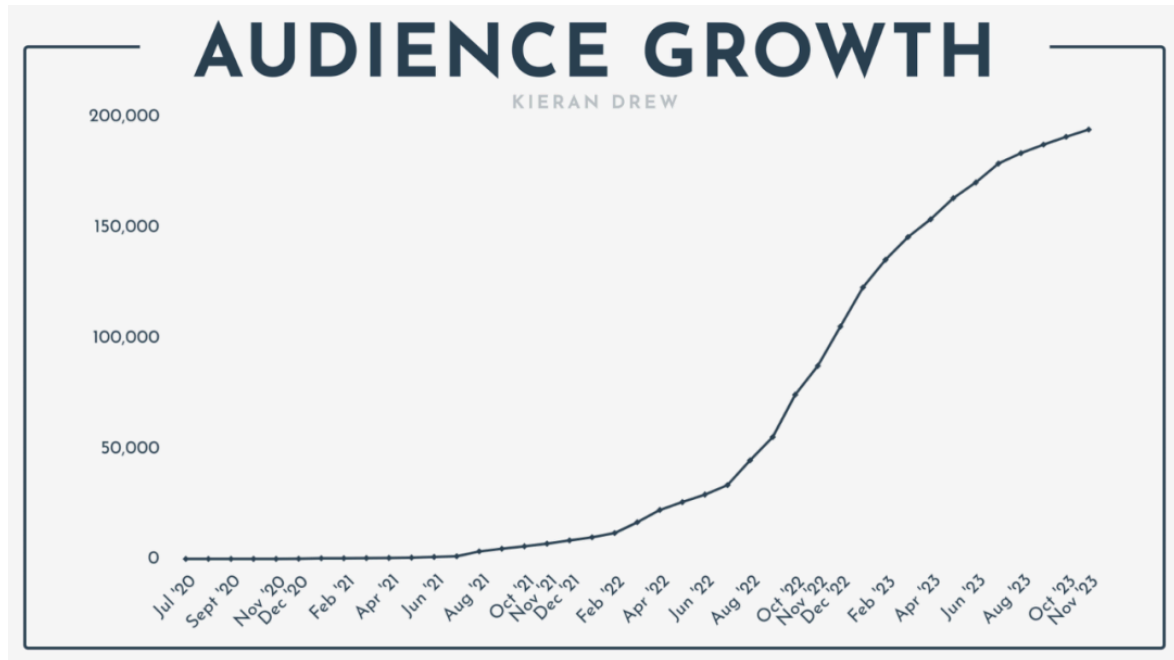


为什么要听我的经验？

我得承认——我不是专家。

事实上，三年前，我只是一个观念保守的牙医，认为文案写作是律师的事，Twitter 是体育用的，而“网络赚钱”是贩毒的代名词。

快进到今天，我很感激地说，我现在拥有超过20万人的观众，一个受欢迎的通讯，以及一个六位数的以内容为驱动的业务（除了大量的约克郡茶引起的咖啡因外，没有毒品）。



但我的旅程开始时很糟糕。我犯了所有的错误。我仍然没有完全弄清楚——远非如此——但我们即将进行的对话是我希望我在开始时听到的。

我们从决定如何与你的观众沟通开始。

在音频、视频和写作中，让我解释为什么与文字搏斗最值得你的时间（以及为什么一开始专注于多种媒介是一个错误）。

为什么选择写作？

互联网充斥着商品内容。你可能认为饱和是一个障碍，但对于作家来说，它是一个机会。

写作就是思考，高质量的思考者就像泥土中的钻石——难以找到但容易享受。

你现在可能不相信我，但你脑海中有最迷人的思想在旋转。写作是捕捉和拉紧它们网。你越探索你的思想，它们就越清晰和令人兴奋。

“写关于某件事，即使是你已经知道的事情，通常会显示出你并不像你想象的那样了解它。把想法变成文字是一种严峻的考验。你选择的第一个词通常是错误的；你必须一遍又一遍地重写句子才能完全正确。你的想法不仅仅是不精确的，而且是不完整的。最终出现在文章中的一半的想法是你在写作时想到的。事实上，这就是我写作的原因。”

——保罗·格雷厄姆

另外，写作是互联网的基础。

[音频](#)

[视频](#)

[电子邮件](#)


[商业](#)

[社交媒体](#)

[与同事的沟通](#)

没有一项技能能像写作一样有效地提高你的业务的每一个领域。

让我们深入了解第一步。

- 1  如何使用这篇文章
- 2 你将了解到在线作家旅程的三个阶段。
- 3 1. 探索
- 4 2. 实验
- 5 3. 企业家精神
- 6 整篇文章中都有有用的原则，无论你的水平如何。我建议先阅读文章，然后再回顾最有用的部分。

阶段1：探索

你的在线旅程的开始就像被丢在一个没有地图和线索的外国。大多数人希望从第一天开始就有一个庞大的观众群和盈利的业务，但实际上，第一步是找到你的立足点——先走路再跑步。

你有三个目标：

- 1) 决定在哪里写作
- 2) 决定写什么
- 3) 决定写给谁

让我们逐一解开。

在哪里写作

成功写作业务的经典路径是博客和SEO。这仍然有效，但在最近的一个播客中，作者马克·曼森说博客已经死了。

显然，你正在阅读这个，所以你知道这不是真的，但有一条更快的路径：

社交媒体。

注意力变得越来越有价值。如果你想开采石油，你得去流动的地方。把写作想象成一块磁铁。你在社交媒体上创建内容以吸引观众，然后，一旦你建立了联系，你就把他们带到你拥有的平台——比如你的通讯或博客。

你有几个平台可供选择：

[Quora](#)

[TikTok](#)

[Reddit](#)

[Medium](#)

[LinkedIn](#)

[Twitter \(X\)](#)

[Instagram/Threads](#)

最好的是你最喜欢的地方。所有社交媒体的结果都来自复合，而复合需要坚持。目标是在一个领域成为权威，然后利用这个声誉在其他地方成长。

但我会说这个。

学习写作的最佳地点是一个低摩擦、快速反馈的环境。发布越容易，你就越有精力投入。观众的回应越快，你就能越快地改进。

这使得X成为王者，LinkedIn紧随其后。视觉和视频远不那么重要，字符限制将教会你比任何课程都多的文案写作。



选择你的主题

如果你不小心，你会花费无尽的夜晚与你的专业领域搏斗。相信我：这和试图预测英国的天气一样毫无

意义。你的专业领域不是一个一次性的决定；它是一个不断演变的过程。你现在能做的最好的事情就是开始工作，看看会出现什么。

你可能已经拥有你乐于谈论的专业知识。这使得决定变得简单。分享你所知道的和你是谁。但如果你对你的职业生涯不感兴趣，互联网最好的一点就是你可以随时改变你的身份。

要做到这一点，你需要一个稍微不同的方法。

跟随你的好奇心

跟随你真正的智力好奇心比追随现在正在赚钱的东西更好的基础。

- Naval Ravikant

信誉当然可以让开始变得更容易。但长期在线成功的最好预测是好奇心。

为什么？

因为创造令人兴奋的东西的最好方法是写关于让你兴奋的东西——情感渗透到页面上。例如，如果我写一篇关于牙科的文章，阅读它就像拔牙一样痛苦（如果你能原谅这个双关语）。

另外，开始在线写作很糟糕。没人阅读，也没人在乎。如果你在人们关注之前就热爱这个话题，当他们关注时，你将是不可阻挡的。

一些值得考虑的问题：

你出于乐趣消费什么内容？

为什么人们来找你寻求建议？

你无法停止思考哪些主题？

你喜欢与朋友讨论哪些想法？

哪些技能对你来说像是玩但对其他人来说像是工作？

列出答案，然后使用你的好奇心作为过滤器：你最感兴趣的是什么？尝试将其缩小到1-3个主题。如果这很困难，不要担心；你不是和主题结婚。我们只需要一个起点。其余的在战场上发生。

我会解释如何接近内容，但首先，让我们谈谈你的读者。

你的第一个真正的粉丝

我希望有人早点告诉我：如果你试图写给每个人，你就没有写给任何人。当然，你可以通过通用内容通过技巧获得大量观众，但并非所有注意力都是平等的。

目标是创造粉丝，秘诀是具体性。

你需要专注于你能帮助的最小的人群。凯文·凯利称这个群体为1,000个真正的粉丝。塞斯·戈丁称它为最小可行受众。

为了简单起见，我们称之为我们的部落。

你一次建立一个部落的粉丝，你通过有用和独特来创造一个粉丝。这意味着提供可行的建议，分享故事并拥有一个有趣的观点——磁性写作的三大支柱。



很难衡量你是否在创造粉丝。一个好的迹象表明你走对了路是你的观众说：

“是的，这就是我的感觉！”


“终于，有人说了！”

“哇，这很有用！”

但最重要的是：

“我觉得这个人理解我。”

为了创造这些情感，写给一个人——你真正的粉丝。让它成为你的使命，帮助他们赢并忽略其他人。展示你关心他们的成功，他们会关心你的。

- 1  简单化：服务你的影子
- 2 最了解读者的作家赢了。而你了解最多的人？你自己。
- 3 分享你希望在你开始时就存在的想法。把你今天学到的一切都变成明天的内容。
- 4 这使你的观众成为你自己的延伸——一个伟大的位置。

进入第二阶段的过程

不幸的是，我不能保证任何捷径。但我可以建议一些想法，使旅程更快（和更愉快）。我们将在每个阶段结束时讨论我发现有用的三个策略。

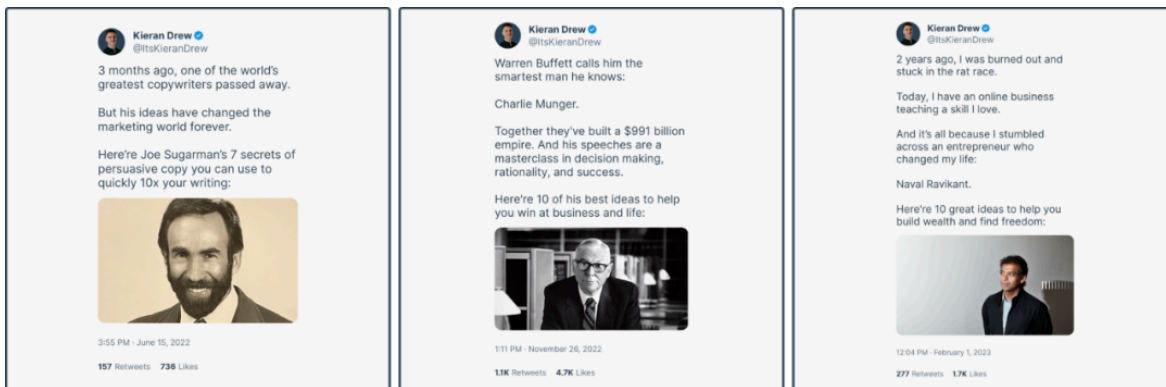
1) 成为记者 (Be a Reporter)

在线写作是销售想法的艺术，人们对此持怀疑态度。他们只有在相信你能帮助他们时才会购买。如果你对内容不熟悉，最快的方式是将自己定位为记者 (Reporter)。

译者备注：“Reporter”指的是记者，是从事新闻报道和信息收集工作的人。记者通常负责采访、写作和编辑新闻，以便向公众传达信息。

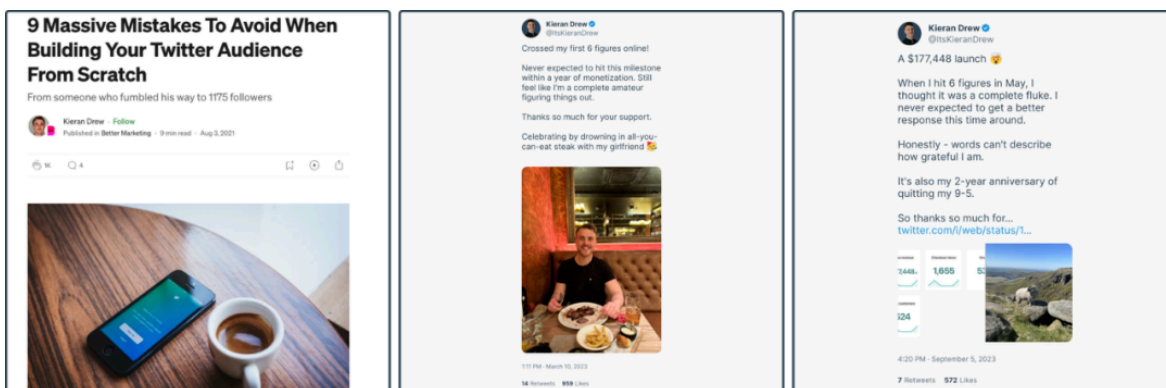
让我解释一下它的工作原理。

首先，你报告你正在学习的内容（使用其他人的声誉来建立你自己的——通过关联权威技术）。



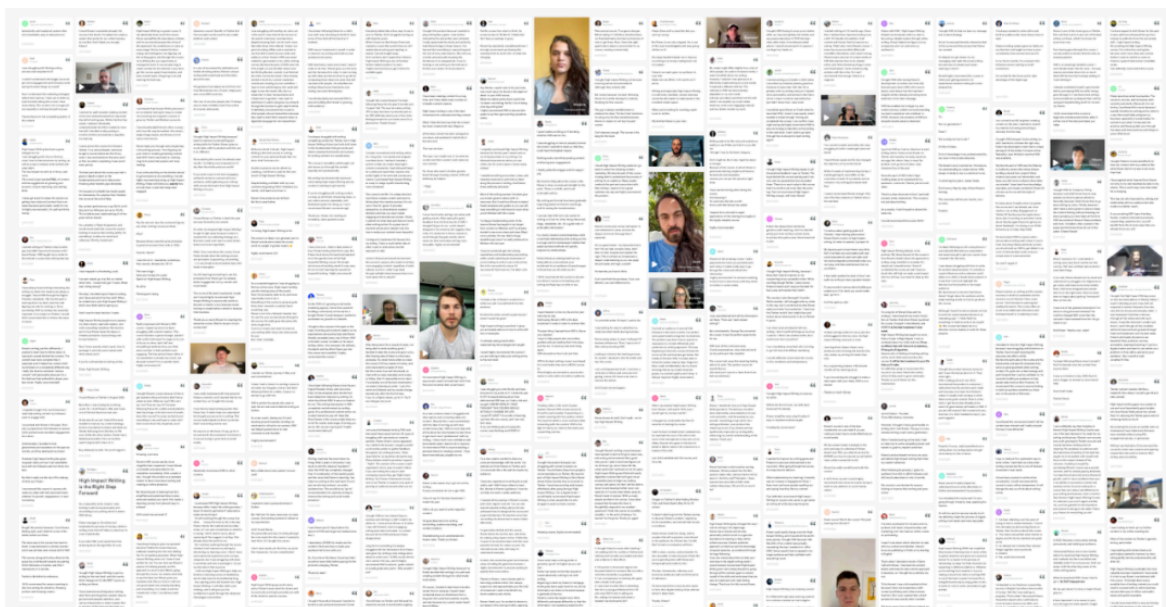
通过关联权威——使用其他人的声誉来建立你自己的

然后，你通过公开分享你的成绩来建立自己。这种方法有雪球效应。很少有人会关心你早期的胜利。但你取得的进步越多，关注你的人就越多。他们越关注，你取得的进步就越大。



公开建设

但没有什么能像报道你的客户结果一样加速你的业务。社会证明非常强大。如果你想成为你专业领域的一个值得信赖的声音，展示你是如何为其做出贡献的（我们在下一阶段讨论如何找到客户）。



来自高影响力写作的推荐信

2) 从宽泛开始，然后深入挖掘

作为一个早期创作者的一个优势是你的能力可以快速转变。如果我明天早上写关于萨尔萨舞的内容，我会很难，但你可以快速测试主题，如果你有一个小观众。你是一艘小船，小船很容易操纵。

这种灵活性为探索提供了完美的机遇。

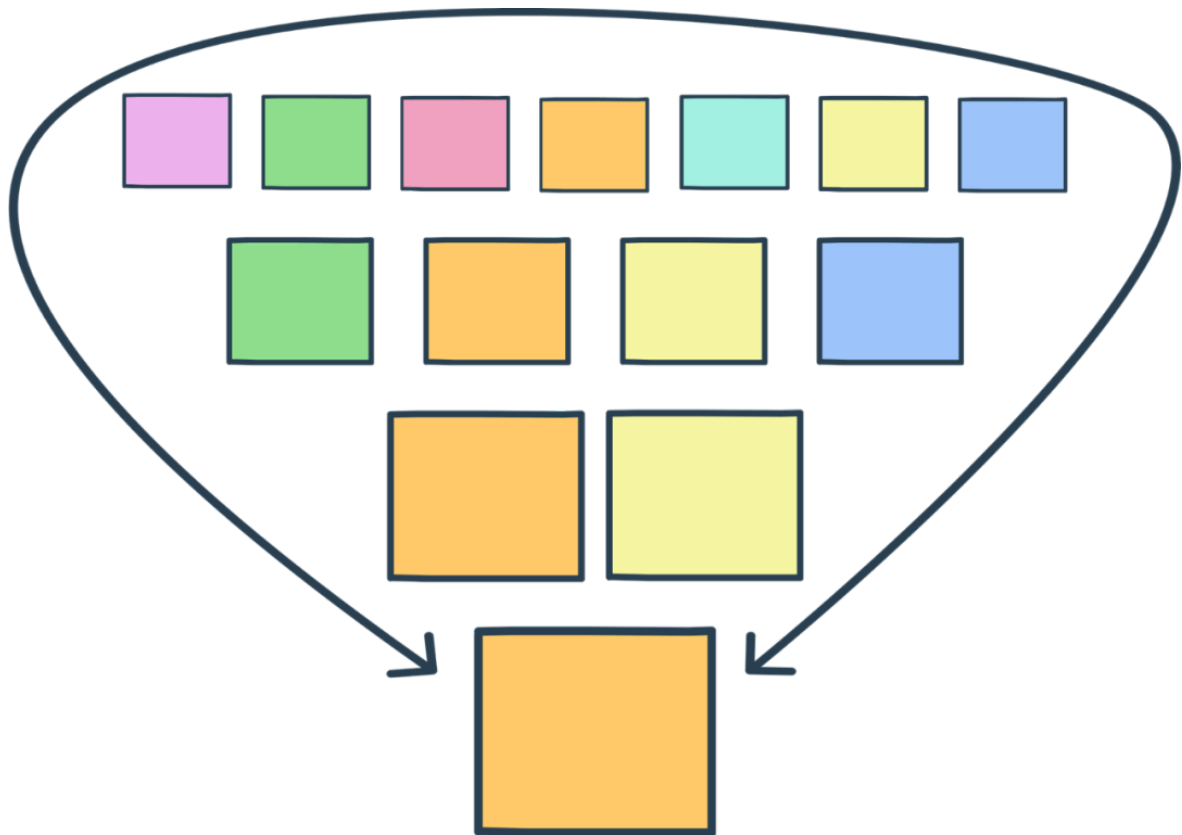
测试并关注数据。问：

a.我的观众喜欢什么？

b.我喜欢什么？

第二个问题最重要。首先，你可能还没有观众。但即使你有，也很容易落入数据的黑暗面——迎合人群，你很快就会加入其中。

当你找到一个你喜欢的主题时，比任何人都要深入。人们关注痴迷。



从宽泛开始，深入挖掘

3) 玩你能赢的游戏

互联网是一个起伏不定的过山车，但不幸的是，在开始时——它大多是低谷。

你的成功取决于你如何度过塞斯·戈丁所说的“低谷”——早期缺乏结果。关键是专注于你可以控制的指标

例如，ConvertKit 的创始人 Nathan Barry 在他的办公室墙上有三个原则：

a.公开工作

b.教你所知道的一切

c.每天创造



老实说，偶尔我会不再享受自己。毫无疑问，这是因为我不小心追求了外部指标（在数字多巴胺中很容易做到）。

通常，我每天问自己三个问题：

- a. 我是否提高了我的手艺？
- b. 我是否学到了新东西？
- c. 我是否分享了一个想法来帮助一个人赢？

相信我。策略变化很快，但玩得开心和做一个好人是一个将工作几十年的策略。

阶段 2：实验

现在人们开始关注，下一步是让他们付钱给你。

钱不是价值的完美衡量——但它是一个好衡量。如果你不能让你的观众掏出他们的钱包，那就有问题了（我们将在接下来的两个阶段中更多地讨论这个问题）。

所以让我们谈谈如何将你的想法变成收入。

改变范围

早期创业不是关于赚很多现金。它是关于建立动力。

如果你通过赢和输的镜头看每一个颠簸，你将会有一个艰难的旅程，特别是当你失败的时候。相反，建立你的业务的最好方式是将一切都视为实验。这样，你永远不会失败；你为下一步收集数据。

Creator Science 的创始人 Jay Clouse 称这种方法为实验性。

“今天的顶级创作者不仅仅是艺术家。他们是科学家……而不是依赖最佳实践、陈旧的策略或模板，实验性推动你运行小型、可控的实验，以找到数据中的真相。”

目标是创造一些有价值的东西，看看市场的反应。大多数人花费数月甚至数年的时间试图打造完美的报价。但你不是在纸上建造它，你是和人们一起建造它。

你必须把自己放在那里，找到你的东西。

考虑我的旅程。

三年前，如果你说我会有一份通讯数字产品业务，我会把你赶出房间。我甚至不知道它们存在。我是在尝试了 1 对 1 辅导、团体辅导、代笔、联盟、广告等等之后才偶然发现的。

就像保罗·格雷厄姆说的，“弄清楚你要做什么工作的方法就是去工作。”

我会在一会儿解释如何运行你的第一个实验。但首先，让我们深入探讨你的选择。

8 种流行的写作货币化路径

有无数种方法可以将你的写作货币化。最受欢迎的包括：

为你完成服务

示例：Joshua Lisec



Joshua Lisec, Ghostwriter

@JoshuaLisec Follows you

I show you The Best Way To Say It™. Taught persuasion to 5,306 marketers & founders. Wall Street Journal bestselling ghostwriter. 90 books written. Hypnotist.

Entrepreneur Ohio Nationalism lisecghostwriting.com
Born September 10 Joined January 2013

536 Following 31.6K Followers

像代笔这样的为你完成服务由于初始成本低和潜在收入高而很棒。你可以像 Joshua 一样设置一个报价，并使用内容来吸引商业机会。或者你可以使用你的在线存在作为杠杆，在一个公司找到一份工作（如果你可以写作，你总是会有需求）。

DFY 服务的不利之处在于可扩展性——你是赚钱的人，你只有两只手。

长期来看，你可能会组建一个代理机构，将你的知识产品化，或者成为最好的并相应收费。

一对一辅导

示例：Dr Julie Gurner 的 Elite Performance Coaching



有些人是做者。其他人是老师（你可以两者都是）。这取决于了解你的优势。我有朋友因为认为它会赚更多钱而转向教学，但他们讨厌它并且赚得更少。

归根结底，要建立的最佳业务是你最喜欢工作的业务。我，喜欢教学。我很早就进入了辅导（我在这个阶段的末尾解释了我是如何启动我的业务的）。

一对一辅导的好处和坏处与 DFY 服务相同。高潜力，但你一停止工作，你就开始失去。

团体辅导

示例：JK Molina 的 Tweets 和 Clients

Do you want more clients?

Getting clients from Twitter is a slow process. We make it fast. Here's how:

Watch Video

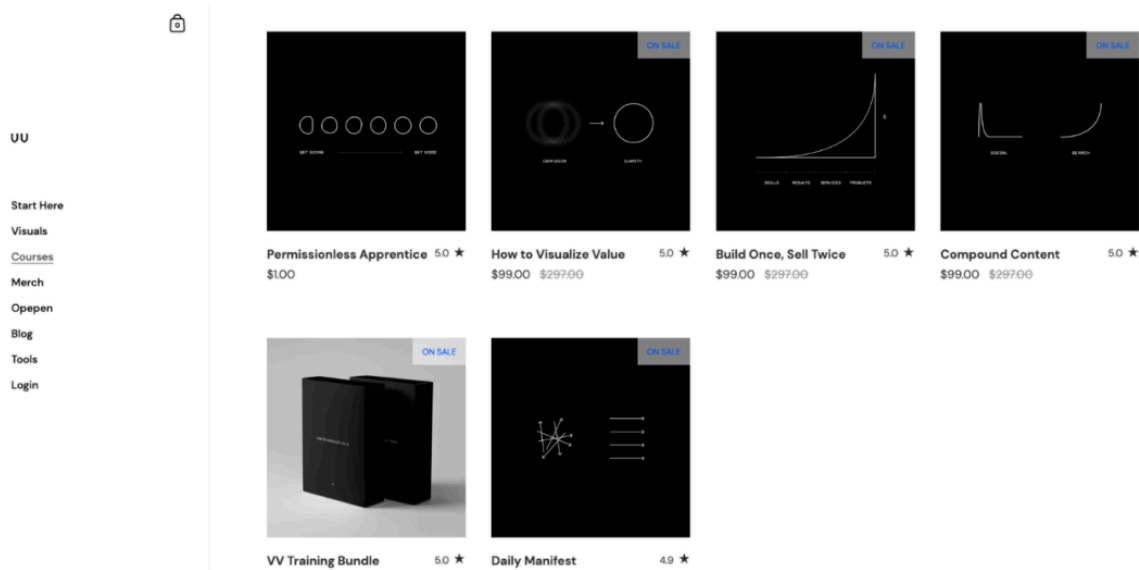
发现宝藏文章：《内驱创作货币化》最实用手册。每个人都可以做自己热爱的事并实现百万年收入（且自动化、且持续增长）与 DFY 和一对一报价相比，团体辅导更具“杠杆作用”。

杠杆作用是一种工具，可以帮助你相同的输入下实现更多。例如，作为一名牙医，我一周工作 50 小时来治疗 50 名患者。但作为一名作家，我一天花 5 小时就能接触到 200,000 人。键盘比钻头更有杠杆作用。

团体辅导责任更大，但潜在回报也更大。

数字产品

示例：Jack Butcher 与 Build Once Sell Twice、Visualise Value 和 Compound Content



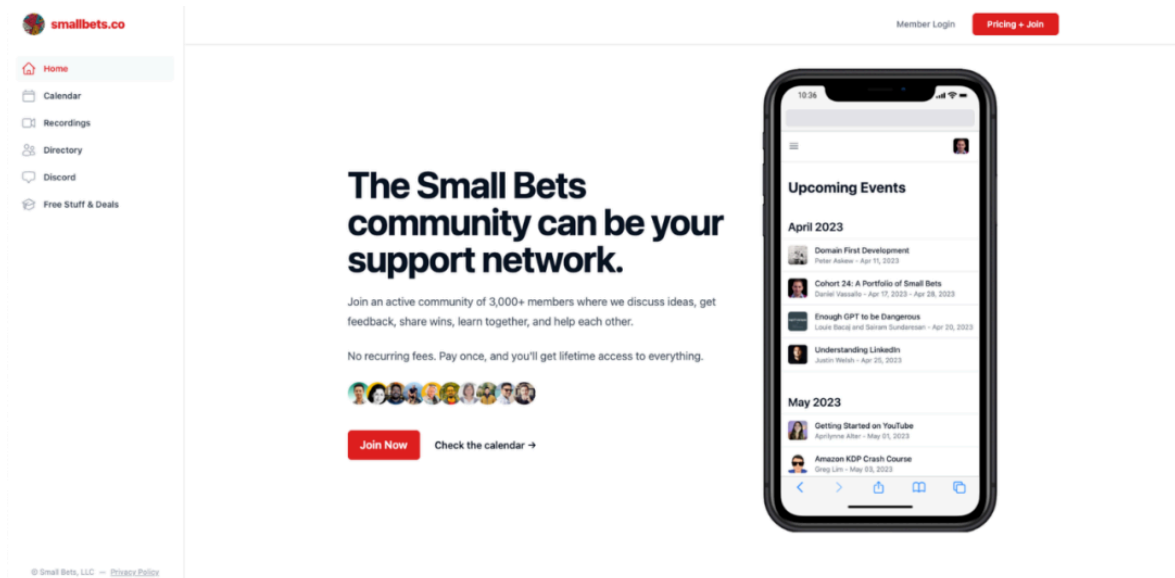
数字产品是高杠杆资产——你一次构建它们，并且可以多次出售。

优势在于，你的更多观众可以访问你最好的想法。这使得产品对于收入和关系建设来说很棒。但产品并不是大多数人想象的简单梦想。它们不是被动收入。在我卖出 2,000 多份之后，我注意到三个缺点。

- 1) **完成率**低。这意味着你必须认真对待产品构建。没有膨胀概念或未经测试的系统的余地。如果有人在他们投资时感到失望，你就失去了一个粉丝——以及潜在的数千美元的终身价值 (LTV)。
- 2) **产品寿命**。你可能需要经常更新你的想法——尤其是如果产品不是常青技能。这与辅导相比，问题要小得多，你可以随着每个客户进行调整。
- 3) **很难卖**。你需要一个强大的粉丝基础和磁性写作来建立一个产品业务。

社区/社群 (Community)

示例：Daniel Vassallo 的 Small Bets 社区



我们最大的需求之一就是归属感。围绕一个共同目标团结人们可以是一个非常有利可图的长期商业模式。

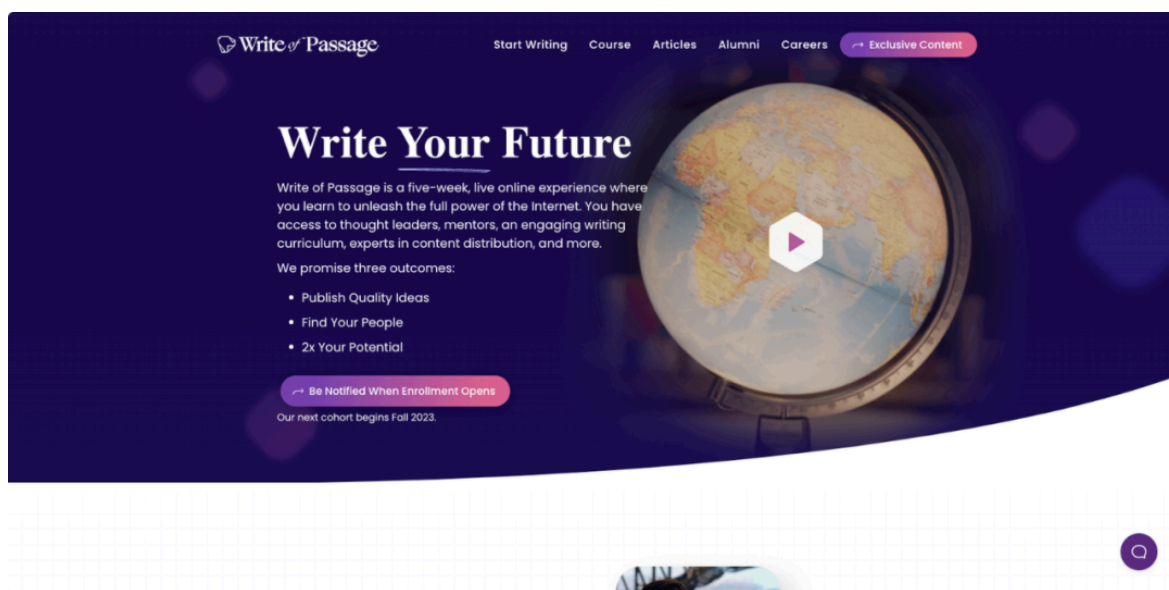
但有一句警告。

不要被每月重复收入（MRR）的吸引力蒙蔽。要与社区建立动力，前期的时间和能量投资是巨大的。然后，你必须与流失作斗争。大多数创作者最好专注于更容易的收入生成器，并在他们有能力正确做到这一点时建立社区。

基于队列的课程（Cohort-based-courses）

译者注：Cohort-based courses（群体学习课程）是一种教育模式，其中一组学习者共同参与课程，按照既定的时间表一起学习。这样的课程通常有明确的开始和结束日期，以及固定的上课时间、作业和评估安排。群体学习模式促进了学习者之间的合作与互动，因为他们在整个课程过程中可以与同学和教师进行交流。这种方法通常在在线学习、训练营和一些传统教育机构中使用，能够帮助学习者建立联系和社区。

示例：David Perell 的 Write of Passage



如果课程和社区生了个孩子，它将是一个队列。

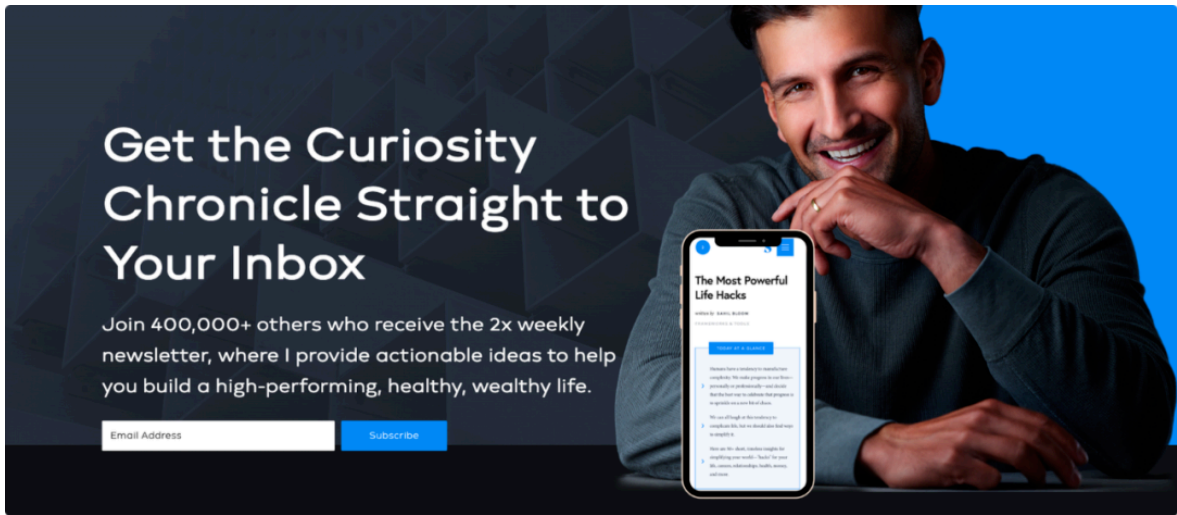
你得到了两者的好处，但与社区不同，你不必一直运行它。与产品不同，购买它有内置的紧迫性。

做得好，一个队列是一个强大的飞轮。你可以改进每一轮，收集社会证明，并提高你的价格。

但同样，前期的时间和能量投资很高。除非你知道你会多次运行它，否则不要开始一个队列。真正的利润是在后续轮次中。

媒体/通讯业务

示例：Sahil Bloom 的 Curiosity Chronicle



在这里，通讯是一种服务——通常通过广告和联盟（或像 Substack 那样为通讯本身收费）来货币化。如果你喜欢写作但不喜欢构建，媒体商业模式很好。然而，要很好地货币化，你需要要么：

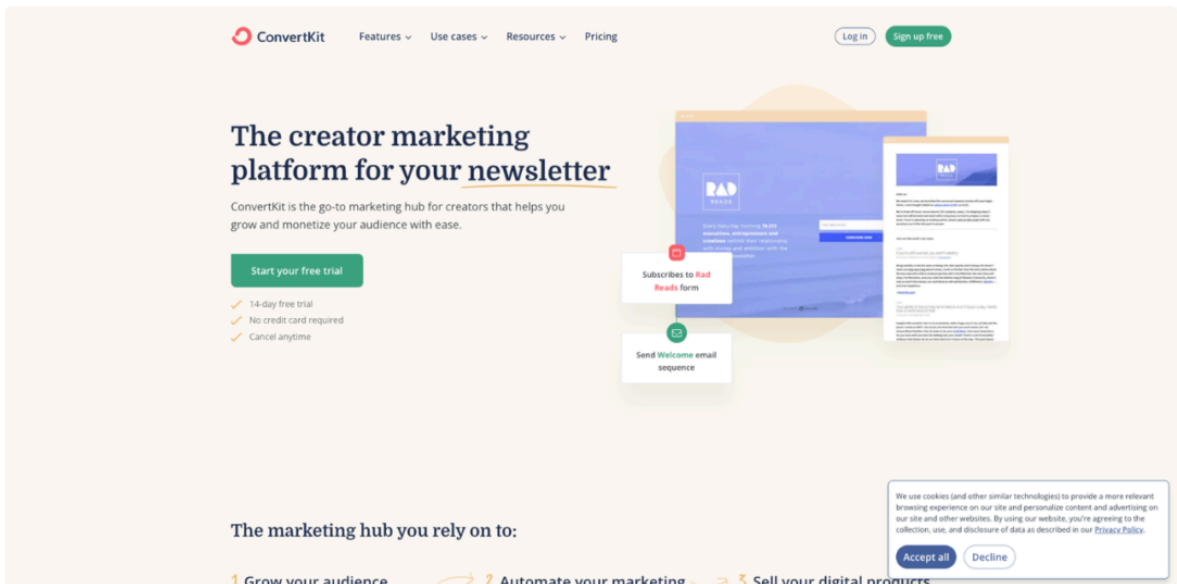
- a. 规模
- b. 数量
- c. 特定性（针对高价值受众）

理想情况下，三者的结合。

例如，你不会通过为 500 名牙科学生一周写一次通讯来致富。但如果你为 5,000 名牙科实践所有者写一个每周 3 次的通讯，你可能会吸引那些销售 20,000 美元以上设备的公司或营销服务的注意。

软件即服务

示例：Nathan Barry 的 ConvertKit



软件是最具杠杆作用的选择。这就是为什么科技主导市场——机器人不会疲倦。

软件需要特定知识来构建。很可能，你的能力范围是内容。但要留意潜在的合作机会。许多伟大的企业都是由开发人员和作家之间的合作伙伴关系出现的。


长期来看，你可以选择结合商业模式——我们将在第三阶段讨论混合方法。但对于早期执行，重点是一切。如果你尝试做所有事情，没有什么会奏效。

让我们讨论你的第一个实验。

你可能会被诱惑深入高杠杆报价，但我建议你先与人合作。

为什么？两个原因。

- a.如果你不能让一个人付钱给你，你就不会得到数千人
- b.你不想传播未经测试的想法（这是什么表达？你不能产品化一个粪堆？）

- 1  规则的例外
- 2 业务是关于解决问题的。如果你发现市场上有一个缺口，探索它。
- 3 例如，如果你对 Tiddlywinks 充满热情，
- 4 而没有人像你一样写作，那就投入其中。
- 5
- 6 Tiddlywinks Tuesdays 可能是世界等待的通讯。

你的第一个实验应该是：

- a.提供 DFY 服务
- b.辅导或咨询

译者注：DFY 是 "Done For You" 的缩写，中文解释为“为您完成”。它通常指的是一种服务，供应商会为客户完成特定的任务或项目，让客户无需自己动手。这样的服务常见于营销、网站开发、内容创作等领域。

要教学，你不必是专家。大多数人正在寻找向导，而不是大师。但你确实需要经验来实现其他人想要的结果。出于这个原因，你可能会从 DFY 服务开始。

第一步是缩小你的焦点。

通过专业化区分

人们在销售时犯的错误是他们试图为每个人做一切。最好的情况是，你是一个竞争激烈的市场的商品。最坏的情况，更有可能，你什么也不卖。

像这样考虑：你还有 6 个月就要结婚了，你带了一些额外的体重。你未婚妻开始评论你的圆润，所以你想要一个健身教练。

你付钱给谁：

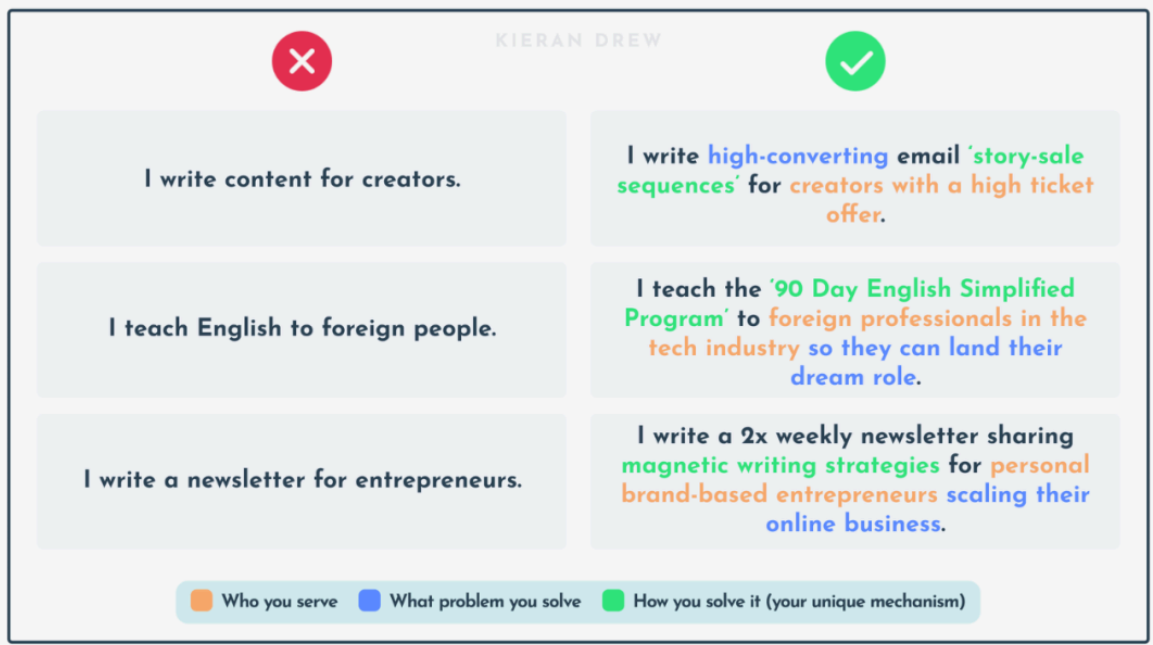
- 教练 A。他帮助男性和女性变得健康，建立肌肉，减肥
- 教练 B。他与超重男性合作，通过他 90 天的“bellyblaster”计划燃烧 15 磅脂肪

特定性创造权威。它让人们认为，“嘿，这个对我来说！”——这将使销售变得更容易。

你可以通过三种方式缩小范围：

- 你服务的人
- 你解决的问题
- 你如何解决它（你独特的机制）

一些例子：



欲望也是一个要解决的问题

一旦你决定了你的报价，是时候把它放在人们面前了。

如果你有一个参与的观众，联系他们，并将其框架化为一个与你密切合作的令人兴奋的机会，以折扣价。

如果你没有观众，询问你的网络或进行冷接触。关键是让你的报价出现在能够负担得起的人面前。关于获取客户，我建议你查看 Alex Hormozi 关于报价和潜在客户的书。

当有人付钱给你时会发生什么？

我经营业务的黄金法则是在每一个机会中超额交付。你可能没有你竞争对手的专业知识，但你可以总是比他们更努力。

例如，我曾经卖过一个 60 分钟的“清晰通话”。在纸上，没有什么可以改进的。

但是对于每个客户，我：

收集问卷并准备笔记

前一天发消息让他们知道我很兴奋见到他们

为每个电话都有一个分步系统

总是多跑 30 分钟，以提供“意外的价值”

写一个总结报告和行动计划

提供免费帮助处理一件事——例如，如果他们要写一个线程（指 Twitter Thread），我会重写钩子

稍后跟进检查

当我启动我的团体辅导时，所有的名额都被抢购一空——大多数是那些付过电话费的人。永远不要低估多走一英里会带你走多远。

如果你找不到客户怎么办？

放弃吧。只是开玩笑。记住，这是一个实验，现在你有数据了。你的业务中有一个瓶颈需要修复。它可能是：

你的拓展方法

你的声誉

你的角色

你的报价

改进阻碍你的事情，然后再次尝试（如果你不确定，可以寻求第二意见）。通常，这只是缺乏数量的问题。如果爱迪生在制造灯泡的第100次尝试时放弃了，世界将会是一个更黑暗的地方。

进入第三阶段的过程

1) 目标是最小的可行动力

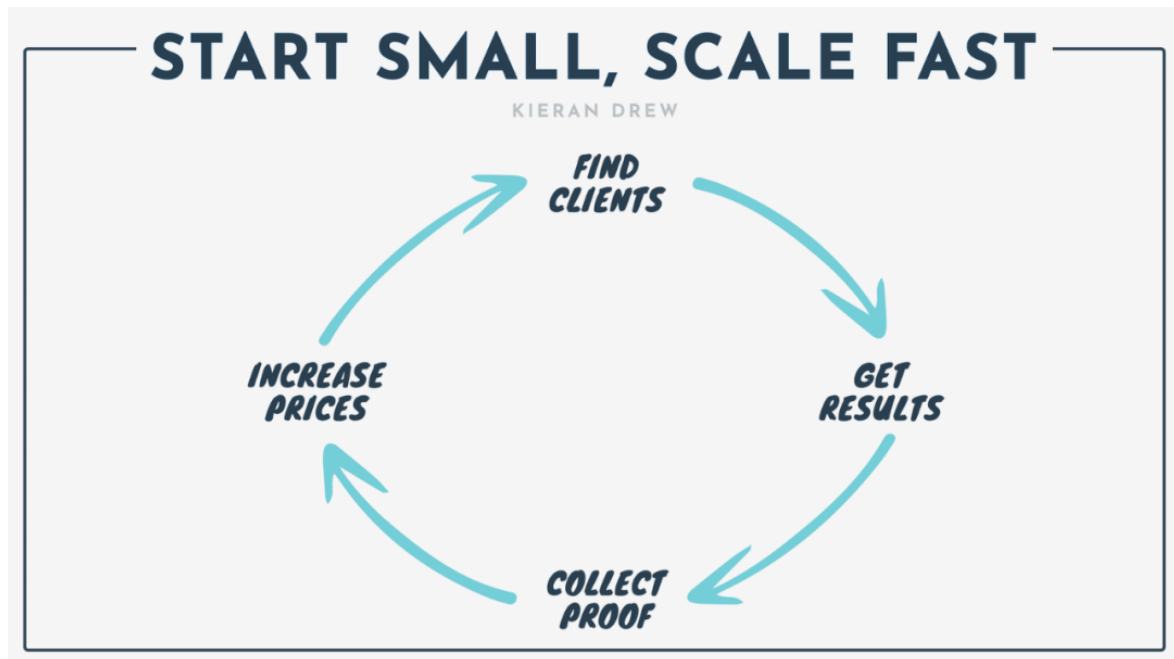
我最近看到一位受欢迎的创作者发了一条推文，说：“永远不要免费工作。按你的价值收费。”我认为这是很糟糕的建议。为什么？因为瓶颈通常是自信——当你认为你一文不值时，你不能按你的价值收费。

如果你能找到一个付费客户，太好了。

但如果你没有，从免费开始。

例如，我开始通过帮助朋友改进他们的钩子。我用他们的结果作为证据。我的第一个“高价”客户是500美元……用于10次一小时的电话加上写作评论！

我确保他做得很好，然后用他的结果作为证据。



一次成功建立你的信心。

2) 以冲刺的方式工作

“像狮子一样工作。不是像牛一样。”

- Naval Ravikant

以冲刺的方式工作是作为企业家保持专注（和理智）的最好方式之一。

它的工作原理如下。

每90天设定一个目标。这足够长，可以验证一个想法，但不会太长，以至于你浪费时间。例如，你的第一次冲刺可能是写30篇长形式的社交媒体帖子（作为一个记者）。下一次可以是找到一个客户。接下来的可能是启动你的通讯。

在每个冲刺的末尾，问：

我得到我想要的结果了吗？

如果没有，我可以做些什么不同的事情？我想再试一次吗？

如果是，我应该在哪儿加倍下注？下一个最聪明的步骤是什么？

3) 也尝试想法

我们只谈到了货币化。但你的收入与你的创意质量密切相关。它们越有用、越独特，人们就越关注。

使用社交媒体的快速反馈循环来测试：

故事

系统

蓝图

框架

造词

收集有效的东西并经常重复它们。这些想法形成了你的洞察力库。

阶段 3：企业家精神

太好了。你正在赚取那些甜蜜的数字美元。从这里开始都是上坡，对吧？

没那么快。

有许多企业家成为“虚假开始”的牺牲品——他们的业务像天空中的烟花一样熄灭。然后你有企业家，他们的收入天花板或者不小心将40小时的工作周换成了60。

通常，成功者和停滞不前者之间的区别不是工作道德，而是在错误的事情上工作。进入六位数及以上是关于良好的判断力、伟大的系统和出色的执行。

写作业务的3个组成部分

对于下一步，我想让你把你的业务想象成一个系统。

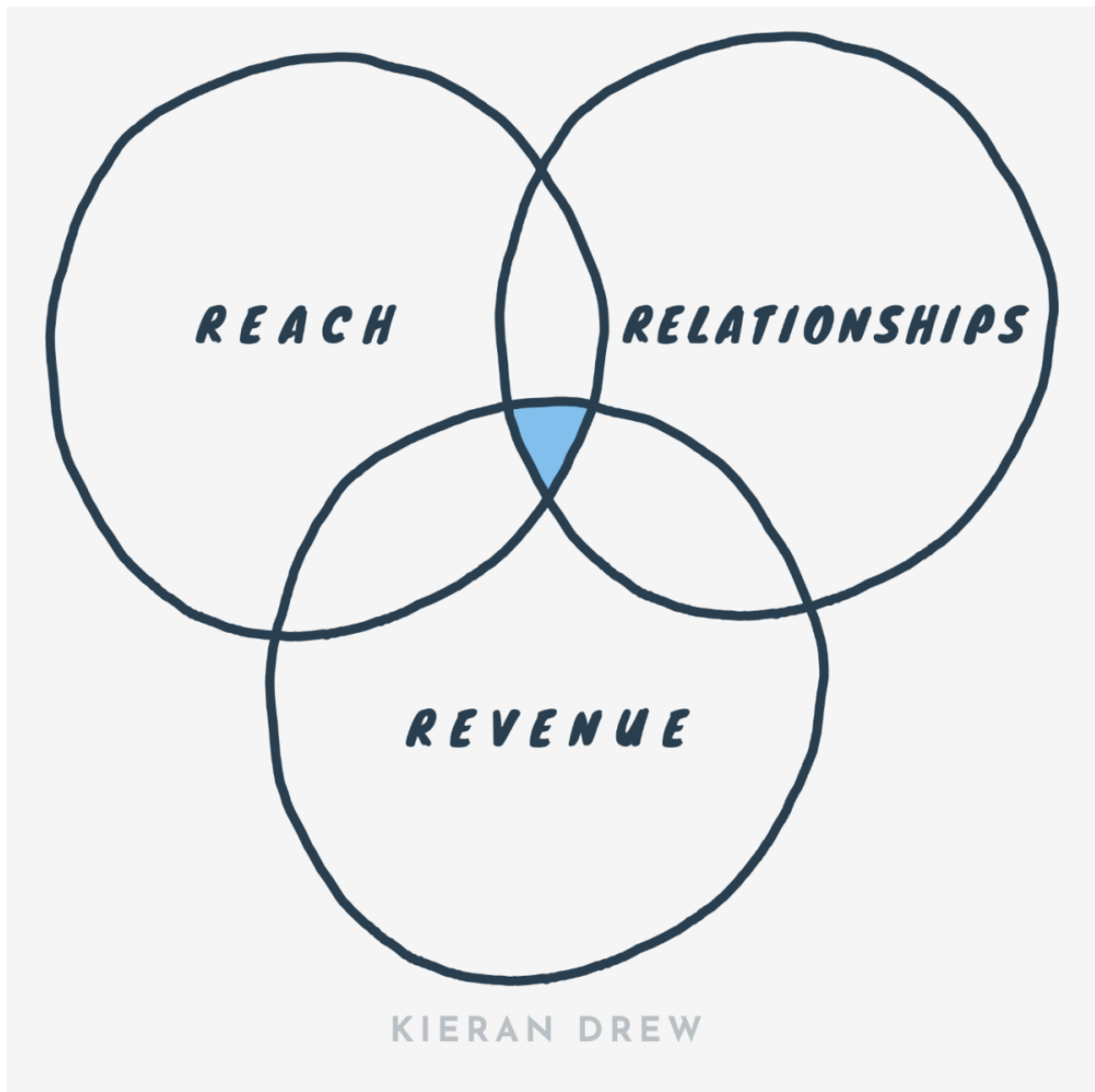
系统的目标是将影响力（你给予的东西）转化为收入（你得到的东西）。

每个系统都有像机器中的齿轮一样点击在一起的移动部件。这些是大杠杆，对于写作业务来说，只有三个重要的：

a.覆盖范围：你产生流量的能力

b.关系：你赢得信任的能力

c.收入：你赚钱的能力



当这些齿轮运转良好时，你的业务就会增长——有时速度惊人。但当其中一个运行不佳时，系统的其余部分就会受到影响。这就像有一个瘪胎——你可能可以移动，但不会远，当然也不会快。

- 1 好与必要
- 2 查理·芒格曾经说过，避免愚蠢比实现卓越更容易。
- 3 我和许多人一样犯过的一个错误是试图建立最花哨的业务——
- 4 增加了复杂性而不是选择简单性。
- 5
- 6 你向业务添加的杠杆越多，出错的风险就越大。
- 7
- 8 关键是理解“好”和“必要”之间的区别。必要的是你建立所需要的。
- 9 好的是你可能会用来扩展的东西。
- 10 专注于基础知识并忽略闪亮的物体现在90%的工作。
- 11
- 12 让我们定义这些基础知识。

1) 覆盖范围

你的系统需要一个输入——一个稳定的流量供应。

这可能是有机的（观众）与无机的（付费获取）。

付费获取的好处是速度快，但观众的好处是信任。这就是我们从内容开始本文的原因。跟随需要时间，但它是你业务中最强大的部分。

注意：你不需要多个社交媒体频道来建立你的业务。FOMO会毁了你，如果你让它的话。致力于一个平台，直到你有一个工作的报价。任何其他事情都是伪装成机会的分心。

2) 关系

关系是写作业务中最有利可图但最被忽视的部分。为什么？因为它更容易追求我们能看到的東西。与追随者不同，粉丝不能被炫耀。与美元不同，信任不能被计算。

“我们知道世界不需要另一个平庸的商品化的小部件，用于注意力不足的大众市场。相反，我们在关系业务中，在人与人之间的服务和对少数人重要的业务中。”

- Shawn Twig & Andre Chaperon, The Modern Marketing System

对于关系，你需要一种建立亲密关系和联系的方法。作为一名作家，这是你的通讯。你可能会为播客辩护，但有三种原因电子邮件应该是你的首要任务：

译者注：国内可用微信等私域方式替代电子邮件

你拥有你的电子邮件列表

电子邮件营销非常适合收入

你可以使用你的通讯来推广其他项目（比如你的播客）

要增加你的名单，每天在你的社交媒体内容下插入你的通讯。如果你不推销自己，没有人会。我的名单现在是一个7位数的资产，我免费增长了95%。

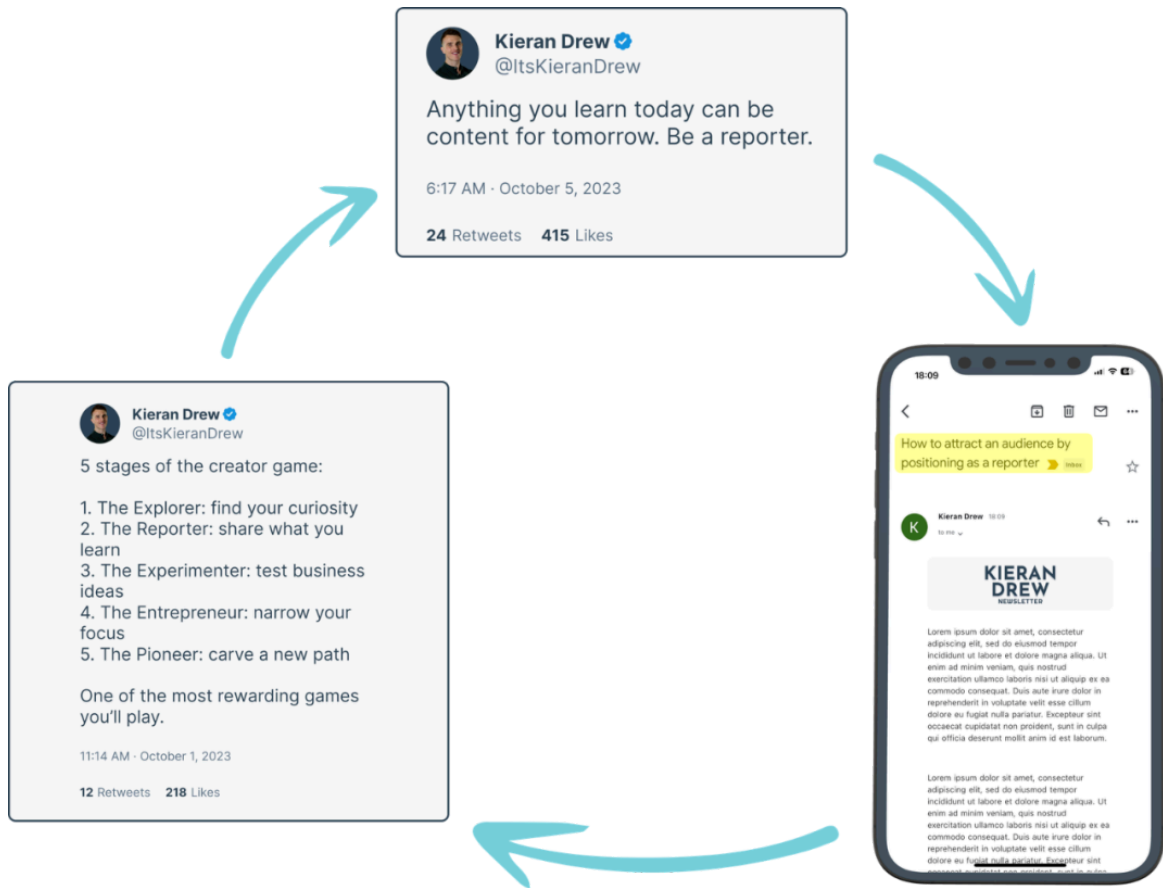


我敢打赌你能猜到哪个月我清理了我的名单

至少每周向你的名单发送一次通讯。

写多少和写什么由你决定。我建议你大部分时间花在社交媒体上以获得动力并收集数据，然后逐渐优先考虑你的通讯，将追随者转化为粉丝。

“想法到洞察力”的飞轮很有用。使用快速反馈循环在社交媒体上测试想法，然后将最好的扩展到电子邮件中。然后你可以将电子邮件变成更多的社交媒体内容。



除了通讯之外，考虑至少建立一个权威资产（像这篇文章一样）以加速关系。

译者注：此处为关键点。你必须要有不可替代的深度内容作为权威资产。

3) 收入

我看到许多创作者构建报价，然后很快继续下一个，但这就像跑马拉松并在最后几英里停下来。

拥有一个成功的报价比拥有5个平均报价要好。你想要：

- 产品市场契合度
- 出色的客户结果用于社会证明和口碑营销（以及一个传播它的系统）
- 一个平稳的交付系统（自动化，也许还有一个团队用于客户支持）
- 一个运转良好的销售系统（一个优秀的销售页面，电子邮件序列，订单提升，升级销售和/或降级销售）

90%可以自动化、委派和系统化。通过放慢速度并正确做事，你可以长期走得更远。

执行

让我们重新联系。(Let's touch base.)

你作为早期企业家的使命是：

- 成为一个平台的权威
- 开始一个通讯
- 扩展一个报价

这里就是路径分叉的地方。

不幸的是，业务不是一劳永逸的处方。你必须了解你当前的位置，并根据需要修复的内容分配能量。例如，如果你有一个报价但没有观众，加倍投入内容。但是如果你有一个大观众和一个糟糕的报价，写更多的长形式内容并不是一个明智的决定。



警告：我们经常默认为我们的优势而不是专注于我们的弱点。做更多我们擅长的事情比面对我们不擅长的事情更容易。这个盲点是个问题。

我旅程中的一个例子：

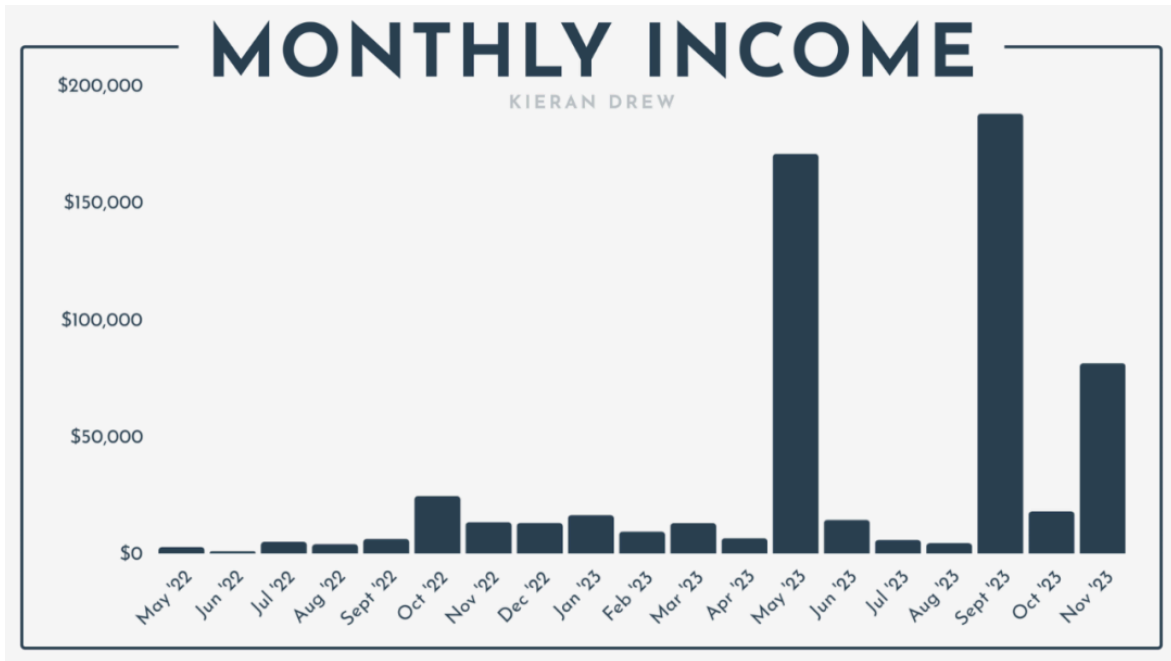
在2023年初，我达到了每月10,000美元，但难以进一步扩展。当我看着我的时间和精力分配时，很明显我在乎写作。其他什么都不重要，除了变得更好。

我没有意识到的是，根据外部标准，我已经在那里了。

回想一下我们的系统。我在大力投资从B级到A级的覆盖范围和关系，当我的收入齿轮处于D级时。我有一个平均的产品，没有销售系统。

所以我写得更少，学得更多。

5月，我有了第一个六位数的月份。9月，我有了我的第二个。11月，我赚了80,000美元，并推出了一个每月重复的报价。这是一个紧张的六个月，但通过修复缺乏的东西，我取得了多年的进步。



让我们谈谈当系统变得令人兴奋的时候（我不太出门）。

在火上浇汽油

一个运转良好的系统的的好处是，一旦建立，结果从线性变为指数。这不是 $1+1+1=3$ 的案例。这更像是 $1+1+1=X^3$ ——X是你的收入。

在这个阶段，你可以添加更多的“好有”，因为每一个输入都会导致更大的输出。

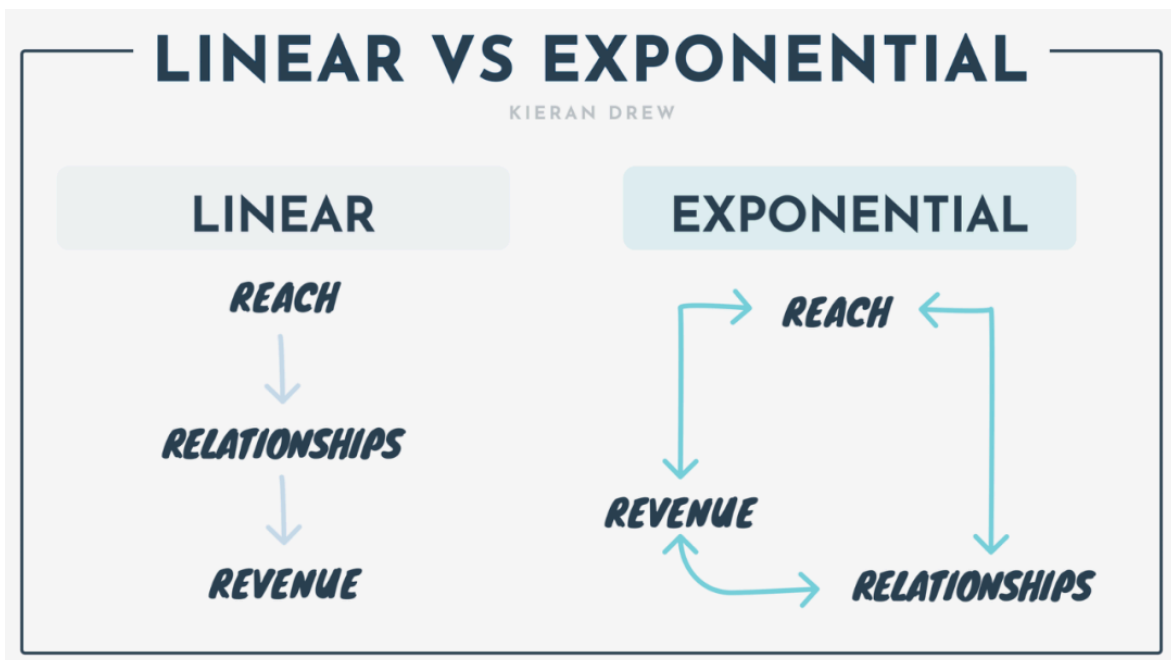
想象一下：

你有一个观众，通讯和报价。你决定添加另一个社交媒体频道。但现在你有一个声誉加上一个内容库要重新利用。

第二个频道增长得更快，时间更少。

因此，你获得了更多的流量，导致更多的电子邮件注册。你的通讯创造了更多的信任，导致更多的买家。更多的买家意味着更多的粉丝。更多的粉丝意味着更多的社交媒体内容倡导者，导致更多的流量。

你拉动了一个杠杆，但每个齿轮都转得更快，创造了一个指数结果。



你实际上创造了一个能量倍增器——一个单位的投资导致一百个生成。在这一点上，人们想知道你是如何做到的。

现在是发挥你的优势的时候了。

例如，我喜欢写作——所以我加倍投入内容，知道写得越好，业务就越好。但如果你擅长报价，你可能会建立你的后端（下面解释）。

无论如何，你将会有很多乐趣，这时你变得不可阻挡。

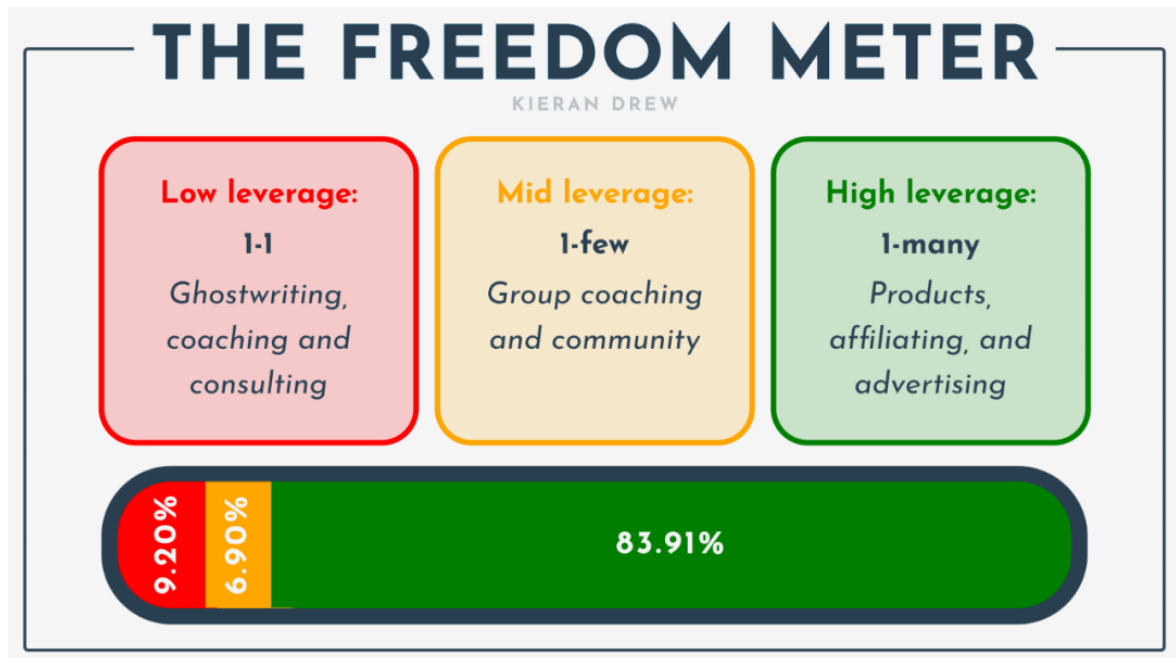
混合写作业务模型

上面的计划已经是六到七位数的业务模型。但我想通过展示如何设置一个系统，让你写得越多，赚得越多来结束这个阶段。

混合写作业务模型针对一个目标进行了优化：高杠杆收入。这是我热情的目标。做得好，你将把你的时间从金钱中解脱出来，用你的头脑赚钱。

2023年11月的自由计量器——在1月，高杠杆收入仅为43%。你可以在这里阅读我的业务报告。

让我们讨论实现它的一种方式。



覆盖范围

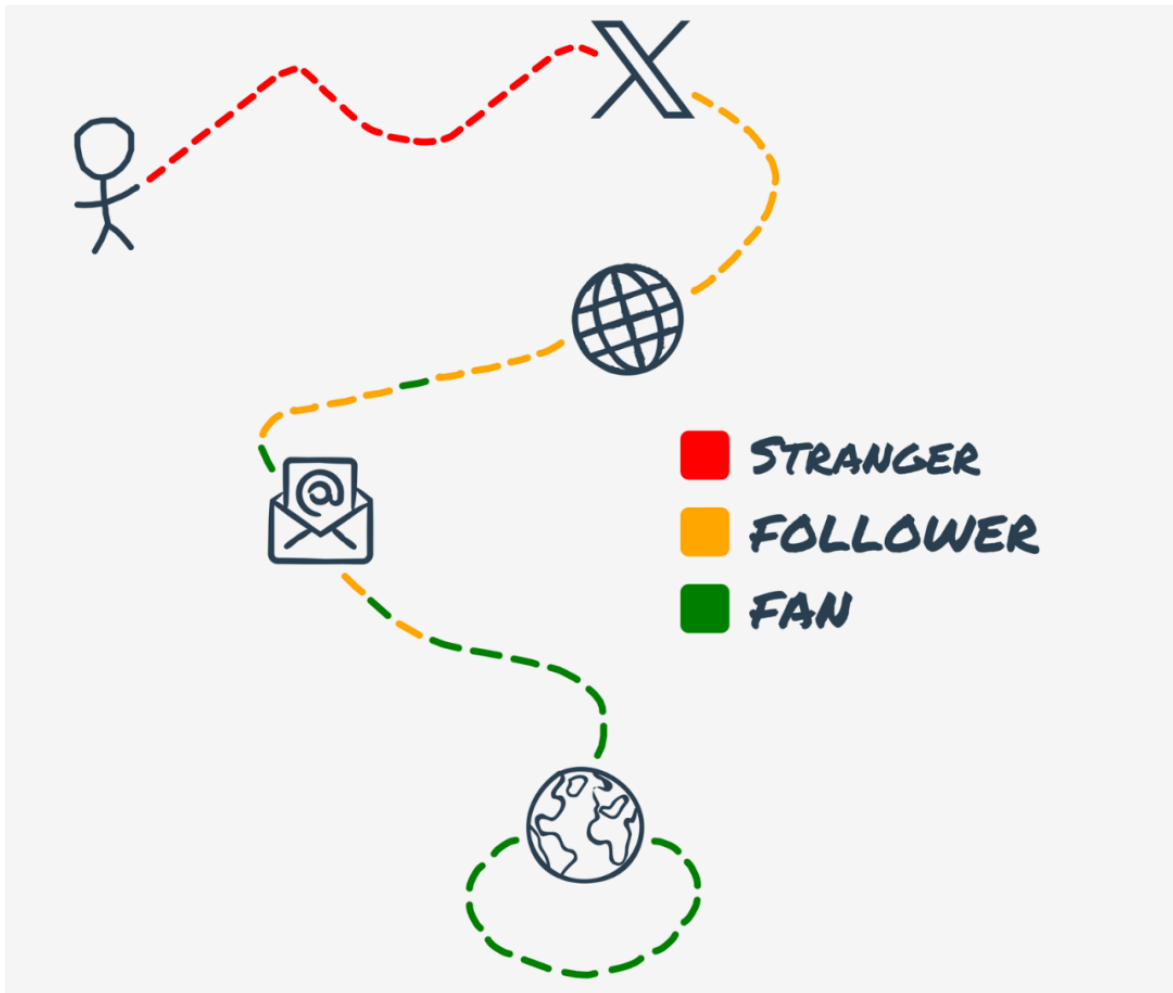
主要社交媒体频道 + 次要

选择你的一个真正的粉丝出没的补充频道。将你表现最好的内容重新利用到次要频道。构建引导磁铁插入你的帖子下面，以推动通讯注册。

关系

通讯 + 网站 + （可选）一些视频或音频内容

目标是为你的读者构建一个独特且有用的想法的兔子洞。随着你的作品集的增长，你自动化了旅程，你可以让某人从追随者到粉丝，除了在社交媒体上分享你的想法外，无需举手。



这篇文章就是一个例子。

你还在这里，所以你要么今天没有太多事情要做，要么觉得这个很有价值。希望是后者，希望你因此更喜欢我。写这篇文章花了很长时间，但现在我只需要经常分享这个资产。

但是通过文字本身很难建立亲密关系。

当有人看到并听到你说话时，他们可以将面孔与文字联系起来，并且会用你的声音阅读。这是强大的。人们总是惊讶地听到我是英国人！

对于视频，你可以开始一个 YouTube 频道，但这是一个大项目。你应该只在你有资源和耐心看到它通过时开始。相反，你可以通过：

- a. 进行播客/空间采访
- b. 将你的一些最好的想法变成视频
- c. 构建一个权威资产，如视频课程

获得80:20的结果

收入

报价1（前端）+ 报价2（后端）+ 奖金收入

围绕一个前提构建你的报价：

你提供的访问权限越多，你收取的费用就越多。

把你的业务想象成一个实体店。

第一个报价，你的“前端”，是一个热情的入口，吸引广泛的潜在客户。这意味着它应该是你可以大规模销售的东西，例如：

- a. 数字产品
- b. 付费通讯
- c. 社区

前端产生收入，但更重要的是，它建立关系。然后你有你的后端，商店的VIP部分。这里是你的粉丝闲逛的地方，你用更多的产品或服务增加你买家的终身价值。

定价取决于你的方法。

例如，Justin Welsh有几个150美元的前端产品，一个简单的9美元升级销售。他拥有规模的优势，并不打算出售他的时间。Jay Clouse为他每年699美元的课程和每年1999美元的社区提供订阅服务。

The screenshot shows the 'Choose your plan' page for 'THE LAB'. It features three columns representing different subscription tiers:

- BASIC (\$699 per year):** Includes access to all courses (\$800 value), workshops (\$300 value), Playbooks, Retros, a community forum, real-time chat app, Office Hours, Hot Seats, and Focus Sprints. Includes quarterly 1:1 coaching (\$1500 value). A 'Join Now' button is available.
- STANDARD (\$1999 per year):** Includes all the same benefits as the Basic plan. A 'Join Waitlist' button is available.
- VIP (\$2999 per year):** Includes all the same benefits as the Standard plan. A 'Join Waitlist' button is available.

Footnotes at the bottom of each plan indicate that Basic members get first access to Standard/VIP openings, and Standard/VIP members are currently at capacity.

作为一名企业家，你决定成功是什么样子的——所以在你建立它之前，弄清楚你想要什么（价值第一方法）。对我来说，这是一个空的日历。在作为牙医每天看30名患者之后，没有什么比每周只有一次会议更让我微笑的了。所以我很少卖我的时间，即使我赚得更少。

你还有其他一些选择可以货币化，而不会创建报价压倒：

广告和品牌合作：向服务于相同受众的企业“出租空间”

联盟：与其他企业合作，推广他们的报价

微型产品：解决小问题（更多买家的好处）

挑战：这是团结你的受众而不启动社区的好方法。例如，如果你是一名健身企业家，你可以进行为期30天的减肥挑战。

但请注意：

无论你决定构建或推广什么，确保它是优秀的。

正面的口碑营销是业务增长最快的方式。负面的口碑营销是毁掉它的最快方式。

进入第四阶段的过程

我知道，我知道。我答应过只有三个阶段。

但别担心；我不会耽搁你太久。如果我不简要解释一下我们从在线企业家的前0.1%那里可以学到的东西，我会为你提供不完整的服务：

先驱者。(The pioneers.)

先驱者处于他们行业的最前沿。他们是挑战现状并推动预期边界的有远见的人。

根据定义，没有蓝图可以跟随。先驱者之所以存在，是因为他们选择不跟随别人的足迹。但成功留下了线索。有三条线索你应该注意。

1) 成为唯一 Become the only

“成为你所做之事世界上最好的。继续重新定义你所做的事情，直到这是真的。”

- Naval Ravikant

先驱者使追求他们的好奇心成为终身之旅。这说起来容易做起来难。人群越大，你就越容易取悦它。但在网上，独特性是受到庆祝的——所以跟随你的直觉做出每一个决定。准备好拆除墙壁并根据你的直觉重建。

2) 成为棋手 Be the chess player

成功人士和超级成功人士之间的区别不在于他们工作有多努力，而在于他们变得多么有杠杆。

以乔·罗根为例。他只是一个声音。但通过放大他最擅长的事情，他已成为世界上最有影响力的人之一。关键是确定你能比任何人都做得更好的事情，并将杠杆作用应用于放大你的影响力。

“只有当你允许自己停止尝试做所有事情，停止对每个人说‘是’时，你才能对真正重要的事情做出最高的贡献。”

- Greg McKeown, 《精要主义》

将其视为棋盘上的棋子和棋手之间的区别。

一个在做工作。另一个是分配资源，让世界为他们工作。

但你不需要一个庞大的团队就可以做到这一点。詹姆斯·克利尔拥有200万通讯订阅者，但只有两名全职员工。他结合了观众、软件和媒体，取得了惊人的成果。

这引导我们来到本文的最后也是最重要的一点。

3) 玩无限游戏 Play Infinite Games

在《有限与无限游戏》中，詹姆斯·卡斯解释了如何拥抱无限思维，带来有意义和充实的生活。

有限游戏有规则和界限，有赢家和输家。

无限游戏正好相反。你不是为了赢而玩；你玩是因为玩的愉快。它们是为了庆祝过程而不是结果。

有限游戏的问题在于它们鼓励零和思维，通常是不可持续的。你可能会获得很好的早期结果，但你永远不会能够与那些为了玩的乐趣而玩的人竞争（因为他们不竞争）。

有三款值得玩的游戏：

- 关系

- 精通
- 影响力

关系

尽管有些人可能不这么认为，但你赢不了关系。它们是互惠互利的交换，你玩得越多，它们就越多。

例如，你越支持你的粉丝，他们就越会支持你。你越合作而不是竞争，你创造的机会就越多。

自由地分享你所知道的，并无私地帮助他人。它会十倍地回来。

精通

精通不是关于在某件事上变得最好；而是关于你在追求它时成为谁。正如德里克·西弗斯所说，“精通是最好的目标，因为富人买不到它，不耐烦的人不能急于求成，特权阶层不能继承它，没有人能偷走它。你只能通过努力工作来获得它。”

马尔科姆·格拉德威尔普及了10000小时精通的概念。但这具有误导性。毕竟，大多数人会开车10000小时，然而你知道的和我知道的一样，道路上并不是到处都是一级方程式赛车手。

区别？刻意练习。

...不是10000次重复，而是10000次迭代。

“精通不是目的地；它是成长、学习和完善过程的持续旅程。”

- 罗伯特·格林，《精通》

精通的第一步是致力于对其他人来说看起来像工作但对你来说感觉像玩的技能。用苹果公司首席执行官蒂姆·库克的话来说，如果你能为你所爱的事情得到报酬，你将永远不会更加努力地工作。但工具会在你的手中感觉轻盈。

这引导我们来到最后一点：

影响力

互联网奖励最有用的人。你的收入只是你影响力的衡量。这意味着要玩的最佳游戏是服务于你的观众。总会有更多问题需要解决和更多令人兴奋的事情需要构建。

通过你帮助了多少来衡量你的成功，而不是你爬了多高——你会惊讶地发现你能走多远。

祝你好运，感谢阅读。

另外几篇必读的文章（Dakvava 写的）

真正适合INFP的赚钱方式：内驱创作货币化

瓦尔登湖的回响：一个INFP的自我解放 打开百万奴隶的枷锁

INFP，写



Dak Vava

喜欢作者

2026/1/31 21:44

发现宝藏文章：《内驱创作货币化》最实用手册。每个人都可以做自己热爱的事并实现百万年收入（且自动化、且持续增长）

[阅读原文](#)