

★ 国家示范性高等职业院校建设项目特色教材 ★

营销口才训练

杨玉荣 主编
聂洪臣 主审

YINGXIAO KOUCAI XUNLIAN



化学工业出版社

★ 国家示范性高等职业院校建设项目特色教材 ★

营销口才训练

杨玉荣 主编
聂洪臣 主审

YINGXIAO KOUCAI XUNLIAN



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书是国家示范性高等职业院校建设项目特色教材之一。教材据高职高专类市场营销专业毕业生就业岗位所需口才技能,安排了营销基础口才训练、市场调查员口才训练、店铺销售员口才训练、电话行销员口才训练、上门推销员口才训练、售后接待员口才训练六章内容,涵盖了市场调查、顾客约访、产品介绍、疑问解答、成交签约、售后接待等营销工作所需的口才技能。教材设计了成功典范、案例、小故事、口才小训练、话术示例、情境模拟训练题、自测题等版块,创新了教材编写体例。全书以口才训练为基本出发点,重点放在话术的写作及案例的引用上,每一章后面都有相应的情境模拟训练,可以为教师提供训练学生的基本情境及评价标准,同时,自测题可以让学生通过学习进行自我测试,全书实用性强、可读性强,体现了职业导向、任务驱动的特点。

本教材既可以作为高职高专院校相关专业教材,又可作为市场营销人员的岗位培训教材和自学读本。

图书在版编目(CIP)数据

营销口才训练/杨玉荣主编. —北京:化学工业出版社, 2011.11
国家示范性高等职业院校建设项目特色教材
ISBN 978-7-122-12546-0

I. 营… II. 杨… III. 推销-口才学-高等职业教育-教材 IV. ①F713.3 ②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 209078 号

责任编辑:李植峰
责任校对:蒋宇

文字编辑:徐雪华
装帧设计:史利平

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:三河市延风印装厂

787mm×1092mm 1/16 印张13¼ 字数331千字 2012年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:26.00 元

版权所有 违者必究

黑龙江农业经济职业学院 国家示范性高等职业院校建设项目特色教材编审委员会

主 任 孙绍年

副主任 张季中

姜桂娟

委 员 孙绍年（黑龙江农业经济职业学院）

张季中（黑龙江农业经济职业学院）

姜桂娟（黑龙江农业经济职业学院）

杜广平（黑龙江农业经济职业学院）

李国政（黑龙江农业经济职业学院）

冯永谦（黑龙江农业经济职业学院）

王久田（北大荒集团海林农场）

柴永山（黑龙江省农科院牡丹江分院）

于桂萍（黑龙江农业经济职业学院）

张春风（黑龙江农业经济职业学院）

徐 军（黑龙江农业经济职业学院）

潘长胜（牡丹江市农业技术推广总站）

栾居科（黑龙江九三油脂集团）

胡宝坤（黑龙江农业经济职业学院）

薛永三（黑龙江农业经济职业学院）

计国胜（黑龙江省完达山乳业股份有限公司）

闫瑞涛（黑龙江农业经济职业学院）

韩瑞亭（黑龙江农业经济职业学院）

编写说明

黑龙江农业经济职业学院 2008 年被教育部、财政部确立为国家示范性高等职业院校立项建设单位。学院紧紧围绕黑龙江省农业强省和社会主义新农村建设需要,围绕农业生产(种植、养殖)→农产品加工→农产品销售链条,以作物生产技术、畜牧兽医、食品加工技术、农业经济管理 4 个重点建设专业为引领,着力打造种植、养殖、农产品加工、农业经济管理四大专业集群,从种子入土到餐桌消费、从生产者到消费者、从资本投入到资本增值,全程培养具有爱农情怀、吃苦耐劳、务实创新的农业生产和服务第一线高技能人才。

四个重点建设专业遵循“融入多方资源,实行合作办学、融入行业企业标准,对接前沿技术、融入岗位需求,突出能力培养、融入企业文化,强化素质教育”的人才培养模式改革思路和“携手农企(场)、瞄准一线、贴近前沿;基于过程、实战育人、服务三农”的专业建设思路,与农业企业、农业技术推广部门和农业科研院所实施联合共建:共同设计人才培养方案、共同确立课程体系、共同开发核心课程、共同培育农业高职人才;实行基地共建共享、开展师资队伍交互培训、联合开展技术攻关、联合打造社会服务平台。

专业核心课程按照“针对职业岗位需要、切合区域特点、融入行业标准、源于生产活动、高于生产要求”的原则构建教学内容,选取典型产品、典型项目、典型任务和典型生产过程,采取“教师承担项目、项目对接课程、学生参与管理、生产实训同步”的管理模式,依托校内外生产性实训基地,实施项目教学、现场教学和任务驱动等行动导向的教学模式,让学生“带着任务去学习、按照标准去操作、履行职责去体验”,将“学、教、做”有机融为一体,有效培植学生的应聘岗位职业能力和素质。

学院成立了示范院校项目建设教材编审委员会,编写《果树栽培技术》、《山特产品加工与检测技术》、《农村经济》、《猪生产及猪病防治》4 个系列 30 门核心课程特色教材,固化核心课程教学改革成果,与兄弟院校共同分享我们课程建设的收获。系列教材编写突出了以下三个特点:一是编写主线清晰,紧紧围绕职业能力和素质培养设计编写项目;二是内容有效整合,种植类教材融土壤肥料、植物保护、农业机械、栽培技术于一体,食品类教材融加工与检测于一体,养殖类教材融养、防、治于一体;三是编写体例创新,设计了能力目标、任务布置、知识准备、技能训练、学生自测等板块,便于任务驱动、现场教学模式的实施开展。

黑龙江农业经济职业学院示范院校项目建设教材编审委员会

2010 年 11 月

前言

市场营销的本质就是建立与维护企业和客户之间高品质的人际关系，这种关系的促成必须依赖于营销人员优秀的口才。因职、因时、因事灵活运用营销口才对于营销人员来说尤为重要。

营销口才训练是市场营销专业核心课程。本教材内容根据高职高专类市场营销专业毕业生就业工作岗位所需口才技能编写。教材编写过程中，得到了多家企业的大力支持，从内容设计到编写企业专家均积极参与，力求教材内容与企业实际相同，做到了校企合作开发、联合使用。全书以口才训练为基本出发点，重点放在话术的写作及案例的引用上，每一章后面都有相应的情境模拟训练，可以为教师提供训练学生的基本情境及评价标准。同时，自测题可以让学生通过学习进行自我测试。全书实用性强、可读性强。

本教材按照“成功典范引导、案例激发兴趣、故事增强趣味、话术简洁归纳、情境锻炼能力、自测检验成效”的编写思路，安排了营销基础口才训练、市场调查员口才训练、店铺销售员口才训练、电话行销员口才训练、上门推销员口才训练、售后接待员口才训练六章内容，涵盖了市场调查、顾客约访、产品介绍、疑问解答、成交签约、售后接待等营销工作所需的口才技能。本教材对培养学生的营销语言表达能力，提高学生的职业技能、创业意识和处理实际工作问题的能力以及综合素质，实现从职业基本能力向职业综合能力的拓展具有很强的指导意义。

教材设计了成功典范、案例、小故事、口才小训练、话术示例、情境模拟训练题、自测题等版块，创新了教材编写体例。从内容到形式均体现了职业导向、任务驱动的特点。本教材既可以作为职业院校教材，又可作为市场营销人员的岗位培训教材和自学读本。

本教材具体有以下特色。

1. 以就业为导向，符合高职教育特点

本教材以高职高专类市场营销专业毕业生主要就业岗位为基础进行编写，全书所有话术均具有较强的岗位针对性，充分考虑到学生就业需要，重点放在技能的培养方面，符合高职教育的特点。

2. 案例、故事、成功典范有机结合，可读性强

本教材采用了大量的案例、故事和成功典范，摒弃了原有教科书呆板的编写形式。选用案例、故事和成功典范时，在注重其代表性的同时注重趣味性，增强了教材的可读性，让读者开卷就不忍放下。

3. 提供标准话术，针对性强

本教材针对各种岗位、各种情境均提供了标准话术，有很强的针对性和使用指导性，这些话术可以在实际工作中直接使用。

4. 情境模拟训练和自测题注重实践技能的培养

本教材在各个章节中均设了许多营销小训练，小训练方法简单、起效快。在每章的后面还设置了情境模拟训练题和自测题，可以为教师提供训练情境和评价标准，为学生提供自我

测试题，全书充分注重了实践技能的培养，符合高职教育的要求。

本教材由黑龙江农业经济职业学院杨玉荣担任主编，黑龙江农业经济职业学院杜学超、李博伟担任副主编，黑龙江农业经济职业学院乌达巴拉参加了编写。具体编写分工为：李博伟编写第1章，聂洪臣编写第3章，杨玉荣编写第2章和第4章，杜学超编写第5章，乌达巴拉和杨玉荣合作编写第6章。最后由杨玉荣总纂成书，由黑龙江农业经济职业学院聂洪臣担任主审。黑龙江完达山乳业股份有限公司郝奎作为本书顾问，给予了大力支持，在此表示衷心感谢。

本教材在编写过程中参考了部分教材、书刊、网络上的内容，在此一并表示感谢。由于时间仓促，加之编写水平有限，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

编者

2011年7月

目 录

1 营销基础口才训练	1
1.1 心态决定命运	1
1.1.1 心态是什么	1
1.1.2 积极心态	4
1.1.3 消极心态	6
1.1.4 营销人员应具备的心态	6
1.2 自信	11
1.2.1 自信的意义	11
1.2.2 自信是营销人员的必备素质	12
1.3 情绪	13
1.3.1 何为情绪	13
1.3.2 压力与情绪的关系	16
1.3.3 情绪的种类	19
1.3.4 情绪管理	20
1.3.5 如何克服紧张、恐惧等不良情绪	25
1.4 沟通	27
1.4.1 沟通的意义	27
1.4.2 沟通技巧	28
情境模拟训练及自测题	32
2 市场调研员口才训练	36
2.1 市场调研	36
2.1.1 市场调研的核心概念	37
2.1.2 市场调研员	38
2.2 访问	40
2.2.1 访问的类型	40
2.2.2 访问前准备	41
2.2.3 市场调查员的心理建设	41
2.2.4 常见的访问情境	43
2.3 观察	52
2.3.1 使用观察法的条件	52
2.3.2 观察调研法的分类	52
2.3.3 观察法的步骤	53
2.3.4 观察法的主要情境	53
情境模拟训练及自测题	56

3 店铺导购员口才训练	59
3.1 导购原理介绍	59
3.1.1 导购员礼仪规范	59
3.1.2 导购服务工作规范	63
3.2 导购员的作业流程	67
3.2.1 销售开启	67
3.2.2 初步接触	69
3.2.3 展示产品	71
3.2.4 完成销售	75
3.2.5 异议处理	77
3.3 导购语言技巧	80
3.3.1 导购员应具备的知识结构	80
3.3.2 导购语言技巧	81
3.3.3 优秀导购人员的语言表达规范	84
3.4 顾客购买心里差异分析	85
3.4.1 性别差异	86
3.4.2 职业差异	86
3.4.3 年龄差异	86
情境模拟训练及自测题	86
4 电话行销员口才训练	89
4.1 电话行销	90
4.1.1 电话行销的核心观念	91
4.1.2 电话行销的准备工作	91
4.1.3 打电话时进行必要的词句转化	91
4.1.4 创造良好的电话行销环境	92
4.2 电话约访	92
4.2.1 老顾客约访	92
4.2.2 新顾客约访	96
4.2.3 转接式约访	103
4.3 产品说明	106
4.3.1 “提出问题+解决问题”介绍话术	107
4.3.2 “产品+利益”介绍话术	109
4.3.3 “专家”式产品介绍话术	110
4.4 解决问题	111
4.4.1 解决对公司和产品的疑问	112
4.4.2 解决“我已有非常好的供应商”问题	114
4.4.3 解决“变更最后一个条件”问题	114
4.4.4 解决顾客疑问的通用话术	115
4.4.5 “经济不景气”解决话术	116
4.4.6 其他常见问题解决话术	117

4.5 适时结束通话	119
4.5.1 选择好结束时机	119
4.5.2 使用有效的结束方法	119
4.5.3 结束通话的注意事项	119
4.5.4 快速结束通话的策略	120
情境模拟训练及自测题	120
5 上门推销员口才训练	125
5.1 开场白与接近顾客话术	126
5.1.1 开场白	126
5.1.2 接近顾客话术	129
5.1.3 顾客类型与应对话术	133
5.2 异议处理话术	141
5.2.1 顾客异议的含义	142
5.2.2 顾客异议的类型	142
5.2.3 处理顾客异议的话术	143
5.3 推销成交信号与推销成交话术	148
5.3.1 推销成交信号	149
5.3.2 推销成交话术	151
5.4 推销回访话术	157
5.4.1 推销回访的含义	157
5.4.2 推销回访的作用	157
5.4.3 产品售后的推销回访话术	157
5.4.4 成交失败后的推销回访策略与话术	159
情境模拟训练及自测题	160
6 售后接待员口才训练	168
6.1 售后接待	169
6.1.1 售后接待口才训练的核心概念	169
6.1.2 售后接待的作用	169
6.1.3 售后接待的基本原则	171
6.1.4 售后接待的工作内容	173
6.1.5 售后接待员的工作态度	173
6.2 接听电话	178
6.2.1 电话接听前的准备工作	178
6.2.2 接听电话话术	178
6.2.3 电话技术咨询	180
6.3 接待来访	183
6.3.1 接待的准备工作	184
6.3.2 倾听与发问	185
6.4 上门服务	189
6.4.1 上门服务的主要步骤	190

6.4.2 上门服务话术	190
6.5 处理顾客的怨诉	191
6.5.1 抱怨和投诉的区别	194
6.5.2 恰当处理顾客的怨诉	195
6.5.3 处理怨诉禁忌	199
情境模拟训练及自测题	201
自测题参考答案.....	205
参考文献.....	207

1 营销基础口才训练

【前导案例】

心态的力量

心态具有多大力量呢？有一个教授找了九个人做实验。当走进实验室后，教授说：“你们九个人听我的指挥，走过这个曲曲弯弯的小桥，千万别掉下去，不过掉下去也没关系，底下就是一点水。”九个人听明白了，哗啦哗啦都走过去了。走过去后，教授打开了一盏黄灯，透过黄灯九个人看到，桥底下不仅仅是一点水，而且还有几条在蠕动的鳄鱼。九个人吓了一跳，庆幸刚才没掉下去。教授问：“现在你们谁敢走回来？”没人敢走了。教授说：“你们要用心理暗示，想象自己走在坚固的铁桥上。”诱导了半天，终于有三个人站起来，愿意尝试一下。第一个人颤颤巍巍，走的时间多花了一倍；第二个人哆哆嗦嗦，走了一半再也坚持不住了，吓得趴在桥上；第三个人才走了三步就吓趴下了。教授这时打开了所有的灯，大家这才发现，在桥和鳄鱼之间还有一层网，网是黄色的，刚才在黄灯下看不清楚。大家现在不怕了，说要知道有网我们早就过去了，几个人哗啦哗啦都走过来了。只有一个人不敢走，教授问他怎么回事？这个人说，我担心网不结实。这个试验揭示的原理是心态影响能力。

又有一个教授做了一个更加残忍的试验，他把一个死囚关在一个屋子里，蒙上死囚的眼睛，对死囚说：“我们准备换一种方式让你死，我们将把你的血管割开，让你的血滴尽而死。”然后教授打开一个水龙头，让死囚听到滴水声，教授说：“这就是你的血在滴。”第二天早上打开房门，大家都知道发生了什么事情，死囚死了，脸色惨白，一副血滴尽的模样，其实他的血一滴也没有滴出来，他被吓死了。这个试验揭示的原理是心态影响生理。所以心态好，生理健康，能力增强；心情不好，生理差，能力差。

启示：心态具有强大的力量，从里到外影响每一个人。营销人员的心态尤为重要，会对其工作产生巨大影响，积极的心态可以使营销人员身体健康、财源广进，而消极的心态会导致营销人员郁郁寡欢、一败涂地！

1.1 心态决定命运

1.1.1 心态是什么

【成功典范】

积极心态是开启财富之门的金钥匙

福勒是美国路易斯安那州一个黑人佃农家的孩子，5岁时就开始劳动，9岁之前以赶骡子为生。这并不是什么稀罕的事，大多数佃农的孩子都是很早就参加劳动了。但是小福勒与他的朋友有一点不同：他有一位不平常的母亲，他的母亲不肯接受这种仅能糊口的生活。她

时常同儿子谈论她的梦想：“福勒，我们不应该贫穷，我不愿意听到你说：‘我们的贫穷是上帝的意愿。’我们的贫穷不是上帝的安排，而是因为你的父亲从来就没有产生过致富的愿望。我们家庭中的任何人都没有产生过出人头地的想法。”

没有人产生过致富的愿望！这个观念在福勒的心里刻下了深深的烙印，以致改变了他的一生。从此，他总是把所需要的东西放在心中，而把不需要的东西抛到九霄云外。这样，致富的愿望就像火花一样迸发出来。他决定把经商作为生财的一条捷径，并最后选定经营肥皂。于是，他就挨家挨户出售肥皂，并达12年之久。后来他获悉供应他肥皂的那个公司即将拍卖出售，售价是15万美元。福勒很想把它收购过来，但他在经营肥皂的12年中只积蓄了2.5万美元。不过双方达成了协议：他先交2.5万美元的保证金，然后在10天内付清剩下的12.5万美元。协议规定，如果他不能在10天内筹到这笔款子，他就要丧失他所交付的保证金。

福勒在当肥皂商的12年中获得了许多商人的尊敬和赞赏，现在他只有去找他们帮忙了。从他们那里借了一些钱，从信贷公司和投资集团那里也获得了援助。在第十天的前夜，他筹集了11.5万美元，但还差1万美元。

当时，他已用尽了所知道的一切贷款来源。那时已是深夜，他在幽暗的房间里跪下来祷告，祈求上帝领他去见一个会及时借给他1万美元的人。他自言自语地说：“我要驱车走遍61号大街，直到我在一栋商业大楼里看到第一道灯光。”

夜里11点钟，福勒驱车沿芝加哥61号大街驶去。驶过几个街区后，他看见一个承包商事务所亮着灯光。他走了进去。在那里，一张写字台旁坐着一个因熬夜而疲惫不堪的人，福勒似乎认识他。福勒强迫自己必须勇敢些。

“你想赚很多钱吗？”福勒直截了当地问道。

“是呀，当然想！”他答道。

“那么，给我开一张1万美元的支票，当我奉还这笔借款时，你将有很多很多钱。”福勒对那个人说。随后，他把其他借款给他的人的名单给这位承包商看，并且详细地说明了这次商业风险的情况。

那天夜里，福勒在离开这个事务所时，口袋里已装了一张1万美元的支票。以后，他不仅在那个肥皂公司，而且在其他7个公司，包括4个化妆品公司、一个袜类贸易公司、一个标签公司和一个报馆，都获得了控制权。当大家要他谈谈成功的奥秘时，他用他的母亲在多年前所说的话回答道：“我们是贫穷的，但这并不是因为上帝的安排，而是由于你们的父亲从来没有产生过致富的愿望。在我们的家庭中，从来没有一个人想到过改变自己目前的处境。”

福勒随身带着一个看不见的法宝，这个法宝的一边印着“积极心态”四个字，另一边印着“消极心态”四个字。他把“积极心态”这一面翻到上面，令人吃惊的事发生了：他竟然能够把他认为几乎不能实现的梦想变成了现实。

启示：福勒的成功证实了心态的重要性，他开始谋生时所具有的条件比我们大多数人所具有的条件要差得多。但是，他选择了一个很明确的目标，并且奋力向这个目标迈进。对于营销人员来说，不论成功意味着什么——只要有一个积极的心态，就能达到成功的顶峰。

心理学研究表明：心态就是性格和态度的统一，态度是心态反应的表现化。也就是个体对特定对象的总的评价和稳定性的反应倾向。

心态决定了一个人做事情会采取的态度，相同的，做事的态度也能反映心态。美国石油大王洛克菲勒给儿子的信里提到的“天堂与地狱比邻”的比喻充分说明了这一点，在信中，他告诫自己的儿子：“如果你视工作作为一种乐趣，人生就是天堂；如果你视工作作为一种义务，人生就是地狱！”

有一项关于销售人员的调查发现，与销售人员销售业绩相关性最大的前五项能力是：客户了解度、好胜心强、取悦心理、情绪稳定、大方自信。与销售业绩相关性最小的因素是：文化程度、工作经验、年龄、工作时间。其中，前五项成功因素中，和心态有关的就占了四项，这就说明销售人员必须拥有一个良好的心态。威廉·丹姆思说过：“人只有改变内在的心态，才能改变外在的世界。”马斯洛说：“心态若改变，态度跟着改变；态度改变，习惯跟着改变；习惯改变，性格跟着改变；性格改变，人生就跟着改变。”所以，营销人员与其把工作当成痛苦，不如尝试着去快乐地工作，同样一件事情，换一种心态面对的时候，也许情形就有天壤之别了。正如西门子公司的一句格言：请愉快地工作，哪怕是假装的。

【案例】

秀才的命运

古代，一秀才，进京赶考。

因前两次没中举，于是第三次进京赶考。提前二天到达京城，住在前两次考试时住的客栈。进京的当天晚上做了两个梦：

① 梦见自己在高墙上种白菜。

② 下大雨，自己头顶斗笠，手撑雨伞。

第二天早上起来，秀才想昨晚的几个梦，心想应该是在暗示自己什么，于是去街上找了一算命先生解梦。并把他进京的原因告诉了算命先生，算命先生边听边摇头说着：“唉呀！恐怕这回也中不了，你还是回去吧。”秀才一着急，问：“为什么呀？”

算命先生说：“在高墙上种白菜，这不是明摆着白种了吗？下着大雨，戴斗笠还打雨伞，这不多此一举吗？”

秀才一听，觉得算命先生分析得有道理，于是心想：看来我是真没戏了，还是回家吧。愁眉苦脸地回到客栈收拾包袱正准备回家。客栈老板看到秀才一脸的不高兴了，发现不对劲了，问道：“小伙子，明天才考，怎么不考就准备走了，发生了什么事吗？”小伙子一脸的不高兴，将算命先生说的一番话给客栈老板说了一遍。客栈老板说：“小伙子啊，我跟你讲，你这回绝对不能就这么回去。他没算准，这事你早应该找我啊，我也会算命的。来，坐下。我给你解解。梦见在高墙上种白菜，说明高中啊！下大雨，又戴斗笠又打伞，这是有备无患啊！”

听完老板这么一说啊，这秀才马上乐开了花，心里美滋滋的，觉得这老板说得很有道理啊。是啊，我不能走了。秀才乐了一整晚，第二天，想着客栈老板说的话，乐哈哈去参加考试，结果中举了。

启示：梦无法左右自己的行为与命运，但是心理暗示能帮助人们成就事业，也可以毁了人们的事业！

【心态小训练】

自我暗示：每天清晨默念10遍“我一定要最大胆地发言，我一定要最大声地说话，我一定要最流畅地演讲。我一定行！今天一定是幸福快乐的一天！”（平常也自我暗示，默念或写出来，至少10遍。）看看10天以后你的心情如何？

1.1.2 积极心态

【成功典范】

幸福就在你身边

当你身体疲惫时，躺在软软的床上，是幸福；当你伤心落泪时，有人真诚地递来一张纸巾，也是幸福。

天使时常到人间帮助那些遇到困难的人，希望他们能够感受到幸福的味道。

一天，天使遇见一个农夫，农夫的样子非常苦恼，他向天使诉苦：“正是农忙的季节，可我家的水牛却死了，没它帮忙，让我怎么下田耕作呢？”于是天使赐给他一头健壮的水牛，农夫很高兴，天使在农夫身上感受到了幸福的味道。

又一天，天使遇见一个男人，男人非常悲伤，他向天使诉说：“我的孩子病得很厉害，但却没有钱医治。”于是天使让孩子恢复了健康，男人很高兴，天使在男人身上感受到了幸福的味道。

又一天，天使遇见一个诗人，诗人年轻、英俊、有才华且富有，妻子貌美而温柔，但他却过得并不快乐。天使问他：“你不快乐吗？我能帮你吗？”

诗人对天使说：“我什么都有，只缺一样东西，你能够给我吗？”天使回答说：“可以！你要什么我都可以给你。”

诗人怔怔地望着天使：“我要的是幸福。”

天使想了想，说：“我明白了。”

天使随后破坏了诗人夫妻的感情，拿走了诗人的才华，毁去了诗人的容貌，夺去了诗人的财产。天使做完这些事后，便飘然离去了。当诗人饿得半死，衣衫褴褛地躺在地上时，天使把他曾经拥有的一切还给了他。

诗人搂着他的妻子，终于懂得，原来幸福一直就在自己身旁，只是自己忽视了它的存在，没有以一种积极的人生态度去感受它。

启示：缺少积极的心态，人生将变得淡然无味。

积极的心态，就是心灵的健康和营养，这样的心灵能吸引财富、成功、快乐和健康。消极的心态，却是心灵的恶疾和垃圾，这样的心灵，不仅排斥财富、成功、快乐和健康，甚至会夺走生活中已有的一切。

营销人员只要能把握自己的心态，每一种逆境都隐含着一种等量或更大的利益种子，有时虽然身处逆境，说不定其中正隐藏着事业良机；不要因为没有成功就责备他人，埋怨他人。把心放在想要的东西上，使它远离不想要的东西；不可低估消极心态的排斥力量，它能阻止人生的幸运，不让你受益；不要因心态而成为一个失败者，成功是由那些抱有积极心态的人所取得的，并由那些以积极心态努力不懈的人所保持。

积极心态使人赢得幸福，林肯认为，如果一个人决心获得某种幸福，就能得到这种幸福；人与人之间原本只有微小的差别，但这种微小的差别却往往造成了巨大的差异，造成这种差异的正是人的心态；如果去寻找幸福，却发现客观存在回避于你，但如果努力把幸福送给别人，幸福就会来到身边；两个性格相同的人要想和谐地生活在一起，至少其中有一个人必须应用积极的心态。

拥有积极的心态会受到别人的喜欢，希望被人喜欢和欣赏是人们内心深处的渴望。要想得到他人的喜爱，首先必须真诚地喜欢他人，这种喜欢必须发自内心，而非另有所图；“喜

欢别人”是一种生活方式的结果，它是一种训练有素的思想模式的产物。而能使自己喜欢别人的一种思维方式便是积极思想，也就是说，必须以一种积极而非消极的心态来对待他人。

以积极心态激励自己和他人，激励就是鼓舞自己和别人做出抉择并付诸行动，激励就是一种希望或力量，用以激起人的行动，使人期望产生特殊的结果；在激励自己和他人时，希望是一种神奇的成分；像富兰克林那样激励自己，列出自己的每日检查表；在整个一生中，每个人都起着双重作用，即激励别人，也被别人激励。

以积极心态帮助他人，树立崇高的信念，同别人分享自己的东西，而不期得到回报，把所做的好事保密；当同别人分享所拥有的一部分东西时，剩余的部分仍然可以增值和成长。分给别人的东西越多，拥有的东西也越多，任何有价值的东西都值得为之而劳动。

以积极心态克服困难，就会变成一个更美好、更大度、更成功的人！每个人都会有许多难题，那些具有积极心态的人能从逆境中求得极大的发展；当面对难题时，要向他人求教、思考、口述这个问题，并采取积极的心态“这是好事”进行应对，然后从逆境中求得发展；良好的想法跟以切实的行动，能把失败转变为成功。

营销人员要以积极心态立即行动：播下一个行动，将收获一种习惯，播下一种习惯，将收获一种性格，播下一种性格，将收获一种命运！

【案例】

美丽心灵是吸引幸福的磁场

小学一年级的美德课上，为了培养天真无邪的孩子们对美好事物的向往，培养他们善良高尚的品德，老师对学生说：“为善的人死后会升入天堂，作恶的人死后会坠入地狱”。

孩子们睁大眼睛问：“天堂在哪里？地狱又在哪儿？”

老师并不急于回答，回身在黑板中间画了一条线，把黑板分成左右两半，右边写着“天堂”，左边写着“地狱”，然后对孩子们说：“我要求你们每一个人在‘天堂’和‘地狱’里各写一些东西。”

孩子心目中的天堂就这样呈现出来：树木、笑、美丽、花朵、天空、爱情、自由、水果、光、白云、星星、音乐、朋友、蛋糕、灯、书本……

在黑板的左边，孩子们也同时写出了他们心目中的地狱：黑暗、肮脏、哭泣、哀嚎、惊叫、残忍、恐怖、恨、流血、丑陋、臭、呕吐、毒气……

老师点点头，对孩子们说：“当我们画上一条线之后就会知道，天堂是具备了一切美好事物与美好心灵的地方，这个地方有人叫做天堂，有人称为天国，或者净土、极乐世界。而地狱呢？正好相反，是充斥一切丑恶事物与丑恶心灵的地方。”

老师接着问孩子们：“那么，有没有人知道人间在哪里呢？”

孩子们齐声回答说：“人间是介于天堂与地狱中间的地方。”老师说：“错了！”孩子们露出迷惑不解的神色。

老师告诉孩子：“人间不是介于天堂与地狱之间。人间既是天堂，也是地狱。因为，当我们心里充满爱的时候就是身处天堂，当我们心里怀着怨恨的时候就是住在地狱！”

启示：积极的心态会让自己身处幸福的天堂，相反，则如置身地狱。

【心态小训练】

训练目标：本训练旨在训练习惯性微笑，富有内涵的、善意的、真诚的、自信的微笑，如一杯甘醇的美酒，叫人流连酣畅！

训练口号：笑吧，尽情地笑吧！笑对自己，笑对他人，笑对生活，笑对一切！

训练方法：

(1) 他人诱导法——同桌、同学之间互相通过一些有趣的笑料、动作引发对方发笑。

(2) 情绪回忆法——通过回忆自己曾经的往事，幻想自己将要经历的美事引发微笑。

(3) 口型对照法——通过一些相似性的发音口型，找到适合自己的最美的微笑状态。

如，“一”“茄子”“呵”“哈”等。

(4) 习惯性佯笑——强迫自己忘却烦恼、忧虑，假装微笑。时间久了，次数多了，就会改变心灵的状态，发出自然的微笑。

(5) 牙齿暴露法——露出上牙六颗是标准的职业微笑，可以使用小镜子进行练习。

(6) 创设环境训练：假设自己是店铺导购人员，此时有一位顾客选购商品，请表现自己的微笑。

1.1.3 消极心态

所谓消极心态，是指个体在社会生活中逐渐形成的、对人的社会生活产生消极影响的消极心理状态。一般情况下，大多数人都有可能在某个时期的某个特定情景下出现一些暂时性的消极心态，例如营销人员在拜访顾客时屡屡被拒绝，而产生自信心下降，或者因为无法突破紧张、恐惧等心理而退出营销队伍等。如果这些消极心理不断受到强化和积累，严重到一定的程度，会变成一种相对稳定的心态，此时其心理和行为就会与周围其他人有明显的相对稳定的差异，就会对事物产生一些反常的、特殊的、或者过于亢奋、过于消沉的行为反应，进而对生活和工作产生严重的消极影响。这时的消极心态就不再是短暂的心理反应，而是属于一种异常心理。所以，营销人员要在消极心态出现时，立刻进行引导和释放，尽快消除消极心态。

1.1.4 营销人员应具备的心态

【成功典范】

永不放弃

一位年轻的销售代表进入公司后负责北方地区的电力系统。第一次去拜访某省的电力系统时，他将整个省电力局跑了个遍。他首先了解省电力局哪个部门有可能采购电脑，然后逐户逐门地去认识客户。当他敲开用电处的大门的时候，一个年轻的工程师很遗憾地告诉他：用电处马上要采购一批服务器，采用公开招标的形式，但是由于你们的公司以前没有来联系过，所以没有将你们公司列入投标名单。而且几天以前就截止发标书了，得到标书的供应商们已经开始做投标书了，三天以后就是开标的时间。工程师接着说：这是我们的第一次采购，最近还会招标，到时欢迎你们投标。办公室里人来人往，客户讲完之后，就回到座位去招呼其他人了。销售代表一个人站在办公室中间，犹豫着不知何去何从。

销售代表离开客户的办公室，开始给当地 IT 圈的朋友打电话，了解这个项目的情况。朋友一听这个项目，就劝他不要做了，这个项目的软件开发商早已经选定了，不但软件已经开发完了，而且试点都做得很成功，这次招标就是履行程序。销售代表想办法弄来这个软件开发商的电话号码，打电话到开发商的总经理那里谈是否可能推荐自己的产品，开发商的总经理很客气地拒绝了他的要求：软件开发一直基于另一家公司的硬件，而且投标书已经写好了。他的态度很明确：这次不行，欢迎来谈，以后可以合作。

所有的门似乎都被封死了，客户的招标书的截止日期已经过了。即使想办法拿到标书，