




瞬
间
感
悟

奋斗者的智慧

刘小梅 / 编著



宁夏人民出版社

SHUN JIAN GAN WU

SHUN JIAN GAN WU

瞬间感悟

奋斗者的智慧

刘小梅 / 编著



宁夏人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

瞬间感悟·奋斗者的智慧/刘小梅编著. —银川: 宁夏人民出版社, 2010. 5
ISBN 978-7-227-02312-8

I. 瞬… II. 刘… III. 成功心理学 IV. B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 061133 号

瞬间感悟·奋斗者的智慧

刘小梅 编著

责任编辑 李秀琴
出版发行 宁夏人民出版社
地 址 银川市北京东路 139 号出版大厦
网 址 www.nxcbn.com
经 销 新华书店
印 刷 北京昌平新兴胶印厂
开 本 710mm×960mm 1/16
印 张 18
字 数 256 千
版 次 2010 年 5 月第 2 版 第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-227-02312-8
定 价 36.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

智 谋 篇

公司形象	(3)
拿出诱人的鱼饵	(5)
用你最喜欢的方式告诉你	(6)
撩起对方的欲望	(7)
好就好在“不点名”	(8)
以稀奇古怪制胜	(9)
巧妙的谎言	(10)
法国的“胡乱”商店	(11)
卖笑公司	(12)
一元钱的旅行	(13)
受伤的雷诺行动	(14)
十万元的创意	(15)
变废为宝	(16)
只贷一美元的犹太富豪	(17)
掌握顾客心理	(19)
巧用缺陷	(20)
把问题倒过来	(21)
被淘汰的是第一名	(22)
用“耐克”挖墙角	(24)



创意药局的独创术	(25)
攻心为上	(27)
不准偷看	(29)
展望全新的风景	(30)
星星后面的宇宙	(31)
出奇制胜	(33)
捡起脚边的“宝石”	(34)
神奇的致富公式	(35)
推销有术	(37)
让员工耕“自己的田”	(39)
吊胃口打折	(40)



机 遇 篇

瞬
间
感
悟

重在发现	(43)
观念与命运	(44)
我只是比别人多想一点	(46)
机遇是金	(47)
商人的墓地	(48)
推 销	(49)
站起来	(50)
错 误	(51)
落水的高尔夫球	(52)
留扇画窗待人推	(53)
催眠旅馆	(55)
绝处逢生	(56)
速度 & 商机	(57)
比尔·盖茨的同学	(58)

毅力篇

朝着一个方向走	(61)
投降的绝不是我	(62)
强迫自己做点事情	(63)
成功与失败之门	(64)
做好经手的每一件事	(65)
分解难题	(66)
仅仅是一遍鸡鸣	(67)
成功无捷径	(68)
悬崖上的草莓	(69)
欲速则不达	(71)
坚持与放弃	(72)
成功,其实并不遥远	(73)
打完最后一张牌	(74)
秘 诀	(75)
抱头的动作	(76)
扭转背运	(78)
死神也怕咬紧牙关	(79)
绵羊 OTTO	(81)
奇 迹	(82)
生命,不相信绝望	(84)
最后一个月	(85)
金石为开	(86)
意志不坚,难成大事	(87)
成功的路	(88)
转败为胜	(90)
“笑”不容易	(91)
拒绝坚守	(93)
“找水”的启示	(94)



修 养 篇

简单道理	(97)
取胜之道	(98)
坦诚的魅力	(99)
耻为天下第二名手	(101)
败者的起点	(102)
无人能独自成功	(104)
求助于外力	(106)
交换一下	(107)
改变态度	(108)
一只鲸鱼的奇迹	(109)
锁匠的徒弟	(110)
三 无	(112)
一次喝彩,改变了他的一生	(114)
重视别人	(116)
巴尔扎克的时间表	(117)
一碗汤的哲理	(118)
追赶承诺	(119)
克 制	(121)
造就与迷失	(122)
“阿罗兹”饼干:是福?是祸?	(123)
好就好在“敢承诺”	(125)
只要弯一弯腰	(126)
弯腰的智慧	(127)
酷爱思考	(128)
成功路上的“步行速度”	(130)
门的悬念	(131)
关照别人就是关照自己	(132)
责任心	(133)



瞬
间
感
悟

最好的安慰	(134)
照亮别人	(136)
电话里的机会	(137)
比介绍信更重要的	(138)
妙 招	(139)
牛 虻	(140)
该低头时就低头	(141)
坦言失败	(142)

自 信 篇

稿子与手纸	(145)
你得知道在哪儿画线	(146)
你不会“一无是处”	(147)
天生我才必有用	(148)
主 见	(150)
一幅画的命运	(151)
自 信	(152)
上帝没有轻看卑微	(153)
做那个不可缺少的人	(154)
第一人格	(155)
我很重要	(157)
不再害怕失败	(159)
放远你的眼光	(161)
那不是最好的	(162)
守住你的金矿	(163)
只要信心不被打碎	(164)
自信的翅膀	(165)
擦亮一双鞋	(167)



心 态 篇

哪一块不是好肉呢?	(171)
突破与看破	(172)
画一扇窗给自己	(173)
木炭与沉香	(174)
等待三天	(175)
把冷水煮沸	(176)
乐观与悲观	(177)
三个旅行者	(178)
成功在于一念之间	(179)
一个改变命运的风雨之夜	(180)
心里的“锁”	(182)
人生与分寸	(183)
乞丐的爱情	(184)
索桥四人行	(186)
果 断	(187)
心态决定命运	(188)
发挥你的优点	(189)
积极面对生活	(190)

奋 斗 篇

君子报仇	(193)
渔夫的悲哀	(195)
火把的启示	(196)
走进陌生	(198)
青蛙的故事	(199)
开除自己	(200)
有狼狗在后面追你吗?	(201)



感谢你的敌人	(202)
简单的问题	(203)
没有借口	(204)

勇 气 篇

鳗鱼的故事	(207)
出 列	(208)
本色依然	(209)
踏在脚下的满分	(210)
打破那尊神像	(211)
勇气叩响成功之门	(212)
值得钦佩	(214)
勇气就在自己心中	(215)
推开成功之门	(216)
抓住机遇的手	(217)
一声反问获赏识	(219)
玻 璃	(221)
因为你离战火不够近	(222)
给自己一片悬崖	(223)

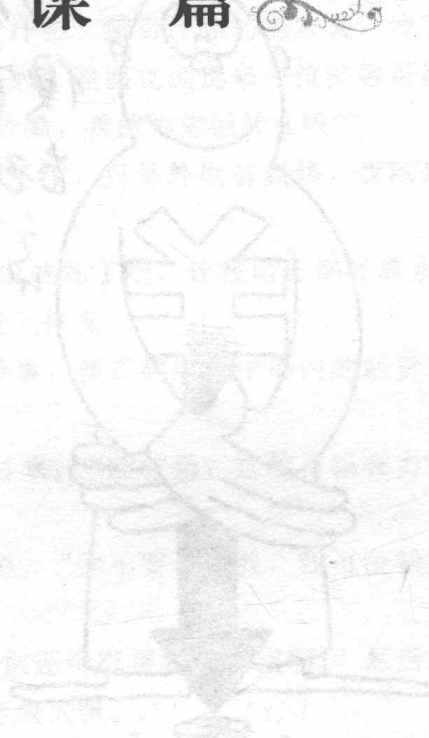


勇 于 放 弃

暂时放弃	(227)
重整行囊	(228)
不达彼岸	(230)
只要撒手	(231)
打破的沙锅	(232)
舍金卖水	(233)
少做事	(234)
找准自己的路	(235)

企业形象

智 谋 篇



（此处为模糊的正文内容，包含多段文字，因清晰度低无法准确转录。）

消费者心理
消费者行为
消费者决策
消费者态度
消费者品牌
消费者忠诚



给顾客一种“捡到便宜”的感觉，与人自己极有利，何乐而不为呢？

公司形象

在一个炎热的午后，有位穿着汗衫、满身汗味的老农夫，伸手推开厚重的汽车展示中心玻璃门。他一进入，迎面立刻走来一位笑容可掬的柜台小姐，很客气地询问老农夫：“欧吉桑，我能为您做什么吗？”

老农夫有点腼腆地说：“不用不用，只是外面有点热，我刚好路过这儿，想进来吹吹冷气，马上就走了。”

小姐听完后亲切地说：“您一定热坏了吧，让我给您倒杯凉水吧。”接着便请老农夫坐在柔软豪华的沙发上休息。

喝完冰凉的茶，老农夫闲着没事，便走到展示中心内的新货车前，东瞧瞧，西望望。

这时，那位柜台小姐又走了过来：“欧吉桑，这款车很有力哦，要不要我帮您介绍一下？”

“不要！不要！”老农夫连忙说，“你不要误会我，我可没钱买，种田的人也用不着这种车。”

“不买也没关系，以后有机会您还可以帮我们介绍啊！”然后便详细而耐心地将货车的性能逐一解说给老农夫听。

听完后，老农夫突然从口袋里拿出一张皱皱的白纸，交给这位柜台小姐，并说：“这些是我要订的车型及数量，请你帮我处理一下。”

小姐有点诧异地接过来一看，这位老农夫一次要订八台货车，连忙紧张地说：“欧吉桑，您一下订这么多车，我们经理不在，我必须找他回来和您谈，同时也要安排您先试车……”

“小姐，你不用找经理了，我信任你。这几天我走了好几家，每当我穿着这样的旧汗衫进到汽车销售场，同时表明我没钱买车时，常常会受到冷落，而只有你们公司与众不同，我从你的形象上信任你们的公司。你不



知道我是你的客户，还那么热心地接待我，为我服务，对于一个不是你们客户的人都如此，更何况成为你们的客户呢？”

瞬间感悟

形象之于公司如同脸之于人。形象搞好了，利润也就上去了。



瞬
间
感
悟

拿出诱人的鱼饵

美国著名成人教育家卡耐基曾亲身经历过这样一件事：

他向纽约某家饭店租用大舞厅。在某一季开始的时候，他突然接到通知，说他必须付出几乎比以前高出三倍的租金。

当然，卡耐基不想付这笔增加的租金，可是跟饭店的人谈论不要什么，是没有用的，他们只对他们所要的感兴趣。因此，几天之后，他去见饭店的经理。

“收到你的信，我非常吃惊，”卡耐基说：“但是我根本不怪你，如果我是你，也可能发出类似的信。你身为饭店经理，有责任尽可能地使收入增加，如果你不这样做，你就会丢掉现在的职位。现在，我们拿出一张纸来，把你可能得到的利弊列出来，如果你坚持要增加租金的话。”

然后，卡耐基取出一张纸，在中间画一条线，一边写着利，另一边写着弊，并把所有的利弊都列了出来。

第二天，卡耐基收到一封信，通知他租金只涨了百分之五十，而不是百分之三百。

瞬间感悟

想要钓到鱼，就要知道鱼想吃什么？当你钓别人的时候，为什么不同样地使用这种常识？



瞬
间
感
悟

用你最喜欢的方式告诉你

美国米勒酿酒公司曾一度非常不景气，为了能东山再起，该公司重新开始对啤酒的消费市场做大量细致的调查。调查发现，啤酒的最大消费者是男性，尤其以蓝领工人居多。

市场目标明确了，米勒公司为此设计了一个旨在吸引蓝领阶层的广告宣传活 动。米勒的广告对蓝领工人大加赞赏，把他们描绘成健康的、干着重要工作和充满自豪感的人。广告里的主人公是一群豪爽、大度的工人，他们在酒吧里边喝米勒啤酒，边谈论一天的工作成绩。

广告的强烈接近性把工人们 的自豪感强烈激发出来，酷爱米勒啤酒很快成为蓝领工人的一种生活方式。在仅仅一年的时间里，米勒啤酒的市场占有率由第八位 上升到第二位，并且具备了争夺 市场霸主地位的实力。



瞬间感悟

“如果成功有任何秘诀的话，就是了解对方的观点，并且从他的角度来观察事情。”这句话看似简单，然而百分之九十的人在百分之九十的时间里，却忽略了其中的道理。

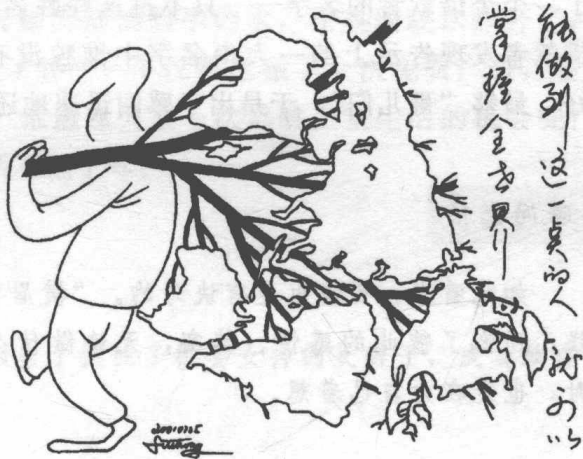


撩起对方的欲望

麦克是壳牌石油公司的一位地区推销员，他希望自己能成为他所属区域里业绩第一的地区推销员，但是有一处加油站却使他的努力受到影响。这处加油站由一位老人担任经理，麦克想尽办法仍不能使这位老人保持这处加油站的清洁，因此汽油销售量大为降低。

不论麦克怎么请求改进加油站的清洁，这位老人就是不理睬，经过多次劝导和诚恳的谈话都没有效果之后，麦克决定邀请这位经理看看他地区内最新的一处壳牌加油站。

这位经理对新加油站的设施印象深刻，而当麦克下一次去看他的时候，他的加油站也变得很干净，而且销售量已经增加，从而使麦克达到成为区域内业绩第一的目标。



瞬
间
感
悟

瞬间感悟

撩起对方的急切欲望，引起他内心迫切渴望的需要，能做到这一点的人，就可以掌握拥有全世界。