

经营管理与投资理财丛书

经营者案头工具书



管理者智慧枕边书

直销员

必备全书

王牌直销员一流实战绝招

孙维秀/编著

ZHIXIAOYUAN
BIBEIQUANSHU

■本书对直销的基础知识和直销理论进行了全面、系统的提炼和总结,对直销业的现状进行了客观介绍,能够在一定程度上指导直销员顺利开展工作,在最短的时间内取得最大的成功。

直销人员
必读
销售圣经



远方出版社

直销员

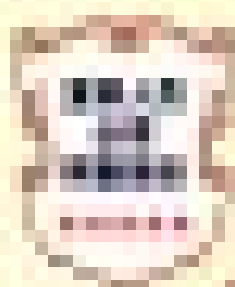
卷一

王牌直销员——实战经验谈

ZHIXIAOYUAN

DIYIQUANSHU

中国直销业最具影响力
的实战经验谈
中国直销业最具影响力
的实战经验谈



经营管理与投资理财丛书

经营者案头工具书



管理者智慧

直销员

必备全书

王牌直销员一流实战绝招

孙维秀/编著

ZHIXIAOYUAN
BIBEIQUANSHU

■本书对直销的基础知识和直销理论进行了全面、系统的提炼和总结,对直销业的现状进行了客观介绍,能够在一定程度上指导直销员顺利开展工作,在最短的时间内取得最大的成功。

直销人员
必读
销售圣经



远方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

直销员必备全书 / 孙维秀 编著. — 呼和浩特: 远方出版社,
2008. 12

(经营管理与投资理财丛书)

ISBN 978 - 7 - 80723 - 363 - 3

I. 直… II. 孙… III. 销售—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180967 号

经营管理与投资理财丛书

策 划 / 李伟业 丛书主编 / 李代广

责任编辑 / 胡丽娟

出版发行 / 远方出版社

地 址 / 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号

邮 编 / 010010

电 话 / 0471 - 4928108

网 址 / yf@sina.com

印 刷 / 北京雨田海润印刷有限公司

开 本 / 710 × 1000 毫米 1/16 开

字 数 / 6400 千字

印 张 / 400

版 次 / 2008 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 / 560.00 元 (全二十册)



直销，是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者推销产品的经销方式。直销员，是指在固定营业场所之外将产品直接推销给消费者的人员。

直销起源于美国，最早萌芽于 20 世纪 40 年代，由犹太人卡撒贝创立。现在直销几乎遍及全球所有市场经济成熟和发达的国家。

2005 年 12 月 1 日，我国《直销管理条例》出台，此条例所称的直销是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者推销产品的经销方式。

公司要进行直销，首先必须透彻研究顾客需求，通过细分市场和提供异质化产品来切入市场；其次要增加直销的触角，与顾客保持互动，如网上直销、电子商务等；再次要有科学管理直销团队的方法确保销售团队高效运转。

直销是一种先进的营销方式，具有很多优点。比如直销不但把产品的价格降低了，也使直销商获得了更大的销售利润，这对厂家、直销商、消费者都是有利的。但是，目前很多人对直销还存在偏见，加之“非法传销”混水摸鱼，导致许多人排斥、拒绝直销，这是不正确的。

中国加入 WTO，国际市场经济的规则已全面导入，规范的直销必将成为中国市场经济的一个有机组成部分。随着生活水平的提高，绝大多数的商品将以直销的形式走进千家万户，中国的直销市场将有一个更加灿烂的前景。

当代世界最伟大的推销员乔·吉拉德曾说：“每一个直销员都应以自己的职业为骄傲，推销能推动整个世界。”直销是一种正当的职业，直销员的推销工作是有益于社会的一种高尚工作。每个人都可以做直销员，经过学习、培训和实践，每个直销员都可以成为优秀的直销员，做出不平凡的业绩，从而最大限度



的实现人生价值。

《直销员必备全书》对直销理论进行了全面、系统的提炼和总结，能够在一定程度上指导直销员顺利开展工作，取得成功。丰富的内容，可以让广大直销员朋友在最短的时间内，获得更大的收获。也可以帮助准备从事直销工作的读者更深入地了解这个高尚的行业。相信这本直销专著会对广大直销界同仁有所裨益。限于编者水平，书中谬误在所难免，敬请读者朋友批评指正。祝直销同仁再接再厉，取得辉煌业绩！



第一章 直销的魅力

第一节	超越梦想,明确目标	2
第二节	永续学习,良师益友	7
第三节	自由自主,公平公正	14
第四节	团队合作,建立系统	18

第二章 对直销的认识

第一节	直销的定义	28
第二节	直销带给了我们什么?	31
第三节	关于直销的五大传统误区	36

第三章 解密直销系统的本质

第一节	直销公司文化与直销商系统文化有无冲突	46
第二节	系统的本质	49
第三节	系统的存在形式	53
第四节	系统游戏规则制定者的定位	62
第五节	系统与制造者及维护者们的利益划分	64

第四章 直销员应具备的基本素质

第一节	长期的活力,培养适合的技能	72
-----	---------------------	----



第二节	讲话的热情,沟通以取得成果	75
第三节	覆水难收,做出高质贡献	81
第四节	与冠军共进早餐,培养合适的关系	84
第五节	艰辛的生活,培养坚忍不拔的精神	88
第六节	生存并成功,寻找更有力的自我	92

第五章 直销成功的五种能力

第一节	信任力	96
第二节	学习力	99
第三节	培训力	105
第四节	行动力	109
第五节	领导力	113

第六章 如何处理直销运作中的五大关系

第一节	建立与上级的关系:赢得系统的支持	128
第二节	调整与其他部门的关系:互惠互利	129
第三节	促进与下级的关系:深度工作	130
第四节	维护家庭关系:家和万事兴	133
第五节	改善社会关系:人是属于社会的	134

第七章 直销前心态的调整

第一节	先下定改变的决心	138
第二节	开始行动	141
第三节	诚实检查自己	148
第四节	迅速调整	154
第五节	发挥时间效率	165
第六节	掌握机会,付诸行动	170

第八章 直销运作的基本技巧

第一节	三个步骤掌握直销运作的操作技巧	176
-----	-----------------------	-----

第二节	客户类型分析	179
第三节	开发客户群	184
第四节	面对面销售的八大忌讳	193
第五节	语言表达技巧的妙用	205
第六节	成功推销五个要点	219
第七节	谈判与交涉的艺术	225
第八节	拜访客户的学问	229
第九节	如何克服直销中的自卑心理	242

第九章 建立稳定的直销队伍

第一节	直销人员频繁流动的原因	248
第二节	稳定直销队伍的方法	255
第三节	开发新的人力资源	261

第十章 电子商务与直销

第一节	什么是电子商务	268
第二节	电子商务与直销的相似与互补	272
第三节	嫁接电子商务是直销的未来	279

第十一章 中国直销的现状

第一节	市场经济与直销	290
第二节	中国直销发展历程回顾	295
第三节	直销在中国的前景	300
第四节	直销业普遍存在的问题	303
第五节	直销与中国的国情	306

ZHI XIAO YUAN BI BEI QUAN SHI

第一章

直销的魅力





第一节 超越梦想,明确目标

从小到大,每个人心中的梦想都不止一个,或者成为科学家、艺术家,或者拥有高楼大厦、环游世界,或者广交朋友、救济天下……现实毕竟不是梦境,太多的人在残酷的现实面前败下阵来,但直销让每个人超越过去,创造并不断去实现未来,重拾回过去的梦想……

一个人最大的危机,就是不知道危机的存在!危机也是转机!要洞察先机,掌握机会!直销是21世纪的明星产业、时代发展的主流趋势,“流行是短暂的,趋势才是长久的。”美国著名畅销书籍《2002年大趋势》预测:直销将成为21世纪行销的主流!著名畅销书籍《Business Connection》提到:在美国50万名百万富翁中,有20%来自直销行业!直销是一项具有前瞻性及发展潜力、并且自主性高、风险低、成功机会大、前景看好的事业。

美国的直销公司发展了50多年,已经成为传统行业,司空见惯地存在于人们的生活中。许多富翁已将自己的直销事业传给了自己的下一代人,真实地继承了下去。根据《你就是下一个百万富翁》一书的调查,在1万个百万收入的美国家庭中,有80%都是从事直销事业或销售行业等的自主性事业。而在美国要想成功,要比在中国难一百倍,那里已经是一片成熟的市场,中国的市场还没有被真正的开发呢,中国的国情、人口、民情、又决定了中国会成为世界直销业的最大市场。

一、为什么要制定目标?

为什么要制定目标?许多销售员工做了很多年也一直没有一个事业目标,不也做得挺好吗?但是我们要看到,当今的社会环境和商业环境与过去大不一样了,闭着眼睛就能发财的日子早已经过去,空白领域越来越少,竞争对手反应越来越快,竞争手段更新速度也是日新月异,对细节的讲究和策略的运用也正在变得普遍,我们已经不能再用老眼光来看待问题了。

就像一场战争,我们得提前知道自己是为为什么而战。

制定目标是为了使资源得到合理配置和使用

制定目标是为了避免无谓的浪费和走弯路

制定目标是为了更好地进行提前积累

制定目标是为了给自己一个希望

制定目标是为了给自己找到精神寄托

制定目标是为了增强自己的抗风险能力

制定目标是为了使自己知道,自己每天都在向既定的目标前进,生活和工作也因此更有意义。

二、如何制定事业目标

(一)盘点现在所拥有的

在销售员确定自己的目标后,接着就得把自己当前所处的环境状况和所拥有的资源分列整理出来,与目标进行对比分析,最后得出后期工作的重点。

当前所处的环境状况包括:

- ①行业现状和未来发展趋势
- ②竞争对手的情况和状态
- ③上下游客户的情况和状态
- ④本地市场的消费特性的变化趋势

销售员当前所拥有的资源包括:

- ①人力资源
- ②可用现金流
- ③渠道资源
- ④客户资源
- ⑤积累的管理和销售经验
- ⑥积累的品牌资源

在制定具体的事业规划之前,销售员得把当前的环境因素和资源因素逐一列清楚。就像上战场打仗之前,得把战场环境和自己当前所拥有的武器弹药等装备的情况都了然于心一样。

(二)所缺资源从哪里来

当然了,打仗得有武器弹药,做销售也得有本钱,这本钱也就是我们常说的资源。一个人所拥有的资源必然是很有限的。那么,资源从哪里来呢?就是从你身边的人脉中来。每个人都有人脉,或多或少而已,这人脉中蕴藏着金钱、人力、渠道、信息、客户、专业技术等等。也就是说,人脉中几乎蕴藏着你所需要的一切。当然了,光拥有人脉是不够的,销售员还必须得对自己的人脉进行经营和管理,才能从人脉中不断获得资源。所以,销售员除了着力扩大自己的人脉以外还必须要懂得维护好这些人脉资源。某种意义上讲,维护好了这些人脉资源就等于维护好了事业的生命线。



其实,不管销售员在销售什么,到最后都不难发现,其实你赚来的钱,都是从人脉中得来的。

(三) 策略设计

这世界上没有所谓的大事,所有的大事都是由若干件小事所组成的。认真地做好每一件小事,整合在一起就成了大事。如何来做好这每一件小事?这就是策略。

从计划到目标之间,往往没有直线可以走,差不多都是弯弯曲曲的路,而这中间的每一步,也都不会是水到渠成的,销售员要想做好销售必须提前把每一步都进行详细地设计。

(四) 意外变应的应对方案

市场惟一不变的特性就是变,一帆风顺的好事谁都想,但现实中可没那么多的好运气,各种的意外、变故随时都有可能发生。所以,销售员在制定事业目标时,还必须考虑到意外变故,把当前能想到的意外变故都罗列出来,并有针对性地制定这些意外变故发生时的应对策略,或是替换备选方案,甚至还包括退路。

(五) 计划的表现形式

一切计划和策略完成以后,销售员自然要按照计划来行事,也就是说,得依靠这个既定的整体计划和策略来安排自己每一天的具体工作。但我们不可能每天都把制定好的计划和策略拿出来温习一次,这里就涉及到整体计划的表现形式。

笔者建议以“图形化”的形式将整体计划表现出来,将计划中分步骤、分阶段的部分单独做成图表。概括地说就是大图显示整体进度和战略,小图显示具体的本阶段行动方案和策略。并且,这些图的尺寸越大越好。销售员可以把它们张贴在墙上,每天抬眼可见,并及时标注各相关方面的进度,做到对整体规划和进度状况了然于心。

(六) 寻找执行力

制作计划容易,但如何去执行这些规划,直至达到所想要的目标?

在执行计划的过程中,销售员需要不断地去思考一个个问题,执行一个个方案,这是需要一定的驱动力来作为支撑的。这驱动力从哪里来呢?

人类最大的敌人是自己,同时最大的驱动力也是来自于自己。驱动力的产生,除了实现目标的欲望外,还有就是来自销售员对自己的信心。任何一个人都不要指望别人来给你信心,信心都是自己培养出来的,它来自自己对自己的认可。销售员可以通过成功完成一些任务来增强信心。科学证明,无论被实现的任务本身是大是小,只要当事人顺利地把它完成了,都会产生一定的信心。因此,销售员在事业规划的设计工作中值得注意这点,把自己容易做到的小计划、短期方案也

做上去,通过及时的完成,从而来鼓励和培养信心,以产生更大的驱动力。

有道是“好的开始就是成功的一半”,事业目标和规划的制定就是成功的前提,事业目标的制定,就相当于在茫茫大海中给自己确定了前进的方向;具体的规划则是具体的航向图,使你一步步向既定的目标前进,避免无谓的周折和徘徊,同时尽可能缩短规划与目标之间的距离。

只有那些有明确人生目标的人可以取得顶尖的成就,这种人只占人类总数的5%,大部分人对未来的未来是没有明确规划的。但进入直销,你的努力方向明确了,每个月应该达成多少销售,取得多少收入,推荐多少合作伙伴都是可以量化的。

“一生当中,只要肯努力就一定会有结果,但是,不一定会有好结果。”在事业、商场中久经磨炼的人都有这样的感触。同样是努力的工作,为何会出现这种天壤之别呢?这就牵涉到成功在不同行业中的“几率”问题。简单地说,一个人如果选择的行业不适当,即使付出一生的努力,也可能没有理想的结果!

到底应如何抉择,才不会使一生努力付诸东流呢?这就必须学会分析、比较、论证、了解、预估,然后再做出最佳的判断。而直销事业就是经过很多人的分析、比较而证实是比较容易成功的事业。

(一) 直销不需要具备特殊条件

随手翻开报纸的征聘广告,我们都会看到,每一个工作岗位几乎都有苛刻的条件、资格的限制,如果不具备这些条件,根本连应征的机会都没有。如果要创业投资一个生意,除了学历、专长、经验等必备的条件之外,还要有一笔或大或小的资金,甚至还要有良好的社会关系。

社会上各行各业都有人在赚钱,绝大部分的钱都是“行家”赚的。外行人不太可能赚到内行钱。如何使自己从“外行”变为“内行”,再成为这个事业的“行家”,只有通过持续不断的“学习”,脚踏实地地去做,才有实现的可能。

“我很想开意大利比萨饼店,可是我不会做意大利比萨饼。”“我想开一家男士服装店,可是我对服装一窍不通。”世界上有各色各样的事业机会,而每一样都涉及专业技术与知识,每一样都有其复杂性。

有人说:“我想当医生。”这主意不错,但你立刻会遭遇到要成为一名医生的难题:包括8~10年的医学院教育与就学所需的费用等。要想当一名医生,学位与专业训练是必要的。

直销事业没有任何特殊条件限制,成为直销员不需要经验,不需要大量投资,在这里不分人种、性别、年龄、学历、经历、家世、财务,任何人都有资格做,只要一个人肯学、肯做,成功的机会是一样的。如此公平的机会在现实社会中实在是不多见的。



对于直销事业来说,它仅有一套包含各种利益的“销售工具”。如果你除了这套工具外一无所有,你还是能成为直销事业中的成功者。直销企业不对你做心理测验,也不需知道你智商多少。它们会给你提供一套任何人都能理解,并力所能及的计划和培训,别小看它们,虽然简易,却能助你获取成功。

此外,直销事业鼓励员工做兼职,这对想借弹性收入的赚钱机会补贴家庭收入的人,或是因责任或环境关系,无法做全职工作的人,都提供了传统工作以外的机会。

(二) 直销是个互助合作的事业

传统事业中,同行、同业、同事之间可能有联系,但不可能“无私地合作”。因此,在传统事业的努力过程中,获得外援助力的机会较少,但来自同业同行的阻力却随时存在。你要不断地想办法排除困难、阻力,靠自己之力去完成,难度当然较高。如果是一群志同道合的伙伴,以互助合作、借力使力的方式去完成,难度自然就降低了。

当你加入直销事业成为营业代表以后,你的推荐人会真心诚意地教你,关心你,帮助你。你的其他部门成员也就是你推荐人的其他合作伙伴也会帮助你,教你,关心你。

而当你学会了直销事业的经验、方法,你也会去教你自己部门的伙伴。因此你的许多合作伙伴会敬重你,关心你,感谢你,帮助你。由此可见,在从事直销事业的过程中,你的助力来自四面八方。除了你自己之外,没有人会给你阻力。一个事业如果有来自四面八方的助力,成功几率便大大增加。

(三) 直销是个有人教的事业

传统工作环境中,一个人成功的经验方法,绝不愿意任意教给他人。一方面,同行都是冤家;另一方面,任何人在工作、在生意过程中所累积的经验,都是花了许多时间、精力,甚至许多金钱才得来的,许多被视为工作上或生意上的秘密,怎么可能任意授人?

而直销事业中,只要你愿意学,成功者都会把宝贵的经验倾囊相授。因为直销企业都有一个公平合理、大公无私、几乎无懈可击的制度,所以在直销事业中成功者会无私地无保留地把经验、知识、方法教给你。

直销事业的整个过程就是“学、做、教”的过程。每个人在工作中,在做生意的过程中,都要“摸着石头过河”,因此成功的几率大大降低。而直销事业通过“学、做、教”的互动,能像滚雪球般不停地向前滚动,越滚越大。这就是直销事业成功几率高的道理。

(四) 直销是个口耳相传的事业

现时生活中,我们经常遇到这样的情况,比如你最近去了个大商场购物,商场

里的东西又好又便宜。事后,你会忍不住地把你发现的消息告诉亲朋好友和邻居。你的亲朋好友也会对你传达的信息表现出极大的兴趣,这家商场因此名声大增,生意兴隆。

这就是口耳相传的功力。直销事业的特性,就是这个道理。当你试用某种产品,“亲身体验”的感觉如果很好,你就会产生“自动自发”、“忍不住”地要去告诉别人的愿望。因为亲朋好友的信任感,在这个层次上进行信息传达,其效果远比一般的大众传播要好。

世界首富比尔盖茨曾说:“拥有行销网,就拥有未来”。

成功 = 一个梦想 + 一个支点 + 一个团队。

第二节 永续学习,良师益友

这个世纪是一个倡导终身学习的世纪。直销企业由于其不断的培训和学习而让所有从业人员都能在短时间内学习到大量新鲜的知识,无论是产品、制度、营销模式,还是人际沟通、营养、美容,各种知识不断被灌输、交流、分享。加之大量的书籍、音像资料的传播、各种培训课程的举办,让那些缺少学习的人为了业绩的提升而全情投入,知识日益丰富的同时,人的素质和品位也在不断提高。大部分的直销企业都有系统的教育培训计划,这种永续学习的模式正好符合新世纪与时俱进的特点。知识改变着命运,学习丰富着人生。在这个倡导建立学习型组织的时代,直销企业刚好成为了一个典型的代表。直销企业的讲师在教育业务员时最知名的格言就是“知识是唯一的善,无知是唯一的恶”,把学习上升到道德的层次。

在直销公司的培训课上,我们经常听到这样一句话:“人生最大的悲剧是:有良师不学,有良友不交,有良机不握”。意思很浅显,涵义却深刻,它告诉我们要成功就要在良师益友的帮助下把握住每一个绝好的机会。这确乎是人生成功的定理。每一家直销公司都一定会配备综合素质非常高的讲师,不断给团队传递最具革命性的营销理念和广泛的知识,团队成员间分享的机会。这种朋友式的团队由于利益共同体的缘故构成了一道独特的风景线。这群人的执着、诚实、敬业时时感动着每一个新人,这个良师益友众多的群体产生出了特殊的吸引力。

直销事业结合了行销、人际沟通、团队激励等等许多的学问,因此,在直销的领域中永远有学不完的东西。成功的方法有很多,没有所谓最好的方法,只要能有效帮助我们达成目标就是好方法,因此,在经营直销的过程中,我们有太多要学



的东西,以便应用在不同的人、不同的事情与不同状况上。

因此,归零、海绵心态不断在直销事业中被提及,而且,不管你的表现多好、聘级多高、组织人数与收入多少,不断虚心学习是绝对必要且不可忘记的。也许你会觉得这十个必胜心态都已经听过或知道了,但是,重点是有没有落实。就像每一个从事直销工作的伙伴都知道 ABC 法则、三 S,但做得好坏,差别可就大了。

直销事业是人生成功的一个机会,只要确定目标,制定计划,不断学习以及有决心,毅力并能坚持到底,就能成功。

可是很多人觉得:“我是不可能成功的,成功与我无缘。”以下几点是造成我们不能成功的原因:

①没有成功的动力

不想的事情,永远不可能发生。你不想买房子,你就永远不可能有房子。你不想结婚,就不会去结婚。同样,你不想成功,就不可能成功。理想理想,只有理它想它才会实现。

②消极的环境

我们也想过成功,我们也有过很多理想和梦想,但现实的社会和消极的环境让我们的梦想渐渐的破灭了。我们身边不成功的人要比成功的人多,我们每天接触的人群给我们带来的影响是十分巨大的。

③不相信自己会成功

明明有好的机会,却觉得我不行,我不能,这不是我的机会,这与我无关。有一百个人抽奖,有一个人可以抽到百万大奖,大家都在想,这个幸运儿肯定不会是我。相反,如果抽出一个人拉去枪毙,大家都在想该不会是我吧!想要成功首先要有成功人的想法。口袋空空是因为我们脑袋空空。没有一个成功的心态导致了我们不能成功。

端正心态是直销商从事直销的第一步,经营中才能立于不败之地,以下是直销必备的几种心态:

一、有积极的心态

在传统的行业中就业,大半的人只是为了生活而工作,看不到活力与冲劲,这是因为大家看不到未来,也不知道如何规划目标或展望。但是直销事业中,目标是由我们自己的想象空间具体的描绘出来的,只要具备主动积极的心态,不断的向前努力,就一定可以实现理想。

而拥有积极的心态首先要踏实主动地做,从事直销,不管以前职务高低,都是从做普通的直销员开始。这就要直销员抛弃传统观念,包括自己现有的知识和经