

DIRECT SELLING

著名直销企业员工首选入门读本 · 5000万中国直销员自我修炼最佳教程



直销员

博瑞森营销培训讲师组 编

社交礼仪训练

掌握正确的社交礼仪，能使直销员拉近与
客户的距离，展现自己的修养，从而有效推动
直销活动的顺利进行。



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

DIRECT SELLING

著名直销企业员工首选入门读本 · 5000万中国直销员自我修炼最佳教程

直销员

博瑞森营销培训讲师组 编

社交礼仪训练



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

责任编辑：刘向鸿

封面设计：铭洋设计工作室

图书在版编目（CIP）数据

直销员社交礼仪训练/博瑞森营销培训讲师组编.

北京：中华工商联合出版社，2006.10

（新直销训练营）

ISBN 780193-455-5

I. 直... II. 博... III. 销售—礼仪

IV. F713.3②F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 109184 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编：100027 电话：64153909

网址：www.chgslebs.cn

北京通堡印刷有限公司印刷

新华书店总经销

787 × 1092 毫米 1/16 印张：11.5 156 千字

2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-80193-455-5/F · 163

定价：25.00 元

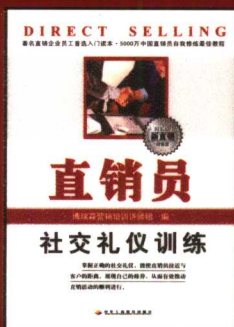
博瑞森营销培训讲师组简介

博瑞森营销培训讲师组是由全国数十名优秀培训讲师与研究者组成的专业培训机构，致力于营销方法、技巧的研究与传播。《新直销训练营》丛书是各位培训讲师长期营销咨询实践与培训的结晶，必将对各位读者与培训学员提升直销能力有所裨益！

联系方法：bjbrace@126.com

责任编辑：刘向鸿

封面设计：铭洋设计工作室



前言

英国作家托·卡莱尔说过：“在人与人的交往中，礼仪越周到越保险。”

在直销活动中，社交礼仪所反映的形象往往会起着潜移默化的微妙作用。良好的社交礼仪是处理好人际关系的关键。良好的社交礼仪可以使你产生无限个人魅力，具有良好的社交礼仪可以使你得体地表达自己的思想和情感，获得别人的理解和支持，从而和上级、同事、下级保持良好的关系，与客户达成一致。相反，社交礼仪技巧较差的个体常常会被别人误解，给别人留下不好的印象，甚至无意中对别人造成伤害，丢失客户。你具备相应的素质吗？

有这样一个小故事：某制药厂濒临倒闭，政府牵手为他们引进德国投资，就在签约之前，德国总裁到该厂视察，该厂长陪同参观车间，就在其间，这位厂长不经意间吐了一口痰，德国总裁看到后，当时就结束了视察，并告知政府领导决定不再签约，他的理由很简单，这是制药厂，是关系人命的，怎能随地吐痰呢。这家工厂本来可以借助外商投资起死回生并且兴旺发展，由于该厂长在社交场合一个不经意的失礼和失误，导致了工厂最后的破产。

这是一个值得广大直销员深省的故事，它告诉我们：礼仪比智慧和学识更重要。

直销员的社会交往中要注意各种不同情况下的社交礼仪，也就是要善于把握住沟通时的感情尺度。古话说：“君子之交淡如水，小人之交甘如醴。”此话不无道理。在人际交往中，直销员的社交礼仪主要是为了树立良好的个人和组织形象，所以礼仪对于直销活动的目的来说，不仅仅在于其形式和手段上的意义。

掌握正确的社交礼仪，能使直销员拉近与客户的距离，展现自己的修

养，从而能有效推动直销活动的顺利进展。

这是所有进入直销这个伟大行业并期待成功的人士所需要看的第一本书，它能为你带来意想不到的改变。本书的所有观点和技能都来源于权威的专家学者的专业指导和直销成功人士的深刻体验，包含深入浅出的理论说明和生动的案例分析，具有很强的实用性和可操作性。

全书从专业角度出发，帮读者有效掌握名目众多、细则纷繁的社交礼仪，使其在直销活动中，成为待人诚恳、彬彬有礼之人，并受到别人的尊敬和尊重。善解人意、体谅别人，才能正确对待和处理好各种关系与纷争，争取到更长远的利益。

目 录

第1章 直销员社交礼仪遵循的基本原则

- 一、尊敬原则 (1)
- 二、真诚原则 (2)
- 三、谦和原则 (2)
- 四、信用宽容原则 (2)
- 五、平等适度原则 (3)

第2章 直销员仪容仪表礼仪训练

- 一、个人仪容礼仪 (5)
 - 基本仪容要求 (6)
 - 如何展现积极健康的仪容 (7)
- 二、关于男士的仪表礼仪 (10)
 - 西装的基本知识 (10)
 - 男士成功着装要素 (12)
 - 领带的结法与搭配技巧 (13)
- 三、女士仪表礼仪规范 (16)
 - 关于女装的礼仪 (16)
 - 饰品的选择与佩戴礼仪 (19)
 - 化妆的原则与礼节 (23)
- 四、直销员着装禁忌 (25)

第3章 直销员举止礼仪训练

一、直销员的基本仪态	(27)
坐姿与蹲姿	(27)
站姿与走姿	(30)
二、直销员手势礼仪训练	(33)
正确运用手势传达信息	(33)
日常交际中的几种手势	(34)
不同国家、地区的几种常见手势的含义	(35)
三、体态语言在直销活动中的特殊作用	(36)
体态语言的一般含义	(37)
正确解读体态语言	(38)
克服体态中的不良习惯	(40)
四、直销员举止礼仪禁忌	(41)

第4章 直销员日常社交礼仪训练

一、称呼礼仪训练	(44)
日常社交称呼礼仪	(44)
常见的称呼错误与禁忌	(47)
二、致意与行礼	(49)
致意	(49)
行礼	(49)
三、寒暄与问候的礼仪	(52)
寒暄的礼仪	(52)
问候的礼仪	(53)

第5章 直销员介绍礼仪训练

一、如何进行自我介绍	(55)
自我介绍的礼仪要求	(55)

介绍的恰当时间	(56)
二、如何介绍他人	(57)
介绍他人的基本规则	(57)
被介绍人的礼节	(58)
三、集体介绍的礼仪	(59)
集体介绍的时机	(60)
集体介绍时的顺序	(60)
四、介绍的禁忌	(61)

第6章 直销员握手礼仪训练

一、握手的场合与时机	(64)
握手的场合	(64)
握手的时机	(65)
二、握手的方式与伸手的次序	(67)
握手的方式	(67)
伸手的次序	(68)
三、握手的禁忌与注意事项	(69)
握手的禁忌	(69)
注意事项	(70)

第7章 直销员名片使用礼仪训练

一、名片的制作与准备	(71)
名片上的身份介绍	(71)
名片的制作与风格	(72)
二、名片的递送礼仪	(74)
递交名片的正确时机	(74)
递交名片的礼仪	(75)
收受名片的礼仪	(75)

三、名片的交换礼仪	(76)
交换名片的顺序	(77)
交换名片的礼仪	(77)
名片的存放	(78)
四、使用名片的忌讳	(79)

第8章 直销员谈吐礼仪训练

一、交谈仪态礼仪	(81)
二、交谈话题的选择	(83)
三、谈话的艺术	(84)
谈话中的重要原则	(85)
插话的礼仪	(86)
使用敬语、谦语、雅语	(86)
四、谈话中的禁忌	(87)

第9章 直销员表情神态礼仪训练

一、直销员表情礼仪训练	(90)
表情在信息传达中的作用	(91)
学会阅读表情	(92)
二、直销员目光礼仪训练	(93)
了解目光的礼节	(93)
眼神传达的内容	(95)
运用眼神的艺术	(96)
三、微笑是最完美的礼仪	(99)

第10章 直销员迎送与拜访礼仪训练

一、迎接礼仪	(102)
做好接待准备工作	(103)

如何迎接客户	(103)
迎接客户礼仪	(104)
二、送客礼仪	(106)
确定送客规格	(107)
送客礼仪训练	(107)
三、接访中的陪客及待茶礼仪	(108)
敬茶的礼仪	(109)
饮茶的礼仪	(112)
四、直销员拜访礼仪	(114)
拜访的事前准备工作	(114)
拜访礼仪训练	(115)
不同场合的拜访技巧	(119)

第 11 章 直销员通信电话礼仪训练

一、通话礼仪的基本知识	(124)
二、接听电话礼仪	(128)
接电话的礼节	(128)
接听电话礼仪禁忌	(130)
代人接电话的礼仪	(130)
三、拨打电话礼仪	(132)
打电话的礼节	(132)
打电话的语言、态度和举止	(132)
四、移动电话的使用礼仪	(134)
五、传真礼仪	(136)
六、书信礼仪	(138)
书面信函的一般常识	(138)
电子邮件礼仪规范	(141)

第12章 礼品馈赠礼仪

一、馈赠礼品的时机	(144)
二、礼品的选择	(145)
三、接受礼物及回礼的礼节	(148)
接受礼物的礼节	(148)
回礼的礼节	(149)
四、送礼的技巧	(151)
送礼的原则	(151)
送礼的有效方法	(152)

第13章 直销员赴宴礼仪训练

一、宴会社交礼仪规范	(155)
宴会的分类	(155)
宴会的安排	(156)
出席宴会的礼仪	(157)
二、中餐礼仪训练	(158)
三、西餐礼仪训练	(161)
四、饮酒喝茶的礼仪	(164)
饮酒礼仪	(164)
饮茶礼仪	(168)
五、餐间细节礼仪	(170)

第①章

直销员社交礼仪遵循的基本原则

直销员的社交礼仪主要是为了树立良好的个人和组织形象，所以礼仪对于直销活动的目的来说，不仅仅在于其形式和手段上的意义。社交礼仪名目众多，细则纷繁，如何才能有效掌握呢？

我们认为，直销员在从事各种直销活动、具体遵行社交礼仪时，应遵循以下基本原则：

一、尊敬原则

有人曾把社交礼仪的基本原则概括为“充分地考虑别人的兴趣和感情”。尊敬是礼仪的情感基础。在我们的社会中，人与人是平等的，尊重长辈，关心客户，这不但不是自我卑下的行为，反而是一种至高无上的礼仪，说明一个人具有良好的个人素质。

“敬人者恒敬之，爱人者恒爱之”，“人敬我一尺，我敬人一丈”。“礼”的良性循环就是借助这样的机制而得以生生不已。当然，礼待他人也是一种自重，不应以伪善取悦于人，更不可以富贵骄人。尊敬人还要做到入乡随俗，尊重他人的喜好与禁忌。总之，对人尊敬和友善，这是处理人际关系的一项重要原则。

二、真诚原则

直销活动并非短期行为，从事直销讲求礼仪，越来越注重其长远效益，只有恪守真诚原则，着眼于将来，通过长期潜移默化的影响，才能获得最终的利益。也就是说直销员与企业要爱惜其形象与声誉，就不应仅追求礼仪外在形式的完美，更应将其视为直销员情感的真诚流露与表现。

真诚是对人对事的一种实事求是的态度，是待人真心真意的友善表现，真诚和尊重首先表现为对人不说谎、不虚伪、不骗人、不侮辱人，正所谓“骗人一次，终身无友”。其次表现为对他人的正确认识，相信他人，尊重他人，所谓心底无私天地宽，真诚的奉献，才有丰硕的收获，只有真诚尊重方能使双方心心相印，友谊地久天长。

三、谦和原则

“谦”就是谦虚，“和”就是和善、随和。谦和既是一种美德，更是社交成功的重要条件。《荀子·劝学》中曾说道：“礼恭而后可与言道之方，辞顺而后可与言道之理，色从而后可言道之致”，即是说只有举止、言谈、态度都是谦恭有礼时，才能从别人那里得到教诲。谦和，在社交场上即表现为平易近人、热情大方、善于与人相处、乐于听取他人的意见，显示出虚怀若谷的胸襟，因而对周围的人具有很强的吸引力，有着较强的调整人际关系的能力。

当然，我们此处强调的谦和并不是指过分的谦虚、无原则的妥协和退让，更不是妄自菲薄。应当认识到过分的谦虚其实是社交的障碍，尤其是在和西方人的社交中，不自信的表现会让对方怀疑你的能力。

四、信用宽容原则

信用即讲信誉的原则。孔子说：民无信不立，与朋友交，言而有信。在

社交场合，尤其要讲究以下两点：一是要守时，与人约定时间的约会，会见、会谈、会议等，决不应拖延迟到；二是要守约，即与人签订的协议、约定和口头答应的事，要说到做到，即所谓“言必信，行必果”。

因此在直销活动中，如没有十分的把握就不要轻易许诺他人，许诺的做不到，反落了个不守信的恶名，从此会永远失信于人。

宽容是一种较高的境界，容许别人有行动与见解自由，对不同于自己和传统观点的见解的耐心公正的容忍。站在对方的立场去考虑一切，是你争取朋友的最好方法。宽即宽待，容即相容，宽容，就是心胸坦荡、豁达大度，能设身处地地为他人着想，谅解他人的过失，不计较个人得失，有很强的容纳意识和自控能力。中国传统文化历来重视并提倡宽容的道德原则，并把宽以待人视为一种为人处世的基本美德。

从事直销活动，也要求宽以待人，在人际纷争问题上保持豁达大度的品格或态度。在直销活动中，出于各自的立场和利益，难免会出现冲突和误解。遵循宽容原则，凡事想开一点，眼光看远一点，善解人意、体谅别人，才能正确对待和处理各种关系与纷争，争取到更长远的利益。

五、平等适度原则

平等在交往中表现为不要骄狂，不要我行我素，不要自以为是，不要厚此薄彼，更不要傲视一切，目中无人，更不能以貌取人，或以职业、地位、权势压人，而是应该处处时时平等谦虚待人，唯有此，才能结交更多的朋友。

适度原则是交往中把握分寸，根据具体情况，具体情境而行使的相应的礼仪，如在与他人交往时，既要彬彬有礼，又不能低三下四；既要热情大方，又不能轻浮谄媚，要自尊不要自负，要坦诚但不能粗鲁，要信人但不要轻信，要活泼但不能轻浮。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

古语道：“君子之交淡如水，小人之交甘如醴。”此话不无道理。在人际交往中，沟通和理解是建立良好人际关系的重要条件，如果不善于把握

沟通时的感情尺度，即人际交往缺乏适度的距离，结果会适得其反。



博瑞森提示：

掌握并遵行以上社交礼仪原则，在直销活动中，就有可能成为待人诚恳、彬彬有礼之人，并受到别人的尊敬和尊重。善解人意、体谅别人，才能正确对待和处理好各种关系与纷争，争取到更长远的利益。