直銷制勝法典秘笈之十八

優化人際關係的十大目標

有人說在直銷業中，成功=80%的人際關係+20%個人能力，這話頗有道理。對於直銷企業來說，如何處理好企業內部關係、股東之間關係、會員之間的關係是經營成功的關鍵所在。對於直銷從業人員來說，你和上級領導人以及事業夥伴的關係，是事業的生命線和事業發展的原動力。在人際交往、交流過程中要學會理解，懂得合作，並且具備較強的說服與達成共識的能力。在團隊建設中，爲了建立積極、健康、緊密的人際關係，應該設定以下十大目標。

1、改變自己、適應團隊，率先垂範、影響他人。直銷採用複製的原則，不要千方百計地搞出什麼新花樣，不要創新，只要複製，更不要試圖改變任何人的缺點，而要充分發揮每個人的優點。風的方向是不可改變的，但是自己可以改變面對的方向，這就可以變逆風爲順風，就可以借力、使力、不費力。要處好這個關係就要做到凡事率先垂範，作在前說在後用實際行動來影響他人。

2、關心他人體貼入微，噓寒問暖勝過自己。建立良好人際關係的第一法寶，就是關心別人，這不僅表現在發展事業上，也表現在日常生活中，凡事先想到自己的團隊和自己的事業夥伴，從生活上、家庭上、工作上先團隊之憂而憂，特別是再團隊中的夥伴業績出現下滑時，更要及時幫助分析和會診找出問題，及時幫組制定和落實解決方案。

3、沒有成功的個人，只有成功的態度，團隊利益高於其它。直銷有一個不成文的規則，就是沒有成功的個人，也就是說一個人單獨是不能成功的，只有團隊成功個人才能最後成功，如果以自我爲圓心，以個人利益爲半徑畫圈，畫不大；以團隊爲圓心，以衆人利益爲半徑畫圈可畫得無限大，最後你是最大的贏家。

4、寬以待人嚴於律己，容許容忍他人犯錯誤。直銷除伍是一支各路人馬齊聚、參差不齊的大軍，因爲家庭和後天接受的教育、文化、民族等背景不同，有些事業夥伴出現這樣那樣的錯誤是很正常的，一定要容許和容忍他們，對他們要有愛心加上耐心，要有付出和尊重和友善。

5、推崇忠誠自己的事業，樹立優秀的人格魅力。推崇能獲得力量，推崇能加快新人成長，推崇能改變落後局面，推崇是直銷一個特別的規律；每一個進入直銷行業的朋友都要有推崇心態，推崇你的開門人，是他把你帶進這個行業，是他給了你一個機會，還要推崇公司給你一個創業的平臺，給你提供了一個好的產品。推崇別人也是提高自己。

6、良好的溝通協調，必有良好的人際關係。溝通是人際關係的第一良方，大千世界光怪陸離，三教九流千人千面，沒有完全相同的兩個人，每個人有不同的想法，出現這樣那樣的問題是完全正常的，關鍵在於溝通，要良好地、有效地溝通和協調，求同存異，爲了一個共同的目標全力齊心共同努力這是成功的保證。

7、消極負面不傳遞，好人新事多激揚。直銷這個行業經常謠言四起，每個公司再發展過程中都在所難免，只有正確地面對，不要被消極的思想和言論瘟疫傷害，就是不要傳播、不要好奇、不要參與、更不要相信。我們常說太陽一出大霧自散，不管風吹浪打我自開庭漫步。你要將積極的思想和信念向下、往旁傳遞，將消極的負面的東西向上報告，反饋給你的上級領導。

8、換位思考設身想，善於傾聽的傾訴。面對問題，要從三個不同角度思考，首先是對方的角度，其次是問題本身的對與錯，最後才是自己的認識。要時時準備傾聽事業夥伴的傾訴，認真傾聽比向對方說教往往效果更佳。溝通中聽占50%，問占25%，答占25%。

9、讚美激勵創大業，不斷造夢新高度。直銷是需要激情的創業，沒有激情就不能成功，要保持旺盛的激情，就要鼓勵讚美，這是人際關係的第一通行證；激勵是團隊動勢的最好的加油站，是個人活力的內在基礎。只有讓更多的人永遠保持美夢和不成功就不罷休的激情，才能真正夢想成真。夢想的力量是無窮的，激情與夢想是不可分割的，你應是造夢大師又是激情的釋放者傳播者。

10、尊重他人、群策群力，永懷感恩、天長地久。讓每一個人都感到他是非常重要的。二十世紀英雄獨領風騷，二十一世紀團隊戰無不勝。依靠團隊方可使你夢想成真。所以應該常懷感恩之心——感謝你的團隊，感謝你的夥伴，感謝公司提供的平臺，感謝你的家人，感謝支持鼓勵和幫助過你的一切。

作者：泉聖

參加商業展覽會的流程及技巧（一）

所謂商業展覽，是指利用展覽會、博覽會、展銷會、看樣訂貨會、展評會、物資交流會、供貨會、商品洽談會及其它交易會形式，多家企業集中在一起，向參觀者展示自己的商品，邊展邊銷，以展促銷，從而把商品宣傳、銷售、市場調研、公關活動有機地結合在一起的一種促銷方式。

一、參展企業如何選擇展覽會

現在商業展覽會越來越多，企業如果打算參展，首要的問題是如何在衆多的展覽會中作出選擇。選擇展覽會應考慮以下因素：

1. 展覽會的參觀者中，有多少人是本企業的目標顧客，並可能購買本企業的產品。他們的地區分佈、職務分佈、所屬單位、對本企業產品是否有支付能力等等。這些情況可以從展覽會的主辦者那裏瞭解到，在絕大多數情況下，他們備有參觀者情況的詳細資料。當然，企業還必須對這些資料的可靠程度做出判斷。

2. 展覽會主辦者的背景、主辦能力和水平、信譽如何。

3. 展覽會舉辦的歷史有多久。如果是傳統展覽會，將會有較多的觀衆，如果是新舉辦的展覽會，一般情況下只能吸引少量觀衆。

4. 展覽會舉辦的時機是否合適。如果同時或前不久有或幾個同類型的展覽會舉辦，參觀者就會大量減少。另外，對一些銷售季節性強的商品來說，或對一些流行時尚性商品來說，展出的時間應與商品的銷售季節或流行時間相一致，或稍稍提前。

5. 參展所需基本費用的多少。

6. 其它的參展企業有哪些、這些企業的檔次、規模、知名度如何。

7. 這一展覽會有多少新聞記者前來採訪，其宣傳效益如何

8. 展覽會舉辦的地點是否合適。展覽會舉辦的地點多選在信息輻射能力強的大城市，或某種商品的產地，或交通方便、四通八達的商品集散地城市，或商品進出口口岸城市，或旅遊風景區。展覽會地點選擇的好壞，對有效觀衆數量的多少有直接影響。

9. 企業在決定是否參加某一展覽會時，還可以詢問該展覽會過去的參展客商，重點瞭解他們過去在該展覽會上，有哪些主要開支費用，確到過什麼問題，他們是怎樣解決的，參展收到的實際效果如何。把上述情況瞭解清楚後，就不難對展覽會做出選擇了。

二、參展人員的選配和行爲規範

由於參展人員在展臺或展地是企業的代表，他們的言談舉止直接體現著企業的形象，因此，他們的工作態度、工作能力和工作方式，與企業的參展效果有密切的關係，參展人員的選配也是企業組織參展活動的一項重要內容。

A. 選配參展人員要注意以下問題

1. 不能派新手或經驗不足的職員參加展覽。因爲參觀者總是把參展人員的一言一行看作是企業素質、實力和信譽的體現，任何生疏的演示，外行的回答，冷漠的態度，都會破壞企業形象和參展效果。

2. 參展人員必須具備以下條件：具有飽滿的工作熱情和認真的工作作風，言行謙和，態度耐心，能主動去接觸參觀者，發現潛在客戶；具有足夠的交際經驗，口齒伶俐反應快，有隨機處理某些特殊事情和問題的能力；對產品知識爛熟於心，能準確回答顧客提出的有關產品方面的問題；能熟練演示產品的功效特點，掌握現場演示技術具有一定的推銷經驗，能熟練運用推銷產品的技巧，針對不同類型的顧客進行有效的說服工作。

3. 在展覽活動中，有的企業還根據需要選用一些表演人員，如模特兒、魔術師、滑稽小丑等。如果展位較大，參展企業還需要配備專門人員維持秩序。

4. 在參展人員的數量配備上，一般每10平方米的展位面積至少應配有兩名人員。如果在這樣的展位上，每天展出時間是8小時，就至少應配備4名工作人員。必須要有兩批甚至三批人員不斷地更換，以免過度疲勞降低參展人員的工作效率。

5. 在參展過程中，公司的經理人員應該在場；許多參觀者，特別是那些有可能成爲客戶的參觀者，都希望有機會在展覽現場與經理人員交談，以瞭解更多的情況和對交易條件進行磋商。另外，這也是企業管理層直接接觸市場、掌握第一手市場信息的極好機會。如果安排兩名經理人員參展，應始終保持有一名經理人員在展位上，以便及時解決參觀者提出的問題。

參展人員應戴在身體右側，因爲用右手與參觀者握手時，你的右肩會向前傾，這樣胸牌就會靠近對方，引起對方注意。

B. 參展人員應當禁止以下行爲

穿奇裝異服，留怪髮型；在展臺上吸煙、飲酒、吃東西、打電話、看報紙雜誌與同事閒談聊天，怠慢參觀者，或以貌取人，根據參觀者的衣著好壞而態度不同；糟神萎靡不振，或舉止粗魯；對參觀者提出的問題漫不經心，態度冷漠對顧客軟磨硬泡，強迫對方購買等。

C. 參展人員必須保持旺盛的精力，把注意力高度集中在展示工作上。有參觀者臨台時，應熱情打招呼，耐心回答問題。暫時沒有參觀者臨台時，應及時整理展臺和宣傳材料，保持展臺的整潔，並時刻注意過往的參觀者。

D. 參展人員接待顧客與商場導購員接待顧客略有不同。展覽會上展位較多，同類型產品的展位相對集中，顧客在參觀過程中常常是來去匆匆。因此，參展人員應抓住時機，適時地、主動地上前打招呼，接觸顧客的時間可適當提前。

E. 參展人員不能站在攤路或遮擋視線的地方向顧客打招呼，要靠邊站在道旁。更不能兩個或更多的參展人員聚在一起談論。

F. 參展人員在介紹產品時，一定要注意分寸，不可誇大其辭。因爲參觀展覽的人中有許多是內行，信口開河、誇大其辭極易導致他們的反感，從而喪失可能的銷售機會。

G. 必須規定每個參展人員的工作責任和權限，確定每個人的具體工作份額。例如，企業的參展目標如果是銷售100個單位的產品，就需要把這個目標分解，使具體的銷售額落實到每個人頭上。（待續）

信息來源：中國服裝網

紡織品配額全部取消 中國機遇大於挑戰

配額放開是機遇與挑戰並存，中國紡織企業要真正從配額取消中獲益，必須強調以質取勝，而不是以量取勝

【本報綜合報道】根據世界貿易組織《紡織品與服裝協定》，全球紡織品貿易於2008年1月1日起實現一體化，紡織品配額全部取消，紡織品貿易的“後配額時代”已經到來，這是經濟全球化背景下不可逆轉的大趨勢。

配額體制的完全廢除將使全球紡織品貿易真正迎來自由貿易、公平競爭的新時期。取消紡織品進口配額，涉及各方面的利益：包括紡織品的主要進口國歐美發達國家;紡織品的出口強國中國、印度;依靠配額出口紡織品的國家，如孟加拉國、柬埔寨等。

在“後配額時代”的嚴峻形勢面前，中國服裝業巨頭雅戈爾集團股份有限公司董事長、中國服裝協會副理事長李如成先生最近發表的談話，可以說代表了中國業界的態度。他認爲，紡織品配額放開對中國紡織服裝企業來說，是一件期盼已久的事情。從全球範圍來講，中國的紡織服裝行業具有明顯的競爭優勢。配額取消意味著雅戈爾終於得到了平等參與競爭的機會，這應該是一個全行業的利好。

談到近期針對中國紡織品的反傾銷調查和如何看待複雜多變的國際貿易環境問題和如何應對“後配額時代”的貿易壁壘等問題，李如成先生表示，配額放開是機遇與挑戰並存，但機遇一定是大於挑戰的，雅戈爾會用積極的心態去應對一體化時代的到來。他說，配額取消涉及到全球範圍內原有利益格局的調整，歐美等國出於經濟、政治利益上的考慮，會對中國企業的出口設置一些限制，原來受到配額保護的國家可能也會對中國企業懷有敵意。因此，一段時間內各式各樣的貿易摩擦恐難避免。但是，歐美國家的反傾銷、特保等限制措施必須按照世貿組織的程序來進行，並且要經過一定的法律程序。

與配額限制相比，貿易壁壘的影響程度和範圍有限。要相信開放和公平競爭是主旋律，貿易壁壘只是延緩了中國紡織企業的進入、開拓和發展市場的時間。中國紡織企業要真正從配額取消中獲益，必須強調以質取勝，而不是以量取勝。

日前在佛山舉行的“全國紡織集群產業創新現場會”上，中國紡織工業協會會長杜鈺洲提醒企業，“以數量謀求利潤是錯誤的，不要以爲規模擴張一倍利潤就會隨之增長一倍，只有發展自己的原創技術與品牌才是企業的出路所在。”

在浙江傳統的紡織大市紹興，衆多企業採取了不同方式面對“後配額時代”的來臨。一部分企業繼續堅持“價格戰”，試圖通過薄利多銷的手段在競爭中保持不敗。而另一部分企業則苦練內功，著力提升企業核心競爭力和產品的科技含量等，改變以大數量、低成本、低附加值紡織品出口的傳統局面。專家指出：配額的取消，爲我國紡織業的發展提供了良好機遇。但國外同樣可通過反傾銷調查和某些“特別保護措施”爲中國製造實易壁壘。中國紡織企業必須反省，儘快走出“自相殘殺”的低價競爭模式，用國際通行的質易方式去尋求利潤。

08’亞洲電子展將在台北舉行

麗台科技擴大新產品示範疇

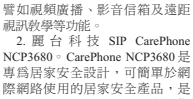
【本報特約記者伊娃報道】2008年度亞洲電子展（Computex 2008 Taipei）將於6月3日至7日在台北舉行。台北亞洲電子展是臺灣外銷展覽會中參展規模最大、海外買主數最多的專業展覽會。今年爲第28屆，預計參展廠商1,700家，攤位數達4,000個。

主辦單位表示，台北亞洲電子展是全球資訊產業界年度盛事，也是亞洲地區重要的經貿活動，已成爲知名專業ICT採購展覽會。近年來參展規模保持穩定成長，每年均吸引了來自全球150國及地區，包含知名大陸企業如：聯想、北大方正、清華紫光等前來觀展，爲參展企業帶來高達數十億美元的龐大商機，是IT業者與全球商業往來的最佳貿易平臺。

作爲全球最重要的年度國際性電子信息技術大展，將吸引全球所有IT產業的新技術與新產品參展。麗台科技股份有限公司作爲臺灣高科技產業的領導者之一，該公司將在本次電子展上擴大高科技新產品展示範疇，並著重展出全方位影音及多媒體通訊平臺。

麗台科技董事長盧崑山介紹說，麗台科技的展臺座落於世貿一館，其電腦多媒體事業群、無線通訊產品事業群及影音通訊產品事業群將讓參觀者體驗新世代多媒體影音生活。近年來麗台科技實施全方位高科技研發策略，推出了一系列足以豐富生活品質的新產品，其中將在本次展會上登臺亮相的包括以下幾個，北美地區的消費者可以與麗台科技美國分公司聯絡，可聯絡其美國代理商 Benny（626-272-7000）和 Jane (626-227-5447)。

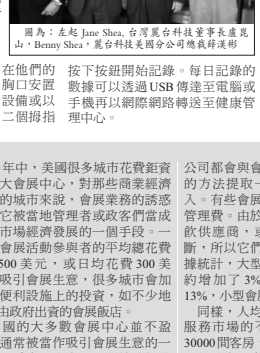
1.麗台科技 GVSC mm PBX 多媒體影音通訊暨視訊監控整合網路交換機。mm 爲多媒體 Multimedia 縮寫，mm PBX 提供多樣化影音通訊暨視訊監控整合功能以強化 SI (系統整合商) 業務推展，與當今市場尚未成熟的語音 PBX 比較可明顯表現其差異化，



譬如視頻廣播、影音信箱及遠距視訊教學等功能。

2. 麗台科技 SIP CarePhone NCP3680。CarePhone NCP3680 是專爲居家安全設計，可簡單於網際網路使用的居家安全產品，是一個以 MPEG-4 及 H.263 兩種影像壓縮技術錄影和 G.711 及 G.729 兩種音頻壓縮技術錄音的網路監視器，以觸發按鈕整合門禁系統。在緊急情況或需要時通訊，以強化門禁保安系統，也可替換門鈴和作爲訪客錄影電話的答錄機。此外它也可作爲一台居家護理照相機提供患者與家屬間最親密的通訊工具。

3. 麗台科技 Health baby-One Lead ECG 及體溫記錄器：Health baby 是 ECG 和體溫記錄器。此設備爲遠距醫療和使用者自我健檢而設計。在檢測期間，Health baby 不需任何電線連接，具備簡易的使用介面。使用者在他們的胸口安置設備或以二個拇指按下按鈕開始記錄。每日記錄的數據可以透過 USB 傳達至電腦或手機再以網際網路轉送至健康管理中心。



圖為：左起 Jane Shea, 台灣麗台科技董事長盧崑山，Benny Shea，麗台科技美國分公司總裁拜漢彬

會展中心如何實現盈利

過去10年中，美國很多城市花費鉅資興建或擴大會展中心，對那些商業經濟不太景氣的城市來說，會展業務的誘惑力更大，它被當地管理者或政客們當成刺激當地市場經濟發展的一個手段。一般來說，會展活動參與者的平均總花費大約爲1500美元，或日均花費300美元。爲了吸引會展生意，很多城市會加大在額外便利設施上的投資，如不少地方配建了由政府出資的會展飯店。

但是美國的大多數會展中心並不盈利。它們通常被當作吸引會展生意的一種工具，因爲會展生意可以間接地促進當地的經濟發展。不過，現在越來越多的會展中心也在努力爭取至少實現盈虧平衡。

其中一個主要途徑就是餐飲服務。在美國，大多數會展中心都與飲食服務公司簽有獨家經營合同，如ARAMARK公司。會展策劃者只能向這些公司購買餐飲產品。通常，這些公司提供的餐飲產品加價率都比較可觀。大部分餐飲服務公司都會與會展中心按照雙方事先協商的方法提取一定比例的銷售額或淨收入。有些會展中心則是收取一定的餐飲管理費。由於這些公司是中心指定的餐飲供應商，或者幾乎可以說是獨家壟斷，所以它們的利潤還是比較可觀的。據統計，大型會展中心人均餐飲收入大約增加了3%，中型會展中心增加了13%，小型會展中心則增加了18%。

同樣，人均餐飲收入的增加也因其所服務市場的不同而不同。在擁有超過30000間客房、展廳面積超過10萬平方英尺的城市，大型會展中心所舉辦的行業展示會的人均餐飲毛利最高，達到20美元，展銷會的人均餐飲毛利爲5美元；中型會展中心行業展示會的人均餐飲毛利爲17美元，展銷會的人均餐飲毛利爲2美元；小型會展中心行業展示會的人均餐飲毛利爲19美元，展銷會的人均餐飲毛利爲2美元。

顯然，展銷會的作用更多的是使空置的場地得到了利用，因爲它在客房住宿和餐飲產品上帶來的利潤非常微薄。

作者：王向寧