



打开女人荷包的神法

河南人民出版社



打开女人荷包의妙法

河南人民出版社



8936052

B84
789

打开女人荷包의 妙法

(台湾)《推销月刊》杂志社编著

责任编辑 赵向毅

河南人民出版社出版

河南郑州新豫印刷厂印刷

河南省新华书店发行

787×1092毫米 32开本 3.5印 千字

1988年10月第1版1988年10月第1次印刷

印数1—23,550册

ISBN 7—215—00309—4/I·38

定价 1.25元

前 言

美国的罗德但丁，曾经这么表示过：

“当你问一个男人：‘你这订书机在什么地方买的？’他一定会直接回答你：‘在街头转角的书店买的。’而以一个同样的问题在问女人时，她一定会疑惑地回答道：‘怎么！有什么地方不对！？’”

假如你不懂这其中差别的原因何在的话？那么你有关女性方面的知识，不是太缺乏，就是太落伍了。简单地说，你根本不懂女人的心理——如果你真是这样，则本书对你将有很大的助益。

对于同样的问题，为什么男人与女人会有迥然不同的答案？这是因为女人的本性——碰到任何问题，都先采取防卫姿态。本书将教你如何了解这种微妙的女性心理及变化。

我们再来看一个问题——如果有人问你：“男人与女人究竟何者比较有钱(购买力)？”如果你回答：“各占一半！”那就错了！目前世界上的女性，几乎掌握了一大半以上的金钱；谈到她们的购买力，有部分专家认为，已经达到每一个国家总预算金额。看看！惊人不？！

这个事实，也许令你半信半疑，却想不透原因何在？不错！在赚钱方面，男人是居于领导者地位的。但是，在他们的观念里，常把“得到”和“使用”混淆不清，自以为赚钱就掌握了金钱的使用权。事实上，这完全是两码事。

男人们专心地工作，确实赚了钱；但是钱到手以后，几乎都给了女人，任他们随心所欲地使用——这是无可否认的事实。

想想看！先生购买东西的决定权，仅限于在外面吃中午饭的时候，叫个客饭、香烟或咖啡之类的，了不起来杯生啤酒。其他，如买鱼、肉、米面之类或水果、蔬菜等，一切决定权都操在太太手中。说不定，晚上你想在家里喝杯酒，还得经过她批准哩！女人们，不仅在家务、厨房等方面的事拥有决定权，在汽车、钢琴、家电用品，甚至房子、土地、家俱及孩子文具用品的购买与否，也大都由女人来决定。另外，对家庭老师、升学学校的选择，女人也都掌握了指导权。

不仅如此，从旅行到买衣服（甚而小至领带）……大小事情，也都要由太太参与。如果不符合女人眼光的，就一定被否决掉，可见女人购买权之大了。换句话说，对上述事实，若不研究出有效的对策，你的推销就一定成功不了，这绝非危言耸听。

如果有人问你：“究竟向女人推销容易呢？还是向男人推销容易？”你准备怎么回答？

假如你认为，不论向女人推销或向男人推销，都一样很困难，甚至无法立即判断，那你的想法就太天真了。或者，

你认为：向女人推销比向男人推销要困难得多。那么，在竞争愈来愈激烈的推销战场上，你将成为落伍者。

为了避免沦为推销战场上的落伍者，你一定要先了解那批具有强大购买力，甚至被喻为采购专家的女人心理，否则在推销战场上，你将一筹莫展，永无胜算的把握。

“了解女人心理”——这是相当重要的、却被许多人所忽略。他们盲目地做生意、犯了许多原可以避免的错误，同时，也浪费了许多金钱、时间。这就是不了解女人特有的心理所致。过去不知道有多少人做了这种傻瓜。

举个实例来说，10年前，安妮生理用品在日本发售的时候，得到了暴发性的销路。“安妮”这专有名词，马上变成普通名词，其销路之惊人，可想而知。

然而，有谁想象得到，“安妮”发售时的广告、宣传阵容都是由男人担任的。这群人，抓住女性心理，比那些心理专家们来得更厉害。

不过本书中不打算引用安妮这个例子。因为这是个比较具体特殊性的例子，如果引用到一般说明，就失去了客观性和普遍性。

自从石油危机普遍发生以后，我们改变了许多观念。最紧要的是，我们认识到：世界资源是有限的，即使再怎么富裕，也不应该轻易浪费。可是，由于我们不懂女人心理，却浪费了许多金钱、时间和精神。

我们知道，在这愈来愈不景气的世界经济状态中，不论贫富，都要进入节俭的时代。譬如说，原先做100次的电视

插档广告，可以减少到50次；登3次的广告，可以缩减成两次；要散发两批的广告单，可以改变成一批。目前的社会，正进入“省钱、省力”的时代。

换句话说，我们要由“重量”进入“重质”的时代。这样一来，我们就必须确实地把握消费者的心理，特别是尽量去了解女性的复杂心理，以减少无谓的浪费。

成功的推销战术，是每一位推销员该有的认识。本书就是基于这一论点而编写的。

目 录

前 言

第一章 女性的本质	(1)
女人是小气的动物.....	(1)
女人都是贪心不足的.....	(2)
女人天生无法守密.....	(4)
女人都具有潜在的受害意识.....	(5)
女人是被动的动物.....	(8)
女人就象蝌蚪.....	(9)
女人都是和平主义者.....	(11)
女人是不具社会性的动物.....	(13)
女人是富有强烈适应性的动物.....	(15)
女人并不是真的很坏.....	(16)
女人无法了解何谓Promotion	(17)
第二章 女人的脑筋里究竟在想些什么?	(19)
女人随时在提高警觉不使自己吃亏.....	(19)
女人梦中的白马王子.....	(21)
女人以结婚为人生的目的.....	(24)

女人最喜欢听别人的丑闻.....	(25)
女人总爱闹假自杀.....	(27)
女人喜欢温柔型的男人.....	(28)
女人喜欢世家子弟.....	(31)
女人最怕衰老.....	(33)
女人对于头发的执着.....	(36)
女人都是口是心非的.....	(37)
女人期待新奇的事物.....	(38)
女人的占有欲极强.....	(39)
女人厌恶涉及肉体的话题.....	(39)

第三章 女性最大的弱点..... (41)

女人经不起爱与幸福的诱惑.....	(41)
女人缺乏果断力.....	(43)
女人最崇拜权威.....	(45)
女人喜欢贪小便宜.....	(46)
女人经不起暗示.....	(47)
女人是无理论者.....	(49)

女人经不起商业广告的诱惑.....	(50)
女人厌恶机械.....	(52)
女人缺乏方向感.....	(54)
女人对孩子无可奈何.....	(56)
女人拙于计算.....	(57)
女人经不起音乐的诱惑.....	(58)
第四章 如何博取女性的欢心？	(60)
领首称许、眼睛发亮、伸手抚摸.....	(60)
非常、非常、非常.....	(61)
价值与实用.....	(62)
别忘了！人人都有虚荣心.....	(63)
98元的生意经.....	(65)
色彩的吸引力.....	(65)
女人总是走在季节的前端.....	(69)
小孩是3分钟的热度，女人是3天的热虎.....	(70)
女人是废物的收藏家.....	(72)
对未知事物的好奇.....	(73)

喜欢照相的习性.....	(74)
圆圆的曲线.....	(75)
左邻右舍.....	(76)
预备结婚的娘子军.....	(78)
让她看, 让她摸.....	(79)
喜爱风花雪月.....	(81)
呼朋引伴.....	(83)
同情心.....	(84)
毋夸示特点.....	(86)
第五章 市场的新策略	(88)
从消费到节省的转变.....	(88)
广告的三大法则.....	(90)
广告五个原则.....	(91)
展望未来的企业.....	(95)
商场责任.....	(98)
后 记	(102)

第一章 女性的本质

女人是小气的动物

如果你公然地说：“女人天生就是非常小气的！”势必会遭到她们伶牙利齿的反击。所以，到目前为止，还没有人敢当着女人的面说“你很小气！”不过，她们这种小气的行为，乃是因为没有赚钱能力所致。

没有收入的能力，就需要开源节流、控制支出，除此而外别无他途。这与社会机构的健全与否，没有多大关系，只要是没有能力确保固定收入，就不得不小气些。

究竟女人小气到何种地步呢？举个例子来说一下：

目前每个家庭都有电冰箱，如果你仔细看看里面，首先你会发现，里面堆满了杂乱的东西；而且还有已经腐烂发霉，甚至发生异味的食物纷杂其间。

以火腿来说，可能早在一个月前就摆在里面了。有一天，先生突然拿出来准备当下酒菜——

“哎呀！那不能吃了！”太太在一旁大叫着，

先生听了，紧跟着会问：“既然不能吃，为什么不拿去倒掉呢？”当太太的总是会说：“等全坏了再丢掉也不迟啊！”

你懂吗？女人就是这么奇怪！不管任何东西，除非等到完全坏了，没有用了，否则她们是不会放弃的。这就是“死心眼”的心理作祟。这种心理，男人是无法理解的，女人本身则非常清楚。不信你把上述的“冰箱的事情”，拿来问问你身边所认识的女人，她们一定会都说：“这种心理我们了解！”所以，你也无需去怪她们把不能吃的东西还搁在冰箱里，她们就是这样。

另外一种情形：当先生到外面打麻将、喝酒玩乐到三更半夜才回家，太太一定会很不高兴。如果你身为男人，这时候就应该先发制她——进门以后就直接奔到厨房，突然地打开冰箱，把里面的东西一一地抓出来说：

“你看，这是怎么回事？我在外面流血、流汗地赚钱养家，你却如此浪费，你说！你怎么给我交待？”如此大叫几声，把里面半坏了的食物都丢出来，这就是抓住女人心理的一种巧妙战术。

大多数家庭的冰箱，都放有无用的食物，这就正告诉我们：女人都是小气的——这是毋庸置疑的事实。尽管如此，你还要应该记住：你如果当着面说她，一定会惹她生气的。她一生气发火，谁也拿她没办法，只有希望她们自己能了解自己这种小气心理的原因何在！

女人都是贪心不足的

女人不但小气，同时也很贪心，这并不是有意要把女人的缺点表露无遗。

小气和贪心本来就是一体的。所以没有哪一个女人是不贪心的，只不过是程度上的不同罢了！不过，如果因而造成贪婪的行为，那问题可就严重了。

从客观立场来看，如果处处表现得爱贪小便宜，这一定是一个充满欲望的女人。喜欢贪小便宜的人，都有着强烈的需求——这是她们的共同特性。

以旅行来说，目前正掀起海外旅游的热潮，年轻的女性，表现得更为积极，一旦听到旅行的事情，马上就坐立不安。这表现出她们的欲望之深，不管到哪里，总希望自己比别人特殊。即使她们旅行到了目的地，也不会感到满足，总想再找一个别人未曾到过的地方，独自享有与众不同的东西，才会感到心满意足。

这是她们贪心的表现，她们就象小孩子一样，不会固定在一个地方玩太久，总是走马观花，想尽量利用时间，玩遍各地，看尽各种东西，哪怕是吃饭这么短的时间，她们都不会放过。这就象，你同时拿着牛奶糖和巧克力糖，问一个小孩子，他要哪一种？小孩子一定会伸出双手——表示都要。我们在这里所谈的问题，不仅仅是“贪心”这一点，另外还有其他更重要的地方，不容忽视，亦即女人想保持自己的地位以及一切有利于自己的优势；甚至想独自享受阳光、风景、食物等美好的事物。从这里就可以充分地看出，女人自私自利的心理。

当然，如果让太多人知道事情的真相，那么女人的短处就不攻自破了，而且，大部分的女人都有一种强烈的倾向

——她们回到娘家时，都会向亲朋好友夸示自己的一切。

上述贪心和不满足的欲望，就是了解女人的重要关键。

女人天生无法守密

任何人都会有秘密，绝对没有人敢说自已完全没有秘密。只不过秘密的性质有所差别，不管是私人秘密或是公务上的秘密，女人都是无法守得住的。

女人们的秘密，除了少部分外，大都属于私人的秘密。但是，仅就这一点，她们都无法保守住的；而且，任何芝麻小事都要加以秘密化，看成是严重得不得了的事情，自己却无法保密——大部分的女人都有这种倾向，不仅如此，就是非常重要的秘密（有时候是因为担任重要工作所负责的秘密），她们也会把它透露出去，女人就是这么奇怪。

为什么会这样呢？到目前为止，还没有人知道确实的原因。不过，有一点我们可以了解的是：她们未曾考虑过，秘密一旦泄露出去以后，可能产生的影响和纠纷。

下面是我们常见到的一个现象：

“这是天大的秘密！”

“这个秘密只告诉你哦！”

类似的话，对女人来说是很稀松平常的；同时，大家可注意到一点——她们不时地把“绝对的秘密”挂在嘴上。男人有时也会用“绝对”这个字眼，但是，如果仔细分析研究一下，他们所说的“绝对”，就是百分之百的意思。

当一个女人对你说：“这是绝对的秘密，千万不要向别

人透露，我只告诉你而已”时，其实她已不知把这句话告诉过多少人了，至少也有两人以上了，这是为什么呢？难道说女人天性喜欢秘密？如果是这样，那么，她把秘密传出去的话，这就不能再称之为秘密了。这可能与女人的性格有关，她们无法在心里默默地拥有一件事情。正因为如此，自古以来大家就都认为：真正的秘密是不能让女人知道的。

我们要了解，即使是男女之间，她们也无法守秘。如果你认为：这种事大概不会说出去吧！那你就大错特错了！她一定会用“这是绝对的秘密”这句话，而把它传给第三者知道。你必须了解，女人不仅不会保守秘密，而且更喜欢探听别人的隐私，这是她们与生俱来的本性。

女人都具有潜在的受害意识

在这里，我们暂不谈“女人向来比较保守”这个问题，客观地来看看下面这些有趣的事。

女人们由于保守的本性使然，所以，她们潜在的受害意识，往往会在日常生活中不经意地表现出来，尤其是当她们这种意识逐渐扩大时，自己就会凭空想象各种“受害”的情形，连带得男人也往往因此而遭殃。

在他们所想象的各种受害事件中，以“被强暴”占绝大多数。几乎每一个女人都曾有过类似的想法。特别是成年女子，绝对没有人会认为自己毫无被强暴占有的潜意识存在；她们甚至担心会遭到男人猥亵行为的伤害。从遭到强暴到在车上被人偷偷地摸一把……等等，都是女人所担心害怕的问

题，其间的差别，不过是程度上的不同罢了。

的确！世界上是有不少这种无聊的男人，他们大多数存有这种念头，但为了避免引起无谓的麻烦，所以，很少人把这些想入非非的企图，真正付诸行动，这问题，就好像是很想顺手牵羊，却又不敢真正拿走别人的东西，道理是一样的。

• 女人的受害意识，大都是基于潜在的“暗示性”及“期待性”——认为自己会遭到男子猥亵行为的侵害而酝酿成的。

在这里，我们要讨论“期待性”及“暗示性”两大问题。

如果每天都担心在拥挤的公共汽车上被无聊的男子“吃豆腐”，而认为他们都是无耻之徒的话，那么，这个女人本身就已经处在一种不正常的心理状态了，那怕是自己不小心碰到了男人的手提箱，也会认为是被偷摸了一把。这就是对自己早就有了“暗示性”，另一方面也可以说是，有了潜意识的“期待性”。女人们看了也许会很激怒，不过客观地说，这确实是女人们的普遍心理。

譬如说，有些女人爱穿迷你裙，走在马路上任风吹动。这时候，如果有男人多看她几眼，她就会开口骂些“讨厌”“神经病！”……之类的话。假如真是讨厌男人看她的话，那么是不是应该换穿长裙或长裤？事实上，我们仔细地观察一下，没有一个女子真会这么做的。她们嘴上说：“讨厌！讨厌！”然而，大腿上的裙子，反而一寸一寸地愈缩愈短