# 自我营销在人际交往中的具体应用（范文）

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-08-03

*第一篇：自我营销在人际交往中的具体应用（范文）自我营销在人际交往中的具体应用在这个多元化、信息化、网络化、全球化的时代，人际交往很受人们的关注，20世纪最伟大的心灵导师和成功学大师，美国现代成人教育之父卡耐基发现，一个人事业的成功85﹪取...*

**第一篇：自我营销在人际交往中的具体应用（范文）**

自我营销在人际交往中的具体应用

在这个多元化、信息化、网络化、全球化的时代，人际交往很受人们的关注，20世纪最伟大的心灵导师和成功学大师，美国现代成人教育之父卡耐基发现，一个人事业的成功85﹪取决于良好的人际关系，15﹪取决于他的专业知识。而我们大学生正处于学习知识、了解社会探索人生的发展时期，社会交往是我们大学生社会化的基本途径，也是我们健康成长的根本保证。如何更好的与同学们进行更好的交往，如何找出这个正确的方式，让彼此都能更满意的接受，就需要我们有一个合适的自我营销方式。

营销学告诉我们，要有很好的营销，就需要有一个合适的策略，而营销组合策略就包括四个方面，即“4Ps”（product、price、place、promotion,即产品、价格、渠道和促销），以下就从四个方面来进行简述下自己的对于自我营销在人际交往中的应用中看法。

一、产品策略

营销学的“产品”包括三层次的含义：（1）核心产品：这是满足顾客需要的核心内容，即供应者给顾客提供的实质性的基本服务或利益。在人际交往中，我跟对方交往，我能提供给对方的是我的踏实、诚信、乐于助人、我的开朗、我的幽默，（2）形式产品：是指产品的外在形态和具体形式。个人的礼仪形象、穿着打扮、外在形象等等。我的个人形式产品很一般，家庭背景以及家庭情况都是很普通的，这方面的情况也使我的人际交往中交流较多的就是同类情况的朋友，与-1-

某些情况较好、能力比较强的同学接触的机会不多，然而同时我也很想与这类人接触下，也多向他们学习下。（3）附加产品：顾客在购买时所得到的附加服务或利益就是附加产品。这方面包括期望产品、延伸产品和潜在产品。就个人分析来说，与我在一起能提供给对方某些不大的一点方便（本人是校内某组织的主席以及班内的班长）。这对我的启示就是除了我能提供现有的之外，我也需要有更多的能力，需要在努力点，提升自己产品的质量。

二、价格策略

首先，能影响产品定价的因素包括四个方面：（1）定价目标；（2）成本；（3）需求；（4）竞争者产品和价格；（5）国家法律政策。其次，定价的方法可以有很多种，例如：成本导向定价法、需求导向定价法、竞争导向定价法。再者，根据现实情况和市场以及时机需要有价格的调整方法，它包括新产品的定价、差别定价以及心理定价。在这方面上我认为自己没必要给自己定的价格太低，毕竟在学校来说，想我这样开朗、交际面还算是比较开广的人来说，我没必要非得去跟谁来交往，也不是说离开了哪些人就不能生存下去。

三、渠道策略

在人际交往中，渠道选择也是人脉资源打开，交到真正需要的朋友的重要因素，正确的渠道选择可以减少时间成本，提高沟通的效率。我们一般的人都是被动的认识一些朋友，或通过朋友认识一些，或通过活动认识，或者是偶然的什么机会。我个人来说，因为参与的活动较多，认识的同学也还算比较多吧，自己主动去跟别人介绍自己，让

对方知道自己；在一些活动时可以自己积极主动表现一点，以引起他人的注意；私下里可以再跟他们发些信息、打个电话来再加强下联系，之后慢慢的自然就熟悉了。

四、促销策略

促销，也就是促进销售的意思。它是通过一些方式、方法来引发消费者的购买欲望，使其产生对产品的强烈兴趣，让其来购买产品。我认为的人际交往的促销首先要塑造自我的“品牌”。所谓的个人“品牌”是指我们的外在形象和内在素质所构成的一种特质，是指我们的气质、性格、能力、学识的综合体现。比如我在与人初次见面时，应该自信点、主动点，我积极的来与人进行交流，通过彼此的言语动作来了解到对方是个什么样的人，他需要什么样的朋友，我是否需要他这类的朋友，我也通过我的言语表现来让对方知道我是个什么样的人。再一个，我们的优越产品，对身边的朋友也是一个很好帮助，他们也会给他们的朋友来提到我，我们都会先知道对方，一些机会的出现，彼此就会加强交流。自然而然的，就又拓宽了我们的人际交往。

大学期间我们接触最多的就是同宿舍的同学，每天都会见面、交流，可为什么很多同学的宿舍人际关系处理方面会有很大的不和谐呢？就我们宿舍来说，我上大学之前，就了解也知道了大学的宿舍是一住就是四年的，中间一般不会调动宿舍的。大学毕业的哥哥也经常说到他们宿舍的关系如何如何的融洽，说到他们毕业了还是同宿舍的的感情最难以忘怀等等。所以来到学校之后，我就希望能带动大家一起搞好宿舍几个人之间的关系，刚来时我们彼此都比较陌生，交流的不多，于是我就充当一个活跃气氛，引动大家的的一个催化剂，慢慢的我们一起打牌，一起出去吃饭，一起去操场打球......交流多了，彼此也了解的多了，知道彼此的一些想法和兴趣爱好了，更有利于我们关系的发展，我们都不是那种自我为中心很强烈的人，朋友之间，也该有互相包容，互相谅解的。我们每个人知道信息的途径不同，自己可能能了解到对方不知道的一些信息，回宿舍之后都彼此分享下，关于学习的，学校的讲座了、关于工作的、专业方面的了等等。另外，我自己做的不好的一方面是，毕竟在组织里，事情会多一点，有时候跟室友们交流会相对少一点，当上课听到邵老师讲的那些例子，关于院长的、以及系内老师的例子，给我很大的启示，也是得好好思考下关于老师说的四种境界了：不会做事，不会做人；会做事，不会做人；会做人，不愿做事；会做人，也会做事。希望我以后运用营销的知识，也能做到一种成功的境界。

总之，人际交往是个体参与集体生活中不可缺少的组成部分。我们大学生在学校不仅仅是要学会自己的专业的知识，更要学会如何让为人处世，如何与人交往。只有这样，我们也那个以后毕业了更快的融入社会，在社会游戏中了解到它的规则，能活的不那么累。解决了人际交往的困扰，才能更好的全身心的投入学习工作中去。就像文前提到的卡耐基的那话，人际交往会使我们更简单，更容易的达到我们想要的成功。

**第二篇：自我营销在人际交往中的应用**

自我营销在人际交往中的作用

在这个充满竞争的社会，人人需要自我营销。大学生作为一个特殊的群体，他们有着独特的成长背景和生存环境，面对日益严峻的就业压力，自我营销意识及能力的培养尤显重要。

一什么是自我营销？

自我营销是一种由个人或者团体作为主体参加的活动，个人或者团体通过自我介绍履历表等形式手段，采用包括惊奇性、创意性、幽默性等策略，展示自我形象、人品以及情感，以达到个人或团体预期目的的活动。

要与自我推销相区分，自我营销发生在自我培训过程中，而非仅仅凭借销售技巧将自己推销出去。正如“营销就是让销售成为多余”，自我营销的目标就是塑造出一个有核心竞争力，有独特的社会需求的自己。

现代营销认为：“营销的事业，就是人际关系的事业”；其过程是：“感情的交流，信息的传递”。销售有四步：建立信任、展示产品、巧解异议、促成销信。所以说生意的过程也是人际关系发展的过程。即由生人变成熟人，由熟人变成关系，由关系变成生意。也可以说生意的过程就是结识人的过程。销售人员要努力认识更多的人，与他们建立联系，增进友谊，才能发展生意。

埃尔默·莱特曼是美国销售界的传奇人物，他所做的人寿保险业务，有许多年销售达到2.5亿美元。他的成功方法是：“我不销售人寿保险，我只是建立联系，然后人们就来购买人寿保险”。

莱特曼最常做的有两件事，一件是给各位朋友提供方便，让朋友的朋友们都能互想帮助。听说一个人要到某个地方去，他会提前通知那里的朋友，去机场或码头、车站迎接，并尽可能提供方便。

另一件事是他每天在四季餐厅订一张桌子，邀请8个人共进午餐（美国是被请的人自已付钱）。他并不向他们推销什么，只是把人们聚集在一起，只是建立关系，然后就有很多人从他那里购买保险。

金牌销售人员的成功秘决是：“每天会见20个人”。销售人员每天面对面的接触20个人，销售业绩很快就会脱颖而出。所以说“营销的事业，是人际关系的事业”。销售的成功在于观念的更新，改变观念，就会成功！

二、自我营销的意义是什么？

（1）自我营销对于个人而言，有利于树立良好的个人形象，增加个人魅力及吸引力。同样，这也是用于团体组织，可以树立良好的公众形象等。

（2）自我营销有益于影响他人的行为，帮助自我营销的主体通过一定的手段方式实现一定的目的。

（3）自我营销对于个体而言，可以帮助主体形成良好的人际关系，有利于人际交往的发展，在此基础上可以形成销售顾客网络。

（4）自我营销作为一种成功推销的策略，可以帮助主体成功

展开推销活动，有利于诸如为接近做准备而开展的一系列推销过程的实施。

（5）自我行销最明显直接的效益在于可以促进销售。

三、营销策略

营销学告诉我们，要有很好的营销，就需要有一个合适的策略，而营销组合策略就包括四个方面，即“4Ps”（product、price、place、promotion,即产品、价格、渠道和促销）。

1产品策略

在人际交往中，我跟对方交往，我能提供给对方的是我的真诚人情，心地善良，乐于助人，阳光。

2价格策略

因为我学习比较好、创新能力比较强，所以我会和志趣相似的人交往，因此我和同学组建一个队，准备参加全国大学生

电子设计大赛等等。

3渠道策略

在人际交往中，渠道选择也是人脉资源打开，交到真正需要的朋友的重要因素，正确的渠道选择可以减少时间成本，提高沟通的效率.我个人来说，因为参与的活动较多，认识的同学也还算比较多吧，自己主动去跟别人介绍自己，让对方知道自己。

4促销策略

促销，也就是促进销售的意思。我认为的人际交往的促销首先要塑造自我的“品牌”。

所谓知己知彼百战不殆，要发挥好营销在人际交往中的作用，还要了解人际交往。

人际吸引的基本规律

人际关系的深入发展，既有交往双方相互谐调方面的吸引力，又有个人品质方面的吸引力。优良的个人品质可以产生人际吸引，有利于建立融洽的人际关系。个人特征的吸引力包括仪表、性格和能力等因素。

（1）仪表因素

爱美之心人皆有之。端庄的相貌，优雅的举止，和谐和穿戴和翩翩的风度，可以给人以美的感受，因而会产生对他人的吸引。不能否认内在美的重要，但抽象的内在美只有借助形象的外在美才能显示出来。仪表是外在的，但它却可以展示一个思想修养，精神风貌和风度气质。内在美和仪表美不是对立的；相反，只有两者互为表里，相得益彰，才是完善的美。

（2）内在品质因素

从人际知觉的心理过程来看，个人品质的吸引力总是从外表特征逐渐转向于内在的属性。一个具有良好内在品质的人，在与他人交往的过程中逐渐会形成一种吸引力，从而容易与他人建立和保持良好的人际关系。从社会交往的角度来讲，人际吸引的内在品质主要表现在以下三个方面。

①真诚热情。在社会交往中，人们总是希望能够获得真诚的朋友。真诚给人以安全感，避免因思虑不周而上当受骗。真诚使你体验的是

一种真实友好的情感，自己当然也就把真实情感回报给对方。交往双方彼此真诚相待，人际关系自然向深化的方面发展。

②心地善良。“善”历来是评价好人与坏人的道德标准。

③能够自制。自制是人的意志特征，表明为目标明确，行为自觉，能够控制和支配自己的情绪，沉着稳健，积极主动，坚忍不拔，对待自己的事业勤奋认真。

（3）能力因素。

对于心理正常的人来说，总是喜欢聪明能干的朋友。一个具有某种特殊技能的人会对他人产生巨大的吸引力。

怎样营销自我大学校园里的自我营销

1课堂内外对老师的自我营销

不失时机恰到好处的或者幽默地自我介绍，主动地为老师添续开水，主动地向老师询问问题，对老师的回答要表示感谢和适度恭维认真地完成老师布置的作业，对老师的提问尽可能积极响应全神贯注、面带微笑地倾听，不时要有与老师的目光交流。下课后可同老师进行一些交流沟通，谈谈诸如考研和找工作以及出国之类的话题，虚心的听取老师的看法。关注老师的身体状况和表情变化。下课后应同老师打招呼后方可离开。发表与老师不同的观点时态度要虚心、口气要委婉、用词要准确。根据老师的个性特点选择接触的方式，有时对个别老师也可以适当地开一些小玩笑，但要讲究适度。看到老师发表的文章、出版的书籍、获得的奖励、在电视中露面、听到亲朋好友对老师的积极议论等要及时告知老师，并做好自我介绍，老师会特别开心。对节假日上课的老师要有节日的问候，不花钱而又有特别意义的礼物也不是不可以送的。

2寝室里的自我营销

先来者要主动热情地迎接和帮助后来者，积极参与以寝室为单位的各种活动，维护寝室的荣誉，不要在寝室里随意制造“麻烦”。帮助同寝室的同学排忧解难。有点幽默感经常做点“公益事业”，别太小，别斤斤计较，别搞小团伙，相互间要有推心置腹的沟通，借机与同寝室的“小聚”。对室友参与的重大比赛活动要热情鼓励和支持，对取得的成绩要及时表示祝贺。互帮互助，互谅互让。

3班级内的自我营销

积极参校竞选班干部，争取拿大奖。讨论勇发言，乐于助人，幽默大度，能为班级创造“效益”，靠实力说话，张扬不过度，脱俗不出格。

4公共场所的自我营销

若遇事故发生冷静判断，积极出面，合理处理，做一些该做而别人还没有去做的事。主动制止一些有违公共道德的行为。困难面前勇出头，多做一些为院校争光的事。

**第三篇：自我营销在就业中的应用**

自我营销在就业中的应用

作为应届大学毕业生，面临那么大的就业压力，我们该怎么在重重竞争中脱颖而出，引起老板的重视呢？这就要说说自我营销的技巧了，把自我营销应用到就业中去，你会发现自己会有意想不到的收获。那么自我营销具体又是什么呢？在这我就简单的说一下自己的一点了解。

自我营销这个概念才兴起不久，但是现在逐渐得到广大团体个人的关注，这是为什么呢？简单的说，自我营销对于团体和个人是有一定重要性的，会给团体和个人带来附加价值，例如自我营销有助于提高魅力问题。尤其对于个体而言，涉及的如何提高个人魅力问题在实际人际交往和工作中是有指导意义的，我们应该认识到这个共识，作为一个团体或者个人，在成功推销产品或服务之前，一定要确保成功的推销自己。我想这就是自我营销逐渐被大家重视的一个原因。

自我营销是以个体为出发点，在个人成长发展过程中，完成自我定位、为自己设计规划4P营销组合、建立竞争优势等的过程。要与自我推销相区分，自我营销发生在自我培训过程中，而非仅仅凭借销售技巧将自己推销出去。正如“营销就是让销售成为多余”，自我营销的目标就是塑造出一个有核心竞争力，有独特的社会需求的自己。那么自我营销的意义是什么呢？

（1）自我营销对于个人而言，有利于树立良好的个人形象，增加个人魅力及吸引力。同样，这也是用于团体组织，可以树立良好的公众形象等。

（2）自我营销有益于影响他人的行为，帮助自我营销的主体通过一定的手段方式实现一定的目的。

（3）自我营销对于个体而言，可以帮助主体形成良好的人际关系，有利于人际交往的发展，在此基础上可以形成销售顾客网络。

（4）自我营销作为一种成功推销的策略，可以帮助主体成功展开推销活动，有利于诸如为接近做准备而开展的一系列推销过程的实施。

（5）自我行销最明显直接的效益在于可以促进销售。

自我营销中的4PS的基本定律，也就是：产品、价格、渠道、促销。

“产品”是最基本的资本，想要找个好的工作，有个好的出处，那么我们该做什么呢？首先我们要做的就是提高自己，提高自己的素质，提高自己的专业技能，文化知识，使自己变成一个新时代青年，是自己更适应这个社会，让自己的能力更适合自己的理想。首先我们要先了解到现在企业用人单位需要什么样的人才，对应聘人员有什么要求。现在企业都希望自己的员工吃苦耐劳，有上进心、责任感，团结集体，接受能力强。

“价格”即是我们在应聘时的工资，薪水，不过自我营销告诉我们不要直接报出自己的价格，那就等于把自己直接给卖了，这样的话，即使你有再多的能力，也不会那么容易在让企业出更高的工资来应聘你。不过要在应聘时提高自己的价值，让企业感到自己是他们要找的人，自己适合他们所应聘的职位，能给他们带去他们想要的结果、效益。作为一名应届大学毕业生，要找到一份自己理想的工作，应该先做到以下几点：

1.自我定位：

先找到自己想要应聘的职位，以及自己对此职位的优势，自己所学专业能不能使企业所受吸引。

2.企业分析：

1.一个企业一般来说对员工有两点要求：一是要求员工以企业的目标为努

力的方向，积极主动，完成自己的绩效指标。越好的企业，绩效指标越高。因为要求越高，表现越好，是人的特性。员工的潜力发挥很大程度上取决于企业对他们的要求。二是要求员工必须愿意接受改变。因为只有员工愿意改变，企业才能不断创新，而创新不仅是企业获取利润的需要，也是社会不断进步的需要，是企业对社会的一种责任。不过任何企业离不开吃苦耐劳，有上进心、责任感，团结集体，接受能力强，加强自身的道德修养和文化素质修养，对企业有向心力的员工。

2.当然要搞清楚自己以后想要在那种企业单位工作，是国企、私营民营、还是跨国单位，要了解它们各自的特点，例如将来要在中型的私营企业单位从事工作，就应当知道其特点：企业的发展依靠科技与管理人才，企业管理也比国有企业创新快，3.找到企业与个人的一个“平衡点”，找到一个诉求点 1，首先要记得你可以给企业什么，企业为什么要你，给他一个要你的一个理由，建立自己的核心竞争力。考虑交换方（企业）和自己的需求，从中找到一个平衡点。

2.将其自己本身看作一个产品，首先不应该脱离企业的需求，根据自己的特点来迎合适合自己的企业，保证不应该脱离企业单位的需求，比如：你要谋求会计这个职位，会计需要沉稳，细心的性格特点，而你一再的说明自己是如何的开朗活泼好动，这似乎就不大合适，因为你的性格特征与你所从事的职位的特性不适宜，在选择时应该“人岗统一”，这样更容易在这个职位上得到更好的发展，从而达到事半功倍的效果。这首先还是要“定位好自己”，这是个前提。

3.定位好自己，找到企业需要什么样的自己，从中找到平衡点，既满足企业又符合自己的需求。而不是一味的是自己“这个产品”一味降价，因此，提高自己的核心竞争力，增强自己的实力。当然也需要一定的产品策略，比如：建立的包装，外形的包装，也可以有一定的宣传策略。当然这还要建立在你这个“产品”有一定的优势，关键还是提高自己的核心竞争力。

4．找准诉求点与平衡点。牢记“目标市场”（企业）的需求，自己的优势，自己能给对方什么，他为什么要雇用你。了解好这，也许就可以找到一个及时和自己有不错的工作。

应聘时要学会包装自己：

1．简历的包装(写简历只写对自己用的)

(1).首先要看一下自己所应聘的企业的企业文化，看看他们需要什么品质的员工，因此写简历时就应该突出这些品质，介绍自己优点时，写一到三个自己认为最重要的即可。

(2).写简历时，“突出我学了什么？”

a.从专业中获得了什么收益

b.参加过什么实践活动，并从中提升了自己的哪方面

c.提高和升华了哪方面知识？

(3)“我曾干过什么?”

谈一谈自己的经历，着重讲从中明白了什么以及这次经历对自己的触动，对今后人生路的指导。

(4).“我曾经干过最成功的是什么？”

讲一讲自己以前成功的事情，说明正是因为自己身上的什么优秀品质促使了事情的成功，讲一讲此次的经验，从中学会了什么。

2.谈吐的包装

3.外形的包装

这两方面就需要从平时努力，注重自我修养，让自己举止优雅，谈吐大方得体，穿着适宜，需要平常的点滴积累。逐渐使自己变得更优秀。

这样，我们才会获得自己比较理想的工作，所以自我营销在就业中的应用是非常重要的，因此，在就业应聘时，要把自我营销灵活的运用到其中，以达到让企业高价接受自己的目的。

**第四篇：自我营销在恋爱中的应用**

自我营销在恋爱中的具体应用

恋爱这个话题相信我们大家都不陌生，恋爱也是我们这个年龄比较敏感的话题，特别是对于我们——即将步入社会成为真正的大人的大学生们，这个话题一定耳濡目染，不厌其烦了，但是恋爱是什么呢？我们怎么才能得到一份自己的爱情呢？这就要谈谈自我营销了，那么自我营销和恋爱有什么关系呢？要说是以前，我肯定也不信，自我营销是在就业、交往中必不可少的，又怎么会和恋爱扯上联系呢？但是自从学了“营销文化与自我营销”这门课后，我知道了，他们不仅有关系，而且还有很大的联系。如果你能把自我营销应用到恋爱中去，那么你会发现其实很快你就找到自己的爱情，也会比别人少了好多麻烦争吵！今天在这我就要根据我最近学到的东西，来谈谈自我营销在恋爱中的应用，不过由于学的时间，学习的知识程度有限，如有不对的地方还请谅解。

而说到自我营销，几乎所有的非营销人士想到的或许是推销自己，得到公司和企业的认同，以便得到一份好的工作，虽然自我营销有这方面的意思，但是不是全部，只是大部分人对自我营销的一个习惯认识。现在我就把我所认为的自我营销给大家分享一下：自我营销是在自我定位的基础之上，由个人或者团体作为主体参加的活动(本论文以个人作为自我营销的主体)，个人或者团体通过自我介绍履历表等形式手段，采用包括惊奇性、创意性、幽默性等策略，展示自我形象、人品以及情感，以达到个人或团体预期目的的活动。了解自我营销的意义之后，我想若以个人恋爱为活动目的，运用自我营销的理念和手段，来应用到恋爱中去，借鉴他在其他方面应用成功的案例，其在恋爱中发挥作用，也合情合理，也会出现意想不到的结局。

根据自己学到的东西，以及自己查到的资料和自己对周围一些事情的感触，我感觉把自我营销应用到恋爱中去是非常有必要的，再此，我就要谈谈自己的一些想法，不过在此之前，我想先说一下我对恋爱的概念理解。

恋爱就是两个人，彼此产生了爱慕心理，走到了一起，在一起生活、学习，为了一个共同的目标而为之奋斗，幸福快乐。那么怎么才能使对方对自己产生爱慕呢？先让我们了解一下的四个阶段吧！

初恋。两人由爱慕刚刚进入恋爱阶段，彼此了解还不是很深入，还有一定的模糊感，都很希望对彼此有更多的了解。

热恋。慢慢地，两个人互相有了更多地了解，不过这时看到的都是彼此的优点，对周围环境漠不关心，可以说双方都已经迷恋其中了。

依恋。双方在日常生活已离不开对方，离开一阵子都会觉得不顺心、有一种心不安的感觉。

平淡。恋爱双方都已经冷静下来，留下的大部分是理性，而缺少了激情，开始慢慢的了解到更深的他（她），需要进一步的理由来点燃爱情的火焰，比如说婚姻。很多情侣都是在这一环节没走完的，当然，完成这一环节意味着下一步进入婚姻阶段.婚姻是多么现实的事情，而现实的背后却是对彼此的真正了解，那么怎么能够做到真正的了解呢？怎么能从恋爱顺顺利利地走进婚姻的殿堂呢?这就需要去让对方来了解自己，这也就是我要说的在恋爱中的自我营销。而自我营销成功的关键性因素，大致也有四个方面，经过比较发现，竟可以步步应用到恋爱中，下面谈一下具体应用：

自我营销关键性因素之一自我定位，这时自己就相当于一个“产品”，而自己要做的就是怎么把自己介绍给她，让她接受自己。所以这时就要对自己有个明确的自我定位，而自我定位又分为品质定位和能力定位，品质定位即指你的外在形象和内在素质所构成的一种特质，不过由于每一个人的学识和经历存在差距，必然致使 个性的存在；能力定位即是你要清楚自己是否适合做这一行?我有什么优势?我的短板在哪里?如何去修正和完善?而在恋爱中虽然不像企业应聘那样，但是在追求别人时，你一定要展现自己所具有的能力，能给人家带来什么，给人家个要跟着自己的理由，这样别人才会去考虑自己，并且还要知道自己要找什么样的。但对于初恋阶段，通常只发生于未婚的青年男女之间，每个人的心目中定会有自己的理想化恋人，理想化是恋爱中的人，常以自己的想象为蓝本，为对方描画出一幅心灵画像，希望对方实际就是这个

样儿。所以无论是自我营销还是恋爱，自我定位都是非常关键。

给自己一个合适的定位之后，那么接下来的就是自我营销的第二个阶段沟通。沟通，是两个人了解的基本方式，是最常见的途径。不要认为沟通没什么用，它可是两个人能否交往的关键。你想想，如果一个女孩连你的情况都不了解，人家怎么可能会和你交往呢？恋爱是两个人的事，不是单方向的诉说或倾听，而是两个人坐在一起互相交谈，在一起接触，互相沟通、了解。一般情况下，在追求一个女孩时，女孩很可能会很矜持，在了解很少的情况下，彼此只是把对方留在一个心中的理想状态，但是通过沟通我们会发现这就是我要找的人，这时，两个人才算真正的恋爱了，而不是在和自己的梦想恋爱。沟通会使我们脱离美丽的童话，而是谈一场真实的，现实的恋爱。所以沟通在恋爱中有着不可替代的位置。

通过沟通，只是增加了彼此的了解，彼此的好感，让自己知道这是不是我要找的人。但是这还不能说你就一定能得到人家的心。所以，这就需要自我营销中的第三个阶段交换。有人会说，恋爱和营销中的交换有什么关心呢？其实这关系可大了，就像你到一个企业应聘一样，你想想，如果你不拿出人家要你的理由，人家凭什么冒那么大的风险要你啊？其实，恋爱也是一样的，你想想，你不能那出让人家女孩心动的东西人家会把自己这么轻易地交给你吗？也就是说，你得拿出东西来交换，这也就像自我营销中所说的双方需求达到了一个平衡点。让别人觉得和你交换自己很划算的，如果这样的话，你就真正的得到了人家的认可，就会接受你。这样，你的恋爱也就来了，不是吗？ 呵呵，足以证明自我营销中的交换的作用是多么大了。

那么最后一个就是职业规划了，在恋爱中就是未来规划，打算。恋爱的目的就是来结婚的，如果你不考虑未来的话，那么你给人家的爱情到底有什么用呢？ 你想想即使你有了和对方的良好沟通和交换，但无物质基础，一切还是犹如画饼充饥，镜中观花，因此我们要做好职业规划，为你们的未来做一个打算，定位。并且确实为之努力着„„

如果我喜欢上了一个女孩，我就会先了解一下这个女孩，然后慢慢的去接触她，在接触的过程中和她多沟通，让她更多的了解我，让她感觉到和我交往时有种真实的感觉，而不是和一个自己完全不了解的人。在交往的过程中我会用我的最大努力来呵护她，我要告诉她我对未来的打算，以及我们两个人的未来规划，让她感觉到我就是那个能给她幸福的人„„

以上是我自己总结的自我营销在恋爱中的具体应用，所以我认为，自我营销不仅在就业中有很大的应用，在恋爱中也有很大的作用，因此，把自我营销正确地应用到自己的恋爱中去，你肯定会得到一份属于自己的爱情。

**第五篇：我的自我营销在恋爱中的应用**

营 销 与 自 我 营

销 作 业

材料与化工学院材科101朱盼盼20100\*\*\*年5月27日

自我营销在恋爱中的应用

在大二的选修课程中，我毅然选择了让我心仪很久的营销学，在我以前的印象中，营销学就是神圣和神秘的一门学术。我带着好奇和期待迎来了自己的营销天堂。

自我营销是以个体为出发点在个人成长发展过程中，完成自我定位，为自己设计4p（产品，价格渠道，促销）营销组合，建立竞争优势的渠道。自我营销的目标就是塑造一个有核心竞争力，有独特需求的自己。

自我营销学不仅体现在我们正常的产品中，也与我们的生活息息

相关。自我营销学还可以应用于人际交往，购物，恋爱……今天我在此所要发表的就是关于自我营销学在恋爱中一些个人观点。也希望能为自己在大学中寻觅大自己的幸福！

首先作为一位女生，具有中国传统美德——矜持的女性，每个人

女性都在期待着那个让自己魂牵梦绕的“白马王子“的出现，对你一见钟情，如痴如醉的疯狂追求。可是并不是所有的女性都会有着电视剧中女主角一样的幸运，如何能够吸引你心中的王子，并让他对你有着一生不变的感情呢，如果只是靠天意，也许你永远也只是在等待。

钟皓——润邦公共关系机构创始人兼CEO.在论坛上举例什么是

品牌，他说，男人需要女人，女人需要男人，这是基本需求，如果是一位美女，会吸引更多的男人，这就是品牌。不仅美还有内涵的美女，会吸引更多的男人，其品牌价值就更高，一位美女不仅美而且有内涵，而且还符合大多数男人的审美取向，这位美女就是强势品牌。

恋爱就是两个人，彼此产生了爱慕心理，走到了一起，在一起生

活、学习，为了一个共同的目标而为之奋斗，幸福快乐。那么怎么才能使对方对自己产生爱慕呢？恋爱一般分为四个阶段:初恋,热恋,依恋,最后为平淡.初恋。两人由爱慕刚刚进入恋爱阶段，彼此了解还不是很深入，还有一定的模糊感，都很希望对彼此有更多的了解。

热恋。慢慢地，两个人互相有了更多地了解，不过这时看到的都

是彼此的优点，对周围环境漠不关心，可以说双方都已经迷恋其中了。依恋。双方在日常生活已离不开对方，离开一阵子都会觉得不顺心、有一种心不安的感觉。

平淡。恋爱双方都已经冷静下来，留下的大部分是理性，而缺少

了激情，开始慢慢的了解到更深的他（她），需要进一步的理由来点燃爱情的火焰。

在我们的身边经常会出现一些你不理解的现象，比如你觉得一个

长相平平，才华平平的女生可以找到一个让众人羡慕的高帅富。一个家境一般长相凑合男生，身边总是站着让男人垂涎的美女。这样一个美女野兽，帅哥恐龙的年代，你是不是还在怀疑天地间的那杆秤已经不再平衡。

当你看到这篇文章的时候，别再郁闷不解了，还是认认真真的和

我一起考虑下面一些问题吧。

恋爱其实是要好好经营，把自己当做一个产品，如何让你的顾客

对你义无返顾的选择呢，首先就是对自己做一个自我定位。首先全面了解自己，才能选择适和自己的消费者。

古诗云：“草茅多奇士，蓬荜有秀色，西施逐人眼，称心斯为得。”对于产品而言，一旦被赋予上情感的属性，就会有一种“魅惑”之美。

一个女子，在素昧平生的人的眼里，可能相貌平平，但在情人的眼里，就是像西施一样的美丽佳人，一举一动，一言一行都富有迷人的魅力。“情人眼里出西施”是由于人互动性情感“反映”的结果.感情的培养不一定只靠外表，而是性格的适合度。如果你是开朗大方的，你喜欢的肯定不是害羞扭捏的人，如果你是害羞扭捏的人，肯定不喜欢开朗大方的张扬.要知道投其所好，物以类聚。

自我营销关键性因素之一自我定位，这时自己就相当于一个“产品”，而自己要做的就是怎么把自己介绍给她，让她接受自己。所以这时就要对自己有个明确的自我定位，而自我定位又分为品质定位和能力定位，品质定位即指你的外在形象和内在素质所构成的一种特质，不过由于每一个人的学识和经历存在差距，必然致使 个性的存在；能力定位即是你要清楚自己是否适合做这一行?我有什么优势?我的短板在哪里?如何去修正和完善?而在恋爱中虽然不像企业应聘那样，但是在追求别人时，你一定要展现自己所具有的能力，能给人家带来什么，给人家个要跟着自己的理由，这样别人才会去考虑自己，并且还要知道自己要找什么样的。

善于追女孩子的男生，决不打无把握之仗，他看似腹中草莽，唯独在这方面颇有心计与心得，他会细心观察，了解所要追求对象的详

细背景资料，她的性格和喜好，从而有的放矢、投其所好。所谓“知己知彼，百战不殆”，这是非常高明的，看似耗费了时间，其实“磨刀不误砍柴工”。

如果我喜欢上了一个女孩，我就会先了解一下这个女孩，然后慢慢的去接触她，在接触的过程中和她多沟通，让她更多的了解我，让她感觉到和我交往时有种真实的感觉，而不是和一个自己完全不了解的人。在交往的过程中我会用我的最大努力来呵护她，我要告诉她我对未来的打算，以及我们两个人的未来规划，让她感觉到我就是那个能给她幸福的人……

女生就是猫性动物，只要你可以给她想要的，不一定是金钱，是她内心的真正追求的东西，所以就要你有足够的了解她。同时女生也是渴望浪漫的动物，制造些烛光晚宴、当众献花、下跪求爱、馈赠礼物之类的浪漫把戏，乘机握住纤手，明确发出关系确定、名花有主的强烈信号，一定可以一举掳获姑娘的芳心。但爱情并不如你想象的那样神圣，如果真心诚意，辅之以恋爱技巧或“花招”，岂不更有效率、更具情调。同时也提醒容易中招的女孩，要慧眼识人，听其言更要观其行，人品比甜言蜜语、夸张吹嘘更重要。

这就是我自己的一些个人看法，也许每个人都有自己的感情观，不论怎样，给自己的恋爱一个自己的标准，然后勇敢的坚持下去，并走到婚姻的殿堂！

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找