



中等职业学校教学用书(现代市场营销专业)

市场营销口才训练

◎ 李红梅 主 编

◎ 曾思燕 副主编

本书配有电子教学参考资料包



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

中等职业学校教学用书（现代市场营销专业）

市场营销口才训练

李红梅 主编

曾思燕 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书简明、全面地讲述了与市场营销人员息息相关的社交口才、公关口才、商务谈判口才、推销口才、演讲口才等内容,分析了成功的市场营销人员应具备的性格特征。

本书融知识性、实用性和趣味性于一体,具有简化理论、通俗语言、加大实训、增加游戏和自测板块的特色,有助于读者在轻松中学会说话的艺术,掌握口才技巧。

本书既可作为中等职业学校商贸类专业师生的教学用书,也可用做成人教育和企业职工的培训教材以及想提高口头表达能力人员的自学用书。

本书还配有电子教学参考资料包(包括教学指南、电子教案),详见前言。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

市场营销口才训练/李红梅主编. —北京:电子工业出版社, 2007. 1

中等职业学校教学用书·现代市场营销专业

ISBN 7-121-03497-2

I. 市… II. 李… III. 市场营销学—口才学 IV. F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第137356号

责任编辑:陈健德 祖翠娥 裴 杰

印 刷:北京市海淀区四季青印刷厂

装 订:涿州市桃园装订有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本:787×1092 1/16 印张:13.25 字数:336千字

印 次:2007年1月第1次印刷

印 数:5000册 定价:18.30元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系电话:(010) 68279077;邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

中等职业学校教材工作领导小组

组 长：陈贤忠 安徽省教育厅厅长

副组长：李雅玲 信息产业部人事司技术干部处处长

尚志平 山东省教学研究室副主任

睦 平 江苏省教育厅职社处副处长

苏渭昌 教育部职业技术教育中心研究所主任

王传臣 电子工业出版社副社长

组 员：（排名不分先后）

唐国庆 湖南省教科院

张志强 黑龙江省教育厅职成教处

李 刚 天津市教委职成教处

王润拽 内蒙古自治区教育厅职成教处

常晓宝 山西省教育厅职成教处

刘 晶 河北省教育厅职成教处

王学进 河南省职业技术教育教学研究室

刘宏恩 陕西省教育厅职成教处

吴 蕊 四川省教育厅职成教处

左其琨 安徽省教育厅职成教处

陈观诚 福建省职业技术教育中心

邓 弘 江西省教育厅职成教处

姜昭慧 湖北省职业技术教育研究中心

李栋学 广西壮族自治区教育厅职成教处

杜德昌 山东省教学研究室职教室

谢宝善 辽宁省基础教育教研培训中心职教部

安尼瓦尔·吾斯曼 新疆维吾尔自治区教育厅职成教处

秘 书 长：李 影 电子工业出版社

副秘书长：蔡 葵 电子工业出版社

中等职业学校现代市场营销专业教材编审委员会

主任委员 郑聪建 上海市商业学校副校长
副主任委员 吴 扬 四川商务职业学院副院长
张建华 苏州经贸职业技术学院副院长
王发武 武汉市供销商业学校副校长
韩永刚 北京市西城区职业与成人教育中心主任
于家臻 山东省教学研究室

常务委员 (排名不分先后)

龚来芳 上海市商业学校
张雪芬 北京市商业学校
李军昭 北京市商贸学校
吴 莹 北京市金融商贸职业技术学校
卢建生 天津市第一商业学校
曾小洪 广州市第一商业中等专业学校
施志君 广东省电子商务高级技工学校
吴穗珊 广州市贸易职业高级中学
王建儒 无锡机电高等职业技术学校
韦 红 武汉市商业职业学校
肖院生 武汉市第一商业学校
王万万 陕西省商业学校
马幼伟 陕西省经贸学校
肖月平 陕西省商贸学校
魏 雪 郑州市第一中等专业学校
尚 华 郑州市经济贸易学校
钟福谦 青岛市商业职业中等专业学校
吕 轶 甘肃省财贸学校
张少华 福建省漳州财贸学校
严 雨 海口市第一职业中学
冯开红 新疆农业职业技术学院
李红梅 广西工商职业技术学院
黄彪虎 广西经济贸易职业技术学院
王丽萍 山西财经大学经济技术学院
贲志宇 沈阳金融学校
徐 雷 辽宁省基础教育教研培训中心
赵大志 吉林市教育学院
张辛为 吉林省白城市第一职业高中

行业委员 (排名不分先后)

吴宪和 上海财经大学职业技术学院
高以成 海尔集团公司商流推进本部
杨晓燕 广东外语外贸大学国际工商管理学院
庞鸿藻 天津外经贸职业技术学院
车慈慧 广东农工商职业技术学院
许喜林 北京匹夫营销策划有限公司

秘书长 陈健德 电子工业出版社

前言



什么是口才？通俗地讲，口才就是口语表达的能力，是口语表达的艺术和技巧。不管是什人，只要想生存和发展，必定要走进社会，走入市场，要面对形形色色的人。欲与别人沟通，语言交流是首选的工具。古人云：一人之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。现代人说：口才是玩转人脉、财路和官运的高效武器。不管古者或今人是如何评价口才的威力的，至少都说明一点：从古至今，口才在人类的文明发展史上起着举足轻重的作用！

随着直销业的迅速发展，口才在商务活动中的作用越来越突出。有位直销界的顶尖人物一针见血地指出：“发生在金牌直销员身上的奇迹，有 80% 是由口才创造的！一流的口才是金牌直销员建功立业的宝剑。”

是人才不一定有口才。很多人都羡慕市场营销人员特别是推销员口才好，形容他们是“见人说人话，见鬼说鬼话。”可也有人一见到某些市场营销人员，就犹如老鼠见到猫，他们说“我惹不起，还躲不起吗！”为什么有的市场营销人员能说会道，但还是会遭受到如此待遇？原因在于“能说会道”并不等于摇唇鼓舌、耍嘴皮子，或是夸夸其谈、哗众取宠。其实，口才不是人生来就具有的，是需要经过后天的努力来培养的。如果你想有好的口才，想在商务活动中实现你的金色梦想，就要不断地拓展眼界，吸收知识，调整思路，活跃思想，逐渐积累知识和经验，提升自己的素养、气质和人格魅力。

本教材是为今后将从事商务活动的学员所备的口才训练工具。整个教材的框架包括了商务人员在各种场合所需要的口才技巧。本书既可作为中等职业学校商贸类专业学生的教材，也可作为各种层次成人教育和企业职工的培训教材以及想提高口头表达能力人员的自学用书。

本书编写的分工情况如下：全书的总体构想、编写大纲和总审由广西工商职业技术学院李红梅完成；广东省电子商务高级技工学校曾思燕编写第 1 章，杨毅玲编写第 2 章，凌健珍编写第 4 章；广西工商职业技术学院李红梅编写第 3 章，罗生芳编写第 5 章，高洁编写第 6 章和第 7 章的第 5 节，阙勇平编写第 7 章的第 1~4 节。

在本书编写过程中，参考了大量资料，并从公开发表的书籍、报刊和网站上选用了一定的案例和资料，限于篇幅，未能一一注明，特此说明，并向有关单位和个人致以衷心的感谢！

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案（电子版）。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@phei.com.cn）。

由于编者水平有限，编写时间仓促，书中疏漏与不妥之处在所难免，敬请专家和广大读者批评指正。

编者



2006 年 10 月

读者意见反馈表

书名: 市场营销口才训练

主编: 李红梅

责任编辑: 陈健德 祖翠娥 裴 杰

感谢您关注本书! 烦请填写该表。您的意见对我们出版优秀教材、服务教学, 十分重要。如果您认为本书有助于您的教学工作, 请您认真地填写表格并寄回。我们将定期给您发送我社相关教材的出版资讯或目录, 或者寄送相关样书。

个人资料

姓名_____ 年龄_____ 联系电话_____ (办)_____ (宅)_____ (手机)_____

学校_____ 专业_____ 职称/职务_____

通信地址_____ 邮编_____ E-mail_____

您校开设课程的情况为:

本校是否开设相关专业的课程 ☐ 是, 课程名称为_____ ☐ 否

您所讲授的课程是_____ 课时_____

所用教材_____ 出版单位_____ 印刷册数_____

本书可否作为您校的教材?

☐ 是, 会用于_____ 课程教学 ☐ 否

影响您选定教材的因素 (可复选):

☐ 内容 ☐ 作者 ☐ 封面设计 ☐ 教材页码 ☐ 价格 ☐ 出版社
☐ 是否获奖 ☐ 上级要求 ☐ 广告 ☐ 其他_____

您对本书质量满意的方面有 (可复选):

☐ 内容 ☐ 封面设计 ☐ 价格 ☐ 版式设计 ☐ 其他_____

您希望本书在哪些方面加以改进?

☐ 内容 ☐ 篇幅结构 ☐ 封面设计 ☐ 增加配套教材 ☐ 价格

可详细填写: _____

您还希望得到哪些专业方向教材的出版信息?

谢谢您的配合, 请将该反馈表寄至以下地址。如果需要了解更详细的信息或有著作计划, 请与我们直接联系。

通信地址: 北京市万寿路 173 信箱 中等职业教育教材事业部

邮编: 100036

<http://www.hxedu.com.cn>

E-mail: ve@phei.com.cn

电话: 010-88254600; 88254591

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任、行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录



第 1 章 成功市场营销人士的基本特征	1
引例 1——捞斧头	2
1.1 成功市场营销人士的性格特征	2
1.1.1 热情	2
1.1.2 自信善交	4
1.1.3 亲切友善	6
1.2 成功市场营销人士的品质特征	8
1.2.1 具有真诚守信的品质	8
1.2.2 树立远大的目标	10
1.2.3 具有积极进取的精神	11
1.2.4 具有敢于创新的精神	12
1.2.5 具有服务意识	13
1.2.6 具有宽容待人的胸怀	15
1.2.7 具有扎实勤勉的工作作风	16
1.2.8 具有精诚合作的团队精神	16
1.2.9 善于终身学习	17
1.2.10 善于管理时间	18
1.2.11 具有良好的口才	19
1.3 成功市场营销人士的社交形象	19
1.3.1 形体形象的装扮	19
1.3.2 营销中的礼仪	21
本章小结	22
实训 1	23
测试题 1	23
游戏 1	25
阅读材料 1——个性与职业	25
友情推荐 1	27
第 2 章 口才概述	29
引例 2——不会说话的人	30
2.1 口才的重要性	30

2.1.1 增强你的自信	31
2.1.2 增强你的人际关系	31
2.1.3 增加你的收入	31
2.2 口才的基本原则	32
2.2.1 消除自卑和胆怯, 树立自信	32
2.2.2 通俗易懂, 朴素自然	33
2.2.3 准确通顺, 言简意赅	34
2.2.4 朗朗上口, 声情并茂	34
2.2.5 到什么山头唱什么歌	36
2.2.6 扣人心弦, 耐人寻味	38
2.3 口才的基本功训练	39
2.3.1 知识积累训练	39
2.3.2 语言表达训练	40
2.3.3 记忆能力训练	42
2.3.4 心理素质训练	44
2.4 自信心的培养	46
本章小结	49
实训 2	49
测试题 2	50
游戏 2	51
阅读材料 2——贾平凹答记者问	51
阅读材料 3——“平民艺术家”赵丽蓉的语言艺术	52
阅读材料 4——名人与口才	52
友情推荐 2	53
第 3 章 社交口才	55
引例 3——解梦	56
3.1 社交口才的原则	56
3.1.1 适人	56
3.1.2 适位	57
3.1.3 适时	57
3.1.4 适量	58
3.1.5 适度	58
3.1.6 有礼节	58
3.1.7 有教养	58
3.1.8 有学识	58
3.2 社交口才的语言技巧	59
3.2.1 幽默的语言技巧	59
3.2.2 赞美的语言技巧	62

3.2.3 批评的语言技巧	66
3.2.4 拒绝的语言技巧	68
3.2.5 道歉的语言技巧	71
本章小结	72
实训 3	73
测试题 3	74
游戏 3	75
阅读材料 5——交际中 15 种不受欢迎的人	76
阅读材料 6——白岩松答记者问	77
友情推荐 3	78
第 4 章 公关口才	79
引例 4——向老板汇报	80
4.1 公关口才的基本原则	80
4.2 公关口才的语言技巧训练	82
4.2.1 幽默语言的训练	82
4.2.2 委婉语言的训练	84
4.2.3 模糊语言的训练	85
4.3 不同对象的公关口才技巧	86
4.3.1 如何与领导沟通	86
4.3.2 如何与下属沟通	88
4.3.3 如何与同事沟通	89
4.3.4 如何与异性沟通	90
4.3.5 如何与陌生人沟通	91
本章小结	93
实训 4	93
测试题 4	94
游戏 4	95
阅读材料 7——美国总统林肯的幽默语言	96
友情推荐 4	96
第 5 章 商务谈判口才	97
引例 5——买画	98
5.1 商务谈判口才概述	98
5.1.1 商务谈判的含义	98
5.1.2 商务谈判的原则	98
5.1.3 商务谈判的特点	102
5.1.4 商务谈判的语言特点	103
5.2 商务谈判口才技巧	104

5.2.1 叙述的语言技巧	104
5.2.2 倾听的意义和技巧	106
5.2.3 提问的语言技巧	109
5.2.4 应答的语言技巧	111
5.2.5 论辩的原则和技巧	113
本章小结	116
实训 5	117
测试题 5	118
游戏 5	119
阅读材料 8——针对不同的谈判对象采用不同的谈判策略	119
阅读材料 9——分橙子与商务谈判	120
友情推荐 5	121
第 6 章 推销口才	123
引例 6——语言在推销中的重要作用	124
6.1 推销用语的基本原则	124
6.1.1 适当使用专业用语	124
6.1.2 用语要以诚信为本	125
6.1.3 推销讲解要细致耐心	126
6.1.4 以推销品利益为吸引	127
6.1.5 与顾客谈话风趣幽默	128
6.2 推销口才技巧	128
6.2.1 如何进行自我介绍	129
6.2.2 让客户对你“一见钟情”	130
6.2.3 面对不同类型客户的语言技巧	132
6.2.4 诱导客户成交的语言技巧	135
6.2.5 推销员的禁忌语和说话方式	137
6.2.6 推销员的专业术语	138
6.3 电话推销口才	139
6.3.1 电话推销的准备	140
6.3.2 电话推销的技巧	142
本章小结	144
实训 6	144
测试题 6	145
游戏 6	146
阅读材料 10——两位犹太人	147
友情推荐 6	148
第 7 章 演讲口才	149
引例 7——基辛格答记者问	150

7.1 演讲的特征、类型和作用	150
7.1.1 演讲的特征	151
7.1.2 演讲的类型	152
7.1.3 演讲的作用	154
7.2 演讲稿的写作	156
7.2.1 演讲稿标题的拟制	156
7.2.2 演讲稿提纲的编制	159
7.2.3 演讲稿开篇的方式	162
7.2.4 演讲稿内容的设置	164
7.2.5 演讲稿结尾的艺术	167
7.3 吸引听众的技巧	171
7.3.1 语言生动易懂, 富于情感	171
7.3.2 以静治乱, 短暂停顿	172
7.3.3 放大音量, 加强语气	174
7.3.4 给听众造成悬念	176
7.3.5 材料要新颖	176
7.4 即兴演讲	177
7.4.1 选准话题	177
7.4.2 借题发挥	178
7.4.3 从现场发掘话题	178
7.4.4 从举例(讲故事)开始	179
7.4.5 结尾要有力度	179
7.5 商务演说	180
7.5.1 什么是商务演说	180
7.5.2 商务演说中需要注意的问题	180
7.5.3 如何主持商务演说	182
7.5.4 产品推广会上的演说	183
7.5.5 团队代表的演说	184
7.5.6 业务洽谈时的演说	185
本章小结	186
实训 7	187
测试题 7	187
游戏 7	189
阅读材料 11——美国总统克林顿在白宫的卸任演讲	190
阅读材料 12——在迎新生大会上的即兴演讲	191
阅读材料 13——xx业务说明会(直销业)	192
友情推荐 7	194
参考文献	195



第1章

成功市场营销人士的基本特征

知识要点

- ❖ 成功市场营销人士的性格品质特征
- ❖ 市场营销人士的社交形象

能力要点

- ❖ 热情开朗性格的训练
- ❖ 自信善交训练方法的运用
- ❖ 亲切友善的训练
- ❖ 宽容待人品质的培养
- ❖ 沟通能力的提高
- ❖ 时间管理技巧的训练
- ❖ 社交礼仪礼节的运用
- ❖ 团结合作精神的培养



引例 1——捞斧头

有位樵夫在河边砍柴，一不小心把斧头掉到了深水里。他丢掉了谋生的工具，坐在河边禁不住号啕大哭起来。

赫耳墨斯（传说中的天神）知道原因后就跳到河里，打捞出一把金斧头，问他是不是这一把。这位樵夫说不是他的。赫耳墨斯再次下水，又捞上一把银斧头来，又问樵夫这把是不是他的。他仍旧说：“这把也不是我的。”赫耳墨斯第三次下水，捞上来樵夫落水的那把斧头。樵夫一看，立即说：“这就是我的那把斧头。”并且露出很高兴的样子。赫耳墨斯非常欣赏他的诚实，就把这把斧头连同金斧头和银斧头都送给了他。

樵夫的一个邻居听说了他的经历后，也想去试一试运气。他仿照樵夫的做法来到河边，故意把斧头扔到河里同一个地方，坐在岸边痛哭。

赫耳墨斯真的也出现了，了解他伤心的缘故后，就跳到河里捞出一把金斧头，问是不是他失落的那把斧头。这个人握住它说：“不错，这就是我掉落的那把斧头。”赫耳墨斯见此情景，很生气地收回那把金斧头，并且没有帮他打捞他的那把斧头。

伟大的事业不是靠力气、速度和身体的敏捷完成的，而是靠性格、意志和知识的力量来完成的。

诚实守信是做人的基本准则。诚实的人最终得到很多实惠，而那些利欲熏心的、妄图靠欺骗而发财的人最终会被人们所厌恶。作为营销人员更应该恪守诚信的商业交易品质，才能获得销售的成功。要想成为一位成功的营销人员，仅仅具有诚实的品质是远远不够的。这就是我们本章要学习和探讨的主要问题。

1.1 成功营销人士的性格特征

心理学的研究表明：性格与职业成败是有着密切联系的，不同的性格适合于从事不同的职业。例如，性格活泼的人，适合有挑战性的工作；性格内向的人，适合稳定的工作。同时，不同的职业对人也有着不同的性格要求，如会计、文书、书记、研究者等，这些工作要求从业人员必须具有扎实、细致、诚实、有耐心等性格优点。那么，营销人员的性格有哪些特征呢？无数成功营销人士的经验告诉我们：要做一个营销高手，除了具备一定的工作能力以外，还要具备健康、优良的性格品质。良好的营销性格应大致包括热情、自信、亲切、善于交际等。

1.1.1 热情

1. 热情在营销中的意义

热情，在古希腊语中的含义是内心之神。热情是高水平营销大师们的商标，使他们更多、更快地争取到潜在的客户。爱迪生说过：“有史以来，没有任何一件伟大的事业不是因为热情而成功的。”不管是什么样的事业，要想获得成功，首先需要的就是工作热情。推销





第1章 成功市场营销人士的基本特征

事业尤其如此。据说，热情在推销中占的分量为 95%，而产品知识只占 5%。因为推销员整日、整月，甚至整年地到处奔波，辛苦地推销商品，且不用说所遭遇的失败，就其推销工作所耗费的精力和体力，也不是一般人所能吃得消的，再加上失败甚至连连失败的打击，可以想像，推销员是多么需要热情和活力来激励和支撑着自己！可以说，没有火一样的热情和蓬勃的朝气，推销员将一事无成。所以，推销员不仅要有健康的体魄，还要具有诚挚、热情的性格。热情是推销成功与否的首要条件，只有诚挚和热情才能融化客户的冷漠，使推销员“克敌制胜”。

一家汽车商要招聘一名推销员。前来报名的应试者中，许多人不仅仪表非凡，而且学历很高。其中有一位身穿粗布工作服，脚着一双帆布运动鞋的小个子年轻人。他叫小钱。他的外貌和经历都表明他不能做好推销工作。但是他一进门，见到陈列室里的汽车时，就大声嚷嚷说：“说真的，我从心里想把这汽车卖出去！”结果貌不惊人、涉世不深的小钱接到了被录用的电话通知。原因是他的那句话表现出的销售热情打动了考官。

玛丽·凯是美国最成功的商界女强人之一。“玛丽·凯热情”已经成为“成功”的代名词，这为她的成功蒙上了一层神秘的面纱。她总结自己早年成功的主要原因是她热爱推销工作。她认为，同她在一起的推销员比她更有才能，但她的推销额却比他们多，这是因为她比他们具有更多的热情。她把推销工作看成是“一场比赛”。

美国著名的保险推销冠军格尔在初入保险界时在推销保险方面一无所获，于是产生了再也不会推销任何东西的念头。可是，有一天，格尔却改变了自己的想法。那天，他回到保险公司准备取回自己的私人物品的时候，总经理和几位推销员走进来开会。他不便于离开，只好坐下来听他们谈话。当他听到总经理说：“先生们，总而言之，推销业就是与人接触的行业。任何能力平平的人，只要他勇于到外头去，向四五个人热情、真诚地讲述他自己的故事，我保证他一定能成功！”就是这几句话，使格尔不仅放弃了辞职不干的打算，而且还爱上了保险推销业，并影响了他以后 30 多年的推销生涯，最终使他成为全美保险推销冠军。

柳州开关厂王女士，在刚当营销员时，到武汉推销本厂的龙头产品——开关板。她硬着头皮走进供电局，碰上的那位供销科长恰恰严肃得像庙里的菩萨，任凭王女士说了千万句，他就是不吭不哈、不理不睬。她耐着性子，拿出样品、图纸，详细讲解各种型号开关板的特殊结构、特有功能……最后这位毫无表情的供销科长终于被吸引和感动了，他兴奋起来，说：“行，我这里有 70 多个单位急需购买这种产品，这是订货资料，你拿去看，去登门联系吧。”旗开得胜，马到成功。她很快就和一些供电单位签订了 100 多万元的订货合同。

可见，热情的确是市场营销人员成功的一种天赋神力，具有十分强烈的感染力，能够激励和鼓舞一个人积极主动地从事自己的事业。对任何工作都富有满腔热情的人，成功的可能性会远远大于没有热情的人。有人对各行各业的“成功者”进行过调查，发现他们有一个共同点，那就是他们都热爱自己的工作。我们很难想像：干不了细致工作、不喜欢记账的零售店的老板、不喜欢伺候病人的护士、不喜欢教书工作的老师，会在他们各自的行业里成为出类拔萃的人物。

2. 如何使自己变得有热情

热情的性格并不是与生俱来的，它需要后天的培育，要使自己变得有热情，需要做好以下几点：

第一，强迫自己采取热情的行动，你就会逐渐变得热情。

第二，深入研究你的本职工作，尽量搜集有关它的资料，这样做会使你在不知不觉中变得更热情。

第三，身体健康是产生激情的基础。一个人如果行动充满活力，他或她的精神和情感也会充满活力。很多市场营销人员每天一早起来就做些体能活动，像柔软操、慢跑等。在空旷的社区里呼吸清新的空气，听听鸟儿叽叽的欢叫，这不但可以增进健康，而且可以激发你一天活动的热情，让你有一个好心情去迎接新的一天。

第四，在做一件工作前，先给自己来一段精神讲话，或说些鼓舞的话。推销的时候就会讲得更好，也更容易成功。

第五，运用热情的态度与客户真诚沟通。试着按下面的几点去与你的客户打交道，你会觉得自己工作顺心多了。

(1) 运用优美亲切的问候语言。“你好吗”、“恭喜你”等耳熟能详的话会让客户备感亲切，无形之中有一种备受尊重的感觉。

(2) 真诚自然的微笑。微笑是人的内心喜悦的表现，微笑一定要表现得自然和真诚；不要夸张地哈哈大笑。

(3) 热情有力的握手。握手是见面后的礼貌行为，握手时要面带微笑，看着对方说一些吉利话。

第六，每天早上起来的第一件事就是整理心情，多往乐观方面想，保持愉快的笑容。

1.1.2 自信善交

1. 自信是市场营销人员必备的心理素质之一

自信是一个人对自身能力与特点的肯定，是成功的先导，胜利的前奏。一份对 100 名杰出青年成长道路的调查报告显示，有 2/3 的人把自信看做是取得成功的首要因素。一个人只有具备了自信心，才能正视自己，才会产生自信力，进而激发出极大的勇气和毅力，最终创造出奇迹。正如法国哲学家卢梭所说：“自信心对于事业简直是奇迹，有了它，你的才智可以取之不尽，用之不竭。一个没有自信力的人，无论他有多大才能，也不会有成功的机会。”与其他职业相比，营销人员更需要有足够的自信。因为不可能每一次推销都会成功，不可能所有的老板都赏识你，不可能所有的客户都会欣然接受你的推销。所以，面对无数次的挫折与失败，你必须有足够的自信心。营销人员，只有对自己和自己的产品充满自信，才会有不达目的不罢休的气势。

2. 如何表现出自信

首先，要有坚定的营销信念。一名推销员首先应对自己的职业保持高度的信心和荣誉