



训练是传销永不褪色的潮流

传销造就了数以万计的百万富翁 ■

传销

[台湾] 李成

30天

● 下线训练速成法

- 冲破传销红灯区
- 踏上暴富的高速公路
- 工薪族成功的最后一次良机
- 无资本、无风险、合法、暴利



合作出版

中国对外翻译出版公司
台湾汉湘文化事业(股)公司

传销致富系列 NO. 1

30 天——

下线训练速成法

训练是传销人永不褪色的潮流

传销事业主要是以人为对象

一方面透过自己的人际关系把产品销售给顾客

一方面借由顾客再介绍顾客

建立起一个有效的组织网路

图书在版编目(CIP)数据

30 天下线训练速成法/李成著 - 北京:中国对外翻译出版公司,1996.12

(传销致富系列)

ISBN 7-5001-0482-0

I .30… II .李… III .传销 IV .F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 25293 号

30 天下线训练速成法

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区太平桥大街 4 号

电 话/66168195

邮 编/100810

责任编辑/徐颖

封面设计/杨群 李栋

合作出版/(台湾)汉湘文化事业(股)有限公司

地 址/台北市南昌路 2 段 31 号 5 楼

版 权/©1996 年汉湘文化事业(股)有限公司

丛书编辑/赵阳

印 刷/北京市通县向阳印刷厂

规 格/850×1168

印 张/8.25

版 次/1997 年 1 月第一版

印 次/1997 年 1 月第一版

ISBN 7-5001-0482-0/F·46 14.80 元

作者简介

- 李 成
- (台湾) 政治大学企管系毕业
- 曾任证券公司财务经理
- 现职传销公司企划管理顾问
- 传销专业讲师

出版者序

近几年来，台湾的商业环境有相当急遽的变化。尤其是标榜人性化经营、注重消费设计及销售市场之追求高利润的多层次传销，如雨后春笋般的崛起，并列为当今十大发展最神速的行业之一。它透过不同层次的经理人、分销商、直销商，来分配和销售商品。而且是目前所有行销中最具完善制度、市场开发潜能和高争议性的新时代组织，才能使那么多的直销人员趋之若鹜。

传销的真正历史可追溯至公元 1945 年，美国的李麦汀杰和威廉卡森伯的共创多层次传销制度，并且由生产营养食品的纽崔莱（Nutrilite）成功地运用。多层次传销理论的精华在各个不同公司的制度下，显现了不同的特点。但是，所有传销经营者坚持的一贯理念为，“即使是最后一个人，也绝对不会吃亏”；意使每一位消费者都能以最优惠的价格买到最优良的产品，甚至借此致富。

只是，有些不肖业者为图一己之利益，挂羊头卖狗肉，以“多层次传销”之名行“老鼠会”之实，使正派经营的多层次传销业者蒙上清白之冤。尤以一九八〇年，台湾第一宗老鼠会——台家事件发生后引发的诸多经济、社会问题，更使人闻之“传销”色变，避之唯恐不及，视老鼠会与多层次传销同出一辙。

其实，根据全美地方检察官协会经济犯罪专案小组和直销协会共同制作的一份资料，“**如何辨别合法企业与老鼠会骗术**”上显示：“老鼠会‘从你身上诈财’，而多层次传销公司则藉销售实际的商品‘和你一起’创立事业”。所以，究其本源，仍有差异。

未来商业环境的变化，将会为传销事业的发展提供较多的发展与市场机会。但，机会与威胁是一体两面的，面对快速变动的商业环境，传销业者必须有高瞻远瞩的信念，并及时掌握市场成长的良机，不断创新求变，树立风格，毕竟“适者生存，优胜劣败”，对于处在一个风云诡谲、竞争激烈的工商社会中，也惟有善用头脑因应变局的智者，始可立于不败之地。

本社有鉴于台湾有关多层次传销方面的论者略为不足，及多层次传销趋向炽热化，特别精心筹划一套多层次传销的书籍，并聘请中外知名学者为本系列执笔，提供有心从事传销工作

及对传销心生疑惑的社会大众一份有效的参考和指引；期望能对多层次传销有更深一层的认识与了解。

此套丛书虽规划多时，或有部分疏漏或错误之处，尚乞先进及读者来函指正，以使本丛书再版时能更臻完善。

作者序

想象一只刚被母鹰孵化出来的雏鹰，抖动粘湿的翅膀，想要飞上青天的模样。

那是一个多么壮观的场面呀！从一只不会飞行的雏鹰，到翱翔蓝天的巨鹰，这个过程要经过多少磨炼啊！

——雏鹰在窝里嗷嗷待哺的等待母亲。

——雏鹰挥舞弱软的臂膀。

——母鹰带领小鹰晒太阳。

——一只小鹰不小心从树窝跌落因而折翼。

——小鹰在母鹰背上享受凌风的速度。

——小鹰开始飞行。

——翱翔蓝天。

——长成巨鹰。

学习的过程需要有耐心的培养、爱心的呵护、雄心的感染、关心的启发，以及信心的鼓舞！这是著名传销领袖所传承下来的“传销飞行理论”，本书都将一一为您

揭露！

在这本实用的传销手册中，您会发出许多惊讶与赞叹，这是许多传销人员共同的反应——他们迫不及待推荐这本好书给自己的同仁们阅读，而且获益良多！

这是一本不可多得的好书，正如同在您生命过程中拾获的许多宝藏一样，它使您闪闪发光！

作 者

目 录

作者序

第一章 建立目标

——机会偏袒有心人

- 一、制订目标 (3)
 - 二、开发顾客与下线 (7)
 - 三、开发顾客/下线的六个阶段 (9)
-

第二章 寻找潜在顾客

——顾客无所不在

- 一、开发矿藏 (13)
- 二、建立传销资讯系统 (15)
- 三、增加资讯库内容 (20)

四、建立产品资讯库	(23)
五、随时整理资讯库	(26)
六、判断潜在顾客	(29)
七、筛选潜在顾客	(32)

第三章 展示说明产品

——展示是传销最大魅力

一、展示产品过程	(37)
二、吸引注意	(40)
三、发生兴趣	(42)
四、引起欲望	(44)
五、展示说明活动设计	(45)
六、展示说明会的型态	(49)
七、创业说明会	(53)
八、新传销商讲习会	(57)
九、家庭销售会	(59)

第四章 回答质疑问题

——回答是解决疑问的好方法

一、抗拒的类型	(65)
---------------	------

二、传销教战守策题库	(67)
三、关键质疑的处理	(70)
四、当顾客没有主见的时候	(72)
五、当顾客有不同意见的时候	(73)
六、当顾客有加入意图的时候	(74)
七、当顾客加入之后	(76)
八、当顾客抱怨的时候	(78)
九、当顾客拒绝的时刻	(79)

第五章 完成产品交易

——一分耕耘，一分收获

一、完成交易的过程	(83)
二、说服顾客	(85)
三、促成行动	(89)
四、售后服务	(93)

第六章 追踪下线反应

——传销就是信守承诺

一、协助下线	(101)
二、调查现状	(103)

三、发现问题	(105)
四、研拟对策	(106)
五、注重训练	(108)
六、激励与赞赏	(110)
七、注重团队精神	(111)

第七章 训练的重要

——训练是传销永不褪色的潮流

一、训练的过程	(115)
二、缺乏训练的故事	(117)
三、训练扮演的角色	(119)
四、改变者的角色	(121)
五、加强者的角色	(124)
六、行动者的角色	(127)
七、启发者的角色	(129)
八、鼓舞者的角色	(132)
九、训练的种类	(134)

第八章 训练的核心

——地球的核心是岩浆，人类的是热心

一、经验的传播与继承	(139)
二、复制的重要	(141)
三、复制的五个环节	(143)
四、耐心与改变性训练	(145)
五、PTT 评量表	(147)
六、爱心与加强性训练	(149)
七、LRT 评量表	(150)
八、雄心与行动性训练	(152)
九、AAT 评量表	(154)
十、关心与启发性训练	(156)
十一、NIT 评量表	(158)
十二、信心与鼓舞性训练	(160)
十三、ENT 评量表	(162)
十四、复制程度评量	(164)

第九章 训练的阶段

——万丈高楼平地起

一、训练的指导和挥击课程	(169)
二、训练的型态	(172)
三、训练的程序	(174)
四、传销制度介绍	(176)
五、产品说明训练	(178)

六、创业说明训练	(180)
七、新传销商训练	(182)
八、家庭销售训练	(184)
九、销售技能训练	(189)
十一、顾客服务训练	(192)
十二、目标管理训练	(195)
十三、组织发展训练	(198)
十四、潜能开发训练	(201)
十五、人际关系训练	(204)
十六、时间管理训练	(207)
十七、激励领导训练	(210)

第十章 成功的训练者

——当卓越成为习惯，成功就是传统

一、成功需要练习	(215)
二、成功的训练者特质——迅速 ...	(217)
三、成功的训练者特质——可靠 ...	(219)
四、成功的训练者特质——接受指正	(220)
五、成功的训练者特质——善于沟通	(221)
六、成功的训练者特质——睿智 ...	(222)

七、成功的训练者特质——洞察力	(223)
八、成功的训练者特质——能力 ...	(224)
九、成功的训练者特质——感同力	(225)
十、训练下线自我检讨表	(226)

建立目标

——机会偏袒有心人

第一章

——建立目标，制订完成目标的计划，并且时时翻查实行目标的准备工作。