

如何走上成功直销之路？

直销人都希望自己的能力能够获得倍数的成长，但是，每个人的奋斗过程中，最重要的是认识自己，清楚直销市场，及有一个积极、乐观的心态，唯有如此，就是你要积极行动的那一时刻了。

直销路起步之一：成长的源头是努力

直销人都希望自己的能力能够获得倍数的成长，但是，每个人的奋斗过程中，最重要的是认识自己，清楚直销市场，及有一个积极、乐观的心态，唯有如此，就是你要积极行动的那一时刻了。

直销人都希望自己的努力能够获得倍增式的成长，但是收获与付出是成正比的，在奋斗的过程中一定有喜有悲，但是如何能够让自己不断地成长，下列三点是非常重要的因素：

(一)举秋毫不为多力，举日月不为明目，举雷霆不为聪耳

许多人认为自己很优秀、很了不起。只不过将小小的一根草轻松地举起来，就以为用了很多力量;抬起头来能看到太阳、月亮，就以为自己的眼睛很明亮;听到打雷的声音，又以为自己的耳朵很敏锐，可以将声音听很清楚。像这些一般都可以做到的事情，根本不足为奇，如果我们一直将自己视为成就非凡的人，就永远无法获得长足的成长。所谓“人外有人，天外有天”，即使自己的才能独特，也必须要虚心的不断学习。

(二)不下田，一块田都耕不动

开计程车可以赚钱，但是不可能买了一部车子却不使用，若是如此将永远也赚不到钱。直销事业也是一样，想得到收获，就须努力地耕种，不断地约人。即使听再多的演讲，学了再多的技巧，都不如实际的行动——约人，但是切记，约人的时候绝不能以主观的想法判断这个人会不会签约并从事直销。

有个年轻人，他是业余的钓手，很喜欢垂钓。冬天闲来无事，带着钓具到海边，那时天气非常地寒冷，刺骨的寒风令人浑身不舒服，但是年轻人告诉自己，一定要钓到鱼才回来，所以就耐心地等待鱼儿上钩。经过一段时间，鱼终于上钩了，但是年轻人不知道如何将鱼拉上岸，拉了半天，鱼还是在水里挣扎，在一旁的老翁看到了，就好心的帮助他。鱼拉上来之后!发现身有三尺长，是条大鱼，年轻人非常快乐地谢谢老翁的协助，然后把鱼丢人海里。老翁看见了，心里觉得纳闷，但也不好过问。经过了十分钟，年轻人又钓到鱼了，但是因为经验不足，鱼还是拉不上来，老翁因此再度帮

助，这次钓到的鱼也有二尺长，年轻人依然很快乐地谢谢老翁，同样地，他又将鱼丢入海里。老翁看了感到非常生气，但是鱼不是自己钓的，也无话可说。隔了一段时间，年轻人的钓竿又有动静了，运气真好，鱼儿又上钩子，但是这次老翁不再帮忙了，因为拉上来之后，年轻人还是会将鱼放掉，简直白费力气，年轻人于是凭着一股蛮力将鱼拉上岸，是一条一尺长的鱼，这时年轻人满意地将鱼放进带在身边的水桶中，收拾钓竿准备回家去。老翁看了觉得非常奇怪，于是开口问年轻人：“我钓鱼钓了半辈子从来没有看过钓了大鱼不要，反而要小鱼的人，请问是什么原因呢？”年轻人回答说：“老先生你有所不知，三尺长的鱼我很喜欢，两尺长的也很好，但是老天爷不给我，因为我家的碟子只能装下一尺长的鱼。”

由这个故事我们可以得知，如果我们只选择自己认为可以从事直销的人加以推荐，结果是成功的机会也自然变小，损失的也将是自己，约人的重点就是任何人都不要放弃，绝不要主观的设定一些限制。

直销人都具备发展自己事业的理想与抱负，如果设限自己升级的目标，将永远停留不前，因为人的潜力可以发挥无限，问题只在于用心程度。

(三)要对我们所选择的环境给予肯定

在传统行业中，无论多卖力地在工作，也为公司赚进了不少钱，但是所得到的酬劳往往只是固定的比率，赚钱的永远是公司。然而直销事业，提供了良好的环境、合理的奖金制度，收获可以成倍增长。一旦决定从事直销事业，就应该肯定自己的选择。

直销路起步之二：你要做哪一类的新人

每个人在选择新事业时一定会有所期望，而赚钱常被视为是第一目标。其实，目前的社会：能赚钱的机会很多，但重要的是赚钱的同时，能否带给自己其他的附加价值。所以当我们决定从事直销事业时，应要知道该事业可以带给我们哪些收获？而我们对这个事业又是抱持何种态度：只是一个实验？或是打发时间的副业？还是一个属于自己的事业？

直销人一定要具备事业观的观念，将直销当成是自己的事业才会成功。所谓事业，并不一定要投入全部的时间，却必须做一个有效率的工作者，换句话说，直销堂就是运用组织的力量发展，在相同的时间内达到最佳的业绩。所以新人刚加入直销时，行动与观念一定要与组织配合，要听领导人的指示。

(一)以下就新人应有的基本动作加以介绍：

1.要感谢领导人

如果不是领导人带领你进入这个行业，就不可能得到赚钱及自我肯定的机会。有的人可能会抱怨没有得到领导人的照顾，或是觉得领导人的才能不足，这是相当不好的观念。既然直销当成一份事业来看，最重要的是有没有一颗上进及成功的心，况且公司中还有很多旁级直销商可以支援，藉由他人的帮助，一样能够发展起来，为此，我们一定要抱着感恩的心情对待领导人，而非一味地指责或埋怨领导人。

2.目标明确

很多新人刚加入直销界，斗志高昂，很想在最短的时间之内冲上公司的最高荣誉，这是很好的现象，但是必须切记——凡事还是要一步一步踏稳的向前走，才是最稳固的作法。在奋斗的过程中会遇到很多挫折与阻碍，所以理想的状态是先定短期目标，给自己一定的期限，待第一阶段达到后再冲第二阶段。除了目标确立之外，还须靠方法来辅助，也就是要规划自己的时间，例如，一星期中有两天空档时间可以全心投入，就必须利用这两天的时间好好地行动——列名单、约人、勤快地跟着领导人学习。直销是复制业，不会很困难，但重要的是在不断复制学习的过程中，要将所得到的内容、技巧加以整理，才能成为自己的想法。

3.要有尊重的精神

也就是空杯主义，无论是**直销事业**，或是一般的企业，一定要尊重组织的做法。因为公司的制度、教育方式与活动的设计，都是经过许多经验累积而成，有其特殊的用意，如果发现其已不适用时，可以提出来与领导人讨论，领导人应要做最好的说明或修正。

4.随时帮助别人

直销事业的成功与否，人际关系占了极大的份量，当你用心推展业绩时，组织网可能一下子发展成为二、三十个人，如果仅凭个人力量，一定无法照顾这么多人，所以要靠领导人、旁级直销商的帮助。但是想得到他人的协助，应先主动帮助别人。例如旁级直销商的顾客来了电话，正巧他不在公司，你可以主动配合接听。相对的，如果你不在，他也会帮你接电话，也许有一天陌生的市场打电话到公司，不会因此失去了一条线。又如看到旁级直销商在与顾客沟通时，帮助他倒杯茶水，只要随时随地注意这些小动作，人际关系无形中就会建立。

5.具备教育、组织管理的概念

行动永远是最好的教育，如果你告诉合作伙伴，“你要赶快行动，赶快去开发陌生市场啊！”他听了可能只随便绕了一圈就回来了。要求别人如何做之时，最好是从自身做起，合作伙伴不动的原因，是因为自己不动，所以一旦进入直销界，就要不断地

开线，组织网才会源源不断，因为不断开线的结果，合作伙伴也会跟着开线，组织
的生命力才得以持续发展。在发展组织的同时，领导人要带着合作伙伴一起行动，如此，
才能达到上行下效的教育目的。领导人本身就要具备事业的知识，无论是产品、制度、
奖金计算.....都要非常地了解，尤其对公司产品的特色更要侃侃而谈，如此才能令人信
服。

(二)你要做哪一种新人?

直销人，本来就是由各式各样的人组合成，根据经验法则，一般的新人可以分类
为三种人：

1.刚进到公司时，冲劲十足，告诉自己一定要冲上高峰，但是没多久就没有消息
了，打电话问他，他会说我最近很忙，上班很累，让我休息一下。再过一阵子打去，
他就会说不要再打来了，我真的没有时间做，我知道这事业很好，你们先去做好了，
等我有时间再做。像这种人虎头蛇尾，没有耐心，业绩于是慢慢往下滑，当然不可能
成功。

2.业绩线一直维持平平的水准，行动不很积极，也不多开线，最后结果总是被合
作伙伴超越，超越之后，也没兴致往前冲了。

3.最好每一位直销界的新人都能够一路冲上去。但是新人刚开始做时，经验不够，
业绩难免有好有坏，振幅也会比较大，但是随着技巧、经验的累积，振幅也会愈来愈
小，业绩也会不断成长。新人遇到问题时，可能不知所措：要一两个星期才能学会解
决方法，例如：被人放鸽子了，整整难过好几天，挫折感很深，但是随着经验，慢慢
习以为常，最后就能调适过来。任何事业都有颠簸，如果一帆风顺的话，根本体会不
出成功的可贵，更不用谈珍惜得来不易的成就了。

直销事业有如一场马拉松的长跑，需要持续不断的耐力，绝不是一场爆发力的一
百公尺短跑，如果拼命跑了一段时间之后，停下来休息再跑，没有多久体力就被拖垮
了，永远也跑不到终点!作为直销界的新秀，必须要有正确的认知!

直销路起步之三：正确心态是迈向成功的第一步

对于一位刚踏入直销界的新人来说，正确的心态关系着日后是否获得成功的机会，
相形之下，培养正确的心态则是迈向成功的第一步。

(一)新人需要培养的正确心态

1.要有帮助朋友的心态

对于身负家计重担的人来说，直销事业无疑是个机会，在人的一生当中，少一个机会，不如多一个机会，所以应该趁早将机会介绍给朋友。

2.要有积极的心态

在传统行业中就业，大半的人只是为了生活而工作，看不到活力与冲劲，这是因为大家看不到未来，也不知道如何规划目标。但是直销事业，目标是藉由自己的想象空间具体地描绘出来，只要具备主动积极的心态，不断地向前努力，就一定可以实现理想。

3.要有当老板的心态

虽然刚进入直销事业，是直销界的新鲜人，所投资的金额也不多，但是在心态上却应该将这笔不大的金额放大为一百倍的投资额。如果只是一、两万元的投资事业，专注的力量自然薄弱，一旦做不好，或是遇到挫折，心里容易产生放弃的念头，如果将投资金额当成是一、两千万元的投资，对一般人而言，就不会轻言放弃了。

4.要有一年备战的心态

一般人投资做生意，绝不会存着只做两三个月看看的想法，因为看不出经营的结果。直销也是一样，因为是运用倍增的理论，最初的半年之内可能看不出组织网的力量，至少要坚持做满一年，才能看出自己努力后的绩效。

5.学习的心态

所谓隔行如隔山，每一个行业都有它的学问所在，就如同喝一碗刚煮好的稀饭一样，如何很快的喝完又不会烫到喉咙都有其窍门存在，何况是要当一位老板，当然更要学习了。该如何学习呢？一方面要勤奋地参加公司所开的课程，反复地听讲，直到在面对其他人的时候，也能清楚地表达同样的观念为止。另一方面，要学习如何拓展人际关系的技巧。直销堂待人处事的道理比赚钱更难，在直销事业中可以接触到形形色色的人，无异是学习处理人际关系的大好环境。

6.要有归零的心态

每个人在成长过程中都有自己的知识与经验。进入直销界之后心态就要像一只杯子，如果已经装满了八分的水，再装两分就会溢出去，如果是一只空杯，别人给你一分，就吸收一分；给你半杯，就吸收半杯；给了全部就照单全收，再加上自己的体验，就会比别人多了一套经验。所以从事直销，应暂时将自己的经验归零，虚心请教直销事业的 Know—How。

7.要有传教士的心态

传教士传教时，无论对方相信不相信，他们都不断地将福音散播出去，也不会因为有人不信就动摇传播的意念。所以做直销，不要因为几位朋友不愿意加入就心灰意冷，应学习传教士执着地坚持到底。

(二)一般直销者应具备的精神

1.虚心请教的精神：要主动发掘问题、不断地向领导人请教问题。

2.发传单的精神：常常可以看到一些工读生对路人发传单，他们绝对不会以长相来判断他们是否消费，只要经过的人一律将传单发给他。直销也是一样，不要刻意判断或过滤你的朋友。

3.邮差的精神：邮差最重要的精神是“信件不达目的不终止”，无论住的多远邮差都一定会将信送达。所以只要指定目标，就要不畏艰难的勇往直前。

4.巧克力的精神：刚进入直销界，可能会遭到家人或朋友泼冷水，这时候就要懂得采取巧妙的方法、融合不同的意见、克服这些阻力。

5.打电动玩具的精神：打电动玩具时，输了、战败了都没关系，只要再来一次就好，直销人也应该具备这种不怕死的精神。

(三)确切了解消费者需求

调整好心态之后，直销人，你已经具备了成功的轮廓，然而除了了解自己之外，也要了解消费者的需求，才能踏出零售的第一步。一般消费者在购买一件物品时，通常会有八大步骤：一、注意，二、产生兴趣，三、产生联想，四、产生欲望，五、产生比较，六、产生信心，七、决定，八、购买。

消费者在购买物品的过程中并没有需求产生的，但是人的本身却具有需求点，有时候需求必须藉由外在的力量来启发。何谓启发性需求？举例来说，青箭与司迪麦两种口香糖，是目前销售率较高的品牌。其实，司迪麦在还未推出耳目一新的广告之时，青箭口香糖高达百分之九十的市场占有率，可是为什么司迪麦能在短短的几年间抢走了百分之五十的青箭市场？主要是在于广告的形式与内容，青箭口香糖的广告表现一直维持传统手法，直接告诉消费者商品的讯息，而司迪麦口香糖却是以意识型态诉求，例如最早期的“我有话要说”这支广告，利用一位小男生的话为开头，让观众产生联想，当广告的表现与消费者自己的想法做联结的时候，观众就会付钱消费，为整支广告做结尾。又如一般百货公司都将儿童游乐场设在最顶楼，而且通常只有楼梯没有电

梯，这种设计根据人性心理学，因为一般人从一楼往上逛至顶楼时，看到楼梯就会自然的往上走，这是一种自然性购买方式，以另一方面来看，就是启发了消费者的需求——引起他们的注意。

至于消费者的八大步骤，我们可以实际例子做说明：

假设在逛街的时候，如果看到一家店门前围了許多人，势必会引起我们的注意力，走进一看，原来是家茶艺馆，于是产生了兴趣，想进去瞧瞧到底会有什么特殊之处，一看架子上摆满了各式各样的茶叶，脑海中自然产生了联想，可能有冻顶乌龙、文山包种、铁观音……，又想到每次到朋友家中，他们都泡茶请客，而朋友到家中作客却只能喝白开水，应该也买一些茶叶回去，心中自然产生购买欲望，刚好茶艺馆中有着各式各样的茶叶，再想想那一种比较适合自己的需要？价格、饮用的味道……于是开始产生比较心理，比较之后觉得乌龙茶最合适目前的购买动机，因而产生信心，决定买下。日后邀请朋友到家中，将所买的茶泡好请他们喝，心里终于获得了极大的满足。

(四)需求是启发而来

由这一串消费过程，我们得知有时候需求是因启发而显现的，直销事业也是运用启发式的方法来引导消费者，但是如何启发呢？目前很多报章杂志都会报导过直销的传奇——月入百万的故事。许多读者看到了这些讯息，开始产生兴趣、联想，自忖这些钱我能赚吗？适不适合自己，这些报导的内容是真的吗？因此产生加入直销业的欲望，但是很多人会在欲望中夭折。因为他可能盘算自己一个月才赚两万多元，但是别人一个月却赚了两百多万，之间差距太多了，自己不可能赚得到，于是欲望就此终止。所以直销人必须先了解朋友的潜在需求，给予启发，并解答、满足他们心中的疑问，朋友的信心建立了，自然就会加入直销行列。

新朋友在决定是否加入直销业之前，本身也会面临到六个心理过程：选择——徘徊——观望——挣扎——决定——结果。

这六个过程称之为因果得失，一般人了解直销业的好处后，会选择它到底适不适合自己？然后分析，反正白天工作收入也过得去，晚上是休息的时间不要太累了，但是另一个声音会告诉自己，有额外的兼差也不错，心里于是开始徘徊，一个月好几万的兼差，到底是真的吗？进而产生观望的态度，希望朋友先去做，等成功了，赚了钱再告诉自己。但是如果知道朋友在这一行做得不错，我应该也可以做，就会产生挣扎，还没赚钱就得先花钱，万一血本无归怎么办？在挣扎的过程中，一般人会决定要或不要加入，决定不要时就失去了一个成功的机会，决定要时就须准备接受直销人员的训练，开始创造自己的事业，于是产生结果。

一般人遇到挣扎期时，最需要的就是保证，这时直销人必须告诉朋友，只要有心做，保证他一定可以回本，而且还能赚更多的钱，并举自己的情形做例子，目前早已回本，月收入已达几万元.....等。朋友听到保证后会比较安心，当然会决定加入直销业。

直销路起步之四：慎选直销公司

(一)如何选择直销公司合作

回顾这么多年来，直销市场风起云涌，喧腾一时，众多的直销公司如雨后春笋纷纷设立，令人目不暇接，但同样的也有为数众多的直销公司干部难求或管理不善、财务危机而纷纷结束营业，让社会大众议论纷纷及留下众多的社会问题。

在此起彼落的过程中，常使直销商在投入此行业的当中，分不清方向、良劣，而盲目的投入其中一家直销公司，而最后却因了解而失望，黯然神伤的离开。事实上，直销业在经过这么多年混乱而努力的发展之后，展望未来，将会呈现良性竞争，稳定成长的局面，因此，从事直销事业的经营，长期而言，还是有她迷人的发展空间。凡此种种，都说明了一个铁的事实：选择一家适合的直销公司，就如办“终身大事”一样谨慎。

下列重要的事项或可作参考：

1.公司形象是否良好：

公司的背景资料?过去的信誉如何?是否强调一夜致富等诱人话语?财务结构是否健全?是否重视完整的教育训练以帮助直销商从事此一行业?是否尊重制度原则?行政人员的服务品质为何?公司是否把直销商视为合伙人?.....等等这些问题，都可以从该公司的直销商，或市场上同业的口中探听到所需要的讯息，或者得到一些评价。

2.负责人的经营理念：

公司负责人在过去的品性、信誉、道德观如何?是否有永续经营的理念?是否具有好的行销规划及训练?用人及做事的态度如何?对行销市场环境是否有正确的认识?.....等等这些问题。大部份直销公司的业务辅导干部或公司负责人都很乐意与直销商面对面沟通，从这个管道也可以得到一些答案。产品品质价位如何?产品是消费者与公司的桥梁，因此，选择何种产品销售，对直销商而言，是非常重要的。产品的消费者在哪里?需求性如何?有否淡旺季的限制?价格与产品是否等值?订价是否合理?是消费品或者是耐久性消费品?(耐久性消费商品的回转率很慢，要持续不断的开发新客户，愿意吗?)公司对产品的品质保证如何?后勤支援系统完善吗?这些问题都必须要有有一番先前的认识：才能够安心的去销售。

3.制度设计如何?

制度是一家直销公司生存的重要命脉，制度设计应是能激励直销商发挥潜能，而获得应有的利益及成就，绝非以欺诈方式剥削直销商的努力。因此，它的设计是否考虑到大部份人的能力?是否公平合理?其利润的百分比是如何分配?有没有分配不足或分配过度的现象，是否中看不中吃，甚或吃不到?

4.权利与义务：

直销商加入是否需要负担费用?在业务发展过程中，还要负担哪些训练费用?收入是否能涵盖支出?有什么权利可享受?同样的需要负担哪些义务?退出后将会有哪些损失?

以上这些问题都需要好好的了解及思考，若是没有办法获得肯定的答案，就必须三思而后行，反之，若是明确的答案，那么，就不要犹豫，赶快掌握机会，付诸行动了。

(二)产品令你感动

直销既是一件终身大事，你得象选择另一半一样，自由恋爱的当然不用说;如系经人介绍的，就该多看、多听、多比较。除以上一些概况性的对直销公司进行系统考察之外，很多有经验的直销商手都是从产品接触开始的，产品令他有感动，他才向朋友推荐。

诚于中，形于外。一旦自己使用产品获益匪浅，推荐给别人，对方若认为你是真的关心他、对他好，就会很快接受产品;相反的，如果你是纯为赚钱而向朋友推荐产品，必然心虚，一旦心虚，面对朋友的表情就不自然，说话也不具有说服力。所以，一项好的产品选择，有时更先于对一个好公司的认同。一项好的产品除了你喜欢之外，还必须具备一些适合直销的条件才值得你去经营，否则你只要当一个消费者就够了。适合直销的产品，需要有生活化的条件。生活化的产品，需求性高，重复消费也高，在赢取业绩利润时，较具优势。

在直销公司不断研究开发高独立效能产品的理念下，高品质、高价位的产品，售价又不会太离谱，一般消费者仍是可以接受的。最好的直销产品，当然是独特而市场竞争较少的产品。一旦市场品牌多，极易造成劣币驱逐良币的现象。这时，消费者一定会选择公司品牌。所以，如果没有发现特殊产品，就从选择好公司着手。

(三)如何选择团队领导人

“合伙生意难做”，指的是传统事业的勾心斗角状态；在直销领域中，却没有这个困扰。作为一名直销商，不论领导人或是合作伙伴强，都对自己有利。合作伙伴强，你会很省力地迅速发展销售网络和顾客群；领导人强，你则会得一有力的辅导和支持，少走许多冤枉路。在你尚未加入直销公司之前，当然谈不到合作伙伴，而领导人阵容是否坚强，要作为你是否加入的考虑因素之一。

当你答应加入直销界时，那位推荐你的人就是你的领导人。这领导人以及他背后的领导人群，如果有许多直销高手，则对你的工作有较大帮助。因为当你的领导人忙得分身乏术时，这个领导群的其他领导人也会给予支援的。所有有愈多优秀的领导人的团队，对你的直销事业愈有助力。

所谓成功的要义，在直销界来说，就是正确的 COPY(复制)领导人成功的做法。一个好的领导人，会指导你正确的经营心态、有效的直销技巧，减少你摸索的时间。

如果你喜欢某一家公司或某一项直销产品，而对推荐产品给你的人并不满意，你当然也可以另外选择好的领导人。如果对推荐人并不讨厌，你还是可以作他的合作伙伴，只是在寻求指导方面，可能要多从他背后的领导团队中寻求了。

在直销工作中，领导人团队中最起码要有一位高手，其领导魅力、理念手法都是第一流的，你才会进步。同时在这样的精神领袖、教育导师的协助下，你将充满冲刺的动力。

(四)小心老鼠会陷阱

中国大陆直销业经历了十余年的风风雨雨，从 1998 年禁止传销以来，国内转型经营的规范直销企业为数并不算多。而要在这为数不多的企业中找到一家合适自己的从事直销业务的公司，似乎也不算太难。但是，你仍需要注意的是目前国内以多种名目拉人进入老鼠会陷阱的事在屡屡发生。所以除了自己多留意舆论媒体对非法公司的曝光之外，还要小心一些新产生的号称自己是营销创新体制的公司。通常这些公司会打着“直复营销”“网络营销”“电子商务”“加盟连锁”“捆绑销售”“还本促销”……等名目来吸引老百姓上钩。

那么，规范的直销企业和老鼠会公司究竟有多大的区别，以下大致罗列其主要特征：

1.是否靠猎人头收费？

老鼠会公司通常会要求新加入会员付一笔不菲的会费给公司，才能取得会员资格。还必须介绍其他新人加入，新加入者同样要交笔不菲的入会费。直销堂而这笔钱则由

介绍人与公司依一定比例瓜分。合法的公司 在缴纳资金方面，通常只需要交一点资料费，或以小额资金签定资格、申购产品。合法公司的这项费用是固定而不会增加的。同时不可太高；而老鼠会所收的费通常较高，而且这种钱还会不断上升，以吸引参加热潮。合法直销商只需通过努力，任何人都可以得到好处，不只限于高阶的少数几人 有份；非法业者的业绩，只由金字塔最低一层产生，由他们出钱给上面的人分。上层的人坐享暴利，最下一层将因找不到人而受害，这就是“最后一只老鼠”。

2. 是否是国家法规明文规定不允许的直销制度？

进入 WTO 以后，国家虽尚未正式对直销进行立法，但却有一系列规章制度先后指出诸如：矩阵制、双轨制(又名双赢制)、返本销售.....均属于典型老鼠会制度。这些制度一般投机性极强，先加入先赚钱，而后期会出现崩盘现象。所以凡是有直销公司使用该制度的均属于违规操作行为。这样的公司是绝不能加入的。

3. 是否有健全的退货制度？

老鼠会通常要求新加入者一进门，即需要购买大量的存货，所谓大量的存货，指的是短期内卖不完的货品。参加老鼠会的人销不出去的货品要自己解决，不能退货。至于合法的直销公司，通常允许在一定时间内以协议合理的价格退货。不过有些公司尽管声称可以退款，却会一再的刁难，这也有老鼠会嫌疑。

4. 产品有没有品质保证？

直销公司中，部分拥有耗资千万美金设立的研究中心开发产品，要求品质极为严格，部分引进外国具有专利或有权威人士推荐的产品；部分健康器材甚至附有产品责任保险，这都是合法业者的负责态度。而老鼠会所销售的产品，常是来源不明，也无公正第三者鉴定或开立保证书，品质难获保证，也无法使顾客安心使用。

5. 是否行销与辅导计划？

合法的直销公司均有全盘的行销与辅导计划，经常安排专业的课程，训练新人。而非法的直销公司则没有专业的训练，只教人如何吸收资金。

你只要能确实掌握以上五个要点，不管这家公司强调的是“直复营销”，还是其他诸如“网络营销”“电子商务”“加盟连锁”“捆绑销售”“还本促销”，万变不离其宗，照妖镜一出，立即现形。

直销路起步之五：目标管理

目标管理就是订定目标，决定方针、安排进度、落实执行、有效达成，同时对其成果加以严格考核。因为直销事业并没有固定的薪金可以支领，收入完全来自个人的努力而定，销售的愈多，推荐加入者愈多，整组销售推广愈强，收入自然提高，如果个人停滞不进，整组活动也在休息，何来收入？而这一切，可以说是导源于没有目标管理，根据直销事业的需求，可以归纳目标管理大致分二个阶段：一、设定目标。二、增加收入。

(一)设定目标

做任何一件事都需要有计划、有目标；计划是在做事时，有所依循的方向，而目标却是达成结果的设定。设定目标必须考虑几项原则：

1.时间：做任何事都必须考虑时效性，如果不是如此，可能永远不知道完成的时间，并造成推、拖、敷衍了事的不良习惯，最后则是一事无成，因此时间的考虑极为重要。如果目标设立很大，不能在短时间内完成，就必须将目标加以分段，分为短、中、长程，照着目标、计划去执行。

2.数字：数字化的意思就是将目标具体化的加以设定，一切所要的结果都用数字来表达，如目标达成比率，短、中、长程目标也用数字表示如六个月、一年……等，销售率，推荐率……等。千万不要有差不多，不知道的模糊数字来表示。

3.实际可达成：设定的目标必须是在付出努力与时间后获得的，千万不要设定一个不可能达成的目标来安慰自己，必须设一比较实际，而对本身有帮助的目标。

4.挑战性：顾名思义，设定的目标必须是能够发挥潜能，激励自我，以获得自我肯定，自我成长的。

(二)增加收入

很多的直销商都是以头衔为其追寻的目标，但结果并不好。究其原因大部份都是没有赚到钱，或者收入不足以涵盖支出而离开。因此，直销商作为一名直销商应该要有一个正确的观念，头衔只是一个资格而已，并不能确保个人的收入：要能确保永久的收入，唯有建立一个真正属于自己的市场，也就是不仅要“资格”，还必须合格，唯有如此、才能谈得上实质的收入、改善生活，才能真正的把直销当作一份事业。

增加实质收入有哪些具体方法：

1.提高生产力：直销商个人与合作伙伴可一起来执行，增加拜访客户，增加拜访次数，增加产品发表会，充实商品与销售的知识与技术。

2.提高推荐率：有选择的推荐，增加成功的机会，减少挫折、增加访谈的对象。从事直销事业的唯一要领，就是在于掌握广大的客户。

3.有效率的服务：绝大部份的直销商在初从事直销业时，所费尽心血开发出来的客户，最后都因为某些因素，而不了了之，致使这些客户想订货都找不到人，甚至造成公司信誉的反效果。有鉴于服务的重要，直销商必须发挥自身的服务精神，不仅只是对合作伙伴，对最下游的消费者也是如此。

身为一名直销商，如果没有目标管理的概念映在脑海中，一切行事不过人云亦云的话，离成功的路途将会很遥远，既然认定直销是终身的事业，就必须做好目标管理的规划，并认真执行。