

安利为什么赢

企业家天地

2004 年珍藏版



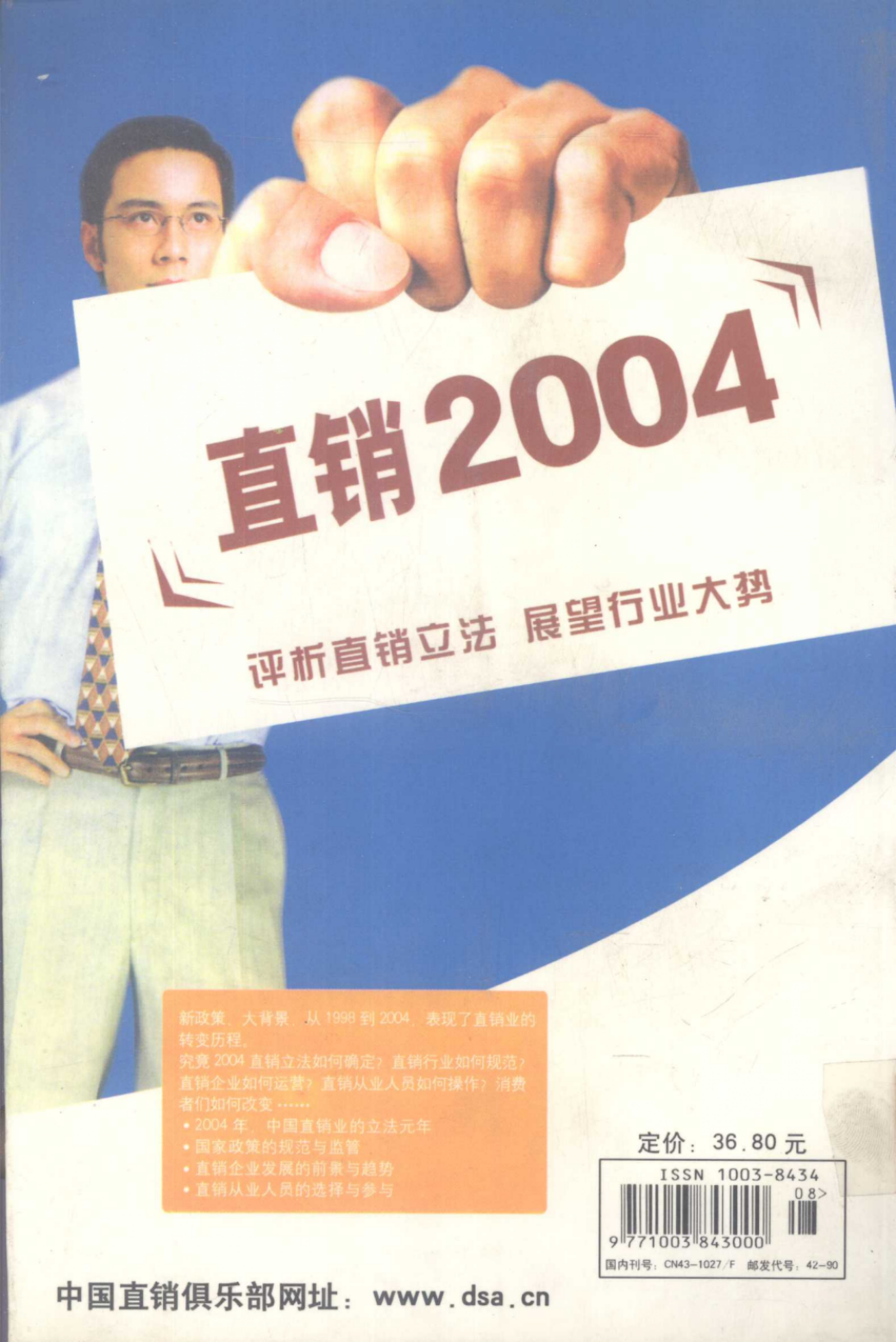
安利事业及资金制度大全

安利产品的特点与优势简介

安利系统成功打造的方法

安利高价的经典OPP分享

安利皇冠大使全面报道



直销 2004

评析直销立法 展望行业大势

新政策、大背景，从 1998 到 2004，表现了直销业的转变历程。

究竟 2004 直销立法如何确定？直销行业如何规范？直销企业如何运营？直销从业人员如何操作？消费者们如何改变……

- 2004 年，中国直销业的立法元年
- 国家政策的规范与监督
- 直销企业发展的前景与趋势
- 直销从业人员的选择与参与

定价：36.80 元

ISSN 1003-8434



9 771003 843000

国内刊号：CN43-1027/F 邮发代号：42-90

中国直销俱乐部网址：www.dsa.cn

安利为什么赢

王琪 编

《知识经济》杂志社

图书在版(CIP)数据

安利为什么赢/王琪编. —《知识经济》杂志社
2004, 12
ISSN 1003 - 8434

I. 安… II. 林… III. 杂志—当代—中国

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 125464 号

安利为什么赢

出版发行 《知识经济》杂志社

印 刷 重庆联谊印务有限公司

经 销 新华书店

开 本 850 × 1168 毫米 1/32

印 张 20

字 数 600 千字

版次印次 2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月第 1 次印刷

印 数 1 - 5000 册

书 号 ISSN 1003 - 8434

定 价 36.80 元

目 录

企业篇

站在自己肩膀上的巨人	(3)
AmWay 之路:从 1959 到 2003	(5)
安利企业及其文化	(11)
安利事业机会	(21)
安利与直销立法	(33)

产品篇

使用安利产品你必须掌握的知识	(39)
——雅姿美容化妆品	(51)
——纽崔莱营养保健食品	(70)
——个人护理用品	(76)
——家洁护理用品	(82)
——伊姿彩妆	(93)

成功篇

系统的五大主题	(99)
事业的核心	(102)
生意指标	(104)
安利的专业精神	(105)
如何建立稳健长远的安利事业	(107)
如何做安利	(112)

安利为什么赢

成功必备要素	(124)
成功八步	(131)
成功的秘诀	(136)
成功销售	(138)
销售前的停、看、所	(142)
销售的八个步骤	(145)
销售示范	(149)
雅姿销售技巧	(156)
销售业绩哪里来?	(159)
如何推荐人	(163)
90 天推荐法	(165)
接触推荐四部曲	(170)
你推荐自己了吗?	(172)
从经验中学习	(174)
会场的重要性	(176)
如何举办家庭展示会	(177)
如何举办会后会	(180)
启业从学习开始	(182)
启动新人你要问的四件事	(185)
如何做好零售、介绍和服务?	(187)
如何做好 DD	
——理查·狄维士对 DD 的期许	(191)
讲师的基本功	(196)
“成就自己、也成就别人”	
——安利专业讲师的定位与角色	(200)
创办人狄维士的 10 堂课	(204)
如何创建一个具有向心力的团队	(210)
领导方式决定团队成败	(214)
造就超效率团队的秘诀	(217)

高效率团队的特质	(219)
21%领导人应具备的能力	(224)
做一个领导人的标准	(225)
领导人的五 C 与四角色	(227)
培养你的领导力	(232)
如何激励部属	(236)
领导者的基本条件	(239)
怀疑所看到的是障碍信心却看到了道路	(241)
建立高学习团队	(243)
拥抱 E 世纪的创业赢家	(246)
成就版图无限的安利事业	(250)
如何成为合格的领导人?	(255)
永远不倒的 OPP 战将	(258)
做一个先知先觉的领导人	(261)
细水长流的梦想引导家	(264)
欢迎认识安利	(267)
销售、配合和带动	(276)
创造高收入的行动计划和能力	(280)
连续推荐的热力源泉	(287)
平实销售 百战百胜	(292)
High 一点的 OPP 旋律	(297)
成功推荐的原因	(299)
成功推荐非难事	(301)
如何实现你心中的承诺	(306)

精英篇

安利韩国皇冠大使直系直销商金日斗夫妇	(313)
安利日本双皇冠大使直系直销商中岛薰	(316)
安利台湾三皇冠大使直系直销商傅后坚	(321)

安利为什么赢

安利台湾双皇冠大使直系直销商嵇龙生、陈婉芬夫妇	(325)
安利台湾双皇冠大使直系直销商许旭升	(331)
安利台湾皇冠大使直系直销商涂永松、黄玉燕夫妇	(337)
安利台湾皇冠大使直系直销商雷宇鸣、叶佩姿夫妇	(342)
安利台湾皇冠大使直系直销商邱宗国、郑彩珠夫妇	(347)
安利台湾皇冠大使直系直销商金乃刚、王丽凯夫妇	(349)
安利台湾三钻石直系直销商杨朝旭、蔡文雀夫妇	(352)
安利台湾双钻石直系直销商谢建宗、游丽珠夫妇	(356)
安利香港皇冠大使直系直销商傅南生、吴彩云夫妇	(360)
安利香港三钻石直系直销商李家达、袁慧珠夫妇	(362)
安利香港三钻石直系直销商吴华权、麦丽贞夫妇	(364)
安利香港双钻石直系直销商蔡植成、梁淑娴夫妇	(366)
安利香港双钻石直系直销商劳宜良、崔宝宝夫妇	(368)
安利中国高级经销商徐荷莉	(370)
安利中国高级经销商刘颖	(377)

传奇篇

从朋友到合伙人	(389)
创业路上小试牛刀	(391)
什么也取代不了坚持	(393)
初识纽崔莱	(396)
吸取纽崔莱的前车之鉴	(401)
另起炉灶创安利	(403)
为“传销”背上黑锅	(409)
法院判决合法	(411)
应对媒体报道	(414)
与“老鼠会”划清界限	(418)
进入第二成长期	(429)

业绩直线上升	(431)
产品行销海外	(433)
企业平稳过渡	(436)
典型的家族企业	(439)
谨慎进入中国	(442)
全面破例的变革	(444)
无懈可击的安利制度	(451)
把握终端用户	(452)
无限制的裂变和复制	(456)
低成本的扩张和延伸	(460)
严密的层级关系	(462)
公平而透明的游戏规则	(464)
完全的市场渗透	(465)
多层次、多方位的直销激励	(469)
直销奖金,不一样的激励	(471)
安利的“黄金分配制度”	(474)
九种十二项奖金	(476)
科学的奖金制度设计	(485)
安利业绩奖金的计算	(488)
十二项奖金以外的奖励	(491)
亲情化激励制度	(493)
多元化的产品	(499)
一流的高科技研发	(505)
最优质的产品和服务	(508)
并非高价格	(511)
安利的使命和理念	(513)
薪酬制度管理	(519)
“四位一体”的结构	(523)
强大的后台支持	(525)

安利为什么赢

危机管理与公关策略	(527)
揭开安利培训的面纱	(530)
直销培训的内容	(532)
直销员具备的素质	(536)
培养成功的心态	(538)
获取成功的方法	(541)
展示自我的勇气	(545)
经营人际关系	(548)
让顾客信任你	(550)
利人利己的事业	(557)
一项家庭的事业	(559)
最易成功的事业	(560)
最没风险的事业	(564)
最有保障的事业	(567)
挖一口自己的水井	(570)
做自己真正的主人	(572)
光环的个人荣誉	(574)
换个牌子用	(579)
换群朋友交	(580)
换个话题谈	(582)
办好家庭聚会	(584)
沟通和跟进	(588)
勇于学习	(597)
制定目标	(598)
做好计划	(600)
充满激情	(602)
注意形象	(603)
推销自我	(606)
掌握原则	(608)

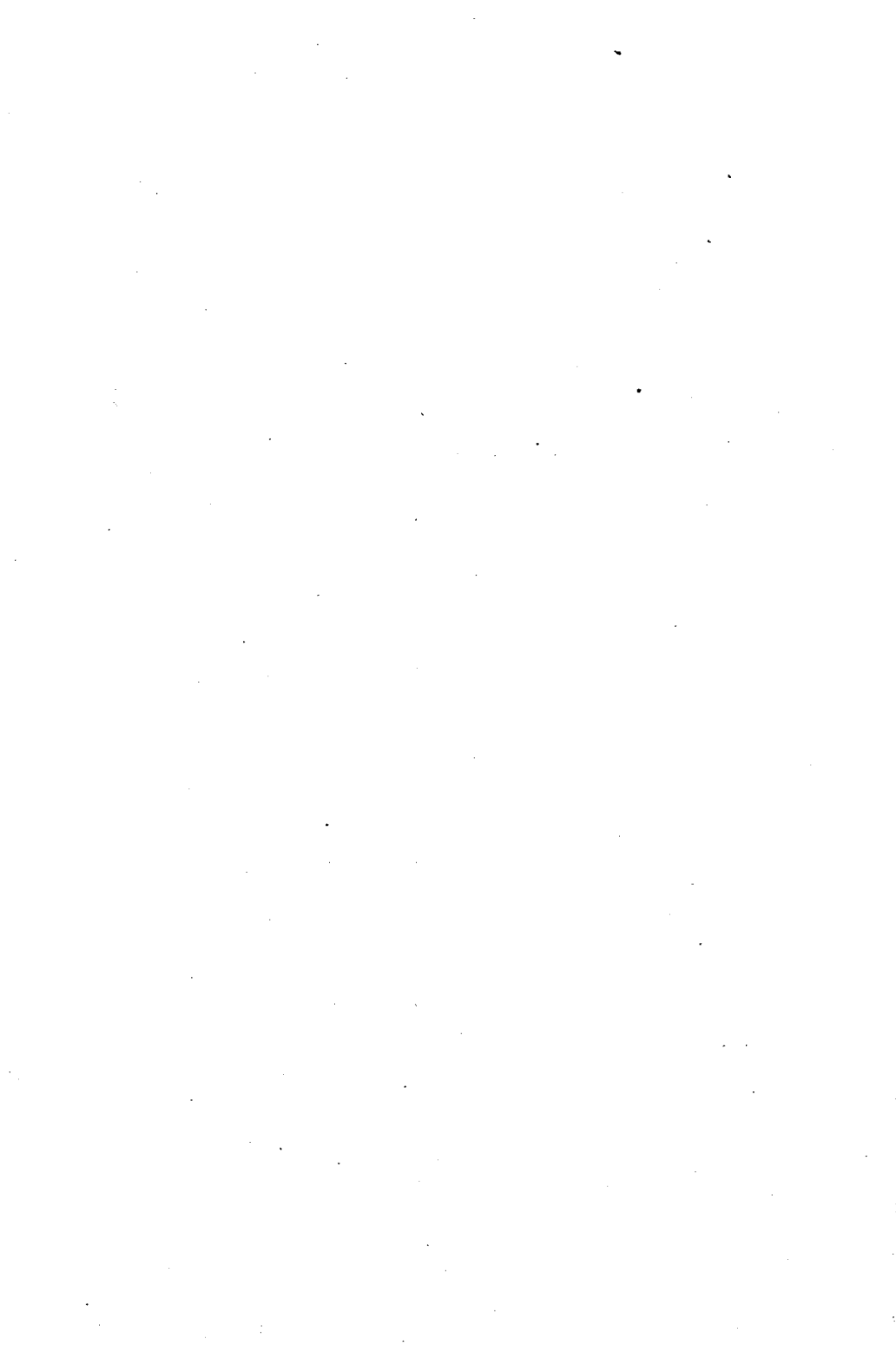
目 录

积极沟通	(610)
有效聆听	(612)
销售产品	(615)
安利大事记	(621)
温安洛和狄维士生平简介	(624)
直销名词解析	(625)

企

业

篇



站在自己肩膀上的巨人

记得一位哲人说过,世界上最可怕的不是敌人,是你自己。在你的生活中,有一个人需要你的支持、鼓励和理解,有一个人是你最可信赖的人,这个人是谁呢,又是你自己。

当你在失败和挫折时,自己看不上自己,自己和自己赌气,摔东西、骂人、捶打脑袋、无休止地长吁短叹,你有没有想过,这并没有解脱你的失败,减轻挫折。你有没有想过:是谁在阻挠你取得成功呢?这个人正是你自己,你脆弱的心是你最可怕的敌人。

当一只天鹅掠过长空,那洁白的羽毛、端庄的体态使人们赞叹不已。可是,在丹麦童话作家安徒生的笔下,这只美丽的天鹅,原先却是一只“丑小鸭”。当它刚刚破壳而出的时候,生得很瘦小,那些自以为是的鸭子根本瞧不起它。它默默地、日复一日地坚持训练自己,最后终于在一个早晨振翼飞向蓝天。

一个人要取得成功,第一步要认识自己。

从古至今功成名赫的名人激起多少人的羡慕、钦佩,当这些人站在人们面前时,使人感到浑身上下都有一种人格魅力,可他们并非都是丰功伟绩的幸运儿。翻开他们每个人的经历,几乎都有过“丑小鸭”的坎坷经历。他们善于把自己的缺陷当作完善人格大厦的铺垫,从而铸就了不屈奋斗的个性。

美商安利公司也经历了从羸弱幼苗到参天大树的苦难之旅。1959年,安利的创始人杰·温安格和理查·狄维士在家中的地下室迈出了安利事业的第一步。老板和员工就是他们两

安利为什么赢

人,而且还是代销一个家居清洁用品。时至今日,安利已发展成为世界知名的大型日用消费品生产及销售商,业务遍布 80 多个国家和地区。经销商 300 多万人,自己生产的产品就有 450 余种,营业额高达 50 亿美元。

有一本书叫《生生世世为矮人》。作者告诉人们一个道理,如果为自己长得不好看而发愁,那你只会越来越丑。和美女去比,你的五官永远是有缺陷的。每个人都以自己独立的个体而存在,你只能以自己的方式去唱歌。你有你的特长,你有睿智的头脑,善解人意的情怀,发挥自己的长处,施展自己的才华,你那双小眼睛就会被看作是智慧的象征,你也不会再是矮人。只有在“自卑”中寻找突破口,才有可能改变自我。

从书中我悟出成功的第二步是改变自我。

伟大的物理学家牛顿说他之所以取得了巨大的成就是因为他站在了巨人的肩上,所以超越了前代的总和。

那是在学术界,对企业界来说就不会有这样的幸运儿了。自古以来,商场如战场,一味地随波逐流,亦步亦趋,就成了活在巨人肩上的懒汉,在关键的、核心技术方面永远落后巨人,不会有建树的。

大家都知道,安利公司创建时,世界直销业刚刚起步,那是一个需要巨人而产生了巨人的时代。正是因为安利的领导人认识自己,改变自己,更重要的是不畏浮云遮望眼,不断地超越溃己,一次次化蝶为蛹,一次次成功地站在自己的肩上。

在这一本书里给大家讲述的就是安利一个不断完善自我,不断超越自我的直销巨人。

“Amway”指 American Way,即“美国式”的意思。是描述自由、平等、公平之创业精神,以及追求富足的美国式的生存之道而言,其中包括“拥有自己的事业”的含义。狄维士解释说:“我们之所以把公司命名为 Amway,是因为尊重私有财产及崇高自由企业的美国式作法,才是我们最好的选择。”

AmWay 之路:从 1959 到 2003

1959

杰·温安格(Jay Van Andel)和理查·狄维士(Rich DeVos)先生在美国密执安州家中的地下室创立了安利公司。当时只有 5 名员工,办事处的面积仅为 223 平方米。公司推出第一种产品——乐新多用途浓缩清洁剂,成为当时市场上率先采用具有生物降解性表面活性剂的清洁剂。

目前,安达高公司在美国总部拥有面积超过 43 万平方米的生产、储运及办公设施,生产并销售五大类、450 多种产品。

1960

独特的营销制度。开业第一年,安利首个财政年度的销售额就超过 50 万美元。在 2001/2002 财年,安利全球营业额达到 45 亿美元。

安利推出了第一本油印的安利月刊。如今,安利不仅可以利用最先进的印刷技术、音像制品等发布安利信息,更可通过网站及时发布信息。

1961

安利首次举办有 200 多名直销员参加的直销员大会。目

安利为什么赢

前,安利在全球拥有 330 万销售人员。

1963

安利装配了美国第一套新式喷雾剂生产线,大大提高了喷雾产品的生产规模和能力;随后,推出皇后牌系列炊具产品。产品开始向多元化方向发展。

安利的首家分公司——加拿大分公司诞生,这成为安利成长为跨国企业的标志。

1964

安利公司改组其领导机构。杰·温安格先生成为公司董事会主席,理查·狄维士先生担任公司总裁,并在两位权利对等的最高管理者之下另设 7 个主管部门。

安利添置了当时最先进的个人护理用品生产线,并分别推出首批男性、女性用香水等个人护理用品。

1965

安利购人第一家企业专机。时至今日,安利已拥有一支由 8 架飞机组成的机队,为公司高层管理人员赴世界各地处理商务提供方便。

14 位业绩最优秀的直销员获得参加安利第一次海外研讨会资格。

1968

安利首次推出的邮购目录只有 48 页。时至今日,安利的邮购目录已达数百页,销售世界各种名牌产品 12,000 个品种。

安利正式推出雅姿美容护肤产品。自 1998 年开始,雅姿已稳居面部护肤及化妆品类全球最畅销的五大高档品牌之列。

1969

一场意外的大火烧毁了安利公司的生产厂房,十年基业几乎毁于一旦。公司决策层连夜召开会议,决定一切重新开始。6 个月后,一座设备齐全、气势雄伟的崭新工厂又屹立在亚达城的安利总部。