

销售经理是如何赚到人气和钱的

公关秘籍

达成销售业绩倍速“增长”的神奇力量

全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） 收费标准：全部学费 **1280** 元

咨询电话：**13684609885** 0451-88723232 88342620 电子邮箱：xchy007@163.com

学校网站：www.mhjy.net 颁证单位：中国经济管理大学 承办单位：美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 www.mhjy.net

几天前，由于抵不过一位培训机构销售员的再三邀请，去参加了他们举办的《如何跨越经济寒冬总裁研习会》，课程历时3天两夜，然而真正让我吃惊的还不是课程内容有多么精彩，这个来自台湾、在大陆成立不到半年、几乎无人知晓的培训机构居然在这三天的会场里现场达成了超过800万的培训课程销售额的惊人业绩，不得不佩服这家公司卓越的会场控制能力和现场成交能力。难道他们的课程真的到了非买不可的地步？还是现场的听众都被神奇的催眠了？让我们用社会行为学的原理来解析其中的真正奥秘。

我们重头来回顾这个过程的相关细节，逐一分析。

首先被邀请参与研习会的总共有500多人，通过我在会场交换的名片看，几乎无一例外不是企业的总经理就是董事长，而且是来自全国各地的，近到江苏远至哈尔滨、吉林的都有，行业也是五花八门的，甚至于我同桌的一位老总公司年销售额在10亿以上，在全国建筑装潢领域排行第四名，可见受邀的人基本符合三个要点：企业的决策人（可以现场拍板）；企业具有一定规模（即有购买力按它们的要求年营业额500万以上才可以参加，当然这个不需要凭证，所以也可以作弊，但大部分是真实的）；盈利性机构（来的都是企业主，不像有些培训机构会连政府单位也邀请，原因很容易理解，他们随后的课程全部是关于指导企业或个人业绩增长的）。

他们是如何顺利邀请到这些老总们的？

现在第一个问题被提出来了：他们是如何顺利邀请到这些老总们的？

这个问题初想的时候你一定觉得他们的销售太厉害了，好吧，先来看看他们是怎么邀请我的。他们的业务员，大约在2个月前（可能更早些）就开始联系我了，在参加《研习会》之前我从没和他见过面，他好像会每周给我打电话，发短信，刚开始的时候，联系频率并不高，只是向我介绍他们的公司和他们的金牌讲师，并询问我对哪些方面感兴趣，并询问说如果他们举办课程非常希望能要请我参加，并问我是否有兴趣。说实话，我几乎没有记住他公司的名字更没有记住他们讲师（从来没听过），因为当时并没有提出明确的邀请，而只是一种假设，所以，一方面是出于礼貌，另一方面是因为没有压力，所以我很有礼貌的回答他，如果有培训课程，到时候可以给我寄资料，我会考虑的。现在回想起来，他应该早就知道会有这个《研习会》，知所以一开始没有提，是因为如果一开始就直接邀请我，被拒绝的可能性是相当大的。接下来的时间里，他会时不时的发一些励志的短信给我，以加深我对他的印象。当《研习会》快接近的2周，他开始正式对我提出邀请，由于在前面我已经答应他会考虑的（虽然是出于礼貌和敷衍），所以自然无法拒绝他把资料传真给我，并电话和我确认。

他在电话里告诉我说这个课程是关于“如何跨越经济寒冬”的总裁研习会，一共3天两夜，价值29800元，并简要列举了课程中的精华点，其实类似的课题我已经接到过数家培训机构的邀请，都被我直接拒绝了，更别说价格要29800元，我心想，即便我有巨大的兴趣参加，我也毫无把握说服公司支付这笔费用。注意，接下来发生的事最后让我莫名其妙的改变了我原本打算拒绝他的打算，并最终让我“服从”了他的安排，正当我以忙为由拒绝他时，他突然说：“我真的很想知道如果这样精彩的课程，这样顶级的老师，如果不要你花钱，无偿送给你，你会参加吗？”，可恶的“如果”，他突然这么一说，我一时已经不知道该如何回答他了，因为在这之前的电话中，我多次表达了我感兴趣的课题，愿意学习的愿望，如果连这个“看似调研的‘如果’的愿望”也拒绝他，我自己都不好意思了，更何况我刚刚拒绝了他让我花29800元听这个课的要求，内心莫名其妙的对他产生了一丝丝负疚感。于是我对他说：“好吧，如果我有时间，我可能会来听听”，接下来，他更加直接的向我提出了他的要求：“我很高兴我能帮助到你，我有一个免费的名额，我本来是准备留给我的朋友的，我觉得他对你的帮助会更大，我决定把他送给你，你只需要支付500元的餐费，公司绝对是贴钱的，这绝对是个好机会”。我实在无法再拒绝他的“盛情邀请”，更何况前面已经答应他“如果我有时间，我可能会来听听”，我已经没有退路了，只能答应了下来，并感谢了他的好意。

电话一挂，我立刻反应过来，“啊呀，我上套了”。我反问自己，我真的有兴趣去参加这个课题吗？他的课程和其他几家来邀请我参加类似课题培训机构有什么区别吗？为什么我利索的拒绝了其他机构的邀请，而对他还要表示谢谢，我突然意识到，他巧妙地对我使用了“社会行为学”中能有效影响他人决策的策略：“拒绝-退让”策略。

“拒绝-退让”策略

如果你还没有明白他对我才用了什么方法，我来举个小例子，你很快就明白了。假如你想向一个很好但还没达到兄弟程度的朋友借 5000 元钱，用什么方法比较容易成功呢？那就是你先假装因某件急事（要听起来合理）要向他借 5 万元，如果他同意了，那你就“顺便”多接到了 4.5 万，不过很大情况下，你的朋友可能会找理由拒绝你，这时候，你再诚恳地表示你真的很需要这笔钱，实在不行，可以借 5 0 0 0 元帮助你先度过难关，我想这种情况下，你的朋友会比较容易接受。相比你直接向他借 5 0 0 0 元，这个迂回的借钱方案成功率会大大增加（成功率放大 5 倍以上），而实际上我们在谈判策略上也经常采用这个方法，只不过这个策略周小平使用的更加隐蔽和巧妙些。

使用“拒绝-退让”策略其实包含了 2 个重要的行为学原理：

第一：对比原理；第二：互惠原理；

对比原理

对比原理是非常容易理解的，相对于 5 万元而言，5 0 0 0 元实在是让人能接受多了，才用先提一个非常高、超出心理预期值但却貌似合理的要求，等到对方拒绝后，再提出你真实的要求，由于有前面的数字作参照，原本很高的真实要求也就显得不那么高了。

我有一个做儿童教育培训的朋友，他发明了一种可以让儿童保持坐姿的组合桌椅，每套售价在 3 8 0 元，而且卖的很好，我一直很好奇他为何卖的这么好，有一天去他在徐家汇的公司参观才恍然大悟，原来他正是采用了对比原理。在他陈列的样品室里除了他的售价 3 8 0 元做的比较精致的功能桌椅，边上还放着 2 8 0 元外型和材料要差很多的功能桌椅和价格 1 8 0 的简易桌椅，结果可想而知所有的客户都买了 3 8 0 元的那个，当有人还价的时候他就会说，你可以选边上的那个，于是想还价的客户看看两套桌椅，自动放弃了还价的念头，而 2 8 0 元和 1 8 0 元的桌椅我的朋友压根就只是设计出来诱导客户决策的。

事实上对比原理在现代商业中得到了广泛的应用，房地产商会先带客户去看几间朝向、房型都很差的单元，然后再带客户去看真正他们主力想销售的房子，客户对后面房子的满意度会大幅提高；而汽车商会反过来运用，如果有客户又想买车，又想顺便买一些配件，比如导航仪、升级轮胎、内饰等等，汽车商会极力说服客户先买大件，也就是车，因为一旦你买下了数十万的东西，那些几百数千元的“小东西”似乎显得那么的微不足道，而最后你往往会莫名其妙的多买下很多其实恨“贵”而并不实用的东西。

我自己也有过直接的经验，在我结婚前，决定要为自己买下一件好的西服，于是和未婚妻去了长乐路的锦江迪生，那里是一个世界名牌云集的地方，进门的地方是 ARMANI(阿玛尼)，随便看了几件价格都在 2 万多，显然我被这个价格吓到了，赶紧往里面走看看别的品牌，最后里面有一个似曾相识的品牌在打折，有件西服非常合我的口味，最后花了 3 0 0 0 元买下了他，要命的是这笔消费成为了我当时的心里参照，在接下来的时间里买下了 5 0 0 元的领带、2 0 0 元的领带夹、1 2 0 0 元的皮鞋。是的，我想我当时一定已经神志不清了，俨然自己是个有钱人了。回到家后我就开始后悔了，在当时，我的月收入也不过数千元，更何况结婚还有其他地方需要更大的开销，这实在是一次冲动的经历，可见，对比作用对我们的影响力是多么的巨大。

如何在工作中运用对比原理

对比原理可以有效地运用在工作中，例如在包里预备一两份虚拟的合同，假装不经意的翻到，随手给客户看看，当然，上面的订单额和报价会明显高于你给这个客户的价格，然后要求客户对你给他的价格不要告诉其他客户（更厉害有效的方法是把最近签约价格最高或最理想的正式盖章合同的原件或复印件带在身边，假装不经意的翻到，顺手给客户看看），他会让你的客户相信你给他的价格是最好的，而且好像很多客户都在我们签约，不是吗？（这里有另一个重要的行为惯性：社会认同原理，后面会单独叙述）

另一种常用的方法是做两份方案，一份做成大订单方案，客户一定会无法接受，这时候，你再给出一份比较靠谱但成交额稍高的方案，这比你直接将第二份方案给他被要求调整地机会与幅度要小很多，而同时“拒绝-退让”策略也悄悄的启动了，对方会因为多次拒绝你而对你心生负疚感，会想着合适的机会因该补偿你点什么。

互惠原理

这是一个比刚才的对比原理更加重要更有影响力的力量。之所以强大，是因为由于它的作用，它可以改变你的最初决策的初衷。为了让我们彻底了解它和它的力量，有必要多举几个例子来说明。

《礼记·曲礼上》曰：“往而不来，非礼也；来而不往，亦非礼也。”。这是个非常强大的社会行为惯性，几千年前，我们的老祖宗就教导我们要礼尚往来，别人给你恩惠和帮助，你就必须施以回报，如果不这样，会有悖社会伦理，被他人认为是忘恩负义之人，至于无论你是否愿意，你都将会被他左右。当你的朋友请你吃了顿饭，你一定总是惦记着要回请他；当你结婚收了朋友的礼金，等到你的朋友结婚时你一定努力会加倍奉还，哪怕你正处在失业中，哪怕你非常缺钱，哪怕你内心真的不想参加，你也一定会背着自己内心真实的意愿，借了钱了去参加。这就是互惠原理的力量。

我在读大学时曾经经历过一件事，至今让我对这位老师心存感激，他是我们的系主任，也是我的入党介绍人，是一位非常正直博学的教授。就在我1年的入党考察期即将结束的大二期末，我自我感觉有一门功课有可能无法过关，这对我入党将会带来巨大的影响，我抱着一线希望去找了我的系主任，我的入党介绍人，心想他也许能帮助我渡过这个难关。果然，第二天系主任去找了那个科目的老师，最后我以61分的成绩过关了。事后我才知道，我的分数从58分强行拉到了61分，之所以系主任有这么大的影响力，那是因为系主任正好是那位老师的结婚介绍人，出于本能的回报，那位老师作出了常态下绝对违背他意愿与原则的事情，帮助我考试过关。

而07年夏天在新天地厕所的经历更让我对这一原则的应用有了更加深刻的体会，那天我带我的客户去参观新天地场地的媒体，结束后我独自一人去了趟厕所，在厕所里巧遇了一位年近50的和尚，这位和尚穿着佛教特有服饰，对着我点头微笑，看起来既慈祥又有种说不出的威严。我记得是他先开口：“施主您好，阿弥陀佛，看施主面相颇有佛缘”，我虽不信佛，但我母亲我奶奶都信，所以内心还是心存好感与敬畏的，于是我非常礼貌的回了你一个笑脸与问候，这时候他非常认真的“观察”着我的脸，关切的说“施主近来似乎有些劳累过渡，要注意身体啊”，我最近确实经常熬夜，比较疲惫，自然对他肃然起敬起来，其实事后想想，稍懂中医医理的人都有这个本事的，紧接着他对我说，“你我无缘，贫僧送施主几句话：”，他已然在我面前建立起了高大权威的形象，我自然非常期望得到他的指点，而我的反应他自然也看在眼里，他继续说：“施主在农历6月前要小心下面几件事：1、是非之地莫久留；2、锋芒不可太露；.....”他一共非常认真的讲了6点让我注意，由于时间隔得太久我已经不能完全记得了，但起码在当时我已经被彻底征服了，对他满怀尊敬与感激之情，当我和他一起走出洗手间准备各自离开的时候，他突然停住然后又折了回来，取下他手上唯一的一串檀木佛珠，递给我，然后对我说：“施主，你我相见也是缘分，这串佛珠就送给有缘人”，然后他居然还给了我一张名片，是嵩山某某寺的，他继续说：“等我回寺，会替你烧几炷高香，诵念某某经（具体的我已经记不得乐）...”，我那时候已经被彻底感动了，真的相信今天遇到了得道高僧，急忙

说：“怎么好意思让您这么费心，这些香火钱是我的一些心意...”，我也不知道着了什么魔法，心甘情愿的拿出了 50 元给他，他在大大方方的接受之后扬长而去。事后我也很奇怪我的反应会那么积极，现在想来，很明显是互惠原理在起作用，当然还有一股其他强大的力量“权威原理”（会在后面单独详细的阐述）

运用互惠原理，你往往会得到比你前期的给与更多的回报

很显然，运用互惠原理你总能获得比你的付出更多甚至多的离谱的回报，这次 3 天的《研习会》他们培训机构一共安排了 5 次自助用餐，位置是随意坐的，我自然而然的座到了我同桌一个熟悉的企业家的边上，餐厅有免费的饮料的供应，当在第二次用餐时顺手给那位企业家带上了一杯，结果有趣的事情发生了，在后面的几次用餐过程中，他几次主动的给我捎带了饮料和水果，，甚至散场后还关心我是否要顺路捎我一段，我想一定是互惠的社会行为学惯性在起作用，以至于他总觉得欠了我什么，并急迫的要在培训会场还我这个人情，因为《研习会》结束，他就再也没有这个机会了。

如果说上面的例子只是一个小插曲，那互惠原理的运用在商业中更是得到了广泛的运用。最常见的就是超市里促销小姐给你的免费试吃，别小看这个小技巧，表面上似乎是让你试用好不好吃，请你作见证，其实这就是种巧妙的互惠原理的运用，有很多人最后决定购买，除了产品本身味道还不错以外，另一个更重要的推手就是客户觉得我已经吃了你的一些产品，总觉得不卖点产品作为回报有点不好意思，反正东西还不错。

数月前，我陪我太太去超市里买水果，以往超市里水果很少有促销员叫卖的，可能是甜橙刚上市推广，边上有个促销员在卖力吆喝，我太太问他这个橙子甜吗？促销员作了一个举动直接导致我太太把这个贵的要死的橙子一口气买了 5 斤，他拿出一把刀，随手挑了一个，一刀切开，然后拿给我太太品尝，我太太的反应当时很惊讶，因为一般比较贵的水果店家都是不愿意单独试吃的（因为切一块整个就废了成本太高），原本是随口一问，结果切也切开了，只能品尝品尝，后面的结果不用说了，该死的互惠原理开始起作用了，我太太开始觉得是因为自己的请求，使促销员浪费了一个橙子，出于回报，我得给他些什么，况且他看起来是那么的诚恳和友善，而原本我们仅仅是想买些梨回去的。

有趣的是即便那些促销员不在现场，商家只要说明提供试吃，并放上刀叉和样品，效果一样明显，去年中秋节前，在超市里有几家不太知名的月饼商就采用了这个方法，结果销量和不这么做对比翻了几倍。可见互惠原理是如此强大，根植在每一个人心，影响着你的行为结果。

“拒绝-退让”策略是互惠原理的变化：

“拒绝-退让”策略其实是互惠原理变化以后的用法，心理实验发现不但人们对于他人的恩惠有回报的本能，即便是对你提一个要求，你拒绝后，我如果作一个退让，你也会做本能的退让以作为回应，相互退让。这好比说，好吧，你已经让步了，那我也不应该这么过分（而思考的焦点原本是你的要求是否对我有帮助）。而由于有了前后的比较，他比单纯的“互惠”原理的运用，往往更具隐蔽性，更具威力，

“拒绝-退让”策略=互惠原理+对比原理

如何在销售中使用互惠原理：

让我在工作中对互惠原理有深刻的体会，不得不说到我在几年如何起死回生最后让原本拒绝我们的“丰田汽车”的经销商投放了当时我推荐给他的媒体。我要说的是其实推荐什么媒体给他已经不重要了，重要的是他不经意间接受了我的“帮助”，这回，不是我不放过他，而是他自己不能放过自己了。

当时，我通过一个朋友的介绍，认识了一家丰田汽车的经销商的市场经理，在初期的交往中，我不遗余力的尽量自然的展示了我的专业知识与热情，给她分享了许多给其他客户的专业建议，并根据她的实际情况即兴给她做了很多的市场方面新奇的建议与策略（与我们的媒体基本没有关系，这使得我看起来是非常真心的为她着想，而且很专业，立刻树立一个热心高大的营销专家的形象），很快博得了她的尊重和好感，于是当我建议给她做一份针对他们的我们媒体的投放方案时，她非常高兴的接受了。

先是去现场看了场地，然后我给她做的第一份方案是 30 万的标的，并简要的说明了理由，对于一个年广告投入才 100 多万的企业来说，这个数字无异严重偏高了，虽然她也明白自己的老板不会同意这样的方案，但由于前期的铺垫，她只好答应和老板说说看。结果肯定是被否定了，于是我的第二个要求来了，安排我和他老板见面。这对我而言非常重要，因为老板拒绝她，老板不会有负疚感，我也无法在后面施展“拒绝-退让”策略，所以我要表现出非常努力的争取后，他的老板当面拒绝我，但在当时我只是一种本能的直觉，一定要直接和老板谈谈，而这恰恰使我和他进入了“拒绝-退让”策略模型。这个对她而言是完全可以做到的，她非常自然的安排了一次中午吃工作餐时的偶遇，于是我有了宝贵的半小时和他的老板直沟通，这可能是我做销售以来最尴尬的一次，几乎我的所有理由，他都当面反驳，而且非常固执，我们甚至连标的都没讨论，当时我想，看来，这个客户我肯定没机会了，这是一次让我绝对胸闷的交流，几乎让我放弃了再次与他沟通的勇气。随后的 2 个多月里，我也经常去看望他们的品牌经理，偶尔在展厅里看到他们的老板，上去寒暄几句，仅此而已，他老板的态度依然傲慢，我实在想不出用什么办法软化和他的关系

一个细节被我注意到了，每次他们卖掉一辆车，都会有一个新车交车仪式，在展厅的一个固定的区域，总经理或副总或者至少销售经理会亲自把钥匙交给车主，然后大家鼓掌表示祝贺。通常如果今天要交车，他们会在前一天做一张简易的海报，有时候实在来不及了，就用毛笔在宣传纸上写，即费时间，又费力费钱，我突然意识到我的机会来了，于是我找到他们的品牌经理，我很自然的把话题引到了交车仪式上，然后装作无意间突然想到的样子（我不能让她知道我是刻意要给予她帮助），我说：“你们的交车仪式很特别，我在别的车行不多见，我是车主我也会觉得超级收你们的尊重……”，她对丰田的服务一向是非常自信和自豪的，脸上露出了得意和兴奋的神情，我一看预热的差不多了，于是我开始转入真正我要说的内容：“就是这个海报显得些突兀，和整体环境不太相配”，她当然会非常认同，因为这确实是事实，她问道：“是呀，我也知道，可是还有什么更好的方法吗？”，我马上故作非常轻松的回答道：“这个太简单了，你看我们的媒体上都有一个 LED 条屏，发布信息别提多方便了，而且时尚有档次。”，我想我的话第一时间已经说服她了，她去看过我们媒体的现场，LED 在上面格外醒目，而且我曾详细介绍过 LED 的使用和好处，特别是遥控板遥控发送，就像手机发短信一样方便。“这个应该很贵吧？”，明显她已经有兴趣了，我要说服她接受我的赠送，并且没有压力，于是我说：“这个设备单买当然很贵啦，不过厂家的老总是我的哥们，我们每年要在他们那采购上千条，我有办法让他送你们一条”，“啊呀，这怎么好意思”，“反正又不是我花钱，每年采购那么多，我还正愁太便宜我的供应商了呢...”，她露出了放松的微笑。

很快，LED 被我们的人安装了上去，效果很明显，店里的职员们都来看，感觉非常好，他们的老板也感觉到很有面子，不但车主对此表示赞赏，有一次，丰田的经销商们参观他们展厅，很多经销商老板们对这个创意表现出很高的兴趣，因为这个设备，他们没有，以至于在后来的半年内，我们居然还卖了几条给其他经销商的展厅，当然这是后话。展厅的老板因此对我的态度，大为改观，谈话也客气多了。

1 个月后，我想了一个理由再次去拜访他，这次我是直接给老板打电话，装作很紧急的口气，告诉他，下个月原本要投放的一个客户，临时改期了，我有临时找不到客户投放，与其空着，还不如半价送给他宣传新车（我知道他们有款新车上市），只要他花费 5 万的成本费，希望能帮我这个忙。我明显能感觉到他犹豫了一下，最后还是“艰难”的答应了我的，我知道，并不是他对我们的媒体改观了，而对于他认为不想要的东西，100 元也是多余的，但是他已经接受了我对他的所谓的“恩惠”（LED 条屏不过 3000 元），互惠的社会行为惯性开始严重的影响了他，再加上“拒绝-退让”策略产生的负疚感和从 30 万降到 5 万的对比落差，使得原本评判是否接受我们媒体的“关键”已经不重要了（正常情况下，媒体是否有效才是是否合作的关键），取而代之的是希望释放负疚感的冲动，而且这个人的地位越高，他的负疚感会越强列。

除了让你的客户先接受你的“恩惠”，互惠原理还有业务中还有一些更巧妙的用法，我最近一直想找个摄影社给我儿子拍一套周岁照片，我太太在网上找了两家看起来比较优惠的工作室，就在我们电话咨询他们正犹豫选哪家的時候，其中一家居然答应上门给我们看样册，我太太非常高兴的答应了，晚上9点，摄影社的人风尘仆仆的赶来如约而致，他们展示的样册还不错（坦白说有哪家的样册会很糟糕呢，事实上我们没有去看另一家的样册，也无从比较），在答应了我们提出的多送两个页面等一些赠送的要求后，我当晚我太太就把定金付给了他，并和他们约好了拍摄的时间，我知道，该死的互惠原理起作用了，也许另外一家更好，也许他们实际的产品不如样册，也许...，但是这已经不重要了，他们特地上门来“展示样册”，这足以让我们产生了“负债感”，让我们不应该让他们空手而归，况且他们的东西看起来还不错不是吗？

我有个上海本地的朋友是做户外防腐木生意的，他去年做成一笔100万的单子，原因就是在打完一个远在成都的潜在客户的电话后，连夜就飞往了成都，第二天，他就带着资料和样品，出现在那个客户的面前，而他在电话里只是说：“希望能有机会和你见上一面，当面对教”，坦白说，单用诚意来解释，并不足以说明问题，明显是“互惠”原理让对方产生了强烈的“负债感”，最终左右了他的决策，这和我太太那么快决定支付定金是如出一辙的。

如果你深刻的理解了互惠原理并懂得灵活的运用它，你就能在销售过程中化被动为主动，转拒绝为接受，甚至可以化敌为友。现在你因该知道：

1、客户拒绝你未必是坏事，高明的你可以设局故意让他拒绝（或多次拒绝）你，然后再提出你真正的方案；

2、巧妙的让客户接受你的“恩惠”，一盒你老家的茶叶、几张电影票、一顿晚餐，一本好书、一次看似随意小的恩惠虽然可能无法直接促使签约，但是绝对可以促使对方答应你去看场地、告诉你全年的预算额度、告诉你他们的投放习惯，以及你的其他看似“没有压力”的请求。

3、如果客户非常强势和顽固，似乎不太领你的情，那么教你个更有力量的方法，连续施以“恩惠”，再冷酷的客户都会被你打动，每周给他问候的短信，每月一封真诚的名信片，就好比每天送一朵玫瑰给你心仪的女孩，不出10天，再骄傲的女人都会答应和你共进晚餐。

4、创造机会让你为你的客户“超值”服务，例如：自己开车带客户参观场地，越辛苦越好，或是千里迢迢的去拜访异地的客户，你的提前付出，一定会让你收获更多。

5、如果你如约去见客户，而你的客户忘了和你约定的时间，千万别认为自己很倒霉，这恰恰是你的机会，我如果是你，我会静静的等待1个小时，然后打电话给他。告诉他你已经等他一个小时了，知道他很忙，怕影响他工作，所以等了一会，如果他在附近或是有时间间隙，希望能见上一面。我敢打赌，对方接待你的热情一定出乎会超出你的想象。

总结在工作中互惠原理的运用要注意的要点：

- 1、 找到决策的人，直接对他采用上述策略才是最有效的
- 2、 尽量释放他接受你的恩惠时的压力，你送的越自然，效果越好。
- 3、 找到时机点，组合使用“拒绝-退让”策略，成功率大大增加
- 4、 如果在给对方提要求时有看似合理的理由，成功率也会增加
- 5、 心怀一个正义和感恩的心，不要用它来伤害他人。

互惠原理就是：给予，然后索取，再索取...

讲到现在，我们才解密了文章的第一个问题“他们是如何顺利邀请到这些老总们的？”的谜底的一半，另一个非常重要的行为学原理：“承诺一致”原理，也在悄悄的发生作用，最后使得那些老总们不惜花费数千元高额的机票与住宿费还有宝贵的时间，“乖乖”的来到了《研习会》现场，并完整的听完了3天的课程，而3天的课程其实是这个培训机构所有课程的介绍会，一切才只是开始，并接下来在培训过程发生的现象，会更加让你眼花缭乱、叹为观止，而这一切其实都逃不过社会行为学中剩下的5个最具影响力的人类行为惯性，接下来让我们继续破解其中的奥秘。

“承诺一致”原理

这是一个非常强大的社会行为惯性，任何人都无法摆脱它对你的影响力。自古就有教诲：“信近于义，言可复也；恭近于礼，远耻辱也；因不失其亲，亦可宗也。”（“因为约信离道义不远了，所以他所说的话是可以去践行的；因为恭敬离礼节不远了，所以他可以做到远离耻辱；因为他没有丢失与亲人的关系，这样的人是值得学习和追随的”，这是“识人”和“交际”的三原则和方法：一是“约信”，二是“谦恭”，三是“亲亲”。同时，也说明的其中的道理。因为讲“约信”离“道义”已不远了，“谦恭”离“礼节”已不远了，能够“亲亲”的人也能够“亲人”，所以这样的人是值得学习、交往、亲近、追随的。）孔子也说：“人而无信，不知其可也。大车无輹，小车无軹，其何以行之哉？”（“人类若相互间无诚信，我不知还能做得些什么。正如车上的辕木与横木间，若没有了个灵活的接榫，无论大车小车，试问如何般行进呀？”）。

守信是与他人交往的第一法则，诚实守信之人，会得到社会的认同与赞美，反之，会直接和不道德联系在一起，被社会遗弃。经历了数千年的传承，他已经成为了一种强大的社会行为惯性，一种近乎条件反射的本能。所有的人都会本能的去兑现曾经的承诺，哪怕在实际兑现的时候，有些条件已经发生了变化，甚至明显违背了承诺人的实际意愿。

前面提到的三天的培训没有人迟到、早退、中途结束的关键秘密就在于我们在入场的时候，每个人都签署了一份承诺书，承诺书大致的意思是我自愿承诺在这三天内不迟到、早退、不录音、录像等等。并且每个人签署前，助教都会大声朗读给你听，让你没有借口。很多人想来都来了，总不至于为了拒签承诺书再返程吧，于是每个人都签了，而且大家都知道别人也签了，所以整整三天，没有人离场，迟到，效果特别好，每个参加培训的老总后不想让其他老总认为他是一个“言而无信”的人。

在我读小学的时候，就有一篇课文班苔莱耶夫写的《诺言》，讲的是一个俄国的小孩和伙伴在公园里玩模仿军人游戏，承诺在他的首领回来前要在那里站岗，可是别的孩子在游戏结束后把他忘了，都已经回家了，只有他还在站岗，渐渐的天黑了，这个小孩又饿又怕，一直在哭，但就是没有离开，直到一位路过的好心人在询问他情况后，叫来了一名真的军官，“解除”了这个孩子的任务，这个孩子才如释重负般开心的回家了。之所以要编入课本，道理很明显，要学生们都向这位俄国孩子学习。如果你认为这可能只是一个艺术化了的情结，仅是为了教育他人，那么下面的例子就真实的发生在身边。

我曾经有幸听我的同事分享过一个关于她儿子的故事，她儿子很小的时候，常常要求他的父母和爷爷奶奶买这个买那个玩具和其他东西，有一天她终于忍不住了，对着她5岁的儿子很认真的说：“妈妈告诉你，你是好孩子，妈妈会考虑给你买妈妈认为你需要的东西的，需要的东西你不说妈妈也会买给你的，不需要的东西你再提，也不会卖给你的，你明白了吗？”，她的孩子似懂非懂的点点头。一晃十多年过去了，有一天我的同事突然意识到她的孩子好久没有缠着他买东西了，当她有一天好奇的问她的儿子的时候，她儿子的回答让他非常吃惊：“我5岁的时候，你告诉过我.....”，这个结果让我的同事太意外了，居然10年前一个5岁孩子的“承诺”，居然有这么强大的力量。

我最近听过的一个很有意思的因为“轻易承诺而不得不一致”而发生的可笑的故事，我的一个设备供应商告诉我，他有几个“损友”，经常借他的车，或搭他的车去外地，让他费油又陪时间，但是大家关系又很近，又不好当面回绝，所以他常常会找一些借口来回绝他们。有一天，其中一个朋友打电话给他，问他，有没有兴趣一起开车去外地玩玩，我的朋友怕他借车，赶紧回答他：“好是好，不过我这几天很忙，我在苏州办点事，要晚上才能回来...(其实在上海)”，没想到他的朋友兴奋的说：“啊呀太好了，我也在苏州，我们晚上一起回来吧。”，我的朋友顿时无语以对，最后的结果是他特地开车去了苏州，把他的那个“损友”接了回来，仅仅是为了和他说的话保持一致。

无论孩子还是大人，男人还是女人，承诺都是具有巨大威力的，一个人的身份地位越高，他兑现承诺的推动力越大。

我曾在去年给“上海师范大学”作过主题演讲，学生们都非常喜爱这种形式，当时学校的学生社团还是第一次组织这样的活动，他们很想下次请一些社会名人来，又怕请不动他们，我于是给他们作了简单的分析，什么人比较容易请来，答案很简单，找常去学校演讲，曾公开表达过关心学生成长，愿意帮助他们的社会名人，我们很快有了焦点：袁岳。袁岳多次去各大学校演讲，社会责任感强烈，以某个合理、公益的名义请他，他不太会突然一改他对外的形象，我建议他们设计一个“帮助大学生创业”或类似的主题，筹备一个大型演讲会，然后以“上师大学生会”名义邀请他，告诉他他的演讲可能会帮助到成千上万名学生。一次不行连续多约几次。结果非常顺利，袁岳很热情的答应了他们的要求，并最后非常成功的举办了第二场大型演讲。

与互惠原理一样，“承诺于一致”的妙处也在于一旦对方承诺了，即便后来他并不情愿，他也会努力兑现他的承诺，特别是公开的承诺。我在3年前经营“白领传媒”的时候，曾经洽谈过一笔广告业务，对方是一款无限上网设备的上海区总经理，以往上海区的投放都是他说了算，我们已经和他谈好了标的，看完了场地，对方也很自然的接受了我们的礼物，很肯定的告诉我们下周把这事定了。结果在他去广州总部的时候，总部突然对全国的媒体投放策略作了调整，并由一个新的部门统一协调。我的客户最后为投放的事和总部闹得非常不愉快，差点吵起来。最后投放没有成功，我的客户一再对我们表示歉意，并在后来的时间里用别的方式补偿了我们。其实，本来就是求他们投放，如果不是他对我们作了承诺，结果可能大不一样。

承诺“是否”可以被引导

答案是肯定的。

在那次培训会的第三天上午，主办方刻意安排了一次“慈善募捐活动”，有一名爱心大使讲述了远在西藏偏远山区的一个极其贫苦的村庄，那里不通路，没有电，由于缺水一年才洗一次澡，连学校都是用牛粪盖的，说得声泪俱下，讲的是真好，大部分在场的人都被感染了，然后爱心大使开始问：“相比我们舒适的生活，我们是不是应该给予他们一点点的帮助，哪怕是小小的帮助？”，大家齐声：“是”，“是不是能帮助这些孩子，有个真正的教室，有书念？”大家齐声：“是”，“是不是...”，经过一连串排比式的引导，开始现场发起捐款，捐款是自愿的，确实有一部分人是自发自觉捐款的，而其他的人，由于大家都在其他人面前表示了愿意帮助他们，所以无论内心是否真的愿意，为了保持承诺与一致，全场的人都捐了钱，包括并不富裕的我。

另一则故事更能说明承诺可以被引导：美国帕拉克博士和他的研究小组曾在美国的依阿华州做过一个试验，冬天的时候，居民们开始用天然气取暖，他派了一群学生挨家挨户发单页，宣传介绍节能的方法。结果一个月过去了，居民的用气量一点也没有减少。然后他们采用了第二的方法，他们告诉这些居民，如果参与节能活动，他们的名字将会刊登在当地的报纸上以表彰他们节约能源，热爱公益事业。结果，效果很明显，一个月后被调查的居民们平均每家节约了422立方天然气（下降了12.2%）。接着，他们让

工作人员发信给他们，告诉那些居民们，因故报纸不刊登他们的名字了。接下来的一个月奇迹发生了，那些不能被登报表扬的家庭不但没有因此重新回到以前，反而更加节约了，他们的用气量进一步下降到了 15.5%。

这个反常的现象正是承诺与一致在起作用，居民在见报表扬的“诱惑”下做出了“节约能源”的承诺，承诺一旦做出，便形成了自己的支持的系统，开始养成了节约的习惯，开始为自己富于公益精神而感到骄傲，并为月底帐单上节约的开支感到高兴，开始为自己的自我克制能力感到自豪。即便一开始促使他们投入的诱因已经不存在了，而他们继续参与的惯性已经养成了，仍然坚定的履行了自己的承诺。（引自《影响力》）

“煮青蛙式”的承诺引导

渐进式的承诺引导是一种很可怕的力量，我之所以最后会答应培训机构业务员的邀请，除了采用了“拒绝一退让”策略，另外一个重要原因是他一开始引导我做出一些“没有压力的承诺”，比如是否热爱学习？如果以后有培训会，是否肯以通知你？对提高战略能力是否有兴趣等等，我一旦说了是，他就开始进一步的进攻，邀约我参加他们的会议，而如果我强硬的拒绝，这不是和我一开始对他的态度不一致了吗？好比如说，既然你对提高战略能力是否有兴趣，为何不来参加我们的培训会呢？我如果说太贵了，他直接告诉我免费，我想以没时间为理由，可是他 2 周前就开始邀约了，而我当时没有直接拒绝他...于是我必须进一步的兑现我的承诺，更何况似乎听他们的培训也没有坏处嘛，这个课的主题还很重要嘛...我开始为自己做的承诺寻找支持的理由，并进一步加强了我兑现承诺的力量。

这个模式可以用在正道，而很多人走上真正犯罪的道路，也是这个原理，一开始因为贫穷偷了别人的钱包，后来发展成入室盗窃，而这时已经不缺钱，但已经停不下来了。很多人吸毒，开始仅仅是好奇，接触一些边缘毒品，最后成为了真正隐君子。

我最近借给一个朋友不少钱，而一开始，我的朋友仅仅只是要求我借二百元钱，这么小的请求，我怎么好意思拒绝呢？而实际上，目前已经累计了数千元，而我每次多借一次，都觉得我在他最困难的时候帮助他渡过了难关，他非常需要我的帮助，显然我已经陷入自我的承诺中，进退两难。

当我们要追一个女孩子的时候，采用这个方法也更容易成功，先约她出来吃饭、或是看电影，或者更温和些的和你一起去书店挑书等等，只要她答应了你出来一次，下次再约就会容易很多，当然，密切程度也可以升级，比如：跳舞。

即使是一些微不足道的请求，我们也要保持警惕，答应某个小小的请求，不仅会使我们更容易答应相类似的、更大的请求，而且也会使我们更愿意答应那些更大的，甚至于之前小的请求毫不相关的请求（引自《影响力》）。

如何在工作中运用“承诺与一致”

汽车商有时会采用一种隐蔽而阴险的“虚报低价”策略，方法如下：他们会告诉客户，某款车型比其他车行便宜 2 0 0 0 元，于是很多客户会被价格吸引进来，汽车商接下来会让客户试车试驾，花半小时时间填写大量的单据，让客户带朋友们一起来看车等等，这个过程中，客户渐渐越来越喜欢这辆车，告诉自己就是它了，这就是我想要的。当客户要付款的时候，收银员开始以外的提醒他，他们的销售代表把价格搞错了，忘了计算车用空调的费用，加上 2 0 0 0 元空调，还是原价，虽然有部分客户最后生气的走了，奇怪的是还是有一半的客户留了下来，最后达成了交易，且不谈这个方法是否道德，但他却确实实是有效的。这就如同你排队等某个餐厅吃饭，如果你已经等了半小时，基本上你不会再离开了，你会坚持等下去，而起因是服务员告诉你只要等 1 0 分钟。

在保险领域，为了减少退保率，有一个小技巧，却非常实用，那就是让投保者自己填写保单，这样做的目的，就是暗示投保人是我自己想好投的保险，我是自愿的。

我们以前在推广媒体的时候，对新客户常常会先约客户看场地（最好跑的很累，让客户投入精力），然后免费试用或成本价试用，我们发现如果前期签署一个“免费试用协议”，让对方签字，而不是直接将画面发布出去，后期签署正式合同的成功地概率会增加，特别是合同一些敏感条款，如付款方式等，由于在“免费试用协议”中已经“适应”过了（因为免费合同中是有条款没有后果的），后期正式合同更容易达成一致。

正确使用承诺与一致原理，可以有效帮助你破解业务上的坚冰，达成更大的业务，不过还是要提醒大家：善用承诺与一致原理，不要用它来伤害他人。

袁雪峰,中国营销战略实战家;马良传播全国总监;上海首家停车场媒体新品传媒创始人;原分众全资子公司白领传媒创始人,上理工研究生会特聘就业导师。

全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） 收费标准：全部学费 **1280** 元

咨询电话：**13684609885** 0451-88723232 88342620 电子邮箱：xchy007@163.com

学校网站：www.mhjy.net 颁证单位：中国经济管理大学 承办单位：美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 www.mhjy.net

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课（远程函授+教学电子光盘自修+网络学院持续视频学习）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



【证书说明】

1. 证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
2. 毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明；。



【学习期限】

3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】

全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是职业经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习（专家、顾问24小时接受在线咨询，第一时间回答学员的提问和咨询）



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】

13684609885 0451--88723232 88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅



【报名须知】

- 1、报名时请直接邮寄4张2寸免冠近照（要求蓝色背景）和一张身份证复印件
- 2、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com 或者传真至0451—88342620
- 3、交费后及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【报名地址】

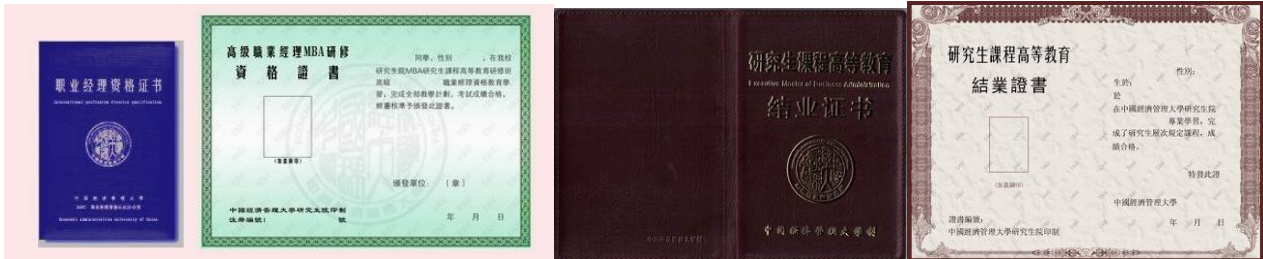
哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室美华教育（ 邮政编码：150020）



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】

方式一	邮局邮寄	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 邮政编码：150020
方式二	学校帐号	学校帐号：184080723702015 开户银行：哈尔滨银行龙江支行 企业户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校
方式三	交通银行 (太平洋卡)	帐号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄 (存折)	帐号：602610301201201234 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	中国工商银行 (存折)	帐号：3500016701101298023 户名：王海涛 开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，建议使用第五种方式（中国工商银行，比较方便快捷）收到学费的当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材和考试问卷。

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电

认证系列：高级职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、财务总监、企业培训师、酒店经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、市场总监、营销策划师等学习认证系列。

颁发双证：通用高级经理资格证书 + MBA 高等教育研修结业证书 (含 2 年全套学籍档案)

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

1280

元

学习期限：3 个月 (允许工作经验丰富学员提前毕业) **收费标准：**全部学费

咨询电话：13684609885 0451- 88723232 88342620 **邮箱：**xchy007@163.com

学校网站：www.mhjj.net **颁证单位：**中国经济管理大学 **承办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效