

集世界网络直销经验之大成
执全球直销企业培训之牛耳

网络直销全攻略

直销胜经

Zhi Xiao Sheng Jing

网络直销实战技术大全

[美] 狄恩·布莱克◇著
安 琪◇编译

Di En Blake, Famous theory
works of his have established
the correct direction of market
that have participated in
is Amway, direct market
new ,etc. that educate the
faith all the time; 1. The marketing of
the society and others. 2. It is

如何邀约 目标设定
克服心理障碍
怎样推荐组员
销售产品 处理借口
如何聚会 培养领导力
团队系统建设 教育培训
时间管理 顾客服务

, a large number of theory
the network, have pointed out
attracting to work of the ones
directly to households, it
the network such as being
through two pieces of key
to provide service and reciprocating for
work in abundant life to create for

海峡文艺出版社

网络直销全攻略

Zhi Xiao Sheng Jing

网络直销实战技术大全

【美】狄恩·布莱克◇著
安琪◇编译



海峡文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

直销胜经 / (美) 布莱克原著; 安琪编译. — 福州:
海峡文艺出版社, 2004

ISBN 7-80719-011-6

I. 直… II. ①布…②安… III. 企业管理: 销售
管理 — 教材 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 133353 号

直销胜经

责任编辑 林滨

封面设计 蒋宏工作室

出版发行 海峡文艺出版社

地 址 福州市东水路76号14层 邮编: 350001

经 销 新华书店

印 刷 北京广益印刷有限公司 邮编: 100012

开 本 787×1092毫米 1/16

印 张 21

字 数 180千

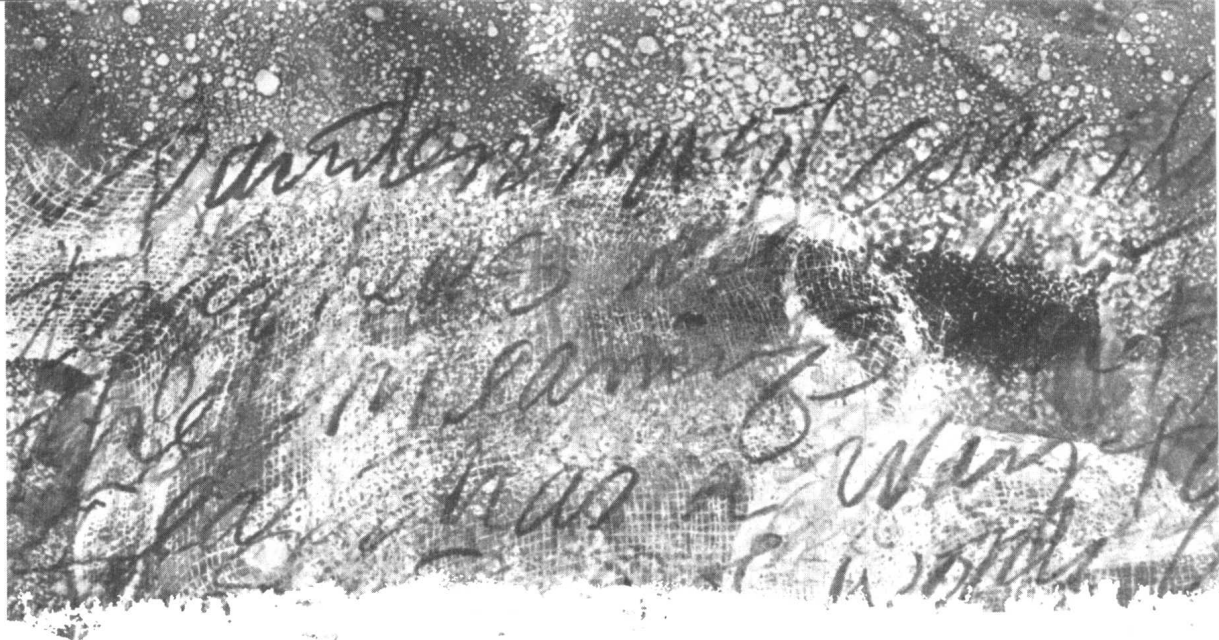
版 次 2005年1月第1版

印 次 2005年1月第1次印刷

书 号 ISBN 7-80719-011-6/I·011

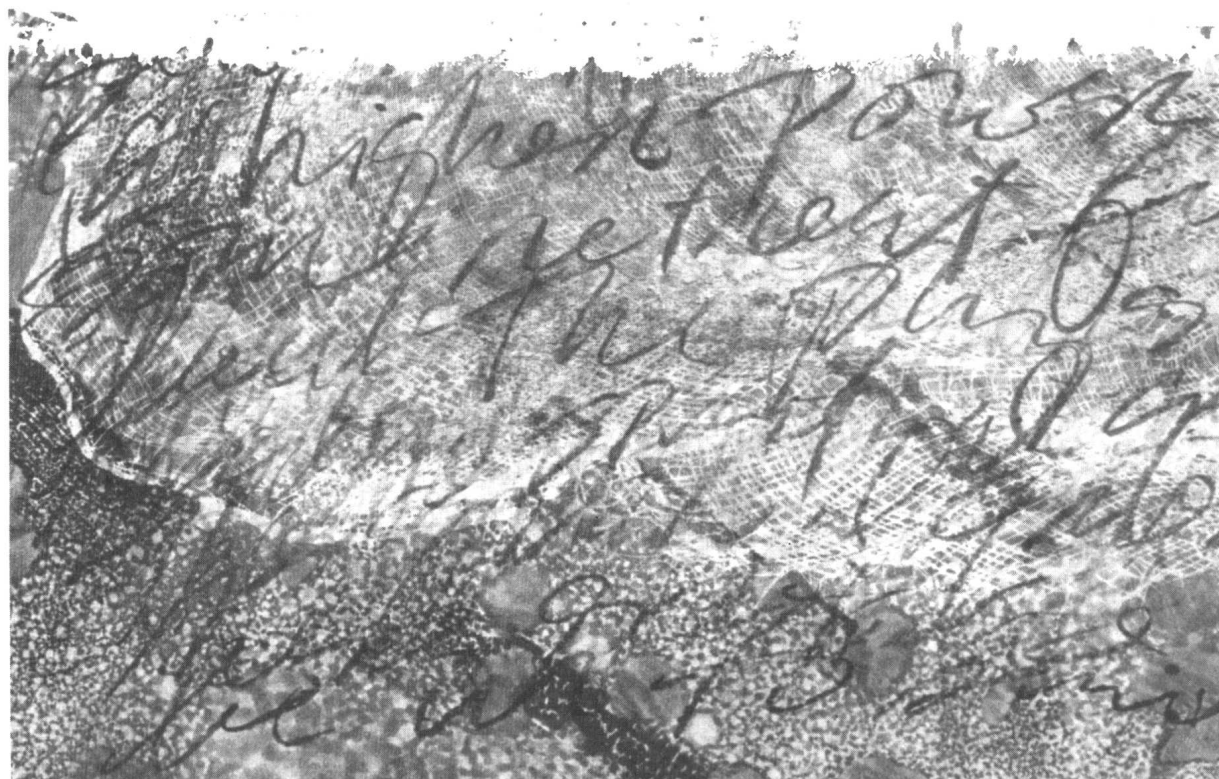
定 价 28.00元

版权所有 翻印必究



网络直销真实的成功公式：

努力——挫折与失败——体会到成功的方法——按照方法做——成功



在°
本°
书°
中°
你°
能°
够°
学°
到°

Zhi Xian Sheng Jing

- “缘故法”是你点石成金的魔杖
- 推荐对象到底在哪里?
- 成功者找方法,失败者找借口
- 我们为什么害怕设定目标
- “网络直销目标宣言”练习
- 网络直销中的心理障碍是自己想出来的
- 初次见面的重要法则和接近战术
- 搞好个人外观管理
- 后续跟进的重要性
- 产品证据的重要性
- 如何完成终极成交的法则
- 顾客处在“购买高潮”时的征兆
- 有效运用OPP聚会的要领
- 会后会与ABC法则
- 家庭聚会(HP)的运作技巧
- 新进直销商聚会培训(NDO)的要诀
- 通过直销掌握致富的法则
- 为什么“自己的组织被抢走”
- 向《水浒传》学习团队建设
- 寻找“老鹰”的另类方式
- 喜马拉雅山的智者的成功秘密
- 时间是自己命运的控制器
- 为顾客开立一个感情账户
- 推销宝典:帮助顾客更喜欢他们自己
- 不要为了利润而服务顾客
- 哲学家推崇的“代价法则”
- 服务第一,销售第二原理
- 弗兰克·贝特格的“为什么”追问技巧
- 时间是无价之宝
- 成功者找方法,失败者找理由
- 伟大的梦多做几遍,就会变成目标
- 成功总是带来更多的成功
- 所谓使命感,正是做老板的内涵。
- 忘掉恐惧,开口要求成交是成交的最大技巧
- 直销商等于“营销公司”的老板
- 时间运用的最高法则就是要和目标结合
- 如何运用复制的力量

.....



Contents



目录



第一章 列名单

- 列名单的基本观念→2
- 列名单的分类→3
- 列名单的方法→3
- 列名单不用删除法→5
- 列出名单的技巧→7
- 列名单的本质——节约时间→8
- 名单的筛选→10
- 缘故法——网络直销的至宝→11
- “缘故法”是你点石成金的魔杖→11
- 推荐对象到底在哪里→12
- 你是否是现代“鲁滨逊”→13
- 名单的排列重点→14
- 潜在顾客类型分析→17



第二章 如何邀约

- 邀约技巧的两大诀窍→22
- 肯定自我是邀约的重点→24
- 采用“有心引导话题”式的邀约→25
- 取得约会的三大要点→26
- 怎样打电话的范例→27
- 两种邀约类型以及邀约的实施→28
- 保证成功邀约的十一个技巧→29
- 约不到客户时怎么办→32
- 成功者找方法，失败者找借口→33
- 第一次，留下好印象→34



第三章 目标设定

- 设定目标的好处→38
- 我们为什么害怕设定目标→39
- 完整有效地设定目标→41
- 订出完成目标的日期→44
- 列出达成目标的好处→45
- 列出完成目标可能遇到的障碍→46
- 写出完成目标所需要的条件→47
- 写出完成目标所需的合作对象→48
- 拟定完成目标的行动计划→49
- 根据行动计划排定进度表→49
- 保证目标能够确实达成的诀窍→50
- 确定行程(确定行动计划表)→51
- 定期作团队的检查工作→53
- 目标规划中的“成就动机”→53
- 设定目标，与成功有约→55
- 网络直销的成功三要素→56
- 设定目标，认识自己，反省自己→57
- “网络直销目标宣言”练习→59
- 目标分为长期、中期和短期目标→60
- 设定目标的八个总结→61

第四章 克服心理障碍

- 网络直销中的心理障碍是自己想出来的→66
- 心理障碍之一：认为自己做推销不行→66
- 心理障碍之二：认为自己认识的人太少→67
- 心理障碍之三：这是赚朋友的钱→68
- 心理障碍之四：我没有时间→68



心理障碍之五：我的亲友一定会反对→69

心理障碍之六：无法做决定→70

遭家人反对怎么办→70

收入中断或不稳定→71

感到没有冲劲了→72

积极心态化解反对意见→73

建立接受“拒绝”的心态→75

销售始于被拒绝之时→75

不怕失败和接受挑战→77

一切取决于销售者的态度→79

成功销售的钥匙在哪里→80



第五章 怎样推荐组员

推荐是网络直销的关键步骤→82

先具备一副老板相→82

发动第一波攻势→83

成为A型推荐者→84

A型推荐人要学会分辨人→86

家人的认同非常重要→89

培育团队成员的要诀→89

B的关键语言→90

掌控“C的心情”→91

收尾——“临门一脚”→92

收尾没有成效，怎么办→94

填写加入的文件→95

T·UP技巧——推崇→95

没有做好T·UP(推崇)的例子→96

推崇与说谎不同→96



九个需要推崇的时刻→97
创业说明会——运作方法→98
会场运作务实的策略→100
“ABC组织传承法”的妙用→101
会后会——“趁热打铁”→103
初次见面的重要法则和接近战术→104
初次接触的技巧→105
留下美好的第一印象→107
初次见面的应对程序→109
搞好个人外观管理→111
后续跟进的重要性→111
让新人知道怎么做的八个基本步骤→113

第六章 销售产品 → → → → → → →

打动人心的商品说明法→118
顾客购买的AIDCA五阶段原理→118
让商品说明生动起来→120
找出商品的FAB→122
产品证据的重要性→123
运用说服力的技巧提高零售量→125
商品展示达到美好印象的六个原则→126
值得复制的15条“展示原则”→127
使顾客产生“参与感”→128
唤醒顾客的购买动机→129
顾客的购买动机分为两类→131
销售循环——销售的五大步骤→133
第一步骤：强化吸引客户注意力的要领→134
第二步骤：引发对方兴趣的秘诀→135



第三步骤：让客户确信你以及你的产品的技巧→136

第四步骤：引发客户购买欲求并

发掘客户真实需求的技巧→139

第五步骤：有效成交的技巧→142

当产品削价的情况增加时→145

产品介绍的十个黄金法则→146

难以开口要求成交的八大原因→147

七个帮助你开口成交的妙方→149

如何完成终极成交的法则→150

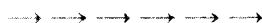
顾客处在“购买高潮”时的征兆→152

如何快速促成交易的三个原则→154

终极客户喜欢的销售者的五种特性→155

ABC促成法：制造紧迫感四条经验→156

成交的七种技巧→157



第七章 处理借口

做任何事情都会遇到借口→162

产品借口处理的基本步骤→163

建立借口处理的正确态度→164

找出对方拒绝的“真正”理由→164

研究他提出这些反对理由的原因→165

掌握借口处理的时机→167

借口处理的五种方法→168

有助借口处理的语言技巧→169

14个借口处理的技巧→169

借口处理准备工作的八个关键技巧→170

针对网络直销的种种借口→171

当你被人以“没有钱”拒绝时→172



以没有时间拒绝→172

如何增强克服反对意见的能力→173

在推销周期各个阶段，都可能出现反对意见→174

要学会辨别反对意见的真假→175

如何发现顾客真正的反对理由→176

处理反对意见的八种方法→177

提升应对借口实力的12个要领→181

打开顾客反对意见的死结→182

先处理心情，再处理事情→182

嫌货者才是买货人→183

拒绝你的顾客的四种类别→184

对公司的兴趣减弱的四个原因→186

营销中遇到的几个问题→187

第八章 如何聚会 → → → → → →

聚会对于网络直销的重要性→190

会场的种类→190

创业说明会(OPP)的运作技巧→191

事业说明会→192

办好OPP的超级秘诀→193

OPP常见的两难问题→198

有效运用OPP聚会的要领→199

说明会经营不顺利时怎么办→200

会后会与ABC法则→201

家庭聚会(HP)的运作技巧→202

新进直销商聚会培训(NDG)的要诀→204

激励与表扬大会的运作原则→206



第九章 培养领导力

必须成为网络直销的领导人→208
成为领导者的发展步骤→208
培养超级领导力的“天龙八部”→214
成为候补领导者应该做的工作→218
网络直销领导10忌→219
50个发挥领导力的自我检查→220
通过直销掌握致富的法则→223
培训中教学相长的原则→224
为别人的成功而努力→225
做领导者就是做经营者→226

第十章 团队系统建设

团队建设是网络直销的命脉→232
网络直销团队的发展基础→233
成功网络直销系统的八大特质→236
网络直销系统有效运作的16个超级技巧→237
帮助新直销商成功经营事业的10大步骤→244
有效地激励自我与他人→245
成功激励下级营业代表的12个步骤→247
应避免的破坏组织的八种行为→248
为什么“自己的组织被抢走”→249
团队中有不听话的成员，怎么办→250
当组织扩展得过大而不易指导时→251
向《水浒传》学习团队建设→251
先横后纵的发展方式→253
寻找“老鹰”的另类方式→255



谁是具有网络直销理念的“自由人”→257

寻找头号人物→258

“以客养客”，结识二号人物→259

陌生市场的建立→260

随时随地交朋友→261

热衷于活动的意义→262

担任“义工”——踩上成功垫脚石→264

以问卷调查与闲谈寻求切入点→264

如何获得上级的支持是关键→265

复制的重要性→266

帮助新人通常采用的七个步骤→267

为组员打气的10个技巧→268

对组织团队的激励→269

如何鼓励没有经验的组员→270

第十一章 教育培训 → → → → → →

网络直销是一个与商业教育相关的事业→274

培训的好处→275

现今网络直销训练的障碍与问题→275

强化培训的效能→277

网络直销培训的种类→278

网络直销培训的参考架构→279

办好网络直销培训的诀窍→283

建立完善的讲师培养计划的好处→284

网络直销讲师的角色与功能→285

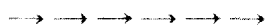
成为杰出直销讲师的“五心、六力、七要素”→287

培养直销讲师的步骤→288



喜马拉雅山的智者成功的秘密→289

14个助你攀登直销事业巅峰的实战技巧→290



第十二章 时间管理

时间管理是网络直销成功的一个关键→300

时间是自己命运的控制器→301

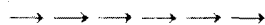
首先知道你的时间浪费到哪里去了→302

改变浪费时间的习惯→303

管好时间的七个原则→304

九个成功的时间管理技巧→305

节省时间的10个秘诀→307



第十三章 顾客服务

为顾客开立一个感情账户的重要性→310

推销宝典：帮助顾客更喜欢他们自己→311

将全部注意力放在顾客身上→312

让顾客觉得自己很重要→313

处在融洽愉快的气氛中→314

不要为了利润而服务顾客→315

永远赢得顾客的心→316

顾客至上是成功销售的重要因素→317

哲学家推崇的“代价法则”→318

服务第一，销售第二→320

第一章 列名单





Zhi Xiao Shun Jiao

网络直销事业，基本上由“零售、推荐与服务”三个部分组成。对任何一部分而言，都必须有对象才能进行。因此，“列名单”是网络直销的第一步。

所谓“列名单”，就像一般销售工作寻找“潜在客户”一样，名单上的人就是你想把产品成功推荐出去的对象，是你未来的买家。进一步，你希望他们因“认同产品、公司和你”而加入你的团队，共同经营这个事业。

网络直销的业务，基于与他人共同分享与协作，让更多的人分享这个成果，扩大你的业绩与团队。在列名单的过程中，有5个基本观念是必须建立的：

1. 过程是为提供朋友一个“机会点”——一个获得健康、财富与实现梦想的机会。
2. 不要预设立场，将自己认为不适合的对象删除。
3. 对象群越广，列的名单越多，成功的机会就越大。
4. 列名单的次数越多，成功的机率也相对提升。
5. 不断扩大人脉网络，让团队成员的来源取之不尽。

在列名单的过程中，你必须先将所有认识的人先列出来(这就是销售