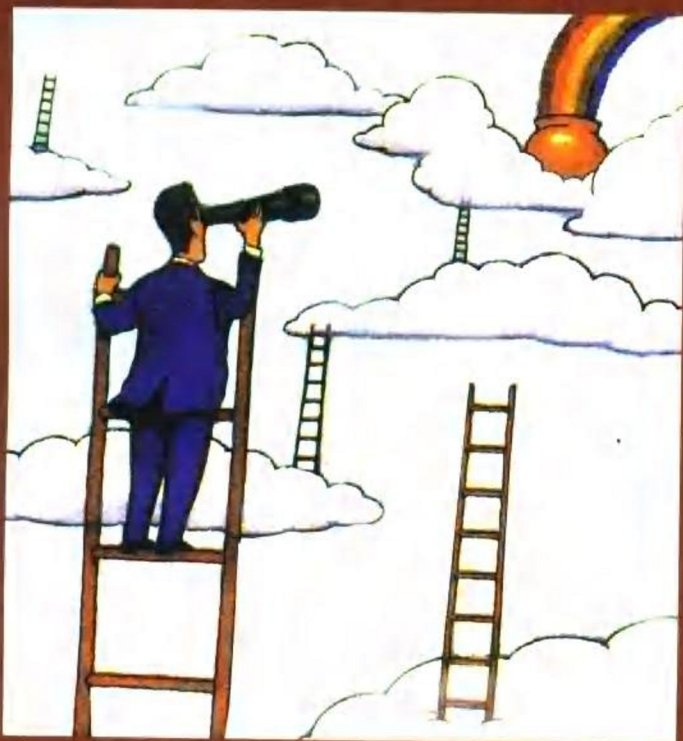


传 销 人 系 列 之 三

传销人实战手册

“我宁可靠100人1%的努力而成功，而不靠自己100%的努力而成功”，这就是为什么要发挥组织力量的原因，只有不断的学习发挥组织力量，才能倍增您的力量，进而倍增您的财富。

赢得好射手的美名并非由于他的弓箭，而是由于他的目标。



A
M
工
作
室
策
划

中国建材工业出版社

13.3
5
3

(京)新登字 177 号

图书在版编目(CIP)数据

传销人实战手册/AM 工作室策划. —北京:中国建材工业出版社,1997.9

(传销人系列)

ISBN 7-80090-660-4

I. 传… II. A… III. 传销—基本知识—手册 IV. F713.3
—62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 20299 号

· 冠儒文化丛书 传销人系列之三 ·
传销人实战手册

AM 工作室策划

中国建材工业出版社出版

(北京海淀区三里河路 11 号 邮编:100831)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

沃德彩印厂印刷

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:1—10000 册 定价:50 元(全 5 册)

ISBN 7-80090-660-4/Z·143

序 言

中国经济的发展终于引发了多层次传销的导入,这是经济领域的新生事物,它正以勃勃生机打动着寻找梦想的人们。

“大梦谁先觉?”感谢那些最早投身于传销事业的先知先觉者们,他们以勇气和智慧开启了传销之门,也为后来者总结了宝贵的运作经验。

这一本实战手册,涵盖了传销领域的主要方面,复制了成功者的宝贵经验,文字简洁、凝炼、一目了然,却蕴意丰富,内容深刻,沉淀了成功运作的精华,它就是一把开启梦想之门的金钥匙,等待着有识之士去把握和应用。

但愿本书架起您与传销事业的阶梯,去不断塑造和提升人生的品质,去永续耕耘和收获人生的价值。

目 录

理 念 篇

中国传销业的八大特色	(3)
传销的四大理论基础	(5)
传销事业的二大特性	(7)
商品达到市场饱和的三点辨析	(8)
选择传销公司的五个要素	(9)
传销产品应具备的五个条件	(10)
传销公司的“四化”	(11)
传销的五个阶段	(12)
传销中的七次会议	(14)
传销行业四大忌	(16)
区分“老鼠会”的四方面	(17)
永续经营三要素	(18)

运 作 篇

拟定传销人选的九个方向	(21)
开发传销人选的九项资源	(22)

最适合被推荐的五种人·····	(23)
传销新兵入门三大心态·····	(24)
克服初见面的七个心理障碍·····	(25)
传销新人“四步曲”·····	(27)
邀约成功五注意·····	(28)
推荐四绝·····	(29)
介绍产品五窍门·····	(30)
推荐参加 OPP 需注意的四个问题 ·····	(31)
“会后会”的五项注意·····	(32)
跟进的二种状态·····	(33)
组织跟进“三步曲”·····	(34)
促成产品订购的三种决断·····	(35)
成交最后阶段应注意的四个问题·····	(36)
打开顾客反对意见的死结四法·····	(37)
拒绝的七条心理分析·····	(38)
面对拒绝的五种办法·····	(40)
九种潜在顾客及对策·····	(42)
实现售后服务的五种方案·····	(44)
发展下线的五条准则·····	(45)
培育下线的基本四法·····	(46)
新人下线六大教育·····	(47)
激励下线八种方式·····	(49)
复制的五个环节·····	(50)

理念复制十步骤.....	(51)
领导角色转换的四种方式.....	(52)
组织策略十要素.....	(53)
组织茁壮成长的四种必备精神.....	(55)
防止组织溃散的四项措施.....	(56)

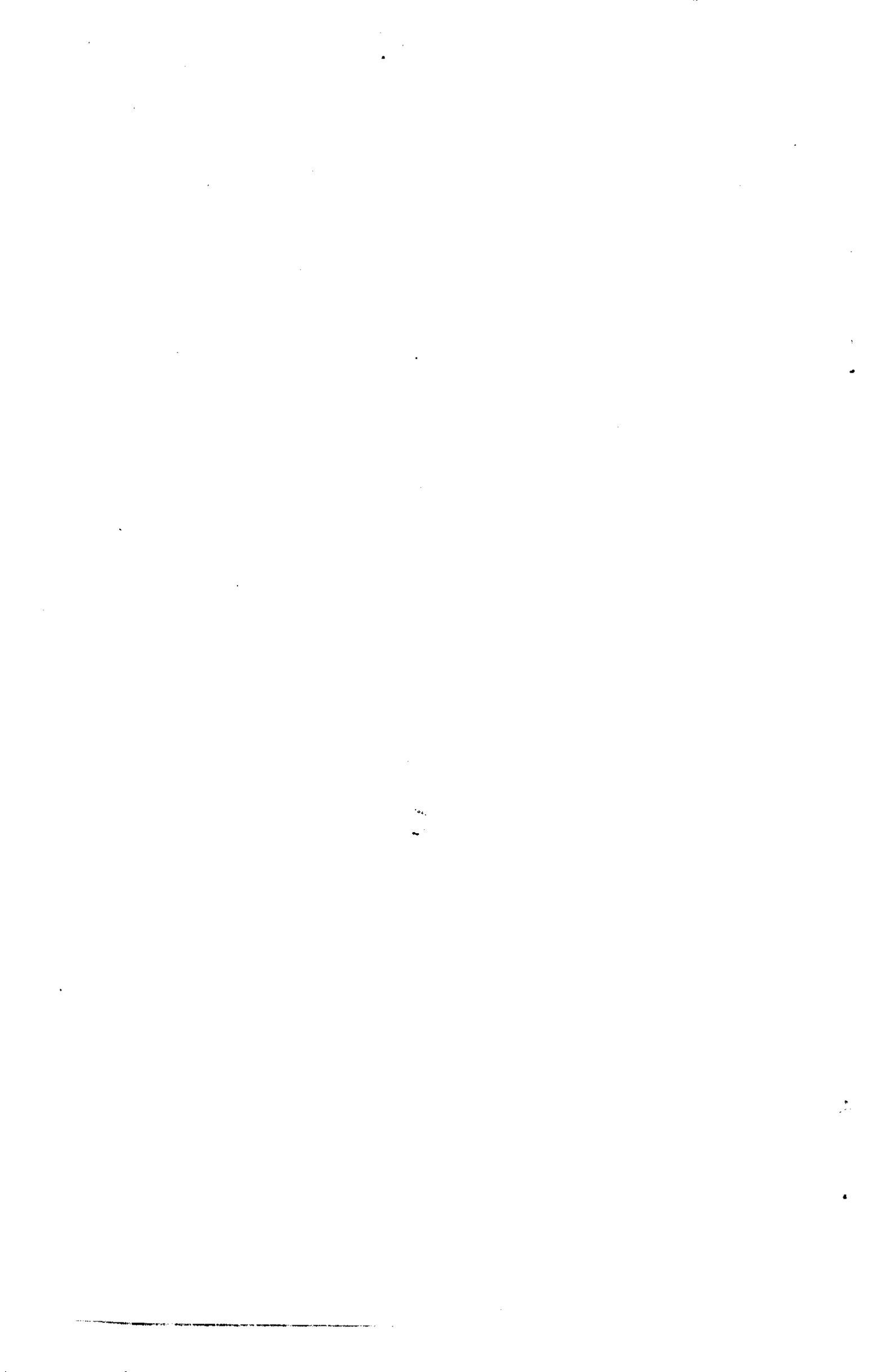
技 巧 篇

上线的五大特质.....	(59)
训练下线五法.....	(60)
辅导下线七法.....	(61)
业务培训五方面.....	(62)
产品交易的三大步骤.....	(63)
掌握基本的产品知识六法.....	(64)
提高谈话能力六要诀.....	(66)
提高沟通能力的五大原则.....	(68)
六种开场白技巧.....	(69)
赞美言词四原则.....	(70)
四种良好的倾听习惯.....	(71)
推销的三种语言艺术.....	(72)
宣传四忌.....	(73)
商谈话题五大忌.....	(74)
改变自我形象的四大步骤.....	(75)
树立良好形象的四结合.....	(76)

激 励 篇

“好上线”的十个标准·····	(79)
成功者的九个特征·····	(81)
消费者喜爱的十种传销商·····	(83)
成功传销商必备的五大心态·····	(84)
成功传销商的五个条件·····	(85)
成熟传销商的九大原则·····	(86)
成功传销八大要素·····	(88)
成功者的十大模式·····	(90)
迈向成功的十要守则·····	(92)
传销成功的十大法则·····	(94)
传销致富八招·····	(96)
传销名将的五大战术·····	(98)
成功领导七大要素·····	(99)
自我管理时间六原则·····	(101)
九项时间成功管理技巧·····	(102)
传销商十勿·····	(104)
传销工作失败的六种缘由·····	(106)
百试不爽的十四招·····	(108)
挑战自我七准则·····	(109)
马斯洛的人生五项需求·····	(111)

● 理 念 篇 ●



□中国传销业的八大特色

1. 缩短行销通路，产销握于一家

传统的营销方式因为层层批发零售，使生产者和消费者无法沟通，为不法商贩制造了机会，而逆向行销的传销方式，产销配合，更具市场渗透力。

2. 美容商业文化，达到人尽其才

传销不仅是观念的转变，还能通过教育，克服个人不良习俗，树立诚信宽容，关爱他人的好商德，并通过演讲、跟进、组织策划等活动，实现自我价值。

3. 以友促商连网，拓宽活动空间

“以商会友，以友促商”，“以销结网，以网促销”，这种形式不仅能经营商业，还能扩大社交，开阔视野，困难时期有人帮，欢乐时刻共同分享，这正是市场经济与人性的良性结合。

4. 发挥自我潜能，实现自我价值

传销是在少资金、少经验、少风险的基础上起步的事业，只要付出决心、爱心、时间和努力，肯定能在指日可待的时间里得到致富的创业成果。

5. 没有价格欺诈，没有非法竞争

传销商“传销在外，成交在内，”谈判在家庭，提货在公司；手续上线办，结算在公司。这种特有形式保证了价格和质量，维护了消费者利益。

6. 传销致富合理，奖金不是剥削

传销方式将各种费用全部节约，并将节约的财富反馈给传销商，任何一个下线，只要勤于传销，精心发展网络，业绩突出，就会有喜人的收获。

7. 传销我是原点，不是金字高塔

多层次传销不是三角形，不是金字塔，而是以自己的坐标为原点，向四周辐射，它对所有人的机会都是公平的，没有保护少数人发财的规定。

8. 实现三赢三好，心理、经济健康

三赢是国家赢、工厂赢、传销商赢；三好是上线好、传销商本人好、下线好。传销事业让人们积极追求成功，自我整治心德，这是心理健康；产品高速畅销，结束“无奸不商”，净化经济领域，这是经济健康。

□ 传销的四大理论基础

传销不是一种纯粹由经验支配的操作体系，它是有一系列理论做基础的。

1. 倍增学理论

倍增学探讨的是人、事、物在几何级状态下如何倍增，并如何利用这种原理为我们服务，当它应用在市场销售时，便构成了市场倍增学，它惊人地完成了“市场倍增、时间增倍、效益倍增”三大方面。

2. 人际学理论

人际学研究将人际关系依亲密程度划为四个层次，即知音层、好友层、朋友层、熟人层。传销首先从知音层开始拓展，直至把人际关系开发完毕，所以在某种程度上讲，传销也被称作人情销售。

3. 传播学理论

人类都有向他人传播信息以求信息分享的交往动机，这样，一方发出信息，一方接受信息，信息传播也就自发产生，所以，人际传播具有自动、自发和自娱性，传销正是借助这个原理，才得以纵深发展。

4. 网络学理论

根据网络学原理，网络建立阶段是投资阶段，这个阶段不仅没有效益，还涉及大量的人力、物力、财力；网络的运作阶段是效益回收阶段，一方面收回建网时的投资，一方面获得超额利润。传销，就是一个把网络学发挥得淋漓尽致的新营销方式。

□ 传销事业的二大特性

传销事业是在展示会或家庭茶会等众人聚集的机会中，将产品和知识传播出去，因而从事传销事业的人，必须要了解人性，以便让聚会更成功。

1. 亲和性

这种制度的重点，包括要求“人格品德的提升”、“思想观念乐观”、“举止行为稳重大方”，所以被训练者很快变得积极、乐观、协助他人，组织的亲和力自然产生。

2. 教育性

教育是传销事业发展的命脉，公司举办的各种讲习不仅使销售人员学到各种专业知识，还能在心理健康方面得到丰富收获，一个人如果在团体里不受欢迎，必定感到孤独，传销公司教会了人们良好的处世之道。

☐商品达到市场饱和的三点辨析

1. 简单的数字推断而导致的认识偏差

市场营销以顾客为中心，如果企业销售的产品在市场出现饱和状态，说明该企业已失去了存在的价值，而经营多年仍兴盛的企业，则说明它符合营销学的要求。所以，离开市场来进行简单的数字推断，其数字并不具有营销学的意义。

2. 孤立、静止的推断导致认识的偏差

按照几何倍增的理论，整个中国人口不需几年就会发展饱和，事实上，这种市场倍增不是孤立地按照纯数字理论进行的，而是根据消费者需求变化来运作的，消费品不断被人们购买，市场就有不断被开拓的需求。

3. 产品的生命周期促使产品不断变化

企业需不断推出新产品，以保持产品的魅力，人的需求不断变化，欲望无止境，如果产品适合消费者口味，则它永远不会达到市场饱和。

☐选择传销公司的五个要素

做传销的第一步，就是要选择一个比较好的、适合自己发展的传销公司，选择时首先要看这家公司是不是合法的传销公司。

1. 经国家工商局登记，批准从事传销业务，并有营业执照。

2. 加入时不必交大笔资金，不必购买大量产品，否则不能加入。

3. 以销售产品为主，不是以吸收新人加入收取会费、发放佣金为主，即推荐与零售并重。

4. 产品具有市场竞争能力，产品保证质量，价格合理。

5. 产品有退换的机会，有合理的退货犹豫期。

☐ 传销产品应具备的五个条件

1. 不是任何地方都能买到的产品

传销与传统的销售方式不同，其产品是通过传销人员介绍卖出去的。

2. 是用于人们一般生活的消费品

因为多层次传销是消费者、销售者和经营者三位一体的，如果不是消费品，则不符合规则。

3. 便于携带、贮存的商品

传销是采用人员销售法，所以其产品必须便于传销商携带，而且还要经得住一定时间的贮存才行。

4. 产品易于解说

易于解说产品的质地、功效，消费者很容易理解并掌握使用方法，使其安心并感觉需要。

5. 产品的功效良好

产品本身具有良好的功效，是销售的最好利器。