

—— 打造百万团队，创造千万财富，缔造亿万市场的直销圣经 ——

· 改变直销认知 颠覆直销观念 革新直销策略 倍增赚钱速度 ·

直“消” 系统论

E时代直销新思维

孙启航 孙国理◎著

直销：让平凡人变得优秀，更让优秀者达成卓越。

直销：告别穷人折腾穷人，昂首阔步迎接直销企业家到来的时代。

直销：重塑《管道的故事》，创新“传统成功学”。



中国致公出版社



E时代直销新思维

孙启航 孙国理◎著



中国致公出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

直“消”系统论：E时代直销新思维/孙启航，孙国理著. —北京：中国致公出版社，2011.1

ISBN 978-7-5145-0036-3

I. ①直… II. ①孙… ②孙… III. ①销售—通俗读物
IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第257731号

直“消”系统论：E时代直销新思维

著 者：孙启航 孙国理

责任编辑：王 聪

出版发行：中国致公出版社

(北京市西城区德胜门东滨河路11号西门)

电话：66168543 邮编：100120)

经 销：全国新华书店

印 刷：大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

印 数：1—8000册

开 本：787mm × 1092mm 1/16开

印 张：12.5

字 数：120千字

版 次：2011年2月第1版 2011年2月第1次印刷

ISBN 978-7-5145-0036-3 定 价：25.00元

版权所有 翻印必究

自序一

孙启航

今天是一个电子商务的时代，我们也叫E时代，今天的电子商务网络营销跟以往的任何一种营销模式完全不同，以往我们做传统生意也好，做直销也好，我相信大家都积累了很多经验和方法，但这时候你千万别把以往的经验和方法带到E时代的直销里来，带过来一定会影响你的直销思维和方法。电子商务时代就有电子商务时代的特色，这叫与时俱进。如果还是以旧时代的营销观念和方式来做直销，一定会感到很辛



苦，并且事倍功半。

这个行业很奇妙，就像我们在这个行业经常看到的一本书叫做《管道的故事》。相信很多人都看到过，并且有人建议你多读几遍，然后每天去讲管道的故事，当你把管道的故事讲到一万遍的时候，你就成功了。更有人建议你：不要做传统生意，不要去上班了，那些都是提水桶的工作，我们要做修管道的工作，那样才能赚钱，一桶一桶地提水，提到老提到死都不能赚钱，只有管道才能迅速让你赚到钱。于是大家真的天天看《管道的故事》，天天讲《管道的故事》，大家都在夜以继日地修管道，每天挖呀挖呀，拼命修管道，结果越修越穷。改革开放30多年，很多人成了亿万富翁，但也有更多的人没有真正富有。更多的人没有富有是因为他们还在挖管道。我们身边有很多朋友就是这样，付出了很多的精力和时间，收获的却是劳民伤财，付出了大量的智慧和金钱，收获的却是伤痕累累，力也尽了，心也淡了。然后就说：看来直销不是人做的，看来做直销就是骗人。

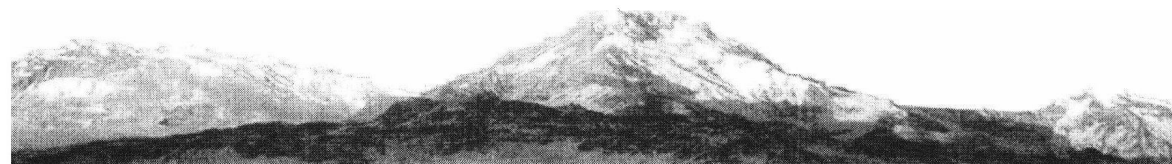
其实，不是这本书不好，也不是管道的故事概念是错误的，是我们没有弄清楚《管道的故事》这本书

里所说的真正含义。为什么绝大多数去修管道的人越修越穷，就是因为他们只是去修管道。我们到建筑工地上去看看，都是谁在修管道，是谁在挖管道，是工人，是工人去修管道、挖管道。如果我们像工人一样去修管道、挖管道，那么最终只能得到一个工人的待遇，你说你能不穷吗？穷就成了顺理成章的事情。

管道中有3种角色：就像我们直销界有三种角色，第一种是修管道的人，就是想做直销赚钱的人，你要是想靠做销售去赚钱，你几乎一辈子都没机会赚到大钱，因为你只是一个辛辛苦苦的管道工；第二种是靠管道赚钱的人，或者说靠直销赚钱的人，这些人在管道里就是一些承包商、材料供应商、包工头、工程师，这些人是能够依靠管道赚一笔小钱，就像我们直销界有一批小领导者，在这家公司忽悠一下赚些小钱放进口袋，又换另一家公司再折腾一下赚些小钱放进口袋，折腾来折腾去，口袋里就是那么几个钱，那么在管道中真正赚钱的人是谁？第三种是管道的拥有者。在这三种角色中，你到底要做哪种角色？是挖管道的人，还是管道承包商，还是管道拥有者。我们一定要把自己定位为一个管道的拥有者，因为管道的拥



有者才能让你真正赚到钱。那是哪些人呢？就是我们系统的领袖，就是进行系统整合的领导者。系统领袖在做的事情就是：真正地运用我们的智慧以及我们身边的人脉关系，然后运用一个好的平台嫁接起来，去建立属于我们自己的平台，我们自己的系统；如果我们没有这种能力，我们就去依附一个庞大的系统，那么我们就能成功。千万不要把自己定位为一个修管道的人，那样充其量你只能变成一个产品的爱用者，或者说是产品的受益者。你想在行业里趋于顶峰，那是很艰难的。所以这个时候，大家一定要给自己的思维重新定位。今天的电子商务网络营销就是给各位重新订做的一套营销模式，我们要做的事情就是将个人的智慧及团队的智慧融合起来，然后进入到这个大的管道系统里，哪怕你在这个庞大的财富系统里只拥有百分之一、千分之一或者万分之一的股份，那么你未来的收益都是无穷大的。如果你单枪匹马去拼搏，你去挖呀、挖呀，挖5年、10年、20年也好，直到一点力气都没有，你可能都不会挖到一桶金。这就是依附系统力量的一个重要法则。



还有一个阻碍我们“钱”途的障碍就是成功学。当然，我们不是说成功学不好，成功学在一定层面可以激励我们的斗志，激发我们的梦想，唤起我们对成功的企图心和潜意识能量。但是不能只为看成功学的书而看书，只为上成功学的课而上课，我们不能听课激动，想想感动，回到市场基本一动不动。直销靠梦想、靠激情，但更多的是靠思想行动。

我们很多直销员看了几本成功学的书，上了几堂成功学的课之后，梦想着成功，渴望着实现财务自由，他们想快速成功，这很好，但是如果操之过急，过于急功近利，未必是件好事。有些人今天做这家直销公司，做几个月，嫌赚钱速度太慢，又换一家，在这家做不了几个月，又嫌这家直销公司的制度不好，下个月再换一家，换来换去，一事无成，变成了直销难民。他们说起直销，尽是一部艰难史、辛酸泪。他们挂在嘴边的总是：上了一当又一当，当当不一样，吃了一亏又一亏，亏亏有体会。事实上，不是直销让他们上了一当又一当，吃了一亏又一亏，而是他们让自己上了一当又一当，吃了一亏又一亏。



要知道，在这个生意里，急功近利是赚不到钱的，急功近利的人都成了挖管道的工人。直销需要一个过程，直销没有一夜暴富，一夜暴富的不是真正的直销，真正的直销体现了耕耘法则。耕耘法则是先要播下种子，然后要锄草施肥，等待它完成自身的生长周期，最后才收获丰盛的果实。

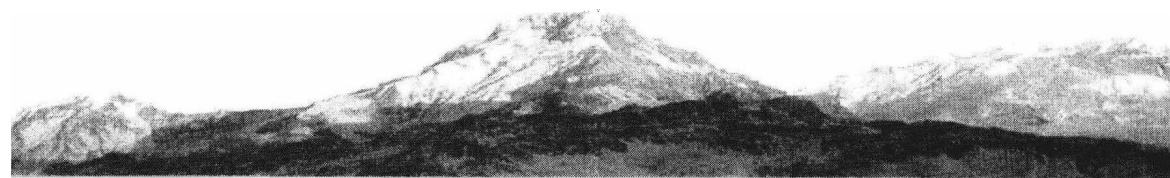


自序二

孙国理

1995年在一个偶然的的机会，我走进了这个生意，到今年已经整整16年了，这16年来，我始终坚守着自己的梦想，始终坚信，在对的时机，遇到对的人，以对的方式去做对的事情，就能获得对的结果。这16年来，对直销有多次的选择，每一次的选择，对我来说，都有很大的提高。无论是身心灵还是外在的财富，对生意的本质也有了更清醒的认识；无论是直销的过去、现在以及未来。

在多年的直销生涯当中，我发现，人与人之间最



大的差别就是思考模式的差异。思考的格局决定了直销这个生意的格局。

如果我们的直销道路不是越走越宽畅，越来越高远，我们就要思考一下，是不是自己的直销思考模式出了问题；如果你的财富不是越聚越多，我们就要思考一下，是不是自己的财富思考模式出了问题。

很多人都说，我要追求成功，如果没有成功，我的人生就没有价值。有这种思维很好，但是我们要明白，其实我们每个人都是成功的，因为我们从生下来的那一刻，我们就成功了。所以我们来到这个世界不是为了追求成功，而是为了追求品质生活。我们是有能力创造财富，可以满足自己的品质生活的，只是我们有没有抓住机会，有没有好的思考模式创造更多的财富。

很遗憾，我们看到这样的现象：本来立志成为直销企业家的人，最后只能做一名普通的推销员，而且这样的事例遍地都是。有很多人在从事直销事业之前，梦想着实现财务自由，梦想着成为直销企业家，但开始做直销之后，却是挤着公交，骑着自行车到处送货，甚至有些起点高一些的人开着属于自己的高级

轿车到处卖货送货，一做就是数年。有一天，因为违反了交通规则被勒令停靠在路边并交纳罚款，他气愤地走出车子，狠狠地踢向自己轿车的轮胎，委屈地自问：我是不是疯了？我到底是在做直销还是送货员。他的这种觉悟是一种进步，他开始意识到自己的思维模式影响了自己的发展，也知道了自己做直销的方式已经落伍了，开着车满世界的送货多么不合时宜。今天去南城送盒牙膏，明天去北城送一盒化妆品，上午去东城送一盒营养品，下午去西城送一盒保健品，把自己一天的时间和生命都放在了拥堵的路上。他只是个推销员，他的目标仅仅是销售额，而不是通过建立管道和系统，让管道和系统为自己赚取现金流。

这就不小心将直销企业家变成了推销员、送货郎的例子。送货郎不是不好，只是离我们这个时代比较久远。小时候，在我们家乡总有人摇着拨浪鼓，挑着担子，满街叫卖橡皮、针头线脑等小物件，我看到太多这样的人，卖了一辈子的货总不见富起来。同样，作为直销员，我们不要再做那种满街叫卖的小商贩，那样是赚不到钱的，甚至会越做越穷，越做越没有自信。要知道直销不是让我们背着产品到处推销，如果



我们还是背着产品满城送货，我们就成了几十年前那种挑担卖货的小商贩了。

随着社会发展，社会分工也越来越细，我们不需要做所有的工作，我们只需要做好自己擅长的那部分工作就可以了。在直销这个生意中，公司的职责就是提供优质的产品和先进的平台，系统就是提供教育和文化，我们的工作就是分享，大家各司其职，携手共进。销售把我们变成了送货郎，结果越送越穷。分享则是把我们变成直销企业家，越分享越富有。

现在也不是过去那种送货拿钱然后走人的直销模式，社会在发展，科学技术日新月异，经济环境也在发生重大变化，如果我们仍然以过去的方式和思维在新的时代做直销，很有点孔乙己的味道，很有点堂吉·珂德的精神。

交通工具的形式决定了行走的速度。做直销也一样，思维和工具决定了做直销的速度。

现在是互联网时代，互联网时代有互联网时代的思维和工具。我们从前做这个生意的思维和使用的工具已经不适应这个时代。旧瓶装新酒，穿新鞋走老路，都不是互联网时代所要的思维和工具。现在有了



互联网，有了联邦快递，我们不再需要满城送货，送货的工作只需要交给互联网和快递公司，我们的工作就是分享，分享产品，分享感受，分享事业机会。

做销售，我们要做富人的生意；做直销，我们要找有钱人来做。据研究发现，多数人的收入和他关系最密切的5个朋友的平均收入差不多，所以，致富不在于你知道什么，而在于你认识谁。穷人认识的人都是穷人，所以总在穷人圈里打转，因为是穷人，所以他的思维也是穷人思维，穷人思维的结果还是穷；因为是穷人，所以他没有足够多的钱来消费；因为是穷人，所以他身边的人都是穷人，都没有很多的钱来消费，所以消费额非常低，业绩很不理想，收入自然不高。

一个人的财富水平决定于他身边朋友的财富状况。近朱者赤，近墨者黑。如果你身边都是万元户，那么你充其量是万元户；如果你身边的朋友都是百万富翁，那么你充其量也是百万富翁；如果你身边的朋友都是亿万富翁，那么你也会是亿万富翁，最差也会是千万富翁。一个人的能力与一个人的财富成正比，百万富翁有百万富翁的能力和平台，亿万富翁有亿万



富翁的能力和平台。当然，万元户也就只有万元户的能力和平台。如果你能找到的人都是万元户，那么你就只能拥有万元户的能力和平台。这个万元户的背后也都是万元户，你也只有万元户的收入和业绩，这也是大部分直销员赚不到钱的原因。如果你身边都是百万富翁、千万富翁、亿万富翁，那么，也就有可能成为百万级、千万级、亿万级。这也就是那些在直销业赚大钱用的方法。

我们要改变我们的思维，要提高我们寻找到的客户或是经销商的层次。一百多年前，美国作家马克·吐温笔下《百万英镑》对当时的普通人来说是个天文数字。几十年前，拥有百万元是一笔巨大的财富，今天，拥有一百万元已不算什么，亿万富翁遍地都是。如果我们还是把目光放在几万元、几十万元的人身上，显然我们的直销格局太小了。我们知道，在直销领域，格局决定布局，布局决定结局，如果我们的格局太小，那么，我们的布局就很难做大，布局不大，我们的结局就不会太好。

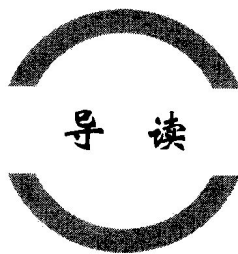
在工作和生活中，我们看到了太多的人在借钱或者贷款购买大批产品存放在杂物间，以求获得高的提



成和奖金。以为这样拿奖金划算，以为这样就可以一辈子衣食无忧！其实这是错误的，这正是我们所担心的。他们这样做直销，不仅使自己越做越穷，同时也损害了直销的形象。

我们希望还直销一个真实的面目，还直销一个真实的形象和身份，所以我和启航老师写这样一本书，我们在错误的跑道上跑得太久了，我们在朦胧的环境里待得太久了，以至于我们忘了怎样才是真正的直销，忘了怎样才能实现直销致富的梦想。





互联网管道的故事

保罗和布鲁斯是一对年轻有为、雄心勃勃的堂兄弟。他们都在某公司担任中层经理的职位。

两个年轻人是最好的朋友。他们都拥有很大的梦想。

他们经常讨论着有一天通过某种办法，实现全面的财务自由。

有一天，公司决定委派这两位朋友担任西斯坦全