

献给一切愿意帮助别人成功的财富交割者

获国际多层次  
网络营销协会的  
“最高荣誉奖”

大卫·舒尔茨 德士特·耶格  
约翰·卡兰奇 狄恩·布莱克等◎著

# 成功八步

个人经济成功必须经历的八个步骤

首次披露人性营销和财务自由的秘密



海峡文艺出版社

C H E N G G O N G      B A B U

首次披露人性营销和财务自由的秘密

# 成功八步

个人经济成功必须经历的八个步骤



大卫·舒尔茨 德士特·耶格  
约翰·卡兰奇等 著

海峡文艺出版社

### 图书在版编目(CIP)数据

成功八步 / (美) 舒尔茨等著; 朱鹰编译. — 福州:  
海峡文艺出版社, 2004

ISBN 7-80640-925-4

I. 成… II. ①舒…②朱… III. 电子商务—市场  
营销学—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 002990 号

版权所有 翻印必究

## 成功八步

---

作者: 大卫·舒尔茨等

译者: 朱 鹰

责任编辑: 高云

出版发行: 海峡文艺出版社

社址: 福州市东水路 76 号 14 层

邮编: 350001

印刷: 北京广益印刷有限公司

邮编: 100012

开本: 787 × 1092 毫米 1/16

字数: 150 千字

印张: 14.5

版次: 2004 年 2 月第 1 版

印次: 2004 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 7-80640-925-4/I · 640

定价: 22.00 元

---

如发现印装质量问题, 请寄承印厂调换

## 创造财富的最后一次机会

如果你可以洞悉未来，你愿意付出什么代价？如果你能够预见未来，你又能否把握机会？有什么股票你应该卖掉但没有卖？有什么商品你应该买却没有买？有什么机会你应该把握而又错失？你一生中又能遇到多少机会呢？这个时代可能是你最后的机会，你要格外留神。

每十年就会有一些配合时代的伟大产品出现。70年代是微波炉，80年代是录像机，90年代是电脑和互联网。在80年代把握机会的，现在都已成为百万富翁，在90年代把握机会的，则已成为亿万富翁。在未来几年中，也一定会出现这样的机会！世界顶尖经济学家保罗·皮尔兹预计，到2010年，与健康相关的产业就将为美国经济带来每年10000亿美元的收益，这些收益来自为大众提供令人更健康、更美丽、延缓衰老或预防疾病的产品和服务等等。

就拿健康产业来说。在20年前这个产业并不存在，但今天，健康产业的收益达2000亿美元，相当于美国整个汽车产业的收益的一半。从2000年到2010年，健康产业的消费将由两千亿增长至10000亿美元，足足有五倍的增长。为什么会有这么大的增长呢？为什么可以预计它呢？因为在过去的20

年中，二战后出现的新生族主宰了经济的发展。这是否就是你值得把握的机会呢？

这群新生族正是今天37至55岁的人，他们正值事业高峰，收入非常可观，消费力庞大。就是他们促使房地产增长，也是他们刺激了运动用品、汽车、个人电脑和互联网的消耗。目前美国经济总产值是10万亿美元，其中5万亿就是由他们创造的。

虽然战后新生族只占美国人口的30%，但他们的消费额却占整体经济的50%。更重要的是，他们还会增加10000亿美元的额外消费。

如果你愿意把握，这就是你前所未有的机会。但你怎样把握这个机会呢？你可以成为医护人员、生产商、零售商甚至是分销商。

成为医护人员(例如医生、按摩师、治疗师)，需要你付出高昂的学费、保险费、需要你长时间不停地学习和工作。成为生产商，需要投入大量资金建立基础设施、从事项目开发。成为零售商，需要负担庞大的经营费用、员工薪金、库存费用，还需要每星期工作七天。最有利的就是分销商。

我们可以得出这样的结论：未来二三十年，最大的财富并不在于生产，而在于分销。美国最大的百货连锁店沃尔玛、联邦快递以及在互联网上卖书的亚马逊均从事分销业务，他们都有一个相同的名称，就是分销商。这些公司把顾客认可和必需的产品或服务进行有效地分销，创造了巨额财富。

另一个重要的话题是，由于世界范围内对商业的无知，特别是对新世纪的财富金钱观的无知，21世纪最大的财富，首先将来自对消费者的教育——关于新的财富观念以及怎样

创造财富、实现财富的教育。在实现财富的过程中，分销渠道成为最重要的创造财富的源泉，人们通过做这种生意参与世界财富的分配，这是一种思想敏锐的生意。更好的产品、更好的分销，给每个人带来更好的机会。

商业成功首先需要好的产品、服务和体验，然后有好的商业模式。分享那些已经被证实的成功模式，是最快的方法。谈到分销模式，我不能不提到两个人，一个是比尔·奎恩博士，另一个是贝克·哈吉斯。比尔·奎恩博士虽是一个盲人，但他是一个智者。他洞察到人类的三种消费类型：一是生产者，二是消费者，三是生产消费者。通常，生产者生产和销售产品或服务，他们是人类需求的提供者，他们是赚钱的人；消费者是花钱的人；而消费商（又称为生产消费者）由于参与了实现财富的商业模式，能够在聪明地花钱的同时赚钱。这就是比尔·奎恩博士的消费商分销模式。

贝克·哈吉斯的《管道的故事》同样说明了一个引人入胜的分销模式。面对新世纪、新商机，你是给自己修建一个财务自由的管道，还是永远自己挑水喝呢？你是建立自己的分销有限公司、做自己的CEO，还是给别人的管道当雇工呢？

这个模式，你可以从家庭开始，不需要很多资金，也不用支付员工薪水。这个生意可以从空余时间开始，但可以赚到数千数万美元的月收入。试想现在是1982年，有个叫盖茨的人邀请你投资他的个人电脑生意，有谁会相信他呢？这次你又会怎么做？美国最大的百货连锁店创办人山姆·沃尔顿在44岁那年创办了沃尔玛，61岁时成为世界首富。今天你的借口又是什么呢？有一件事是可以肯定的，今天你看了这段文字、这本书，将来你不能说：“我当时不知道……”

将来，当子孙们向你打听21世纪初的繁荣景象时，你怎么回答？你会说你如何装备了自己、把握住了机会，还是找

个借口解释你为何又错过了机会？二战后出生的新生族会在未来数年内彻底改变全世界的经济趋势，你一生中还有多少这样的机会呢？无论如何不要再错过这次机会！

《美国商业周刊》

# 目 录

## MULU

---

- 1 / 创造财富的最后一次机会
- 1 / 序言
- 5 / 入门：了解网络营销
- 25 / 第一步：梦想
- 55 / 第二步：承诺
- 65 / 第三步：列名单
- 83 / 第四步：邀约
- 103 / 第五步：讲计划
- 125 / 第六步：跟进及教育培训
- 157 / 第七步：对上咨询，对下检查
- 189 / 第八步：复制
- 209 / 附录一：产品效果练习表
- 211 / 附录二：列名单练习表
- 212 / 附录三：反对意见练习表
- 213 / 结束语
- 217 / 跋



# 序 言

约翰·佛格

你真的想富有吗？如果你的回答是肯定的，你有一个具体的人生理想和致富目标吗？如果你的回答是肯定的，你有一个致富计划吗？如果你的回答是肯定的，遇到挫折时你能顶住并将计划坚持到底吗？如果你实现了自己的致富计划，你觉得这种富有的程度和状态能够满足你的人生理想、实现你的人生梦想吗……

开创属于自己的网络营销王国，这真的是你想要的吗？  
请好好想一下这个问题：你真的希望发挥你最大的潜能吗？

假如你发自内心地、深思熟虑地表示肯定，我会毫不犹豫地向你推荐《成功八步》这本营销业的奇书，它将帮助你达到这个目标。

《成功八步》描述的是个人如何投入这个既特殊又刺激的行业、这个既是生产者又是消费者的行业、以及在这个行业里的发展过程。

首先你必须认清，为什么要从事这个行业。本书会以一套程序引导你了解自己的人生理想，进而制定各个阶段性的目标，接着你将学习和运用四种燃料来激发你的潜能与创造

力、实现人生理想。

接下来，你会体验到一段精心设计的自我探索的旅程。你将学习一些经实践证明切实可行的“该做的事”，它们将带给你力量，使你梦想成真。这本书中所有的承诺与可能性，都是为你提供的。

这些可能性，是达成你人生阶段性目标的可能性：享有优厚的报酬、具有创造性的自我实现的事业生涯、发挥你最大的潜能、获得真实而有形的财务自由以及为他人作出贡献。

书中的种种承诺是最精彩的部分。“开创自我”四个字，从字面上就告诉你如何实现这些承诺！那就是开创自我。

本书将一步步引导你建立和持续经营属于你自己的成功的营销事业。

在这个过程中，首先你将发现开发客源和运用电话的技巧。接着你将学习如何生动地讲商业计划、如何举行专业有效的“商机示范观摩会”，你还将学习到正确的思维方式、如何正确地回应反对意见、如何运用有效的跟进系统来建立广大的客源基础并维持稳定增加的新成员。这本书将告诉你如何在家庭聚会上讲商业计划、如何对新营业代表进行教育培训、如何轻松地传授你的成功经验。

本书根据网络营销的成功人士多年的经验，以深入浅出的方式阐述了相关的内容。他们也曾经是新手，因此他们知道哪些方法有效、哪些方法行不通。

本书为我们揭开了这个行业的神秘面纱。在阅读的过程中，你常常会把书放下，对自己说：“哇！真是太棒了！”“原来要这样做！”“人性原来如此！”我曾经读过许多有关这个行业的书籍，有一些写的比较好，但没有一本书如此严谨、完备。

这本书是完整的、有感情的、具有影响力而且切实可行的，其中包含太多精彩的诀窍和提示，书中的许多智慧，你不仅可以用于这个行业，同时也可以用于其他行业。

这本书的写法很人性化、引人入胜，读起来很有趣。作者仿佛是你的一个亲密朋友，坐在你的客厅，把他的知识与经验与你分享。

多年来，《成功八步》以各种形式在全球营销界广为流传，它给我们提供了许多思考的空间，对渴望成功的人们来说，这是一本不可错过的好书。

运用这本书的最佳方式就是反复阅读，并且在新的营销商开展工作前每人赠送一本。只要这样做，我保证你的营销生涯会非常成功。



# 人 门

## 了解网络营销

### 管道的故事

罗伯特·清崎在《现金流象限》一书中讲了一个故事：一个遥远的乡村被严重缺水的问题困扰着，他们对外招标，希望找到供水的解决方案。有两个人和村里签了供水合同。其中一个人打算天天挑水进村，这个方案很快就实施了。另一个人制定了商业计划书，成立了供水公司，通过周密的计划搭建管道，向村里输水，虽然他的水来得比较迟，但管道中源源不断的水成了他的现金流来源。那个挑水的人则始终没有摆脱财务危机。

你知道吗？网络营销的实质就是搭建管道！

在生活中，很多人宁愿挑水而不愿搭建管道。财商理论告诉我们：金钱不能使你富有，只有产生金钱的资产才能使你富有。搭建管道正是在创造资产，挑水则是用精力、时间甚至生命去换钱。

你会选择哪种做法呢？

## 店铺的故事

还有一个店铺的故事，从事网络营销的人士也有必要听听。

从前，在美国的一个小镇上，有一位勤劳的汤姆先生，他开了一家小百货店，由于他辛勤工作、对顾客殷勤周到，小店一直生意兴隆。但是好景不长，有一天他听到隔壁在装修。

两边都在装修，接着，两家大型折扣店在他旁边开张了。左边一家打出“全市最低价”的口号，右边一家声称自己是“清仓价”。汤姆先生的顾客很快就流失了。

面对这样的形势，汤姆召开了许多次研究会、讨论会，仍然没有找到对策。有一天，他的一位老主顾不小心走到他的店里来了，这位顾客发现走错了地方，便自言自语道：“喔，这是汤姆的店铺。”然后他尴尬地离开了这里。

汤姆听到这句话，恍然大悟。他也自言自语：“对了，问题就出在这里，他们不来我这里，因为这是我的店铺。”

汤姆分析：按通常的逻辑，店铺赚钱、消费者花钱，消费者当然要找最便宜、最实惠的地方花钱。但是，转换一下思维模式——将店铺变成“我们的店铺”、让消费者在花钱的时候赚钱、让他们在自己的店铺里买东西，那又怎么样呢？汤姆重新制定了营销制度，他给顾客计算积分，不仅顾客自己买东西有积分，介绍别人来购物也按相应的比例获得积分，最后都能得到奖金。

这样一来，虽然汤姆的价格比左右两个店铺都高，但顾

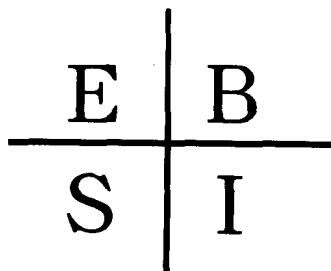
客们蜂拥而至。有些顾客还成功地积累了一个庞大的顾客群、赚到了很多钱。顾客们买到了自己想要的东西，也为自己创造了财富。这个故事对你有启发吗？

## 神奇的现金流象限

根据主要收入来源，可以将人分为四个象限：左侧象限为E和S，右侧象限为B和I。左侧象限是财务安全象限，这边的人们注重生活的安全保障；右侧象限是财务自由象限，这边的人们追求财务自由。

E象限包括雇员——为别人工作、为某个社会系统工作、为钱工作的人。S象限包括自由职业者、专家和小企业主，他们为自己工作，独立形成一个系统，或者是一个系统的重要组成部分。B象限是企业家象限，是系统拥有人的象限，他们拥有一个系统，系统中的很多人都在为他们工作。I象限是投资人象限，这个象限的人让金钱为自己工作，他们把钱投资到社会这个大系统中，产生回报率、以钱生钱。

现金流象限图

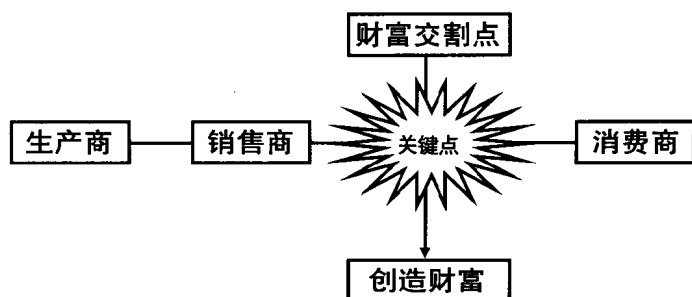


E 雇员  
S 自由职业员

B 企业拥有人  
I 投资人

从事网络营销的根本目的是建立一个系统，让系统为自己工作，做独立的生意人、消费型的企业家。成功的网络营销人员实质上是B象限的成员。为什么呢？因为他们通过组织消费团队的消费行为创造财富，不断增加市场分额。他们与生产型的企业家和销售型的企业家具有同等的创造财富的价值。

### 创 造 财 富 核 心 图



这点虽然简单，但并不是所有学过经济学或研究经济学的人都知道。网络营销者进入B象限的关键，在于他们的思维方式。如果仅仅将网络营销理解为销售工作，那么他们就停留在S象限；如果将其理解为组织一个庞大的网络营销系统，那么他就属于B象限。

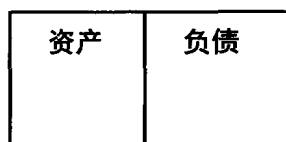
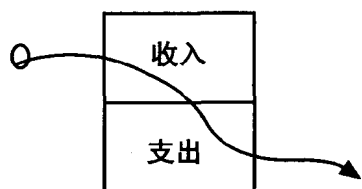
## 网络营销帮助你建立“消费商的资产”

正如罗伯特·清崎所说，资产就是不断地把钱装到你口袋里的东西，负债则是从你口袋里把钱掏走的东西。富人总

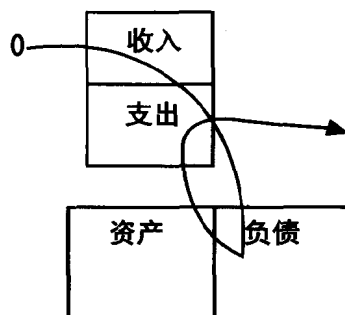


在不断地创造和拥有资产，中产阶级总在购买自以为是资产的负债，穷人呢？他们既没有资产也没有负债。

### 富人的现金流线图



(穷人的现金流线图)



(中产阶级的现金流线图)

