

5000 万中国直销员必读

WanZhongguoZhixiaoyuanBidu

他山之石,可以攻玉 鉴人之长,为我所用

经过实践检验的
成功学与直销学
完美结合的
智慧圣经

直销风暴正在逼近,决定直销成败的关键,在于经验、智慧和毅力
ZuiChenggongDeZhixiaoJingyan

最成功的直销经验

做**直销**靠**经验**
想**成功**靠**智慧**

经验是智慧之源,是技巧之本,是诀窍之源。

汲取最成功直销人士的经验 and 智慧,你将登上直销成功的金字塔尖

优秀直销公司的宝贵经验是直销人员的智慧之源,顶尖直销人员的聪明才智是直销公司的力量之本,只有二者相得益彰地互补结合,才能将直销事业做强,做大,做精彩!

陈企盛 主编 CenQiSheng
Zhu bian

中国纺织出版社

最成功的直销经验

陈企盛 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书浓缩了多家世界级跨国直销企业和多位直销大师的成功经验,包含深入浅出的理论说明和生动的案例分析,及如何全面培养直销员的直销理念、直销素养及直销技巧,并着重强调易被忽视的服务意识的培养。书中大量成功的直销案例可以帮助企业利用直销获得新的发展机遇,同时,对直销员重新找回自我、少走弯路、踏上成功的直销之路也大有裨益。

本书可作为直销员及企业销售主管提升业绩的有效读本,也可作为销售企业培训的经典教程。

一书在手,让直销员尽享直销经验的精华,使您的企业在直销之路上越走越顺畅!

图书在版编目(CIP)数据

最成功的直销经验/陈企盛主编. —北京:中国纺织出版社, 2004. 10

ISBN 7-5064-3090-8/F·0483

I. 最… II. 陈… III. 销售—经验 IV. F713.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 090943 号

责任编辑:李秀英 向连英 特约编辑:冯晓玲 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

电话:010-64160816 传真:010-64168226

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京大运河印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2004 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 880×1230 1/32 印张: 10.25

字数: 201 千字 印数: 1-6000 定价: 23.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

直销，这种人类历史上最有特色的销售方式，在中国这片土地上经历了风风雨雨，如今，正在迎来灿烂的阳光！

在中国成功加入世贸组织之初，中国政府便郑重承诺，2004年底将全面放开直销业。弹指一挥间，这个承诺即将变为现实。

有专家预测：10年内，单就保健食品而言，直销额将突破800亿元人民币！这是一个相当大的市场，诱人的市场前景正在吸引着更多的本土企业加入直销行列，与外资企业共同分割这块大奶酪！

然而，我们还应当冷静地认识到：未来直销公司间的争夺，将直接导致更大的市场竞争！

有人不禁要问：在这种大机遇和大挑战并存的市场形式下，要将直销做大、做强，应当依靠什么呢？

我们的回答是：资金固然重要，但根本上还得依靠超乎寻常的直销智慧，靠高人一筹的直销技巧，靠独辟蹊径的直销诀窍。

又有人要问：应当到哪里去寻找和学习这些直销的智慧、技巧和诀窍呢？

明智的回答是：到优秀的直销公司和顶尖的直销人员所积累的极其丰富的最成功的直销经验中寻找和学习！

古往今来，每一个行业的每一位成功者，首先是一位善于从自身及他人经验中学习的智者。因此，一切有志于做强的直销公司，都要虚心地汲取其他成功直销企业的经验；一切渴望成功的直销人员，都要虚心地汲取顶尖直销人员的经验。

令人遗憾的是，虽然直销在全球范围内已有上百年的曲折发展历史，虽然直销在中国已有风雨坎坷的十几年的成长历程，但真正系统地、全面地对直销经验进行总结的著作如同凤毛麟角。特别是在中国，或囿于一集团一公司的圈子，或因直销的名不正言不顺而使人讳莫如深，对于直销本土化的成功经验及时总结更是一片空白。

正是为了填补这个空白，我们在详尽地占有第一手资料，充分科学地论证梳理的基础之上，编著并推出了这本《最成功的直销经验》。

著名直销公司的成功经验和顶尖直销员的成功经验是直销智慧这块金币的两个不可分割的面，因此，本书对安利、玫琳凯、雅芳、天狮、仙妮蕾德、南方李锦记、中山完美、戴尔等国内外知名直销公司在经营理念、营销体制、品牌塑造、员工激励和培训、客户服务、网络建设等多方面的经验进行了高屋建瓴的概括；对顶尖直销员在直销实践中的口才运用、接近顾客、产品介绍和展示、直销技巧、售后服务等诸方面的成功经验进行了去粗取精地浓缩，二者有机结合，组成了最成功的直销经验的完整内容。

本书角度独到，内容全面，特别是本书所讲的成功直销经验来自于中国直销业的土壤，因而具有鲜明的中国特色及很强的现实针对性和操作性。

本书既可以作为直销企业的培训教材，又可以作为直销人员自主学习的案头宝典，是纵横直销商海的金指针！

陈企盛

2004年9月

目 录

上篇：优秀直销公司的成功经验

在全球范围内 100 多年的发展历程中，世界知名直销公司积累了非常丰富的成功经验。特别是在中国风雨坎坷的十几年发展历程中，安利、玫琳凯、雅芳、天狮、仙妮蕾德、南方李锦记、中山完美、戴尔等著名直销公司在如何突破各种困境适应中国市场大形势、使直销企业本土化上，积累了非常丰富的生动鲜活的成功经验。

学习和借鉴这些成功经验，将有助于直销企业把握大好机遇，少走弯路，在中国将直销做强、做大、做精彩。

学习和借鉴这些成功经验，更能使直销从业者深刻地认识到直销的本质和规律，丰富自己的直销智慧，掌握直销的技巧和方法，使自己在强手如林的竞争中脱颖而出，引领直销之潮流！

一、安利公司的直销经验……………（1）

虽然历经波折，安利公司还是在中国土地上顽强地发展壮大起来了。它率先取得合法经营的权利，2002 年，安利纽崔莱以 30 亿元之巨的销售额荣膺国内保健品销售冠军的光辉业绩，更使它在国内为数不

多的直销企业中一枝独秀。安利,它在中国的奋斗历程,它的独特的经营理念和营销体制,它的品牌形象和企业形象塑造策略,它的员工激励奖惩制度和培训体系,毫无疑问地是我国直销企业和直销人员学习借鉴的一杆标尺。

1. 风雨兼程 40 年——安利公司简介 / 2
2. “接触真诚”:安利经营理念的精髓 / 4
3. “店铺 + 营业代表”的混合营销体制 / 6
4. 着力塑造品牌形象,赢得顾客忠诚度 / 10
5. 以人性化的激励制度带给员工信心、成长和快乐 / 13
6. “发动机”式的奖励制度:“向一线销售倾斜” / 18
7. 建立起自己独特、完善的培训体系 / 21
8. 积极参与公益事业,树立良好的企业形象 / 25
9. 神来之笔:安利是如何让纽崔莱荣膺中国保健品销售冠军的 / 26

二、玫琳凯公司的直销经验…………… (30)

玫琳凯这个由一位退休女性创办的以女性为主流的化妆品直销公司,在这个以男性为主导、以激烈无情的竞争为游戏规则的商业世界里得以生存、发展,并且取得了非凡的成功:2003 年,横跨全球 34 个国家和地区,拥有超过 90 万名独立美容顾问,零售营业额超过 28 亿美元,是“全美 100 家最值得员工工作的公司”榜上的惟一的一家直销公司。玫琳凯公司独特而丰富的直销经验中蕴含着使每一个直销企业和直销人员取之不尽的智慧。

1. 一个以女性为主流的直销企业——玫琳凯公司简介 / 30

2. 在中国九年的发展历程 / 33
3. 以独特的企业文化凝聚团队 / 37
4. 化推销为“一堂成功的美容课” / 41
5. 给顾客面对面的细致服务 / 45
6. 给员工一流的奖励和福利 / 48
7. “直接沟通”的管理方式 / 52

三、雅芳公司的直销经验..... (54)

Avon, 这条世界文学巨匠莎士比亚故乡的一条小河的名称因雅芳这家全球化的化妆品直销公司而家喻户晓。雅芳 1990 年进入中国, 掀开了华夏大地直销的大幕。经过十多年的辛勤耕耘, 今日中国已成为雅芳开展业务的国家中发展最快的市场。雅芳在中国美容专柜、专卖店、零售店和推销员四渠道同时启动的全方位的销售模式, “直达配送”的高效率的物流体系, 信息建设的本土化经验, 以及适合中国国情的产品定位策略, 都具有非常现实而深远的启迪意义。

1. 一切为了女性——雅芳公司简介 / 54
2. 在中国十四年的发展历程 / 57
3. 开辟四渠道多元化销售渠道 / 59
4. 多种模式的人员管理和全方位的员工培训 / 61
5. 直达配送: 高效率的物流供应链体系 / 67
6. 信息化建设与 IT 技术本土化 / 70
7. 优质的产品质量和成功的产品定位 / 73

四、天狮集团的直销经验..... (74)

几年前,如果有人提到“天狮”,你或许感到很神秘;而今天,天狮集团健康人类的形象正广为传播:各大媒体上“天狮健康”快车频频向世人传递健康召唤;2003年9月,天狮下属的生物工程有限公司进军美国纳斯达克;2004年3月,天狮斥资4亿美金,在上海兴建国际健康产业国……如此浩大的“手笔”,更让世人对天狮集团的实力、决心与魄力刮目相看。

天狮被誉为中国直销行业的“民族英雄”是当之无愧的。

天狮集团成长奋斗的历程中所积累的关于开发产品,创建全球网络,“六网互动”以及其成功的人才政策和积极回报社会、建立良好形象的丰富经验,是馈赠中国直销企业和直销人员的宝贵智慧和财富。

1. 直销行业中的民族英雄——天狮集团简介 / 74
2. 开发高品质的拳头产品 / 76
3. 走出去,创建全球直销网络 / 77
4. “六网互动”:符合中国特色的直销方式 / 81
5. 以人为本、广纳贤才的人才政策 / 85
6. 积极支持慈善事业,向弱势群体伸出援助之手 / 89

五、仙妮蕾德公司的直销经验..... (90)

仙妮蕾德,这个1982年由台湾华人陈得福、徐爱莲夫妇创办于大洋彼岸的美国的直销公司,自1993年的转型,再到今日真正从店铺销售中得益,一次又一次地完成了“蜕变”。

如今,它的经营者将其在中国的发展目标确定为:店铺扩充到10000家,跻身全球500强。仙妮蕾德的成功来自于对“无店铺销售”模

式的颠覆,来自于用“再生哲学”铸就的高品质产品,也来自于高效管理“高招”和“按能分配”的极为人性化的激励制度。这是仙妮蕾德在中国奋斗11载的经验总结。

1. 太阳骑士——仙妮蕾德公司简介 / 91
2. 综合直销和特许加盟的授权经销模式 / 93
3. 独具优势的店铺销售 / 95
4. 在高品质产品中彰显“再生哲学” / 99
5. 高效管理和“按能分配”的激励制度 / 100

六、南方李锦记公司的直销经验 (103)

百余年前靠蚝油起家的李锦记公司,经过四代人的不懈努力,如今被誉为“亚洲第一食品品牌”,产品行销全球80多个国家和地区,正在实现着李锦记要把“中华优秀饮食文化传播到世界”的崇高使命。

20世纪90年代初,李锦记第三代掌门人李文达当机立断:成立广东南方李锦记营养保健有限公司,与科研院联合开发、生产与销售“无限极”中草药系列健康产品,以直销的方式打开全球市场。

此举使李锦记这个老企业焕发青春,再创奇迹。

南方李锦记公司直销经验的闪光点在于:“三个专心”的策略定位;与科技巨人强强联合铸就精品;把人才作为企业最宝贵的财富。

1. 亚洲第一食品品牌——李锦记公司简介 / 104
2. 永远创业:四代经营者的奋斗历程 / 106
3. 以“三个专心”为核心的营销策略 / 110
4. 与科研院所强强联合,开发研制“无限极”产品 / 115
5. 把每一个员工都锻造成精英 / 117

七、中山完美公司的直销经验 (118)

仅用1年时间,率先通过保健食品的四项认证;短短的10年时间,就在全中国建立了19家分支结构,并开设了1000多家专卖店;在危机面前,实现成功转型,使自己如凤凰般“浴火重生”——这就是在低调中前行的中山完美公司,这就是在未来直销业前途不可限量的中山完美公司。

它的低调稳健的作风,它的“诚信经营”的策略,它的通过四项权威体系认证的举措,它的塑造服务导向型团队文化的努力,以及奉献爱心、回馈社会的孜孜追求——这一系列的“完美”的经验,使它成为中国本土化直销企业的典型代表,成为直销行业学习的一个标杆。

1. 直销业中国本土化的典型代表——中山完美公司

简介 / 119

2. 保持清醒和稳健,危机中成功转型 / 121

3. 三大原则铸诚信,四项认证助维权 / 124

4. 建立精明强干的人才队伍,塑造服务导向型企业文化 / 126

5. 弘扬博爱精神,用爱心演绎“完美” / 130

八、戴尔公司的直销经验 (132)

谁能在7年之内把股票市值涨幅变为20000%?在风雷激荡的商海中,戴尔公司创造了这个神话!

短短数年,从一家名不见经传的小公司,不断发展壮大为PC界的“新盟主”,其实力敢与康柏、IBM这些业界元老相比肩。戴尔公司的迅速崛起并不是依靠领先的技术,而是依靠一种经营观念、一种商业模式——直销。

敢于逆潮流而上、取人之异的创新勇气,“流动性、利润和增长”三者并重的经营核心,以及“零库存”的直销新概念使戴尔公司获得成功,其独特的直销经验无疑也为众多直销企业和直销人员提供了很好的借鉴。

1. 电脑直销大王——戴尔公司简介 / 133
2. 逆市场潮流而上:面向最终用户装配电脑 / 135
3. 理智地确立经营核心:流动性、利润和增长 / 137
4. “零库存”的直销新概念 / 140

下篇:优秀直销员的成功经验

人才是企业最为宝贵的财富。直销企业计划的执行、目的实现,最终依靠的是直销员的智慧和力量。直销员是直销公司最能动的因素,优秀的直销员是直销公司的瑰宝,而拥有直销员所积累的成功直销经验,则更具有不可估量的价值。

深入地分析研究中外无数直销精英们的奋斗历程,你会发现他们无论是个人素质和能力的修炼上,还是在接近顾客、赢得顾客和留住顾客上;无论是口才表达上,还是介绍和展示产品上,都积累了丰富的经验,总结出独特的策略和技巧。

学习和借鉴这些经验和策略,是直销企业造就优秀直销员、获得不竭的竞争优势的必经之途;学习和借鉴这些经验和策略,更是千千万万的直销员由平凡走向成功,由成功走向卓越的明智抉择!

一、拥有良好的素质和能力 (144)

直销活动并非一件容易的事,它会对直销人员进行各方面的考验,而素质平平和能力低下者决不能经得起这种考验。所以,拥有良好的心理素质和很强的业务能力是直销员取得成功、实现美梦的基本要求。

在那些成功的直销员的身上,你将会发现:他们永远保持着乐观和自信,他们的脸上永远充满热情和微笑,他们有着完美的职业形象;你将会发现:他们举止高雅,彬彬有礼,是自我管理的能手,是制定并稳步地达成奋斗目标的高手,是运筹时间的巧手。

1. 用自信创造事业的奇迹 / 144
2. 用热情鼓舞自己和感染顾客 / 148
3. 塑造完美的职业形象 / 152
4. 谙熟与顾客交往的礼节 / 156
5. 成功地进行自我管理 / 161
6. 确立合理而坚定的目标 / 164
7. 永远做时间的主人 / 168

二、具备一流的口才 (171)

一言之辩,重于九鼎之器;三寸之舌,强于百万之师。直销员要争取和赢得顾客,就要有高人一筹的口才艺术。一流的口才艺术是直销员无往不胜的利器。

在直销活动中,口才表现在说服、提问、答复、沟通等各个环节,那些优秀的直销员,在这些环节都能够妙语联珠、巧舌如簧,使顾客在不知不觉之间便接纳了他的意见。你想成为一流的直销员吗?那么,就请认真地学习口才艺术,虚心地学习优秀直销员语言交流经验的结晶吧!

1. 恰到好处地赞美 / 172
2. 迂回委婉地说服 / 176
3. 巧妙提问的艺术 / 180
4. 专注聆听的技巧 / 184
5. 巧妙答复的诀窍 / 189
6. 用沟通打动顾客的心 / 195
7. 用妙语化解顾客拒绝 / 197

三、巧妙地接近顾客 (202)

直销活动的最终目的是要将产品卖给顾客。所以,顾客之于直销员,是其赖以生存和发展的根本。直销人员的一切活动都应当以顾客为中心,一切举措都应有助于“把产品销售给顾客”。

然而,把产品卖给顾客是一个曲折的过程,不可能一蹴而就。在这个过程中,最关键的是接近顾客,让顾客接纳你。只有成功地接近了顾客,使顾客接纳了你,顾客才有可能接纳和接受你的产品。这就需要直销员注意每一个细节,巧妙地寻找、约见、拜访顾客,因势利导,挖掘顾客的各种需求。

1. 寻找准顾客的途径和方法 / 203
2. 约见前做好充分的准备 / 207
3. 电话预约的要领和技巧 / 210
4. 成败决定于上门拜访 / 216
5. 深入挖掘顾客的各种需求 / 220
6. 进门后要有良好表现 / 224

四、完美地介绍和展示产品 (228)

你想让顾客购买你的产品吗?那么,首先应让顾客了解和信任你所推销的产品。而获得顾客了解和信任的最直观简捷的途径,莫过于生动地介绍产品,完美地展示产品。所以,介绍和展示产品是直销员拜访顾客时的一项重要内容,而掌握介绍和展示产品的方法和技巧,更是直销员的必修课。

千千万万的成功直销员在推销过程中积累了丰富的介绍和展示产品的经验。学习和研究这些经验,能够从多方面开阔我们的思路,使我们在介绍和展示产品时别出心裁,取得令人满意的效果。

1. 遵循产品介绍的原则 / 228
2. 掌握产品解说的技巧 / 232
3. 产品介绍的常用方法 / 238
4. 合理运用辅助工具 / 243
5. 进行有效的产品展示 / 247
6. 制造戏剧性的展示效果 / 252

五、成功直销的实战技巧 (256)

直销活动的理想结果就是和顾客达成交易,然而在直销实践中,直销员轻而易举地和顾客立马达成交易的事很少见。直销人员应当明确:与顾客成交不仅仅是一个令人欣慰的结果,它更是一个由各种技巧所构成的艰辛而曲折的互动过程。

所以,一切想品尝“与顾客成交”的喜悦的直销人员,都要善于从他人的实战经验中总结和学习一切有利于成交的技巧和方法,并能在自己的直销实战中出神入化地加以运用。

1. 善用名片推销自己 / 256
2. 巧妙化解顾客的抱怨 / 261
3. 正确应对顾客的异议 / 267
4. 抓住顾客的购买信号 / 273
5. 快速达成交易的技巧 / 278
6. 和顾客成交的方法 / 283

六、用售后服务留住顾客 (287)

售后服务的目的在于与顾客保持长久而稳定的关系,为下次“成交”创造条件,巩固老顾客,并在此基础上发展新顾客。所以,售后服务是直销活动中不可少的一个环节。

顶尖直销人员的成功经验向我们昭示:只要留有余地地与顾客道别,勤于联系顾客,关心顾客,记挂顾客,就能感染顾客,赢得顾客的心,使顾客乐于与你建立长久而稳定的密切关系。

1. 售后服务事关重大 / 287
2. 与顾客道别有讲究 / 293
3. 经常与顾客联系 / 298
4. 真心诚意关心顾客 / 302

参考文献 (307)

上篇：优秀直销公司的成功经验

直销是一种先进的营销模式，即生产者不经过中间环节直接将商品销售给消费者。直销在发展初期经历了大风大浪的考验，但因为这种营销方式的种种优势，整个直销行业还是蓬勃地发展起来了。在美国、日本、东南亚以及我国的台湾、香港地区，都有很多成功的直销企业。

在上篇中，我们将着重介绍一些知名的直销企业。从这些企业身上，我们可以学习他们先进的直销经验，吸取他们失败的教训。

一、安利公司的直销经验

说到直销企业，首先要提到的就是安利公司。安利公司在中国率先取得合法经营权利，在整个直销行业中也起着标尺性的作用。安利公司以其进入陌生市场的适应能力和变通能力，在中国市场上采用了一种特殊的方式进行经营：店铺加雇佣推