

一生只做
一件事

How To Sell Yourself

推销自己

与 [美] Arch Lustberg 著
天宏工作室 译

与总统的沟通顾问面对面



一生只做一件事

How To Sell Yourself 推销自己

与 [美] Arch Lustberg 著
天宏工作室 译

与总统的沟通顾问面对面

版权合同登记：图字 01-2002-4233 号

Copyright © 2002 by Arch Lustberg. All rights reserved.

中文简体字版权© 2002 中国盲文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一生只做一件事 / (美) 卢斯伯格 (Lustberg, A.) 著;
天宏工作室译. —北京: 中国盲文出版社, 2002.10

ISBN 7-5002-1731-5

I. — ... II. ①卢 ... ②天 ... III. 人间交往—通俗读物
IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 074079 号

书 名：一生只做一件事

编著责任者：[美] Arch Lustberg 著 天宏工作室 译

出版发行：中国盲文出版社

社 址：北京市丰台区卢沟桥城内街 39 号

邮 政 编 码：100072

电 话：(010) 83895214 83895215

印 刷：北京天龙真彩印刷技术中心

经 销：新华书店

开 本：32

字 数：160 千

印 张：8.75

版 次：2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 7-5002-1731-5/C·17

定 价：19.90 元

**本书盲文版同时出版
盲人读者可免费借阅**

出版前言

感觉有时超越事实

我至今还记得父亲赞扬母亲厨艺高超的方式。吃饭时，他抬起头，看着天花板，点点头，然后用极其单调的声音说：“还行。”任何不了解他的人都以为他不喜欢那些菜以至于快吐了。如果让他在纸上写下他的看法，他很可能这样写：“我真的很喜欢这顿饭。”在纸上，他的意思很容易准确表达出来。但是，如果在面对面交流中，用毫无热情的声音、毫无反应的面容、毫无动感的体态表达出来，听起来的意思就可能完全不符合他的原意。

面对面的交流是本书的主旨。你可能很喜欢，或很不喜欢；你可能赞成，可能反对。但怎样才能让对方以能接受的方式心悦诚服地接受你的观点，是一门极深的学问。你可能很能干，也很可爱，但如果你不能设法让对方感觉到，那就是没有作用的。感觉的力量有时超越事实本身。

你的一举一动都是在向对方发出信号。你注视人的方式，使用手的方式，坐或站的方式，语调的变化等，所有这些都可以在人对你作出某些评价。眼前就是一本关于你所传递的信号、如何传递信号以及对方如何接受信号的书。

在每次开口讲话时，你实际上都是在推销自己，无论在

以下哪一种情况下进行交流，情况都是如此：

- ❖ 相互问候。
- ❖ 电话交谈。
- ❖ 与家人、朋友、同事、陌生人或客户闲聊。
- ❖ 在会议上发言。
- ❖ 工作面试。
- ❖ 作为候选人参加竞选。
- ❖ 教学。
- ❖ 谈判。

这些事情都与推销自己有关。从某种意义上说，我们一生只做一件事——推销自己。

把你谈话的对方当作你的客户。你要推销自己的理念、观点，推销你的产品、服务，推销自己！

观众对你不外乎三种态度：

- ❖ 赞同你。
- ❖ 不赞同你。
- ❖ 还没有决定是否赞同你。

你的工作就是去追求并赢得那些还没有作出决定的人。

如果政治候选人明白这个道理，他就会赢得更容易一些。如果出庭律师明白这个道理，他在这个案件中就会有更多的机会去说服陪审团。如果销售人员明白这个道理，他就会有更多的机会完成销售任务。

我是在“史前时代”长大的。那时候，连冰都是由推销

员用四轮马车运送的。电冰箱就是电气“冰箱”的通用名称，因为它是惟一一种品牌。没有电视机。可以想像一下……连电视机都没有！打电话都是通过接线员进行的。大多数公共交通只要花 5 分钱。可口可乐也只要花 5 分钱。任何人都可以用一分钱买一支烟。中上层阶级可以花 500 元买一辆崭新的汽车。那时，这可是一笔不小的花销。在那个时代，声音是最重要的交流工具。无线电是流行的交流媒介。在政治舞台上，候选人可以在火车上散布他的信息。之后，没有任何预兆，工业革命就发展成了技术革命。

如今，我们周围的每个人好像都佩带着巴掌大的移动电话。便携式电脑差不多是手提箱里的必备之物。似乎没有什么地方是科技所不能达到的。

但是不管怎样，还没有任何东西可以代替握手、拥抱和问候。面对面的交流仍然是——也可能始终是——其他方式无法替代的。不管是一个人对个人，还是一个人对一群人，个人的感觉仍是一种本能。

键盘也永远不会代替人的脸、身体和声音。是的，机器可以把我们带到新的奇遇面前，但是如果它真的替代了人与人之间的关系，那么我们自己就会变成机器，也就是机器人——人的机械复制品。

有一段时间，我相信远程电话会议和网络会议可能会把航空公司和宾馆挤出商业圈。为此，我还与人赌钱。当时，我连想都没有想过。事实上，即使 2001 年那可怕的“911 事件”也

不能阻止人们出席各种代表大会、研讨会和招待会。我从来没有这样确信过，我们一起——在同一时间同一地方去完成必要的工作，这种面对面的接触的形式永远也不会过时。

许多公司决定通过电话、传真和调制解调器向老客户推销，以节约成本。但他们很快就意识到，那些直接接触顾客的部门、保持销售力量的竞争对手将他们的销售策略和底线都封杀了。不要忘记，候选人仍然徘徊在街头，挨家挨户敲门，劝说亲朋好友投自己一票。毫无疑问，电视广告仍然被视为选举获胜的关键途径，但是候选人从来都没有停止过挨家挨户串门，到工厂大门口、公共汽车站或地铁站、餐厅，以及其他任何有人聚集的地方。

新兴科技给我们的生活带来了更多的方便，比如，网上购物、可视电话以及远程工作。但我们一直都感觉到需要与周围活生生的人进行接触。面对面的交流是一种永远不会落后于潮流的方式。情感是一束永远不会淹没于喧嚣尘埃的玫瑰。

希望这本书能为你带来有益的启示，相信我们共同的努力将会促进整个社会更好地交流。

目 录

第一章 推销自己

- 人类的第一恐惧 \ 2
- 真实的你 \ 3
- 放松! 你就是最出色的 \ 3
- 可爱就是魅力 \ 4
- 个人形象与公众形象 \ 5
- 正确的方向与错误的方向 \ 7
- 感觉的力量 \ 8
- 表达能力与可爱 \ 8
- 公众是如何看待你的 \ 9
- 瞄准没有作出决定的人 \ 10



第二章 推销自己的能力

- 能力 \ 12
- 可以做什么 \ 12
- 准备 \ 13
 - 实力 \ 13

- 听得见的停顿 \ 13
- 不要模仿糟糕的榜样 \ 14
- 他们应该懂得更多，但是…… \ 15
- 有效地利用停顿 \ 16
- 有意识地训练停顿 \ 17
- 目光接触 \ 18
- 看哪儿 \ 18
- 选择自己注视的地方 \ 19
- 不要把不良行为当作榜样 \ 19
- 与一个朋友一起练习 \ 20
- 准备 \ 21
- 怎样表达 \ 21
 - 他们希望了解什么 \ 22
 - 比观众希望了解的更多 \ 23
 - 观众需要了解什么 \ 24



第三章 推销自己的可爱

- 目的 \ 30
- 10个确定性的结果 \ 30
- 可爱的秘诀 \ 32
 - 使用面部表情 \ 32

- 使用形体语言 \ 40
- 使用声音 \ 44

第四章 满怀信心地推销自己

关注观众 \ 54

让神经紧张起来 \ 55

可以学会充满信心 \ 55

怎样获得信心 \ 57

- 秘诀 \ 57
- 呼吸不当会成为一种障碍 \ 59
- 不要让压力使自己失控 \ 64
- 认清究竟什么是压力 \ 65



第五章 使用正确的信号推销自己

传递正确的信号 \ 68

传递信号的每一个细节 \ 68

传递对结果有利的信号 \ 69

- 站立不像看上去那样容易 \ 69
- 坐姿 \ 73
- 怎样做出反应 \ 75

- 我们每时每刻都在传递信号 \ 78
- 衣着 \ 78
- 裸露的皮肤将吸引所有注意 \ 81
- 珠宝首饰 \ 82
- 不要让你自己为难 \ 83

第六章 在讲话时推销自己

讲话的相关因素 \ 86

- 为什么找我 \ 87
- 想让我讲些什么 \ 87
- 观众是些什么人 \ 88
- 讲话的安排怎样 \ 89
- 会议的主题是什么 \ 90
- 我将在什么时间、什么地点讲话 \ 91
- 我的联系人是谁 \ 91
- 讲话时间需要多长 \ 91
- 我的联系人是谁 \ 92



开始准备讲稿 \ 93

- 为耳朵写稿 \ 94
- 简短的句子会更好 \ 95
- 简练的语言会更好 \ 96

• 分享故事，使用修辞 \ 96

• 把握好讲话时机 \ 97

• 准时 \ 98

• 目光接触的节奏 \ 98

在职业生涯中遇到的讲话场合 \ 104

• 作一名主持人 \ 104

• 在小组座谈时 \ 106

第七章 在对抗和媒体采访中推销自己

“自我”综合病症 \ 110

谴责和对抗 \ 111

• 对抗炸弹 \ 112

• 拆除对抗雷管 \ 113

人们怎样响应你 \ 113

怎样才能做到所有这些 \ 115

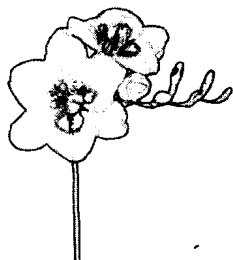
• 记住，要停顿 \ 116

• 保持目光接触 \ 118

• 深思熟虑的回答 \ 118

• 致命的宣传 \ 120

• 提供有价值的信息 \ 121



简单、简洁、清晰、精练和易于理解 \ 124

- 想要给人印象深刻的词，其实不然 \ 125
- 令人难忘 \ 127
- 大多数人忘记了讲故事的威力 \ 132
- 自豪并不意味着傲慢自大 \ 134

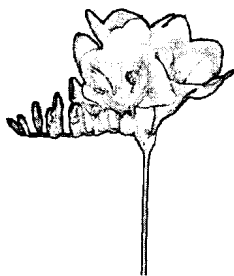
媒体采访的详细情况 \ 136

- 笔录采访 \ 137
- 电视采访 \ 137
- 演播室采访的优点 \ 138
- 突然采访 \ 141

成功的采访 \ 143

采访圈套 \ 144

- 结构 \ 145
- 节奏 \ 145
- 双刃剑 \ 146
- 延长沉默 \ 146
- 反复问同一个问题 \ 147
- 不惜一切的议程 \ 147
- “如果……” \ 149
- “这就结束了……” \ 151
- 一兜子问题 \ 151



- “据说……” \ 151
- 强光照射 \ 152
- 答案 \ 152

第八章 在教室里推销自己

- 教师作为管理者 \ 154
- 教师作为交流者 \ 155
- 新教材 \ 156
- 热情和知识 \ 157
- 教师作为传授知识的人 \ 158



第九章 推销你的产品

- 通过推销你自己来推销产品 \ 162
- 交流的需要 \ 162
 - 基本原则 \ 163
 - 三I原则 \ 164
- 通过交流进行推销 \ 165
 - 你不可能事事成功 \ 166
 - 不要浪费他人的时间或你自己的时间 \ 166

- 差异是生活的调剂品 \ 167
- 从所做的事情中获得乐趣 \ 168

第十章 在面试时推销自己

因绝望而孤注一掷会彻底毁掉这件事 \ 172

错误的印象 \ 173

- 能够做些什么? \ 174

再次表明信心 \ 176

专家的建议 \ 176

面试的主要目的 \ 177

- 分清你的最强项或最有经验的领域 \ 177
- 以定量的方法描述成就中的具体例子 \ 179
- 尽量了解未来的雇主和他的日常工作 \ 179

面试的态度 \ 181

请求帮助和指导 \ 181

有效的表现 \ 183

最后一条建议 \ 183

起作用了 \ 185

再一次起作用了 \ 186



第十一章 在会议上推销自己

成功会议的要素 \ 190

- 在会议上讲话的技巧 \ 191
- 我为什么这样 \ 192
- 不要让自我怀疑毁掉你的精彩 \ 192
- 期望成功 \ 193
- 令人高兴的事情 \ 194
- 忘记你自己 \ 195
- 大家希望什么 \ 196

作为交流方式的会议 \ 198

你要有所不同 \ 199

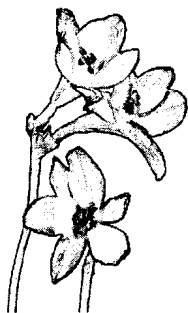
如果你是领导者，就应该负起责任 \ 200

会议现场 \ 200

- 不要冒险 \ 201
- 场合 \ 201
- 目的 \ 202
- 与会者的人数和类型 \ 202

重视人员介绍 \ 203

连贯性 \ 204



• 增加的几点 \ 205

使下一次会议成功的 12 步指南 \ 206

第十二章 在谈判中推销自己

我们都想赢 \ 213

当心压力 \ 213

谈判的黄金法则 \ 214

积极的开端 \ 215

• 我们有哪些选择 \ 216

• 基本原则 \ 216

• 我的个人体验 \ 217

作为交流方式的谈判 \ 218



第十三章 在出庭作证时推销自己

作证誓言 \ 222

法庭审理 \ 223

• 自我控制 \ 225

• 抓住问题的实质 \ 225

在国会议员面前的证词 \ 226