# 《十八岁以后懂点心理学》札记

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-07-23

*第一篇：《十八岁以后懂点心理学》札记《十八岁以后懂点心理学》札记如果你的年龄到了十八岁，不管你承认与否，你的人生都已经开始步入了成熟的季节。你说，你现在几岁了呢？当经过久违的励志书架，我看到了这本书----《十八岁以后懂点心理学》，便情不...*

**第一篇：《十八岁以后懂点心理学》札记**

《十八岁以后懂点心理学》札记

如果你的年龄到了十八岁，不管你承认与否，你的人生都已经开始步入了成熟的季节。你说，你现在几岁了呢？当经过久违的励志书架，我看到了这本书----《十八岁以后懂点心理学》，便情不自禁地拿出了他，也许是出于本身的好奇心，抑或是出于对成功的向往。翻阅这本书时，我看到了里面许许多多现实的例子，感觉特别亲切，于是一读再读。其实，心理学不像大家想的那样玄妙难懂，它就寓于我们平常接触的人和事中。书中有道：18岁以后的人生，是成熟和发生质变的飞跃阶段，是事业、婚姻、价值观逐渐确立的阶段，如果你能早日洞察人生的真相，为什么还要等到垂垂老矣的时候才幡然醒悟呢？与其到时候造成无法挽回的结局，为什么不现在就用力击破幻想的泡沫，看清现实的真相，掌握驾驭人心的技能！与其被现实牵着鼻子走，不如自己越过人生的这道门槛儿。

大学是一个充满才华、学问，同时又是一个充满竞争、挑战的小舞台、小社会。我们每一个人就在这个舞台上扮演着不同的角色，那我们何不努力将自己的角色扮演得最好！作为一个大学生，我们都渴望乐观积极而不是盲目冲动，大胆而不大肆妄为，敢说敢想而不空想，深思探究而不乱想钻牛角尖„„那就让我们把握青春，在这里锻炼自己吧！在组织活动中留下你辛苦的身影，在社团活动中展现你最美丽的风采，在志愿活动中奉献你的一份力量。在这里你得到不仅是一种知识，更是一种人生最宝贵财富。恰同学少年，风华正茂，指点江山，激扬文字。让生命之花因为年轻而生彩，让青春因为活力而生辉。大学校园里，没有做不到，只有想不到，让我们尽情地去发挥自己的才能吧！当你在这个小型社会里不再害怕，不再迷茫，那你这个学就上对了，否则你和那些在求学半途中参加了工作的人又有何区别呢？ 制胜之道在于读懂人心，成功人生在于心理操纵。有关心理学家，通过反复研究成功人士的心里得出：人的成功最重要的原因取决于心理因素。一个伟人也说过：“要么你驾驭生命，要么生命驾驭你。你的心态决定谁是坐骑，谁是骑手。”无论你现在处于什么阶段，只要你已经长大成人，你就要独立面对这个世界了。所以，加油吧，你不必要做勇敢的水手，不用去争当首富，你只要平平静静地做好能掌控自己内心的船长就好！相信明天会更好！

**第二篇：每天读点心理学**

1.人生，就像走路，背负的东西越多，走起来就越累。只有学会放下，才会轻松前行，心灵亦是如此。只有少装一些世俗杂念，专心做好自己的份内事，才会拥有一个轻松、宽敞、明朗的空间。人生，就像骑自行车，想保持平衡就得往前走。人生总是在苦恼中循环往复，挣扎不出，得不到的想得到，得到了又怕失去。

2.在困难面前，如果你能在众人都放弃时再多坚持一秒，那么，最后的胜利一定是属于你的。坚定的信念是获取成功的动力。很多的时候，成功都是在最后一刻才蹒跚到来。只要有心，小手也能变大，何愁没有大碗可端。安心端好眼前的碗，那些虚无缥缈的最好不想。

3.历史的更多的经验和教训去告诉我们，异端只不过是当时的不合乎正常,只不过是当时的难以接受。随着时间的流逝，随着时代的变迁，我们的观念在不断的变化，人生是在不断的发展。

4.逝去的青春一天天的深埋在记忆里，人生也就是踏上了就回不了头的路，当你走在人生的路上，跨出的第一步一定是要稳的。不管你是在做什么事情，都要谨慎，主要少不了的两个字：细心.5.人若是能够耐得住寂寞，就能够少受许多痛苦和少出许多洋相。时光流深，再美好终要遗忘，青春不是年华，而是心境；青春不是桃面，丹唇，柔膝，而是深沉的意志，恢宏的理想，炽热的感情；青春是生命的源泉在不息的涌流。而我总是以为自己是会对流失的时间和往事习惯的。

**第三篇：每天读点心理学**

1.缓缓回到记忆的最前端，我的那深深的喜欢，因为这种味道特别能让一个人安静下来，特别让人觉得神清气爽。在喧嚣的日子，放一盆菊花在眼前，会让自己忘记室外的秋叶飘零。

2.回想春天里的相遇，仿佛美好而忧伤的画面从脑海中悠悠浮现。文字的花朵，轻轻跌落在清澈无暇的小溪的怀抱中，那第一次的亲吻，甜甜蜜蜜，纯纯香香，冰冰凉凉中却是激荡了花朵的心灵。

3.这一季的秋，只有荒凉，落花有意，流水无情，但见芬芳的花朵纷纷扬扬飘落于秋风中，就像指尖里吐露出文字的串串饱含感情的音符，音乐的花朵，曾经是那样灿烂，是那样动人心魄。

4.一场秋雨，一场寒。是谁，卷起秋风那无奈的萧瑟？是谁，在落花的泥土里浸染了无限的深情？是谁，点亮秋雨如针如丝的光芒？在秋雨深处，嗅到了寒凉的味道，让感觉缠绕丝丝缕缕秋的絮语。

5.我只有痴痴的等待，不知道哪一天清澈的双眸看透自己坚强外表下那颗脆弱的心？只有痴痴地等待，不知道幸福的距离是否在拉近？傻傻呆呆的等，让人眼角有泪的看着。等待红尘中唯一的知己。

**第四篇：每天读点心理学**

1.在这世上，其实我们所有的付出和牺牲最终的受益人都会是自己。人生是一场与任何人无关的独自的修行，这是一条悲欣交集的道路，路的尽头一定有礼物，就看你配不配得到。

2.懂得，它就是有如深山里的一泓泉水，带着清澈和甘甜，温润心灵；它如初春的那抹新绿，清新自然，点缀生命；它如花笺里的兰花，恬淡生香，芬芳怡人；它如清晨小草上的露珠，晶莹剔透。

3.我想过，我会继续马丁路德金式的梦想，用我的眼鼻耳舌身意触及大千世界中属于自己的梦想。我有一个梦想，是希望古人的智慧能在今后的生活中成为真正的力量；我有一个梦想，大地变成了海洋的时候，万物还是在生长。

4.让我们去关注苦难，去追寻文明，去墨守心灵，去有风的地方放飞心里潜藏的希望。在最后一缕霞光落下时，会感谢上苍，我还可以看到这么美丽的夕阳。生无所息，梦想不弃。这是一种坚忍，这是我的一份执着。

5.哭，就畅快淋漓；笑，就随心所欲；玩，就敞开胸怀；爱，就淋漓尽致；人生，何必扭扭捏捏。做，就勇往直前；干，就下定决心；冲，就一发不收；休，就放下一切；生活，何苦畏首畏尾。劳累了，听听音乐；郁闷了，跳跳舞蹈；伤心了，侃侃心情；失败了，从头再来；一辈子，需要的就是随性。

**第五篇：做销售,要懂点心理学的“显规则”!**

在做销售时，销售员常常猜不透客户的心思，所以不知道该怎么回应客户，结果呢，屡战屡败。于是，销售员便开始害怕客户的拒绝，不敢再去拜访客户，没有拜访率，业绩可想而知。其实，这完全都是由于我们没有掌握做销售必备的一些心理“显规则”的缘故。

掌握顾客的心理之前首先要问自己一个问题，顾客为什么到店铺来购物？是店铺的知名度和影响力左右了顾客，还是店铺的美誉度与优质的服务让顾客满意，是店铺经营的品牌吸引了顾客，还是店铺的老板人缘好让顾客形成偏好，分析顾客来店铺的理由可以分析出顾客的消费心理，有助于店铺有针对性的为顾客提供个性化的优质服务。

判断分析顾客需要营业员的专业能力和经验阅历，是按照西方的说法分类还是按照东方的分类，或者是按照消费的行为分类还是按照消费的习惯分类，还是按照购买的动机或着是购买的心理分类，所有的顾客都具备几个相似的特征，因为不管如何分类万变不离其宗，如果化妆品店铺的营业员能够熟练掌握这些专业技巧，推荐成功率也会快速提升，接待顾客的时候巧妙运用这些技巧店铺的业绩绝对会大幅度的提升。那么，我们该如何抓住顾客心理呢？谭小芳老师总结以下几点顾客心理：

一、顾客贪利的心理：

人性的弱点每个人都有只是略有差异而已，古往今来的人概莫能免每个人都有贪利的想法。例如打折可以吸引更多顾客，让利会让老顾客更动心，赠品丰富会增加新顾客的数量，原价多少钱现价多少钱绝大多数的顾客都感兴趣，一折起三者起的海报绝大多数人都要去看看，这就是人爱贪利的消费心理，现在无论是大商场还是专卖店，赠送抽奖打折让利的活动天天做，顾客处处被利好消息包围，虽然活动已经让经营者疲惫让顾客感觉到厌烦，但是顾客在购物时侯还是要习惯的问一句有“活动”吗？贪欲无止境有效利用人贪利的心理，做促销活动是永远也是永恒的主题。

二、顾客好奇的心理：

其实顾客的好奇心理与从众心理很相似，在马路上看到围着一堆人就忍不住过去看看，好奇是人之本性。对自己不了解的事物总是想了解但是又怕冒风险，这就是人的本能想法。因为人天生具备好奇心理才应运而生“商不厌奇”说法，所以商家的促销活动也设计的离弃古怪越来越新奇，激发人们的好奇心理增加客源数量，促销活动形式花样百出曾出不穷。

以化妆品专卖店为例，最初做促销活动是让顾客免费的做护理，顾客有种好奇又不相信的心理，到店铺来咨询活动情况成为店铺的顾客，后来是业余草台班搞演出吸引人，再后来是规模庞大的大型专业班子演出，现在升级为明星见面会明星演唱会，甚至请泰国人妖来演出这些都是满足人好奇心理的方式，如果店铺永远一个模式顾客就失去新鲜感觉，顾客对店铺失去好奇心理就会到其它店铺去满足自己的好奇心理。贪利心理与好奇心理都是把握顾客心理的关键因素，聪明的商家总是能够满足顾客的这两大心理，当然生意也一定是非常红火。

三、顾客的恐惧（担心）心理：

一个装修非常豪华富丽堂皇的店铺，即使店铺的商品价格并不昂贵，工薪阶层的顾客还是有顾虑不敢去光顾，这就是恐惧心理。恐惧心理来自信息的不对称，因为商家是信息优势一方顾客是弱势的一方，顾客害怕被宰害怕伤自尊没面子，顾客的恐惧心理担心价格昂贵买不起，商品价格太贵自己财力不能承受，担心产品质量有问题售后服务问题等等，担心被营

业员缠住不放被强行推荐购物，担心服务质量担心有问题解决不了等等，如果店铺里人非常多顾客就很自然的到店铺看看，人多可以消除顾客的恐惧心理。

店铺一定要诚信经营创造轻松愉快的购物环境，让顾客在心情愉悦的情况下挑选商品，以轻松快乐的心情接受店铺的服务。

四、顾客的逆反心理：

强买强卖的生意是没有办法成功的，很多店铺的营业员抓住顾客就喋喋不休的推荐，不考虑顾客的感受根本不在意顾客的感觉，只有一个想法把产品推出去让顾客把钱掏出来，这样的方式顾客不喜欢推荐也不会成功。对于顾客要不失热情又不让顾客感觉到压力，留有一定的空间又不能让顾客感觉到受冷落，顾客是非常奇怪的你不理她顾客很不高兴，你离顾客太近产生压力她也不高兴说你老盯着她的钱包。对于顾客的逆反心理要把握非常好的尺度，既不冷也不热不远也不近的方式真诚服务，让顾客觉得你就在她身边真诚服务就可以了。

五、顾客的从众心理：

卖东西有个奇怪的现象，如果没有人买就谁也不买生意无人问津，如果看到一个购买大家都跟着效仿这就是从众心理。

顾客的类型非常多但是顾客具备几个特征，1视觉型的顾客受外界的影响比较大，对环境变化比较敏感，例如看到店铺的环境布置就有购物的欲望，见到打折让利的海报就会有购物冲动，营业员主动推荐顾客就会做出购买行动；

2听觉型的顾客对文字对语言理解能力比较强容易产生联想，对于这样的顾客营业员要多描述使用时的感觉，使用后的效果和长时间使用的变化巧妙预演未来，着重突出美丽年轻的感觉，顾客就会愉快接受推荐；

3触觉型的顾客对环境变化及语言触动均不敏感，必须看到实物以后才有感觉还要经过体验以后，才能做出买与不买的选择，这样的顾客要要体验产品感知使用效果，体验以后看到使用前后的差异效果时顾客容易做购买决定；

4不知不觉型的顾客对什么都抱着一副无所谓的态度，让利打折赠送啊抽奖啊、美丽年轻都统统与自己无关，我行我素按照自己的习惯生活不受外界左右，购买产品都用十几年以前的甚至都已经退市的产品，对于这样的顾客应该表示理解，当然这样的顾客根本不在乎服务态度的优劣，好像对于你不屑的眼神及怠慢的态度浑然不觉。

顾客到店铺来有些是为了消遣时光；有些顾客是为了享受服务；有些是为了找人聊天；还有些是为了贪图便宜；顾客的心理各不相同，店铺如何能够营造顾客喜欢的感觉是留住顾客的关键，创造顾客喜欢的感觉需要老板坚持不懈的努力，营业员需要掌握好慧眼识顾客的本领，根据顾客的着装及佩带的首饰决可以判断，顾客是满足基本需求层面还是品质需求层面；是满足时尚需求还是尊贵需求层面，（顾客气质优雅着装得体，首饰佩带不超过两件并且是同质同色，说明顾客非常有层次有品位，这样的顾客喜欢专业水平高的服务规范的营业员，一定要真诚赞美给足面子推荐著名品牌，如果顾客穿金带银打扮的象花蝴蝶，这样的顾客一定要推荐最贵的产品，因为她们是不学无术的爆发户。

当然了顾客是个困难脸你却拼命的向她推荐昂贵的产品，顾客只能看看问问以后摇头离去了，因为你让顾客尴尬让她丢面子没自尊，顾客再也不会到你的店铺来了），分清顾客的需求就可以提供满意的个性化服务，营业员要永远站在顾客的立场为顾客着想，站在店铺的利益上为店铺创造业绩，绝不是为了创造业绩不顾及顾客的感受及承受能力盲目推荐，这样既损害店铺的声誉又伤害了顾客是得不偿失的。

总之，充分了解顾客的心理是推销员成功的关键因素。也是一个企业经营者在产品开发、创新、定位、宣传„„不可缺少的条件。只有了解了顾客的消费心理，我们才能知道顾客在想什么，我们能做什么。一个聪明的推销员应该知道客户的消费心理，然后在推销中对症下药，征服客户。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！