AI 酋长 Andy · 开源实操系列

FIELD GUIDE / 07 · 生意与 AI 获客

知识付费行业 AI 获客攻略

让内容带来有效咨询，再把服务交付做好

01 细分人群与服务一页纸

02 内容到咨询的获客流程

03 交付验收与经营复盘

AI 酋长 Andy

AI 共生，利人利己

PDF EDITION 2026.11

免费开源 · 随时回到最新版本

READ THIS FIRST / 使用说明

知识付费行业 AI 获客攻略

咨询师、课程作者、社群主理人与培训团队

读完后，带走三个结果

01 细分人群与服务一页纸

02 内容到咨询的获客流程

03 交付验收与经营复盘

你的第一步

建立一张漏斗基线表，按日期记录曝光、咨询、有效咨询、实付与退款；不知道的数字先留空。

边读边做，按需回查。

点击目录可跳转；表格空白处用于填写自己的信息。

打开项目网站 · 获取最新内容与可编辑模板

PDF 编排 2026-11-13 · 原文版本 5620f2b02e

CONTENTS / 阅读目录

找到你要完成的事。

点击章节标题或右侧页码，直接跳转。

01 01｜先算清楚：获客不等于涨粉 7

02 02｜选一个愿意付费的细分人群 9

03 03｜用一页纸验证专业可信度 11

04 04｜7个问题做付费需求访谈 13

05 05｜先卖可交付的小产品 15

06 06｜四种知识付费收入模型 17

07 07｜定位不是懂AI，而是解决一个问题 19

08 08｜把免费资料做成体验入口 21

09 09｜100个选题里，先验证12个 23

10 10｜AI做素材，不替你编事实 25

11 11｜小红书：用问题加步骤赢得搜索 27

12 12｜抖音：让观众在30秒内看到步骤 29

13 13｜视频号与公众号：把长线信任做扎实 31

14 14｜B站与知乎：长期内容资产 33

15 15｜Threads/X：高价值短内容换信任 35
16 16｜一页落地页：让客户知道怎么开始 37
17 17｜设计自愿咨询入口 39
18 18｜第一次诊断：不急着卖大单 41
19 19｜算对账：获客成本和净贡献 43
20 20｜AI答疑：标准化而不冒充真人 45
21 21｜跟进与异议：让选择更容易 47
22 22｜交付体系：让客户愿意推荐 49
23 23｜小样本实验和归因 51
24 24｜30天获客冲刺与90天扩量 53
25 7天最小验证 55
26 30天获客计划 56
27 90天阶段门 57
28 平台选择 58
29 四种知识付费模型 59
30 线索漏斗与归因 60
31 广告、AI、隐私合规 61
32 内容发布核对表 62

33 人群定位 63
34 咨询成交SOP 64
35 AI内容生产SOP 65
36 证据与案例口径 66
37 求职咨询虚构演练 67
38 专业课程虚构演练 68
39 共学社群虚构演练 69
40 企业培训虚构演练 70
41 传统生意匿名观察 71
42 细分用户研究｜可复制 AI Prompt 72
43 客户访谈提纲｜可复制 AI Prompt 73
44 需求证据分级｜可复制 AI Prompt 74
45 内容素材研究｜可复制 AI Prompt 75
46 12条标题｜可复制 AI Prompt 76
47 60秒口播脚本｜可复制 AI Prompt 77
48 小红书7页教程｜可复制 AI Prompt 78
49 Threads冷知识｜可复制 AI Prompt 79
50 X证据型长文｜可复制 AI Prompt 80

51 15分钟免费资料｜可复制 AI Prompt 81
52 服务产品卡｜可复制 AI Prompt 82
53 咨询落地页｜可复制 AI Prompt 83
54 咨询线索筛选｜可复制 AI Prompt 84
55 诊断纪要｜可复制 AI Prompt 85
56 贡献金额分析｜可复制 AI Prompt 86
57 异议回复｜可复制 AI Prompt 87
58 交付与FAQ｜可复制 AI Prompt 88
59 每周增长复盘｜可复制 AI Prompt 89
60 单次诊断记录模板 90
61 跟进信息模板 91
62 7个客户访谈问题 92
63 一页服务页模板 93
64 15分钟免费资源验收清单 94
65 知识服务产品卡 95
版本与来源 96
联系作者与星觉科技 97

CHAPTER 01

01｜先算清楚：获客不等于涨粉

原始资料：content/01.md

> **阶段**：起步｜**目标**：把30天目标从播放量改成有效咨询、实付和贡献金额。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 打开漏斗表，按日期记录曝光、咨询、有效咨询、实付与退款，未知留空。
2. 只选一个主指标：未来30天新增有效咨询，配套记录交付成本和投诉。
3. 用网站计算器试算，模拟结果要明确标记，不能当实际业绩。

本章交付物

真实漏斗基线表和30天指标

怎么验收

有效咨询/自愿咨询、实收-退款

失败替代方案

没数据就先访谈5人，别凭空填转化率

可复制给 AI 的提示词

```
你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「先算清楚：获客不等于涨粉」。目标：把30天目标从播放量改成有效咨询、实付和贡献金额。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。
```

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 02

02｜选一个愿意付费的细分人群

原始资料：content/02.md

> **阶段**：起步｜**目标**：选择足够窄、能联系、存在真实问题的第一批客户。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 列3类细分人群，各写具体场景、已付出的成本、替代解决方法。
2. 每类访谈3人，问他们上一次遇到问题时具体做过什么。
3. 按可触达、急迫、能证明能力评分，先测试最容易接触的客群。

本章交付物

目标画像及9条匿名原话

怎么验收

重复痛点、同意继续沟通人数

失败替代方案

没有熟人就观察20条公开求助并标记尚未访谈

可复制给 AI 的提示词

你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「选一个愿意付费的细分人群」。目标：选择足够窄、能联系、存在真实问题的第一批客户。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 03

03｜用一页纸验证专业可信度

原始资料：content/03.md

> **阶段**：起步｜**目标**：用真实作品替代空洞头衔与夸张战报。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 选择3个本人作品或已获授权案例，注明来源与真实性。
2. 每张证据卡写背景、行动、可展示交付物和未被证实的部分。
3. 在主页放出可核对链接，征求3名陌生读者是否理解价值。

本章交付物

三张带来源与授权状态的证据卡

怎么验收

被问及具体成果的有效咨询

失败替代方案

没有客户案例就发布个人演示，不假装是客户成果

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「用一页纸验证专业可信度」。目标：用真实作品替代空洞头衔与夸张战报。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 04

04｜7个问题做付费需求访谈

原始资料：content/04.md

> **阶段**：起步｜**目标**：找到真实付费问题，不询问礼貌性购买意愿。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 预约5名符合画像的人，每人15分钟，先取得记录同意。
2. 依次询问上次发生何时、怎么处理、损失、替代、决策人、障碍与期望交付。
3. 把匿名原话整理成事实、推断、反例、下一步验证四栏。

本章交付物

5份去标识化访谈与痛点排序

怎么验收

重复问题数量及进一步沟通意愿

失败替代方案

发一条公开求助帖邀请自愿参与，不骚扰私信

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「7个问题做付费需求访谈」。目标：找到真实付费问题，不询问礼貌性购买意愿。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 05

05｜先卖可交付的小产品

原始资料：content/05.md

> **阶段**：产品｜**目标**：先验证小承诺、清楚范围，再扩大深度课程。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 设计免费样品、单次诊断、深度陪跑三层服务。
2. 明确对象、交付内容、完成时间、价格、排除范围、退款安排。
3. 把一页产品卡拿给5个目标客户看，记录质疑而不是夸奖。

本章交付物

一页服务产品卡

怎么验收

真实付款、退款、交付小时

失败替代方案

未成交就缩小服务范围与交付复杂度

可复制给 AI 的提示词

你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「先卖可交付的小产品」。目标：先验证小承诺、清楚范围，再扩大深度课程。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 06

06｜四种知识付费收入模型

原始资料：content/06.md

> **阶段**：产品｜**目标**：从咨询、课程、社群、企业培训中优先选一条。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 测算四种产品的实际价格、交付小时、获客和售后成本。
2. 优先选最有真实能力证据、最容易交付的一种产品。
3. 设每周交付上限和暂停接单阈值，保留现金与服务质量。

本章交付物

产品路径评分和成本表

怎么验收

每笔贡献及每小时可交付贡献

失败替代方案

没有成本就明确写假设，实单产生后修正

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「四种知识付费收入模型」。目标：从咨询、课程、社群、企业培训中优先选一条。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 07

07｜定位不是懂AI，而是解决一个问题

原始资料：content/07.md

> **阶段**：产品｜**目标**：定位要让目标人群10秒看懂你解决什么。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 以帮助谁、解决哪个场景、交付什么成果、不包含什么写3版。
2. 给3位陌生人复述，不解释；根据他们的复述修改。
3. 将选择版本放在简介、置顶内容、服务页第一屏。

本章交付物

一句话定位和3个标题

怎么验收

读者能否正确复述服务范围

失败替代方案

无法说明价值先展示交付样张

可复制给 AI 的提示词

```
你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「定位不是懂AI，而是解决一个问题」。目标：定位要让目标人群10秒看懂你解决什么。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。
```

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 08

08｜把免费资料做成体验入口

原始资料：content/08.md

> **阶段**：产品｜**目标**：读者完成一个具体任务，才会相信更深的付费帮助。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 从高频问题挑一个做15分钟清单、计算器或录屏。
2. 每一步写打开哪里、点哪里、输入什么、输出与验收。
3. 公开自由下载，末尾明确标注可选的商业服务入口。

本章交付物

可独立使用的免费材料与反馈入口

怎么验收

使用后实际反馈、自愿有效咨询

失败替代方案

抽象概念改成一个能拿到文件的具体任务

可复制给 AI 的提示词

你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「把免费资料做成体验入口」。目标：读者完成一个具体任务，才会相信更深的付费帮助。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 09

09｜100个选题里，先验证12个

原始资料：content/09.md

> **阶段**：内容｜**目标**：围绕真实痛点做可比较的小实验。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 将访谈提问分类成为什么、怎么做、反例、避坑各3条。
2. 固定一个平台与人群，每条仅改变一个核心变量。
3. 记录原帖链接、评论问题、页面访问、真实咨询与实际付款。

本章交付物

12条选题、发布记录与对照表

怎么验收

每1000触达带来的有效咨询

失败替代方案

没曝光先在现有讨论中留下真正有用的解答

可复制给 AI 的提示词

```
你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「100个选题里，先验证12个」。目标：围绕真实痛点做可比较的小实验。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。
```

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 10

10｜AI做素材，不替你编事实

原始资料：content/10.md

> **阶段**：内容｜**目标**：AI提升信息整理效率，事实与授权由人承担。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 找3个原始来源，标注日期、URL、可引用范围。
2. AI按事实、观点、待核实分类，再写成开头有动作的脚本。
3. 发布前检查承诺、隐私、授权、广告披露与AI生成标识。

本章交付物

来源可追溯的稿件和审查表

怎么验收

错误率、制作时间、咨询质量

失败替代方案

没有来源就明确称个人经验/个人演示

可复制给 AI 的提示词

```
你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「AI做素材，不替你编事实」。目标：AI提升信息整理效率，事实与授权由人承担。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。
```

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 11

11｜小红书：用问题加步骤赢得搜索

原始资料：content/11.md

> **阶段**：渠道｜**目标**：解决正在搜索方案的用户问题。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 应用内搜索3个细分词，研究近期自然搜索和评论中的反对意见。
2. 做7页图文：真实问题、截图、3步操作、失败排查、模板、边界。
3. 跟踪有具体问题的自然咨询，按平台现行规则处理联系方式。

本章交付物

一篇可复现7页图文

怎么验收

有效咨询与读者完成任务反馈

失败替代方案

改用更窄的使用场景关键词

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「小红书：用问题加步骤赢得搜索」。目标：解决正在搜索方案的用户问题。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 12

12｜抖音：让观众在30秒内看到步骤

原始资料：content/12.md

> **阶段**：渠道｜**目标**：用现场演示代替抽象演讲。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 录30至60秒真实操作，前3秒讲痛点，随后展示操作和结果。
2. 同一演示拍两个开头，其他主要变量尽量保持一致。
3. 回看评论提问，下一条优先回答反复出现的实际难题。

本章交付物

2条视频与字幕脚本

怎么验收

有价值评论、有效咨询

失败替代方案

不愿露脸可用真实录屏和口播

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「抖音：让观众在30秒内看到步骤」。目标：用现场演示代替抽象演讲。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 13

13｜视频号与公众号：把长线信任做扎实

原始资料：content/13.md

> **阶段**：渠道｜**目标**：用连续公开教程覆盖较长的决策周期。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 一周做一条经验视频、一篇完整文章，明确适用对象和真实来源。
2. 在允许的入口公开免费资料，不以强制分享或加群作为条件。
3. 整理读者最常见的3个问题并每周补充文章。

本章交付物

一条视频、一篇长文和追踪表

怎么验收

文章反馈、来源可追踪的咨询

失败替代方案

没有社群就先做有价值的公开问答

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「视频号与公众号：把长线信任做扎实」。目标：用连续公开教程覆盖较长的决策周期。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 14

14｜B站与知乎：长期内容资产

原始资料：content/14.md

> **阶段**：渠道｜**目标**：积累可搜索、反复引用的完整教程。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 做一个8至12分钟教程，开头展示最终交付样张。
2. 文字版给操作顺序、参数、失败处理和来源链接。
3. 用来源表追踪资料访问与实际服务咨询，而不是只看总播放。

本章交付物

一份视频大纲和知乎回答

怎么验收

长尾资料访问与有效咨询

失败替代方案

先写图文再剪成短片

可复制给 AI 的提示词

你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「B站与知乎：长期内容资产」。目标：积累可搜索、反复引用的完整教程。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 15

15｜Threads/X：高价值短内容换信任

原始资料：content/15.md

> **阶段**：渠道｜**目标**：分享可验证信息差和真实经历，不靠夸张收入。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 每周写3个冷知识，每篇给一个读者能立即试的动作。
2. 用公开 GitHub 项目作免费延伸，付费服务集中放个人主页。
3. 分别看不同语言区域是否能真实交付，不把浏览量当成交。

本章交付物

6条短帖和1篇证据长文

怎么验收

主页访问到有效咨询

失败替代方案

跨境服务不明确先收集问题

可复制给 AI 的提示词

```
你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「Threads/X：高价值短内容换信任」。目标：分享可验证信息差和真实经历，不靠夸张收入。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。
```

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 16

16｜一页落地页：让客户知道怎么开始

原始资料：content/16.md

> **阶段**：转化｜**目标**：在手机首屏回答给谁、交付、凭证、价格及下一步。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 一页写受众、典型问题、交付样张、服务范围、证据和咨询链接。
2. 邀请3人手机测试理解速度与可点击性。
3. UTM只保留必要渠道来源，不采集不相关个人数据。

本章交付物

手机可读的服务页与链接测试记录

怎么验收

服务页到自愿咨询转化率

失败替代方案

没有独立网站先用公开文档

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「一页落地页：让客户知道怎么开始」。目标：在手机首屏回答给谁、交付、凭证、价格及下一步。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 17

17｜设计自愿咨询入口

原始资料：content/17.md

> **阶段**：转化｜**目标**：高质量线索必须有真实问题与联系许可。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 咨询表最多4题：目标、卡点、希望的交付、方便的联系方式。
2. 清楚告知用途、联系次数、取消方式，不自动拉群。
3. 记录渠道标签、对方同意及下一次动作，减少敏感信息。

本章交付物

4题入口和首次回复

怎么验收

完成率、有效咨询比例和投诉

失败替代方案

没人填就缩成两个问题

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「设计自愿咨询入口」。目标：高质量线索必须有真实问题与联系许可。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 18

18｜第一次诊断：不急着卖大单

原始资料：content/18.md

> **阶段**：转化｜**目标**：诊断先明确问题、范围和匹配度，而非恐吓销售。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 设计30至45分钟诊断：目标、现状、阻碍、已试方法、可交付方案。
2. 明确可自助的事、需要付费帮助的事、暂不适合的事。
3. 会后发事实与建议分明的一页纪要及明确服务范围。

本章交付物

去标识化诊断纪要

怎么验收

方案发送率、付款及拒绝原因

失败替代方案

客户不买也给一个自助动作

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「第一次诊断：不急着卖大单」。目标：诊断先明确问题、范围和匹配度，而非恐吓销售。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 19

19｜算对账：获客成本和净贡献

原始资料：content/19.md

> **阶段**：转化｜**目标**：只有核对现金贡献才能决定是否扩大投放。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 分类记录实收、退款、支付佣金、投放、工具、交付工时和成本。
2. 计算每位付费客户获客成本及贡献，不把GMV当利润。
3. 设置停止投放的成本或退款阈值，每周复核。

本章交付物

贡献表和停止投放规则

怎么验收

贡献/单与获客成本

失败替代方案

缺数据先不扩大投放

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「算对账：获客成本和净贡献」。目标：只有核对现金贡献才能决定是否扩大投放。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 20

20｜AI答疑：标准化而不冒充真人

原始资料：content/20.md

> **阶段**：交付｜**目标**：用获授权的FAQ提升效率，高风险事项由人工处理。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 收集10个有权使用的FAQ，记录来源、更新时间与允许范围。
2. AI生成候选答案后逐条人工审核，缺乏依据则转人工。
3. 把退款、合同与个案决策列为必须人工接管。

本章交付物

10条已验证FAQ和接管规则

怎么验收

首次解决率、错答修复率

失败替代方案

先手工记录真实问题

可复制给 AI 的提示词

你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「AI答疑：标准化而不冒充真人」。目标：用获授权的FAQ提升效率，高风险事项由人工处理。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 21

21｜跟进与异议：让选择更容易

原始资料：content/21.md

> **阶段**：交付｜**目标**：诚实解释价格和边界，而非制造稀缺压力。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 将异议归为预算、时间、信任、服务范围和内部批准。
2. 每类准备透明回答，约定联系次数，不虚构最后名额。
3. 记录真实拒绝理由，沉默后不反复打扰。

本章交付物

5条回复和失单日志

怎么验收

自愿回复、拒绝与投诉

失败替代方案

最多一次礼貌确认是否继续

可复制给 AI 的提示词

你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「跟进与异议：让选择更容易」。目标：诚实解释价格和边界，而非制造稀缺压力。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 22

22｜交付体系：让客户愿意推荐

原始资料：content/22.md

> **阶段**：交付｜**目标**：兑现服务比任何文案更能形成长期口碑。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 按问卷、目标、交付、复盘、结项、授权反馈组织服务。
2. 记录各阶段责任人、截止时间、交付样张和验收结论。
3. 向客户征询可公开的信息与授权，不默认允许展示。

本章交付物

六阶段交付清单和授权记录

怎么验收

准时交付、推荐、退款

失败替代方案

超载时降低同时服务人数

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「交付体系：让客户愿意推荐」。目标：兑现服务比任何文案更能形成长期口碑。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 23

23｜小样本实验和归因

原始资料：content/23.md

> **阶段**：优化｜**目标**：避免把相关性与短期波动误认为因果。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 每周只改标题、入口或内容形式中的一个主要变量。
2. 用匿名渠道来源和真实成本记录对照结果。
3. 样本不足就只写观察，明确下一轮需要什么数据。

本章交付物

一张实验表与保留/停止判断

怎么验收

有效咨询数和净贡献

失败替代方案

样本极小时先做用户访谈

可复制给 AI 的提示词

> 你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「小样本实验和归因」。目标：避免把相关性与短期波动误认为因果。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 24

24｜30天获客冲刺与90天扩量

原始资料：content/24.md

> **阶段**：优化｜**目标**：先证明有人需要、有人付费、能交付，再讨论规模。

第一性原理

只有可验证的真实需求和履约能力，才能支撑知识服务长期转化；流量只是过程指标。

保姆级三步操作

1. 前7天完成客群访谈、免费资料和咨询入口。
2. 第8至30天迭代内容、服务卡、转化和贡献账。
3. 90天只有在真实贡献稳定、交付能复用后才扩渠道或招人。

本章交付物

30天执行日历与90天阶段门

怎么验收

有效咨询、实收贡献、交付及时率

失败替代方案

30天无购买先重做需求验证

可复制给 AI 的提示词

```
你是知识付费获客顾问。请根据我提供的真实匿名材料，帮助完成「30天获客冲刺与90天扩量」。目标：先证明有人需要、有人付费、能交付，再讨论规模。输出三个可以直接执行的动作、所需材料、验收标准与失败替代。严格区分事实、假设和待验证，不能虚构客户、收入或转化率。
```

审核边界

任何公开案例需要本人授权，模拟数据须显著标注；不得承诺包涨粉、包赚钱。

CHAPTER 25

7天最小验证

原始资料：docs/01-first-7-days.md

1. 第一天明确一类用户一个问题。
2. 第二天完成5份匿名访谈。
3. 第三天发布一份15分钟可完成的免费资源。
4. 第四天发布两种开头的真实教程。
5. 第五天建立自愿咨询入口。
6. 第六天完成一次真实诊断并记录。
7. 第七天复盘有效咨询、实际回款、退款和时间成本。

验收

每一天保留具体输出和真实链接，没成交如实记录。

CHAPTER 26

30天获客计划

原始资料：docs/02-30-day-plan.md

1. 第1周验证人群和产品，第2周找出可复用的高价值内容，第3周检查有效咨询与服务匹配，第4周完成成本核算和停止/继续决策。

验收

只用真实数据；每周砍掉一个低价值动作。

CHAPTER 27

90天阶段门

原始资料：docs/03-90-day-gates.md

1. 第1至30天求证需求和小产品；31至60天验证渠道和稳定交付；61至90天根据真实净贡献评估是否扩大。

验收

利润不稳定或投诉较多时不扩量。

CHAPTER 28

平台选择

原始资料：docs/04-channels.md

1. 小红书做问题搜索和图文步骤；抖音做真实录屏；视频号和公众号做持续信任；B站与知乎做长尾教程；Threads/X做信息差和公开开源资源。

验收

不要同时铺八个平台；每个平台记录来源与有效咨询。

CHAPTER 29

四种知识付费模型

原始资料：docs/05-business-models.md

1. 咨询适合高度个性化；课程适合流程标准化且能验收；社群适合持续组织；企业培训适合清晰预算和项目采购流程。

验收

每种模式都要单独核算成本、退款和交付小时。

CHAPTER 30

线索漏斗与归因

原始资料：docs/06-lead-funnel-and-attribution.md

1. 区分曝光、访问、自愿咨询、有效咨询、方案、付款、退款和复购。
2. 建议记录首次来源、内容链接和后续人工复核。

验收

触达和相关性不等于因果；没有分母不能计算转化率。

CHAPTER 31

广告、AI、隐私合规

原始资料：docs/07-compliance-and-privacy.md

1. 付费服务须明确广告属性；不以保证收益或就业结果做宣传；AI生成内容按适用规则标记；最少必要地处理客户资料，原始记录不公开。

验收

平台规则发布前再核对；客户授权不可推定。

CHAPTER 32

内容发布核对表

原始资料：docs/08-content-checklist.md

1. 逐条审查原始来源、事实和观点区分、客户授权、广告披露、AI生成内容标识、版权、平台导流规则和适用边界。

验收

任意一项未确认不得发布对应高风险主张。

CHAPTER 33

人群定位

原始资料：docs/09-segmentation-and-positioning.md

1. 先列问题场景和既有替代方案，再访谈能够联系的目标群体；定位写清帮助谁、解决什么、交付什么、不包含什么。

验收

用陌生用户10秒复述测试是否清楚。

CHAPTER 34

咨询成交SOP

原始资料：docs/10-consulting-sales-sop.md

1. 自愿预约 → 资格判断 → 30至45分钟诊断 → 一页事实纪要 → 范围明确的产品卡 → 自主决策 → 交付与复盘。

验收

不冒充客户评价、不使用假倒计时。

CHAPTER 35

AI内容生产SOP

原始资料：docs/11-ai-content-sop.md

1. 收集原始事实链接和用户问题，AI整理为素材库，人工核对后出脚本、录屏和字幕，发布后按有效问题更新下一版。

验收

AI不可替代真实来源或隐私同意。

CHAPTER 36

证据与案例口径

原始资料：docs/13-evidence-policy.md

1. 将每条材料标记为真实公开事实、经授权客户材料、个人演示、完全虚构案例或尚待核实。
2. 模拟只用于教学。

验收

未核实的数字不放进业绩介绍。

CHAPTER 37

求职咨询虚构演练

原始资料：examples/01-career-consulting.md

> **完全虚构或匿名化经验演练，不是销售战报。**

模拟客群为工作3年的求职者，问题是无法判断岗位匹配。免费材料为岗位对比清单；付费服务是可限定范围的简历与模拟面试诊断。案例为教学虚构，不代表真实成交。

步骤：识别5个客户高频问题 → 选出一个做免费清单 → 自愿咨询诊断 → 写清付费服务交付范围 → 用真实现金账复盘。

检查：能否按步骤复制、是否涉及隐私、是否标明非真实数据。

CHAPTER 38

专业课程虚构演练

原始资料：examples/02-professional-course.md

> **完全虚构或匿名化经验演练，不是销售战报。**

模拟课程为帮助新人复核业务报告。先用公开视频解释一次完整案例，邀请小班实践，以学员是否完成可检查文件作为效果指标。无收入主张。

步骤：识别5个客户高频问题 → 选出一个做免费清单 → 自愿咨询诊断 → 写清付费服务交付范围 → 用真实现金账复盘。

检查：能否按步骤复制、是否涉及隐私、是否标明非真实数据。

CHAPTER 39

共学社群虚构演练

原始资料：examples/03-paid-community.md

> **完全虚构或匿名化经验演练，不是销售战报。**

模拟社群每两周主题活动，公开展示活动议程，付费权益包含固定答疑与作业反馈。须定义退款和内容授权。

步骤：识别5个客户高频问题 → 选出一个做免费清单 → 自愿咨询诊断 → 写清付费服务交付范围 → 用真实现金账复盘。

检查：能否按步骤复制、是否涉及隐私、是否标明非真实数据。

CHAPTER 40

企业培训虚构演练

原始资料：examples/04-enterprise-training.md

> **完全虚构或匿名化经验演练，不是销售战报。**

模拟企业先验收两周小试点，包括课前诊断、样板课、交付成果和复盘。付款是否发生不得凭假设写作已成交。

步骤：识别5个客户高频问题 → 选出一个做免费清单 → 自愿咨询诊断 → 写清付费服务交付范围 → 用真实现金账复盘。

检查：能否按步骤复制、是否涉及隐私、是否标明非真实数据。

CHAPTER 41

传统生意匿名观察

原始资料：examples/05-family-privacy-observation.md

> **完全虚构或匿名化经验演练，不是销售战报。**

家中传统服务经验说明真实问题和长期专业判断值得公开分享。本示例不包括行业细分、城市、门店名、家人身份、订单或客户数量，且不构成已验证营销成功案例。

步骤：识别5个客户高频问题 → 选出一个做免费清单 → 自愿咨询诊断 → 写清付费服务交付范围 → 用真实现金账复盘。

检查：能否按步骤复制、是否涉及隐私、是否标明非真实数据。

CHAPTER 42

细分用户研究｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/01-audience-research.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

你是知识服务研究员。基于我提供的去标识化材料，找出3类具体人群。每类写出场景、痛点、付费触发、反例、未证实的假设，并给下一步验证方法。不得编造画像。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 43

客户访谈提纲｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/02-customer-interview.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

为以下目标客群设计7个针对过去实际行为的非诱导性访谈问题。不能问'你会买吗'。给出逐字提问和匿名记录字段。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 44

需求证据分级｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/03-demand-evidence.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

把以下原始访谈按事实/假设/待验证分组。说明每个结论由哪条原话支持，保留相反证据，不推断收入或隐私。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 45

内容素材研究｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/04-content-research.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

只根据给定链接与资料，生成事实、观点和待核实三栏。事实逐条注明来源和日期，缺证据不补写。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 46

12条标题｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/05-title-ideation.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

围绕目标人群的3个真实问题生成12个标题。每条给出读者可立即执行的动作、适用边界和不夸大的结果验证路径。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 47

60秒口播脚本｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/06-content-script.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

用给定真实操作生成60秒口播：前3秒问题、3步动作、失败排查、免费资源入口。禁止虚构学员和收益。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 48

小红书7页教程｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/07-xiaohongshu-post.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

转成7页可收藏图文，每页一句结论、一个可操作步骤和真实截图建议。避免平台违规导流和夸大宣传。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 49

Threads冷知识｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/08-threads-cold-fact.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

把我的真实操作改写成3条中文冷知识短帖，短句口语化，每条提供可立即验证的一步。不要伪造数据，不生硬引导私信。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 50

X证据型长文｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/09-x-longform.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

根据我提供的真实资料，写一篇结构清晰的X长文：事实结果、过程截图、步骤、反例、适用边界、公开资源，不得补造事实。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 51

15分钟免费资料｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/10-free-resource.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

将下方痛点制作成15分钟新手教程：目标、工具、6步操作、输入示例、输出、验收、故障处理；材料免费公开。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 52

服务产品卡｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/11-offer-onepager.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

为下面的专业服务生成一页产品卡：适合谁、交付件、周期、费用、包含/排除、客户配合、退款机制。不可承诺不可控制结果。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 53

咨询落地页｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/12-landing-copy.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

将产品卡改成手机优先落地页：问题、适用人群、真实样张、交付、证据、价格或咨询路径、广告说明。不得用虚假限时促销。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 54

咨询线索筛选｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/13-qualify-lead.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

设计4题自愿咨询问卷，仅询问目标、卡点、希望的服务和可选联系方式。附隐私用途说明和拒绝跟进的选项。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 55

诊断纪要｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/14-discovery-notes.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

根据匿名通话笔记，生成一页诊断纪要：已确认事实、建议、待确认、服务范围、下一步。
不补写客户没说过的话。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 56

贡献金额分析｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/15-unit-economics.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

用给定实收、退款、投放、平台费用、交付工时计算贡献和CAC；缺失则注明，所有试算必须显示模拟标签。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 57

异议回复｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/16-objection-reply.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

对预算、时间、信任、交付范围、审批异议各写一条礼貌短回复：澄清疑问、解释边界、尊重选择。不恐吓、不刷屏。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 58

交付与FAQ｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/17-delivery-qa.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

把以下授权材料整理成10条有来源的FAQ；无法核对的转人工；保留版本日期和与客户的合同边界。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 59

每周增长复盘｜可复制 AI Prompt

原始资料：prompts/18-weekly-review.md

> 先删除客户姓名、手机号、聊天记录中的敏感信息。

根据真实数据，按事实/假设/待验证输出3个最高价值的下周行动，每条写成本、验收和停止条件，并指出应砍掉的低价值工作。

使用说明： 粘贴真实去标识化资料；让 AI 输出事实/假设/待验证；用真实原始记录复核后再发布。

CHAPTER 60

单次诊断记录模板

原始资料：templates/discovery_call.md

日期：
客户代号：
是否已获记录同意：
当前目标：
真实卡点与已尝试方案：
已确认事实：
未经确认的推断：
可以自助解决：
需付费服务的范围：
服务不包含：
下一步与联系方式使用授权：

CHAPTER 61

跟进信息模板

原始资料：templates/followup_message.md

上次聊到你想解决【具体问题】。我整理了一页【免费资料】供你参考。如果想继续讨论【具体交付】，可以告诉我；不方便就不再打扰。

CHAPTER 62

7个客户访谈问题

原始资料：templates/interview_guide.md

1. 最近一次遇到这个问题是何时?
2. 当时在做什么?
3. 具体卡在哪?
4. 你试过哪些方法?
5. 这件事让你损失了什么?
6. 由谁决定投入时间或预算?
7. 最希望拿到哪种可以检查的交付?

访谈前告知用途；公开版本删除可识别信息。

CHAPTER 63

一页服务页模板

原始资料：templates/landing_page.md

帮助谁

解决什么具体问题

免费可体验的材料

真实交付样张及证据

付费范围、价格、周期与限制

申请咨询与隐私告知

CHAPTER 64

15分钟免费资源验收清单

原始资料：templates/lead_magnet_checklist.md

- [ ] 一句话说明适用对象
- [ ] 读者不用加微信即可使用
- [ ] 包含真实输入、操作步骤和完成标准
- [ ] 有错误排查
- [ ] 没有虚构收益和客户案例
- [ ] 付费服务明确标识为商业推广

CHAPTER 65

知识服务产品卡

原始资料：templates/offer_onepager.md

适用客群：
要解决的具体问题：
交付物与次数：
周期：
费用：
包含内容：
不包含内容：
客户需配合：
完成标准：
退款与变更条款：
个人信息处理说明：

EDITION NOTES / 版本与来源

可回查，才可复用。

本书整理自 AI 酋长 Andy 的开源项目 ai-knowledge-paid-acquisition-handbook。保留实操正文、示例身份、原始来源和可编辑模板入口，重新编排为适合手机阅读的 PDF。

编排日期：2026-11-13
内容版本：5620f2b02e64
原始项目：https://github.com/AIPMAndy/ai-knowledge-paid-acquisition-handbook

> 项目可能继续更新。本文是上述版本的阅读副本；涉及平台政策、功能权限、价格和法规的内容，以相应官方来源的最新说明为准。模板和假设示例用于练习，不能直接当作真实客户数据或结果承诺。

怎样回查原文

每一章标题下的「原始资料」均可点击，直接打开对应版本。完整源文件清单与文件校验信息见 本版电子书说明。本版共整理 65 份源文件。

使用与署名

作者：AI 酋长 Andy。项目内容与代码的使用条件以原仓库许可证为准。保留原有第三方引用与示例标注；再次分享时请保留作者和来源。

许可证：LICENSE

作者与服务 / 广告

把你的问题，带到下一步。

如果你需要结合自己的情况判断路径，
可以和我聊聊你的目标、进展与卡点。

个人微信 · 打开微信搜索

AIPMAndy

添加时备注「知识付费行业 AI 获客攻略」，
再用一句话说说你想完成什么。

个人官网

metaver.vip
了解 Andy、产品与个人服务

公司官网

www.a6no1.cn
了解星觉科技与企业合作

AI 酋长 Andy · AI 共生，利人利己
公众号：AI 酋长 Andy
上海安迪星觉科技有限公司