



# 先找到买家

流量、私域，和一周只解决一个问题

一场以「AI 搞钱」为题的线下分享：漏斗、FDE、制造，和把同行变成客户

2026.08.08      主题场：AI 搞钱

分享：小爷 · 阿亮 · JKL-林老师

一切 AI，要么服务交易，要么服务业务。先有正反馈，再谈研究得深不深。

# 这不是一份暴富清单

现场录像口误多、数字跳。讲义只保留能复查的判断：买家在哪、价格怎么筛人、FDE 为什么先上课、企业知识库为什么不能搬个人笔记。金额和人数按口述呈现，不当审计结论。

## 整理原则

- 保留漏斗、筛子、最小点和一周题。
- 邀请嘉宾保留署名。脏话和现场卡顿不进正文。
- 案例当口述经验，不写成可复制的操作手册。

## 阅读提醒

- 报价、人数和周期会过时，只作当时口径。
- 公域平台规则会变，限流不是攻略。
- 本文不是投资、招聘或劳务建议。

“你不知道下一个月怎么样。口袋里今年能留下什么，才是正反馈。”

# 读完可以带走三件事

给已经会玩工具、钱却还没装进口袋的人。不替你选赛道，只帮你判断：这周该找谁、该标什么价、该停在哪一个点上。

01

## 漏斗

免费群养熟悉度，转化在私域。  
价格是筛子，不是套路。

02

## 最小点

FDE 先上课，让需求自己长出来。不要一上来做大体系。

03

## 一周一题

什么都懂等于什么都不懂。AI 要加在自己的赛道上。

本节结论：先找到买家，再让模型去干活。

## 01

XIAOYE / WINDOW

# 生意在别人还没想明白的时候

小爷从代购、微商走到流量和私域课。2024 年满场讲不清「AI 是什么」，这件事本身就是窗口。

01

## 先把课讲明白

别人讲不清，就去办培训。学完再教，比自己先当研究生更接得住当时的市场。

02

## 空白年往前干

付费群里的口径：认知空白大的年份，不必先显示深度。研究过深，往往还没碰到钱。

03

## 正反馈在口袋

先找到客户、先把钱收了，业务才会逼你把产品做干净。倒过来等人，没有反馈。

带走一句话：工具玩坏了可以重来。没有买家，研究没有闭环。

# 免费群养感情，转化在私域

现场拆过一条个人 IP 漏斗。本业代理商另算。线上仍按一万元，因为消耗的精力更大。公域账号容易被限，真话不好讲，转化不要放在广场上。

|                                                                          |                                                                    |                                                                                    |                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <div>入口</div> <div>自己拍流量</div> <div>线上或线下，入口谁都避不开。没有流量，后面的课和单都是空的。</div> | <div>培育</div> <div>免费社群</div> <div>用来培养熟悉度，不是用来成交。过滤发生在熟悉之后。</div> | <div>产品</div> <div>咨询 / 社群 / 课</div> <div>三个月逻辑：一次咨询、一个社区、一套知识。人因内容进来，在私域成交。</div> | <div>企业</div> <div>把投流 AI 化</div> <div>口述：美妆直播机构半个月把投流换掉。这是 IP 之外的交付单。</div> |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|

提醒

挂店、保证金和限流规则会变。现场要说的是：成交不要指望公域一次讲清楚。

PRICE / 筛子

# 一万元筛的是人，不是课表

小爷不走「先三千九百八十再往后加」的路径。价格低，筛出来的是还在挑战的人；后面五万元的合作空间会被耗掉。一万元标出来，才是报价本身。

低价再加课

## 费时，合作浅

先用低价换人头，再层层加码。时间耗在不愿付费的人身上，筛选没有完成。

一口价

## 筛已有正反馈的人

小老板、已有业务的人进得来。收益先保住，后面才有一起做事的空间。

你报一万元，你就是一万元。这个坎和产品新不新有关，更和你敢不敢标出来有关。

## 02

WORK NOT TOYS

# AI 只服务交易或业务

语音控电脑、追新工具，两周可以过去，课却停了。及时止损：不要让模型服务游戏。

01

## 代表作

做 IP 要有一个能被转发的钩子。技术展开不一定接得住付费的人。

02

## 模式要简单

把人拉过来，交付可控的一块，差价就是生意。越复杂，越像自己给自己上课。

03

## 获客点会掉

这个月有单，下个月未必有。不要把所有时间垫进一次性大体系里。

带走一句话：技术研究院不一定赚得到钱。先问谁愿意为这个付多少。

# 先上课，让需求自己长出来

客户没碰过工具时，脑子是空的。小爷的打法：现场先培训三天，问题冒出来再解决。不要一上来做知识库大体系。带在身边做，而不是收了钱把活全包。

01

## 最小的点

制图、报单、接口。一个部门先打通，大家才会发现数据在哪、谁也拿不到。

02

## 数据自己露馅

真动手才知道这张表没人管。这时候再打知识库，才打在痛上。

03

## 口述：印花厂

十五天做出自动上架和投流。三十人变成两口子，系统还卖给同行。

04

## 老板付钱的目的

不是请你来讲概念。人效、减人、把羊毛出在交付上，才是他的账。

本节结论：FDE 是带着做，不是顾问把方案扔下就走。

# 企业端不要搬个人笔记库

个人用 Obsidian 没有问题。进了公司，就不要另起一套。现场口径：中国企业常用三条生态，跨出去权限和打卡都会断。

## 01 飞书

知识库和 Agent 走飞书自己的链路。员工在同一套权限里。

## 02 腾讯 / 企微

乐享接知识库。规章制度、打卡和员工数据留在腾讯生态。

## 03 钉钉 / 阿里

配钉钉知识库。模型可以换，通讯和权限不要拆走。

安装费不是利润中心。两小时如果只拿安装，就浪费了私域沟通。

## 03

ONE PROBLEM A WEEK

# 一周只解决一个问题

什么都懂等于什么都不懂。一周弄明白一件事，这个点才成为标签。AI 要加在自己的赛道上。

01

## 买家在哪

打不出来，就还没有生意。先写出人，再谈模型。

02

## 报价标出来

心里觉得值一万元，就要敢标。这是和自我定位有关的坎。

03

## 回到原点

标签是 AI + 什么，不是「我懂 AI」。投诉已经很多，没有赛道就没有被记住的理由。

带走一句话：先出现在别人眼里，你才是他心里做 AI 的那一栏。

ALIANG / MAKE

# 制造：产品要升维

阿亮从国家工程和机床现场补了一刀。G 代码、一键排版、机械臂和 CNC 会融到同一条线上。师傅会少，库存和换刀会通知人。效率不够，还要有品牌和情绪价值。

## 指令合一

现场判断：以后机械臂和 CNC 都会跑在一套指令上。

## 出海定价

国内打价格，出口才有另一条价。产品要先像一个品牌。

## IP 第一步

站在这里，也是为了让别人看见：你做的是 AI + 哪一条赛道。

**口述** 工厂产线加摄像头和机械臂后，人收到七十多人量级。数字是现场说法，不是审计。

# 同行就是最好的客户

JKL-林老师听完后的落地：自己一直在玩工具，钱却很少。真正有需求的，往往是同行老师。公开分享被问「能不能上课」，才意识到能卖。

## 01

### 先有结果再打包

备课 workflow 被老师看见，才成为产品。智能体部署要从能覆盖工时的价格往上调，而不是先三百九。

## 02

### 一对一也是筛

按教培时薪报。语音录入、知识库、出课件，三小时讲完自己怎么用。

## 03

### 做完写复盘

部署完就走，同样的坑会再来。每次留下：做了什么、卡在哪、下次怎么定位。

本节结论：AI 是放大器。本行能力放大之后，同行可以变成客户。

# 试错可以便宜，坚持才有数

AI 音乐不是主业故事，是低成本试市场。节庆节点生成、配视频、坚持发。群里有人发两千首才卖掉八首。成本是会员，不是工作室版权。

## 01 蹭的是节点

父亲节这类时间窗口，比「做一首好歌」更先有播放。先有量，再谈卖出。

## 02 安装也是流量

小龙虾上门不是技术竞赛。找到真的需要部署的人，安装本身可以很薄。

## 03 内容仍要有自己

网文和回忆录能成稿，不等于能赚钱。借鉴框架可以，复制粘贴出不了作品。

## 04 教的是你怎么用

客户买的是你已经跑通的工作流，不是又一个工具名。

本节结论：先做，才有市场反馈。试错成本低，不是可以不交作品。

## CHECKLIST / 起步卡

# 这个月只打四件事

不必先做大体系。先让口袋里出现一次正反馈。

01

**写出三个买家**

打不出来，就还没有生意。行业、场景、谁付钱。

02

**报价标出来**

用价格筛人。低价再加码，筛的是不愿付费的时间。

03

**本周一个问题**

只把一件事弄明白。标签是 AI + 你的赛道。

04

**新玩具两周无交付就停**

不服务交易、不服务业务，就及时止损。

企业端跟已有生态。做完写复盘，下次少走同一坑。

AFTERWORD / 结语

# 先出现在别人眼里

第四场把「搞钱」收回三件事：找到买家、标出价格、一周攻一个点。模型会过时；漏斗和最小点可以留下。

## 漏斗

流量入口，私域成交。免费群只养熟悉度。

## FDE

先上课，再打最小的点。带着做，不扔下方案。

## 制造

指令会合一。产品还要有品牌，不能只提效。

## 同行

本行痛点可以直接卖。做完必须留下复盘。

你报一万元，你就是一万元。先找到买家，再让模型去干活。

视频号 JKL神思记 · 小红书 JKL神思记

## 来源与说明

主要来源：2026-08-08 AI 神思会线下第四场录像文字稿《JKL神思会第四场——AI搞钱》。分享：小爷、阿亮、JKL-林老师。产品名与术语已按上下文规范化。

公开阅读版保留邀请嘉宾署名。金额、人数和周期均为现场口述，不是审计、投资或劳务承诺。公域平台规则会变。