

5000 万中国直销员必读

Wan Zhongguo Zhixiaoyuan Bixu

他山之石,可以攻玉 鉴人之长,为我所用

经过实践检验的
成功学与直销学
完美结合的
智慧圣经

汲取最成功直销人士的经验与智慧,你将登上直销成功的金字塔尖
Zhixiaoyuan Changfan De 58 Ge Zhiming Cuowu

直销员常犯的 58个致命错误

1% 的错误会导致
100% 的直销失败

一点一滴的失败会使曾经的努力付诸东流

剖析直销员功亏一篑的致命根源 指给直销员规避错误的终南捷径

成功的直销,是由许多复杂的细节构成,每一个细节都决定着直销的成败。如果直销员在某个细节上犯下致命的错误就会前功尽弃,功亏一篑。也正是由于某个环节上的毫厘之失造成了成功者与失败者之间直销业绩的千里差别。

陈企盛 主编 *Chen Qi Sheng*
主 编 *zhu bian*

中国纺织出版社

直销员常犯的 58 个致命错误

汗 牛 策划

陈企盛 主编

中国纺织出版社

内 容 提 要

直销业虽然以其独具一格的魅力和光明前景吸引了越来越多的优秀人才投身其中,但并非每个直销员都能获得成功的喜悦。

成功直销员的成功经验各不相同,但失败直销员的失败原因却惊人地相似。

本书正是为所有有梦想的直销员而写的。本书列举了直销员在日常工作中常犯的种种错误,并对这些错误进行了分析,告诉直销员正确的工作方法和技巧。文中所介绍的直销员常犯的错误的,是在分析国内外无数直销前辈和直销人员失败教训的基础上得来的,可以让直销员引以为戒,避免犯错误,少走弯路,以便更迅速地获得成功。

图书在版编目(CIP)数据

直销员常犯的 58 个致命错误/陈企盛主编. —北京:中国纺织出版社,2004.10

ISBN 7-5064-3089-4/F·0482

I. 直… II. 陈… III. 销售—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 090942 号

责任编辑:李秀英 向连英 特约编辑:冯晓玲 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

电话:010-64160816

传真:010-64168226

<http://www.c-textilep.com> E-mail: faxing@c-textilep.com

北京大运河印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2004 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本:880×1230 1/32 印张:11.25

字数:221 千字 印数:1-6000 定价:24.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

在这个经济全球化的时代，越来越多的新兴商业模式冲击着人们传统的经营理念。随着戴尔电脑等一批跨国企业陆续抢滩中国市场，并以直销方式创造了一个又一个的商业神话。直销业——这一充满无限商机的新兴行业，以其独具一格的魅力和不可限量的前景，吸引了越来越多的优秀人才投身其中。

然而，在这支大军中，真正建树了骄人业绩的只是少数人，圆了“淘金”梦者更是寥若晨星，更多的寻梦者遭遇更多的是冷遇、白眼、拒绝，甚至冷嘲热讽，他们品尝了更多的挫折和辛酸，咽下了更多的失败苦果……

于是，当并不乐观的现实与他们的“淘金”梦想形成了强烈的落差时，有人泄气了，有人动摇了，甚至有人临阵脱逃；而更多的直销员则仰天长叹——

为什么成功的是别人，失败的总是我？

一位直销专家经过长期观察和个案分析得出结论：大多数直销员屡战屡败、业绩平平的主要根源在于他们自身，在于他们在直销中屡屡犯下的致命错误。他们或在心态上存在偏差，准备工作存在盲点，或在直销过程中漏洞百出，在展示产品时存在“死角”，在促成交易时出现“败笔”，或在与顾客交往时举措失当，与顾客谈话时口误不断，或在职业道德上存在“黑洞”，凡此种种，不一而足。

俗话说：“千里之堤溃于蚁穴”。成功的直销，是由许多复杂的细节构成，每一个细节都决定着直销的成败。如果直销员在某个细节上犯下致命的错误就会前功尽弃，功亏一篑。也正是由于某个环节上的毫厘之失造成了成功者与失败者之间直销业绩的千里差别。

为了堵住损害直销的致命“蚁穴”，确保每直销都能取得成功，明智的直销员应该不断反思一个问题——

我的错误在哪里？我应当如何防止这些错误发生？

为了帮助每一位想建功立业的直销人员尽快澄清和解决上述问题，我们编著了这本《直销员常犯的58个致命错误》。

本书在充分占有第一手资料、研究、分析上万份直销个案的基础上，条分缕析地归纳了直销员在心态准备阶段、推销过程中，展示产品、促成交易、与顾客交往、推销语言的使用以及职业道德等八个方面常犯的58个致命错误，对于每一种错误，不仅生动地列举了其种种表现和危害，还深刻地剖析其产生的根源，并提出切实可行的防错纠偏的措施和策略。

书中所剖析的致命错误都提炼自中国直销业鲜活生动的最新实践，具有鲜明的代表性和针对性；书中介绍的策略和方法，易于操作，切实可行，具有立竿见影的实用性。

本书不仅是有志于在直销行业脱颖而出、大有作为者的手头宝典，也是直销企业对员工进行培训时的必备教材。

错误乃正确之源，失败乃成功之母。在本书的指引下，直销员一方面纠正了自己在直销中常犯的致命错误，另一方面又避免了重蹈他人的覆辙，真正做到惩前毖后，鉴往知来，在前景广阔的直销业里“淘金”的美梦定会成真！

陈企盛
2004年9月

目 录

第一章 直销员的常见错误心态

心态决定命运,心态左右成败,直销员的心态正确与否决定其事业的成败得失。当推销员心态上存在诸如胆怯、自卑、消极、自满、盲目乐观、患得患失、缺乏恒心、不肯吃苦等致命缺陷时,必将导致可怕的失败。

胜己者强,能够战胜了自己错误心态的直销员才是真正的强者。

一、害怕被顾客拒绝 / (1)

二、缺乏自信 / (7)

三、直销员存在着消极、否定的思想 / (12)

四、满足现状,不求上进 / (18)

五、对待工作盲目乐观 / (23)

六、过分注重经济利益 / (25)

七、轻言放弃,没有恒心 / (30)

八、惰性十足,不肯吃苦 / (36)

第二章 直销员在准备阶段常犯的致命错误

成功的直销员都明白这样一个道理：不打无准备之仗，不做没有充分准备的直销。所以，他们都能未雨绸缪，在直销之前做规划、定目标，了解顾客，研究产品，所以能够从容不迫地达到自己的直销目的，创造惊人的业绩。

而有一部分直销员则恰恰相反：他们的推销无计划、无目的，随心所欲；他们既不深入了解顾客，也不研究产品，所以既不知己也不知彼，最终导致直销无的放矢，放任自流。很明显，等待他们的，肯定是直销失败的结局。

- 一、不做访问计划 / (40)
- 二、不提前了解顾客及竞争品牌的情况 / (47)
- 三、不给自己设置目标 / (52)
- 四、光说不练，不付诸行动 / (58)
- 五、不认真研究产品 / (63)

第三章 直销员在推销过程中常犯的致命错误

直销的过程是曲折复杂的，是由各种微妙的细节组成。在这个过程中，直销员要同各种类型的顾客打交道，需要处理顾客的种种抱怨和不满，更需要适应环境，通过不断学习改进推销的方法。

很多直销员由于在这个过程的某个环节犯下致命的错

误,导致直销失败,一无所获。因此,深刻地认识这些常犯的
错误,正确地防范这些错误,是确保直销成功的基本要求。

- 一、过分推销 / (67)
- 二、以貌取人 / (74)
- 三、拜访时机不恰当 / (78)
- 四、开场白不恰当 / (83)
- 五、与顾客争辩 / (88)
- 六、不能正确对待自己的错误 / (97)
- 七、有意欺骗顾客 / (104)
- 八、说话过于直率 / (107)
- 九、轻易让步 / (112)
- 十、忘记自己的立场 / (114)
- 十一、不能正确处理顾客的抱怨 / (119)
- 十二、以事小而不为 / (129)
- 十三、不改进推销方式 / (131)
- 十四、没有目的地进行推销 / (136)
- 十五、不愿意学习 / (142)

第四章 直销员在展示产品时常犯的致命错误

直销的目的是为了把产品卖给顾客。为了让顾客了解
产品,进而喜欢产品,成功地展示和介绍产品就显得非常重
要了。

很多直销人员也进行产品展示,然而他们不能正确展示和介绍,不能激发顾客参与展示过程,展示不全面,解说不到位,甚至有时多此一举,画蛇添足,结果非但不能展现产品的优点,反而适得其反,破坏了产品在顾客心中的形象。

看来,成功地展示产品也不是一件容易的事,它需要克服多种错误做法。

- 一、产品展示时不让顾客参与 / (148)
- 二、不亲自使用产品 / (153)
- 三、不能有效地解说产品 / (161)
- 四、不注重展示效果 / (170)
- 五、展示产品时盲目提问 / (175)
- 六、产品展示时不准备相应的辅助物品 / (179)

目

录

第五章 直销员与顾客交往中常犯的致命错误

可以说,顾客是直销员的“衣食父母”,没有顾客,直销活动便毫无意义。直销是直销员与顾客互动的过程,直销员只有处理好这个过程中的每个环节和细节,才能赢得顾客,促成交易。

而那些常常遭遇失败的直销员之所以失败,往往是在与顾客交往的过程中犯下种种不可宽恕的致命错误:他们或被恶习所累,或失礼于人,或外表邋遢,或办事拖延,或不守时守信,或服务不用。到头来,客户离他们而去,成交的愿望化

为泡影。

一、个人生活中存在种种恶习 / (184)

二、不懂得合理利用时间 / (186)

三、不懂礼仪,不拘小节 / (192)

四、手势和体态不正确 / (198)

五、衣着不得体 / (210)

六、办事拖拉 / (216)

七、不守信用 / (220)

八、不守时 / (226)

九、不与客户保持联系 / (231)

十、不重视售后服务 / (241)

目

录

第六章 直销员和顾客谈话中常犯的致命错误

俗言道:“会说说得人笑,不会说说得人跳”。优秀的口才才是直销员赢得顾客之心的最有力的武器。

但是在现实中,很多直销员走了极端:要么不善辞令,言语木讷,表达不准确,措辞不妥当;要么为口才而口才,口若悬河,喋喋不休,甚至夸大其辞,过度吹嘘。还有更多的直销员不明白倾听是口才的一个重要组成部分,不能耐心地聆听顾客的心声……

凡此种种,都可能导致与顾客“谈砸”的后果,因此,直销员应当三思而后说!

一、泛泛而谈,表达不清楚 / (251)

二、忘乎所以,喋喋不休 / (257)

三、信口开河,过度吹嘘 / (264)

四、不良的倾听习惯 / (268)

五、话题选择及措辞不当 / (276)

第七章 直销员在促成交易时常犯的致命错误

经过一番努力,终于到了促成交易的最后时刻,然而就在这个关键的时刻,很多直销员偏偏犯下难以挽回的错误:或者急于求成,或者判断失误,或者顶不住顾客沉默的压力,或者显得过于兴奋,或者变得低三下四,或者见钱眼开……

正是这些致命的错误,使顾客在最后的关头心生疑窦,退出交易;正是这些致命错误,使到手的交易功亏一篑!

明智地规避这些致命的错误,谨慎从事,善始善终,直销员才能真正体验到大功告成的欢欣。

一、急于求成,缺乏耐性 / (285)

二、不能正确识别顾客的购买讯号 / (292)

三、在促成阶段不知如何处理沉默 / (300)

四、在成交阶段态度不正确 / (305)

五、成交后拿了钱就走 / (315)

第八章 直销员在职业道德上常犯的致命错误

直销行业的竞争已日趋“白热化”，更需要职业道德的规范。概括而言，职业道德有内外之分：对内，就是遵守公司规章制度，与同事公平、文明地竞争；对外，则是尊重同行，尊重同行的品牌形象。

然而，很多直销员却“栽”在不讲职业道德上，他们时常违反公司的规则和纪律，与同事进行不择手段的恶性竞争，攻击、诋毁同行的品牌，这些极其“短视”的行为，既阻碍了自己的成功，又极大地损害了企业形象，严重者可能导致灾难性的后果。

有道是：做事先做人。直销员应加强自身修养，严格遵守职业道德，这是直销成功的最基本要求。

- 一、不遵守公司纪律 / (322)
- 二、攻击竞争对手 / (326)
- 三、采用不正当手段争夺客户资源 / (333)
- 四、说竞争品牌的坏话 / (336)

参考文献 (343)

第一章 直销员的常见错误心态

不论我们从事何种职业,心态都起着很重要的作用,直销员也不例外。在直销行业中,我们常见这样的情况:

同样的地域,同样的市场环境,同样的产品,不同的人去推销,结果迥异。有的直销员很快地就把货推销出去了,有的却怎么也推销不出去。这是为什么呢?

原因固然较为复杂,但在很大程度上与直销员的心态有关,很多直销员在实际推销过程中存在着各种错误的心态。

一、害怕被顾客拒绝

直销员被客户拒绝是难免的,但这对于新手来说却是比较难以接受的。事实上,再成功的直销员也会遇到客户的拒绝,关键在于直销员对待失败的态度。而担心被人拒绝的恐惧心理常常是阻碍直销员完成任务、达成目标的主要原因。

在行销过程中,直销员常常会受到顾客的拒绝和不赞同,导致许多直销人员过早地对失败下结论。有一些人在顾客那里受到一点挫折就心灰意冷、缩手缩脚,甚至开始害怕见到客户,每次去拜访客户时心里却暗中祈祷客户最好不在;拨了客户的电话,却希望没人接听;常常会因为怕保安而在写字楼门前徘徊。这些矛盾的心理一直伴随着这些直销员,最终导致其业绩低下。

有一位直销员,在一次去客户家访问时,正巧遇上那家男主人不知为何在发火。直销员站在这户人家门口犹豫时,又与怒气冲冲而出的男主人撞了个满怀,直销员手里的公文包也被撞掉,刚好砸在主人家保养很好的草坪上。男主人正在气头上,看着眼前的不速之客及被砸坏的草坪,更是怒不可遏,直销员顾不上解释什么,捡起包逃也似地跑了。

从此,这位直销员对拜访顾客产生了恐惧感,每当他要推开顾客的大门时,他就会想到那门后将会出现的令他胆战心惊的情景:瞪眼大叫,嘻嘻的嘲笑,女主人挥舞着饭勺撵他,小女孩朝他脸上扔鸡蛋,小男孩用剪子剪他的腰带,连小狗都在咬他的公文包,将包内材料洒了一地……如此狼狈,他哪里还有勇气去敲顾客的门。不久,也就主动离开了直销这一行。

在直销业中,与这位直销员有着类似经历的人并不少见,他们的最大问题在于“怕”——怕被顾客拒绝,怕失败。

有些直销员把失败看成是自己无能的象征,把失败记录看

成是自己能力低下的证明。其实这种态度才是真正的失败。如果害怕失败而不敢有所动作,那就是在一开始就放弃了任何成功的可能。而且,即使直销员勉强自己带着恐惧心理去向顾客推销产品,也会妨碍他们发挥才能去全身心地投入与顾客的谈判之中。虽然这个简单的道理如此重要,但却常常为人所忽视。

有一些直销员在拜访客户前还对自己的目标很明确,推销的手段也很灵活,但是在关键时刻却失去了获得工作成果和引导客户直到签约的勇气。而这都是因为直销员在直销过程中还存在着恐惧心理。

直销员产生这种恐惧,其实是害怕自己犯了什么错,害怕被客户发觉其错误,害怕丢掉渴望已久的订单,即害怕自己最终会失败。而恐惧感一占上风,所有致力于目标的专注心志就溃散无踪了!

在签约的决定性时刻,在这个整套推销魔法正准备大展魅力的时刻,很多直销员却失去了勇气和掌握局面的能力,从而不能正确地引导顾客下决心购买,最终导致了自己的失败,同时也会在后来的推销中埋下失败的隐患。

1. 恐惧心理的消极影响

恐惧心理对直销员的消极影响十分严重。

首先,恐惧心理会破坏直销员的工作热情。当直销员怀有恐惧心理的时候,做事不免缩手缩脚、畏首畏尾,在这种情况下,直销员如何表现热情?热情是自信的衍生物,而自信则必须克

服恐惧心理,只有做到了这两点,直销员才可能以热情感召对方,从而使自己获得成功。

其次,恐惧心理使得直销员的工作积极性下降,不再主动积极地去推销产品。有恐惧心理的直销员绝对不会主动去做一件让他感到“恐惧”的事情。比如说,有“访问恐惧”情结的推销员绝对不会一而再、再而三地去访问一个声色俱厉的客户,因为他害怕一再地遭受到客户的拒绝。但说不定正是这个客户,也许在别的勇敢挑战的推销员的不断“强攻”下成为永久客户。而有恐惧心理的推销员显然因为其恐惧心理、没有进取精神而使自己失去成功的机会。

要知道,在现实生活中,不会有客户见到直销员上门来推销商品时,笑容可掬地出门相迎:“欢迎、欢迎,您来得正好!真是雪中送炭!”随后便掏腰包成交。果真如此,就用不着直销员了。直销员从举手敲门、客户开门、与客户的交谈,一直到成交、告退,每一关都是荆棘丛生,没有平坦之路可走。

最后,恐惧心理会让直销员失去进步的机会和动力。成功的直销员往往是孜孜不倦地工作着的直销员,他们会在不断的在工作中一次次迎来新的机遇,迈上新的台阶。但是有恐惧心理的直销员却往往做不到这一点,这是因为恐惧犹如枷锁捆绑了他的手脚,使他不能够珍惜一切机会克服困难而毫无畏惧地进取,因此必然会使直销员失去走向成功的机会。

2. 怎样克服恐惧心理

其实,直销员和运动员一样,面临的无非是成功和失败这样两种结局,成功的道路是由无数个失败组成的。面对失败保持信心,坚持不懈地干下去,这样失败就会成为你最好的老师,成为你取得成功的动力。

那么,对有恐惧心理的直销员来说,应该怎样做才能克服内心的恐惧,使自己走向成功呢?

第一,要正确看待失败,不能过分计较得失。

在追求成功的过程中遇到挫折可以说是必然的。“失败乃成功之母”大家都会说,不过能够处理好得失的人却不多。有一些直销员难以摆脱失败的阴影,主要是因为太看重事情的结果,钻到“成”或“败”的牛角尖里面去,而忽视了在推销过程中自己所获得的经验、解决问题的方法和面对挫折的正确态度等。尽管很多时候直销员努力的结果未如理想,但如果能积极地从中学习、总结经验,成功必然水到渠成。

所以,直销员要用平常心看待推销过程中暂时的得失,让思维跳出自我的框框。有时候你会觉得顾客是否购买了产品对自己来说是多么的重要,可是当你从另一个角度来看时,事情可能就并不那么严重了。生命中有很多美好、重要的东西,直销事业中也有很多比销售出产品更重要的事情,如果直销员一叶障目,把所有的精力都放在这件“失败”的事情上,日子只会过得越来越沉重,许多其他的成功机会都会被忽略掉,这样就只能永远生