

★谨以此书献给所有热爱直销事业的朋友!★

做个高效直销员

**BECOME
AN EFFICIENT
DIRECT SELLER**

刘武彪/著 ■

传奇的憧憬与噩梦的惊悚交织，使人们在直销脚步逐步走近的时候百感交集。

热望？拒绝？激动？疑惑？欢欣？恐惧？

当直销在中国即将立法时我们该如何自处？

地震出版社

★谨以此书献给所有热爱直销事业的朋友!★

做个高效直销员

**BECOME
AN EFFICIENT
DIRECT SELLER**

刘武彪/著 ■

SA985/08

地震出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

做个高效直销员 / 刘武彪著. — 北京: 地震出版社,
2004.5

ISBN 7-5028-2493-6

I. 做... II. 刘... III. 销售—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 033787 号

地震版 XT 200400195

做个高效直销员

刘武彪 著

责任编辑: 张晓梅

责任校对: 庞姪萍

出版发行: 地震出版社

北京民族学院南路 9 号

邮编: 100081

发行部: 68423031 68467993

传真: 88421706

门市部: 68467991

传真: 68467991

总编室: 68462709 68423029

传真: 68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经销: 全国各地新华书店

印刷: 北京铁成印刷厂

版 (印) 次: 2004 年 5 月第一版 2004 年 5 月第一次印刷

开本: 880 × 1230 1/32

字数: 201 千字

印张: 10

书号: ISBN 7-5028-2493-6/F · 199 (3116)

定价: 22.80 元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

直销是一种高度职业化的工作

中国商业经济学会常务理事

中国经济体制改革研究会管科所研究员 远江

中国直销理论研究专家

多年的业界朋友刘武彪先生写了一本直销技巧方面的书稿，拟取名《做个高效直销员》出版，并特别请我先行拜读后写篇序言。此事我一个月前即已答应，但无奈的是身不由己，天天穿梭于全国各地的企业与客户之间，少有时日归巢北京，很是抱歉。延至今日，才抽出闲暇翻阅全书，顺便谈谈我的读后感受，以饯辛勤笔耕的友人和未来的广大读者朋友们。

通读全书，我感受该书的切入点很好。作为直销这种新型的营销方式，作者首先能从概念入手，正确诠释它的基础概念和基本原理，这是难能可贵的一件事情。因为对于今天的中国直销行业而言，最重要的是正确区分合法的、正当的直销和各种违法的、非正当的直销，这常涉及直销业中的大是大非，是战略课题。只有这个战略课题有了健康的标准和答案，我们才有资格和必要来谈论直销行业中的战术问题。而要解决此战略问题，最直接的途径就是从基础概念入手，其实它也就是为直

销设立正确的源代码。《做个高效直销员》实际上就是从此入手的，而且其所设立的源代码即直销永远是一种销售行为，它销售的永远是产品。这是十分正确的，同时也只有从这种源代码出发架构的技术系统才具有卓越的意义。

通读全书，我感受该书在技术系统的构筑上非常好。由于直销业在中国市场的慢慢升温，近段时间来，不断有各种直销书的问世，鉴于研究的需要，我也经常性地采购一些，朋友们只要见到有此类书籍，也总要买一些送给我。因此，我这里有关于直销方面相对完备的资料库。这一点在此当然不重要，重要的是这些资料给我的印象。不客气地讲，这些资料中的大部分既无太多的创新，又形不成完整的技术系统。所以其对于市场的实际指导价值不大。但《做个高效直销员》与之截然不同。由于它在基础概念的架构上解决了大是大非的战略问题，所以其架构的技术系统具备了厚实的土壤。在书中，作者创造性地把直销中寻找目标客户、建立客户数据库、有效地与客户沟通技巧、客户有序开发、忠实客户建设等整合在一起，从而形成直销员的完整技术系统。毋庸置疑，该系统是专业的、职业化的，充满实战精神和指导意义。它把直销的技巧完全纳入了营销员的规范教练系统中，从而揭开直销的神秘面纱，把它纳入了朴实的专业化之路中。这种思维模式的转化所带来的技术系统真正体现了“大家无形，大音希声”之境界。所以，本书不失为一本值得推荐的好书。

2004年3月28日

于北京寓所

目 录

第 1 章 认识直销

直销究竟是什么样的行业 /3

从事直销的 7 大优点 /7

直销的两种有效方式 /12

何谓金字塔式直销 /16

直销制度的独特性 /21

第 2 章 人人都可成为优秀直销员

人人都是推销员 /29

优秀人才选择直销 /32

你选择直销的动机是什么 /36

让直销成为你的爱好 /42

把自己推销给优秀的直销公司 /47

向你的公司推销你自己 /53

第 3 章 你的客户在哪里

谁是你的潜在客户 /59

开发潜在客户的秘诀 /64

每天交 4 个朋友 /78

陌生人是直销的生命之源 /81

建立顾客档案，更多地了解你的顾客 /86

第 4 章 与你的客户零距离接触

见客户前先吃透你的产品 /95

走近你的客户 /104

电话接近客户的技巧 /110

巧妙利用 Cold-call 找生意 /118

直接拜访客户的技巧 /128

让客户初次见面就喜欢你 /133

快速进入直销主题的技巧 /139

向你的客户做好产品介绍 /143

产品介绍流程式 /146

图片介绍产品法 /149

利用展示激发客户的购买欲望 /154

为客户寻找购买的理由 /160

满足客户的特殊需求 /164

第 5 章 掌握良好的客户沟通艺术

掌控良好的人际沟通艺术 /171

有效沟通的 5 个行为法则 /176

直销的艺术就是问对问题 /179

用你的肢体语言打动你的客户 /183

积极倾听比善辩更重要 /188

尊重客户是有效沟通的核心部分 /193

第 6 章 直销是从客户的拒绝开始

正确对待客户的拒绝 /199

处理客户异议的 4 大原则 /204

处理客户异议的 6 大技巧 /209

第 7 章 成交高于一切

成交是目的 /219

引导客户顺利成交的 6 大诀窍 /226

什么是启发式直销 /234

第 8 章 销售和服务都是永恒的

服务就是让顾客满意 /239

积极培养顾客的忠诚度 /246

防止客户流失的秘诀 /249

如何争夺竞争对手的客户 /252

第 9 章 培养属于你自己的信念

发展个人力量的 6 大要件 /259

设定目标，使自己成为专业的直销员 /265

让您的每一天都卓有成效 /272

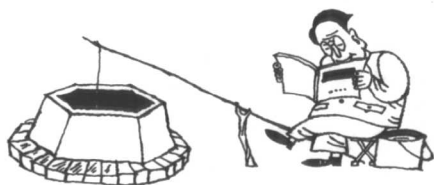
做工作计划，按计划工作 /277

正视失败，争取成功的机会 /284

培养你的第二天性 /293

第 1 章

认识直销



直销的灵魂永远是推销产品和打造忠诚消费群体，它是一种高度专业化的工作。

直销究竟是什么样的行业

一个人之所以伟大是因为什么？是因为他观念、思想的伟大，一个企业、一个组织、一个团队、一个系统在生死存亡的诸多因素中，其中最关键、最重要、最本质的“东西”是什么？一个企业最终的成功，其首先不是因为这个企业资本多么雄厚、设施多么先进、企业多么庞大，而是由于这个企业“无形”的东西，即企业的观念和思维方式决定其成功，这个观念和思维方式往往就是企业领袖个人价值观在企业文化中的具体表现。

对于中国人来说，直销的诞生似乎是一个沸沸扬扬的神话，然而，接踵而来的便是一场沸沸扬扬的指责，如今，人们对它又有一个圆圆满满的希望……

何谓直销(Direct Selling)? 直销的本质是“推销产品”，直销的产品多种多样，包括：化妆品、个人保养品；洗衣及个人清洁用品；吸尘器、家电用品；家庭用品；家庭清洁产品；食品及营养补充产品；玩具、书籍、教育用品；衣服、珠宝、流行饰品等。直销公司通过研发和生产高品质的产品，交给直销商，直销商通过自建直销



员网络的方式来协助公司把产品推销出去，然后直销公司按照直销商推销额的多少，按原来制定好的奖金分配原则来给直销商发奖金。它是将产品与服务直接销售给消费者，通常由独立的推销员进行说明或示范，这些推销员通常被称为直销人员(Direct Sellers)。所以直销的灵魂永远是推销产品和打造忠诚消费群体，它是一种高度专业化的工作。

直销是一种生意，更是一个人的事业。直销是一种公平的事业，人人皆可从事，是一种个人创业模式。在传统的诸多个人创业模式中，直销以它小投入、低风险、(注意)经过努力可能获得高额回报(希望)的创业模式成为了创业门槛极低的一种个人创业模式，这是直销最具惊人魅力的地方！也就是讲，一个穷人只要他敢想、敢努力、敢不放弃，通过直销这种创业模式他也有可能成为百万富翁。其实在这个世界上只要是人，都会这么想、这么做。这不是人坏，而是人的自然属性所决定的。同时直销没有业绩配额的压力，也没有最低存货的规定，更不用门市或店铺，使用自己的住家即可营业。从事直销事业，你就是自己事业的老板。以兼差或全职的方式经营，愿意付出多少时间或精力，全由你自己的意愿而定。

无论是对于渴望赚钱并建立属于自己的事业的个人，对于喜欢在购物中心、百货公司以外的环境购物的消费者，或对于消费性产品市场，直销都提供了莫大的好处。对想藉弹性收入的赚钱机会补贴家庭收入的人，或是因责

或环境关系，无法有兼职或全职工作的人，直销都提供了传统工作以外的机会。也有许多人因在直销业中获得了成功与满足，而选择全职投入独立直销事业。

经营个人的直销事业所需的成本通常很低。一般来说，只要购买一套价格平实的创业数据袋，就能踏出第一步，几乎完全不需有任何库存或其他现金投入，不像加盟连锁商店或进行其它商业投资等，通常得投入大笔费用，而且投资人必须承受巨大的亏损风险。

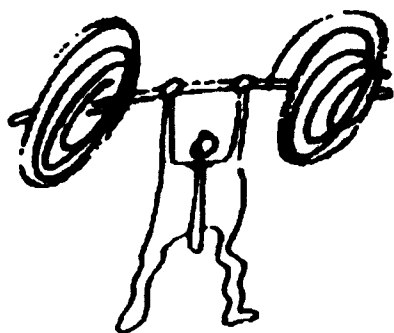
独立的直销人员代表自身或所属直销公司，通过个人直销关系，贩卖产品与服务，在某些地区通称为独立承销人，即这些独立直销员并非所直销产品公司的员工，而是经营自身事业的独立实业家。这些独立直销人员有机会从事业中获利，也必须承受经营事业所带来的风险。

直销以服务为目的。直销业所背负的社会使命，就如同一般生意人一样，除了尽量生产开发最理想的产品，以满足消费者喜好之外，更希望能引起消费者“再次消费”的动机，在此前提下，售货前、售货中及售后服务，就成为直销商所力行的直销重点。

直销提供的便利性与服务，造福于广大的消费者，包括有人亲自示范与说明产品、送货到家、提供产品满意保证等等。此外，对于拥有传统零售商所没有的创新或特殊产品，或无法负担庞大广告与促销费用以便在零售商店上架的公司来说，直销也提供了另一种销售渠道。直销强化了经济体系中的零售通路架构，也提供了消费者便利的高

品质产品来源。

所以可以说，直销是人际关系的事业，所有直销成果与活动的推动，都以人际关系为基点。直销商、供应者、消费者无一不是由人所组成，直销乃为服务人、满足人的需要和兴趣而存在。



从事直销的 7 大优点

直销是一项报酬率极高的艰难工作，也是一项报酬率极低的轻松工作。直销另一点令人振奋之处，那就是所有的决定均取决于自己，一切操之在我。

经由自己的选择，得以自我成就：你可以成为一个极高收入的辛勤工作者，也可以是一个极低收入的轻松工作者。直销中“我”是自我直销职场生涯中的主宰，他人的需求对你的规划并不造成什么影响，其他人想要或不想要给你什么，也不造成太大的不同，惟一重要的一件事，就是你为你自己做了些什么以及你给了自己什么。

你自己所拥有的技术、知识及潜能是让你成功的条件，你的这些特质是可以延伸、加强及扩大的，只要你愿意投入时间、努力和金钱。

还有什么投资比投资于自己来得更好呢？我们都明白这一点，但我们在深信之余，却往往不肯切实履行，甚或三心二意、裹足不前。你是你自身最丰厚的资产，你应该将你的时间、努力和金钱投入在各种学习活动中，以此激发出你沉睡的潜能。



Become an efficient direct seller 直销员

当然，这也是从事直销的第一个优点：这也正是许多人热爱直销的理由，它让你有表达的自由。

直销是让你仍保持自我，在本质上做你自己想做的一种行业。

※ ※ ※

第二个优点：你能达到你所期盼达到的成功。

在这个行业中，除了你自己，没有任何人能限制你的收入，收入是永无止尽的。你可能对这句话表示质疑，你也许以为公司里的最高业绩就是直销所能达到的上限。这意味着你不能赚得比他更多吗，当然不是的，只能说其他直销员没有应用这位优秀直销员所用的谋略和技巧。

※ ※ ※

第三个优点：直销行业中每天所要面对的不同挑战，是你几乎无法在其他工作中面临的。

从事直销每天有不同的新挑战要去应付及突破，要让这些挑战鼓舞你奋勇向前，而不是把你累垮而退却。

在这个高度有组织又被重重规章所保障的社会中，我们每天都有致富的机会，在日落以前，你不能肯定地说今天的机会已经结束了，而你是在极少数的活动中拥有参与的特权，在这里，自由与挑战相伴存在如影随形。

在直销行业里，你不知道哪一天你有什么机会，或是何时你又会赢得什么样的大奖。对直销员而言，每一天都是一个意想不到的经验，在这个行业中，你会在 24 小时内，体验从最高点的兴奋满足跌进最低点的失望气馁，然