

中国5000万营销员必读

仇 昊 著

*The success
is a kind of choice*

成功
是一种选择



民主与建设出版社

THE SUCCESS IS A KIND OF CHOICE

人 生是一种选择，不一样的选择有不一样的结果，我们今天的家庭、事业、成就、人际关系都是我们一连串选择的结果。选择正确，结果就一定正确。我们都希望自己成功、拥有更多的财富。可这一切并不是通过梦想就可轻易得到。我们需要付出比别人更多的智慧、时间、汗水……我们可以经由这些因素取得成功。但关键是我们的选择必须正确，一旦我们选择错误，成功将离我们越来越远，因为选择比努力更重要。要想让自己的事业成功，首先就得学会选择。



ISBN 7-80112-575-4



ISBN 7-80112-575-4/F·265

定价：18.00元

*The success
is a kind of choice*

成功 是一种选择



民主与建设出版社

图书在版编目(CIP)数据

成功是一种选择 / 仇昊著. —北京: 民主与建设出版社, 2003

ISBN 7 - 80112 - 575 - 4

I . 成 ... II . 仇 ... III . 市场营销学 IV . F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 057203 号

责任编辑 李保华

出版发行 民主与建设出版社

电 话 (010)65523123 65523819

社 址 北京市朝外大街吉祥里 208 号

邮 编 100020

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

开 本 880×1230 1/32

印 张 9

字 数 150 千字

版 次 2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN7 - 80112 - 575 - 4/F · 265

定 价 18.00 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。

序 言

选择比努力更重要

——读《成功是一种选择》有感

我决定为仇昊女士这册《成功是一种选择》作序，乃始于我和其交流个人创业及创作这本书的心得之后。仇昊有三个方面让我深受感动。第一，受感动的是她对我的信任；第二，受感动的是能把这么多年的实践和思考汇聚起来，这份锲而不舍的精神的确让人饮羨；第三，受感动的是她能在市场一线的拼打中挤出时间来完成这件作品，实属不易。基于以上三层感动，我决定和所有营销界的朋友分享一下我和仇昊交流后的真切感受。



在我看来，仇昊无疑是一位成功的女性，她出身贫寒，早期在一家工厂有稳定的工作，在经历了对事业追求的抉择之后，勇敢地投身于营销行业，如今她已经带领了代理经销“国珍松花粉”4/5以上业务的专业团队，是我认同的营销界巾帼豪杰之一；许多人亦和仇昊一样为自己的事业付出过艰苦卓绝的努力，却未必成功，仇昊成功的关键在于她作出了最适合自己的选择，这也是作者想要和读者们分享的最重要的心得之一，正如她在文中写到的那样，“我是一个其貌不扬的女人，给人的感觉是一个很普通的人，通过我这几年来的努力奋斗，我更加坚信人的梦想是可以实现的，白手起家是完全可能的，只要信心坚定，努力工作，谁都可以获得所梦想的财富”。

如今市场上充斥着各种版本的关于营销的书籍，然而除了诸如菲利普·科特勒等大家的观点之外，很难再有令人耳目一新的见解问世，《成功是一种选择》一书至少让我在这广阔的书藉市场饱享了一口甘露。在我看来本书至少有两个亮点：一是经验的升华；二是教练技术。


从经验的升华来看，作者的如下观点都是出自自己创业体会和对事业的感悟。其一，作者认为富和穷在于自我选择，道路靠自己走，富人又不是天生的，相信作者以自己的亲身经历能给每一位在人生抉择上踌躇的人以指引；其二，作者认为营销的根在



于行销网络，这不仅让世人重新对体验营销行业进行定位，更能让一个普通的营销员认识到营销的价值和工作的归属感，不失为一本激励营销新人，增加营销团队的合作进取的良好教材；其三，作者认为体验营销是一种态度，成功的关键在于行动，从而得出一个公式：成功等于积极进取的态度+行动。此处我仅把自己感受颇深的几点提出与读者分享，文中作者奕奕闪光的思想火花俯首可拾。

从教练技术来看，作者并没有系统地介绍营销的理论和刻板的方法，而是以营销员个人发展和营销团队发展提出自己的建议两条主线来运筹全书。通读全书，我不仅可以感受到一个营销员成长的经历，更能感受到一个团队成长壮大的历程，因此本书定能给一位渴望成功的营销员或一支有进取精神的营销团队提供或多或少的宝贵经验。

当然，细阅此书，本书也还有不足。这表现于书中，虽然有观念上的创新，但对其展开来论述却停留在就事论事，未能更好地把自己的切身事例融于深邃的观念之中。但是不管怎样，瑕不掩瑜，《成功是一种选择》无疑将成为一部当代成功营销员创业的理论 and 实战教科书，而单纯就其创新的理论而言，它为营销人员端正从业态度、增加成功信念、培养成功意识留下了宝贵的精神财富，是启迪广大的营销人员致富的智慧之钥。



中国著名的营销理论和策划专家，中央电视台
《焦点访谈》和《经济半小时》专访学者 远江

2003年7月2日

成功
是
一
种
选
择

目 录

第一章：选择从这里开始 /1

你的梦想可能只是希望获得你应得却没有得到的东西，比如加薪或者晋升。你周围的同事可能并不如你有才华，不如你那样称职，但是他们却选择了自己满意的事业，步步高升。事实上，只要你做出正确的选择，你也一样能够获得你应得的东西。站在巨人的肩膀上你将比巨人看得更远。

第二章：重要的是营销意识 /39

决定行动成败的关键因素是你的潜意识，潜意识决定了你的行为，潜意识是别人真实感受到的东西。对于营销员来说，重要的不是体验营销技巧，而是体验营销意识。



第三章：心态决定着成功 /59

只要想成功，永远都不嫌晚。许多事实都证明了任何程序都是可以更改的。就像我们能添加、删除或改变电脑程序一样，我们也能完全改变以前固定在下意识中的个性。

第四章：塑造成功营销员形象 /83

如果我们现在就开始运用这些普遍的规律去从事体验营销事业，我们会发现我们不是在孤零零地创造成功，我们的家人、朋友、我们遇见的陌生人都会帮助我们取得成功。

第五章：选择比努力更重要 /111

我们可以预计在新世纪里，体验营销这种销售方式将以它独特的魅力，在分销市场中占据一个不可或缺、不可替代的位置。聪明的商家会不断地利用它来造就一次商界传奇。

第六章：设立明确的销售目标 /133

一旦选择了能给我们带来财富，使我们出类拔萃的体验营销事业领域，我们就会找到实现目标的方法，就能集中精力执行我们的计划。我们必须给自己制定一个明确的目标，金钱的数量和成功的期限。



第七章：成功营销员的激励方法 /149

体验营销属于一种销售，各种工作比较起来，销售是少数极富挑战性的工作之一。有的观点认为：“一般人都厌恶体验营销。”这是没有做过销售的人的一种误会。怕与厌恶是不同的两种心态，怕的东西并不一定是坏东西。

第八章：营销组织的运作及功能 /163

在体验营销行业中常有体验营销组织的称谓，这里所说的体验营销组织是指营销员所结成的组织。体验营销组织从其功能、结构、运作、领导方式等各方面，都与其他组织不同。如果不明白体验营销组织的这些特点，就不可能真正了解体验营销。

第九章：营销员的日常工作 /181

体验营销，作为一种特殊的营销方式，经过这么多年的发展，已经形成一套基本的体验营销行为模式。虽然体验营销企业各有不同，但是，这种行为模式却是基本通行的。

第十章：营销员的自我管理 /199

良好的自我管理能力和营销员的必备素质，能够掌握自我就能掌握事业，掌握成功，最终掌握命运。



第十一章：营销员领导的职责 /215

营销员有营销员的职责，营销员领导有营销员领导的职责，营销员领导的职责中也包括营销员的基本职责。除此之外，营销员领导还具有一些特殊的职责。

第十二章：体验营销业的发展前景 /231

体验营销是一种正当的职业；体验营销是人人可为的行业；体验营销是未来社会发展的趋势之一。

第一章

选择从这里开始

你的梦想可能只是希望获得你应得却没有得到的东西，比如加薪或者晋升。你周围的同事可能并不如你有才华，不如你那样称职，但是他们却选择了自己满意的事业，步步高升。事实上，只要你做出正确的选择，你也一样能够获得你应得的东西。站在巨人的肩膀上你将比巨人看得更远。



或许出于某些神秘的原因，富人们总是吸引着大众的目光。然而，在这个世界上的富翁可以分为两类。第一类是众所周知的“财产继承人”，他们出生富贵之家，在他们开始经商的时候，已经有了充足的储备资金。我们大家都清楚，如果腰包里已经有了几百万元人民币，创业要容易得多，因为只要得到一些良好的建议，这些资金就能带来滚滚财源。

第二类富人通常指那些白手起家，靠自己奋斗的人。与第一类富人不同，他们的成功同他们的出身毫无关系。我想绝大多数人会对这类富翁的生活感兴趣，因为这类人的起点与社会上所有普普通通的人一样很低，在创业之初，并没有多少优势，都是靠自己奋斗才发家致富的。



按照以上富人起家分类方法，我是典型的第二类人。我出生于1958年，正好赶上了三年自然灾害。那时候我家里的经济条件非常差，所以我从小就体弱多病。我的母亲为了我而放弃了工作整天在家里照顾我，成了一位地地道道的家庭妇女。因为身体不好，导致我童年时期非常自卑。

到了高中毕业，我为了逃避插队想了一个方法就是考大学。但是在此之前我并没有意识到自己一定要考大学，同时也没有足够的自信相信自己能考上大学。但是因为我体弱多病，去农村插队干农活我的体力是承受不了的，但是最后我竟然考上了大学。

我所在的班级有70多人，其中也有很多是为了逃避插队而去考入大学的。我在我们班级里是最不起眼的一个人，因为我长相平平，很是自卑，不敢与陌生同学说话，也不敢参加学校里组织的各项文娱活动，更别提竞赛活动了，因为我害怕在很多人面前说话和表演节目。

大学毕业后，我被分配到了一家印刷总公司，本来想大学毕业有了知识后会让公司领导刮目相看。然而总公司领导却把我们刚大学毕业的又分配到了下属的一家企业，美其名曰让我们抓住机会好好锻炼。单位分配给我的工作是做统计，然而统计工作还没有开始干，又把我调到单位的企管处做一



些日常事物的工作。在这家企业我一干就是三四年，在这四年当中，我还是注定得不到领导的赏识，成了一位被领导遗忘的人。在我们企管处总共有五个人，这五个人当中有四个都是党员，惟独我不是。所以我的工作经常是经常给别人端茶送水、接打电话、收发资料，干一些非常细致且枯燥乏味的打杂工作。

然而在这种情况下，我还经常听到一些对我的传言，有人说我就只适合干这些不用动脑的工作，对此我心里非常的不是滋味。平心而论我也是大学毕业被分配过来的，我也拥有他们同样的职称，但为什么我就只适合干这些没有价值的工作呢？难道我这一辈子就真的这样碌碌无为地从事打杂的工作吗？我从心底想改变这一现状，但不知从何下手，这样的工作又持续了一段时间。怀才不遇的遭遇很不是滋味，没有钱的日子更是让人没有自信。

那时的我很自卑，曾经在电视机中见到飞机飞上蓝天时就梦想这一生当中我是否能坐上飞机，我30岁时还没有在现实中见过真飞机是啥样，更不用说乘坐飞机了。如果你在当时问我——我的最大梦想是什么？我会毫不犹豫地告诉你——有机会去乘坐一次飞机。那时候对于能够出国旅游想都不敢想。

后来，由于我们处室的机构进行了改革——我



们处室解散了。我又一次被分配到了我们总公司下属的一个三产服务企业，我的心里更不平衡了。我觉得自己干了这么多年，为企业付出了那么多，没有功劳也有苦劳，竟然又要我去从事从来没有干过的业务工作，可想而知，我当时处境的艰难。由于对领导分配的工作存有抵触情绪，工作起来很是不甘心，工作效率低下，工作结果更使得领导视我们不存在一样。

工作不得力，工资就不高，为了生存，我的态度有所改变。最后我想通了，我想既然没有别的路可选择了，又没有别的关系可以分配到好的工作，既然干了我就要好好地干，以此来证实一下自己的能力。

我们企业是从事挂历的生产和销售的。但是当时我这个部门的经理不懂得经营，因为从事挂历销售有一特殊性——就是自己生产的挂历要与其他挂历厂商调换挂历来销售，以增加我们厂挂历的销售种类。由于我们当时的经理一味地追求高品质、高标准的挂历成品，所以我们换出去的挂历成本明显高于其他挂历生产厂商成本的几倍甚至是十几倍。

因此，我们的亏损非常严重，迫于压力，我们的经理主动辞职了。为了添补编制，我竟然稀里糊涂地被推选为经理，我知道公司里实在是没有人想担任此职。其实我一直没有搞过经营，实足的一个