【3个小故事彻底激发你的商业思维】

故事一：“给我”还是“拿去”？

　　有一朋友，做人特别吝啬，从来不会把东西送给别人。他最不喜欢听到的一句话就是：把东西给。。。！

　　有一天，他不小心掉到河里去了。他的朋友在岸边立即喊到：把手给我，把手给我，我拉你上来！这个人始终不肯把手给他的朋友。他的朋友急了，又接连喊到：把手给我。他情愿挣扎，也不肯把手给出去。

　　他的朋友知道这个人的习惯，灵机一动喊到：把我的手拿去，把我的手拿去。这个人立马伸出手，握住了他的朋友的手。

　　启发思考：

　　“给我”还是“拿去”？我们在经营事业的过程中，是不是一直在向客户表达着“把你的钱给我”，客户就象上面那个吝啬的人，情愿在痛苦与不满足中挣扎，也不愿意把钱给我们。

　　如果我们对客户说的是：把我的产品拿去，是否会更好一些呢？客户会更情愿地去体验你的产品，购买你的产品。

　　“给我”还是“拿去”？这是一个问题，也是一个精明的商家是否能从客户的角度去设计成交，设计商业模式的问题。

　　换一个角度，事业就豁然开然。

故事二：“便捷”还是“诱惑”？

　　我们旅行到乡间，看到一位老农把喂牛的草料铲到一间小茅屋的屋檐上，不免感到希奇，于是就问道：

　　“老公公，你为什么不把喂牛的草放在地上，让它吃？”

　　老农说：“这种草草质不好，我要是放在地上它就不屑一顾；但是我放到让它勉强可够得着的屋檐上，它会努力去吃，直到把全部草料吃个精光。  
　　启发思考：

　　看完这个故事，你大脑里想起的一个产品会是什么？小米手机！没错，雷军就是那个老农夫，把小米手机放在屋檐上，让你勉强可以够得着，让你欲罢不能地想去够着。

　　容易得到的，也会随手扔掉。太难得到的，有些人争取一会儿就放弃了。只有勉强得到的，意外得到的，人们就会感到惊喜，倍感珍惜。

　　这让我又想起一件事情。

　　我的一个客户，经营服装店，开业的时候做出了很多代金券，到处免费发放，结果发现转化率出奇的低，来的人寥寥无几。

　　她怎么也想不明白，自己请了一个团队专门发传单，结果却不佳。我告诉她：轻易得到的，人们就不会珍惜。

　　于是，我们一起想了一个办法，把这些代金券不再送了，而是卖出去。天啦，我们要卖代金券？太搞笑了！但是事实证明我们对了！

　　怎么卖呢？我们找到小区的便利超市，找到美容会所，找到美发店，找到各种各样能接触到年轻女性的店。告诉他们的店员，我们的优惠券让她们来卖，卖来所得的钱，全部归她们所有。

　　通过卖优惠券的形式，我们发现，人们来店里的概率大大增加。也许人们只是花5元钱买了一张100元的代金券，但这5元钱会促使他来店里消费。

　　想让客户记得你？你可以变着法子让客户为你付出一些，轻松付出一些。客户会惦记着自己的付出，从而惦记着你！

　　“便捷”还是“诱惑”，艺术地使用吧！

故事三：他真正想要什么？

　　有一个富翁，一个人住着一栋豪宅。年纪大了，想回到老家居住，与其他老人一起打打牌，下下棋，心灵上有个伴。

　　于是他想把这栋豪宅卖掉。很多有钱人都看上了这栋豪宅，来看的，报价的络绎不绝。

　　有一天，一个年轻人来看房，看完房子后连连称赞。富翁问他：你决定要购买吗？你想出多少价钱？

　　年轻人对老人家说：是的，我很想购买，但是我只有1000英磅。

　　富翁心想：那我怎么可能卖给你？

　　年轻人思考了一会儿，跟富翁说：我真的决定要购买。我们能商量另一个购买方案吗？

　　富翁说：你说说你的方案。年轻人说：我愿意把我的1000英磅都给你。你把房子卖给我。同时，我想邀请你一起居住在这个房子里。你不需要搬出去。而我，会把你当爷爷一样看待，照顾你，陪伴你。

　　年轻人接着说：你把房子卖给其他人，你得到的只是一些钱，而钱对你来说已经可有可无，你足够富有。你把房子卖给我，你将收获的是愉悦的晚年，一个孝顺的孙子，一家人其乐融融的温情。将来我还要你见证我的婚礼，见证我的宝宝出生，让他陪着你，逗着你笑。

　　你可以选择获得一些可有可无的钱，也可以选择获得一个温情无比的家，一个快乐的晚年。

　　富翁静静地听着他讲述，眼前的这个小伙子如此真诚，目光坚定，他在等待着自己做出选择。钱，他这辈子赚够了，追逐金钱也让他疲惫了，快乐才是他想要的。

　　3天后，富翁把房子卖给了这个年轻人，他们快乐地生活在一起！

　　启发思考：

　　这位富翁真正想要的是什么？你的客户真正想要的是什么呢？读懂客户的内心，你才能走近客户。

　　用心与客户交往，与客户成为“知音”，你才能轻松与客户保持关系，客户也愿意在你这里消费！

　　当然，这个故事里也可以看到，这个小伙子非常善于利用自己独有的价值——陪伴，你是否发现，原本你认为自己一无所有，平凡普通的你，只要懂得挖掘自己的价值，善用自己的优点，一样可以在梦想的豪宅里生活！