

哈佛 MBA 毕业生的 最后一堂课

如何让自己大卖

LAST HALL CLASS
OF MBA GRADUATES OF HARVARD

宇琦 ◎ 编著



如果你想获得百万美元的薪资，
就必须让自己看起来像张百万美元的支票

中国华侨出版社

哈佛 MBA 毕业生的 最后一堂课

如何让自己大卖



如果你想获得百万美元的薪资，
就必须让自己看起来像张百万美元的支票

中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

哈佛 MBA 毕业生的最后一堂课：如何让自己大卖 / 宇琦编著. —北京：
中国华侨出版社, 2011.3

ISBN 978-7-5113-1208-2

I. ①哈… II. ①宇… III. ①推销-研究生-教学参考资料 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 013198 号

哈佛 MBA 毕业生的最后一堂课：如何让自己大卖

编 著 / 宇 琦

责任编辑 / 尹 影

责任校对 / 吕 宏

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开 印张/16 字数/250 千字

印 刷 / 北京建泰印刷有限公司

版 次 / 2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-1208-2

定 价 / 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编:100028

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com



前 言

把自己以“白菜价”倾销，还是以“黄金价”营销？

推销自己，是一个长久不衰的话题和需要学会的功课。在现今的社会上，再也没有伯乐自动送上门的事发生了，你要是千里马，就得自动自觉让人发现，若是黄金，就得让自己发光。

推销自己，是简单的直来直往，还是强买强卖？是笨拙地从自己的立场出发，试图说服顾客，还是以僵化的营销规律为圣旨照本宣科？推销，并不是一种教科书上的条条框框，它是活学活用的智慧。推销自己，就是要我们运用各种大大小小的智慧给自己加分，改正自己的缺点，或者掩盖住无法改变的瑕疵。它要求我们既有全局观，也要巨细靡遗，从内而外完善自己，把自己包装成最好的商品来面对顾客。

推销，已并不仅仅是一个经济学的专有名词了，它已经渗透到我们生活的各个层面，影响着我们的生活。如今，去面试工作，就是要把自己推销给老板；结交朋友，就是把自己推销给陌生人；商务合作，就是把自己推销给潜在合作伙伴。推销已经在我们的生活中占有了很重要的位置，我们不仅不能对它视若等闲，还要加以重视，因为人生中已经缺少不了这一环节了，我们不只是要对它有所注意，而要多琢磨、多思考，力求懂得其中的真谛和窍门。

自我推销，做得好了，就能使自己的身价一夜暴涨；做得不好，不仅会原地



踏步，还很有可能会贬值。要想把自己成功推销出去，不能把老一套的推销理念当做金科玉律照搬照抄，这样往往会弄巧成拙，从而让自己的身价降低。避免到最后只能把自己“倾销”出去，拒绝被卖个“白菜价”的命运，就要多花时间和精力认识自己，认清对方的心态，只有把双方的情况都弄清楚，才有可能从客观且现实的情况出发，把自己以“黄金价”推销出去。

推销的秘密，不是什么不可知的古老咒语，也不是什么独门传授的秘方，而是我们在推销自己时运用的智慧、技巧，只要我们用心学习与练习，就能熟能生巧、游刃有余。



目 录

第一章

世界上到处都是才华横溢的“穷人”

在这个世界上,有才华的“穷人”到处都是。他们才华横溢、学富五车,甚至能力超群,但为何最后却落了个穷困潦倒、一无所成的下场,而许多并没有什么才华、平凡无奇的人却能功成名就、春风得意呢?俗话说:千里马常有,伯乐却不常有。为什么我的能力老板总是看不到?升职、加薪为什么永远也轮不到我?都是两个肩膀扛着一个脑袋,为什么人生竟会如此不同?如此这般抱怨的职场人,现在比比皆是。要是总带着如此的心情工作、怨天尤人、垂头丧气,老板就会更加忽略你的存在。

有才华的人为什么会颗粒无收	2
金子也不一定能发光发亮,酒好也怕巷子深	5
有旷世的才华,更要善于推销自己	7
主动推销自己	10
低调做人,不是叫你等着让人来挖掘	14
富人凭什么富,穷人到底缺什么	18
成功不在于你知道什么,而在于别人知道你是谁	22



第二章

世界上最会赚钱的人，也是最会推销自己的人

会赚钱，并不是一种与生俱来的本领，也不是一种碰运气的行当。仔细观察就能知道，会赚钱的人，都是出色的推销员，他们在机遇面前毫不退缩、当机立断，把自己最有价值的那一面展示出来，就此一马平川。这就表明，要赚钱，不能整天唉声叹气地埋怨自己的不幸，羡慕别人的成就，而要好好检讨自己，切切实实学习推销的技巧。



比尔·盖茨不一定是最好的企业家，但一定是世界上

最有能力的推销员	28
世界上所有的财富都来自于“一买一卖”之间	30
70%到 80%的高管来自于一个职业——推销员	32
世界上最伟大的推销员做的第一件事——推销自己	35
懂得推销自己的人，走到哪都吃香	38
把自己当成商品就等于在社会上有了一张永恒的通行证	40

第三章

推销自己的秘密：知道人们最想买什么

无论是推销商品还是推销自己，盲目推销必定不会带来成果。无头苍蝇似的推销策略，不仅吃力不讨好，还很可能浪费精力，可谓赔了夫人又折兵。要成功推销，就要有的放矢，学会看懂摸透别人的心理，并且让自己不断升值，正中顾客下怀。



望闻问切，一分钟吃透你的“顾客”	44
揣摩心理，三分钟跟“顾客”成为朋友	47
“先谋而后求”者才能鹤立鸡群	50
让深挖客户需求成为自己的特长	53



你必须有一样独特的绝活,让自己“物以稀为贵”	56
把握时机,让自己“奇货可居”一回	58

第四章

认清自我,推销最好的自己

有的人在推销自己的时候,常常觉得力不从心,他们其实是走了弯路,跑错了跑道,把力用到了错的地方上。所谓事倍功半,就是如此。要把这个错误纠正,更有效率地推销自己,就得先明白自己的定位,好好认识自己,才能重新正确地设计自己的发展道路,做起事来事半功倍。



推销自己最重要的一堂课——认识自己	62
经常照照镜子,给自己一个准确的定位	64
成功往往不在于技巧,而在于及时自我把握	67
职业就像鞋子,适合自己的才是最好的	69
接纳自己,无论是优点或缺点	72
除了你自己,没有谁可以贬低你的价值	75
完善自我,将自己的力量发挥到极致	78
磨炼自我,让自己从石头变成金子	81

第五章

先推销你的态度,再推销你的能力

推销能力固然重要,但其实态度才是推销能否成功的重要前提。无论推销实力有多么强大,要是态度不好,还是依然会被拒于门外。拥有正确的态度,可以说是推销成功的必要条件和必不可少的催化剂。对内对外,无论是对自己,还是对顾客,都要有准确的认识,再以正确的态度来对待,从最基本的事情开始做起,这样有了态度,再以能力来攻克顾客和对手,就可无往不利了。





自信, 成功推销自己的第一秘诀	86
是金是土, 取决于你能否诚信地推销自己	88
热情, 让“顾客”对你“一见钟情”	90
临危不乱、处变不惊才能证明你的功力	93
明确的目标, 成功推销自己的引擎	95
务实是推销自己最强的能力	97
推销无处不在, 一旦有机会就推销自己	100

第六章

人靠衣装, 佛靠金装

一个人的形象,是他不可分割的一部分。很多时候,好的形象能让你更容易成功,因为要推销自己,一个好的形象是有必要的。有好的形象,就能让人觉得更容易亲近,从而也更有说服力;相反,要是形象不好,自然会让人看了唯恐避之不及,更不用说把自己推销出去了。



天下没有不包装的畅销品牌	104
不修边幅, 就别想出人头地	107
财富永远不会把自己交给不注重形象的人	109
给人良好的印象, 第一印象永远只有一次	111
选择合适的服装, 服饰是你最好的名片	114
揪出藏在暗处的恶魔	116
先让自己看起来像个成功者	118



第七章

会说话的人，走到哪都吃香

所谓舌吐莲花，就是指说话功力的高深和精妙，而这样的功夫，是一个好的推销员必备的条件。只要有出色的口才，无论到哪里，从事哪行哪业都能得心应手。这是因为，推销的工作，关键在于一张嘴，而把嘴上说的功夫锻炼好了，就能行万里路而不怕丢掉饭碗。但嘴巴上的功夫，不只是为了嘴皮子这么简单而已，口才，是指说话的技巧和功力，还包括懂得说什么话、什么时候该说什么话等方面。所以要锻炼好口才，就得从这许多方面入手，勤勉改进，才能如鱼得水。

口才、美元、电脑——立足世界的三大武器	122
精彩的自我介绍能让“顾客”眼前一亮	125
要么不说，一说就应该把话说到“顾客”的心坎里	127
“因人制宜”，针对不同的人说不同的话	131
有话好好说，巴掌不打笑脸人	134
笑了就好办事，幽默的人走到哪都吃香	136
谈吐谦虚，用赞美别人来照亮自己	138
话挑重点的说，“顾客”的时间最宝贵	140
竖起耳朵强过一直张着嘴，该沉默时沉默	141

第八章

有人脉，推销自己就像坐电梯，没人脉就像爬楼梯

人脉，就是群众基础。想要成功，却又没有人脉，就像是独自翻越一座险峻的高山，其中的困难与危险，可谓是一重又一重。想要推销自己，必须得有人脉的帮助，人脉众多，才能四通八达，这个道理是显而易见的。作为推销员，就要处处留心，能尽量积攒人脉的地方，就不要故步自封，才能让自己平步青云。



有人脉，成功就像坐电梯，没人脉，成功就像爬楼梯	146
自己走百步，不如“贵人”扶你走一步	148
再穷也要站在“富人”堆里	151
别小看了手中的名片，越早搭建人脉越早成功	153
记住“顾客”的名字，走到哪都招人喜欢	155
人往高处走，“攀龙附凤”不丢人	158
冷庙烧热香，四两拨千斤的情感投资	160

第九章

在职场上推销自己

在社会上，要推销自己，不能只凭一股蛮力。所谓有勇无谋，永远都是吃力不讨好的行为。有干劲、有实力，是推销非常重要的前提条件，但是，推销也得有策略。乱冲乱撞，从来就不能带来成功，所谓术法，其实就是要掌握好推销中的销售规律，再对症下药，如此，即使不能万无一失，也必能一帆风顺。

职场推销自己必备的三宝：微笑、点头、赞美	164
把简历做得像名片一样，让老板一眼就记住你	167
不要错失良机，把机会当成救命草	168
第一次先做“潜力股”，第二次就应该成为“绩优股”	171
懂得少没什么，千万别不懂装懂	173
敢于担当责任是推销自己的法宝	175
让自己不可替代	177
帮助“客户”赢得利益，投桃报李换取成功	179



第十章

在社交中推销自己

要在社交中推销自己,一定不能毫无技巧、直来直往,因为有时候真性情不仅不惹人爱,还会在很多方面成为与人交往的障碍。推销技巧,就是要在大大小小的方面要求自己做到有分寸,再用巧思去吸引顾客的注意,不仅要在细节上多加注意,更要有全局观。

别让小小的“握手”见面礼毁了你	184
别把座位坐错了,座次礼仪决定涵养	187
举止的细节决定推销的成败	191
用餐礼仪可以迅速提升你的高度	192
谈判中的你,最能吸引“顾客”的眼球	196
忽近忽远,社交距离让“顾客”对你产生美感	198
手机使用的礼仪	201

第十一章

推销自己,应该懂点读心术和攻心术

推销自己,不能单靠基本的推销思维和技巧,还要从“心”出发,因为很多时候,顾客对于商品的接受程度,都在于你能否猜中顾客心中所想,从而投其所好而已。推销不仅仅是简单的商品叫卖,还要学会从各个角度考虑,全面透析顾客的想法,制订出明智的应对方案。

要想钓到鱼,就要像鱼那样思考	206
少数人才懂的“推销”智慧	208
让“顾客”感觉你是在帮他解决问题而不是在推销	212



察言观色，一分钟洞悉人心	215
光环效应，让对方对你刮目相看	217
为上司排忧解难，获取信任的心理策略	219
别出心裁、藏而不露的迂回推销	222

第十二章

打造个人品牌

个人品牌，是立足职场生涯不可或缺的重要因素。一个好的个人品牌，应该是每个职场中人都应花费精力去努力获得的。个人品牌，不仅是品质的保证，还是你职业发展的金钥匙，能为你打开一道又一道的大门。因此，用心打造自己的个人品牌，是每个职场中人的必修课，只有有了优质的个人品牌，才能在职场的道路上走得踏实、走得远。

少说多做，勤劳多一点，成功近一点	226
形成自己的风格，艺术地推销自己	229
用“质量”说话，没有实力，认识天皇老子也白搭	231
人品，决定个人品牌知名度与美誉度	234
做创意型人才，全力打造个人品牌	237
坚持充电	239
巧用心思，展现高价值，让“顾客”自己抢购	240



哈佛



MBA 毕业生的

最后一堂课

如何让自己大卖

第一章

世界上到处都是 才华横溢的“穷人”



在这个世界上，有才华的“穷人”到处都是。他们才华横溢、学富五车，甚至能力超群，但为何最后却落了个穷困潦倒、一无所成的下场，而许多并没有什么才华、平凡无奇的人却能功成名就、春风得意呢？俗话说：千里马常有，伯乐却不常有。为什么我的能力老板总是看不到？升职、加薪为什么永远也轮不到我？都是两个肩膀扛着一个脑袋，为什么人生竟会如此不同？如此这般抱怨的职场人，现在比比皆是。要是总带着如此的心情工作、怨天尤人、垂头丧气，老板就会更加忽略你的存在。



有才华的人为什么会颗粒无收

“怀才不遇”这个成语，字典中是这么解释的：胸怀才学但生不逢时，难以施展。说白了，就是有才能却遇不上赏识他的人，从而没有机会去施展自己的才华，实现自己的理想与抱负。比如两个人行时间相同的人，A 比 B 更加努力，也有更好的业绩，为什么 B 升职了，A 却没有。这就是最为典型的怀才不遇。

但是，“怀才不遇”并不是偶然现象，无论人是否成功，都可能会有类似的经历。假若处于不被承认的境地，该怎么办才好呢？

最痛快的办法，就是换一个环境。若是金子，不会总是碰到不识货的老板的。换一个环境，就等于换了一方天地，如锥处囊中脱颖而出。就像孙臆，在魏国遭排挤、陷害，受难受辱，但是他并没有向命运低头，而是充分发挥自己的才智，想方设法到了齐国，成就了自己的辉煌人生。当然，这需要自信和勇气，就是要求自己不能自暴自弃、拒绝沉沦，也不要怨天尤人，要相信自己可以改变，并有勇气去改变命运；这更需要智慧去看清形势、分析利弊、把握时机，一举成功。换一个环境，人生就有可能像鱼儿重回大海、羁鸟再入深林一般，才有可能大展拳脚，成就自己。

但是，俗语有云：“一动不如一静。”如果你对当前的环境还抱有希望和信心，并自信自己可以改变尴尬的局面，是可以一试的。当然，所有的改变应该从自身的改变开始，因为我们最有能力掌控且最容易掌控的，只有自己。

我们常会从初入职场的新人那里听到这样的抱怨：“只要给我机会，我一定能做到最好，可惜时运不济。我感觉跟我处于差不多起点的人都比我混得好，肯定是潜规则帮的忙；当初迫于无奈，作出了错误的选择，要是再给我一次机会，我肯定不会重蹈覆辙；我觉得……我认为……我坚信……不是老板太死板，就是上司不懂得欣赏我……”



其实很多时候,人们容易对自己有过高的期望,而在接触到现实的企业、岗位后,随着工作的开展,心里的落差也十分大。你要知道,没有怀才不遇这回事,与其怨天尤人,不如寻找机遇。

唐先生工作已经 5 年多了,就职于一个二线城市的某银行,他从银行柜员起步,一直做到银行后勤。某一日,唐先生对自己走来的这一路做了个回顾,顿感危机四伏,用唐先生自己的话来说:“刚开始感觉银行的工作虽然枯燥,但怎么说也算比较稳定,勤勤恳恳了那么多年,不论与是同事还是领导都跟亲人一样,再加上自己的责任感比较强,在部门里也已经算是资格比较老的了,领导总说有机会的话一定会多关照的。在这一个又一个悦耳的敷衍搪塞下,我就这么走过来了,我原想,是金子总会发光的,只是时候未到罢了。但随着内部来了不少的新人,我突然感觉压力变大了,资格再老也拼不过这些有学历、有能力的年轻人呀,于是我就自己就多花了点儿时间,在网络上参加了很多培训,只要感觉有用的就学。但是随着年龄的增大,我意识到自己除了在银行供职外,什么其他的工作经验都没有,加上银行跟外面企业还是有实际脱离的,而要换工作的话,不论在简历,还是面试方面我都没把握。这样的安逸生活毕竟不是我想要的,我认识到发展才是硬道理,但我一直以来都不敢轻举妄动,就这么拖到现在,后悔已来不及了。”

是金子,总会发光的!——这句话为无数人找到了“怀才不遇”的托辞。真的是既傻且天真,又蠢又害人。“怀才不遇”对于失败者来说,是最大的安慰,也是最大的欺骗,是人们最应该避免的陷阱之一。“怀才不遇”者总是牢骚满腹,抱怨社会没有为他们提供相应的平台,给他们以施展才华的机会。要知道,等待是未知的,像唐先生等了 5 年,换来的除了故步自封的状态以外,一无所有。为什么要守株待兔,而不主动寻找伯乐自救呢?在职场上,伯乐是个大范畴,包括适合的企业平台、工作岗位等,每个人的能力特长都不同,只有找到一个适合你能力发展的舞台,你才能够尽情发挥自己的能力。从唐先生的经历来看,他再战职场,不是没有机会的,只不过个人能力有限,对这个平台没有较好的评估罢了。



要找到合适的工作,必须先对自己的能力和所能发展的范围有较理性、较系统的认识和评估。

随着社会高速发展,人的欲望也随之迅猛增加。有追求是件好事,但是很多人心浮气躁,渴望一步登天,所以难免眼高手低,在选择工作平台的时候,只顾眼所能及的利益和好处,并不考虑自身的长远发展。

欣欣是名副其实的往届生,尝试了几份工作,受到了一些职场氛围的熏陶,感觉也积累了些各行各业的工作经验,找工作当然不能没有要求了,毕竟看起来,她怎么都要比应届生有选择资本多了。然而事实又是怎么样呢?碰了一鼻子灰的欣欣,满心委屈地跟朋友倾诉了她的苦恼,归根结底就是高不成低不就。

其实,欣欣对岗位的需求是缺乏实际了解的,对自身能力的把握也不准,所以在岗位的选择上期望有点过高,超出自身现有的能力,并且对面试,她很难针对性地去准备,对于一些专业问题都只是浅尝辄止,所以被淘汰的几率比较高。

积土成山这个道理,在职场上也是通的。能力也是一个阶段一个阶段地积累的,所以现在欣欣要做的,就是找准自己的职业定位,通过对自身能力以及职业背景的综合评估,找到最适合且可以长远发展的平台,然后一步一个脚印地去走。

改变自己,就是付出比旁人更多的汗水来提升自己的水平和能力。得不到承认和赏识,很大一方面,是因为自己这块金子的含金量不够、亮度不够强,不能在第一时间吸引别人的目光。而要解决这一问题,最简单的办法就是努力、努力、再努力,让自己出类拔萃、鹤立鸡群、光彩照人。这样,还怕没人赏识吗?古人也好今人也罢,哪个成功的人不是如此过来的呢?

在今天这样一个浮躁的社会,人们做什么都求一个“快”字,出名要趁早,成名就得快,成了,就得意扬扬、忘乎所以;不成,则垂头丧气、怨天尤人。如今,一些人没有了踏实的心态,没有了淡定和从容,没有了自我反省,也没有了客观评价。殊不知,越是如此,就越接近平庸和失败。假若如此,何不把牢骚和抱怨的时间用来做一些事情,去改变现状呢?只有自己改变了,情况才可能跟着改变。