

子寒 恬萌 梦云 编著

# 传销圣法

下册

人世间有百媚千红  
我独爱传销一种

工商出版社

# 目 录

XA13466

## 第四部 卓越培训

### 第十一章 传销之路由此起步 ..... (2)

4.11.1 谋事之初——建立传销目标 ..... (3)

4.11.2 成功之基——开发潜在顾客 ..... (8)

4.11.3 取胜之术——展示说明产品 ..... (22)

### 第十二章 循序渐进——充满生机的训练 ..... (36)

4.12.1 训练核心——“挥击”课程 ..... (37)

4.12.2 训练的各种型态 ..... (38)

4.12.3 训练的编制程序 ..... (41)

4.12.4 传销制度介绍 ..... (42)

4.12.5 产品说明训练 ..... (43)

4.12.6 创业说明训练 ..... (45)

4.12.7 新传销商训练 ..... (47)

4.12.8 家庭销售训练 ..... (49)

4.12.9 开发下线训练 ..... (50)

4.12.10 销售技能训练 ..... (52)

|         |              |      |
|---------|--------------|------|
| 4.12.11 | 顾客服务训练 ..... | (54) |
| 4.12.12 | 目标管理训练 ..... | (56) |
| 4.12.13 | 组织发展训练 ..... | (59) |
| 4.12.14 | 潜能开发训练 ..... | (61) |
| 4.12.15 | 人际关系训练 ..... | (63) |
| 4.12.16 | 时间管理训练 ..... | (65) |
| 4.12.17 | 激励领导训练 ..... | (67) |

### 第十三章 实战演习——寻找顾客 与下线 .....

|        |            |      |
|--------|------------|------|
| 4.13.1 | 挖掘顾客 ..... | (70) |
| 4.13.2 | 寻找下线 ..... | (77) |
| 4.13.3 | 追踪下线 ..... | (79) |
| 4.13.4 | 训练下线 ..... | (84) |

### 第十四章 经营培育下线组织的 十八绝招 .....

|        |                          |       |
|--------|--------------------------|-------|
| 4.14.1 | 一定要协助下线 .....            | (97)  |
| 4.14.2 | 跟进下线 .....               | (98)  |
| 4.14.3 | 怎么辅导不听话的下线 .....         | (100) |
| 4.14.4 | 告诫不要开远地线 .....           | (102) |
| 4.14.5 | 如何保持兴奋度 .....            | (103) |
| 4.14.6 | 资料及课程内容要分等级<br>给下线 ..... | (105) |
| 4.14.7 | 防备其他的传销商杀价、抢线 .....      | (106) |

|         |                            |       |
|---------|----------------------------|-------|
| 4.14.8  | 不要借钱给下线.....               | (108) |
| 4.14.9  | 为什么要成立体系 .....             | (110) |
| 4.14.10 | 要和旁线合作 .....               | (111) |
| 4.14.11 | 有影响力的下线跳槽怎么办? ...          | (112) |
| 4.14.12 | 为什么不能用组织网销售<br>其他产品? ..... | (114) |
| 4.14.13 | 为什么不能开传销公司.....            | (116) |
| 4.14.14 | 不挑剔、不求人 .....              | (117) |
| 4.14.15 | 太过与不及 .....                | (118) |
| 4.14.16 | 做一个懂得收敛的专家.....            | (120) |
| 4.14.17 | 造就优秀人才 .....               | (122) |
| 4.14.18 | 整体作战 .....                 | (125) |

## 第五部 传销心战

|        |                               |       |
|--------|-------------------------------|-------|
| 第十五章   | 初涉传销业 26 建议.....              | (129) |
| 5.15.1 | 每个人都适合做传销吗? .....             | (130) |
| 5.15.2 | 传销市场已饱和,现在进入还能<br>赚到钱吗? ..... | (133) |
| 5.15.3 | 传销是否真的很赚钱? .....              | (134) |
| 5.15.4 | 归零和不归零的制度有<br>什么不同? .....     | (136) |
| 5.15.5 | 为什么要跟进老鹰? 而不是<br>跟进小鸡? .....  | (138) |

|         |                            |       |
|---------|----------------------------|-------|
| 5.15.6  | 为什么要设立目标？ .....            | (140) |
| 5.15.7  | 不好意思赚亲戚朋友的钱，<br>怎么办？ ..... | (141) |
| 5.15.8  | 上线不协助我，怎么成功？ .....         | (143) |
| 5.15.9  | 为什么要复制？ .....              | (145) |
| 5.15.10 | 为什么一定要用 ABC 法则？ .....      | (146) |
| 5.15.11 | 为什么要专职做？ 专职做<br>些什么？ ..... | (148) |
| 5.15.12 | 为什么不设身处地去想想看？ ...          | (149) |
| 5.15.13 | 为什么要建立良好的形象？ .....         | (151) |
| 5.15.14 | 成功美酒的酿造需要充分<br>的时间 .....   | (153) |
| 5.15.15 | 如何把握机会？ .....              | (154) |
| 5.15.16 | 从细节琐事做起 .....              | (156) |
| 5.15.17 | 如何与别人沟通？ .....             | (158) |
| 5.15.18 | 永远把别人摆在第一位 .....           | (159) |
| 5.15.19 | “一年得其要领，三年必得<br>成功” .....  | (161) |
| 5.15.20 | 如何与别人合作？ .....             | (162) |
| 5.15.21 | 纯正的动机 .....                | (164) |
| 5.15.22 | 如何体会别人的心情？ .....           | (166) |
| 5.15.23 | 如何招揽固定顾客？ .....            | (167) |
| 5.15.24 | 如何突出自己传销商品<br>的优势？ .....   | (168) |

|                            |                         |              |
|----------------------------|-------------------------|--------------|
| 5.15.25                    | 为什么传销活动必须有人情味? .....    | (171)        |
| 5.15.26                    | 传销中如何面对客人? .....        | (172)        |
| <b>第十六章 传销成功八大战术 .....</b> |                         | <b>(177)</b> |
| 5.16.1                     | 永恒的事业心:传销成功的力量源泉 .....  | (178)        |
| 5.16.2                     | 高效的时间管理:传销成功的珍贵资源 ..... | (180)        |
| 5.16.3                     | 迅捷的接近战术:传销成功的首要步骤 ..... | (187)        |
| 5.16.4                     | 成熟的邀约:传销成功的重要基础 .....   | (195)        |
| 5.16.5                     | 最佳的自我形象:传销成功的必备素质 ..... | (198)        |
| 5.16.6                     | 高效的推销说明:传销成功的灵丹妙药 ..... | (201)        |
| 5.16.7                     | 巧妙的展示技巧:传销成功的重要桥梁 ..... | (214)        |
| 5.16.8                     | 扩张的销售网络:传销成功的重大突破 ..... | (219)        |

## 第六部 传销日记

|      |                 |       |
|------|-----------------|-------|
| 第十七章 | 自我质疑篇 .....     | (234) |
| 第十八章 | 成功经典自我对照篇 ..... | (240) |
| 第十九章 | 推荐下线篇 .....     | (258) |
| 第二十章 | 觉醒论述篇 .....     | (284) |

## **第四部 卓越培训**

阳光并非时刻普照着大地  
苹果也有青涩的时候  
失意和困境又算得了什么  
我已经欺骗自己太久了  
不再坐等幸运之神的拥抱



## 第十一章 传销之路由此起步

当你进入传销这一神奇而又激荡人心的领域,全力以赴,努力学习,勇于开拓就成为成功不可或缺的条件。

这一章,将告诉你谋事之初如何做,并为你指出成功之基和取胜之术。

## 4.11.1 谋事之初——建立传销目标

——建立目标,订定完成目标的详细计划,并且时时审查实行目标的准备工作,一步一步把它做好。

### 一、树立目标

做任何事首先要确立目标。没有目标就形同一艘船缺少方向舵,只能随着风势与潮流漂游。

目标的树立是激发工作热忱的动力。目标的树立也如同登山一样,每个人在生命旅途中都必须攀登一座自己的山峰,您所选择的目标就是一座绵亘眼前的壮丽山峰——多层次传销事业之峰。

在传销的世界里做任何事情都该树立目标。具备目标之后接着拟定如何达成目标的发展计划,这样攀登山峰才不会偏离方向。

树立目标是持续不断的过程,目标可以分为两大类:

- 长期目标
- 近期目标

以开拓顾客这个目标而言,成为最优秀的业务经理是一个长期目标,培养建立一个四—六人的下线经销团体是一个近期目标。

无论是长期目标或是近期目标,设定目标的重点在于确定

应该“做些什么?”“如何做?”,同时必须阐明未来的成果应该“如何衡量?”。以下是两份目标计划表提供参考。

近期目标

拟定人姓名 \_\_\_\_\_ 拟定时间 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日 .

| 目 标 |                    | 计 划                                      | 期 限 | 目前情况              | 成果衡量                    |
|-----|--------------------|------------------------------------------|-----|-------------------|-------------------------|
| 1   | 培养建立 4~6 位下线经销团体   | 1. 搜集资讯<br>2. 展开拜访<br>3. 展示说明            | 三个月 | 达成。               | 建立的 4 位下线十分认真,业绩仍有待加强。  |
| 2   | 培养建立 6~8 位下线经销团体   | 1. 举办创业说明会<br>2. 推动家庭销售会                 | 三个月 | 达成。               | 业绩突破五十万元,获得公司奖励。        |
| 3   | 培养建立 8~10 位下线经销团体  | 1. 推动家庭销售会<br>2. 担任急救协会义工                | 三个月 | 遭遇障碍,期限内仅增加二位下线。  | 家庭销售会并未达到预期水准,必须加强说明内容。 |
| 4   | 培养建立 10~15 位下线经销团体 | 1. 协助下线举办创业说明会<br>2. 解除下线疑惑<br>3. 增加人际关系 | 三个月 | 争取到的团体客户,肯定产品的品质。 | 加强下线经销讲演的能力。            |

| 长期目标                              |                                            |                         |      |      |  |
|-----------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------|------|------|--|
| 拟定人姓名                             |                                            | 拟定时间 年 月 日              |      |      |  |
| 目 标                               | 计 划                                        | 期 限                     | 目前情况 | 成果衡量 |  |
| 1 成为最优秀的业务主任                      | ●培养建立 10~15 位下线经销团体                        | 1996,1,1~<br>1996,12,31 |      |      |  |
| 2 培养 5~8 位优秀业务主任                  | ●由下线经销团体中挑选                                | 1997,1,1~<br>1997,6,30  |      |      |  |
| 3 a. 建立 5 家分公司<br>b. 建立东南亚及其他地区据点 | ●达成业绩要求的下线予以进阶的训练<br>●熟悉相关法令,挑选热忱的业务主任共同规划 | 1997,7,1~<br>1998,6,30  |      |      |  |
| 4 成为公司总经理,负责指导分公司业务发展             | ●完成各据点的建立,研究开发新产品系列                        | 1998,7,1~<br>1999,3,31  |      |      |  |

制定清晰明确的目标,并且进行成果的衡量,目标才能发挥作用。目标是参与者选定的挑战,藉此激发行动,确定前进的方向。

您设定好自己的长期与近期的目标了吗？

请立刻拿起纸笔写下自己的目标，让目标清楚烙印脑海里，现在您分分秒秒都已经在往目标指示的方向前进，心动不如即刻行动。

## 二、认真开发顾客与下线

协助您开发顾客与下线是此书目标。近期目标是要让您牢记与活用传销运作的每一个步骤、环节、与工作流程，并提供最有效率的方法助您创造业绩；长期目标则是帮助您开拓和谐的人际网络，建立自己的事业。

传销事业经营的原理，就是开发产品的使用者复制传销理念，使之一名销售商。因此，一位优良的消费者，可以成为一名成功的销售商。想想看，一个对自己使用过的产品深具信心的人，把产品销售给其他顾客，成功的机会一定大增。而且更加具备信心。

传销经营：潜在顾客→使用产品→→参加传销→下线传销商→再发展潜在顾客

从传销的经营模式我们可以发现，争取顾客使用产品及加入公司经销产品是传销事业的成功关键。

1. 使用产品——销售产品是传销活动最主要的收入来源，很多的传销高手都是从接触产品开始，一旦自己使用产品获益匪浅，他就会很快接受产品，并且以无比的热忱推广给友人使用。

2. 参加经销——是建立销售网络的最佳方式。单单把产品销售给顾客，不是传销活动的最终目的，重要的是如何让这名客户也成为一名销售者，把公司的制度、经营方式与理念复制给潜在顾客，以扩大组织，增加公司的业绩。

由此我们看出传销事业的特征：

1. 线的拓展：寻找顾客，增加产品销售。
2. 面的扩张：创造传销网路，建立传销事业。

由于传销活动的特性，因此线与面的扩展同形重要，布线有助地张起行销的网路，面的扩张则有助于线的深入。因此，寻找顾客与寻找下线都是传销事业的重点。

### 三、开发顾客发展下线的六个阶段

协助您开发顾客与下线是本书的目标。这个目标可以“PA-PA,CF”法则的英语缩写字母分为六个阶段：

1. “P”寻找潜在顾客(Prospecting)。
2. “P”接近潜在顾客(Approach)。
3. “P”说明展示产品(Presentation)。
4. “A”回答质疑问题(Answering)。
5. “C”达成产品交易(Closing)。
6. “F”追踪下线反应(Followup)。

本书将以这六个阶段有系统帮助您寻找顾客与下线，并且提供能够立即执行的方针，用最短暂的时间，迅速而有效率地建立您的传销网路。您可以比较使用本书前后的绩效差异，相信会更有效率开发顾客和下线。

## 4.11.2 成功之基——开发潜在顾客

——开发潜在客户，如同开发矿藏，矿藏越多，代表成功的机会越大。

### 一、开发矿藏

开发矿藏寻找潜在顾客是传销事业获得成功的起跑点，也是争取业绩、创造收入的第一个步骤。

所谓的“潜在顾客”究竟是指那些人？潜在顾客指的是对传销产品感到需要，并且具有购买能力的人。

传销成功的首要条件就是经年累月开发潜在客户。潜在客户如同未被发掘的珍贵矿藏，开发潜在客户就像发掘珍贵的矿藏。矿藏中能够冶炼的宝石价值，取决于两个要素：一是矿藏中宝石蕴藏成份的“数量”，一是矿藏中宝石成份的“品质”。

如果精炼含有百分之一宝石成份的矿藏，从一百公吨的矿藏中可以得到一公吨宝石，精炼一千公吨的矿藏就能得到十公吨的宝石。因此拥有越多的潜在客户，就像拥有越多的矿藏，获得宝石的机会也越大，成功的机会就越大。

还记得电影银幕上一群群汹涌的淘金人潮吗？如何才能领先他人，获得宝石的位置？想要获知矿藏所在的位置，就必须建立灵敏的传销资讯系统。

## 二、营建传销资讯系统

在传销活动里,寻找潜在客户就好比淘金者寻找矿藏所在的位置一样,找对了或找到矿藏,就意味着无穷的希望和不断的财源。

一般淘金者都有类似的经验:最少要挖掘过五个不同的矿坑,才有机会获得宝藏。

从事传销活动也是如此:最基本要和五位顾客接洽,才有机会成交一笔交易。而要寻获本事高强的下线更非易事。

如果您没有类似的经验,就应该立刻建立自己的资讯系统,将潜在客户的数目补充到预定完成交易数的五倍以上。

建立资讯系统?您可能担心要投资电脑,而自己兴许对电脑却又一窍不通。

不必担心,建立资讯系统不一定需要电脑,您所要做的工作只是多用一点心思。

首先,您开始分类的工作,把自己认识的人派分成不同“开发群体”。“开发群体”的分类可以如下:

### 1. 亲属类:

- (1)父母、祖父母、外祖父母、舅妈。
- (2)叔、伯、姨、姑、舅舅、舅妈。
- (3)兄、弟、姐、妹,堂兄、弟、姊、妹,表兄、弟、姐、妹,配偶的兄弟姐妹。

### (4)侄子、侄女,外甥、外甥女。

### 2. 朋友类:

#### (1)朋友

自己久未连络的朋友。

现在交往的朋友。



配偶的朋友。

(2)邻居

自己久未连络的邻居。

现在的邻居。

配偶的邻居。

(3)同学

以前的同学或师长。

现在的同学或师长。

配偶的同学或师长。

(4)同事类：

以前的同事。

现在的同事。

配偶的同事。

3. 商业关系类：

(1)食——米店老板、小贩、摊贩。

(2)衣——服饰店老板和有关服饰的接交者。

(3)住——房东、室友。

(4)行——汽车、机车销售人员，熟识的司机、修理汽、机车的师傅。

(5)育——登山、游泳运动接洽过的人员。

(6)乐——录像带租售店的人员、卡拉OK店、KTV内的工作人员。

(7)美——理发店、美容院内工作人员。

(8)其他——宗教组织、工会、五金行老板。

4. “自己创造”类：街上满满是人，怎愁没有顾客？只要抓住认识他们的机会，他们很可能也对传销有兴趣。

以下是几种自己创造认识机会的方法：