

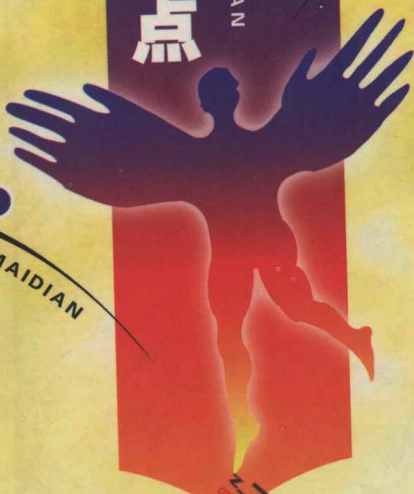
自己

就是最好的卖点

ZIJIJIUSHIZUIHAODEMAIDIAN

刘
慵

著



ZIJIJIUSHIZUIHAODEMAIDIAN

ZIJIJIUSHIZUIHAODEMAIDIAN

中国城市出版社

中国

经济体制改革

中国

中国

自己

就是最好的卖点

ZIJIJIUSHIZUIHAODEMAIDIAN

刘
慵

著

ZIJIJIUSHIZUIHAODEMAIDIAN

ZIJIJIUSHIZUIHAODEMAIDIAN

中国城市出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

自己就是最好的卖点/刘慵著. —北京:
中国城市出版社, 2006. 2
ISBN 7-5074-1291-1

I. 自... II. 刘... III. 社会—科学—中国—现代 IV.
1247. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 036652 号

责任编辑 孙建庆

出版发行 中国城市出版社

地 址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮编 100013

经 销 新华书店

印 刷 北京长城印刷厂

开 本 880mm×1230mm 1/32

印 张 8.2 印张

字 数 220 千

版 次 2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月北京第 1 次印刷

定 价 25 元

序

当今社会已逐渐脱离了“日出而作，日没而息”的单纯生活模式，人与人之间的交往，也就显得复杂而多变了。在这样复杂的人际网络中，你怎样强化你的沟通技巧？怎样学习上乘的攻心艺术，把自己推销给人们？这实在是一门很大的学问。

中国古代的隐士们可以按照自己的人生意愿潇潇洒洒地生活，可以躲进小楼成一统，可以隐逸山野。但那种时代早已过去了，现代人即使愿意过那样的生活也是不可能的了。现在的城市无论走到那个地方，都是规划小区；现在的森林山野无论走到哪里，都在超前开发，以至于许多物种都濒临灭绝。躲到哪里去？唯一的办法就是面对现实。

我们每个人都处于人海之中，人海就是生存之海，所谓主流社会，就是那些主宰并支配着社会绝大部分资源并引领潮流的人群，所谓边缘人，所谓弱势群体，就是生活在最底层，被主流所遗忘所抛弃的人群。

中国自古就有学成文武艺，货与帝王家的说法，现在没有帝王了，但现代人一样需要把自己“卖”出去，在物欲横流的世界里挣得一份属于自己的口粮。这就必须利用自己的优势，激流勇进，力争让自己成为社会主流群体中的一员。本书作者以自己丰富的人生阅历，以一个社会成功人士的过来人身份，告诉你他取得成功的方法。相信对你将有无限的启迪。

编 者

2006年2月5日

目 录

第一篇 自我推销篇

把自己当成商品推销出去	(1)
成为知名人物	(5)
“新星运”时代	(7)
一夕成名的要领	(8)
才华+努力+行销	(10)
登上事业巅峰	(11)
做个编网人	(17)
换工作三点考量	(19)
在高峰的时候离开	(20)
骑上一匹好马	(23)
成功要量身订做	(31)
自我行销有一套	(35)
认识自己，忠于自己	(41)
自我分析十问	(43)
正视世界，寻找机会	(47)
整体环境的未来趋势	(49)
了解对手，面对威胁	(55)
描绘远景，掌握方向	(59)
成为第一的艺术	(63)

不战而屈人之兵	(72)
东方竞争智慧——《孙子兵法》	(74)
从内心改造自己	(82)
给别人留下美好深刻的印象	(90)
提高自己的知名度	(98)

第二篇 自我超越篇

超越你的自卑，是成功的开始	(105)
把“失去的”当成“自己不要的”	(108)
多读成功人士的传记，给自己一些鼓励	(109)
“最坏也不过如此”	(109)
你讨厌的事情，不一定是真的不好	(110)
多笑笑，可减缓沮丧的情绪	(110)
别被自己的负面情绪拖垮	(111)
真的忍不住，就豁出去吧！	(111)
有些事不要了解太多，才不会过度恐惧	(113)
即使这次失败，日后还有机会	(113)
写信，也是消除不安的自我催眠	(115)
在脑海中观想成功景像，会心想事成	(116)
看着镜子，给自己打气	(117)
用录音带，在睡前催眠自己	(117)
不要太在意对方的头衔，那只是一种符号	(118)
跟比自己优秀的人接触，才会变优秀	(119)
勇敢面对不安，会发现“事情没那么严重”	(119)
不要戴手表，就可排除时间不够的焦虑	(120)
少一点悲观，可以多一点乐观	(121)

要消除人家的反感，必须有共同的目标	(122)
敢做敢当，不要为了后悔而后悔	(122)
跟自己说话时，多一点肢体语言	(123)
主动和自己不喜欢的人打招呼	(124)
头脑昏乱时，不妨先整理一下环境	(125)
有氧运动，可以舒缓焦虑的心情	(125)
愈怕的东西，就愈要征服它	(126)
动手改变生活摆设，可刺激脑袋	(127)
不要以偏概全，完全否定自己	(127)
背光，可以让你更有信心	(128)
多吃自己喜欢的食物，可以增加信心	(129)
每天给自己一点鼓励	(129)
找出自己和别人的共同点	(130)
凡事从好的一面去看	(130)
把烦闷的原因写下来，就不会那么烦	(131)
会失败，通常是因为你承认自己懦弱	(131)
心情不好时，与其休息，不如做别的工作	(133)
放大你的小小优点	(134)
愈怕失败，就愈没有信心	(134)
低潮时，不妨看看漫画或笑话	(135)
失败是老师，随时修正失败的错误点	(135)
愈去想“一定要做好”，反而愈容易做不好	(136)
在大家面前公布自己的目标，逼自己去实现	(137)
愈怕的东西，愈去接近，才能解除恐惧	(137)
别人真的都比我好？不见得吧！	(138)
不要将负面的标签贴在自己身上	(138)

要想催眠别人，就要先催眠自己	(139)
消极的言语，可以省略或用代名词带过	(139)
用“我们”代替“我”，会有归属感	(140)
做不同的活动和工作，反而可以消除疲累	(141)
大声说话，可以增加自信	(141)
用肯定语气，可以消除自卑感	(142)
每天持续做一件事，可增加意志力	(143)
没事尽量少说消极的话，否则愈说愈没力	(143)
愈隆重的场面，愈要以平常心看待	(144)
出席大场合时，可带些惯用物品，增加安全感	(144)
换个角度去看世界，可消除心中的不满	(145)
穿上漂亮服装，心情会变得年轻	(145)
不想做的事情，不如周末空闲时再去做	(146)
大胆穿着奇装异服，可以增加自信	(147)
“只有”与“还有”，差一字就大不同	(148)
想集中精神，身边就别放太多东西	(148)
人是因为行动，才有地位	(149)
快节奏的音乐，让人有活力和信心	(149)
客观看待绝望，可从绝望中挣脱	(150)
“双手交叉姿势”，可使心情安定	(150)
单调重复的声音，可平缓亢奋的精神	(151)
替自己讨厌的人取个绰号	(151)
找出对手的缺点，可以减低自己的恐惧	(152)
在适当的时机，要懂得停下来思考	(153)
逼自己去重复去做不喜欢做的事	(153)
用自己精神最佳时，做难度高的事	(154)

给自己制造一个“假想敌”，可提升意志力	(155)
嫉妒心可以是“毒”，也可以是“药”	(155)
切勿将自己的“缺陷”和“不安”，投射在别人身上	(156)
适度的嫉妒可以激发向上心	(158)
做讨厌的事以前，先做自己喜欢的事	(159)
将繁重的工作“化整为零”，心理压力会变小	(160)
开始工作前，先凝视某一物体，集中精神	(160)
励志标语应加大字体	(161)
周围愈明亮，注意力愈不易集中	(161)
自言自语可释放情绪的不安	(162)
将曾经完成的作品，常拿出来看	(163)
有时不妨自断退路，让自己背水一战	(163)
先完成你所擅长的事，其他的事就可迎刃而解	(164)
面对不喜欢的人，不妨保持冷漠	(164)
如何避开自己讨厌的人的压迫感？	(165)
要相信最初的直觉，通常它是最准的	(165)
多接触自己讨厌的东西	(166)
对方讨厌自己，不妨想成自己也讨厌对方	(167)
最好不要和讨厌的人对视	(168)
犯错时，应该冷静观察，不要急做决定	(168)
用愉快的动作，改变郁闷的心情	(169)
把沙包当成讨厌的人，用拳头来发泄不满	(169)
身处自己熟悉的领域，就不会太过紧张	(170)
挑一个最适合你的角色，好好演自己	(171)
“怯场”时，不妨玩弄手边小东西	(171)
暂别工作去度假，可再产生工作的动力	(172)

活用“近朱者赤，近墨者黑”的影响力	(173)
当别人说话自己不想听时，可先记下来	(173)
探索不安的来源，不安就会消失	(174)
让内心妨碍的事，最好尽快解决掉	(174)
对一件工作投入后，就会想要做好其他事	(175)
笑一笑，可以让地狱变成天堂	(175)
身体先放轻松，心情才能轻松	(176)
自问自答，可以解决心中的疑惑	(177)
工作忙碌，可以赶走莫名不安和恐惧	(177)
加点创意！打破刻板固定的生活方式	(178)
你也可以消除恶劣情绪	(178)
别太贪心，一次只做一件事就好	(179)

第三篇 招人欢喜篇

遭人嫌恶的少年时代	(181)
自我封闭的人际关系	(182)
合唱团改变了我的生命	(183)
强硬型的人际关系	(185)
软弱型的人际关系	(186)
虚伪型的人际关系	(187)
自卑型的人际关系	(188)
算计型的人际关系	(188)
痛苦型的人际关系	(189)
爱慕虚荣型的人际关系	(190)
全面讨好型的人际关系	(191)
眼睛是魅力之窗	(192)

服装是自我个性的表现	(193)
训练自我表达能力	(194)
善加运用说话的艺术	(195)
尊重别人，调和歧见	(196)
恰当的恭维	(198)
学会倾听的要领	(199)
信用才是真正的魅力	(200)
幽默感应适可而止	(201)
包容心让你广结善缘	(202)
信心使我们更为宽裕	(203)
知人善任，用人所长	(204)
鼓励部属，效果加乘	(205)
火爆的部属容易对付	(207)
看轻自我的人难相处	(208)
激励踌躇不前的人	(209)
评价部属时不能一概而论	(210)
坚持信念莫强人所难	(211)
领导者的必经之路	(212)
勇敢对抗不讲理的上司	(212)
你有说“不”的权利	(213)
唯命是从一定好吗？	(215)
切莫掉入人情陷阱	(216)
别欠上司人情债	(217)
了结人情压力要及时	(218)
老被当作出气筒行吗？	(219)
上司发火时怎么办？	(220)

· 目 录 ·

弱者也能出奇制胜	(220)
揣摩上司意向的技巧	(221)
单打独斗不如团体奋战	(223)
被同事欺负时怎么办?	(224)
失败为成就事业之母	(225)
别让机会从你身边溜走	(225)
小改变带来大转机	(227)
学会观察人的技巧	(227)
无时差的服务热忱	(229)
掌握需求获取信赖	(230)
避免随意接受邀请	(231)
对付爽约型人物的方法	(233)
透过声音动作了解人	(233)
互利互惠是基本方针	(235)
设身处地为朋友着想	(236)
优柔寡断不利两性交往	(237)
恋爱需要冲动与勇气	(238)
缩短身体的禁忌距离	(239)
喋喋不休传讯息	(240)
善用自己的性格类型	(241)
面对自己挑战未来	(243)

第一篇 自我推销篇

把自己当成商品推销出去

“自我行销”，就是把自己当成是商品推销出去。

推销的对象，可能是企业界的老板，可能是消费大众，可能是选民。

企业老板雇用你，消费大众购买由你衍生的商品（譬如，你拍的电影、你出的歌唱专辑、你写的书籍……等），选民则以选票支持你。

不过，“自我行销”和“商品行销”还是有一些差异。这些差异包括了：

1. 无形性。
2. 不定性。
3. 互动性。

无形性

自我行销的第一个特性是“无形性”，亦即销售的不是像商品一样的实体，而是知名度、形象、信誉、能力、魅力、认同感……等无形的资产。

譬如，企业老板雇用你，是因为你所具有的能力、进取心、负责任的态度、办事效率、创意……等。

消费大众购买你出的歌唱专辑，有些是基于“偶像崇拜”的心

理，迷恋你的外型、歌声、动作……等，有些是因为你的词曲真正打动了他们的心。

选民投票给你，因为认同你的形象、政见，欣赏你的作为。

不论你在哪一个行业，担任什么样的职位或扮演什么角色，这个无形的资产就是你最大的财富。

以下我举三个实例来印证这个观点。

实例 1：商业市场

当我离开广告界以后，陆陆续续有许多大的广告公司，不管是外商，或是本土企业来挖角，希望我能重回广告界。我很庆幸自己过去在广告公司服务的经验和实力受到肯定。

甚至事隔五年，香港的猎头公司打越洋电话到我家，希望我出任某家国际广告公司的总经理，但我以身负家族企业的责任而予以婉拒。

但我仍然非常好奇：他何以拥有我的资料？而且我已离开这个行业多年，为何还来找我？

对方回答说：“寻找对象，是我们的专业工作，我们自然有渠道搜寻不同产业的人才资料。至于选定你，因为在资深的广告人中从事广告业的少之又少，因此我们想要试试看。”

这件事，让我更深信：资历、经验、专业能力、绩效表现、品德、信誉……等，是一个从业人员最佳的无形资产，永远跟着你。你越珍惜它，你未来的路就越宽广。

实例 2：大众消费市场

多年前，我曾经碰到一位计程车司机，至今让我难忘。

他说，从高中开始，就是邓丽君迷，无论邓丽君在哪里演唱，他就背着书包跟到哪里。

他对邓丽君的歌如数家珍，对邓丽君的一举一动知之甚详。

当晚，因为电视上播放邓丽君专辑，因此那位老兄急急忙忙送我回家以后，就不开车了，他要赶回去看电视，专心去当歌迷。可以说，万事莫如他的偶像重要。

我家后面有一栋深红色的大楼，住的是林志颖。因此，经常可以看到年轻的少女在大门外徘徊，通宵达旦的等候，为的是想见偶像一面。当然，通常是失望而归的多，但不死心的人还真不少。

以前，我在广告公司负责美爽爽化妆品的企画宣传时，曾经“带明星下乡促销”，举办美容发布会，请明星露露脸，以吸引人流。

在乡下，明星的魅力惊人，几乎所到之处，万巷沸腾、万头攒动，争睹明星的风采，必须劳动当地警察协助维持秩序。

明星之魅力，我早已见识。

实例 3：政治市场

国发会结束，做成“冻省”决议。宋楚瑜请辞省长，虽然舆论评价不一，但是民众对他的支持率很明显上升。

宋楚瑜在出席以他父亲名义成立的宋映潭文教基金会颁奖典礼，致词时因提及他父亲的种种行谊而数度哽咽落泪。

宋楚瑜提到，他父亲没有留下财富，只留下好名声。他父亲的教诲是，做人要规规矩矩，不能够随势逐流。一个人要讲道义、能够顶天立地，也就是台湾人所说的有骨气，诚诚恳恳、规规矩矩的做事，不是去搞权谋。

宋楚瑜借这段话以明志，固然是对时局有感而发，也借此显露政治家的傲骨和风范。

他耿直、真诚的个性，透过大众媒体的报导，对他的形象有很大的帮助。

政治人物，必须爱惜声誉重于生命。

以上三个实例，正说明了不管在哪一个市场，个人的声誉和魅力是非常重要的，无形但充满威力。

不定性

自我行销的第二个特性是“不定性”。

商品是固定不动的，但是人却是活生生的，不断在成长和改

变，因此要非常注意维持自己一定的形象，不要自毁前途。

如果不断的改变自己，在角色定位上就要非常小心谨慎，一旦“转型”不成功，尤其是明星或名人等公众人物，就会造成社会大众的认知困扰，甚而失去他们的拥戴。

举例来说，一个青春玉女，改走性感路线，因为破坏了原有的清纯形象，最后销声匿迹。一个政治人物，改变原来的政党，因而被认为是投机的政客。

当然，我们也看到，有许多转型成功的实例。譬如：

纪政由体育健将，转而竞选立法委员，获得最高票。

林青霞由银幕玉女，转为侠女，甚至魔女，由于扮相俊美，不但不减人气，而且更为轰动。

李涛由新闻人员转任公关处长，相当称职，再转到 TVBS，主持《2100 全民开讲》，带起《“Call In”和“Talk Show”》节目风潮，成为最受欢迎的电视主持人。

转型的成败，还是在于形象的好坏。

互动性

自我行销的第三个特性是“互动性”。

商品是被动的等待购买，但自己却能主动的和购买者（企业老板、消费大众、选民等）接触，产生互动。

因为具有互动性，因此自己的一举一动，会影响别人的感受。

尤其公众人物，动见观瞻，言行不可不慎。再加上新闻媒体，喜欢捕捉小道消息，加以渲染，对个人的形象伤害很大。

常有許多政治人物，在竞选前因绯闻缠身而宣布退选。选美小姐，因谣言中伤而落榜。可见流言可畏。

但如果妥善利用此特性，主动出击，则反而会形成对自己更加有利的形势。

譬如明星举办影友会，歌星举办歌友会，作家举办新书发布会，画家举办画展，政治家举办政见发布会，都可以接近群众，联