

跨國 直銷大師

打造美樂家的綠葉傳奇

他僅僅以兩年的時間，
帶領美樂家進入台灣直銷界的前五大。
面對接踵而至的危機與困境，
對他而言卻是創造奇蹟的契機，
他的成功只有一個「誠」字。

劉樹崇◎著

商周出版

跨國 直銷大師

打造美樂家的綠葉傳奇

劉樹崇◎著



國家圖書館出版品預行編目資料

跨國直銷大師／劉樹崇著 - 初版 - 臺北市：商周出版；城邦文化發行，2002 [民90]

面：公分 -- (工作大師：4)

ISBN 957-469-989-7 (平裝)

1. 劉樹崇 - 傳記 2. 銷售

782.886

91002157

跨國直銷大師

作者／劉樹崇
責任編輯／吳凱琳

發行人／何飛鵬
法律顧問／中天國際法律事務所周奇杉律師
出版／商周出版
台北市愛國東路100號2F
電話：(02) 23587668 傳真：(02) 23419479
E-mail: bwp.service@cite.com.tw

發行／城邦文事業股份有限公司
台北市愛國東路100號1樓
電話：(02) 23965698 傳真：(02) 23570954
劃撥：18966004城邦文化事業股份有限公司
網址：www.cite.com.tw E-mail：service@cite.com.tw

香港發行所／城邦（香港）出版集團有限公司
香港北角英皇道310號雲華大廈4 / E 504室
電話：25086231 傳真：25789337

馬新發行所／城邦（馬新）出版集團Cite(M) Sdn. Bhd. (45837ZU)
11, Jalon 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia.
電話：603-9056833 傳真：603-90562833
E-mail: citekl@cite.com.tw

封面設計／李慧聆
打字排版／極翔企業有限公司
印刷／韋懋印刷事業有限公司
總經理／農學社
電話：(02) 29178022 傳真：(02) 29156275

行政院新聞局北市業字第913號

■2002年2月20日初版

售價250元

版權所有，翻印必究
ISBN 957-469-989-7

Printed in Taiwan

〈推薦序一〉

現在用心，未來就有希望



三年多前我力排眾議，從特百惠力邀樹崇來美樂家公司擔任

總經理。那時的美樂家公司才剛成立一年，百廢待舉，感謝樹崇的鼎力相助，並發揮他堅忍不拔的毅力，一一克服困難；提升士氣，做最好的服務品質，加強激勵表揚，創意出擊，短時間內即創造了傲人的佳績，成為業界的模範。樹崇所付出的心力與投入是有目共睹，令人欽佩。

事實上，十年前在我擔任中華民國直銷協會第一任理事長時就認識樹崇，他代表雅芳公司參與會務，由於草創時期會員家數並不多，因此彼此間的互動機會相當的多，對他的了解相對的深入。年輕有為，積極進取，是那時他給我的印象。這樣的人才，雖曾心有網羅之意，但因當時的人、事、物都無法配合而作罷。

誰知因緣際會，四年前認識美樂家總裁范德士先生，因對於美樂家重視環

保的觀念，以及樸實的公司文化非常認同，於是一拍即合地共同成立亞洲美樂家公司，進而設立台灣分公司。樹崇在我的心目中一直是個優秀的管理人才，就在他離開雅芳的數年後，我誠心的邀他與我共事，樹崇確實不負我的期望，讓我感到欣慰。

現在，我很放心的將公司營運交給像樹崇這樣的優秀專業經理人管理。所以我把部分的時間投入在宗教及公益的活動上，目前擔任法鼓山護法總會會長，平時即在推動「心靈環保」、「禮貌環保」、「生活環保」、「自然環保」，並積極實踐「提昇人的品質，建設人間淨土」的理念，開發人們心靈的平和及清靜。

從這裡我再回頭看樹崇的表現，雖然他的年紀也不再年輕，但是衝勁猶依如當年，他把美樂家公司帶領的非常好。美樂家產品「EcoSense」的理念是在落實「經濟實用」以及「生態環保」，不產生二次污染，提昇並改善生活的品質。而爲了強調產品的特色與優點，他平時更是利用各種機緣，把公司的文化及使命「助人達成目標」傳播給大家，這不僅是做到了佛家所言的「法施」，更是在行有餘力之時，也「財施」給各慈善團體，回饋給社會。

我真的很高興能夠認識樹崇，更高興能擁有一位這麼好的事業夥伴。在此書出版之際，特地為文作序，希望此書能夠帶給社會一些省思。

（本書作者為現任台灣英文雜誌社董事長、美商亞洲美樂家有限公司副董事長、法鼓山護法總會會長）

〈推薦序二〉

知崇禮卑

陳定國

劉樹崇先生原是由中華民國企業經理協進會於1989年選拔出來的第七屆「國家十大傑出經理」的行銷經理，那時他正任職雅芳（Avon）公司擔任業務處長，由於他傑出的領導能力及行銷專才，才能在眾多競爭者中脫穎而出，獲得肯定。中華民國企業經理協進會創立於一九六三年，迄今已經選拔了十九屆國家十大傑出經理，計211位。劉樹崇在被選為第七屆傑出行銷經理至今十二年後，在公司領導及行銷開拓上，依然表現輝煌，無愧「傑出」之榮銜。

我自擔任台灣大學商學研究所所長後，歷任數職，及至目前的中華民國企業經理協會理事長，前後已達三十年，一直強調「專業經理人（Professional Manager）」是台灣經濟進步的動脈，是兩岸競賽與合作中，我方可掌握的核心能力。所謂「中興以人才為本」，因此我開辦高階管理Mini EMBA班、學術論壇，系列公開演講會，積極提倡企業管理人才應有「國際觀」的眼光與格局，

要有與世界同步之知識及化知識為生產力的能力，更要有「知崇禮卑」老祖宗的實踐精神與良心道德，如此才能內外兼修，立足台灣，放眼天下，為台灣的企業打入國際市場。

從劉樹崇先生的這本行銷管理的書裡，我發現他二十五年的成功工作經歷，幾乎都是在「打天下」、「開創局面」的情況下累積而成的。他從一位基層的全錄(Xerox)業務代表做起，勇往直前，不斷的開發客戶達成業績；在擔任雅芳(Avon)、黛安芬(Triumph)、特百惠(Tupperware)主管後，又盡心培育人才，激勵部屬，完成團隊目標；而現在身為美樂家(Melaleuca)公司最高領導人，更竭力帶領同仁共創願景，締造非凡績效，轉虧為盈。這些都一再證明一位成功的領導者，他的特質就是目標要訂高遠，但行動要從平凡起步，待人接物更要「以誠為最上策」。

三年來，每月中華企經會主辦的「名著選讀勵進會」的讀書會中，大家潛心研究，相互學習南懷瑾先生所著之「大學微言」、「論語別載」、「易經雜說」、「易經繫傳」、「老子他說」都是參考書目，劉樹崇先生更是提供公司的會議室做為讀書會的場地，還供應茶水、咖啡、點心。其熱心參與，學習成長

的精神，堪屬傑出專業經理人的表率，令人感佩。

道曰「百煉方成金剛劍」，佛曰「度三大阿僧劫成就大菩薩」。劉樹崇從台南眷村，至高中畢業後，就孤身出外，遠征各地求學、謀生、謀職、謀上進、應挑戰、謀造福員工、謀鞏固客戶、謀普渡他人，一路拼搏，堅守「做事認真，做人謙虛」的人生大原則，在市場行銷，公司領導中成爲一位高手。若花四小時讀他這本書，真可抵四十年的實戰經驗，是故爲大家推薦！

（本文作者爲現任中華民國企業經理協進會理事長、淡江大學管理學院院長。一九七三年美國密西根大學企業管理博士班畢業，爲我國第一位華人企業管理博士，曾任台灣大學商學系系主任及商學研究所所長）

〈推薦序三〉

薪傳

老友John把他近二十五年的生活及工作經驗，透過生活化的描述，表達出從小到大各階段所獲得的歷練，深入簡出，淺顯易懂，讓人印象深刻。真的很開心看到他在繼《銷售八法》後，推出第二本經驗累積的成果。

John所從事過的公司，大多是在業界頗負盛名的領導品牌，例如全錄曾是影印機的代名詞，領導風騷數十年；雅芳是直銷化妝品的百年老店；黛安芬是內衣界數一數二的名牌；特百惠是保鮮容器的領導者。其工作上所受的嚴謹訓練可見是不同於一般，再加上他的聰明才幹，他的領導管理能力早就受到肯定。

而現在他所帶領的美樂家則是以優質環保的產品及獨特的「消費者直效行銷」制度，在登陸台灣僅以短短三年的時間就締造了年營業額超過二十億的業績，進入直銷業界排名前五，更為《天下雜誌》評為全國服務業排名第三三



二名及成長最快速企業第二十六名。John所付出的努力值得鼓勵，他的能力更是在此充分的被印證。

近幾年來，由於電子科技與網路的興盛，造成國際間的競爭日益加劇，國內企業因此需要提昇更高的競爭力來因應。為求企業的永續經營，如何「成功」的經營則是企業追尋的目標。事實上，若大家細讀本書，當能發掘一個企業的成功是靠整體的力量與智慧，群策群力來達成的。抵達目標的過程本就充滿障礙及挫折，這時領導者若能發揮智慧及堅定的意志，找出策略，必能突破瓶頸，邁向成功。

對於John的精闢分享，我深覺感佩。因為每個行業都有其獨特的行銷方式：從全錄的人員查訪（Direct Call）、黛安芬的事件行銷（Events）、特百惠的家庭聚會（Home Party）、以至美樂家的消費者直效行銷（Consumer Direct Marketing），涵蓋非常廣的行銷方式，John為讀者穿針引線，融會貫通，若是細細品味，你已不知不覺地吸收了一堂行銷的實務課程。

John是個以身作則的人，公事上他提倡商德，要求同仁重視市場秩序，私下更是熱心公益，盡心回饋社會，實為業界中的楷模。我身為公平會的委員之

一，更是期盼各行各業能依循公平交易法，重視消費者權益、市場機制及公平原則，為國家開創新的經濟優勢及競爭力。

（本文作者為行政院公平交易委員會委員）

〈推薦序四〉

成功的專業經理人



作者與我老友多年，我們曾共事五年。由於機緣使然，作者在職旅上換了數次跑道，也累積不少可貴經驗。看著他由一位優秀的推銷員，轉換成傑出的行銷幹才；由一位專業經理人提升為成功的事業經營者，其中之轉折與心路歷程，藉由本書一一呈現，也讓我得以分享他成長的經驗，並對他有了更深一層的瞭解。

作者二十五年前進入全錄，從基層業務代表做起。憑其優秀的銷售能力及旺盛的企圖心，個人業績屢屢突破公司的標準，很快地調升營業所主任，並進而升任分公司經理，同時亦締造分公司的非凡績效，從他的身上隨時可嗅出他時時所散發出來的熱忱與衝勁，的確是個十足典型的 Sales Type。

二十年年他欲轉職到剛成立的雅芳公司擔任第一位業務經理時，爲了惜才挽留，我曾與他長談，希望他繼續留在全錄服務，甚至願爲他轉調部門以求歷

練更豐富，再上一層樓。然而他還是選擇到以化妝品直銷聞名世界的雅芳公司任職，以增加不同歷練與挑戰。他的新上司是我的好友，見面時常在我面前稱讚他在業務管理的稱職與行銷活動上的創新，協助公司開發許多新的領域，從零到有，不懈不怠。

現在他領導的美樂家公司，在台灣短短的四年期間，便締造了令人刮目相看的業績。美樂家副董事長陳嘉男先生也是我的舊識，亦曾向我誇讚道：「美樂家之所以轉虧為盈，全憑劉先生的全力以赴，克服困難的精神。」他的敬業及工作能力，不同的公司、不同的主管均給予他完全相同的評價。我經常在探討，作一個成功的專業經理人，到底需要具備哪些特質？在這本書中就不難找到答案，「努力」、「正直」、「謙和」、「分享」、「全力以赴」、「追求卓越」是本書內容的所在，也正是成功者必要具備的條件。

我與作者每兩個月會一同參與我所主持的「中華行銷主管聯誼會」的聚會，會中他一直積極的與其他成員交換不同的經營經驗與心得。熱心的投入，也是他能不斷吸收新知的原因之一。我常說：「同事是一時的，朋友是一輩子的。」我慶幸能與作者從一時的同事進而成為一輩子的朋友。由於對他能力的

肯定，樂見他的第二本書的出版，更加樂意的爲他寫序並推薦之。

（本文作者現任百錄股份有限公司董事長、富多美股份有限公司董事長、曾任和信企業集團相關事業總經理及台灣全錄公司執行副總）

〈推薦序五〉

專業經理人的典範

陳得發

劉樹崇先生爲一專業經理人，其所領導的美商美樂家公司進到台灣之後，在短短的三年的時間，就超過年營業額二十億元以上的業績，名列台灣直銷業的前五大，堪稱直銷業的奇蹟。美樂家成功的因素，除了公司優質的產品與符合大眾需求的直銷制度之外，劉總經理的領導方法與領導風格更扮演了關鍵性的角色。本書將劉總經理的成長經驗做了深入的剖析，讓我們了解一個成功的專業經理人所經歷的心路歷程與領導風格背後的動機與原因，可以提供有心進入銷售領域，當一個專業經理人的學習典範。本書依劉總經理的經歷，大約可分成六個時期：一、當兵前擺地攤初嚐銷售工作滋味的啓蒙時期，二、在全錄公司接受專業銷售訓練的養成時期，三、到雅芳公司初試啼聲的萌芽時期，四、到大陸創業又放棄的困頓時期，五、進入特百惠公司重新再出發的復出時期，以及六、在美樂家公司大展身手的全盛時期。

從劉總經理啓蒙時期的經歷我們可以看到，一個成功的企業經理人必須隨時留意市場的狀況，找出市場的利基；腦筋動得快，眼光看得準是必須的條件。外商公司對於人員的培訓非常重視，他們常有一套完整的教育訓練與考核制度，全錄公司就是其中之一。由於全錄公司採用人員銷售的方式來推廣其產品及服務，因此對於業務員的教育訓練有一套專業的設計，國內很多業務高手都是從全錄公司出來的。劉總經理個人的銷售潛能經過全錄公司嚴格的訓練之後，更是功力大進，充分具備傑出業務經理的條件。從書中所舉的事例，更可見其做事之用心，足可印證成功絕非偶然。

雅芳是採用區域銷售制度的直銷公司，在美國已有將近百年的歷史。由於採用雅芳小姐兼差推銷化妝品，沒有在媒體作廣告，也沒有店面，因此早期知名度不高，但是因為雅芳小姐在各地區的積極推銷，營業額在美國化妝品業卻名列前茅。雅芳公司是劉總經理接觸的第一家直銷公司，這些在美國推行成功的制度，來到台灣之後卻發生水土不服的現象。由於風土民情的差異，區域銷售制度受到雅芳小姐的抗拒而不得有所調整；爲了適應東方人的體質與偏好，在產品配方與包裝上也有所改變；更爲了提高產品的知名度，建立消費者