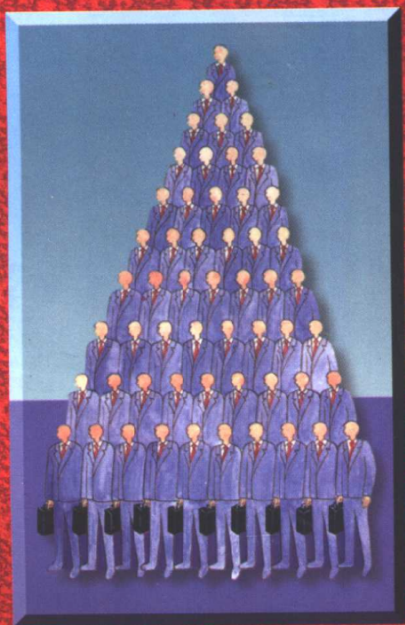


传销将法

(台湾) 必睿智 编著



版
社

传销赢家实战丛书

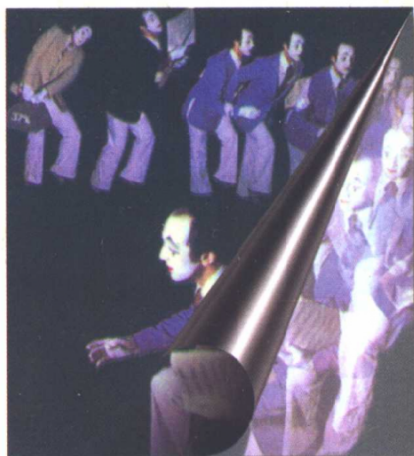
话欧美、台湾最激进的传销理念、技法与制度

传销本身不违法，只有欺诈才构成犯罪

在每一种传销方式发展的过程中，总会有人因违法而受到法律的制裁

盗版全案、合股、合办、合销、传销投资

民营 传销致富



设计  三木广告
(010)68411629

传销
招法

ISBN 7-80001-764-8

F·762 定价：60 元（全六册）



图书在版编目(CIP)数据

传销赢家实战丛书·第二辑/众望文化事业有限公司编.
北京:企业管理出版社,1996

ISBN 7-80001-764-8

I. 传… II. 众… III. 传销—普及读物 IV. F713.5
中国版本图书馆 CIP 数据 核字(96)第 21604 号

责任编辑:吴太刚 齐建昌 成思霖

版权登记号 01-96-1292

授 权 方 台湾众望文化事业有限公司

出 版 发 行 企业管理出版社

邮 编 100081

经 销 全国各地新华书店

排 版 北京三木广告公司电脑排版中心

版 次 1996 年 11 月第 1 版

印 刷 北京顺义康华福利印刷厂

开 本 787×1092 毫米 1/32

印 张 37.94

字 数 909 千字

印 数 1-5000 套

书 号 ISBN 7-80001-764-8/F·762

定 价 60.00 元(全六册)

版权所有

侵权必究

代 序

□林宗光

传销是一种典型的“兵、官、将”组织形态。

任何一名传销大将都十分明了要在传销事业有所收获，必先历经兵、官的磨练，方能清楚地认知唯有将自己提升成为一名将才，传销事业才能够扎得深、推得广、坐得稳。

一般人往往将高 Pin 与传销将才划上等号，认为只要上了高 Pin，就会拥有高收入，以及庞大的组织网，然而这是不切实际的想法，高 Pin 如果不了解如何成为一名将才、有计划性地培育接班将才，以及学习与其他将才相处的话，是不可能发展成为有系统、有规模的传销组织网，更不用说将自己跃升为

一名将级人才。

《传销将法》是传销六法全书系列(即《传销赢家实战丛书》第一辑中的《传销谋略》)的书籍,作者很明确地将每一种传销将才的特性做了精辟的归类及分析,可以提供给高 Pin 的传销商们做更深入的思考,作者必睿智在自序一文中,即开宗明义地提出“传销是人和人互相结合,合作的事业”,而身为一名高 Pin 更应该体会这句话的含意,再仔细阅读“传销将法”的内容,您定能有所体会。

好不容易从兵、官的角色跃升为高 Pin,您愿意这只是虚位,还是希望是名实相符的将才?如果您能够非常明确地认知到将才的角色就是拥有高度自主性的时间,而且能够很轻松、很悠游地洞悉到组织发展的死角,并且能够充分运用各种资源,规划出一系列的教育训练模式,您就一定可以成为一名真正的传销将才。

愿与所有的传销人分享成为传销将才的喜悦!

作者 序

□必睿智

“传销是人和人互相结合、合作的事业”，这种说法深为大家所认同，但是如果要更确实描述成功的传销事业运作时，应该说：“传销是‘将’和‘将’互相结合、合作的事业。”

如果传销组织中，缺乏这些大将的带动，一群人群龙无首的乱成一团，充其量只是乌合之众，用不着多久的时间，他们就土崩瓦解了，是故，传销领袖彼此殷殷告诫着“抓老鹰，不管小鸡”、“跟进大将，不要黏着小兵”，不是没有道理的。

每个人都希望当大将，也希望自己组织

中都是大将，于是就以为这样一定可以让组织扩张壮大，业绩倍增，其实却忽略了一点——也许每个“将”的本质都很好，但不能保证他们能彼此合作得很好！如何让‘将’与‘将’合作并将彼此的力量相乘，才是传销组织中最大的课题。

西汉的开国皇帝刘邦有一次和他的大将韩信聚会议事，他问韩信：“依你之见，象我这种能力可以带领多少兵马的军队打仗？”

韩信说：“嗯，大概可以带领十万人的兵马打仗吧？”

汉高祖刘邦又问：“那么你能带领多少兵马呢？”

韩信说：“我带领的兵马数量无限制，多多益善。”

汉高祖笑着再问：“哦，这么说来你带兵打仗的本事比我还要高，可是你为什么又会受制于我呢？”

韩信回答：“那可不一样！陛下带兵的本领虽然有限，可是，陛下统率将领的能力却是无人可及的，所以我才会为陛下所制，这种能

力不是普通人能有的。”

刘邦开国之前，麾下许多谋臣勇将，他们的能力也许都远远超过刘邦，但他以统率将领的能力，却取得了汉家天下，这种“将将之道”，岂能等闲视之。

传销市场如今风起云涌地狂扫每一个自由经济市场，有心人不宜再像过去一样，土法炼钢，或以铁杵磨成绣花针的方式，成就自己的组织王国，而应该在起跑的一开始，就取得领先，顺利进入成功的跑道，踏上胜利之路。

《传销将法》一书，祝您能在传销事业中旗开得胜，一帆风顺。

新传销组织 结合总动员

传销组织中的合作关系，并不是单纯的如一般商业行为中，公司对经销商的关系那样；也没有传销公司中，上司对下属的上班文化。所以它表面上看起来不像是管理、也没有领导统御的必要性，往往使很多人有不知从何做起的迷惑。

其实传销组织中，既然是以“人”为主体，那么不管外在形式、条件如何，它都必须有管理或领导统御，才能发挥动员力量，只不过它也许不被称之为管理或领导统御什么的，它通常会采用比较温和的字眼，例如：合作、配合等，在意义上，我们心知肚明。

随着时代的脚步、节奏快速进行，许许多多的人都还没有意会到自身的周边环境发生

了什么变化,但事实却毫不留情地继续前进、演变,传销组织的结构,事实上也有两个很特别的演变:

一、合作及时化:

以前人常说:“路遥知马力、日久见人心”,彼此合作配合经常都是长期抗战,并在尝试错误中,百般挣扎,才能走出一条康庄的合作坦途。

这种方式也许长远温和,但对有快速机动的现代人而言,合作的态度正在急速改变中,传销人也是一样,是故“将”与“将”的结合,若是不知彼此所需,绕了几圈之后又切不到重点要害,经常便无疾而终了。

二、合作互动化:

合作本来就是互动的,可是以往的传销组织中,往往是上线说了就算,大家努力向前冲,不会思考太多其他东西。

可是有越来越多的证据显示,传销组织的运作方式,并非一成不变的,很多新而成功的方式,都来自下线的建议和试验,于是身为上线的人,一方面要维持组织机器的正常运

作,一方面又要接受新事物的挑战,只有和下线互动讨论解决,才能造成有利的结果。

无可讳言,在人事变动极大的传销环境中,能够掌握环境中各种因素的脉动,并相应配合,就能在众多的传销人群中脱颖而出,希望你能从本书以下的内容说明找到这种力量!

目 录

代序

作者 序

前言 新传销组织结合总动员

[1]第一章 你该了解的传销大将

[7]第二章 不同类型的传销大将特质

[10]一、“智多星”型的智将

[19]你是不是有智将型领袖的倾向

[21]二、“古意人”型的仁将

[29]你是不是有仁将型领袖的倾向

[31]三、“向前行”型的勇将

[40]你是不是有勇将型领袖的倾向

[42]四、“万人迷”型的名将

[49]你是不是有名将型领袖的倾向

[51]五、“老字号”型的老将

[58]你是不是有老将型领袖的倾向

[61]第三章 如何与各类型的 下线领袖合作

[64]一、如果你是智将型的领袖

[64]当你结合智将型的下线领袖时……

[69]当你结合仁将型的下线领袖时……

[73]当你结合勇将型的下线领袖时……

[77]当你结合名将型的下线领袖时……

[81]当你结合老将型的下线领袖时……

[85]二、如果你是仁将型的领袖

[85]当你结合智将型的下线领袖时……

[89]当你结合仁将型的下线领袖时……

[93]当你结合勇将型的下线领袖时……

- [97]当你结合名将型的下线领袖时……
- [101]当你结合老将型的下线领袖时……
- [105]三、如果你是勇将型的领袖
- [105]当你结合智将型的下线领袖时……
- [110]当你结合仁将型的下线领袖时……
- [114]当你结合勇将型的下线领袖时……
- [118]当你结合名将型的下线领袖时……
- [122]当你结合老将型的下线领袖时……
- [126]四、如果你是名将型的领袖
- [126]当你结合智将型的下线领袖时……
- [131]当你结合仁将型的下线领袖时……
- [135]当你结合勇将型的下线领袖时……
- [139]当你结合名将型的下线领袖时……
- [143]当你结合老将型的下线领袖时……
- [147]五、如果你是老将型的领袖
- [147]当你结合智将型的下线领袖时……
- [152]当你结合仁将型的下线领袖时……
- [156]当你结合勇将型的下线领袖时……
- [160]当你结合名将型的下线领袖时……
- [164]当你结合老将型的下线领袖时……

[169] **第四章 各种类型领袖的互动
要领**

[175] **后记 你也可以成为
“五星上将”**

1 你该了解的 传销大将

