两家小店

有两家卖粥的小店。左边这个和右边那个每天的顾客相差不多，都是川流不息，人进人出的。然而晚上结算的时候，左边这个总是比右边那个多出了百十元来。天天如此。

于是，我走进了右边那个粥店。服务小姐微笑着把我迎进去，给我盛好一碗粥。问我：“加不加鸡蛋？”我说加。于是她给我加了一个鸡蛋。

每进来一个顾客，服务员都要问一句：“加不加鸡蛋？”也有说加的，也有说不加的，大概各占一半。

我又走进左边那个小店。服务小姐同样微笑着把我迎进去，给我盛好一碗粥。问我：“加一个鸡蛋，还是加两个鸡蛋？”我笑了，说：“加一个。”

再进来一个顾客，服务员又问一句：“加一个鸡蛋还是加两个鸡蛋？”爱吃鸡蛋的就要求加两个，不爱吃的就要求加一个。也有要求不加的，但是很少。

一天下来，左边这个小店就要比右边那个多卖出很多个鸡蛋。

营销启示：给别人留有余地，更要为自己争取尽可能大的领地。只有这样，才会于不声不响中获胜。销售不仅仅是方法问题，更多的是对消费心理的理解。

两个消费者的经历

在天堂门口，两个异国老太太相遇了。上帝让她们各自说出自己一生中最高兴的事情。

“我攒了一辈子的钱，终于住了一天新房子，我这一辈子活得也不冤啊。”A国老太太高兴地说。

“我住了一辈子的房子，在我去世之前终于把买房的贷款还清了。”B国老太太也高兴地说。

上帝叹了口气，说：“选择不同，效果也是不同的。”

营销启示：我国的许多消费者以往沉积下来的落后的消费意识，使其在消费能力有限的情况下又不愿选择消费信贷，只能造成日本老太太的悲哀。 但是，潜在的需求是一种存量资源，可以通过宣传加以引导。营销者通过创造新的营销方式以获得消费着的认可，达到挖掘潜在需求的目的。