

最新直销激励演讲(通用6篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

直销激励演讲篇一

大家好！

今天我给大家演讲的题目是《我与企业同呼吸共命运》

朋友们，你们读了美国作家奥瑞森·马尔腾写的《与公司共命运》这本书吗？和你一样，当我读完这本书时候，让我使我彼为震动和感慨。它告诉我们一个道理，不论在什么社会里，企业与员工不是纯金钱关系、不是工资与工作的关系、不是劳动与报酬的关系，而是一种责任，一种做人的最基本的责任。你为此负出了劳动和艰辛，你就能得到回报。公司兴则我兴、公司亡我的责任，这就是我们事业成功的道路。

朋友，你想成功吗？让我们与公司同呼吸共命运，那么你就做一个与公司共命运是员工的使命。公司发展你才能发展。只有公司发达了，你才能够发达；只有公司赢利了，你的工资收入才能有所提高，只有公司发展扩大了，你的才能才有更大的发展空间，你的事业才有更多成功的机会。公司与你的关系就是“一荣俱荣、一损俱损”。

朋友，你想成功吗？让我们与公司同呼吸共命运，那么公司的事就是自己的事。我们每个员工都把公司的每件事，当成自己做的事，不要把报酬放在前面，而要把责任放在前面。天要下雨，一堆材料还未入库，雨淋了就会公司造成很大的损失；这时你就不能想：不给钱我不管、我不当班我不管、

不是我的责任。而应把责任放在前面，公司损失我损失，公司荣我荣，做一个荣辱与共的好员工。

朋友，你想成功吗？让我们与公司同呼吸共命运，那么让我们当好老板的助手。我们每一个员工都是老板的助手，处身处境地为老板着想，以老板的心态考虑问题，为老板出谋划策，真诚实意地提出合理化意见。带着热情多做一些事情，来增长自己的知识和才干。

朋友，你想成功吗？让我们与公司同呼吸共命运，那么养成良好的工作习惯。不仅考虑眼前的事情，而要谋划长远的目标；不屈任何困难和障碍，向着预定的目标前进。对无益于工作的事情有经常说“不”的习惯。要将不愉快的工作最早尽快处理的习惯。要有自动工作，不怠慢工作的习惯。对细小事情考虑周全，主次分明，迅速解决的习惯。有保质保量敬业劳作的习惯。有和别人协作的习惯。对自己所做的事情负责，不找任何借口。

朋友，你想成功吗？让我们与公司同呼吸共命运，那么让我们做一个与公司同舟共济。公司是船，你就是水手，让船乘风破浪，安全前行，是你不可推卸的责任。公司的命运就是你的命运，时刻代表公司的形象，做企业的主人，无论遇到什么困难永不后退。工作是你生命的支柱。自尊与自信是成就大事业的必须条件，任何工作只要我们对它有绝对的尊崇，它就具有至高无上的神圣性，没有一件事是卑贱的、可耻的。你所从事的工作，就是你的生命的石像。

朋友，你想成功吗？那么让我们与公司同呼吸共命运，忠诚是每个员工应尽的义务。忠诚是人类最重要的美德，我们一进公司就要宣誓，表示对公司的忠诚和决心，所以忠诚是一种义务和责任，它还是一种操守，一种评价员工优劣的尺度。你对公司的忠诚，公司也会用忠诚来回报于你。忠诚于你的工作。忠诚敬业是对一种职业的负责，你一定要对你的工作有强烈的责任感，真正地喜欢它。只有忠诚于自己的工作，

你的全部智慧和精力才可以专注在这个事业上，这个事业才可以称之为终身的事业。忠诚敬业的人无论走到哪里都会得到别人的信赖；无论从事什么样的工作，都会有成功的机会的。

朋友，你想成功吗？那么让我们与公司同呼吸共命运，那么做为一名合格的员工，必须有强烈的责任感和进取心，忠诚于公司忠实于他人，诚信经营互利合作。高标准严格要求自己，以平常的心从事工作参与竞争，以真正的实力和真诚赢得信任，服从领导顾全大局。真正做到“公司兴则我兴，公司亡我则亡”，与公司共命运。只有这样你的事业将会获得很大的成功。只要这样，你才能成功，让我们同公司共命运，让我们共同成长。谢谢大家！

直销激励演讲篇二

大家好！我是丹江口市汉江集团恒通机械公司财务科的一名会计人员。今天能被邀请作为企业纳税人与大家同台演讲，共诉诚信纳税而感到万分荣幸！今天我演讲的题目是：诚信纳税，永不褪色的金字招牌！

众所周知，诚信纳税是优化经济发展环境，促进社会主义市场经济健康发展的需要。市场经济是信用经济，信用经济的根本立足点就是诚信。加入世界贸易组织后，更需要加强信用制度的建设。诚信纳税，利国利民，也有利于纳税人自身的发展。诚信纳税是衡量企业的商业信誉和个人的道德品质、以及对国家和对人民贡献的重要标尺，是遵守市场竞争规则、维护商业道德的具体体现，是最好的形象宣传。我们每一个纳税人都应把诚信纳税作为生存发展的前提条件，立足于自身的长远发展，明礼诚信，依法纳税，树立良好的商业信誉和企业形象。咱们知道，现在的广告可谓是满天飞，但那是靠大量的资金装饰起来的呀！只要我们顺理成章依法诚信纳税，就会获得一块既促进企业发展又不用您掏一分钱的广告牌！如今，随着市场经济的不断发展，人们的经营理念发生

了变化，不再是以往的“一次性服务”、“逮着一个是一个”的短期交易，而是归功于“先有诚信，后有客商”、“服务无止境，诚信值千金”的共同发展，因此，规范经营、诚信纳税是关键，并且在纳税上讲诚信是利国又利己的事。

饮水思源，大家认识到没有税收就没有国家，没有国家就没有小家。思源才能明志，思源才能不断依法规范自己的职业道德和交易行为，思源才能在茫茫商海中拼搏打造。诚信纳税与国家和每个公民的利益息息相关。随着国家法律法规不断完善，人们纳税意识的不断提高，偷、逃税的名声不仅让经营者永远被钉在耻辱柱上，而且会让所有的关联企业像躲避“非典”、躲避瘟疫一样远离他。为了一个更好的经营环境，为了一个公平的竞争平台，我们呼吁所有愿为祖国的富强、民族的振兴而做出贡献的纳税人，如果你热爱你的祖国，请重新调整你的心态，不要被眼前的蝇头小利所迷惑，做一个诚实而又正直的纳税人！

20xx年12月27日，国务院总理朱镕基在人民大会堂庄严宣布：南水北调工程开工！至此，通过长期酝酿的，中国乃至世界上最伟大的水利工程画卷将徐徐世人展开。南水北调，一个多么伟大的构想啊！一个多么诱人的前景啊！这一喜讯顿使鄂西北大地一片沸腾，人们雀跃欢呼，喜泪涌流。南水北调中线工程源于十堰市。十堰市国家税务局局长张有斌激动地说：“我坚信南水北调中线工程建设，与东风日产合资合作、银武高速公路，武当山机场建设和国家扶贫开发等重大历史机遇一起，将成为十堰经济发展的直接推动力量，给十堰市带来新的发展机遇，也必定会给十堰市带来滚滚税源！”换言之，丹江口水库大坝加高，丹江口水库的扩建，对于丹江口市来说，无疑也是千载难逢的机遇，将促进水源地丹江口市与北方四省的经济技术合作，并为丹江口市的经济增长带来无限商机，促成经济的快速发展。南水北调工程中线开工以后，丹江口市作为调水源头城市，已成为世人关注的焦点，与日俱增的知名度，给全市招商引资带来众多的机遇，

外地企业来丹投资建厂，兴办实业，会为丹江口市经济发展增加动力。

看到诸多的发展变化，想象着未来的美好前景，我们在思考，外界通过南水北调了解了丹江口，可是我们作为地方的现有企业，应该做些什么呢？难道仅仅是靠山吃山，靠水吃水吗？不，我们要抓住这次机遇，紧紧维系来自各地的投资者，以我们的人文水色，以我们的热情周到，更以我们的规范经营、优质生产、诚信纳税来赢得客户，赢得丹江口的永久发展，赢得丹江口乃至十堰市的灿烂明天！

如今，诚信纳税已深深地映在人们心中，就拿我们公司来说吧，在20xx年我们接揽了汉江集团铝厂的电解槽等工程□20xx年12月产品销售收入为434万元，于20xx年1月就足额上缴了738,107.08元，可在当时我们全厂已有两个月的工资未发，但当我们收到对方预付的加工款时，全厂上下没有丝毫动摇及时上缴了全部税款，虽然工资又会推迟发放时间，但大家心里是踏踏实实的呀！这也说明了各地的税收宣传工作做到人们的心坎里了。通过翻阅《湖北国税》、《湖北财税》等税务书刊，看到许多靠诚信纳税致富的纳税人，心里觉得特别敞亮。荆门市中天街经营服装店的一个纳税人在申报纳税时，主动申请将自己的税收定额由原来的400元调至800元。办税人员不解，他笑着说：“这得感谢你们哪，是你们授予我的那块‘诚信纳税户’匾牌火了我的生意。我店子扩大了，这税当然要多缴呀！”原来这位纳税人下岗后，在荆门市最繁华的商业街——中天街开了一个小服装店。这条道上，服装店三步就有一家，为了招揽顾客使出了浑身解数，打折促销、买一送一等五花八门、别出心裁的促销手段层出不穷。可他却不为所动，他认准一个理，做生意讲的就是诚信：诚信待客，诚信纳税。开店两年多来，尽管生意一般，但没有一次不按时缴税的。不论旺季淡季，他每月总是按税务局核定的税额，在1号到10号准时地将税款送到国税局。因此在去年，他荣获“诚信纳税户”的光荣称号。这下可灵了，他经营的服装店生意渐渐火红起来。顾客看到“诚信纳税

户”的牌匾，都放心地进店选购。“他是‘诚信纳税户’，做生意肯定实在，不会坑害消费者。”这样的赞美不绝于耳。一传十，十传百，他现在已在中天街小有名气，常来光顾的一些“回头客”也越来越多。店子的生意好了，他跟妻子商量后，把店子后面的厨房改成了经营地，扩大了门面，生意自然越做越大了。一个月后他经过计算，每月的销售额增加了一倍，于是，就到税务局申请增加税收定额。今年，他又被荆门市国税局聘请为“社会特邀监察员”，他在一次纳税人座谈会上自豪地说：“‘诚信纳税’是我的金字招牌。”您听一听、瞧一瞧，这诚信纳税的作用多大呀！对于这利国又利己的事，您还犹豫什么呢！让我们从自身做起，规范经营、诚信纳税，不用再走街串户地为企业做宣传，不用再花大把的钱去做广告，咱们的知心人自然会送上“金字招牌”，大批的客户、大把的资金会源源不断的涌进你我的企业，到那时呀，保管你笑的合不拢嘴儿！

企业纳税人演讲稿, 标签: 立足岗位演讲稿, 岗位竞聘演讲,

我在这儿说了这么多，最终还是应该贵功于诚信纳税的好处多多。但是我既然站在这个演讲台上，首先还是要感谢十堰市国家税务局举办了这次国税干部和纳税人同台演讲的活动，它很有新意，并让我们更深一步的了解到了税务工作的方方面面和点点滴滴，也更进一步加深了作为纳税人诚信纳税的重要性，两全其美、皆大欢喜！真可谓何乐而不为之，何乐而不多为之呢！并且在南水北调中线工程即将开工之际，举办此次演讲活动其意义更加深远，印象会更加深刻！因此我作为丹江口市纳税人的代表，会感到责任重大，但同时也更有信心！我也愿尽自己的微薄之力为南水北调工程添砖加瓦！为丹江口市、为十堰市奉献我的全部！

我的演讲结束了，谢谢大家！

直销激励演讲篇三

不知不觉中，来移动已经一年了，这一年是不平凡的一年，更是让人刻骨铭心的一年，回首在这个大家庭里一年来的点点滴滴，有太多的感动、感悟和感慨，但，更多的却是感恩。

还记得，一个人背起行囊，离开自己熟悉的校园，告别二十余载的学习生涯，来到了一个陌生并期待着的环境里，开始了人生一段新的旅程。

来到公司的第一站，就是去营业厅实习，在那里师傅们就提醒我，营业厅作为移动直接面向社会的窗口，一言一行都代表企业的形象，做好业务工作就要练就一付好脾气，好耐心，尤其是面对客户的不满，更要耐心的向客户解释。为塑造良好的企业形象，工作中，我力所能及地为每个客户做好服务，给客户一个灿烂的微笑是我工作的开始。工作中，我常常告诫自己要用我们的爱心来换取客户的舒心，将“客户为根，服务为本”作为规范自己行为的准则。

记得炎炎夏日的一天，一位客户怒气冲天的来到营业厅，他说平时他每月话费不足百元，上个月竟然高达300多元，可自己并没有打过太多电话，他认为是移送计费系统弄错了，要求立刻退钱。当客户说明原委后，我马上查询用户的话费使用情况，经查询发现是他上个月的上网流量猛增，比平时多用了一百多兆，，所以才造成这么多的话费。听完这些，这位先生突然想起来了，上个月他家小孩一直用他的手机上网玩游戏，想到这些，这位先生很不好意思，对自己的不礼貌表示道歉，还反过来感谢我们。说：“刚才是我不对，如果不是你们帮我及时找到原因，说不定这个月话费还会居高不下呢”。

炎炎夏日很快就结束了，我也来到了第二站，也就是现在的建维部门，做一名普通的网络维护人员。岗位虽然平凡，但

我深知，肩上的责任却不简单，因为在我们这样的企业，网络就是我们的生命线，网络也是我们相比于同行业中其它运营商的最大优势，网络更是客户一直信赖我们的根本所在。

在刚进入这个岗位的一段时间里，自己几乎是从零开始，懵懵懂懂的跟在师傅后面学习了一段时间，在此期间，公司也给我们这些新进的员工很多次完整的专业培训，记得那段时间，基本上每个月都要去财务部跑一趟，甚至更多，来报销自己的培训费用，以至于别人开玩笑的说。财务室的门槛都快要被我跨倒了。正是在这种良好的工作氛围和完善的人才培养体制下，才让我很快的进入角色，从一开始的简单的道路信号测试，到撰写测试报告，再到后来的客户投诉处理，直至来后的基站故障处理等等。在实践的磨练中，都让我学习到了很多学校里学不到的知识，在公司的精心培养下，让我能快速、从容的适应自己的工作岗位，在领导的谆谆下，我实现了从学生到一名合格职业人的转变。

一直带着一份心情—敬畏之心和感恩之情，在自己平淡却不平凡的岗位上去享受这份工作，去热爱这份事业，去践行“正直包容 坚韧致远 求是图新 协作争先”的企业工作文化，我想这就是我对这份“感恩”最好的诠释。

功夫不负有心人，过去的一年虽然几经风雨，付出很多，但却也硕果累累。在自己和同事的一同努力下，所在班组获得20xx年度省公司“先锋班组”荣誉称号，所在部门被评委20xx年度“安徽移动企业文化示范点”。虽然尝到了收获后的甜美，但我们也深知，荣誉都只是属于过去，荣誉也不是目的，它只是、也应该是我们不断前行的动力。

一滴水只有放在大海里才不会干涸。正是因为有那一滴滴海水的力量汇集，才会有蕴涵着无穷力量的波涛，所以，作为一名移动员工，要成长，就要把个人的命运和公司的命运紧紧联系在一起。接下来这个舞台上，不论是过去，现在，还是未来，我都将更加尽心尽责的在这份平凡的岗位上去奉献

自己，与公司共成长，书写青春的新篇章。

20xx年8月

直销激励演讲篇四

各位同事

下午好

各位同事,我认为销售能够改变命运。在三四年前,我是一个毫无经验,毫无社会背景的人,面对寻找工作和个人能力提升没有任何方法。那个时候只想找到一份工作,找到一份能够养活自己的工作,因为我从四川达州过来,一直在哥他们哪儿住着,压力很大,毕竟在外比不上农村,吃住都要钱的,我在哪儿也会增加他们的开支。因此,我渴望能够找到一份工作,一份稳定的工作,从而来减轻他们的负担。但由于能力问题,没有经验,任何工作都很难寻找,现在回想起来,我寻找过的单位和简历,不少于200家。那个时候,我对电脑感兴趣,我想从事有计算机方面的工作,由于没有任何经验,没有一家单位对我感兴趣。因此,我只有放弃自己的爱好,放弃自己那份曾经的执着,抱着随便找工作的态度找了一份长达12小时的工厂工作。由于企业经营不稳定和我个人定位不准确的因素,我换了无数份对自己毫无兴趣的工作。从此人变得极为麻木,对生命也就不太负责起来。我想,这应该是可怕的,现在回忆起来,应该非常可怕。

在无意中,我在书店闲逛,看到了一本书是林伟贤的《money&you》,当时只是随便翻了几页,后来就非常对这本书感兴趣,买回家一口气花了两天时间看完了。这本书受益颇深,建议各位有空去看看。这本书让我学会了系统思考问题的能力,如何看清自己,如何定位自己的一些思路,同时书中的一些名词,让我很感兴趣,感觉很好,知识有所长进。后来我就去想

改变自己,经过无数思考,我最终还是打算从事销售方面的工作。

怀着这样的定位,找了无数相关方面销售的工作,行业有很多,最终很难,因为没有经验。最终,在好心人的引见下,我销售的第一份工作就是推销员,推销牛奶,这家公司选择我的原因就是感觉我机灵。引见到这个公司的人是郑姐,现在还能够想起这个人的名字。那个时候是鲜奶,专门每天去外面推销鲜牛奶(就是每天要送到别人家的)。现在我都能够想起这家鲜奶的名称,厦门心鲜乳业有限公司,我当时工作地点是在泉州安海镇。面对工作的来之不易,我倍加珍惜这份工作,很想在这里能够干出一番天地,干出自己曾经理想中的一切。就这样,我对这份工作不抱有任何怀疑和猜测,只有努力干。我还记得,当时我们进这个鲜奶配送站的有好几个人,具体是哪些人我忘记了。按照惯例,进去就要讲一些相应关于牛奶的专业知识,然后第一天下午就去跑楼层,跑小区、跑住户,楼层一家家推销。那个时候按照现在的叫法,就是所谓的扫楼,最终通过我的5个小时的努力,谈了10多个单(毛单),我以为回去经理会骂我,最后经理统计我的单最多,他们都是0单,最后我被冠上了一个“业务能力很强的业务员”的头衔。由于这份工作的待遇是包吃住,所以我认真对待这份工作。一直干了好像3个多月。

我只所以要离开,是因为我在不断学习,学习了一些销售方面的系统化知识。包括销售团队组建、业绩考核、销售人员薪资等。最让我觉得兴奋的是,我在所有知识中彻底分清了“营销”与“销售”的概念,“管理市场”与“开拓市场”的概念。最终我选择了一家it公司,由于时间关系,我就不一一细说我找工作的一幕幕.....现在回忆起来,我目前感觉从事销售工作一直以来,让我最自豪的就是能够在世界五百强的公司可口可乐上班,从事快消的营销工作,的确兴奋,来之不易。最终我离开可口可乐,感觉是它的待遇不怎么合理,不是我想要的,所以我选择离开了。我记得在应聘可口可乐“业代”(业务代表)这一职位时,我们当时应聘的人有50多个,最后是我与一位稍

黑的男孩被录取了,我感觉很自豪。证明我还是有一些能力的,不是没有能力,因为在哪些人当中,无论是论学历和资历,我都不如他们强,最后我能够应聘成功,在我的职业生涯中,可以骄傲一下,哈哈。

在面对可口可乐面试官问我:“如果今天你没有被我们录取,你怎么办呢?”,我平静地回答:“可口可乐是世界五百强公司,能够在这家公司任职,是我的梦想。今天能够来到世界五百强的公司可口可乐,这其实就是一种成功,一直自豪。没有关系,我没有应聘成功,只能证明我还有些条件不具备,达不到你们的要求,没无其它”。面试官对我这一问题,非常满意,我想这应该是我能够应聘可口可乐成功的原因吧!

同事们,当我去选择从事销售工作时,我的家里人反对,他们觉得这一行没有什么可图,其实我不这样认为。回到现在,我通过不断努力,不断学习我现在是一位全方位的销售人才,同时又是一名部门经理人,策划人。曾经的我通过不断学习,从事了广告策划一职的工作,我想这是对我今天打下了一些很好的基础。现在回头看看我哥他们与我来比较,我比他们强n倍,他们面对烈日,整天靠体力赚钱,而我可以在办公室吹吹空调,动动脑子靠脑力来赚钱。这就是选择,因此我面对曾经的选择,我不后悔,很庆幸自己能够从事销售,能够做好销售,而且还能够做了这么多年。这一切都是基于我愿意学习,愿意奋斗。我想还有些原因就是客户所说的,我对工作是很有责任心的,有激情的。任何时候,我都没有放弃,客户也非常喜欢我这种勤奋,执着的精神,有很多公司都想让我去他们公司,以我这种激情,随便能够组织一支非常有力的团队,帮助他公司迅速来开拓市场,客户如是说。至于客户他们说的是否是真实的,我们暂时不看,但至少让我从中总结了,也充分证明了一个人只要不放弃,不抛弃,坚持自己的梦想去做,我想一定能够成功,一定能够把销售做好,业绩做好。

同事们,销售我想能够改变命运,我通过4年的销售工作经历发现,销售可以让人勤奋、提升我们受挫能力,同时销售还能够

让我们学会尊重、沟通、和理解,还有就是不断能够换位思考,如果我们是客户,会选择这样的服务公司和销售代表吗?销售不仅能够历练人的毅力,还能够让我们不断学习,因为现在是信息时代,知识经济时代,人家在聊的东西,你居然不知道,我想这是最大的失败。我们销售代表经常在说,这市场难做,项目不好,其实我认为没有不好的项目,只有不好的销售代表,不适合或者说轻易放弃的销售代表,我想一定人如果没有定性,没有执着去坚持,而且期望又高,我想再怎么都做都失败。

时间不多了,我只想以在《赢在中国》栏目播出时姚明的那句话来结束今天的演讲——“努力不一定成功,但放弃一定失败”。希望我们每一个都要敢于挑战自己,挑战团队,挑战市场,全力拼搏。记住,任何时候不要放弃不要抛弃,坚持着自己的梦想,全力去做,我想我们每一个人都能够在维博网络这个公司里实现自己的价值。

大家好!非常高兴能和大家有缘聚在一起,首先要对各位优秀的的朋友抽出宝贵的时间参加这个聚会表示真诚的感谢!!愿我们能度过一段愉快的时光!

有人长期走入赚钱的误区,一提到钱就想到开工厂,做生意. 这

有人面对一个来之不易的良好机会总是拿不定把握,于是去问他人,问了10个肯定有9个说不能做,于是就放弃了. 其实机会来源于新生事物,而新生事物之所以新就是因为90%以上的人还不知道、不认识、等90%的人知道了就不再是新生事物. 但再过一段时间,这10个人都点头时,我想这个市场就已经开始饱和了!

世界已进入了一个新时代,财富的概念已经发生了深刻的变化. 财富不再以占有土地、矿产、工厂、劳力等游行资金的多少来衡量. 而是以掌握信息、知识、智慧等无形资源的多少来衡量了. 再不改变观念,用传统思维来指导你的行为. 你就要被社会无情的淘汰!富人之所以富,是因为他们敢于在大多数人还

在犹豫不决的时候就作出了实际行动. 他们先行了一步, 便抢得了商机, 占领了市场. 在别人还不了解的时候, 你开始行动, 你便抢得了商机, 占领了市场制高点. 早一天加入, 你就早一天获得成功!

现代直销是一个被广泛讨论但是却常被误解的主题。有些人把现代直销和传统直销混淆, 有些人把现代直销和“老鼠会”“金字塔”相提并论。在营销的文献中也几乎被忽略了, 例如在一本1993年美国很畅销的零售管理教科书中, 甚至没有提到直销, 在世界各商业词典中也没有现代直销的定义。

定义是对于一种事物的本质特征或一个概念的内涵和外延的确切而简要的说明, 现代直销的本质是什么? 人类最早的商品配销方式为什么又会以崭新的面貌重返社会经济舞台? 这是由生产力, 社会经济的发展所决定的, 是由社会财富存在形式的变化所决定的。在作坊社会经济中, 社会财富主要存放在土地中, 也就是说谁拥有土地, 谁就拥有财富, 在机器工业化社会经济中, 社会财富主要存放在机器, 矿产中, 因此, 谁拥有机器, 矿产等资源, 谁就拥有社会财富, 而在现代市场经济中, 社会财富却主要存放在流动中间环节中, 因此, 谁掌握了商品流通的中间环节, 谁就掌握了社会财富。在市场经济中, 生产者不掌握流通中间环节, 并且越来越被边缘化, 因此生产者求变成为必然. 只有了解了这些才能掌握现代直销的本质, 也才能对现代直销进行准确的定义。

直销激励演讲篇五

简单的说, 将工厂生产出来的产品通过直销的手段, 直接送到顾客手中, 让顾客享有更廉价的产品, 更直接、更满意的服务。除了提供廉价的长品、优质的服务之外, 也提供了想从事这项事业的人, 让人也能借此拥有一番成就事业的机会。

更简单的说，直销是自己用，自己省，如果觉得效果不错，甚至可以自己卖、自己赚。

目前的中国直销界正处于春秋战国时代。从历史角度看，无论是东方或西方，只要是思想发生冲突的时代，都是文化辉煌的时代，直销是世界潮流的大势所趋。从物质贫穷的计划经济年代，走向小康富裕的市场经济时代，如何更有效率的将产品销售出去，是每一家企业最重要的一个课题。所以直销在中国的产生，是改革开放必然的结果，是中国经济与国际经济接轨的必然产物。孙中山先生说：世界潮流，浩浩荡荡，顺者昌，逆者亡。我们必须顺应世界的潮流，甚至引领世界的潮流，造福每一位中国人。

首先谈谈，目前中国直销界的特色：

一：从事直销的人，缺乏直销的素质与涵养。

没有人就没有问题，直销界出现了许多问题，关键在于一些从事直销的人缺乏失效的素质与涵养。

1：不了解直销伦理

直销是一个饮水思源、宽宏大量的事业。做直销事业比不可能靠一个人单打独斗，必须发挥经营团队组织的力量来拓展。

组织力量如何发挥呢？

首先必须要有直销伦理的精神，推崇领导。因为一个人如果没有领导的指引，是永远无法成功的。我发现每一位中国人，都特别的能干，特别的聪明，谁也不服谁。你是你，我是我。就像散落一地的珍珠，各自为阵。无法精诚团结，也就无法呈现出组织的力量，没有组织，事业做不大，就不是我们加入直销的本意。

2: 无法坚守直销原则，眼前有业绩就好，不管他人的死活

由于在中国社会从计划经济发展到市场经济，在短短的几十年中，发生了翻天覆地的变化，每个人都想脱贫致富，导致许多人急功近利，梦想一夜致富。事实上，天底下没有不劳而获的，你要怎么收获就先要怎么栽。所以有的人为了吸收人员，不惜使用诈术，例如，那高额的收入资金，宣称发财很快，担人吸引进来以后，只想利用他，从来不想根本的培养他，教导他正确的理念和实际的操作技巧，只重视聚餐，交谊，热情的煽风点火，最终的目的就是要你进货，拉人，从头衔。

二：以人身攻击，作为拓展市场的武器

任何的行业，无论是衣、食、住行，连国与国之间的国防、经济都因为有竞争、有比较，有批判，才会有进步。直销界对直销理念的批判，对执行方式的运作意见，如果完全采“对事不对人”的态度，不但无可厚非，而且可以说直销界携手共进的最好方法。可是我们纵观当今中国直销界，连菜市场都不像。菜市场很乱，叽叽喳喳，卖的东西，五花八门，但还有“秤”作为议价的标准。而今天中国的直销界，却以诽谤、攻击、污蔑他人，作为拓展经销网的捷径。不只是同行之间如此，连同一家公司内部也所在多有。

三：产品良莠不齐

目前中国直销产品良莠不齐，根据市场调查，5成以上的消费者对直销产品不信任。有的产品来源不明，品质低劣，有关产品的宣传和产品的实际功能不符合，甚至有张冠李戴之嫌，还有产品本身理论基础便是错的。这些问题，看起来已是司空见惯，几乎是理所当然，实际上，这是非常危险，非常不道德的。

中国人做生意最讲究“口碑”，什么是口碑？

顾客讲一句话，胜过老板讲十句。所以好的产品是成就事业最重要的基矗如果一家公司没有好的产品作为事业基础，即使有再好的营销计划，一切都是空的。

四：削价

在直销事业里，不同的直销公司之间，类似的产品，可能有不同的'定价。这原是属于企业间差别定价的范畴，他有可能牵涉各公司的成本花费或行销策略，本无可厚非。现在我要说削价是同一系统的经销商，对同一产品却有不同的价格，甚至同一经销商搜出来的同一产品都有不同的价格，这是直销界的致命伤。

直销事业是经销商直接面对公司和最终的消费者，谈不上什么中间条件的差异性，因此没有理由造成削价，可以说，市场削价是死路一条。

追根究底，这都是人的问题，是经销商涵养不够。

五：直销理念源于美国，就理论来说，它主张复制，没有瑕疵，拿到中国就变了样。由于直销公司的经营者，有的对直销理念了解得不够透彻，有的为了快速见到利润回收，有的根本没有长期经营此事业的打算。只将它当作暴发户的速成班，制定出来的直销制度不健全，即使忠诚的经销商遵守了这些制度下的原则，越复制越糟，当然造不出一个健全的直销界。所以直销公司的经营者，是否具备了实战的市场经验和长远经营打算的决心，是一家直销公司成败的关键。

从事直销的人，缺乏直销涵养，以人身攻击作为晋升的武器，产品质量良莠不齐，削价，制度不健全，造成了直销事业的社会低落，家人无法正是这门事业，这到底要是人们对他有歧视，还是直销者咎由自取呢？在这样艰难的市场环境下，随着中国直销立法草案的通过，一个正统的皇家直销商应具备正确的直销理念。

最基本的理念就是100%复制

复制是一个行之久远的观念，早在2200年前，秦始皇统一中国就已经开始了。他统一了中国的文字、车轴、度、量、衡，这件事奠定了中国到今天仍是一个国土辽阔的伟大国家的重要基矗今天的史学家，在这一点上对秦始皇推崇备至。我相信，这就是复制的起源，这是中国老祖宗最早提出并实践的。

大家好，很开心能和大家一起分享我的销售心得。

销售做久了，自然是没有性格，没有个性了，时间像一块磨刀石一样早都把人的性格磨平了。

当然房产销售行业的职业顾问，大多都很年轻，几乎是清一色80以后的独生子女，这批人的性格要强，阅历很浅，知识面相对不宽。而如今的房产行业竞争也越来越厉害了，客户对房产的知识也越来越了解，因而也越来越挑剔了，于是表面上客户与职业顾问的冲突也会越来越多了。

我们应该如何理性地看待这个问题呢？其实这个问题只是表面现象，多年以后随着社会历练的增加，销售经验的丰富，自然就好了。那么既然是表面现象，其实就不是很重要，重要的是问题的根子——如何和客户打好交道。

到底如何和客户打好交道呢，这是一个很难回答，也是一个仁者见仁、智者见智的话题。

我认为和客户打交道的核心问题在于应该围绕着了解客户的需求。如果通过一些办法和技巧，能了解到客户真正的需求之所在的时候，在与客户的接触过程中就已经了解到了客户的需求的话，下来的第二步就变得既简单又琐碎，说简单的原因成交概率相对已经很高了，说琐碎是因为下来的合同，质量等对一些未定因素的承诺，是很繁琐的。

当然了解客户需求的时候，一定要学会拒绝，而且在这个过程中你必须拒绝，在你认为比较恰当的时机，对客户的需求很干净利索不留余地的拒绝。

这样做的效果会让你有一个意想不到的收获。

随着客户意向的逐步表露，谈判的逐步深入，这种进度自然会让你有一种预期成功的喜悦！

直销激励演讲篇六

我们该如何理解今天所处的环境？这是我最近一直在关注的问题，也是大家问我最多的问题。大家会从各个角度去看，无论是中美关系，还是我们看到今天大的经济环境的调整。

1、所有东西都在不断升级

在今天的整个经营环境中，所有的东西都在迭代升级，没有东西可以停留在原来的框架之下。这种不断迭代的要求，是对每个企业根本的要求。在我们回看自己时，第一个对环境的认识，就是必须不断地迭代。

比如微信，它已经是一个我们非常熟悉的产品，但它依然在不断地迭代。我们看到的所有的行业，今天都在重新定义。更重要的是，你的产品和服务的融合，必须是一个跟随顾客不断成长的过程。

2、一切都正在转换为数据

所有的东西都在数据化。数据决定了我们在市场中的机会到底在哪里。所以我们在讨论整个企业的价值方向时，我们要理解两个最重要的东西，一个是效率，一个是价值创新。很多人说商业模式创新是很困难的，特别是传统的企业，我就

告诉他，不用紧张，如果你的效率比别人高，机会还是有的。因为数据的转换过程中，两个维度都有机会。

3、大多数的创新都是现有事物的重组

在今天，大部分的事物都是现有事物的重组。并不是说很多东西是没办法想象的，我们今天看到的非常多的东西，就是我们现在已知的东西，怎么样重组？最典型的例子就是苹果。苹果并不是第一个做手机的，但是它改变了这个行业。它也并不是第一个出电脑的，但是ipad出现，我们发现整个应用变得完全可能。我们很多人很怕新，但是它并没有那么困难，你只要对现有的事物更好地去做重组和组合时，就会发现大多数的创新，都是由这个地方发生的。

4、深度互动与深度学习

因为创新的要求，使我们需要很多的学习，我们讲的人工智能，或者未来更多的深度智能化，很重要的一个部分，不在于机器能不能像人，而在于人能不能保持自己的创造力。所以我之前说过一句话，其实我并不担心机器像人一样思考，我比较担心人像机器一样思考。我们一定要饱有自己深度学习和深度互动的能力，这种深度学习和深度的互动使得人更具创造力和更有创造的价值。包括我自己也在做在线课程的尝试，就是希望有一个新的技术手段让我与企业家之间的深度互动和深度学习可以更加推进。

5、核心不是分享，而是协同

在今天，核心并不是分享，更重要的是协同。我写文章不断地和大家交流，更重要的不是陈老师要分享什么，而是我们之间通过不断地协同、互动，做这样一个知识分享，这种协同的效率，是更容易产生价值的。

所以大部分的情况下，很多人会说，我一定要去做分享，分

享很重要，但我们还要再加一样东西，就是你愿不愿意协同创造价值？如果我们没有能力协同创造价值，我们就没办法创造更大的系统价值。

6、联接比拥有更重要

(1) 你能不能够把员工边界和顾客边界打开？

(2) 你能不能让自己不可替代？

如果从这个角度去讨论，你会发现动态是一个根本的特征，我们所有人都必须接受，没有哪些东西是固定不变的。所以边界一定要调整，不断迭代和优化，集合智慧形成解决方案。

7、*不是从内部出现的

很多人怕被*，但*一定是个事实，因为*从来都不从内部产生。在你不经意的时候，有可能就被*了。我们要从外部看被*时，内部怎么调整自己？怎么开放学习？怎么和这些将要*我们的人产生共同协同的价值和共生的价值？这一次我们比较在意「创」、「赢」和「生」，但我更在意前面的「共」字，如果没有共就没有创，没有共就不会有生，没有共就没有赢。实际上「共」的概念变得重要，如果你不这样了解，外部就会把你*掉。*相机行业的是手机，*银行的也可能是支付宝。

这种*是外部带来的挑战，怎么给自己选择一个解决方式，我们今天的「共」，就是一个很好的解决方式。

8、可量化、可衡量、可程序化的工作都会被机器智能取代

我认为这八点对大家来讲非常重要，我们如果从这个角度看，会寻找到更多新的机会。

基于这样的理解和研究，我认为我们要有三个的变化：

1、关于战略，从「竞争逻辑」到「共生逻辑」

第一个变化，战略上我们要调整。这是我和廖建文教授的一个持续研究中的一个结论：我们要从竞争逻辑转向共生逻辑。如果我们按照工业逻辑去讲，我们要赢，我们肯定就是一个竞争关系。但如果我们按照数字逻辑去看，我们就必须寻求生长空间。因为我们很多行业被重新定义时，边界被打破时，游戏规则被改变时，你并不知道新的游戏规则是什么。所以我们所谈的赢的所有条件的基础已经改变，我们更重要的是要寻求生长空间。如果要寻求生长空间，我们战略的空间定义就要被调整。

我们讨论战略只说三个最重要的东西：

- (1) 我想做什么？
- (2) 我能做什么？
- (3) 我可以做什么？

所以我们在战略上基本上是回答这三个问题的总合。

想做什么就是我们初心，能做什么就是我们的资源和能力，可以做什么就是我们跟产业条件和外部市场做对接。但今天的战略逻辑如果我们继续回答这三个问题，你会发现变了：你想做什么？是要重新赋予定义；你能做什么？最重要跟别人连接；你可做什么？要跟别人跨界。

- (1) 连接器；
- (2) 重构者；
- (3) *者；
- (4) 新物种。

当这些优秀的创新企业出现，整个市场的格局确实被它们重新构建出来了。所以我对很多人讲，不是今天机会变小了，真的是变多了，最重要的是你要把你的经验扔掉，才能做得到。

所以我们在可持续的数字战略中，要成为一个赋新者、跨界者和连接者。这样才能找到我们全新的机会，这是从战略上我们要做的改变。

2、关于商业，探索未知、穿行时光、呼应人类感性的行为

我们一定要讨论商业价值是什么。大家也很清楚，我最近经常讲，人在这个世界上并不是一个消费者，他应该是一个生活者。有人和我说，这个不一定完全对，我们还应该是一个造物者，我觉得那是企业家的逻辑。对于任何的商业逻辑来讲，我们必须回到人是一个生活者，如果人是一个生活者，商业在完成什么？商业在完成认知与呼吁人类行为的部分，我们要注意这件事。

我一直在研究大企业，这些大企业真正有影响的不是因为它大，不是因为它有野心、有远见、有能力，而是因为它们对于追求美好生活所带来的价值，以及帮助人类近距离、远距离分享价值的能力。当它有这个能力时，它就去满足了个体，也同时给了过程体验。这时，他们的产品实际上就是一个交心的过程，是爱、惊喜和可靠的传递。

如果我们的产品不能给这三样东西，这个产品就无法得到大家对它的追随。所以我非常希望大家的产品是一个心与心的交换，心与心的托付。

3、关于企业，成为全新价值的创造者

我认为企业就应该成为全新价值的塑造。当你成为全新价值的塑造者，就像华为走到终端，海尔的「人单合一」，大童

的中介保险服务，它帮助我理解了我们怎么用保险爱护人、推动人，我们要理解什么是全新价值的塑造，这也是我对很多企业的愿望。

因此，我们的核心就是要做这三件事：

- (1) 以价值成长激励成员。
- (2) 以伙伴关系促进创新。
- (3) 以个性服务赢得顾客。

未来的组织应该是一个共生型的组织，不是一个独立的组织，也不是简单的平台型组织。未来的组织形式是互为主体的，你是主体，我也是主体，最重要的是共生。当我们可以共生时，整个状态才会存在出来。这样的共生，打破了单向的竞争，打破了价值活动分离的模式，我们真正围绕着顾客价值形成了一个理解顾客的概念，这个组织就是我希望的组织，也希望你能成为一个共生型的组织。