

从吹水到共创 AI 社群的变现底线

JKL 和群友聊起：社群可以怎样赚钱，
又怎样把合作建立在真实需求上？

组织者可以收取门票，
也可以接受赞助。
但不能靠夸大承诺赚钱。

VALUE / 产品凭什么吸引人

只有好玩， 还不够让人买单

JKL（独立老师、社群发起人）认为，工具越来越容易被复制。做设计的朋友补充，产品还需要有人认真提供服务。

玩

新鲜感会变淡

相似工具越来越多，只靠“又有一个新功能”，很难让人持续感兴趣。

用

要解决实际问题

客户需要看到产品能帮自己做什么，也需要有人把承诺的服务做好。

想一想 介绍自己的产品时，先说它能帮谁完成什么事，再讲所用的工具。

SERVICE / 社群能提供什么

工具以外， 还有三件事要做好

JKL 提到创意与品牌，做设计的朋友又加上服务。对经营社群的人来说，这些价值都要通过实际做法体现。

01 用自己的判断做产品

JKL 认为，工具可以被复制，做什么、怎样做，仍需要自己的创意。

02 让别人知道你代表什么

JKL 认为，别人要能认出你的产品，也知道你能提供什么。

03 把组织和服务做扎实

做设计的朋友提醒，要把服务做好。JKL 赞同，社群运营也是服务。

可以检查 群友除了收到工具消息，还能从你的组织和服务里获得什么帮助？

BOUNDARY / 培训怎样介绍

真想把人教会， 就把承诺讲实在

JKL 认为，培训与欺骗式卖课的区别，在于教的内容是否扎实，以及是否真希望学员学会。

01 课程教什么，就说什么

JKL 提醒，教学内容很浅，却把学习效果说得很大，会误导学员。

02 考证与会做事要分清

企业培训群友说，自己接触的课程只帮助考证，不教工作技能。

03 用完成的作品说明能力

做设计的朋友强调，半成品还没完成，就不能当作成果宣传。

报名前 先问清课程教什么、怎样练习、学完能做什么。

CO-CREATION / 合作怎样开始

先找到要做的事， 再寻找合适的人

做企业培训的群友提出，由群主协助评估需求，再邀请成员合作。JKL 提醒，合作要从需求开始，不能为了组队而组队。

01

说清需要

发起人先说明想解决什么问题，让愿意参与的人了解要做的事。

02

请人把关

企业培训群友认为，群主评估后再发起，更容易获得成员的信任。

03

写清规则

做技术的朋友提醒，组队也可能产生纠纷；参与者要先谈清分工和责任。

04

验证效果

现场还讨论了先体验再付费：让使用者确认确实有帮助，再谈收费。

合作之前 除了“愿意一起做”，还要确认大家对需求、分工和责任的**理解一致**。

ACTION / 群怎样持续交流

群主要先行动，也给成员参与的机会

JKL 用 keep acting 表达“持续行动”：群主自己愿意分享、愿意做事，群里才更容易有人回应。



01

持续分享

JKL 也经历过没人回应的阶段。因为本来就想分享，所以即使没人回复，也继续发。

02

鼓励实事

企业培训群友希望成员能通过项目一起学、一起用。群里有事情在做、有成果可聊，才更有吸引力。

可以尝试 把自己的问题或进展说具体，让群友知道哪里可以继续讨论、参与。

MEET / 从一次见面开始

先约一次小聚， 认真听听彼此的问题

01 小规模也能开始

这次深圳小聚，就是 JKL 因为有人想来聊天，又多约了几位朋友。活动可以从简单的面对面交流开始。

02 给提问留出时间

JKL 希望分享会能让台下充分追问。来自不同工作背景的问题，可以帮助大家看见新的角度。

JKL 想把社群办成
愿意交流、互相帮助的地方。
从听懂一个人的问题开始。

摘自 AI 神思会第 13 期（深圳）
视频号 / 小红书：JKL神思记

