

传销谋略和技巧

杜三清 编著



书馆

3

河北人民出版社

传销谋略和技巧

杜三清 编著

河北人民出版社

传销谋略和技巧

杜三清 编著

河北人民出版社出版发行(石家庄市城乡街44号)

石家庄市先锋印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/32 6.5 印张 125000 字 1996 年 8 月第 1 版

1996 年 8 月第 1 次印刷 印数:00001-10000 定价:10.00 元

ISBN7-202-01953-1/F·221

写在前面的话

我本不懂商业理论，也不是商业行家，更不知道什么叫传销，是一个偶然的~~机会~~，我看到了安利公司、雅芳公司、兴田国际企业股份有限公司的传销制度，听了几位传销商介绍，认为传销虽属企业的微观活动，但训练是文化，管理是文化，理论也是文化，是崭新的商业文化，是营销中的一种好形式。传销在我国的前景如何，那是今后的事，但在市场经济中，企业对营销方式的选择是必然趋势。

我认为，传销方式好，传销管理好，广大消费者和传销商乐于接受，这是与假冒伪劣商品和不法商贩随意加价抗争的好形式，这也是启发我写本~~小册子~~，~~以助传销事业~~一臂之力的动力。

一个门外汉要给传销写书，真是班门弄斧，弄不好会惹些是非，还是少事为好，这是我的真实想法。可是，应该支持传销事业的思想在我头脑中最终占了上风，~~我便~~我在忙忙乱乱的生活~~中~~拿起笔来，将中国古代谋略家的思想、商业的起源和发展、消费者欢迎的商德商风、成功者的宝贵经验和商战中的奇谋奇效融于传销事业，写了这本《传销谋略和技巧》。希望本书能为我国传销事业的兴起，为我国商业文化的发展起一点应有作用，也算我为传销事业早日步入正轨，早

日通向光明大道尽一点微薄之力，更是为国家批准的四十一家传销公司和一家直销公司的成立表示祝贺。

我衷心希望专家学者和广大读者，看到《传销谋略和技巧》的缺点和错误之处，多多批评指导，愿我们共同为建立有中国特色的传销业增砖添瓦。

编 者

1996年7月1日

目 录

第一编 传 销 概 论

第一章 神奇的传销事业	(2)
第一节 传销的形成和发展	(2)
一、传销市场	(3)
二、“口碑”是传销的特有方式	(6)
三、传销办法源于生活	(7)
四、ABC 连续工作方法	(8)
五、乘式法则引来的爆炸力	(9)
六、传销理论来自倍增	(10)
第二节 奇谋出奇效	(11)
一、谋者事成	(11)
二、抓住谋略核心	(14)
三、用兵家谋略，兴传销事业	(18)
第二章 信息和情报是传销的战略资源	(21)
第一节 信息、情报在传销事业中的重要作用 ...	(21)
一、信息、情报古今谈	(21)
二、信息、情报的妙用	(22)
三、形成网络，加快运作	(24)

第二节 探讨成功方法	(25)
一、分层负责, 成功新法	(25)
二、钱从何来, 市场何有	(25)
第三章 建立有中国特色的传销业	(27)
第一节 传销是市场经济的大势所趋	(27)
一、创业追求, 是传销业的社会基础	(27)
二、物质满足, 是传销业的客观要求	(28)
三、计算机的发展, 是传销业产生的重要条件	(28)
四、激烈竞争, 是传销业产生的必然趋势	(28)
第二节 创建有中国特色的传销业	(28)
一、缩短行销通路, 产销握手一家	(29)
二、首创四位一体, 组织复制扩大	(29)
三、增强精神文明, 美容商业文化	(29)
四、鼓励龙腾虎跃, 达到人尽其才	(29)
五、走进综合大学, 广集渊博知识	(30)
六、广开就业机会, 减轻社会压力	(30)
七、以友促商连网, 拓宽活动空间	(30)
八、孕育高级人才, 培养杰出领导	(31)
九、发挥自己潜能, 实现自我价值	(31)
十、传播高尚文化, 精神令人敬仰	(31)
十一、勤劳勇敢奋进, 生活积极向上	(32)
十二、没有价格欺诈, 没有非法竞争	(32)
十三、传销致富合理, 奖金不是剥削	(32)
十四、传销我是原点, 不是金字高塔	(33)

十五、杜绝假冒伪劣，根除走私贩私	(34)
十六、传销不见债务，没有欠账赖账	(34)
十七、保护顾客权益，顾客欢乐幸福	(34)
十八、名利双收事业，心态安慰平衡	(35)
十九、堵死不法行为，结束无奸不商	(36)
二十、三赢三合三好，心理经济健康	(36)
二十一、自己当家做主，活得自在开心	(38)

第二编 传 销 实 务

第四章 传销商的成功之道	(41)
第一节 自身素质	(41)
一、办事诚恳	(41)
二、勇字当头	(42)
三、善解人意	(42)
四、占有知识	(42)
五、耐心说服	(42)
六、创造增值	(43)
七、想象力强	(43)
八、信任他人	(44)
九、要讲礼貌	(44)
十、适应性强	(44)
十一、有说服力	(45)
十二、注意技巧	(45)
十三、细心观察	(45)
十四、勤恳自勉	(45)

十五、与人为善	(46)
第二节 自我管理	(46)
一、一分钟目标	(47)
二、一分钟小结	(47)
三、推销自己	(48)
第三节 体态语言	(48)
一、仪表服装	(49)
二、名片交换	(49)
三、坐位姿势	(50)
四、视线端正	(51)
五、对谈距离	(51)
六、手势方法	(52)
七、说话技巧	(53)
第四节 注意事项	(55)
一、尊重对方，态度热情	(55)
二、有问必答，亲切往来	(56)
第五章 怎样起步	(57)
第一节 慎选公司	(57)
一、公司环境是否和自己理想合拍	(57)
二、公司的共事者是否和自己合拍	(57)
三、价值观念是否和实践合拍	(58)
四、公司产品是否和实用合拍	(58)
第二节 了解公司	(58)
一、初步了解	(58)
二、详细考察	(59)

第三节 认识产品	(60)
一、了解产品的重点	(60)
二、了解产品的特性	(61)
第四节 谋划开线	(61)
一、拟定人选	(62)
二、如何寻找下线	(63)
三、怎样判断可能成为下线	(64)
四、三级定线，区别对待	(65)
五、电话联系和注意事项	(65)
第五节 办好家庭聚会	(66)
一、诚恳邀请，“以逸待劳”	(67)
二、电话联系，“远交近攻”	(67)
三、注意仪容，“树上开花”	(67)
四、充满信心，“抛砖引玉”	(68)
五、先讲内容，后发资料	(68)
六、不敬糖果，非是不尊	(69)
七、会场清静，避免干扰	(69)
八、身先士卒，写好笔记	(69)
九、会后议论，问答有序	(69)
十、离开主题，“釜底抽薪”	(70)
十一、送给资料，留下地址	(70)
十二、注意总结，扬长避短	(70)
第六节 办好创业说明会	(70)
一、介绍公司概况	(71)
二、详细介绍产品功能及售后服务	(71)

三、介绍公司的奖励（酬金）制度	(71)
四、注意沟通话术，激发参加欲望	(72)
五、会后相互谈话沟通话术	(73)
第六章 销前准备工作	(74)
第一节 销前思考要点	(74)
一、时间思考	(75)
二、对顾客的思考	(75)
三、预想性思考	(75)
四、从产品思考	(76)
五、能否圆满地思考	(76)
第二节 善用辅销资源和工具	(76)
一、用好有形辅销资源	(77)
二、重视无形辅销资源	(79)
第七章 与顾客接触的妙法	(81)
第一节 传销辞令四部曲	(81)
一、引起话题	(81)
二、商谈高潮	(82)
三、巧妙结束	(82)
四、再次约谈	(82)
第二节 打消顾虑	(82)
一、目前购物要求	(82)
二、让人家接受你	(84)
第八章 访谈技巧	(86)
第一节 留下最好印象	(87)
一、打招呼的巧妙方法	(87)

二、寻找谈话开门钥匙	(88)
第二节 自析和禁忌话题	(89)
一、检查内容提要	(89)
二、洽谈中禁忌话题	(89)
第三节 推荐四绝	(90)
一、引起兴趣	(90)
二、唤起欲望	(91)
三、愉快接受	(92)
四、从速成交	(92)
第四节 让顾客有临场感	(93)
一、形象逼真	(93)
二、亲身感受	(93)
三、体现价值	(93)
四、眼看手摸	(93)
五、实情实价	(93)
六、消除疑虑	(94)
第五节 以效用促销售	(94)
一、象征性的使用效用	(94)
二、愉快享受效用	(94)
三、有机械性能和经济效用	(94)
四、满足虚荣心的效用	(95)
五、替代效用	(95)
六、健康医药效用	(95)
第六节 以表情判断心理	(96)
一、嘴角往后拉, 心里不满意	(96)

二、嘴唇半开合，心里有疑团	(96)
三、随话乱插话，真情要细断	(96)
四、眼睛微微闭，心里在考虑	(97)
五、眼睛发了滞，惊呆或失望	(97)
六、眼睛随物转，思路已沟通	(97)
第七节 抓住再谈机会	(98)
一、对不能决断者，约定时间再谈	(98)
二、对办事果断者，促其拍板定案	(98)
三、无意立即购买，约定时间再谈	(98)
第八节 以客为尊	(99)
一、为了传销事业，不计较对方言词	(99)
二、宣传传销特色，讲清产品性能	(99)
三、话完客气告别，明确下次态度	(99)
四、行为表现温雅，不骄不横谦逊	(99)
第九章 再战策略	(101)
第一节 传销中的工作要点	(101)
一、忆查目的，另图新谋	(101)
二、把握策略，决胜千里	(102)
三、扫除障碍，迈开新步	(102)
四、话无虚张，活现实物	(103)
五、知己知彼，出战即胜	(103)
六、听述留心，解答无遗	(103)
七、阐明利弊，请君酌定	(104)
第二节 重访技巧	(104)
一、把握技巧，力争成功	(105)

二、观察表情，判断心理·····	(105)
三、分析提问，仔细推敲·····	(106)
第三节 兴田公司分享说法·····	(107)
一、健体健美，福气分享·····	(107)
二、防病治病，受益分享·····	(108)
三、一机在手，全家分享·····	(108)
四、创造成果，名利分享·····	(108)
第四节 传销竞争与道德·····	(108)
一、高尚道德·····	(109)
二、勇于竞争·····	(109)
第五节 注意仪表和动作·····	(110)
一、肯定性动作，鼓舞士气·····	(110)
二、禁忌动作，切记勿忘·····	(110)
第十章 灵活战术·····	(112)
第一节 视其本能·····	(112)
一、计算本能·····	(112)
二、自负本能·····	(113)
三、模仿本能·····	(113)
四、恐惧本能·····	(113)
五、好奇本能·····	(114)
六、嫉妒本能·····	(114)
七、争强本能·····	(114)
第二节 类型不同的人·····	(114)
一、冷静思考型·····	(114)
二、争强冒尖型·····	(115)

三、炫耀财富型.....	(115)
四、少言内向型.....	(115)
五、天生多疑型.....	(116)
六、先入为主型.....	(116)
七、自命不凡型.....	(116)
八、八面玲珑型.....	(116)
九、理智好辩型.....	(117)
十、贪小便宜型.....	(117)
十一、节俭朴实型.....	(117)
第三节 年龄不同的人.....	(117)
一、老年人购物想晚辈.....	(118)
二、中年人购物想全家.....	(118)
三、年轻夫妇顾小家.....	(118)
四、少女美容敢花钱.....	(119)
第四节 职业不同的人.....	(119)
一、名家购物挑剔多.....	(119)
二、工人购物看质量.....	(120)
三、政府职员看档次.....	(120)
四、医生购物心里细.....	(120)
五、管理人员算账细.....	(121)
六、科技人员爱研究.....	(121)
七、退休人员少远虑.....	(121)
八、外企人员讲美观.....	(121)
第五节 刨根问底底要实.....	(122)
一、小孩般的好奇心.....	(122)

二、科学家似的探索·····	(122)
三、天生刨根问底·····	(122)
第六节 顾客爱吹不计较·····	(123)
一、顾客爱争巧解释·····	(123)
二、顾客爱吹巧插话·····	(124)
第七节 匆忙客人要拉住·····	(124)
一、分析匆忙原因·····	(124)
二、设法拉住匆忙人·····	(125)
第八节 刚愎自用，以柔克刚·····	(126)
一、以柔克刚，顺势诱导·····	(126)
二、刚柔并用，促成生意·····	(127)
第十一章 面对拒绝·····	(128)
第一节 抓住依据，耐心说服·····	(128)
一、有根有据，事实说服·····	(128)
二、不争不吵，善言引导·····	(130)
三、微笑传销，耐心介绍·····	(130)
四、问答结合，适当讲述·····	(131)
第二节 多种方法，目的达到·····	(131)
一、不同角度，多种方法·····	(132)
二、主动附和，缓解威风·····	(133)
三、以静制动，避开锋芒·····	(134)
第三节 分析实情，摸到真心·····	(134)
一、对拒绝者的心理分析·····	(135)
二、摸到实情的方法·····	(136)
第四节 针对心态，使用新招·····	(137)

一、质问促成法	(137)
二、理解感召法	(137)
三、引导购买法	(138)
四、假装不卖法	(138)
五、资料引诱法	(138)
六、否定否定法	(139)
七、回音再定法	(139)
第五节 已买顾客，不要推开	(139)
一、看效果，问排线	(140)
二、抓传销，增效益	(140)
第六节 犹豫顾客，设法促成	(140)
一、消除犹豫买卖成	(141)
二、解除疑团可成交	(141)
第七节 褒贬顾客，会是买主	(141)
一、说长道短任其说，实事求是破褒贬	(141)
二、见到产品先说贵，真正顾客来到了	(141)
第八节 用过说坏，诚心相待	(142)
一、自由乱说要封口	(142)
二、实际问题要解决	(143)
第十二章 攀登顶尖	(144)
第一节 敢闯难关，心定志坚	(145)
一、目标远大，勇于实现	(145)
二、抓好进度，脚踏实地	(146)
三、自律自查，克服缺点	(146)
四、组织紧密，关心他人	(146)