

Direct Sales



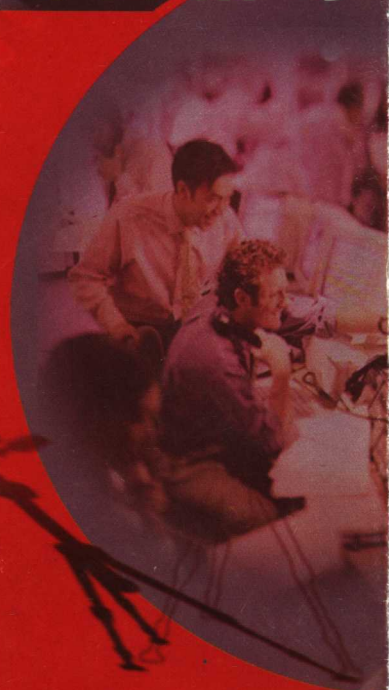
直销产品

专业化销售指导

陈湛元 编著



黑龙江教育出版社



直销产品专业化销售指导

陈湛元 编著

黑龙江教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

直销产品专业化销售指导/陈湛元编著. —哈尔滨:黑龙江教育出版社, 2005.12

ISBN 7-5316-4565-3

I. 直... II. 陈... III. 保健-商品-市场营销学-中国-指导 IV. F724.73-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 157365 号

直销产品专业化销售指导

ZHIXIAO CHANPIN ZHUANYEHUA XIAOSHOU ZHIDAO

责任编辑	张玉红
封面设计	付旭
责任校对	李华
出版发行	黑龙江教育出版社 (哈尔滨市南岗区花园街 158 号)
印刷	哈尔滨市印刷四厂
开本	850 × 1168 毫米 1/32
印张	10
字数	200 千
版次	2006 年 1 月第 1 版
印次	2006 年 1 月第 1 次印刷
书号	ISBN 7-5316-4565-3/Z·37
定价	22.00 元



自序

如果您不想从事直销,我们没有办法;如果您想通过直销这个平台,跳出维美的动作和成绩,那么这本书能给予您最大的帮助。

感谢直销界精英王欣、姜滨英以及诸多领导人对本书的指导和厚爱。

感谢陈国霞、陈昌第、周德鑫等同仁对本书的认可与支持!

对那些一直关注着该书始终以及关心我成长的朋友,一并致以诚挚的谢意!

陈湛元

2006年春节于哈尔滨

目 录

第一章 你是谁	(3)
一、人为什么穷	(5)
二、你知道穷人和富人的区别吗	(11)
三、力与财富	(12)
四、个人的终身保障系统	(13)
五、个人创业资本论坛	(14)
六、新时代富人解析	(14)
七、销售并快乐着	(16)
语丝	(24)
第二章 专业化销售	(25)
一、为什么要专业化	(30)
二、怎样才能做到专业化	(33)
三、专业化推销的具体表现	(37)
四、专业化的要求	(49)
语丝	(54)
第三章 行为模式	(55)
一、人们是如何接受外界传导给他的信息的	(57)
二、客户的不同类型	(60)
三、如何解读顾客的心灵密码	(63)
四、顾客购买的行为模式	(64)
五、消费者购买心理	(68)
六、业务员销售行为模式	(69)

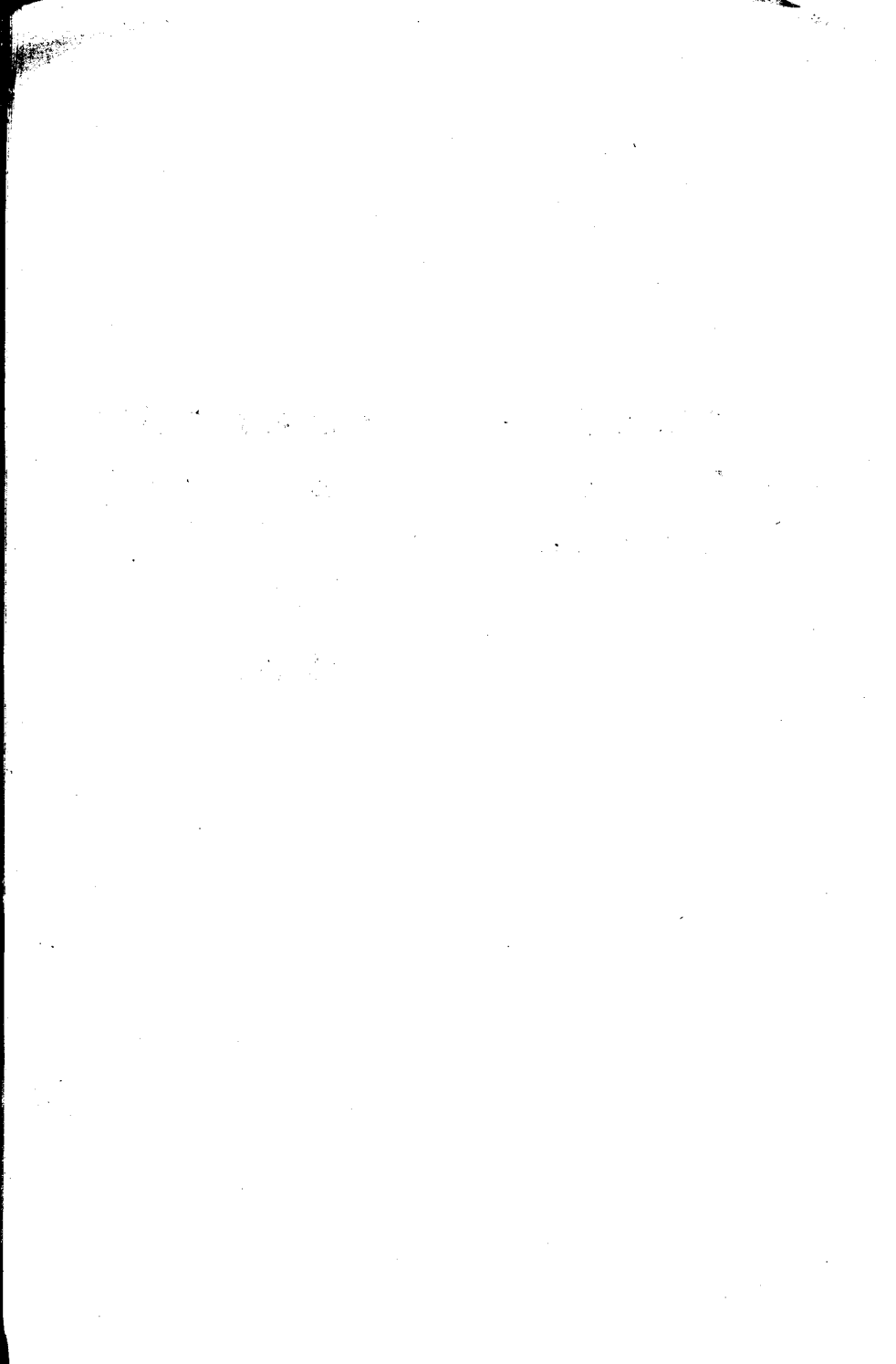
七、抓住顾客的法则	(71)
八、从客户的行为模式出发	(74)
语丝	(77)
第四章 积累足够的准客户	(79)
一、准客户档案的建立	(81)
二、准客户档案的内容	(84)
三、准客户的条件	(85)
四、准客户档案的分析与整理	(88)
五、准客户的开发方法	(92)
六、你的市场定位——目标市场的建立	(97)
七、销售工具的使用	(98)
八、销售目标管理	(99)
语丝	(112)
第五章 销售前的充分准备	(113)
一、销售前准备的好处	(116)
二、销售前准备的步骤	(117)
三、销售前准备的要点	(117)
四、电话约访	(127)
语丝	(133)
第六章 有效的沟通	(135)
一、有效沟通的重要性	(137)
二、如何进行有效的开场	(139)
三、有效沟通的步骤	(141)
四、有效沟通的十大技巧	(144)
五、亲和力的建立便于有效的沟通	(148)
六、有效沟通应注意的事项	(152)
语丝	(155)
第七章 探询需求与创造需求	(157)
一、什么是需求	(159)

二、商品需求的不同层次	(160)
三、需求的培养步骤	(165)
四、探询需求时的问话方式	(166)
五、创造需求	(170)
语丝	(178)
第八章 销售说明	(179)
一、业务员有两怕	(181)
二、打开心门	(183)
三、价格说明	(188)
四、功能说明	(193)
五、产品延伸功能的开发	(197)
六、销售说明的方法	(198)
七、说明的技巧	(199)
八、说明时的心理状态	(200)
语丝	(202)
第九章 反对问题处理	(203)
一、分辨真假拒绝	(206)
二、客户拒绝的真正原因	(207)
三、反对问题处理的四大禁忌	(210)
四、反对问题处理的十种方法	(211)
五、心灵的划痕	(212)
六、反对问题处理的步骤	(213)
七、反对问题处理实例解析	(214)
语丝	(233)
第十章 销售技巧	(235)
一、顾问式销售常用的方法	(238)
二、销售方式	(252)
三、直销产品的营销策略	(254)
四、销售业绩是怎样产生的	(257)

五、会议营销讲课提纲的准备	(257)
语丝	(266)
第十一章 签 约	(267)
一、促成的内涵	(269)
二、促成的准备	(270)
三、抓住促成的时机	(273)
四、促成的方法	(276)
五、促成的动作	(278)
六、成交后应注意的事项	(279)
七、促成的延伸	(281)
语丝	(283)
第十二章 销售服务	(285)
一、服务——一个有名无实的概念	(287)
二、售前服务与售后服务	(288)
三、售后服务的重要性	(290)
四、售后服务的内容	(291)
五、直销的服务与传统生意不同	(292)
六、经营你的客户	(292)
七、服务的机会成本	(294)
八、客户档案的建立与使用	(296)
九、售后服务的技巧	(297)
十、售后服务的方法	(298)
语丝	(300)
《直销管理条例》(全文)	(301)
《禁止传销条例》	(316)
《结缘阳光下》	(324)

世界上没有一个人是因为投资于学习而贫穷的，相反，真正的穷人是那些从不做任何投资的人。

——陈港元



第一章 你是谁



一个笼子里装两个猴子, 下面开始实验:

第一种做法是: 管理员扔进去两只香蕉, 平均分配, 每个猴子一只, 谁也不许抢谁的, 至于够不够吃则不管。

第二种做法是: 管理员扔进去一串香蕉, 任由两个猴子去“公平竞争”, 抢得多的多吃, 抢得少的少吃。至于抢多的猴子撑得跑肚拉稀, 抢少的猴子饿得连屁都放不出来, 均被视为正常。这就是计划经济与市场经济的区别。

一、人为什么穷

有一天,日本“三洋”的一个花农问老总井植岁男:“井植先生,您这样成功和富有,而我却像一个知了一样,在您的树叶下鸣叫。您有什么办法让我也富有起来呢?”井植问道:“我们工厂的西边有一块空地,您看做什么最好?”花农答道:“种树,三年卖掉,能赚300万。”井植说:“所有的投资我来负责,经营管理由您来负责,三年后赚的钱我们俩平分。不过,为了公平起见,这三年你不能领取工资。”花农说:“让我回去想一想。”第二天,花农找到井植,不安地说:“先生,对不起,我不能放弃我三年的工资,合作的事情只好作罢。”井植微笑着对他说:“好的,感谢您。”花农走后,井植岁男深有感触地说了一句话:“人何以穷,何以富?”

您看了这个故事,找到答案了吗?

随着商品交换的不断发展,产生了货币,而货币能够交换我们所需要的使用价值,即商品。为了追求商品的极大丰富,提高生活品质,人们忘情地去追求货币财富。这在全民奔小康、人人讲求经济效益的市场经济条件下,不是什么难为情的事情,而是一种社会主流和时尚。我们看到很多原来与我们一样普通的人,今天突然变得不普通,只是用了短暂的时间就改变了个人和家族的命运,从原来的穷人的后代,变成了富人的祖先。

通常情况下,我们只看到了这些人拥有了财富,而不



知他们为何如此,只看到了花儿的娇艳,却不知花儿为什么这样红。说起来,成功的原因大体是一样的,而我们不成功的原因却很多。在羡慕别人富有的同时,我们是否认真地思考过:我为什么穷?请您现在开始清理自己的大脑库存,看一看您是否有如下问题:

1. 不想富

你是真的梦寐以求地想富有,还是简单地想想而已。但凡成功的人,他们每时每刻甚至睡觉都在想:“我一定要富有,怎样才能赚更多的钱?”所以他们时刻关心着周围发生的和可能发生的一切。而我们只是当那些富有者的气派、价值以及花钱时的潇洒派头刺激了我们的所谓自尊心的时候才在心里发狠道:“等老子有了钱,吃豆浆买两碗,喝一碗,我他妈倒一碗!”等回到自己的生活和工作环境后,又很快地适应了固有的工作、生活和收入环境,三百、五百的工资也心安理得:“别人不也这么多吗?比上不足比下还有余,别忘了世界上还有三分之二受苦人,再怎么着不也比那些下岗的强得多吗?”“至于别人发财,那是别人的事,人家命里就该有钱,咱命里没有也别强求!再说了,钱那么好赚呀?弄不好连眼前这点基本保障都会没有的。”这就是凡人的心态。这算有理想和野心吗?《诗经》云:“窈窕淑女,君子好求,求之不得,辗转反侧。”俗话说:“不怕贼偷,就怕贼惦记。”我们今天的贫穷绝不是昨天造成的。试想:5年以前我们就朝思暮想地

去赚钱,今天会是什么样子?即使没有真的大富大贵,至少也要比我们的现状好得多得多,认同吗?再想一想:如果今天我们还不认真地去树立梦想、树立野心,那么5年之后我们还会和今天一样,如果说有什么不同的话,那只能是皱纹增加,徒生白发,甚至有些人会更加穷困潦倒。

法国传媒大亨巴拉昂临终前出了一道题:“穷人缺什么?”答对的奖励100万。结果,只有一个5岁女孩蒂勒答对了:“梦想、野心。”我们是“想富”而不是“一定要富。”“想富”与“一定要富”,其结果是根本不同的。

有两位母亲都想出来做事,不同的是:其中一位母亲的孩子得了重病,医生告诉她,需要半年后来做手术,孩子就有活下来的希望,但需要10万元手术费;而另一位母亲只是想出来做点事、多赚点钱,以贴补家用。请问:半年后,这两位母亲谁更可能赚到10万块钱?为什么?

2. 急富

做事情没有耐心,总想一夜暴富。就以直销为例,真正意义上的直销,是一种商业领域的销售行为或方式,讲究的是按部就班地来做,从一个客户到两个客户,不断地去开发,去铺垫,来搭建自己的管道系统。利用2~5年的时间,锁定几百个终端消费者,这样我们的财富就会源源不断地从管道系统中流入我们的帐户。而我们有一些人,专门找那些“猎人头”的非法传销去做,总认为那样赚钱快,实际上赚钱快的不是你,而是那些骗术比你高的



人。结果，屡次被骗。年年上当，年年上，当当都一样。这里没有暴富，就再换一家，最终成了“网虫”或“网络跳蚤”，把自己周围的人脉挥霍一空，自己也就没了立身之地，只能等着到月亮上去了。

3. 大富

眼前的小钱不愿意赚，总在追求回报高的暴利。当前，社会平均利润率很低，哪有那些暴利生意？倒卖毒品和武器又不是我们这样的。于是，工作不安心，18%嫌少，22%嫌少，26%嫌少，30%还嫌少。我们不去想一想，目前投资开一家饭店，回报有多高？另外，就算给我们100%，如果没有销售额，不还是等于0吗？

4. 重果

佛陀重因，凡人重果。我们只看到别人如何富有的结果，而不去研究他们之所以有这种结果的原因，或者即使知道了原因、理由，也不愿去重复人家的成功的动作。周恩来总理说过：“不播撒革命的种子，就盼共产花开，天下哪有这样的便宜事？”所以，我们在羡慕别人成功、富有的同时，要研究他们，学习他们，做他们所做的事，与他们牵手，痛苦着他们的痛苦，最后就能幸福着他们的幸福。弗兰克·贝吉尔说过：“你一直在告诉别人，总有一天你会成功。其实，你只是在炫耀，好让别人看得起你。一天一天地过去，你的理想实现了多少？你成就了多少大事？时间与机会不断地提供给你，你又掌握了多少？为何如

今依然未能看见你迈向成功？事实上，不是你缺少机会，而是你根本就不曾行动，热忱地行动，热忱地对待每一个人。肯定自我，加强信心，付诸行动，迈向成功！”

5. 太忙

茫茫人海，芸芸众生，每天南来北往，忙着上班下班，只为了微薄的薪水，一辈子下来，收入没增加，倒是使交通运输业空前地繁忙。一天天地过去，如果问他们忙了些什么？他们自己都不知道。反正是没闲着。光顾着忙了，谁知道忙了些啥？很多人工作不是不努力、不勤劳、不敬业，规规矩矩，从没有迟到早退，从没有不听领导的话。可是几十年下来，为什么仍然囊中羞涩，两袖清风呢？原因就是：我们虽然整天地忙，但尽在忙那些与自己成功不相关的事情。所以，吉姆·史都瓦在《成功是一种态度》中说：“世界上有 80% 的人，整天起早贪晚去见那些他不愿见的人，做他们不愿做的事，只是为了微薄的收入，耗去了他们 30 到 40 年的大好时光。”

6. 太努力

没有明确的人生目标，只是努力有什么用呢？古代有一个人要去南国，结果驾着马车往北走。人们提醒他，方向错了，他却说，没问题，我的马好，我的车好，我驾车的技术高。结果，正因为他的所谓“优势”，使他离目的地越来越远，这就是“南辕北辙”的故事。所以，直销人常说：“选择不对，努力白费。”就是因为太努力于那些