

如何开好HP家庭聚会

建立成功事业的秘诀

- 您渴望成功吗？
- 您希冀拥有自己的事业吗？
- 透过本书的引导，
让您成为真正的传销高手，
掌握开创事业的契机。



A
M
工
作
室
策
划



13.3
2
2

兵器工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何开好 HP 家庭聚会/AM 工作室编著. —北京:兵器工业出版社,1997.9

(传销实战系列丛书之二)

ISBN 7-80132-353-X

I. 如… II. A… III. 传销—方法 N.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 20984 号

兵器工业出版社出版发行

(北京市海淀区车道沟 10 号)

各地新华书店经销

河北省清城县印刷厂印装

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:4 字数:80 千字

1997 年 9 月第一版 1997 年 9 月第一次印刷

印数:10000 册 定价:(全四册)40.00 元

《冠儒文化丛书》编委会

主任：杨 谦（北京商业管理干部学院副院长、《传销研究》主编）

副主任：王 义（北京冠儒企管顾问有限公司总经理）

黎少华（《传销研究》副主编）

编 委：杨 谦、王 义、黎少华、
庄一敏、俞 平、魏 钢

序 言

一位学者关于家庭松散程度与经济度展水平关系的“新马太效应定律”指出：经济发展水平越高的社会，其家庭越松散；经济发展水平越低的社会，其家庭越紧密。

这其中的道理显而易见：经济的高水平发展能够使家庭成员很容易地获得经济上的独立，反之亦然。

我国还是个发展中国家，传统的儒家文化教育和特殊的国情决定了中国的家庭成员的相互依存关系还十分紧密，而且大多数家庭都采用“单一相算”的财务管理模式。这一切都决定了在中国从事传销业必须对“家庭聚会”予以足够的重视，必须对“家庭”的购买力给以重新认识，必须对“家庭”在传销业中所能产生的“连锁反应”进行重新估价。

“家庭聚会”作为促进传销事业发展的一种有效手段，在传销业发祥地的西方并没有得到足够的重

如何举办家庭聚会

视，经典传销理论中关于“家庭聚会”的论述也只是支言片语，因此，许多国内的传销学者都称“家庭聚会”是我国传销研究领域的一块“处女地”。

本书从实战的角度出发，对举办“家庭聚会”过程中所遇到的一系列问题进行了注释。应该讲这只是一次探索和尝试，恳请广大读者以及各方面的专业人士多提宝贵意见，以利今后改正。

目 录

序 言

第一章

☐打铁尚需自身硬

- 举办家庭聚会需要传销商具备哪些素质···
..... (1)
- 一、要有备而战，不可仓促上阵 (2)
- 二、要善于用自身变化去感动别人 (3)
- 三、用证据去说话 (4)
- 四、始终精神饱满 (5)
- 五、跟着顾客的心情走 (6)
- 六、经常发自内心地真诚赞美 (8)
- 七、深谙微笑的力量 (10)
- 八、相信并热爱产品 (11)
- 九、永不放弃 (11)
- 十、测试一下自己是否是一名合格的传销商
..... (12)

第二章

☐浓妆淡抹总相宜

- 如何在家庭聚会上保持最佳的自我形象···
..... (16)

- 一、衣着打扮的原则 (16)
- 二、注意言谈举止 (20)

第三章

□谁是家中座上客

- 如何正确地开列家庭聚会的邀请名单
..... (24)
- 一、请多少人 (24)
- 二、请谁来 (26)
- 三、为你列名单提个醒儿 (30)

第四章

□洒扫庭除迎贵宾

- 如何进行家庭聚会的场地布置 (36)
- 一、不是会场的会场 (36)
- 二、投其所好，显现主人品味 (37)
- 三、把通讯设备拿到会场之外 (38)
- 四、要陈列一些产品 (39)

第五章

☐未雨绸缪定计划

- 如何在举办家庭聚会前设定好目标和计划
..... (40)
- 一、不妨开个“会前会” (41)
- 二、确定举办家庭聚会的时间 (41)
- 三、确定举办家庭聚会的方式和规模 ... (41)
- 四、明确工作分工 (42)
- 五、设定一个切实可行的目标 (43)

第六章

☐电话连着你我他

- 如何利用电话邀请客人参与家庭聚会
..... (46)
- 一、掌握邀请的目的和邀请中的难题 ... (46)
- 二、电话邀请的一般常识 (47)

第七章

☐畅所欲言群言堂

- 如何营造家庭聚会中宽松和请的谈话气氛
..... (52)

- 一、全家要统一思想 (52)
- 二、给每个人制造讲话的机会 (54)
- 三、绝不能发生争执 (55)
- 四、善于处理反对意见 (57)
- 五、不妨做一块“三明治” (62)

第八章

□家有千口，主事一人

- 主持人如何在家庭聚会上正确地介绍产品及引导客人参与传销 (64)
- 一、如何向客人介绍传销产品 (65)
- 二、如何向客人诠释传销业 (74)
- 三、如何引导客人开始传销事业 (82)

第九章

□耳听为虚，眼见为实

- 如何在家庭聚会上进行产品展示 ... (87)
- 一、口说、展示、参与 (87)
- 二、商品展示达到美好印象的原则 (90)
- 三、成功展示的要领 (92)

第十章

□入木三分谈价格

- 如何在家庭聚会上处理产品的价格问题…
…………… (97)
- 一、先解决自己的认识 …………… (97)
- 二、处理产品价格的艺术 …………… (100)

第十一章

□拒绝不是无情物

- 如何在家庭聚会上面对拒绝 …………… (104)
- 一、左右逢源，灵活应付 …………… (104)
- 二、先处理心情，再处理事情 …………… (107)
- 三、传销领袖对付拒绝舌战的九招 …………… (109)

第十二章

□质疑之处有良机

- 如何面对家庭聚会中客人的质疑 … (115)
- 一、质疑缘于何处 …………… (116)
- 二、把握解答问题的时机 …………… (119)

第一章

□打铁尚需自身硬

——举办家庭聚会需要传销商具备哪些素质

如果我们忽略家庭聚会所能达到的预期目标,那么只要参加过 OPP 或 NDO 的人在“上线”的指导下几乎都可以举办“家庭聚会”。但如果我们想提高家庭聚会的层次和水平,使每一次家庭聚会都能收到满意的效果,还需要对传销商的自身素质提出一些要求。

一句话,差不多每个传销商都可以举办家庭聚会,但绝不是每个传销商都能成功地举办家庭聚会。那么,一次成功的家庭聚会传销商都提出哪些要求呢?

一、要有备而战，不可苍促上阵

成功不是一朝一夕的事，却要一心一意追求。

在多数人裹足不前的场合里，成功的传销商必然是比别人乐观多一点，比别人自信多一点，所以能勇往直前。

但是，加入任何一个传销公司之前，自己却不可以身分不明，认识不清。

否则，如果学艺不精、准备不足就忽忽上阵，逮到人即试试零售的锋芒，刚知道一点点传销的常识就急着举办家庭聚会，不但很难成功，还会因失数把自己的信心给残害掉了。所以，想成功的话，就一定要积极，要积极——但不能太心急。

做一个传销商，在对产品的专业知识了解不足之前，最忌讳在取得传销商资格之后，立刻展开零售或推荐的动作。一来，你可能对产品的感受不够深刻，很难把它的好处说出一番道理叫人信服；否则，你可能对产品的功能不求甚解，对方随意发出一些疑问，就把你考倒了。

有句名言：“推荐别人之前，先得推销自己。”

当我们找到可以准荐的对象时，先要让他能接受我们自己，才谈得上让他接受我们的产品。

如果我们从事的传销目标不明确，对产品的功能

也一知半解，根本不具备专业化的形象，谁会听“大概可能也许是”的专家推荐呢？

二、要善于用自身的变化去感动别人

极多资深的杰出经销商，都有个共同的感觉，就是“改变”会使你的生意倍增。

举例而言，君不见：百货公司的美容专柜，多请皮肤非常好的小姐，再加上刻意修饰，即成最好的“宣传品”，许多人就是因为羡慕跟他们一样的皮肤，而买下了她们促销的化妆品。

这是通过产品功能表现，促成销售业绩的好办法。

然而，真正的传销高手不是拿自己的优点来激发别人的羡慕，以牵动购货的兴趣；商是拿自己的缺点，经过改变，成了优点，来带动别人的学习、跟进。

一个长年便秘的人，由于使用了某一种电脑马桶而获得痊愈；一个轻度中风的人，因为某种健康器的锻炼，使得病情有显著改善；一个满脸雀斑的人，吃了几个月的健康食品，突然变漂亮了。这些经过对比之后的印象，是最容易使熟悉的亲友受到感动的。

最好的传销商，就是善于运用类似如此的“活见

证”。以下五种体质变化，很容易使人受到震撼：

1. 胖变瘦，或瘦变胖
2. 短变高
3. 黑变白
4. 丑变美
5. 弱变强

“我妈妈过去如何如何……，现在如何如何……。”

“我以前怎样怎样……现在怎样怎样……。”

传销高家，都是这样高得定单的。

三、用证据去说话

在家庭聚会上，如果不能以自己充当“活见证”来表达产品的功效，激起潜在顾客的购买欲，另外还有第二个选样，那便是诉诸权威，引用较有力的证明文件，也可以达到带给别人信心的效果。

事实上，在举办家庭聚会时，一般人都会准备一些支持性的资料，包括广告、图表、说明书等等，以充分的证据来帮助作解说。

取信于人，不能纯靠对方对你的信任。

例如，你卖一种健康器材，如果你的医学知识不是很丰富，诉诸名家或专家将有助于你。

“××也买一台。”

“××最爱用的化妆品，就是××牌的。”

名家推介，是广告界常用的手法，做传销的人通常不会刊登广告，可是部分广告手法，仍是值得学习的。

部分由医学博士发明的新产品，市面上已出现假冒的了，正是有其市场性与需要性的证明，也容易激发顾客的购买欲。凡此种种，都必须“拿出证据来”，才能发挥威力。

四、始终精神饱满

从事传销工作，与一般事业一样，需要有一副老板样，不仅是外表更需要内涵。

“脸上不发光的人，永远无法变成一顾明星。”

与人交往，敬业精神要写在脸上，很多人是先看你的衣着，才考虑怎么听你讲诸。

当你衣冠楚楚时，你的敬业精神即已深深地烙印在对方的脑中。于是，当他回忆你所提出的传销计划时，这种印象会再重现而产生微妙的影响力。

如果你向一个潜在顾客提荐一项产品，他希望获得某一种资料，你一定要把相关的信息提供给他，不可你说你的，他问他的，彼此之间毫无联系。

当你在解说重点之后，其余所说的一切都只是在打破相互间的冷场而已，重要是听他说。

如他说的每一句话，你都能听的比他听你的还详细，甚至把对方讲的问题细细品味，从而提出令对方满意的解答，那就是一种敬业精神，你也会因此成功。

把工作做得虎虎生风，脸上自然客光焕发，早晚会成为传销界的明日之星。

五、跟着顾客的心情走

潜在顾客的形态很多，当你与其中任何一位来往，就会很快发现人人所能承受压力的角度均有所不同。

在这里面，有慎重型、冲动型、寡断型、果断型、沉着型、社交型、议论型、理智型、冷淡型等各种类型，不能不了解。

以慎重型的顾客来说,一般喜欢和其他公司产品作比较的顾客,属于慎重型。

这类型的顾客,女多于男,其购买欲属于大波动型,即一旦想要买什么产品,意念一起,就不会很快打消,所以应对方法是:

唤起购买欲。

喜欢把产品和其他公司产品相比较是这类顾客的特色。

如果你有问必答,反而会失去对方购买的机会。

碰到别的顾客,也许可作主动性分析比较,但遇上喜欢分析比较的“慎重型”顾客,多说无益,因为他们通常会反驳你。

如果你对类似产品了解不够彻底,所说的话在对方眼中便不够权威,很可能到最后反而失去对方的信任,连你的产品功能解说也不以为然。

所以,对这类型的顾客不可加之否定,最好的办法是把话题岔开,不要与对方形成对立。

如此一来,等顾客再也想不出可以发问的问题时,即表示成交的对机到了。

这类型的顾客虽然喜欢挑剔,不过却仅只是为表示他懂的多而已,并不会挑剔结果,所以只要了解对方的心情,注意倾听,表现出尊重的样子,反而会使他主动做出“成交”的决定。