

DATE: 2008年7月24日

WEEK: 星期五

WEATHER: 晴

路路◎著

“菜鸟” 从 到 销售总监

路路的营销职场日记

营销新人
必备的
职场修炼指南

1年，3家公司，营销菜鸟华丽变身销售总监
——最快职场成长之道
最一线的销售经历&最受用的营销知识

中南出版传媒集团
湖南人民出版社

首次使用职场日记形式趣解身边的营销学

从菜鸟到副总

彭征 策划 路路 著

湖南人民出版社

序：路路的开场白

我叫路路，是北京某大学市场营销专业的毕业生。我的大学生活也像你们一样，是相当快乐的，毫不夸张地说，我的学习成绩很优秀，对于学校里组织的活动也都是积极参加的，我就是那种比较活跃的人，也是在那个学生时代中，自我感觉比较重要的一个人，我有一个相处了四年的男朋友，比较帅，但是，似乎没有什么理想，对未来并不如我乐观，但是，他对我很好，会尽最大的努力让我快乐和安全，我想，这可能是每个天真时代的那女孩子对男朋友的期望，所以，我觉得我的校园生活是浪漫的、快乐的和美好的。

我的大学是国内首屈一指的名牌大学，多少挑灯夜战的花季少男少女，就是因为有了它的光芒指引，才变得更加坚强和勇敢！也正是因为此大学有着这样的名气，我和我的同学们就从来没有发愁过自己找工作的事情。尽管人们老早就当作经典地疯传“毕业就是失业”的理论，但是，真正把这话当成一回事的人其实并没有几个，尤其是在我们 XX 大学这样的学校里。

我和我的同学们一样，在校园里看不到外面的世界，于是，更加相信影视剧作中的美好生活就是我们将来的生活，我们统统好高骛远，自以为出了校门，我们依然是人外人、天外天，以为自己还是精英，我们应该过上传说中的那种幸福的生活——来往于高档写字楼和高级公寓之间，职场上，春风得意，潇洒自如；生活中，自然是想要什么有什么，不管是吃还是穿，都不再是需要考虑的问题，过着典型的“小资”生活，并且，可以开始对生活有自己的主张……但是，走出校门，我们才明白，现实生活并不如我们想像的那样完美和简单，现实生活中有太多我们根本不愿意面对的问题，如果你不经历这个过程，你一定不会懂，人变俗是一个必然的过程，俗原来还有另一种解释，那就是——现实与成熟。如果你不面对生活，你永远不知道生活中还有一个最最常见的词语，叫做残酷。

我和梦玲抱着装帧精美的简历，穿梭于各个招聘会，曾以为只要把 X 大学这块招牌拿出来，就等于给自己打上了“精英”的标记，任凭再大浪淘沙的形势，那都不在话下，再是茫茫人海，也必有我们熠熠生辉的存在，但是，不幸的是，不管是我们是毕业于 XX 大还是 YY 大，都被招聘单位委婉地拒绝了。大多数单位都招聘的是有工作经验的，而对于应届毕业生，用招聘单位的话说，他们没有时间和精力去培训人，他们需要的是立即能够投入工作的人，那些人才是他们所谓的“人才”，才能做企业的顶梁柱。

我和梦玲用了两个月的时间跑招聘会，同时，也在网上海投简历，一般符合条件的职位都投了，不太适合的也抱着试一试的态度投了。不过，石沉大海的是情况是绝大多数，面试机会很是寥寥。也正是这样的经历让我对每一次面试都倍加珍惜，终于，在经过三次郑重其事的面试之后，我在一家规模不小的超市里上了班，成为该超市市场部的助理，为此，我和死党梦玲饮酒庆祝，并发誓一定要在北京闯出一片自己的天地。

而我的男友，顾之阳，早在毕业之前的一个月，就在一家网络公司做了业务员，毕业后，也没有找新的工作，继续留在了那里，他对工作很少提起，这使我常常看不出他对于这份工作的态度与喜好，只是，好多时候，觉得毕业之后，顾之阳就慢慢得变了。梦玲说，他变得成熟了，我却并不太确信。我对顾之阳，也许并没有我想像的那样了解。

目录

第一章 大超市里的小精灵.....	1
第二章 我被外企撞了一下腰.....	15
第三章 饿着肚子跳槽.....	24
第四章 小子们都想当老板.....	40
第五章 情场与职场.....	60
第六章 该死的金融危机.....	72
第七章 我的第一个一百万.....	85
第八章 福音从西安来.....	104
第九章 从末路到新生.....	117
后 记.....	134

第一章 大超市里的小精灵

从来没有发愁过上了大学找不到工作，我总觉得上个名牌大学，再嫁个名牌老公，最后，再生个天才娃娃，这是人生中再简单不过的事情。

其实，我对于白领生活的理想来自于儿时，我以为，只要长大了，上了大学，然后，便会过上电视剧中演绎的那种白领生活，那种浪漫的、几乎不用再为什么发愁的生活，直到，我真的经历了大学之后的社会之初……

2008年8月15日 星期五 晴

其实，像雍和宫这样的招聘会并不是求职者理想的去处——招聘现场太小，而且，到那里去招聘的单位也并不“知名”或者“具有广阔的发展空间”，到那里前去招聘的企业，都是一些“不健全”的小公司，对于一个求职者来说，这种企业的工作，顶多是一个实习的地方，或者是个落脚地，这样的招聘机会对求职者来说，更像是鸡肋——弃之可惜，食之无味。

我和梦玲完全是被现实逼疯了，房租该交了，而且，平时的日子也太拮据了，既不能向老爸老妈伸手要钱，又没有找到可以收留自己的地方。老是觉得对不住别人也对不住自己，在学校时“花钱如流水”的日子一去不复返了，生活有点暗无天日。于是，在国展、农展这些大一些的招聘会“闭门”的时候，我们还是不失时机地到雍和宫走了一趟。

一样是人来人往，并不比国展、农展冷清，相反，也是挨挨挤挤，摩肩接踵。根据当时的情况估计，每一个招聘单位的展位上应该有至少5个以上的人在咨询和交涉，有的招聘展位前甚至是里三层外三层，被围得水泄不通。当然，这阵势对我和梦玲来说不算什么，多挤的招聘会我们都去过了，这简直就是“小菜”。这样的场景对于每一个大学刚毕业的学生来说，都不算什么，毕业之后的职业生涯，哪个不是从这拥挤的招聘人流中穿梭过的，哪个不是从这里三层外三层开始明白找工作和历史上的“黑奴贸易”并无两样的？

找工作也是交易的一种，只不过这种交易很多时候貌似档次稍高一些，有了什么学历、能力等等一些看上去很有IQ、EQ含量的东西在里边。

转了一圈之后，对于前途突然不那么迷茫了人。通过招聘单位所要招聘的职位情况来看，销售类的人员是需求量最大的，好多公司都是需要招聘10到20个销售人员，而真正诚心实意想要应聘这个职位的，往往少于预期。倒是那些招聘什么行政助理、前台、经理助理、文字编辑等等文职的单位，往往是需要招聘一名，结果展位前足足有二三十名投简历的，场面非常壮观。

足以证明，市场对于我们这些市场营销专业的人的需求，是一种**充分需求**。而由于大多数人不太喜欢干这一行，因此，市场上对于营销人员的需求甚至是**过量需求**，多多益善。而对于那些行政、助理、编辑等人的需求则是快要饱和了，基本上到了**无需求**的地步了，而即使还有一些需求，也是越来越弱了，基本上都处于下降的状态了，这也是另一种需求——**下降需求**。

我和梦玲也胡乱地投了简历，基本上不管有戏没戏都虔诚地递上了我们精美的简历，呵呵，我想周一就应该有人打电话给我们吧，因为我们是X大的高材生，我们是专业的。

心里这么自信地想着，今天也就晃过去了。周末了，不妨也休息一下，郁闷的心也该休息一下了，累坏了！

【营销学名词正解】

◆ 充分需求

是指某种物品或服务目前的需求水平和时间等于预期的需求水平和时间的一种需求状况。

◆ 过量需求

是指某种物品或服务的市场需求超过了企业所能供给或所愿供给的水平的一种需求状况。

◆ 无需求

是指目标市场对产品毫无兴趣或漠不关心的一种需求状况。

◆ 下降需求

是指市场对一个或几个产品的需求呈下降趋势的一种需求状况。

2008年8月20日 星期三 晴

出乎我的意外的是，一连几天都没有接到公司面试通知。绝对超出了预期，这结果真有点让人悲观。

好在皇天不负有心人，昨天中午我接到了一家叫做 C-market 公司的面试通知，职务是市场部助理。

在经过了几次三番的笔试和面试，今天上午 C-market 的某女操着甜美的嗓音通知我上班，那一刹那，我内心是矛盾的。说实话，这份工作对于我来说，并不是很理想。我的理想是进入世界 500 强去做很牛的销售员，然后再做销售经理，再做到销售总监——再远还没有考虑。但是，正如梦玲所说的那样——你以为 500 强是养闲人的地方啊？——尽管你也不一定是个闲人。

最终，C-marke 就成了我一个无奈的选择。没办法，谁叫我没有任何销售经验呢。

这是我来 C-market 的第一天，既没有明亮的办公室，也没有宽大的办公桌，而是在一个还算整洁的小办公室里给了我一个“硬座”，然后，我的经理扔给我一本叫做《客户资料登记簿》的东西，让我用 EXCEL 把这些东西整理一遍。我翻开那个本子，立马就有点头大，那登记簿上密密麻麻地记录着客户的各种信息，甚至包括他们爱看的电影，爱吃的食物，爱旅游的城市……我一面为这厚厚的一本登记簿头大，一面暗暗佩服 C-market 工作人员的细心，如果追溯到源头，我甚至佩服他们管理者的细节管理。

我的经理是个女的，名字叫肖易，她穿着笔挺的职业装，留着简洁的短发，配着一副严肃俊俏的瓜子脸。外貌将她的理性表现得淋漓尽致，表现出一种拒人于千里之外的作风。看到他时我就有点面对死亡的沮丧。在这个据说很命脉的市场部，她就是一把手，而我作为一个“管理培训生”，暂时就是她的助理。如果她本人如同她的外表一样让人觉得冬天不曾离去，那我就是案板上的肉，她就是随时会落下来的刀。

整理客户资料并不是一件简单的事情，不仅仅是因为登记簿上的字太密太潦草，还因为客户的资料太过齐全——尽管很多时候这不是个坏事。

下班的时候，我交上自己整理的不到五分之一的劳动成果给肖易，满以为她会为我进入公司的第一天就以这样的热情和态度去工作而高兴。但没想到，她看了我整理的东西之后，脸色很难看。

“让你整理，并不是让你删除！”她似乎是压着火气。

“我觉得这些客户个人的习惯之类并没有多大价值，因此就没有整理进来。”我为自己辩解。

“你一点客户观念都没有，怎么会做好销售工作呢？”她似乎对我很鄙视，“你知道什么客户观念吗？”

我似乎在课本里学过，但还是“谦虚”地摇了摇头。

“客户观念就是要把客户放在第一位，任何时候都要为他们着想，要了解他们，让他们到这里购物觉得自己是受人尊敬和重视的，让他们有那种满足感，这才能赢得他们的心。”

肖易最后说：“很多时候，客户需要你像对待一个熟悉的朋友一样对待他，重视他，对他了解并且给他们无微不至的关怀。说白了，你在心里得时时把他放在第一位，这样他才能够平衡，而为客户这样全心全意地服务，才能形成**客户观念**。”

我心里有些震惊，想不到她居然在理论上一套一套的。

【营销学名词正解】

◆ 客户观念

是指企业注重收集每一个客户以往的交易信息、人口统计信息、心理活动信息、媒体习惯信息以及分销偏好信息等。根据由此确认的不同客户终生价值，分别为每一个客户提供各自不同的产品或服务，传播不同的信息，通过提高客户忠诚度，增加每一个客户的购买量，从而确保企业的利润增长。

2008年8月23日 星期六 晴

周六一般都是商场最忙的时候，作为明星超市的C-market当然也不例外。

这是我来C-market的第三天，正在为整理客户信息的工作忙得热火朝天的时候，肖易却把我安排到了超市的交易区，去帮助促销员推销产品，用肖易的话说，这应该是我的强项，也正好让我锻炼一下，把学到的东西真正用到实践中去。

这就是实践，对我来说，再简单不过，我从三岁玩过家家的时候，就扮一位杂货店的售货员，受此影响，曾有段时间当一名售货员就是我的伟大理想。

今天的人特别得多，和工作日的五天人数总和差不多。我很兴奋，我喜欢人多，这样我就能漂亮地完成今天的任务了。

“等这一天很久了，”我在心里这样对自己说，不禁对着超市里货架子上明亮的玻璃做了一个胜利的笑容，刚好被过往的顾客看到，这臭美的一幕让我的脸一热，真是尴尬啊！

我今天主要是跟卡尼尔化妆品专柜的女孩一起负责这个品牌的销售工作。卡尼尔并不是一个高价位的化妆品牌，比较适合普通老百姓。由于我本人也在用这个牌子，因此，了解的还是比较多的。

其实，到超市里来的人，买的最多的还是一些食品，或者是家里的日常用品，人们买化妆品一搬喜欢到大商场或者专卖店，似乎同一款产品放到那些地方，档次就不一样了。虽然这是个消费误区，但是，人的消费动机在很大程度上往往取决于消费心理。

关注卡尼尔的大多是年轻的女孩子，以大学生居多，她们看好的是卡尼尔的价格，学生嘛，还没有独立，还是过着衣来伸手，饭来张口的日子，因此，为了多买一件漂亮的衣服，多买一个漂亮的手袋，多看一场电影，自己就会在别的地方省钱，而年纪轻轻，皮肤也好得让人嫉妒，自然不用太过名贵的化妆品，因此，卡尼尔是个不错的选择。

我的搭档女孩子似乎不太喜欢招徕顾客，她站到一边，只是等到有人过来问，她才慢吞吞地给人家介绍一下。我看她那样我都替她着急，怪不得卖不出东西去呢！我也不管她了，站在柜台前，对着来来往往的顾客大声招呼着：“看一下卡尼尔，植物配方，滋养皮肤，价格优惠。”用这种方法也招来了一部分顾客，当然，这其中也有一些人是不好意思拒绝我的热情。我很卖力地给顾客介绍，尤其是我自己在用，我就可以直接告诉她们哪一款使用后是什么感觉，不同款的区别在哪里，讲得很是详细，不一会儿，就卖了好几套。

等到下午，我的搭档似乎也被我带动起来了，我们俩一起向来来往往的人介绍产品。

我们俩的热心加上细心，终于打了个漂亮仗，临下班的时候，那女孩对我好得不得了。看来今天是有了成就了，我心里窃喜。

销售产品，一定要有一种观念，顾客很多时候都对于是否购买某种产品犹豫，这时候，如果你能够向他介绍产品，使产品的功能全部展现出来，顾客便会因为这个产品有价值而出手，这种观念就是**推销观念**。

我真正理会了推销观念的意义，这算是我今天的最大收获。

【市场营销学名词正解】

◆ 推销观念

推销观念也称销售观念，是为许多企业所采用的另一种观念。它认为，消费者通常表现出一种购买惰性或抗衡心理，如果听其自然的话，消费者一般不会足量购买某一企业的产品，因此，企业必须积极推销和大力促销，以刺激消费者下决心购买该企业的产品。

2008年8月24日 星期日 晴

很多人都喜欢周末，因为周末代表着阳光，代表着郊外新鲜的空气，代表着商店里花花绿绿的时尚衣服，但是所有的这些似乎都与我无缘，周末是超市最繁忙的时候，大群的人像归巢的蚂蚁，或陆续赶来或蜂拥而至，提着购物篮，推着购物车，将货架上的东西使劲往里塞，那种感觉似乎是这些东西都不需要钱，有的老太太还在为没有抢到某特价商品而懊恼不已，向促销员喋喋不休地抱怨特价商品太少，应该多准备一些等等。我对这些没有太大的兴趣，课堂上教授讲的那些市场营销理论都在慢慢稀释，做一名世界级销售员的激情快要消失得无影无踪了。

但是今天有些例外，我突然喜欢上了协助促销员进行促销这项工作，因为我发现昨天“乐事薯片”的促销大妈不见了，取而代之的是一张新面孔，确切地说是一个阳光帅哥促销员，当然，还是没有顾之阳帅，但是，能在肖易的高压下遇到这样一张面孔，也算是在我残酷的生活中有了一点安慰了。

我一边查看着货架上的货物一边慢慢朝那个帅哥促销员的方向移动过去。我不是那种很善于跟帅哥搭讪的人，所以心里一直在嘀咕着是不是需要跟这个帅哥促销打个招呼呢？

“小姐！能帮一下忙吗？”不会吧，帅哥促销正在向我招手，我也不知道在熙熙攘攘的人群中他是怎么看到我的。

“什么事？”我内心一阵狂喜，但还是很礼貌地应答他。

“能帮我把这些彩页发给大家吗？”我还没有来得及拒绝，一大摞宣传彩页已经在我的手里了。

“你倒真是不客气啊！”我懊恼地嘀咕了一句，也就开始帮着干起活来。

人不是很多的时候跟他攀谈了几句，原来他们公司为了扩大产品的销售，增强了在这个地区的促销力度，不仅增加了在超市的铺货量，增加了促销员，而且在周边社区都进行了广泛的宣传，散发了很多宣传册，并且开展了免费品尝、有奖问答等活动，他们的目标就是要在该地区占有最大的市场份额，这不正是我们在市场营销学中学过的**市场渗透**概念吗？

我不知道这个帅哥促销员有没有学过市场营销学，但可以肯定的是，他们老板是懂市场的，也懂得赢得市场的方法，先赞一个。

下班的时候，才感觉到胳膊一阵酸痛，看来真是卖了力气了，我自嘲一番，突然有些想念顾之阳，几天不见他了，不知道他的工作有了怎样的进展，我该问候他一下了。

【市场营销学名词正解】

◆ 市场渗透

市场渗透就是企业通过改进广告、宣传和推销工作，在某些地区增设商业网点，借助多渠道将同一产品送达同一市场，短期削价等措施，在现有市场上扩大现有产品的销售。

2008年8月27日 星期三 晴

今天又是一个好天气，我的心情也随之大振，工作是辛苦了点，但是，希望却从未在脑海里消失，这是这个我学习生活过四年的城市给我的希望。任何时候，都不放弃这仅有的希望。

“小路，你今天去收银台吧，体验一下收银的工作，然后写一篇工作总结上来”，肖易不在，另一位胖乎乎的经理便给我安排任务，他似乎满脸都堆着微笑，和蔼可亲的像“团团圆圆”。面对他这样貌似和蔼可亲的面孔，任何一个人很难将拒绝的话说出来，否则都对不起他这一脸的笑容。

超市的人慢慢多了起来，收银台也开始排起了长队，我们忙了起来。但越是忙，找零的工作量越大，有时候我不得不去其他收银台兑换一些零钱过来。

队伍的最前面是一个老太太，她将东西一件一件地放到收银台上，今天带我的收银员不断地扫着东西上的条码。

“一共是一百零三块一毛八，收您一百一十，找您……”

收银员的话还没有说完，老太太突然打断了她的话“等一下，我有零钱，不用找零。”

当我们正在为这位善解人意的老大妈感到骄傲的时候，却发现老大妈将包翻了一个底朝天也没有找到零钱，但是老太太似乎还不甘心，她继续在搜寻着包的每一个角落。

由于排队的人很多，后面的顾客开始不耐烦了，收银员在用焦急而期待的眼神看着这个老太太，恨不得把手伸进老太太的包里帮他把钱找出来。

这时，在后边等候的顾客已经十分不耐烦了，纷纷议论起来，一位年青小伙子大声冲收银员喊：“到底差多少钱？算在我的商品里，让他快走！我们还要回家呢”，还有一位说：“不就一百多块钱的东西吗，我来买单，算我送您的礼物吧，不能让大伙都等在这儿吧！”，后面的顾客听到后也都大声吵嚷起来。就在这个时候，老太太还真把零钱找了出来，大家终于歇了一口气。

我们不难发现超市里的很多东西的价钱都有一个尾数，很少商品的价格是一个整数的，这个在市场营销学里叫**尾数定价**，因为带有尾数的商品总是会给人一种便宜的感觉，比如99.99元，感觉要比100元便宜很多，其实他们只差1分钱而已。另外尾数定价还有给人一种价格比较准确、比较真实的感觉，所以很多商家都会采用尾数定价。不过，这种定价也有一个弊端，那就是找零太麻烦了，对收银员的耐心也算是个不小的挑战吧。

【市场营销学名词正解】

◆ 尾数定价

尾数定价又称奇数定价，即利用消费者数字认知的特殊心理制定带有零头的价格，使消费者产生价格较便宜的感觉，还能使消费者产生卖主定价认真的印象：有尾数的价格是经过认真的成本核算才得出来的。这样，就容易使消费者对定价产生信任感。

2008年8月31日 星期日 晴

照例是周末的促销活动，很多的人，很多的货品，不但顾客有点眼花缭乱，就连我们工作人员也有点晕头转向，每个周末实在是太忙了。

促销的方法有很多种：直接降低价格、捆绑销售、买赠等等这些都是常用的方法。

这周我负责 JN 保鲜袋的促销活动，带我的人据说是超市里一位八面玲珑的促销员，能够审时度势，处理各种紧急情况。能够被这么一个含金量极高的人带着，心里倒是觉得踏实，我心想这下可以学到经验了，像我这样刚刚毕业走上工作岗位的人，最需要的就是与人交往的能力了，这种能力直接决定了自己在工作中的表现和状态。

本次的保鲜袋促销活动是捆绑式销售的，三种不同规格的保鲜袋捆绑在一起，售价是 18.5 元，而在平时这个价格仅能买一大一小两个规格的保鲜袋，现在的价格也就是相当于买一大一小两个规格的保鲜袋时，赠送一卷中号保鲜袋。的确是个不错的优惠活动。

由于保鲜袋用起来比较方便，而且现代家庭的生活品质都提高了，追求更加方便卫生的生活，随之对保鲜袋的需求量也是越来越大，所以，总的来说，保鲜袋的销量还是不错的。JN 这次的活动因为特别超值，所以，购买的人比较多，到中午的时候，货架上的 120 份捆绑保鲜袋已是所剩无几，我到库房里又般来一些，摆到了货架上。

下午的时候，人似乎比上午还要多，我和那位八面玲珑的促销员一面招呼着顾客，一面简单交流几句，总之，她给我的感觉是圆滑世故，对突发情况应对自如，不过，她有点凶，因此我在她面前变得有点拘谨，我觉得之前我对她的期望太高了，我根本不会在她那里学到更多的东西，因为她的好多做法我是根本不太认同的。

一位五十多岁的阿姨来到保鲜袋的货架旁，我热情地招呼阿姨，向她推荐这一款促销装的保鲜袋。她一时似乎也拿不定主意，比较来比较去，还是不知道拿哪个好。我耐心地给阿姨比较这些商品，这时，我那八面玲珑的促销员大姐不太满意了，她冷冰冰地对阿姨说：“这么合适还不买一个回去，错过了可就没有了。”

那阿姨并没有觉出她的不满意，精力全集中在保鲜袋上了，一边应答：“是啊，真的是很便宜，不过我家还有小的和大的，只是缺这么个中号的，买这么多还真是没用。”

“那自个儿看着办吧，”这姐姐也不知道为什么这般视阿姨为眼中钉肉中刺，她抛下这句话就走了，再也不理阿姨这茬。这阿姨一下子愣住了，她上帝的地位受到了挑战，自然心里是非常不舒服，但是，看得出来，她还是一个素质较高的人。

我忙说“阿姨，您慢慢比较，一定要选个合适的。”

也许是我的态度比较好吧，最终阿姨还是买了一个促销装，不过，临走时那阿姨说：“你们那个促销员的素质也太低了，这样对顾客还能指望买东西吗？”

阿姨走了，还是人来人往的场面，我又投入了新一轮的工作状态，不过思想倒是开了点小差。促销不管是用哪种方法，总之是需要人为去沟通的，只有良好的沟通才能够激发潜在客户的购买欲望，从而使交易活动能够正常进行。真心诚意地和顾客交流沟通，最终让目标商品卖出去，这就是**促销或促进销售**。

下班走在路上，还在想那个被“神化”的姐姐怎么会那样素质低下，难道这是一个圈子的问题？还是想不明白，慢慢观察吧。

【市场营销学名词正解】

◆ 促销或促进销售

促销或促进销售是企业通过人员推销或非人员推销的方式，与潜在顾客进行信息沟通，引发并刺激顾客的购买欲望，使其产生购买行为的活动和过程。

2008年9月1日 星期一 晴

周一，肖易放我一天假，我大喜过望。

说实话，自从进入了C-market，我就没有怎么好好休息过，因为超市的工作和别处不一样，周六日是最忙的时候，而我，虽然并不是超市里的促销员，但是，最近一段时间我被肖易安排在超市实习，因此，也得按照超市里的作息时间来安排自己。

最近一段时间老是在超市里卖东西、收银，倒是练习了不少的基础本领，对于理货、收银、促销等各个环节都比较熟练了，经理肖易似乎对我很满意，而那个胖经理对我也一向比较和善，因此，自觉工作倒是有了一定起色。

梦玲去了网络公司搞公关，日子过得似乎不错，这姑娘，除了长着一张精致的小脸之外，脑袋也是极其好使，因此，工作起来压力并不是很大，而且她作为一个新人，并不会领到太多的任务，这使她的日子过得很是悠闲，而我则像一个被生活折磨过很久的人，简直就是风雨沧桑的感觉。

梦玲请到一天假，然后，我俩去逛街。

西单是我俩上学的时候就非常喜欢去的地方，因为不单是那里的几个知名商场里有许多价廉物美的东西，而且边上的一些小店也是我们的最爱，到那里去往往会有意想不到的收获。

梦玲看上了一套衣服，黑色的裙子和白色的短袖，简简单单，但是穿上却极有气质，不过价格有点高——800元，对于我们刚上班的这些人来说，还真不是个小数目。那导购极有耐心，我们说价格太高的时候，她便微笑着说，那您再试试其他的，一边说，一边把其他几个款式的衣服递到梦玲手里，还一个劲地说：“没关系，即使您不买，也可以试试，不试根本不会知道哪种款式哪种颜色适合您。”

我估计梦玲也是怀着一种“反正试试也不要钱”的心态，她一件一件地试，一边试一边比较，嘴里还不停地边说边说那，那阵势，就跟在自己家的衣柜前选择衣服一样。导购丝毫没有显出不耐烦的样子，她一直那样微笑着，把一件件衣服递到梦玲手里，又把一件件衣服从梦玲手里接过来。许多时候，我都替梦玲捏把汗，生怕那导购一怒之下会赶我们走。我常常会遇到那种蛮不讲理又极不耐烦的导购，有时候甚至会对顾客破口大骂，而今天的导购真是让我见识了一流的服务态度。

梦玲把这家小店的衣服试了个底朝天，除了那一套800的，还是没有更喜欢的，我们抱歉地对导购说，实在是不好意思，没有我们喜欢的。那导购还是一脸的微笑，“没关系，您再到别的地方看看有没有合适的，欢迎再次光临我们的店。”

我们又逛了好几个店，还是没有淘到什么宝贝，最终，梦玲咬了咬牙，还是回头买了那套800元的衣服。那导购一如继往地微笑，一幅宠辱不惊、训练有素的感觉。

最后，那导购让我们在她们是客户资料里做了一下记录，我们发现，在他们的记录里，除了有客户的姓名、职业等基本资料外，还有关于客户的爱好，对于时尚的感悟，对于服装款式颜色的偏好以及一些订货信息。而且，更为巧妙的是，在客户的记录里，有送过小礼物的记录。

企业中，我们讲管理，市场营销中，我们同样也要有管理，尤其是对于客户关系的管理。这家小店虽然很小，但是，却能对顾客的各类信息有一个清楚的记录，通过这些记录，这家

小店还可以掌握常到店里来的顾客的喜好，决定进一些什么货，同时，顾客也觉得自己受到了尊重，皆大欢喜，这就是**顾客关系管理**。

【市场营销学名词正解】

◆ 顾客关系管理

顾客关系管理：起源于 20 世纪 80 年代初的“接触管理”（Contact Management），即专门收集整理顾客与企业相互联系的所有信息，借以改进企业经营管理，提高企业营销效益。它既是一种市场导向的企业营销理念，同时也是面向顾客优化市场、服务、销售业务流程，增强企业部门间集成协同能力，加快顾客服务的响应速度，提高顾客满意度和忠诚度的一整套解决方案。

2009 年 9 月 3 日 星期三 晴

王姐是超市里年龄比较大的促销员，但是我俩似乎颇为投缘，休息的时候，我常常去找她聊天，她是蒙牛集团的促销员，单身，有一个 8 岁的女儿。

中午的时候，超市里的人多起来了，有一位顾客从王姐那里买牛奶，只听王姐惊奇地说：“是你呀？！今天怎么有功夫出来？！”

我循声望去，只见一中年妇女，打扮得很利索，看到王姐也是吃了一惊的，表情却有点不自在，和王姐寒暄了两句就匆匆走了。我只当她是王姐的熟人，并没往心里去。

下午下班我和王姐一起走，她在路上给我讲了一件事情，就是关于中午那个打扮利索的中年妇女的。

原来，几年前，王姐和那中年妇女同在另一超市上班，当时，那中年妇女是超市里的一小主管，趾高气昂，见人总是爱搭不理的。暗地里，超市里的促销员都叫她“冷面虎”。

一天，超市里新到来一批电饭锅，就在大家忙着往库房里搬的时候，趁着混乱，“冷面虎”就往自己的柜子里塞了一只电饭锅进去，然后若无其事地指挥大家继续搬，到最后点数的的时候，发现少了一只电饭锅，送货的人说不少，当时装货的时候数得很清楚，但是，那“冷面虎”就咬定货物数目不对，最后没办法，供货方只好自认倒霉，不了了之了。

但是过了没多久，又发生了一件事情，这件事情硬是断送了“冷面虎”当时如日中天的事业之路。

原来，在一个下雨天，商场里的电力不足，出现了短暂的停电，当时刚好赶上交接班时间，人又多，一下子，整个超市都变得异常混乱。“冷面虎”拿着一张不知怎么搞来的家电发票到售后服务那里说她有顾客要退货，而商品正在超市里试，售后服务人员一看是领导亲自来办退货，自然是不会怀疑的，很快提供了退货小票，然后她自己又开了退货单，找相关人员签了字，等一切都办妥了，一部价格为 999 的 DVD 就落入了她的手中。

过了一段时间之后，不知是谁发现了失踪的 DVD，当时正逢超市换了领导，要彻底查一下超市里的情况，于是，这件事情就这样被一步一步查出来了，自然，从此以后，“冷面贡”就丢了饭碗。

听完这个故事，我对那个利索妇女的印象立刻发生了 180 度的转变，我暗下决心，只要我干一天营销，我就一定遵守营销道德。

如果说道德是一个人必备的一种素质，那么，**营销道德**就是营销人员在工作过程中必须具备的一种道德，不亏心，不损人利己，一切正当合理就是道德；而对于企业来说，不欺骗顾客，不以己之力为自己谋利益便是营销道德。

【市场营销学名词正解】

◆ 营销道德

营销道德是调整企业与所有利益相关者之间的关系的行为规范的总和,是客观经济规律及法制以外制约企业行为的另一要素。

2008年9月5日 星期五 晴

我想,肖易今天是真的怒了!

本来今天肖易来的时候挺高兴的,这连我都感觉到了,她是个不会笑的人,唯一能表明她心情好的就是多说两句话,只要她能对同事多说两句话,说明她今天的心情肯定是在状态的。

但是,遗憾的是肖易的这种好心情没保持多久就消失了,由于我最近在超市里实习,所以总是看到肖易有事没事也到超市里边转一圈。

今天一早生鲜熟食区就挤满了人,原来海报早就发出去了,尤其让人振奋的是今天生鲜熟食的折扣很多,因此,一大早人们就都跑来了,那些上了年纪的老大娘老大爷们,一早就拿着自家带来的环保袋,挤在最前面,挑挑这个,又拣拣那个,一看就是真买主。

这么多人需要购物,计量处自然就热闹非凡了,但是,似乎计量员没有顾客这样的兴致,他们懒懒散散地称重,懒懒散散地把价签贴到袋子上,一边还聊着不着边际的大天。

肖易就是在这种情况下出现的,她一来到计量处就皱起了眉头,但是她还是强压着火气了,只是要求大家动作麻利点,强调很多顾客都在等着称重。计量员们一看来者不善,也进入了工作状态,但是,最终一件事情还是让肖易的火气爆发了。

她走到一个计量员面前,那个计量员正趴在电子秤上写东西,看到肖易只是打了个招呼就又趴下去写了,肖易就让她离开电子秤去边上写,但这个计量员似乎并没有放在心上,不以为然,半天也没挪动,肖易一下子就怒了,劈头盖脸地就是一顿臭骂,当时我都傻了,那个计量员也傻了。不过,肖易有一句话倒是说得非常在理“你以为这不是自己家的东西就该不爱惜吗?你以为你这样损害公物就是理所当然的吗?”那计量员也是理亏,自然也不敢搭话了。

肖易也不让我在超市实习了,召我回办公室给她准备培训资料,她要做全体员工关于爱护公物的培训会。雷厉风行,这是我今天看到肖易的另一面,除了工作认真之外,她还是个当机立断的人,对于这一点我是佩服的。

做生意都是需要成本的,成本为一块钱的东西,卖到五块就挣了四块,但是如果成本增加到两块,那利润就只有三块钱了。我们在一个企业里,一切的办公用品都是成本,损坏了办公用品就是增加了成本,自然收益就会减少,在市场营销学里有一个词叫做**资产收益率**,正是纯利润和资产量的一个比值的百分比,我想,如果明白了这一点,对于公物管理者也应该加大管理力度了吧?

今天发现,惹怒肖易是一件可怕的事情。

【市场营销学名词正解】

◆ 资产收益率

资产收益率是指企业所创造的总利润与企业全部资产的比率。其公式是:资产收益率 = 本期利润 / 资产平均总额 × 100%。

2008年9月7日 星期日 阴

今天，我的任务是做计量工作。前天肖易刚刚做了培训，计量组的人倒是安分了不少，再也没有人敢趴在电子秤上写字了，甚至看到肖易的时候，总是会心有余悸地看看电子秤。

我对面就是卖鱼的，腥味倒是很重，但是，得忍着，要不然饭碗就砸了。

今天卖鱼的地方挂了特价区的大牌子，所以被围得水泄不通。我站在对面，光是称重就让我有点招架不住了。

突然，我听到了一位顾客生气地指责一位促销员：“不是说好了吗，要收拾干净，否则我就不要”。

那促销员也算是身经百战了，也不吃顾客那一套，她说：“你哪里说了？我怎么就没有听到？这鱼又不是我家的，你爱要不要。”

那顾客一听这话，把手里的鱼“啪”一声摔在那促销员面前，“我今天还就是要定这条鱼了，给我收拾干净，这次你总算是听到了吧？”

那促销员一愣，旁边的人也对她很是不满意，围观的人甚至开始为这位顾客打抱不平，并且有些人已经开始把手里挑好的鱼又放回了原地。那促销员也不好再说什么，那促销员满脸不高兴地把收拾好的鱼扔到顾客面前，顾客倒是什么也没说，但是记住了她的名字，那阵势，估计是要投诉了。

肖易下午来到超市里，说是检查一下超市里的工作，实际上是向计量组的主管宣布了一个决定，那个促销员被解雇了！

不知道肖易有没有千里眼和顺风耳，但总之她的消息是非常灵通的，那阵势，似乎在超市里，处处都有她的内线，怎么超市也有“无间道”？这世界真是深藏不露者比比皆是啊！这个女人好不一般啊，我这样想着，不由得也对自己的处境提心吊胆起来。

所谓的物价区，爱好逛街的你一定不会陌生，就是某些商品，由于种种原因，如服装过季，产品将到期等等因素，定一个相对较低的价格来吸引人们的眼球。

任何一个企业，商品可以打折、可以特价，但是做人做事最基本的原则不能打折，也不能特价，人如果把自己放到了特价区，那么离被特价处理的时候就不远了。

【市场营销学名词正解】

◆ 特价区

一般指商场里价格特别的商品的汇集处，一般都是甩卖品，能吸引消费者的注意力，提升人气。特价区个企业内部全体人员共同持有和遵循的价值标准、基本信念和行。

2008年9月10日 星期三 晴

一年一度的教师节又到了，于是，C-market 也又一次迎来了一个热闹的购物日，好多的促销活动又摆上了货架子。

现在，有些东西是越来越奇怪了，明明是老师的节日，却成为学生们攀比礼物的节日，明明是学生要送给老师礼物，但是孩子们在上课，没有时间，再说，孩子们也没有经济大权，于是，帮孩子挑一份体面的礼物就成为家长的差事。这差事，既不能不办，还不能办不好，办不好惹不起家里的“小祖宗”，所以，各个家长进入超市的时候，都是摩拳擦掌，志在必得的样子。

要说送礼，可真是个学问，就连家长给孩子选送给老师的礼物都能看出各位家长对于

送礼的研究。

有些家长买的是食品，如一盒巧克力，一盒茶，一盒咖啡等等，这些东西，没有什么收藏价值，也不能够重复利用，因此，这类商品就是营销学所说的**非耐用品**，选择这类商品的家长属于实惠型，他们并不会在生活品味上下功夫，但是却是会享受生活的人。

另一些家长恰恰相反，他们大概觉得送那些非耐用品没有多大意义，不管是巧克力、茶还是咖啡，都是吃完喝完就什么也没有了，甚至会让老师记不起某个学生曾经送过他那样一个礼物。这一部分家长大多选的是 MP3、MP4、名牌钢笔等可以多次使用，并且不易被丢弃的商品，这是我们通常提到的**耐用品**。选择此类商品的家长比较重视孩子送给老师的礼物，并且希望老师能够记得自己孩子的这份礼物，作为一种长久的纪念，是一类心思比较细腻的家长。

还有一部分家长显然是更加用心，他们选择的往往是一些诸如衣服、领带、围巾等商品，这些商品需要到不同的商店去比较挑选，因此称之为**选购品**。选择这类商品的人，往往是那些心细的女士，他们对于生活有更高的品味，不会随便打发孩子的这个差事，她们认真地对待送给老师的礼物，就像是自己送的一样。

看着家长们一个忙碌着，我一边感叹着天下父母心，一边想着自己如何才能不干这个该死的计量工作。因为我称重称得实在是太烦了。

【市场营销学名词正解】

- ◆ 非耐用品
是指在正常情况下一次或几次使用就被消费掉的有形物品，如文具、化妆品等。
- ◆ 耐用品
是指正常情况下能多次使用的有形物品，如空调、汽车、住房等。
- ◆ 选购品
是指消费者为了物色适当的物品，在购买前往往要去许多家零售商店了解和比较商品的花色、式样、质量、价格等的消费品，如儿童衣料、女装、家具等。

2008年9月15日 星期一 晴

金子终究是会发光的，我终于被派到服装区，脱离了计量那个苦海。谢谢易姐，感觉今天的你比以前都漂亮！

可惜的是，今天没有师傅带，只是我自己上场，心里有一点点紧张，生怕自己说不好卖不出东西招人嘲笑。

今天是周一，人并不是很多，我心里倒是稍微轻松了一些。我看到水果区的小李和玲玲正在小声地聊着什么；我还看到粮油区的张姐连连打着哈欠，一幅没有睡醒的样子；我又看到王姐，她似乎精神很好，手脚麻利地收拾着她的货架子。看到她，我内心就很温暖，她对我很好，像是家人一样，这让离家千里的我备受感动。

“小姐，我可以试穿这件衣服吗？”我被这礼貌的一声从思绪中拉回来，看到一位年轻漂亮的小姐正在指着一件红色上衣等着我的回答。

“当然可以，请您稍等，我帮您拿下来。”我一边说，一边把衣服从架子上拿了下來，递给她。

她穿了衣服，在镜子前比划了一会，然后又问：“还有没有别的颜色？”

“有”，我一边就去拿，“还有黑色和灰色两个颜色，我都拿过来您试一下吧。”

我拿了黑色和灰色各一件，先把黑的递给她，请她试穿。那黑色的衣服她穿着似乎很合

适，而且黑色比较好搭配衣服，这使她看上去有些满意。

“这件黑的挺适合您的，越发衬托了您皮肤的白。”我说出了我的“高见”。

她没说话，不过看上去是满意的，“但是，似乎太素静了。”她又比划了两下，有点拿不定主意。

“您再试试这件，这件应该也挺好看的。”我一边说一边又把灰色的递给她，她穿上之后，发现灰色的也适合她，这一时就使她为难了，不知道该选哪一件。

我看出了她的心事，“要么再试一次？再比较一下就能拿主意了。”

于是，她又把黑色的穿上比划了一阵，还是拿不定主意。我快要晕了。

“您是打算搭配什么裤子或者裙子呢？”

“牛仔褲或者是休闲褲，裙子一般不穿。”

“那您还是拿黑色的吧，这会显得档次高一些，而且黑色也特显人的气质。”

听我这么说，她终于动了心，打定主意买那件黑的。我开了小票，告诉她收银台的位置，她去交钱的同时，我把衣服包好，等她回来拿。

她临走时，满脸喜悦，对我连声道谢。我都有些不好意思了，因为我甚至都不知道什么才叫气质。呵呵，只要你自己喜欢就好，买衣服就要买个心里高兴。

对于服务行业来说，最重要的就是服务人员的素质，对于产品的销售，一定要有好的销售策略，其中，让服务人员以好的态度和全心全意为顾客服务的态度去销售产品是最明智的一种做法，这在营销学中被称为**人员推销**。由于现代社会的竞争非常激烈，人员推销就成为了一种必然的需求，企业制订的这种根据需求来调整自己服务的策略就是人员推销策略。

【市场营销学名词正解】

◆ 人员推销

是指企业通过派出销售人员与一个或一个以上可能成为购买者的人交谈，作口头陈述，以推销商品，促进和扩大销售。

◆ 人员推销策略

是指企业根据外部环境变化和内部资源条件设计和管理销售队伍的经济过程。

2008年9月18日 星期四 晴

今天可以休息一天，终于能和顾之阳一起吃个饭了。

自从我进了 C-market 工作以后，我和顾之阳就没怎么见过面，由于我的工作周六日是不休息的，而顾之阳，在一家广告公司当业务员，周六日双休，我们便不能在一起约会，这比较郁闷。

今天我们去朝阳公园玩，在北京上了四年学，却从来没有认真地在北京玩玩，我们没有去过长城，没有去过欢乐谷，没有去过圆明园，甚至连今年最最上讲究的水立方、鸟巢也没有去看过。

一路颠簸到朝阳公园的时候，太阳也正照得人挺没脾气，秋天来了，天气还是这样炎热，这就是北京的天气，秋天和春天永远是被忽略的两个季节。

我们进了一家便利店，想要买一些吃的和喝的东西，否则我得需要顾之阳扛麻袋一样把我扛进去了。我们绕着货架子转了一圈，忽然发现这里的果粒橙 3.5 元两瓶，而在其他任何地方，果粒橙都是 3 块一瓶，这可真是天大的便宜啊。在我检查完确定这果粒橙和外面的是一样的之后，我和顾之阳便拿了四瓶，然后又选了一些吃的东西，一起抱到收银台那里去结

帐。

结帐的时候，我觉得帐结得不对，因为在我印象中，好像没有那么多钱，应该是多算了几块钱。但当时还觉得是自己算错了，也没在意。等到拿到了购物小票之后，才发现真的是算错了。小票上果粒橙每个都是3.5元，并不是3.5元两瓶，于是，我对收银员说：“打扰一下，小姐，这个算错了。”收银员拿过去小票看了一下，说没有错，果粒橙就是3.5元一瓶。然后我就告诉她是3.5元两瓶，好像是搞的活动。

这时，刚好一个管事的人走过来，这人似乎是便利店的老板。我对他说明情况之后，满以为他会为我解决这个问题，没想到他居然说那是上周做活动的价签，还没来得及换掉，这周已经没有这个活动了。

我一时无语，不知道该应对什么，倒是顾之阳，真的生气了，跟那老板吵了起来。最后，那老板很凶地说，东西放下，钱退给你。说着，也不管三七二十一，就从我手里夺过东西，啪地一声摔在收银台上，让收银员退钱给我们。

从那便利店出来，感觉兴致全无，本来是个大好的天气，但都被这个蛮不讲理的人搅和了。营销书中，就有**招徕定价**一说，主要是说某些人为了吸引人，故意将一些商品定低价。这个便利店便是这种情况，不过还有区别的是，如果是在大的超市，一旦定了价，一般不会赖帐，而小的便利店却要做出另一番解释。

不管怎么说，小店想用招徕定价这一招，可惜没有学到家，我发誓渴死也不进这破烂小店了。

【市场营销学名词正解】

◆ 招徕定价

零售利用部分顾客求便宜的心理，特意将某几种商品的价格定得较低以吸引顾客。

2008年9月20日 星期六 晴

今天上班前，肖易打电话给我，说是病了在家休息，让我帮她监工一天，这活有意思，不就是满超市溜达吗，我满口答应。

正溜达中，我看到那老外走到摆放着红酒的货架前，拿起来的是一瓶“云南红”，在左右手里交换着比划了半天，突然他走到促销员的面前，然后，那促销员就慌了，手在半空中比划着，脸憋地通红，左顾右盼，似乎特别为难。

我走过去，对那外国人笑笑：“What can I do for you?”

他很兴奋，像是见了救星一样，指着手里的红酒，“Do you know its history?”

“Only a little.”

知道他是想了解关于“云南红”的一些情况之后，我保持着礼貌的微笑，不慌不忙地用英语给他讲起来了关于“云南红”的一些情况。

“云南红”是云南人创造出来的品牌，云南人以自己独特的文化和产品配方快速创造了这个品牌。用来酿造“云南红”的葡萄是一种来自法国的古老品种，名为“玫瑰蜜”（ROSEHONEY），这个品种相传是一百多年前由法国传教士引入云南，目前在法国本土已绝迹，但在云南却生长了一百多年。

那老外一直很入迷地在听我讲，其间，他不断地点头，并且向我竖起了大拇指。似乎他对我的讲解很满意，我心里自然是非常高兴，觉得自己简直就是太“牛”了（又臭美一次！）

我同时还给他讲了关于张裕葡萄酒的一些情况，还有其他的几种品牌也略微地介绍了一下，一方面让他对中国的酒文化有更多的了解，另一方面，也让他有更大的选择空间。

最后，那个老外买了一瓶云南红，又买了一瓶张裕，高高兴兴地拿着走了，他留了一