

最成功的直销公司里最成功的销售手段
安利金牌销售员告诉你如何成为销售冠军

Amway

安利

金牌销售员的秘密



快速提升销售人员业绩，不仅是门学问，也是一门艺术。成功不可以复制，而技巧可以学习。本书以商业行为实例为销售人员提供了可以立刻用于实践的方法、技巧和经验，是价值无限的销售训练资料。刘艳 ◎ 编著

中国物资出版社



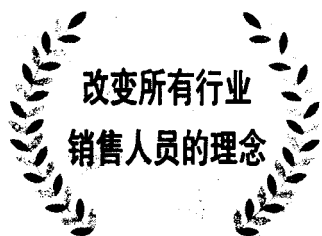
最成功的直销公司里最成功的销售手段

刘艳◎编著

Amway

安利

金牌销售员的秘密



中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

安利金牌销售员的秘密/刘艳编著. - 北京:中国物资出版社,
2005.4

ISBN 7-5047-2333-9

I. 安... II. 刘... III. 企业管理:销售管理-经验-美国
IV. F279.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 022479 号

责任编辑 张冬梅

责任印制 张清钰

责任校对 王云龙

中国物资出版社出版发行

网址:<http://www.clph.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68589540 邮编:100834

全国新华书店经销

华北石油华星印刷厂印刷

开本:787×1092mm 1/16 14 印张 201 千字

2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-5047-2333-9/F·0915

印数:00001-10000

定价:24.80 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

前 言

蜚声海内外的大型日用消费品生产及销售商——美国安利公司位于美国密执安州的一个小镇——亚达城。1959年，年仅20余岁的创始人杰·温安洛先生和理查·狄维士先生在家中的地下室迈出了安利事业的第一步，凭借一种既环保又多用途的产品和锲而不舍的努力，他们共同走过了40多年的风雨历程。40多年来，安利积极致力于提高消费者的生活品质，并在服务消费者的同时实现了自身的飞速发展。

40多年的历史见证了安利的成功，也见证了两个家族两代人共同合作创业的历程。目前，公司由第二代领导人史提夫·温安洛先生和德·狄维士先生共同执掌。在著名财经杂志《福布斯》(Forbes) 2004年全美最大100家私人企业排名中名列第19位。在2003年1月美国季刊杂志《家族企业》全球最大200家家族企业排名中，安利名列第104位。2002/03财年，安利机构全球销售额升至49亿美元。

作为全球规模最大、经营最成功的直销公司，安利在人们心中已经和成功划上了等号。的确，安利在全球的快速扩张让人惊讶，安利在全世界取得的辉煌成就让人叹服。安利为什么赢得这么迅速？这么彻底？安利公司成立以后，经历了世界上一次次的不景气，每一次不景气，不但没有影响安利事业和发展，反而促使它事业的成长，何以如此呢？

我们知道，直销最重要的法宝就是口碑传播和个性化服务，安利的十几万营销人员和他们培养的大批忠实顾客群体，都是安利品牌信息的传播者和渠道的构建者。安利的市场推广和营销活动，是一种大众传播和分众传播的结合体，其目标受众既包括广大的日化品和保健品消费大众以外，同时还包括安利的营销人员。在这里，营销人员之间传播的不仅仅是口碑和信息，同时还有信心和鞭策。他们在今后的推销工作中如果遇到已经在大众传媒中接

触到安利广告的潜在顾客，那样的功效自然是事半功倍。

在安利评估任何一项市场推广行为的时候，营销人员的参与程度以及对其士气的鼓舞力度都会被作为非常重要的决策因素。因为营销人员是集使用者、口碑传播者、产品介绍者与说服者四位为一体的金牌销售员。像营销人员处理自身销售和团队发展的一对平衡一样关系到直销公司的长远发展。安利在中国所进行的一系列高端市场推广和公益品牌建设其实是在以一种模糊的方式传递着一个清晰的信息：安利不仅仅是直销，我们拥有和其他跨国企业一样的实力、口碑、档次及品位。

安利营销人员的职责是透过优质产品和真诚服务帮助人们提高生活品质、创造理想的生活环境。营销人员努力的方向是秉承“顾客至上、服务第一”的专业精神，为消费者提供全面周到的服务，在帮助别人的同时也得到一份合理的回报。为帮助营销人员全面掌握产品知识、销售及服务技巧，并不断提高其专业水平及职业道德，安利全面主导营销人员的所有培训，为他们提供完备的培训计划，定期对他们进行培训，公司还选拔优秀营销人员到美国接受纽崔莱和雅姿产品的专业培训。

也正是由于这些营销人员，尤其是金牌销售员的超级营销技巧，才使安利在全球内如此迅速地走向成功，走向辉煌。在这本书中，心态与潜能、成功领袖速成、销售方法和技巧、以及在培训与口才中显示的营销秘诀，将为你一展安利金牌销售员的营销策略。

在安利，人们不仅可以分享工作经验和从业心得，也可分享成功的快乐和收获的喜悦。安利每年都为绩优营销人员举办各种海外研讨活动，足迹已遍及意大利、澳大利亚、新西兰、美国和法国等世界各地。研讨活动让营销人员在辛勤工作之余放松身心，分享欢乐，增广见闻，同时与公司高层管理人员聚首一堂，交流业务经验与心得，学习营销技巧，增进团队精神，为再创事业新高注入新的动力。

想不想成为优秀的、甚至是超级的营销员呢？让我们学习安利金牌销售员的营销技巧，复制成功！

编者

2005年3月



目 录

第一章 安利事业 1

安利带来的本能的、安全的、爱的需求的满足，都是个人，小我的满足，而自我实现的满足，则是社会的、公益的、利他的、自我价值的全面实现。在传统事业中，很难达到社会的参与感，你的成功属于你个人的成功，而在安利事业里，造就别人在前，成就自己在后，当你成功时，得到的是先利他人才能得到的荣耀，是社会的，利他的贡献。所以，在直销行业中，安利是最好的选择。

一、走进安利 /1

二、安利是个什么事业 /4

第二章 心态与潜能 7

你的牙膏用完了，一个电话我们就过去了；你的营养食品吃完了，一个电话我们就上门了；他们总是在顾客最需要的时候出现。就是这样一个“山不过来，我就过去”的服务理念，他们把顾客都留了下来，并有足够信心让他们做自己终生的顾客。

其实安利是成功学最好的一个阐释，成功学要求人们有一个好的心态和发挥自己所有潜能，最后达成你远大的目标。如果你拥有了这些，那么安利会让你看到自己的未来。

一、解读成功 /7

二、如何制定目标 /14



- 三、目标助你成功 /17
- 四、发挥时间魔力 /20
- 五、养成好的习惯 /23
- 六、把热情变成习惯 /27
- 七、战胜恐惧 /29
- 八、学会自我管理 /33
- 九、自信让你成为最优秀的推销员 /35
- 十、让你的情绪不再起伏不定 /40
- 十一、顺利达到成功目标 /41

第三章 安利成功人的九堂课 45

在我们大多数人眼里看来安利直销的那些成功人，他们是非常的神圣，也是大家并不知道在他们身后的一些方法和技巧，他们可以在安利直销方面成功，那么他们在成功以后他们就总结出了一些成功的方法和技巧，这也可以说是安利成功人所必听的必修课。只要是安利成功的人，那么他们都是要经过这九堂课，这也是每个安利成功人诉说自己在一步步迈向成功时的一些方法和技巧。

- 一、销售前的准备 /45
- 二、如何接近消费者 /49
- 三、与人沟通和及时跟进 /51
- 四、安利直销人员应有的技巧 /54
- 五、零售中的技巧 /59
- 六、成功销售必备的步骤 /65
- 七、如何应对拒绝 /73
- 八、最有力的强效成交技巧 /80
- 九、做好售后服务 /94

第四章 速成成功领袖 99

想要成为一个好的管理者，需要无数资料来充实自己



对领导人、伙伴安利直销商及团队的知识与能力，尤其领导人本身的自我管理也是不可或缺的。因为在这一阶段，你的伙伴安利直销商是以你马首是瞻，甚至你的一举一动也成他们仿效学习的对象。因此，作为一个好的领导人，本身非要有过人的能力和风范不可。

- 一、成功领袖的标准 /99
- 二、如何推荐和扶植伙伴安利直销商 /110
- 三、建立团队 /124

第五章 在培训中学习销售技巧 137

直销这种目前最先进的营销技术，把传统营销模式的“推销”融解在“培训”和“与人分享”之中。直销技术是反对“陌生人上门推销”，反对“见人推销产品”，几乎是反对“推销”的一种完全人性化的营销技术，可以说直销是营销技术最具革命性突破的一种现代最先进的营销技术。在直销实战中，上线直销商在对您进行心态训练的同时，会对直销公司及其产品知识和相关技能进行培训，但几乎不太可能对您进行单一的“推销”技能培训。

- 一、走近安利培训 /137
- 二、直销培训的内容 /141
- 三、注重销售心态和方法的培训 /144
- 四、创建成功系统的方法 /150
- 五、成功销售员必备的十一项素质 /154
- 六、金牌销售员的特训 /170
- 七、最新美国安利培训 /180

第六章 利用口才做销售 187

直销安利的人都拥有的好口才，但他们并不是凭着两片嘴唇就能完成的，它是建立在分享产品和制度的基础上的，安利口才与人们通常所说的口才是不一样的，是综合



安利金牌销售员的秘密

素质的体现，不是见人说人话、见鬼说鬼话。它需要发现美的眼睛和感受美的心灵。只有对安利和生活建立积极热情的态度，只有相信安利，只有分享安利产品，您才能捕捉到讲话的素材，您才能拥有自信，您才能激起听众的兴趣、获得听众的信任。否则，您就会因为提取不出素材而使得语言贫乏，就算您口若悬河、滔滔不绝，您也不会让对方觉得可信。

一、口才——通往直销成功之路的桥梁 /187

二、组建高绩效团队的直销口才 /198



第一章 安利事业

安利带来的本能的、安全的、爱的需求的满足，都是个人，小我的满足，而自我实现的满足，则是社会的、公益的、利他的、自我价值的全面实现。在传统事业中，很难达到社会的参与感，你的成功属于你个人的成功，而在安利事业里，造就别人在前，成就自己在后，当你成功时，得到的是先利他人才能得到的荣耀，是社会的，利他的贡献。所以，在直销行业中，安利是最好的选择。

一、走进安利

在这里，首先要说的是，安利企业是合法的公司。它是经过国家工商总局批准的合法公司，1992年开始在广州黄浦开发区设厂，投资1亿美元。它不仅合法而且守法，依法交纳各种税收。所以，安利和传销是有着根本区别的。

安利的发展壮大并不是一帆风顺的。二战以后，美国传销业蓬勃发展，其中不乏各种诈骗行为，20世纪60年代末美国联邦贸易委员会，开始整顿传销市场，讨伐传销公司，攻无不克，到了1975年，美国联邦贸易委员会起诉安利公司，安利公司为此打了4年多的官司，最后在20世纪80年代以安利公司的胜诉而告终，从而奠定了安利公司的合法地位。

作为世界直销名企之一的安利公司，各国的直销法的制定都是以安利制度为蓝本的。财力雄厚：安利公司1994年的销售额为63亿美元，它在美国总部有庞大的资产，特别是在三大保证（无因退货），如果没有雄厚的财力，是无法维持三大保证，以及应付可能会



安利金牌销售员的秘密

因此引发的重大财务风险。

是企业就有可能倒闭。安利公司也是企业，也有可能倒闭，而营业代表最大的财富是网络，一旦公司倒闭，一切努力付诸东流，而一个财力雄厚的公司才能保障我们的网络世代经营，使我们的努力得到最有效的保障。安利公司最大的保障，营业代表的利益，安利公司给营业代表的任何文字叙述都具有法律效应，安利制度中的存货回购，奖金直接发到营业代表手中，从不克扣营业代表奖金。

在保障的同时，安利公司还有良好的商誉，有助于营业代表布建网络，安利公司是以行销为主，且为其提供最精良的产品，有助于营业代表提高业绩。

在安利事业中，凭着一个安利的营业代表号码你可以在世界 80 多个国家和地区发展你的事业，它使你的事业无限扩张，网络无限延伸。国际性使安利事业不受地域经济发展的局限向未开发地区发展，向高购买力的地区扩张。

在日常生活中，人们往往会从喜欢安利的某种产品扩展到认同这个品牌，产生一定的品牌忠诚度。另外安利产品是生活必需品，是重复使用的消耗性商品，每一次消费都产生新的需求，透过重复性创造了无限的需求，非常有效地推动了安利业绩的增长，使收入无限增殖。

安利公司成立以后，经历了世界上一次次的不景气，每一次不景气，不但没有影响安利事业和发展，反而促使它事业的成长，何以如此呢？因为安利产品是生活的必需品，不景气时我们省去大笔的消费，省去奢侈品，而不会省去必需品。另外不景气会造成大量人口失业，使更多人加入到直销业，网络得以扩张，网络事业也不会受到影响。风险性比较低，营业代表的收入可以长期稳定地增长，安利就这样越来越壮大了。

安利直销透过国际性使市场无限，发展无限，网络无限。透过重复性使产品需求无限，业绩无限，财富无限。透过领导奖金的世袭及公司的三大保证，使我们保障无限，使我们的子子孙孙受益于我们的成功。

安利还是一个自由的事业。与其他事业不同，它没有进货的压

第一章 安利事业



力和业绩的压力。安利事业是自由发展形成的，上部门对你没有约束力，它可使我们工作不受时间的约束。没有业绩时自由参与，可以兼职，网络形成后即使你在度假，网络仍在运作，仍有丰厚的收入，可使你不必为工作，为金钱疲于奔命，因此说安利是一次努力全面成功的事业。

安利是教育与商业相结合的事业，安利事业是注重教育的事业，教育在前，事业在后，教育与事业相结合，安利制度决定了你，必须无私地把所有的能力传递给你的所有下部门网络，否则就不会有商业利益，在安利事业里，透过学习使每个人达到自我教育和自我完善，这是一个没有铜臭味的事业。

在传统事业中，“无商不奸，无奸不商”，在追求效率的完成中不择手段，很多成功的企业家，在创业过程中，忽视了道德，忘记了回馈社会，成为社会财富的侵略者，安利决定了上部门必须无私地培养和造就下部门，不讲道德就不可能有效率，体现了人性善的一面。

著名心理学家马斯洛认为人类需求的满足依四个阶段来达到：本能满足，安全满足，爱的满足和自我实现。本能和安全的满足是物质上的满足，而爱的满足和自我实现是精神上的满足，因此说安利事业是利益和精神共享的事业。

安利先是一种商业行为，它能给你带来商业效率，透过安利事业，我们可以创造可观的物质财富，改善生活品质，满足我们的本能需求，在台湾钻石级以上的就有几千人，毋庸置疑，这是可以达到的目标。

在传统商业中充满残酷的竞争、排斥，有市场变化的风险，资金投入的风险，即使在成功的时候也充满不安，而安利是一个互助的事业，无资金投入的风险，无产品积压的风险，无排斥，无恶性竞争，是一个可以满足人们安全需求的事业。

当人们在物质方面达到满足后，很自然就会产生更高层次的精神需求，在安利事业里，上下之间利益与共，每个人都能在这个环境中为人所关怀，帮助，得到成长，同时也付出个人对下部门，旁部门与环境的关怀，在这里能得到爱与被爱的满足。



二、安利是个什么事业

1. 安利是一个团体协作，助人助己的事业。在这个集体里，不是靠你单打独斗，不需要你摸索经验，成功的人士会教你成功经验，你的上级，身边所有的安利朋友，大家都会来帮你，使你尽快成功，因为你的成功，也是大家的成功。

2. 安利是一个没有风险的事业。安利没有投资风险，不需要店铺及大笔资金投入。百分之百的满意保证解除了你的后顾之忧，产品不满意可以退货，有 30 天的满意保障或称作冷静思考期。加入安利事业无高额加入费。

3. 安利是一个自由自主的事业。安利是自己的事业，做多大，何时做完全由自己决定，不受时间、空间限制，没有上下班考勤问题，没有上级领导要求你一定要完成指标定额。

4. 安利是一个“储蓄”的事业。在成功经验指导下，只要开始学习，开始使用产品，开始与朋友分享就开始了“储蓄”，三年五年之后，你的信心，你的能力、你分享的朋友已经有机地形成一个事业团体，你从安利银行提取的是自由和保障。

5. 安利是一个重诚信的事业。安利在世界 83 个国家和地区，设立了分公司，经历了 40 多年的历程，在任何一个地方，都享有良好的口碑。安利在中国经历了几次大的风波而仍在高速发展；充分证明了他是一家守法经营、注重信誉、极具发展潜力的公司。

6. 安利是一个随时随地可做的事业。安利可专职做也可兼职做。出差、旅游、娱乐、各种聚会都可以做，这是做安利工作的最好时机，走到哪里朋友交到哪里，工作做到哪里，你的嘴就是安利的店门，走到哪里你的店就开到哪里，在不知不觉中，工作就完成了。正如日本双皇冠大使中岛熏所说：“工作中游戏，游戏中工作”。

7. 安利是一个包容性极强事业。在这个事业中各种身份的人，从教授、医生、艺术家、工程师、各行业的成功人士到家庭妇女、工作、小保姆、退休的、没有退休的等等。大家都在这个事业中成为朋友，找到适合自己的位置，为成功而互相勉励，共同努力。

第一章 安利事业



8. 安利是一个边学边干边干边学的事业。安利不必完全弄懂才开始干，这个事业没有对学历、技能等的限制。只要容入了这个集体，就会从不懂到懂，从不会到会，从我不行到我行。慢慢的逐渐走向成熟，成为一个营养、美容专家、生活中的行家，而自身的演讲才能得到提高，组织能力得到培养，几年以后，你就不再是今天的你。

9. 安利是一个辛苦的一阵子、享受一辈子的事业。创业的艰难历程与其他生意是一样的，安利事业的发展轨迹基本是，多劳不得——多劳少得——多劳多得——少劳多得。付出前期的艰辛努力后，你就会得到丰厚的回报。

其实安利究竟是一个什么样的事业，篇幅再大也概括不完。对每一个从事安利事业的人来说，他们身后都站着两位巨人：一个是实力雄厚、信誉卓著的跨国企业——安利公司；一个是他们的系统，这个系统类似一所大学，这里有各门专业知识，有成功的经验。他们是站在这两个巨人的肩上，要做的是：对各种专业知识的学习，成功经验的复制，坚持不懈的努力，勤奋的工作，站在两巨人的肩上，他们没有任何理由不做好这项事业。



第二章 心态与潜能

你的牙膏用完了，一个电话我们就过去了；你的营养食品吃完了，一个电话我们就上门了；他们总是在顾客最需要的时候出现。就是这样一个“山不过来，我就过去”的服务理念，他们把顾客都留了下来，并有足够信心让他们做自己终生的顾客。

其实安利是成功学最好的一个阐释，成功学要求人们有一个好的心态和发挥自己所有潜能，最后达成你远大的目标。如果你拥有了这些，那么安利会让你看到自己的未来。

一、解读成功

一位成功的安利人员在进行工作前，必须打好坚实的基础，准备充分的材料，这样，才可以在推销过程中取得对方的好感；在循序渐进、加深情感交流中，博得对方的认可，最终一举敲定。而这些坚实的基础的来源则是直销人员对顾客情况的调查研究。

安利事业迅速达至成功的秘诀是什么？如何找到那只机会之门的钥匙，让你开启名望、财富和幸福未来。其实事实上并没有什么所谓的秘诀。不论在安利事业甚或其他行业，都没有只要伸手擦一擦，便会跳出成功精灵的“阿拉丁神灯”。然而，你可以遵循以下的态度和作法，帮助自己迈向成功之路。

有效的推销产生于推销之前。

成功的推销基础是对顾客的理解，因而事先需要进行调查了解情况，掌握必要的资料。从这一意义上讲，有效的推销产生于推销





安利金牌销售员的秘密

之前。

推销是对顾客的说服过程，只有掌握了必要的资料，才能进行有针对性的说服。某推销员到隆福大厦去推销。第一次，人家讲：“我们不要货。”第二次又去，人家讲：“我们不打算进别家的货。”她终于明白这样推销不行，就先到柜台去调查，摸清了情况之后，有一次中午顾客不多，看到管进货的组长正在值班，就凑过去聊天，她讲：“你们这样的大型综合商店货应该全。”组长讲：“怎么不全？”她讲：“我说几种罐头你们这里就没有。”组长回头看看货架果然没有。她又接着讲：“按批零差价折算，你们的货进价高了，同样的货比这价低就能进来。”看到组长很感兴趣马上表明身份向组长表示：“你们没有的货我们公司有的，其他货从我们这里进更便宜。”组长同意了，从此就接上了长期关系。这说明了解情况与不了解情况的推销效果大不一样。

成功的推销总是要坚持互惠原则，必要的让步是不可避免的。力图使对方接受全部推销内容是不现实的，而是要努力去做自己的基本目标，只要不妨碍基本目标的实现，应当都是可以通融的。

原三菱公司董事长曾谈到他的体会。年轻时他是贵族，而且是武士，开始老经理带着他去做买卖时，让他给人鞠躬，他总是鞠不下去，心想：“武士怎么能给人鞠躬呢？”他的老经理就教育他：“你眼睛看着对方的兜，嘴里说您多关照，心里想你的钱往我兜里跑，就鞠下躬去了。”他讲的是个心理调整问题。把工作关系和生活关系区分开，推销时就不会产生不愉快的感觉。

有些顾客在买你东西之前，总愿意说一些令人讨厌的话，你忍耐住了，他就得到了心理满足，接着就会买你的东西，因而绝不与顾客争论应是推销的基本准则。推销员要时刻牢记自己是在干什么，只要目标达到了，过程并不重要。

设定目标和计划——倘若你想一次完成所有的事情，结果可能是一事无成。滴水穿石、聚沙成塔，一次一个目标，全力以赴，水到渠成时成功自然到来。

广纳建言——以开阔的胸襟响应已经证实可行的成功方法，这是建立成功事业的不二法门。