

直銷市場如火如荼 直銷人才寥若晨星

直銷制勝法典秘笈之十四

當前全球直銷行業如火如荼，緊跟著財富第五波的大潮，乘著國際直銷的電波在全球風起雲湧，猶如有一輪紅日噴薄而出，方興未艾。但是什麼在這麼大好形勢下，直銷人卻寥寥若晨星？筆者在此與大家分享如下。

現代直銷在全世界興起，加起來不過幾十年，應該說是營銷行業裏的新兵，但是就是這個新兵卻引發了一場全球營銷的革命。就是直銷這個新兵把人類營銷歷史向前大大地推動了一大步。在全球引發了一場如火如荼的直銷風暴。

首先直銷的興起是近20年國際直銷的興起，它是直銷最大的推動者；國際直銷是直銷的先行者，把人類營銷的先鋒隊，把人類營銷變成了地球村，沒有了國界和城鎮，而堅持國際導向的策略在目前市場環境上值得傳導。

企業銷售 精英導向 還是團隊導向

現在的很多企業都缺乏優秀的銷售人員，只要見到好的銷售人員，企業都不遺餘力地試圖將之摻入自己的旗下。這一點非常容易理解，因為好的銷售人員可以迅速地實現銷售收入，並為企業創造更大的價值。但是好的銷售人員不常見，因此能夠找到，別人一樣可以做得出來，因此，單純的精英導向的企業不見得有好結果，而堅持團隊導向的策略在目前市場環境上值得傳導。

1. 什麼是精英導向

精英導向的企業對銷售隊伍往往有以下觀點：

第一，只有優秀的銷售人員才能不斷地提高銷售收入，只有他們才是公司最為重要的力量，其他人都是不重要的。

第二，精英銷售人員的效率是最高的，同時也是最能頑強，可以輕易的打破競爭對手。

第三，精英符合20/80原則，因為20%的人員完成了80%的銷售收入，因此公司應當將更多的資源投資向這些人，並盡一切可能留住這些人員。

第四，企業的任務就是不斷地找優秀的銷售人員，並盡可能地使他們穩定。

這些觀點是精英導向公司普遍的觀點，也是他們制定激勵政策及打造銷售隊伍的重要依據。以上觀點看似正確，但是最終結果並不一定好，理由如下。

第一，精英導向的銷售意味著高度集中，公司更多的命脈集中在有數個銷售人員的手裏面，這種風險不言而喻，相信沒有一個老闆願意看到這樣的結果。

第二，20%的銷售精英往往是由於80%的平民努力的結果，正是由於有了這些平民的存在，才使得公司的管理變得可以存在，才使得所謂的精英成為精英，精英獲得的是金錢，而平民維護的是規則。

第三，精英往往不能複製，他們身上有很多獨特的優點，但企業並不能夠將這些優點內化為企業的能力，更不能傳佈到更廣泛的銷售人員身上，因此這些人是作坊經營的變形，很難適應企業持續發展的需要。

是一個特殊的行業，有許多獨特的特性和自身的規律，更主要的是他適合了信息時代，快速決定生死，領先半步決定一死，現在是快魚吃慢魚，吃大魚。同時互聯網不但快捷還很方便，更能讓業內人士迅速忘記了是極具人性化的一個特點。這一點與直銷網絡是非常吻合的，可以說是異曲同工，不謀而合，堪稱珠聯璧合、天衣無縫的有機一體。直銷就是業內人士網絡的編織和團隊的建設，利用了國際互聯網可以說給直銷生機雙翅，輕鬆地把握直銷快速的在全球拓展，可以不用像過去直銷天天見面開不完的會，現在視聽會議非常方便，你可以在家裏給全球會員上課，會員也極方便，想聽誰的課就聽誰的課。所以說，由於國際互聯網的開通把直銷向前推進了一大步，是直銷快速普及和

成長的助動力，特別是近10年中國這個地方的直銷大國處地的開放更引起了全球直銷界的振動，吸引國際各大直銷公司和非直銷企業的重青，本來不是直銷行業的全球企業紛紛試水直銷，都想染指一

其次是由於人類進入了亞健康時代，各種文明病已經成為頑疾，嚴重的威脅著人類的生命，心血管病成爲人類頭號殺手，根據聯合國統計的資料，發達國家70%-80%成人處於亞健康之中。亞健康導致政府法律不嚴、保險公司不保、醫院不醫、自己不管，這就等於給健康一個自由自生的空間。與此同時健康而生成的健康危機與健康產品搶手，最終迎來了財富第五波——健康產品的大潮，特別是1946年到1964年出生的嬰兒潮都到了

急需保健品時刻。而保健品的營銷最好的模式就是直銷，此時直銷就好像已經燃燒起來的乾柴上又澆了一桶油，如火如荼是理所當然的，這既是時代的要求又是社會經濟發展的必然。

大凡在直銷這個行業裏歷練過一定時期的人都會有這樣一個認同：直銷最後勝負取決於公司的產品！產品好壞最後會自己出來說話！

直銷成功與否決定於公司的人才！人才是成功的保證！但是什麼人才能成功的市場面對寥寥無星的人才？這個問題引起了很多來自不同方面的聲音，可謂是眾說紛紜莫衷一是。筆者從以下兩個方面分析如下：

第一從主觀上講，直銷這個行業是實踐性極強的行業，不論你是獲得什麼樣的學位都不重要，重要的是把業績做出來，這就是「不啻黑貓白貓，能抓住老鼠就是

好貓」的那句話。這就是說業績是衡量團隊能力的最基本的也是最重要的標準，說的具體點就是掙錢第一，有了業績，收入當然好，這就無形中讓從事直銷行業的人產生一些模糊認識。很多人成了大團隊領袖，但是對行業的許多基本常識還不甚瞭解，這當然是主觀學習不夠。

第二是從客觀上講，直銷與傳統營銷除了形式上的不同之外，還有一個根本的不同，就是直銷要比傳統營銷複雜得多。首先，直銷隊伍本身人員素質參差不齊，有人是博士，有人可能沒上過一天學，有人可能是電腦高手，有人可能沒見過電腦。這就要求領袖如何把大家團結起來，同心同德創業，因為直銷是團隊工作，實現美夢是大家的努力成果。其次，對直銷而言拒絕者多於接受者，從業人員要有接受拒絕的良好心態，所以直銷要在銷售中被拒絕開始。這是許多人在直銷中進行到一定的程度就會自動

放棄的原因。最後，由於直銷相對來說還是個新興的行業，在系統和教育法律等方面還很不成熟，再加上直銷這本好經被一些心術回測的「歪嘴和尚」念走樣，或被一些勢利小人拿來作騙，在網上出現「老農哥」等給人們留下了許多難忘的不好記憶。直銷行業顯赫，在教育上也可以看得見，也是不十分普及，目前在美國有大學一萬多家，有商學院的三千多家，商學院有網絡系，直銷10年前不到100家，這幾年發展很快，現在已經有700多家。在中國10年前一家也沒有，現在可能有幾家商學院開設直銷專業，但是就像佛教的教法和有水準的師資，教育實力不夠，難出高素質人才。

那麼直銷到底需要什麼樣的人才？真正的人才需要具備哪些素質？請您注意下文分析：直銷人才的基本素質

（1）逐級開展。在開展縱向溝通（包括向上溝通和向下溝通）時，應儘量遵循「逐級」原則。在向下溝通時，由於銷售經理往往兼任區域主管（如負責一方市場的區域主管），主管下面還有普通職員（如業務代表），銷售經理應設法使主管人員位於信息交流的中心，儘量鼓勵他們發揮核心作用。但在實際工作中，銷售經理可能會忽視這一點，他會越過下級主管人員而直接向一線人員發號施令，這可能會引起許多不良後果。如果確實要這樣做，銷售經理也應事先與下級主管進行溝通。只有在萬不得已的情況下（如緊急動員完成某項工作）才可以越級溝通。在向上溝通時，原則上也應遵循「逐級」原則（銷售經理應直接與銷售總監或銷售總監報告工作），出現緊急情況等情形下）才可以越級報告。

（2）及時原則。信息只有得到及時反饋才有價值。在溝通時，不論是向上傳達信息，還是向上提供信息，或者與橫向部門溝通時，銷售經理應遵循「及時」原則。遵循這一原則可以使自己容易得到對方的理解和支持，同時可以迅速瞭解同仁的思想和態度。在傳統組織中，溝通常因信息傳遞不及時或接受者重視不夠等原因，而使效果大打折扣。再好的銷售人員也不可能與顧客建立起長久良好的關係，再好的銷售經理也無法達成業績目標。上述工作特點對銷售經理的溝通能力提出了很高的要求，事實上，只有具備了卓越的對內溝通能力，銷售經理才可能勝任本崗位的管理工作，才有可能整合本企業的人員資源順利達成既定的目標。

（3）及時原則。信息只有得到及時反饋才有價值。在溝通時，不論是向上傳達信息，還是向上提供信息，或者與橫向部門溝通時，銷售經理應遵循「及時」原則。遵循這一原則可以使自己容易得到對方的理解和支持，同時可以迅速瞭解同仁的思想和態度。在傳統組織中，溝通常因信息傳遞不及時或接受者重視不夠等原因，而使效果大打折扣。再好的銷售人員也不可能與顧客建立起長久良好的關係，再好的銷售經理也無法達成業績目標。上述工作特點對銷售經理的溝通能力提出了很高的要求，事實上，只有具備了卓越的對內溝通能力，銷售經理才可能勝任本崗位的管理工作，才有可能整合本企業的人員資源順利達成既定的目標。

作者：袁聖

銷售經理如何做好內部溝通

溝通是信息傳遞及反饋的過程，是銷售經理的必備技能，可以說，沒有溝通就沒有銷售；沒有溝通，就沒有銷售管理。事實上，銷售經理每天都需要做大量的溝通工作，包括對內溝通和對外溝通。因為他的職責上級、下屬、客戶、公眾之間的交流幾乎無處不在，無時不在。

內部溝通是企業提高效率和信息資源共享的重要途徑之一。通過溝通，企業內部部門、單位及層次之間，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

內部溝通的類型可分為兩種：正式溝通；非正式溝通。（1）正式溝通。「正式溝通」一般通過企業的組織架構或層級系統來進行（目前許多企業已發展出專門的信息系統），指銷售經理在組織內依據組織規定來傳遞信息並進行交流，其手段和形式有公函、會議等。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

內部溝通的類型可分為兩種：正式溝通；非正式溝通。（1）正式溝通。「正式溝通」一般通過企業的組織架構或層級系統來進行（目前許多企業已發展出專門的信息系統），指銷售經理在組織內依據組織規定來傳遞信息並進行交流，其手段和形式有公函、會議等。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

精英導向

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。

正式溝通一般分「向下溝通」、「向上溝通」、「橫向溝通」三種形式：向下溝通是傳統組織內最主要的溝通流向，一般以命令的方式來傳達政策、計劃、規定之類的信息；向上溝通指下屬按照規定向上一級報告工作（意見箱、建議、座談會等也屬於向上溝通）；橫向溝通主要指與同層級不同部門之間的溝通。正式溝通的約束力較強，效果較好且易於保密。通常重要消息、文件、決策等採用這種方式來進行溝通。但是，它也有缺點，由於需要依靠企業的系統來層層傳遞，所以很刻板，溝通速度也較慢，並且存在失實

的可能。（2）非正式溝通。「非正式溝通」一般通過正式系統以外的途徑來進行（如企業內的非正式組織）。非正式溝通與正式溝通有所不同，它與正式溝通的「非正式組織」有一定的關係。其溝通對象、溝通時間及溝通內容等一般都沒有計劃性，且難以識別，其溝通主要借助於組織內的各種社會關係來進行（這種關係往往超越部門、單位及層次）。但是，過分依賴非正式溝通這一途徑也有風險。因為這種溝通方式導致信息歪曲或出錯的可能性極大，提高工作效率。銷售是企業最重要的職能之一，從某種意義上來說，銷售產品並不僅僅是銷售人員的工作，公司內部的所有人員都應該參與到銷售工作中來。