

SUCCESS

“卖”向

(英) 茱蒂·詹姆斯 著
陈淑惠 译

成功

挑战成功系列

如何推销你自己

中山大学出版社



SUCCESS

“卖”向

(英) 茱蒂·詹姆斯 著
陈淑惠 译

成功

C912.1

22246v

挑战成功系列

如何推销你自己

中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

“卖”向成功——如何推销你自己/(英)茱蒂·詹姆斯著;陈淑惠译.—广州:中山大学出版社,1999.9

(挑战成功系列)

ISBN 7-306-01563-X

I.“卖”… II.①茱…②陈… III.①个人—修养②就业—基本知识 IV.C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 46192 号

版权合同登记号:19-1999-098

中山大学出版社出版发行

(地址:广州市新港西路 135 号 邮编:510275

电话:020-84111998、84037215)

广东省新华书店经销

广东省番禺市市桥印刷厂印刷

(地址:广东番禺市市桥环城西路 201 号 邮编:511400 电话:020-84881937)

850 毫米×1168 毫米 32 开本 4.875 印张 120 千字

1999 年 9 月第 1 版 1999 年 9 月第 1 次印刷

定价:10.00 元

如发现因印装质量问题影响阅读,请与承印厂联系调换

© Judi James 1995

© Typographical Layout The Industrial Society 1995

First published by The Industrial Society, represented by
Cathy Miller Foreign Rights Agency, London, England

© Chinese Simplified Characters Edition Zhongshan University Press 1999

目 录

第一章 积极推销	(1)
① 清楚你的目标	(2)
② 清楚你的产品	(3)
③ 清楚地知道如何销售那件产品	(5)
④ 十二点积极的行动计划	(11)
第二章 培养信心与积极的人生观	(13)
① 如何建立信心	(14)
② 行动计划	(20)
第三章 善用你的独特性	(23)
① 幸福感	(25)
② 价值观	(27)
第四章 塑造良好的工作形象	(33)
① 好感要素	(34)
② 公司形象	(36)
③ 自我推销	(37)
第五章 肢体语言与团队精神	(42)

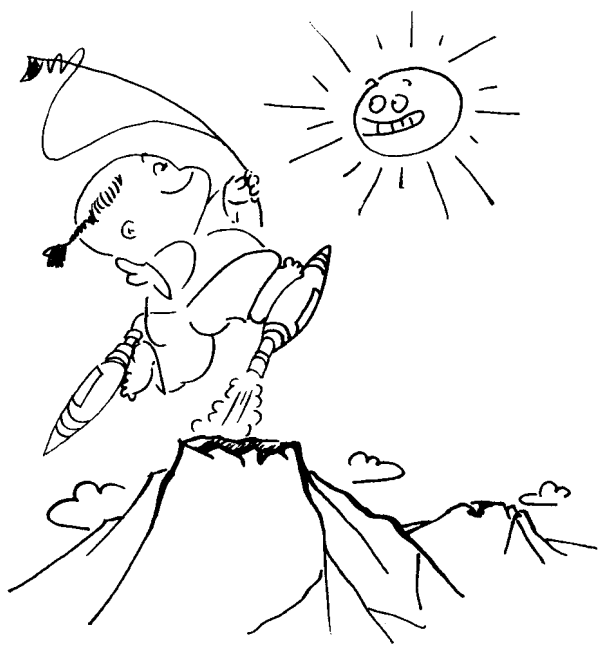
2 “卖”向成功——如何推销你自己

① 肢体语言	(43)
② 团队精神	(64)
第六章 面对事实	(66)
① 勇敢直视	(69)
② 眼神交流练习	(70)
第七章 打动人心的穿着	(72)
① 十大秘诀	(73)
② 给两性的健康秘诀	(81)
③ 成功的仪表	(81)
④ 男性的传统衣着	(82)
⑤ 女性的传统衣着	(84)
第八章 不当行为——现代商业礼仪指南	(86)
① 礼貌	(87)
② 礼貌练习	(88)
③ 劣质礼仪	(90)
④ 魅力	(93)
⑤ 完美的同事	(93)
⑥ 电话技巧	(94)
第九章 语言的力量	(96)
① 心像之音	(97)
② 说话风格	(99)

第十章 特殊场合.....	(107)
① 演讲	(108)
② 面试	(129)
③ 会议	(132)
第十一章 坚定你自己的立场.....	(135)
① 对抗或是逃避	(137)
② 技巧练习	(142)
③ 强化力量	(143)
结 论.....	(147)

第一章

积极推销



如果你将形象视为一种营销技巧，那么你就必须对所欲推销的产品相当熟悉。

计划积极推销的三个主要步骤既简单且容易。

1 清楚你的目标

你要什么，以及你的方向是什么？你有远大的抱负吗？你希望别人对你有什么样的定位？

即席计划练习

准备一张空白纸张，然后坐下来。定出你在事业上及家庭生活上的短期及长期目标。

分出这些目标中有哪些是实际且可达成的目标；又有哪些是不切实际的梦想。

别轻易地放弃任何“梦想”。在否决梦想之前，先想清楚其可实现性，而不要去注意其或然性。

切记——只要你勇于尝试，则任何事情都有可能——如果你不愿尝试，则完全没有机会可言。

与目标周旋

选一个被你否决的“幻想”或“不切实际”的生活目标。以此目标作为练习对象，看看你可达成些什么。这个目标越不切实际，这项练习所得的效果便愈大。

设若你说你想成为一位摇滚歌星或是成为百万富翁，那

么请拿一张空白纸张，将此愿望列为你的第一个目标。

现在，将足以影响这一愿望达成的个人优点与缺点，分别列出。然后，将之组成一商业性计划，排除缺点部分，以利于达成你的目标。

切勿轻易地排除或否定任何一项梦想，就算它是个极其荒诞不切实际的梦想也无所谓。动动脑筋，写下所有可能性，而且经过深思熟虑之后，才将最不可能的排除。你不妨做一些调查——例如，人们是如何成为百万富翁的？他们所从事的行业大都是哪些领域？他们成功的步骤是什么？一旦你深入地掌握这一切答案之后，便可适时地将之应用到你所追求的目标上。

许多商业界的领袖人物都会在他们开始进行之前，将其每日所要完成的事情详细列明。如此的设定目标，再配上行动，成功的日子就指日可待。

如果你完全不知道该何去何从，那么最后的结果是哪儿也去不成。一旦你决定了你的终点站之后，接下来要做的，便是路线的规划了。

2 清楚你的产品

了解你自己。充分掌握你的优点与缺点。注意你的成就与积极、正面的能力。

◎企 图 心

由自我发现的部分开始进行，回答下列所有问题：

1. 选择你觉得最适合用来形容你在事业上的人格的六个字。
2. 再选择你觉得同事最常用来形容你的六个字。
3. 另外再选你觉得自己知心好友最常用来形容你的六个字。
4. 小时候的你，曾怀有哪些雄心壮志？
5. 你现在又怀有哪些雄心壮志？
6. 说出三个你认为值得力争的原则。
7. 说出你最崇敬的三个人。
8. 在事业上你所获得的最大满足是什么？
9. 你最喜欢从事什么样的工作以养家糊口？
10. 什么事情会令你气愤？
11. 什么事情会令你快乐？

仔细研究这些问题，或许你会对其中的答案感到惊讶不已。年幼时，我们不愧言自己心中的梦想、目标，以及情感，但是随着时间的飞逝而成长之后，我们早已不再有这样的意气风发——大多是因日常生活的挫折，而使得我们不再认为那些梦想野心是实际之事。

我们甚至会无法透析快乐的因子——毕竟，企图心和幸福都是必须付出相当的努力之后，才有可能实现。努力也需有计划，有了正确的计划，再加上努力，则凡事无不成。

◎信心

在我们开始致力于外表形象的追求之前，我们都需要培养内在的信心。如果我们在能力之外无法具有信心，则我们只能当一个极端有毅力的骗子，因为我们所销售的产品连我们自己都没有信心。

对我们的能力有信心，并不代表我们应该目空一切、高傲鲁莽。没有人会有兴趣听你口沫横飞地自吹自擂，大部分人想知道你对所要销售的产品到底了解多深。

3 清楚地知道如何销售那件产品

只要你清楚地了解你自己及你的目标，你也就较易于开始有效地推销。没有清楚的目标，那么，你将无法向任何特殊之人推销任何特殊的产品。

有些人特别擅于自我推销。在你工作的同事中，你是否曾见过当经理出现时，某人便会占尽天时地利人和的条件，表现得特别突出，特别能引起经理的目光呢？这就是所谓的“有效自我推销”。

你是否曾经发现，自己劳碌辛苦一整天都没人注意，没有想到只是稍微地打个哈欠，便被上司逮到，质问的语气好似你一整天都在偷懒睡觉一样？或者，你是否曾经注意过，

每次你早到的时候都没有人发现，可是只要你一迟到，就好似全公司的人都知道一般呢？这种现象就是不良的个人推销所造成的。

或许你认为卓越推销只不过是好运罢了。其实并非如此，这是种错误的想法。但是，一如其他任何的错误想法一样，都是可以改正的。

◎第一印象

“概略浏览总比望而未见好”

——梅·韦斯特

建立第一印象的时间只需四秒钟，而要“解除”坏印象的时间却要花上四年之久。

第一印象是基于错误的臆测和先入为主的观念而得的，但是，因为这基本上是一种意识的过程——再加上我们大多数人总有未经仔细思考，便妄加论断的毛病——因此，甚少人能够不陷于这种情绪之中。

你是否曾经与你所厌恶的人有过眼神的交流？你是否曾花时间去思考其原因是什么？或者，你就以你的直觉判断为依据呢？

我们生活在一个繁忙的世界，如果你住在城市，你将每天都会遇见成千上百的人。我们根本没有时间坐下来，好好地认识彼此，因此便放任自己的双眼来定位初次见面的人。

在初次认识某人的几秒钟内，我们的潜意识会迅速地对此人的身份、地位与人格做一些臆测。事实上，这些臆测有

大部分可能是不正确的，但我们并不在乎。我们只是想确定我们有“锐利的眼光”，可以一眼就看透这个人。

然而，这个第一印象所造成的更进一步的危险是，它可能很容易成为一个自我实践的预言。如果在第一次见面时，我们便不喜欢对方的长相，则有可能从此便以消极的态度来对待他。再加上人们的盲从心态，于是大家对他的态度也跟着不友善。而这样的现象又会令人自喜，因为那印证了我的眼光的确很正确，甚至以此而感到自豪，觉得自己有“立辨忠奸”的能力。

不论第一印象精确与否，务必谨记的重要事实是，我们应该注意第一次见面时所留下的第一印象。到底是如何浮现这一印象的？我们又传递着什么类型的信息？我们的默契如何？在开口之前，我们心中原本想对他人说的又是些什么话？要找出这些问题的答案的最佳方式，便是精确地分析我们对他人的批判态度。

我们总容易过度地担心我们对他人说了些什么，而未曾深入地去注意对他人说话时的技巧。阿尔伯特·马拉宾曾做了一些调查研究，发现导致整体信息和结果的因素令人难以置信：

说话时的用词——7%

说话时的口气——38%

说话时的视线——55%

相较于说话时的口气与形象，词汇的重要性显然排列在最后。如果你口中说的是一回事，而身体传达出来的信息却反其道而行之，则人们会相信他眼睛所见，而不信其双耳所

闻，而且这样的信息将会在他心中长久停驻。

◎视觉影响

那么，第一印象是如何产生的呢？如果我们分析自己的潜意识思想，便不难了解我们是如何在须臾间定位其他人的，然后我们可将此分析反用到我们自己身上。视觉影响的主要领域为：

1. 脸部表情：眼神交流、微笑或皱眉等，都是有力的视觉沟通信息。

2. 肢体语言：我们须了解我们的姿势和举动向他人传达着什么信息。

3. 衣着：在选择每日所要穿着的衣服时，其实也同时在向他人显露我们的品味、人格和态度。如果我们与某一团体的人穿着同样的衣服，则意味着我们都属于某一“俱乐部”的成员。如果我们决定要有不同的穿着时，则表示我们希望被视为那个俱乐部之外的人，或是一个我行我素或离经叛道的人。

4. 仪容：头部、手部，以及身上所散发出来的味道，都是我们建立整体印象的重要部分。

由以上这些条件要素看来，你便可以明白，要判断你自己的视觉沟通是件多么困难的事。最近一次观看你自己的脸部表情是什么时候呢？或者，最近一次观看自己的肢体语言又是何时呢？或许只有在我们照镜子的时候吧！

因此，我们便一直受役于一种沟通技巧中，同时又不知

道自己在传达些什么。这听起来是否令人感到惶恐呢？不幸的是，事实正是如此！

本书的宗旨之一，在于协助你掌握控制这些视觉信息，一如你控制沟通时的词汇一般。当然，这样的掌握控制是需要计划、分析的，更重要的是要在一开始就知道你要说些什么。

◎积极的改变

“我们必须恐惧的唯一事情便是恐惧本身”

——富兰克林·罗斯福

人们总是抗拒改变，改变让人觉得不安与恐惧。有时候就算对现有环境不满意，大部分人还是依旧会一再地忍耐与压抑，因为他们害怕作了改变之后，情况会变得更糟。每当我们打算要尝试某些新事物时，无数由来已久的金科玉律总会让我们有所警惕。例如：“明枪易躲，暗箭难防。”“前门拒狼，后门进虎。”“二鸟在林，不如一鸟在手。”“未破之物，无须修补。”等等。

当然，也许你也会认为一切的改善都因改变而导致。其实，如果你真的想要扭转你的形象，则改变是绝对重要和必须的。蜻蜓点水似的改变热度是达不到什么实际效果的。许多人之所以会有五分钟热度的改变，纯粹只是想向自己证明，他们在一开始便是正确的。他们并不是真心想改变，也没有给自己机会。

改变所得到的积极效果有很多，如：

1. 改变可改善一切。
2. 改变可令我们消除无聊的感觉。
3. 改变可建立自尊与自信。
4. 改变可使别人不再视我们为理所当然。

◎风格品味

我们的风格品味与对自己能力的信仰，在人生的早期便成形。在学校中，我们会对某些自己拿手的科目特别迅速地投入，如此一来便可在考试时取得高分，也因此而放弃了其他我们可能会有兴趣的科目。

然后，我们开始相信我们对某些事物很擅长，对某些事物毫无希望。于是，我们开始去逃避这些所有人都公认我们不行的科目或事物，一辈子都不愿花时间去化解这一问题，并自欺欺人地说：“我对数字一窍不通——我对算术真的一点办法都没有。”或是：“我的双手根本就毫无希望可言——我无法以画画或油漆为生。”

其实，这其中真正的含意是，我们连试都还没试就已经宣告放弃了。

我们开始毫无缘由地对事物区分喜欢与不喜欢，诸如，喜欢什么样的食物、音乐，讨厌什么样的食物、音乐。同时，我们还会开始去分类衣服，如什么样的衣服“是我们”穿的，而什么衣服“不是我们”穿的。

这些早期的定位成为我们此后终生的障碍。我们会毫无缘由地认为自己缺少某些技巧。当人们说他们不懂汽车维修