

由普通直销员跃升为直销领导的历练教程


成为 Chengwei
ZhixiaoLingdao
DeBaxiangXiulian

直销领导 的八项修炼

根据最新颁布的
《直销管理条例》
《禁止传销条例》
编写

陈企盛 主编



 中国纺织出版社

由普通直销员跃升为直销领导的历练教程



成为 Chengwei
ZhixiaoLingdao
DeBaxiangXiulian
直销领导
的八项修炼

根据最新颁布的
《直销管理条例》
《禁止传销条例》
编写

陈企盛 主编

 中国纺织出版社

内 容 提 要

不想做超级领导的直销员,一定不是一个目标远大的直销员。要想从普通的直销员跃升为卓越的直销领导,就必须进行铸就必胜心态的修炼、塑造领导形象的修炼、拓展直销网络的修炼、辅导培训能力的修炼、管理协调能力的修炼、激励下属艺术的修炼、驾驭下属艺术的修炼以及自我经营技巧的修炼。

本书内容围绕这八个方面充分展开,对直销领导必备的每一项修炼进行了深刻的分析和详尽的阐述,是打造一流直销领导的指导力作。

图书在版编目(CIP)数据

成为直销领导的八项修炼/陈企盛主编. —北京:中国纺织出版社,2006.1

ISBN 7-5064-3545-4/F·0608

I. 成… II. 陈… III. 销售—企业领导学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 108294 号

责任编辑: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

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

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

2006年1月第一版第1次印刷

开本:880×1230 1/32 印张:10.5

字数:200千字 印数:1-6000 定价:22.80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

在中国加入 WTO 的大好形势下，随着各项直销法规的陆续出台，作为朝阳产业的直销业的广阔前景是不难预见的，直销业作为迅速致富的首选行业也是不容置疑的。

人人都晓得做直销就能赚大钱，但事实上并非所有做直销的人都赚了大钱。原因何在呢？因为要想将直销做大，并在直销业中挖掘到“大斗黄金”，有一个条件必不可少，那就是：你必须使自己成为直销领导，而且必须成为具有超凡能力的直销领导。

拿破仑有一句经典名言：不想做将军的士兵，不是个好士兵。

在竞争日趋激烈的直销业中，完全可以断言：不想做超级领导的直销员，一定不是一个目标远大的直销员。

做直销事业，仅凭个人的单打独斗来创造业绩，一来太苦，二来不可能。真正的金牌直销精英，除了自身的销售经营能力过硬外，无不拥有极佳的领导能力。他们懂得培训团队的高超艺术，能有效地指导每一位团队成员发挥最大的潜能；他们善于组织和凝聚整体力量，创造个人与团队的成功。也就是说，要想在直销领域大放异彩，一定要懂得领导艺术，成为卓

越的直销领导。

但是，从直销员到直销领导并不是一件轻而易举就能完成的事情，其中有一个艰辛的过程——进行领导能力修炼的过程。

一个普普通通的直销员要想跃升为卓越的直销领导，就必须扎扎实实地修炼铸就必胜心态的能力，塑造领导形象的能力，拓展直销网络的能力，辅导培训的能力，管理协调的能力，激励下属的艺术，驾驭下属的艺术以及自我经营的技巧。

本书内容正是围绕上述八个方面展开，充分地吸收了广大直销精英在直销工作过程中的成功实践和鲜活经验，对成为直销领导必备的每一项修炼进行了深刻的分析和详尽的阐述。

本书语言平实浅显，案例生动丰富，具有很强的实用性，是打造一流直销领导的指导力作，是中国 5000 万直销员跃升为超级直销领袖的历练教程。

认真阅读此书，并且在你的直销实践中灵活运用，相信在不久的将来，你就会由一名默默无闻的直销员跃升为众人羡慕的直销领导。这时你会发现，自己通过投身直销业而成为富翁的蓝图正一天天的清晰，金光璀璨的现实也离你越来越近！

目 录

第一章 铸就必胜心态的修炼

你必须心目中升腾起成功的梦想和愿景,以无比的热情和积极的心态开展工作。在挫折面前不退缩,在困难面前不气馁。同时,要谨记,只有你具有直销事业必胜的自信和“我定会赢”的坚不可摧的信念,才能更好地感染和鼓舞下属,号召和鞭策团队。

1. 成为百万富翁的希望:直销的明天很美好 (2)
2. 直销事业是个人致富的首选之路 (7)
3. 没有野心和梦想便做不到直销领导 (9)
4. 要想成为直销领导,先要主宰自己的心态 (11)
5. 用自信创造人间奇迹 (15)
6. 直销领导必须保持自我本色 (17)
7. 困境是激励直销领导的要素 (19)
8. 从挫折中吸取教训是迈向成功的踏脚石 (21)
9. 先行动起来,在行动中改进和完善 (23)

第二章 塑造领导形象的修炼

你必须拥有领导者所必备的魅力、气度、举止、习惯，扮好自己的角色，肩负起自己的责任。是领导就应该具备领导相，而不要将自己混同于一个普通的直销员，更不能做出有损于领导形象的事情来。卓越的领导形象会使你获得不同凡响的影响力。

1. 直销领导的魅力指数 (27)
2. 直销领导魅力的三大组成部分 (29)
3. 培养超级领导力的“八段锦” (36)
4. 塑造自我形象的五大准则 (41)
5. 塑造完美形象的五大良好习惯 (45)
6. 在分享中提升你的领导力 (48)
7. 直销领导的多种角色形象 (50)
8. 直销领导的职责 (53)
9. 直销领导有损形象的九种行为 (61)

第三章 拓展直销网络的修炼

你必须不断地寻找伙伴直销商，不断地列名单，不断地邀约，不断地组织聚会，不断地组建和巩固团队，也就是说，你必须使自己的直销网络“铺天盖地”。直销领导是“船”，下级直销员是“水”，试问：没有足够的“水”，你的“船”如何远航？作为领导，你必须铭记“水可载舟，亦可覆舟”的古训！

1. 拓展直销网络的原则 (65)
2. 列名单是拓展直销网络的第一步 (67)
3. 用缘故法拓展直销网络 (69)
4. 列名单的其他方法 (72)
5. 整理和筛选名单 (74)
6. 保证成功邀约的原则和技巧 (76)
7. 提高电话邀约的效率 (80)
8. 组织好创业说明会 (82)
9. 以家庭聚会赢得直销伙伴 (86)
10. 夯实直销团队发展的基础 (90)
11. 加强团队的人事、业务和档案管理 (94)

第四章 辅导培训能力的修炼

作为直销领导,你的核心工作是指导直销新手迅速提升为直销能手,培养团队中的中坚和骨干,因此,对你的团队进行全方位的培训是你的日常事务和无可推卸的责任。只有你手下的直销员们个个技艺精湛,人人能独当一面,你才能稳坐直销领导的“头把交椅”。

1. 必须重视辅导和培训下级直销员 (98)
2. 树立辅导培训伙伴直销商的正确观念 (100)
3. 辅导伙伴直销商走好第一步 (102)
4. 辅导伙伴直销商冲破难关 (103)

5. 实施培训应遵循的原则 (105)
6. 新直销员培训的基本内容 (107)
7. 直销员培训的种类 (109)
8. 直销员培训的方法 (112)
9. 如何制定详尽的培训计划 (114)
10. 如何实施培训计划 (118)
11. 直销培训内容的参考架构 (121)
12. 优秀直销讲师的要求和培训步骤 (124)
13. 利用 2:8 原则培养骨干 (129)
14. 通过角色扮演培训直销员 (130)
15. 直销员在岗培训的利与弊 (132)

目

录

第五章 管理协调能力的修炼

你不仅要管好人——你手下的直销员们，而且要管好物——你的团队所要销售的产品；你不仅要掌控每个直销员每天的工作情况，而且要对每个下级的业绩进行公平公正的考核；你不仅要安排好团队每天的运作日程，而且还要使团队的每一分钱经费都花在刀刃上。凡此种种，不一而足。管理协调能力是作为直销领导不可缺少的一项重要修炼。

1. 有效管理直销员是直销领导的首要职责 (136)
2. 正确处理你与直销员之间的矛盾 (138)
3. 商品管理 (143)

4. 直销经费管理 (145)
5. 直销员的时间管理 (148)
6. 督促直销员填写销售日报表 (150)
7. 成功地组织直销竞赛 (153)
8. 有效的绩效考核是提高团队绩效的关键 (160)
9. 绩效考核的实施 (164)
10. 直销员销售效率分析 (168)

第六章 激励直销员艺术的修炼

你必须时时刻刻为团队中的每一个成员打气鼓劲,只有这样,他们才能够振作精神,为直销工作奋力打拼。直销是一项压力非常大的工作,如果你能够用事业愿景,用宏伟目标,用物质利益,用真情实感去不断地激励你的每一个下级,那么,在高强度的挑战面前,在挫折和失败面前,他们才不会裹足不前,才不会畏惧退缩,也不会中途放弃。

1. 直销领导实现经营目标离不开激励 (174)
2. 有效的激励能促使直销员提高自身素质 (176)
3. 成功激励直销员的十二个步骤 (179)
4. 用直销事业的愿景激励直销员 (182)
5. 目标激励法则 (187)
6. 无限共享激励法则 (191)
7. 情感激励法则 (195)

8. 制造“鲑鱼效应”激励直销员 (197)
9. 巧用“皮格马利翁效应”激励直销员 (201)
10. 赞美激励法则 (204)
11. 营造企业文化,激励直销团队 (210)
12. 激励表扬大会的运作原则 (213)

第七章 驾驭各种类型下级的修炼

你的每一位下属都是有血有肉的人,他们的态度和个性迥异,他们的爱好和兴趣千差万别:有的悲观失望,有的愤世嫉俗;有的性格孤僻,有的性情急躁;有的爱瞒忧报喜,有的好夸夸其谈;有的嗜酒,有的好色……真是“一样米养百样人”。作为直销领导的你要想促使每一个人都为直销事业竭尽全力,形成强大的团队合力,就必须懂得“一把钥匙开一把锁”的道理,因人而异地驾驭他们,驱策他们。

1. 与下级伙伴直销商相处的原则 (216)
2. 驾驭悲观失望型直销员的领导艺术 (219)
3. 驾驭愤世嫉俗型直销员的领导艺术 (221)
4. 驾驭情绪不稳定型直销员的领导艺术 (223)
5. 驾驭性格孤僻型直销员的领导艺术 (225)
6. 驾驭性情急躁型直销员的领导艺术 (229)
7. 驾驭爱唠叨型直销员的领导艺术 (232)
8. 驾驭夸夸其谈型直销员的领导艺术 (234)

- 9. 驾驭瞞忧报喜型直销员的领导艺术 (235)
- 10. 驾驭“刺儿头”型直销员的领导艺术 (237)
- 11. 驾驭爱酗酒型直销员的领导艺术 (239)
- 12. 驾驭爱闹绯闻型直销员的领导艺术 (241)
- 13. 批评直销员应把握的原则 (243)
- 14. 批评直销员的有效方式 (248)

第八章 自我经营技巧的修炼

你在领导团队的同时,还要拿出一部分时间来做直接向客户推销的工作,因为“打铁还需自身硬”,你要很好地指导下级直销员,就必须技高一筹。因此,预约拜访、展示产品、问题引导、处理异议、促成交易、售后服务等必备的经营能力,应成为每一位直销领导能够出神入化地运用的“绝活”。

- 1. 寻找准顾客的 MAN 法则 (254)
- 2. 拜访前做好充分准备 (258)
- 3. 产品介绍的秘诀和方法 (264)
- 4. 掌握向顾客提问的高超艺术 (268)
- 5. 准确判断顾客有意购买的八个信号 (272)
- 6. 说服顾客成交的法门 (274)
- 7. 处理顾客异议的原则和步骤 (279)
- 8. 处理客户反对意见的八种方法 (282)
- 9. 常见顾客拒绝借口的应对策略 (286)

10. 促进成交签约的策略	(293)
11. 售后服务:没有最好,只有更好	(296)
附录一 直销管理条例	(301)
附录二 禁止传销条例	(315)
参考文献	(322)

第一章

铸就必胜心态的修炼

你必须在心目中升腾起成功的梦想和愿景，以无比的热情和积极的心态开展工作。在挫折面前不退缩，在困难面前不气馁。同时，要谨记，只有你具有直销事业必胜的自信和“我定会赢”的坚不可摧的信念，才能更好地感染和鼓舞下属，号召和鞭策团队。

没有必胜的心态就成就不了什么大事。同样，一个没有必胜心态的直销领导，也不能带动整个直销团队积极向上。

1. 成为百万富翁的希望：直销的明天很美好

近年来，直销队伍正在全球范围内不断发展壮大。据统计，全世界目前至少有上亿的人在从事直销工作。也就是说，就业人口中每 30 个人中就有一个直销人，把非工作人数计算在内，每 50 个人中也有 1 个直销人。最新统计资料显示，直销仅次于医生和律师，是世界上第 3 个赚钱最多的行业。在这个越来越崇尚个人自由和追求致富成功的时代里，直销成了好多国家人们实现自主创业与致富梦想的捷径。特别是越来越多的妇女与年轻人的加入并成为直销主力军，更使这个行业呈现出欣欣向荣之势，也给了直销领导一展才华的时机。

(1) 直销模式好处多

作为全球最具代表性的直销公司之一的美国玫琳凯化妆品公司的创始人玫琳凯说：“我认为，公司所有雇员会不会失业取决于销售人员。所以，我们经常对员工说：‘我们的销售人员如果不销售我们的产品，我们就要停产，那么大家都会失业。’我们都有义务支持销售机构，如果我们不这样做，就是失职。我不仅不断地使这句话传遍公司总部，而且不断地努力让销售人员也知道我们对他们特别重视的态度。”

从这里可以看出一个成功企业家视销售工作如企业生命的态度。所以不难理解，为什么美国工业界每年要花几亿美元来培养销售人员，推销员出去完成任务归来时，企业领导人要亲自主持仪式欢迎；为什么日本有规定，保险员业绩卓越，可获得国家勋章了。销售工作对企业和社会的重大意义，直销工作更是用它“线段”的优势，成为先进营销趋势的代表。

“线段”的优势，即“两点之间直线最短”原理的另一描述方式，形象地说明了产品的生产者与使用者之间最直接、最自然、最简单的关系。直销方式提高了人们的采购效率，节省了资金，消除了原有推销方式的许多弊端。与传统推销模式相比，直销具有以下优势：

①减少了中间环节

传统销售模式：生产者——代理商——批发商——零售商——客户。

直销模式：公司——直销员的网络——客户。

很显然，直销充分体现了“直接”的特点和渠道扁平化的优势，势必会给企业带来成本优势和价格优势。另外，直销摒弃了利用大众传播的方式，不必支付昂贵的广告费，这是其降低企业成本的另一重要原因。

可以看出，直销工作减少了产品到达客户的中间环节，节省了流通和宣传费用，对企业降低成本极为有利。

②创业投入少

直销行业的投入成本很低。以安利为例，新直销员仅仅需

要付出 20 元的直销员资格证工本费和一定的培训费。而直销则给许多没有资本、爬不上投资创业高门槛的创业者提供了一个实现个人价值的绝佳途径，满足了他们自主经营的成就感。而且它的培训与销售相结合，给了消费者成为直销商的机会。

③有助于提高产品的质量

直销活动方式是与客户面对面地进行交流买卖产品，所以，产品本身就是最直接的直销员，这就让客户减少了购买假冒伪劣产品的可能性。另外，直销员自己就是产品的消费者，而眼前面对的消费者又有可能成为公司以后的直销员。因此，提供优质的产品已不仅仅是直销员的一种责任，而且也是促进公司努力提高产品质量，以实现自我扩大的必然手段。

④直销员充分独立

直销员不是以弱势群体打工者的身份进入公司的，他们与企业是平等的协议关系，而非雇佣关系。因为直销员自负盈亏，收入高低完全取决于自身的努力程度，而且奖励制度和弹性的工作时间给予了直销员更大的自主发挥空间。特别是当你同某家直销公司签约之后，它会给予你市场开拓的权利，也就是给你一个和它共同创业、共同开拓市场的平等互利、合作的机会。另外，直销公司也非常注意尊重直销人才，并把人才自身的时间、能力、精力视为一种资本，愿意与他们以共同创业的方式进行平等合作。这样，无论对直销员的自主发挥还是对直销公司和网络的壮大，都是非常有利的。

⑤增加了产品的辐射面