1、张三一直喜欢喝20块钱的茶叶。新开茶店里每次张三去买茶叶，老板都送他半两好茶。

张三将好茶攒着待客。一天闲来无事泡壶好茶，竟喝上瘾。喝完免费的好茶，张三便不愿喝20块的了。

不管他买多贵的茶叶，老板总送他半两更好的。半年下来，张三花在茶叶上的钱是原来的十倍！

2、观察30到40这个年纪的旅客，头等舱的旅客往往是在看书，公务舱的旅客大多看杂志用笔记本办公，经济舱则看报纸电影玩游戏和聊天的较多。

在机场，贵宾厅里面的人大多在阅读，而普通候机区全都在玩手机。那么，到底是人的位置影响了行为呢，还是行为影响了位置呢？

3、商人带两袋大蒜到某地，当地人没见过大蒜，极为喜爱，于是赠商人两袋金子。

另一商人听说，便带两袋大葱去，当地人觉得大葱更美味，金子不足表达感情，于是把两袋大蒜给了他。

虽是故事，但生活往往如此，得先机者得金子，步后尘者就可能得大蒜！善于走自己的路，才可能走别人没走过的路。

4、某人买了一坛好酒，放在小院，第二天，酒少了1/5，便在酒桶上贴了不许偷酒四个字。

第三天酒又少了2/5，又贴了偷酒者重罚。第四天，酒还是被偷，于是贴尿桶二字，看谁还喝。

第五天他哭了。桶满了。

……故事还没完，第六天，他再次在酒桶上贴了不许偷酒四字。那一天很多人都哭了。

5、营销策略就是卖“贪”和“怕”

1、对于富人来说：他们怕产品不安全、怕没档次、怕没面子、怕没别人好，请抓住这个心理推销；

2、对于一般客户来说：他们贪便宜、贪赠品、贪打折、贪比别人划算、贪省到了钱，请抓住这个这两大心理推销！

6、一富豪到华尔街银行借5000元贷款，借期两周，银行贷款须有抵押，富豪用停在门口的劳斯莱斯做抵押。

银行职员将他的劳斯莱斯停在地下车库里，然后借给富豪5000元，两周后富豪来还钱，利息仅15元。

银行职员发现富豪帐上有几百万，问为啥还要借钱，富豪说：“15元两周的停车场，在华尔街是永远找不到的。”

7、一是做事成功，二是做人成功。

做人不成功，成功是暂时的；

做人成功，不成功也是暂时的。

要做事，先做人。

丘吉尔说，成功根本没有秘诀，如果有的话，就只有两个：一是坚持到底，永不放弃；二是当你想放弃的时候，请回过头来再照着第一个秘诀去做。万事只怕有心人。

8、保龄球投掷对象是10个瓶子，你如果每次砸倒9个瓶子，最终得分90分；而你如果每次能砸倒10个瓶子，最终得分240分。

社会记分规则就是这样：只要你比别人稍微优秀一点，能再多坚持一会，就赢得更多机会。

这种机会叠加就是人生效应的逐级放大，最终造成人与人之间巨大的落差。

9、卖冰激淋必须从冬天开始，因为冬天顾客少，逼迫你降低成本改善服务。

如果能在冬天中生存，就再也不会害怕夏天的竞争；同样只有吃过苦才知道享受生活美好。

想在顺境中事业能蒸蒸日上，就必须在逆境中经过一番锤炼，这就是台湾著名企业家王永庆提出的“冰激淋哲学”。

10、有些所谓的奢侈品成本大概也就400——600元，卖价却达到6万！富豪们依然趋之若鹜。啥叫名牌？成本价后面加一个0的，就叫名牌。

成本价后面加两个0的，就叫奢侈品。成本价后面随便想加几个0就加几个0的，就叫文物。