

自我营销 一堂课

黄欢
著

自媒体时代
学好七堂课
全世界都给你机会

Market
Yourself
Modern

中国商业出版社

自我营销 七堂课

Market
Yourself
Modern

黄欢

中国商业出版社

图书在版编目（CIP）数据

自我营销七堂课 / 黄欢著. —北京：中国商业出版社，2013.3

ISBN 978-7-5044-8030-9

I. ①自… II. ①黄… III. ①职业选择—通俗读物
IV. ①C913.2-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第044072号

责任编辑：王彦

中国商业出版社出版发行

010-63033100 www.c-cbook.com

（100053 北京广安门内报国寺1号）

新华书店总店北京发行所经销

廊坊市兰新雅彩印有限公司

* * * * *

700毫米×980毫米 1/16开 13.5印张 200千字

2013年4月第1版 2013年4月第1次印刷

定价：35.00元

* * * * *

（如有印装质量问题可更换）

读活本书，慧由心生

黄欢嘱我写篇序，竟然想了一个月，因为似乎有太多东西要写，却千头万绪难以切入。

今天豁然贯通了。

一直以来，她把自我营销的能力融入三大特长中——演讲、辩论、表演三技俱齐，还用三大工具拓展了自我营销的空间——文字、语言、图画三能皆备。

这些貌似简单的事情的全部目的仅仅是为了“沟通”二字，太普通太不显眼的两个字。

我们从小到大学了太多的知识，却从未开设过人际互动、沟通的软技能科目，甚至没教过“会笑的孩子都美丽”的常识。

人类沟通的工具就是文字、语言、图画，表现方式正是演讲、辩论、表演。

自我营销不是单向的输出，更蕴含着双向的沟通，它会构成一个人生命中的学习力、沟通力、业务力、反应力、外表力、体能

力、鉴赏力、取悦力、表演力、整合力……

学会自我营销的人，拥有在普通的事物上发现新奇的特质。不管广告、影视、公关、主持、经纪……一切现代服务业，大凡事业有成者，几乎都与这种高敏感度的特质有关。

黄欢在电视上露脸时，言辞锋利，语速极快，其实只是为了注意力、冲击力、竞争力、记忆力。生活中的黄欢美丽、睿智、细腻、快乐、体贴、小鸟依人，绝对具有吸引力，与电视上判若两人。

可是她以前太忙了，风头很劲，待她闲适富有成就以后，似乎有点若有所失。

好在毕竟还很年轻，适当地放下，把多年的心得写入书中，把自我营销的魅力分享给更多的人，她会得到更多人的爱。毕竟，在这个世界上，女人是需要被人爱的，不只是被人理解的。

如此一本真诚的分享书，很有看头。读书读人，是为序。

九木传盛广告有限公司董事长 邵隆图

把自我营销带入你的生活

当你出现在一群人面前的时候，你是否意识到你在进行自我营销：营销你自己或是营销你带给大家的信息，营销某个产品或是营销自己的影响力。并不是所有人都有这个意识的：出现在公众面前的不少人，有人与平时私下的时候没有任何变化，有人与现场的受众没有任何互动，有人对于其他人的反应与要求熟视无睹。自我营销是一件非常有必要的事情，尤其是在很多领导或者公众人物都没有这样的自我营销意识的时候，这样的知识与技能的分享就非常有必要。所以，谢谢黄欢。

在如何做好自我营销这个问题上，我们需要解决三件事情。一是自我认同与社会认同的统一，要清楚地意识到自己是怎样的人，还有社会对我的期望是什么，这两者之间有没有差距。如果有差距，我是有意愿缩短差距，还是可以允许这样的差距。在认同问题的省思之后，我们就能对所面对的情形有比较明确的心理预期。

二是营销策略，是要表现一种包装还是体现一种本色，是要传

递一件事情的信息还是表达自己的价值观。我们的营销内容决定了我们需要采取的策略——是娱乐性的还是严肃性的，是惹人注意的还是例行公事的。

三是营销技巧，黄欢有丰富的经验与知识可以与大家分享。公众人物通常都有不少自我营销的巧妙方式，比如如何在调动人们渴望的基础上让人们得到某些实质的信息，用明确的否认遮盖信息到关键时刻才披露，用具有反差的戏剧式的表达方式让人们印象深刻，擅长借助于技术手段来表达自己的意思，有很好的合作伙伴作为现场表现的配合者，诸如此类。尽管技巧被很多人看成小伎俩，但是技巧一旦成为我们真正的技能，而且融会贯通成为一种行为模式，就可能转变成为我们通常所说的个人风度与魅力的组成部分。

有一种说法是自我营销与诚实相对立，这样的说法大多来自恐惧社交、害怕陌生人、不愿意面对其他人的冲突性关系的朋友。事实上，在生物进化史上，我们看到很多动物自然地进化出某些炫耀、表现、吸引或挑战其他动物的符号性功能。当下的时代，人们

更需要在有效传播与有效沟通中，优化自己获得资源的能力。自我营销是我们作为成熟个人应该具备的一种社会性技能，对自我营销的一些误解在很大程度上是因为陌生，不了解自我营销的本质是诚实、有技巧地与他人对话。

自我营销越来越重要，然而，我们的家教体系与正规教育体系对这种能力的训练长期缺失。在这样的背景下，如果有一些像黄欢写的这样轻松易读的小书带给大家这方面的知识，真的是一件好事。

零点研究咨询集团董事长 袁岳

目录 CONTENT

001

第1课

胜在诚恳直白

随时随地随便谁 002

简单方能被贯彻 012

看到比想到更具号召力 018

031

第2课

启动情感按钮

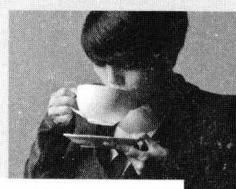
你可尝过笑容的味道？ 032

你开酒庄，我开情感银行 038

说你的好，不如懂他的爱 043

要选会欣赏你的人表白 050

TS



057

第3课

价格暴涨的秘密

性感是第一增值利器 058

你的行情你来定 065

试试看，打包卖如何？ 072

香比花更值钱 078

085

第4课

蹦出来，甩开对手！

对非独特销售主张说“不” 086

过剩时代，你需要创造一点稀缺 093

定位上的马太效应 098

你还不够资格低调 105

CONTENTS

目录

111

第5课

逆向恰是新方向

狠角色未必不是好角色 112

一无是处反变独到之处 120

真正的征服本来就是一个妥协的过程 126

不要低估了认错的营销价值 132



第6课

人性凸于微妙处

被锦上添花好过被雪中送炭 142

结局往往已写在你出发的姿态上 150

仪式感让人无法拒绝 159

没人稀罕你群发的爱 164

第7课

死去活来飙时间

和时间赛跑 172

高低起伏皆有戏 181

现在就把未来卖出去 187

死法决定活法 194

THE FIRST 第1课

LESSON

胜在诚恳直白

随时随地随便谁

简单方能被贯彻

看到比想到更具号召力

随时随地随便谁

刚入社会时，就听人说营销无所不在。但怎么个无所不在法，却总是模模糊糊，不甚了了。很多东西，在你亲自经历和感受到之前，它真的就只是一个概念，宛如镜里的花朵、水中的月亮，你大概知道它的存在，却体会不到它的香味或皎洁。

直到十六年前那一次偶然的际遇。一位营销界的老前辈，甚至没有多费口舌，仅仅借用他的办公室，带我们走了那么一圈，在他自己都未察觉的情况下，为我上了一堂最生动的自我营销入门课。

这节课，甚至影响了我未来人生道路的选择。

这节课，短短一小时。十六年过去了，当日的细节仍历历在目，甚至我敢说，这种记忆将延续一生。

这节课，让我深深地记住了这位老师以及他每个时期的代表作品。以至于，向英国友人介绍上海世博会海宝形象的出品源于这位老先生的时候，我

娓娓道来如数家珍。以至于，当我十六年后，再见老师，与他并肩坐在头脑风暴的专家席上时，仍画得出他的作品。

这位老师，叫邵隆图。

我给想做好自我营销的朋友一个建议：有机会一定要去邵隆图老师的办公室参观一次。去得越早越好！

一次就够了，你会立即就懂了什么叫营销无所不在。随时随地随便谁，只需站在那里，无须太多言语，办公室中的精髓自然而然地组织成了一个场域。你的入门课于润物细无声的各种细节中，自动完成。

是轻松愉快又受益一生的一堂课。

无法亲临的朋友，请借我的文字感受一下，那是十六年前了……

丨 他山之石1：无处不在自我营销的办公室 丨

当时刚参加工作不久，对营销只是略知皮毛，一次去朋友公司帮忙，恰巧他们要带客户去拜访邵隆图老师。之前看过邵老师的《智慧宣言》，心生仰慕，于是跟着去了。

那是一栋住宅公寓里两套打通了的单元房，不起眼的外观。但从进门开始，你就一分钟也无法分神，它以它特有的方式让你主动成了一个参观者和学习者。它的每一个细节都在和你对话。

■ 进门的“转向”脚印

没有设正式的前台，却有一个类似导游小姐的解说员，引导我们参观办公室。门口，映入眼帘的是一块地毯，上面烙着两双面对面的脚印，中间写着“转向”，大家兴致勃勃地先把脚放到顺着我们进入方向的脚印里，然后跟着转身，再放到对面的脚印里，意喻“当我们开步前，请把立场一起转向消费者”。我们平常总说同理心、换位思考，但很少有人这么生动化地一进门就把这种概念通过你自己的一个身体动作强加给你。

■ 智慧墙

门一侧的玄关墙上写了很多很小的字，旁边放着一个放大镜，我们本能地好奇，干吗把字弄得那么小？到底写些什么？于是逐个去拿那个放大镜，那些一行行散在墙上的小字就是些经典的广告名言。比如罗斯福总统说的“不做总统，就做广告人”。引导我们的小姑娘介绍说“如果这些字很大，你可能视若无睹，因为太容易看到就不努力去看了。可字很小，你在好奇心的驱使下会拿起放大镜去很努力地仔细辨认，这些字反而被记住了，有时候小即是大”。想想看真的非常有哲理，她说这面墙被同事们称为智慧墙。大家没灵感的时候，都会拿着放大镜在这里瞄一会儿。

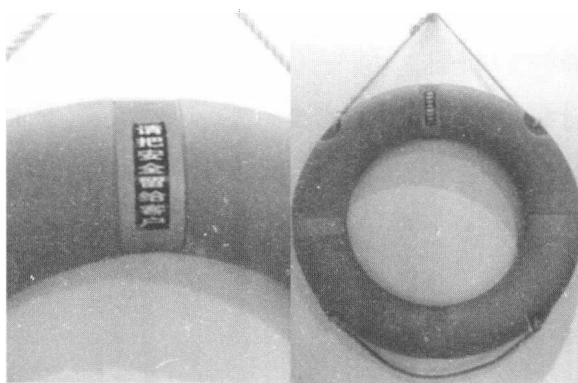
■ 同舟共济的间隔板

从智慧墙上抬眼，就看到了一艘木船。不是道具船，而是从海边渔村里

拉来的船，被竖着对半剖开只留下一侧，用来放在原来客厅的位置做隔断。取代了我们在一般办公室里看到的半高的木隔断或者是有机玻璃隔断。它用来隔开公共过道和客户服务部的办公区域，船身上写着“目标一致，同舟共济”。

■ 把安全留给客户

船头挂着救生圈，提醒进进出出的人不要忘了带上“救生圈”。也就是提醒任何策划都别忘了危机预见，必须得有第二方案和备用方案。十六年后，我再去参观邵老师的新办公室，那个救生圈仍



在，挂在一面白墙上，上贴“把安全留给客户”。试想，那种文化能带给客户多么大的欣慰？邵老师没有用立军令状的方式表决心，那个挂在一角的救生圈于无声中已完成了表白。

■ 画里有话

公司的创意部正对面的墙壁上挂着三幅内容一样的画——半杯清水。有了之前的经验，我们细细品味起来，同样的画配了三段不同的文字，分别写