

直销谋略

直销 领导力训练

田芳/编著

The **Leadership**
Training of direct-selling

如新
海外2千万
名人推荐

人民日报出版社

直销谋略

直销 领导力训练

编著 田芳

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

直销谋略 / 《直销谋略》编写组编. - 北京: 人民日报出版社,
2005.6

ISBN 7-80208-213-7

I.直... II.直... III.销售-基本知识
IV.F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第038120号

书 名: 直销谋略——直销领导力训练

作 者: 田芳

责任编辑: 紫晓 罗婷 罗晶 黄香玲

封面设计: 胥洁

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369529

经 销: 全国新华书店

印 刷: 重庆现代彩色书报印务有限公司

开 本: 16开

字 数: 180千字

印 张: 11.25印张

印 数: 1-3000册

印 次: 2005年6月第1版 2005年6月第1次印刷

书 号: ISBN 7-80208-213-7/F·011

定 价: 90.00元(全套)

推荐序(一)

直销产业是市场经济的成果之一，即使在发达的国家，此产业仍处在幼儿时代，有待于社会精英介入使之发扬光大。

1988年我们因抓住机会而加入直销行业至今，深深体会到，经过世界经济急速变化的十数个年头，家庭经济仍能稳健成长，实应托直销之福。这17年来我们一直跟着如新公司业务的扩张，足迹遍及十多个国家，可谓行万里路读万卷书，相识遍天下，使我们的人生如此的丰富多彩。

1993年，我们开始接触内地市场，十年间游踪遍及大江南北，深感祖国文化的源远流长，在这块土地上所留下的痕迹是多么令人发幽古之思。

20多年的改革开放激起了中国的经济起飞，这是一个处处充满商机的大市场，直销在中国也即将展现出惊人的爆发力。而如新公司在2003年拓展中国市场，更是许多直销商众所瞩目的大事。2005年直销法出炉将会是中国直销业腾飞的起点。对直销商而言，“天时、地利、人和”三者具在。因此，不论是十多年前开始接触直销的我们，或是现在开始接触直销的年轻伙伴，行动就在今朝。本着直销的人文精神——爱心与诚心，与众人分享，并努力投入就会有成功的一天。

《直销领导力训练》这本书主要是以理论结合寓言的故事点出直销的精神、道理，将直销的方法和技巧作阶段性的解说。直销商在组织建设和发展中灵活运用，将获得重大突破。作者更以问答的方式，解答了初做直销方方面面的问题。这是一本从事直销的极佳实战手册，也是一本直销商个人的最佳行动指南。

如新海外2千万名人 周朗秋

SB096/02

推荐序（二）

不论你的学经历背景为何，在NU SKIN大家的机会均等，唯一不同的在于有人脚步快些、有人慢些。我认为，成功与否，一切“操之在我”，假如你想成功，你就必须持续的往前行，在你成为“成功者”之前绝不放弃。我们也是这样一路走过来的，我们的梦想是帮助更多的人圆梦。

当我还在传统行业工作时，每年一定会拨出时间担任自愿义工，从事公益活动。像我刚进航空公司上班时，没有很多钱，但我每年固定会捐血两次，我和先生也会自愿为社区做些事情。现在，NU SKIN让我们可以不仅仅只是奉献时间给需要帮助的人，我们可以为别人做更多、更不同的事，帮助更多的朋友及家人透过NU SKIN完成他们的梦想。

虽然我常年居于国外，但我时刻关注着中国内地的消息。因为我父亲是中国人，我更加热爱这片生机勃勃的土地。同时，我也欣喜地看到，中国自改革开放之后，取得了巨大的经济成就，人们的思维更活跃，财富也不再是一个遮遮掩掩的话题，大家都以诚实劳动，合理赚取报酬为荣，因此，创业和投资的环境都非常良好。

而今年更让我们欣喜的是，中国政府将为直销立法，一个尘封了7年的行业终于得以复苏，而具有远见卓识的NU SKIN公司，早在2年前就完成了对中国市场的布局，在今年的大好形势下，更会取得非凡的成功！

因此，这本《直销领导力训练》是一本非常值得在这个时期向大家推荐的书，因为这本书通俗易懂，相信新加入的朋友在读过之后都会在观念上有所更新，能够更真切的认同直销；而已经做了一段时间的朋友会得到新的启示，更加了解做直销的精髓。

如新海外2千万名人 宋杨天宇

推荐序(三)

从2004年6月策划第一本图书——《直销 点石成金》至今，经贸世界出版部顺利渡过了一岁生日。在这值得庆祝的日子里，机缘巧合，我们又策划了这一本与《直销 点石成金》风格相近，但内容更加充实、定位更加准确的精品图书——《直销领导力训练》。

众所周知，目前国内的出版业陷入了“跟风”的怪圈之中，文学类图书如斯、社科类图书如斯、技术类图书如斯，直销图书也不能免俗。因此，随便到市场上去逛逛大家就可以发现，直销图书种类繁多、花样百出，然而，在不同的书名、不同的封面包装下的内容呢？准确的形容词是，千篇一律。这样的状况是出版者单纯为了谋取利润的手法所致，对中国直销业界理论阵地的打造不但不是添砖加瓦，反而是在添乱，更沦为港台同胞直销业界的笑柄。

同时，受到这样杂乱无序的直销图书市场伤害最大的，是那一群群渴望自我激励、自我提升的直销人。他们也许收入不高、文化层次不高，但是他们希望改变自己的命运并为之付出的努力却比一般人高出几十倍，这也是我在接触这个行业3年的时间里受到的最大震撼。因此，不管是经贸世界杂志社也好，还是编辑个人也好，都极端反对那些不负责任、胡乱抄袭的出版手法。而在此标准之下，我们选择图书内容的态度非常谨慎、选择合作的作者也都是在直销界极具影响力和实力的成功人士，比如，中国直销培训第一人时台明先生、第一代理论专家龙传人先生、第二代理论专家旷强先生、海外直销专家邱长兴先生、完美公司高阶经销商唐军秋先生，以及本书的作者——美商如新公司高阶经销商田芳小姐。

正如前文所述，本书是在田芳小姐所属团队培训资料基础上的提炼和升华，具有公司培训的个性，也具有直销培训的共性。内容主线是直销人从0人团队发展到千人、万人，甚至更大团队的总历程，涵盖了直销人在这些阶段遇到的问题、具体的操作、励志类训练等等，是奉献给直销人的一道非常丰富的直销大餐。

在直销立法在即的大环境下，不管是直销公司还是直销人都面临着重大的变革和抉择，我们也殷切希望这本《直销领导力训练》能够成为这一历史时期，好的注脚、好的诠释。

经贸世界杂志社出版部主任 罗婷

导读

Dao Du

谁看这本书？

· 你了解自己吗？

很多人在了解直销以后，最常问的一个问题是“我适合做直销吗？”另一个同样常见的问题是“我会成功吗？”其实，适不适合做，会不会成功，不在于别人的回答，这一切只有一个人能决定，那就是你自己。所以，你最好先了解自己需要什么，再来看这本书能够帮助你什么。

- 你不愿意过被别人要求的生活，而是过自己喜欢的生活？
- 你经常觉得自己在浪费生命，想做一点有意义的事情？
- 你觉得“受人瞩目”是一种乐趣吗？
- 你对自己所追求的一切充满激情吗？
- 如果有一件事情可以改变你的现状，你愿意尝试吗？
- 你有恒心把一件事情做透彻吗？
- 你听到一个成功故事时会被激励吗？
- 你有一种试图说服他人的倾向吗？
- 你渴望成功吗？

如果上面的问题，你有一些回答“是”，那就看看本书吧。虽然看了本书并不能够保证你一定会成功，但是，你把书中的方法运用到实践中去，就可能成为赢家。

怎么看这本书？

本书完全根据一个新人从加入直销行业到成长为团队领导人经历的所有过程为线索，来告诉读者直销正确的操作理念和方法。当你或者你的团队有了这本书作为指导，就会拥有正面的心态、采取正面的行动，最终赢得正面的结果。

本书由三个部分构成：

一、寓言

在直销界里，你会发现讲师都爱讲故事，你也可以听到不同讲师讲出各种不同的故事。这是为什么呢？一个通俗易懂的原因就是，讲故事总比摆事实、说道理容易，你学会几个故事，就能让别人在轻松的笑声中理解直销的奥妙。所以，本书的内文中摘选了很多同该小节意义相通的寓言，你不仅可以从这些寓言中了解该小节的大概意思，记住这些寓言，也可以给你的谈话增加魅力。

二、内容

1. 建立团队——新人边学边做

恭喜你，迈出第一步，你就开始创业了。刚开始，你一个人四处奔跑，建立属于自己的消费者群体，同时把这个事业机会告诉所有认识的人，吸引他们跟你一起奔跑，建立一支销售团队。于是，你一边学——学习专业知识、系统运作；一边做——建立销售团队、顾客群。

2. 稳固团队——中阶边做边教

有了顾客不稀奇，有了伙伴也不稀奇，顾客能不能永远专注于产品，伙伴会不会死心塌地的跟着你，才是你获得最终胜利的关键。因此，你一边做——复制系统、管理团队；一边教——教伙伴如何去学、去做。

3. 发展团队——高阶边教边传

恭喜你，你非常幸运，在很短的时间内，成为了公司的高阶直销商。但是，你需要依靠团队的力量，激发伙伴的潜能，让团队不断壮大。这个阶段，你给伙伴一个什么样的平台，伙伴就回报你什么样的业绩；团队有多强的凝聚力，就会有多快的发展速度。

三、问答

从开始了解直销到做直销，每个人都有无数的疑问，当你碰到问题时，你可以直接询问你的上级老师，他可以给你很好的回答。但是，有了本书之后，你在不同阶段遇到不同问题时，你都可以自己找出答案。因为本书涉及的直销问题非常广泛，答案也都是由直销领袖或者研究直销行业的专家学者，经过多年实践得出的经验总结，有很强的参考价值，能够为你打开心灵困惑的绳结。



11		时商理我中我服
12		我我我我我我
13		我我我我我我
14		我我我我我我
15		我我我我我我
16		我我我我我我
17		我我我我我我
18		我我我我我我
19		我我我我我我
20		我我我我我我
21		我我我我我我
22		我我我我我我
23		我我我我我我
24		我我我我我我
25		我我我我我我
26		我我我我我我
27		我我我我我我
28		我我我我我我
29		我我我我我我
30		我我我我我我
31		我我我我我我
32		我我我我我我
33		我我我我我我
34		我我我我我我
35		我我我我我我
36		我我我我我我
37		我我我我我我
38		我我我我我我
39		我我我我我我
40		我我我我我我
41		我我我我我我
42		我我我我我我
43		我我我我我我
44		我我我我我我
45		我我我我我我
46		我我我我我我
47		我我我我我我
48		我我我我我我
49		我我我我我我
50		我我我我我我
51		我我我我我我
52		我我我我我我
53		我我我我我我
54		我我我我我我
55		我我我我我我
56		我我我我我我
57		我我我我我我
58		我我我我我我
59		我我我我我我
60		我我我我我我
61		我我我我我我
62		我我我我我我
63		我我我我我我
64		我我我我我我
65		我我我我我我
66		我我我我我我
67		我我我我我我
68		我我我我我我
69		我我我我我我
70		我我我我我我
71		我我我我我我
72		我我我我我我
73		我我我我我我
74		我我我我我我
75		我我我我我我
76		我我我我我我
77		我我我我我我
78		我我我我我我
79		我我我我我我
80		我我我我我我
81		我我我我我我
82		我我我我我我
83		我我我我我我
84		我我我我我我
85		我我我我我我
86		我我我我我我
87		我我我我我我
88		我我我我我我
89		我我我我我我
90		我我我我我我
91		我我我我我我
92		我我我我我我
93		我我我我我我
94		我我我我我我
95		我我我我我我
96		我我我我我我
97		我我我我我我
98		我我我我我我
99		我我我我我我
100		我我我我我我

跟进中发现商机	41
无限循环系统	42
第三节 讲计划	45
一份令人惊喜的礼物	45
准备充分的辅助资料	46
激发加入的欲望	47

中篇 稳固你的团队——中阶边做边教

第一章 中阶学习目标

第一节 个人经营规划	52
规划第一步：个人的目标	52
规划第二步：小组的目标	53
规划第三步：学习的目标	53
第二节 产品销售技巧	56
第一步，取得信任	57
第二步，引起兴趣	57
第三步，产品介绍	57
第四步，异议处理	58
第五步，销售缔结	58
第三节 事业推荐技巧	61
第一步，改变的必要性	62
第二步，直销的未来型	63
第三步，公司的优越性	63
第四步，选择的正确性	63
第四节 同下级相处的技巧	66
授人以渔，而不是授人以鱼	66
上下级彼此建立正确的期待	67
公私要分明	68
第五节 培养讲师能力	71
引进新人	72
造梦与激励	72
做复制与传经验	72



克服上台的恐惧	73
选择有个人特色的开场白	73
增强演讲的说服力	74
提升现场感染力	75
促进行动的结束语	75
第二章 建立成功环境	78
<u>靠团队的文化吸引人，是直销伙伴用共同创造的环境来帮助别人认识这个事业</u>	
第一节 事业说明会	78
第二节 产品演示会	83
第三节 小组训练	87
第四节 定期聚会	93
第三章 突破经营盲点	97
第一节 阵亡恐惧症	97
第二节 消极失意症	100
成功不需要借口	101
赞美鼓励下级	102
第三节 成功大头症	105
第四节 盲目低效症	109
二八定律	110
救人原则	111
持续开线	112

下篇 发展你的团队——高阶边教边练

第一章 高阶自我修炼	116
第一节 坚持良好的习惯	116
第二节 成为情绪的主人	120
第三节 持之以恒地去做	123

有一个经营了直销事业很多年的领导讲：“只要离成功还有距离，就不要停下脚步。”

CONTENTS

第二章 复制成功系统	128
第一节 回报系统	128
第二节 操作系统	132
新人复制的基础操作	132
带动新人的会场操作	132
检视系统的高阶操作	132
第三节 绩效系统	135
目标管理	135
时间管理	136
第四节 学习系统	138
学习的形式	139
学习的内容	139
第三章 做大团队格局	142
第一节 独立不脱离	142
相同的会场不同的舞台	143
自建会场的原则	143
同公司的关系	143
第二节 事业布局	146
阶段性成功的误区	146
市场规划	147
第三节 点将原则	150
谁是将才	150
如何点将	151
第四章 创造团队风格	155
第一节 成功策略	155
制度导向	155
量身定做	156
因地制宜	156
第二节 建设技巧	158
第三节 创造使命感	163

篇

建立经营团队

态心整队 许一策

有限因的太量... 限夫已香收... 一素屈... 前之草本... 司...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...
... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年... 1921年...



第一章 新人准备工作

第一节 调整心态

在阅读本节之前，请思索一下：成功者与失败者之间最大的区别在什么地方？

为了弄清楚这个问题，科学家们曾在1921年~1923年运用科研系统进行追踪观察的方法，从25万名学龄儿童中选出1,528人（其中857名男生，671名女生）作为研究对象，并一直追踪到他们60岁的时候。科学家们发现，人的智力高低与成就大小有一定的关系，但并不能完全相等，早年时智力超常并不能保证成年后才华出众。

就男性被调查者中成就最大的20%和最小的20%进行比较的结果表明：这两组人的差别并不是智力的高低而在于个性品质的不同。成就大的一组表现出更强的进取心、信心和坚定的信念。这项研究科学表明了非智力因素与一个人的成长有着密切的关系。

除了科学家的论证，现实生活中也有不少实例表明，成功者与失败者最大的不同在于心态。更有人认为，在成功的因素中，心态占了85%。看到这里，读者或许会觉得有些模糊，下面我们用一个故事来说明心态在个人成功中的重要性：

从前有个老铁匠，他打的铁链很是牢固，可是他木讷不善言，卖出的铁链很少，所得的钱只够勉强糊口。人家说他太老实，但他不管这些，仍旧一丝不苟地把铁链打得又结实又好。

有一次，老铁匠打好了一条巨链，装在一艘大海轮的甲板上做了主锚链。有一天晚上，海上风暴骤起，风急浪高，随时都有可能把船冲到礁石上。船上其他的锚链都放下了，但一点也不管用。那些铁链根本经受不住风浪，全都被拉断了。最后，大家想起了那条老铁匠打的主锚链，便把它抛下海去，全船一千多名游客和许多货物的安全保住了，当第二天黎明到来，全船的人都为成功脱险而热泪盈眶，欢腾不已……

老铁匠由此而闻名。

因此，在直销事业中要想获得经营成功，就要拥有像故事中老铁匠那样一丝不苟的打铁心态，坚守自己的信念。那些有很好的能力，但是没有良好心态和信念的伙伴，大都会半途而废，而拥有好的信念和心态的伙伴，即使其貌不扬，或进步的步伐慢一些，但是，他们往往会获得最后的成功。

● 统一价值观，下决心改变现状

每个人选择直销都有自己的理由：为了给生活找一个备胎，为了创造一份属于自己的事业，为了结交更多的朋友，为了赚取更多的额外收入……各种理由都只有一个目的，就是为了改变生活的现状，改变既有的生活模式。那么你就需要付出努力。

很多新人选择了直销，在为自己设定目标时总是口若悬河，如，“一年以后要月收入十几万”，但是当谈到自己的行动时，就会开始抱怨平时上班太累，业余时间就想呆在家里休息，或者家里有小孩子需要照顾，没有更多的时间花在直销上。任何回报都是与付出成正比的，天上是不会掉下馅饼来的。

直销是一种在短时间内压缩成功的事业，但绝不是不劳而获的赌博，不要以为今天砸下购买一套产品，找几个朋友来销售，过几个月就能组织倍增，月收入上万了。

就直销中获得成功的“短时间”同传统的行业比较来看，到公司上班，公司会考察员工的文凭，一个大学文凭需要16年的寒窗苦读，如果是很好的工作岗位还需要几年相关的工作经验，而能够领到的薪水也是在一个固定的标准上，随着职位晋升，这个标准会有所提高，但是在传统的行业中，提高的幅度是有限的，从进入职场到退休的二三十年间的总收入还不一定能够追上物价上涨的趋势。相反的，直销公司没有门槛，不需要任何文凭和经验，只要付出努力，就有可能在两三年内获得在传统行业永远不可能拿到的月收入，更重要的是，通过几年的努力，就有可能实现财富自由。

● 自己当老板，为成功找方法

如果新伙伴是为了改变生活的现状而选择直销，就应该下定决心付出艰苦的努力，具备打硬仗的心态，才能最终在直销事业的旅程中获得成功。

在任何一家直销公司，直销商的定位都是公司的代理商，不像传统企业是“小工”与“东家”的关系。直销公司负责创造有竞争力的产品和制订公平、透明、合理的奖金分配制度，直销商与直销公司是合作伙伴的关系，通

过建立营销网络为直销公司开拓市场、销售产品。很多新加入的伙伴停留在传统的观念上，需要领导为自己安排工作，而直销事业里的上级推荐人并不一定是领导，只是比新伙伴先一步进入而已，所以有些新伙伴很不适应，没有真正理解自己就是公司的代理商，并应该以老板的心态打理这份生意。

既然直销是自己的生意，就应该主动地为成功找方法，而不是像上班族那样，老板安排了工作，被动消极的应付了事。直销是做人的生意，需要有人来购买产品，有人来一起做事。它也是把人脉转化成钱脉的事业，很多直销伙伴经常会抱怨：“我不认识那么多人怎么办？”其实，这个问题已经不是认识人多人少的范畴，而是自己的定位问题。如果是公司的小工，老板交待今天必须开发一定数量的客户，才有奖金。这时，只有两个办法：第一，为了拿奖金，想尽办法，完成任务；第二，找个理由告诉老板没有办法完成，是不是可以看在“苦劳”的份上发部分奖金，下次努力完成。如果自己是老板，为了生意的发展，为了赚到钱，不可能为自己寻找任何借口，只有努力的开发客户，建立网络才能生存，有了这个观念再改写上面的问句，就变成了：“我现在认识的人很少，为了这个生意，我必须去大量的结交新朋友。”有现成资源的人可以较快、较顺利地开展工作，相反，资源缺乏的人，应该花功夫建立资源，有意识的组建和扩充自己的人际关系网络。

● 学习专业知识，提高专业技能。

在战场上，每个士兵都必须学会枪支弹药的使用方法，因为武器的威力不是杀死敌人，就是杀死自己。无论在任何一家直销公司，新伙伴对公司、产品、制度的掌握程度，直接决定了占领市场的速度和力度。新伙伴在邀约和面谈朋友的时候，经常会碰到百般刁难的问题，如果新伙伴可以非常熟练的讲解公司、产品、制度，虽然有很多问题还不能“对症下药”，但是运用以不变应万变的策略，让朋友了解了上面的这些信息，取得朋友的信任，相信你没有欺骗他，就有利于做下一步的跟进。如果新伙伴讲不清楚，朋友会认为你已经上当受骗，希望你赶快跳出泥潭，他也根本没有深入了解的必要。另外，对公司、产品、制度的反复讲解，会加深新伙伴对公司的认识和信心，只有真心热爱自己的公司，同产品谈恋爱，推荐才具有感情，才能发挥最大的热度。

进入直销这个行业，就需要养成学习的习惯，学习的方式各种各样，首先是学习团队系统的资料，熟读熟记；其次是参加团队的活动，融入到团队