

势不可挡

沈秀涛 尹海龙◎编著

构建直销特种战队

Build Special Team for Direct Selling

孤则易折，众则难摧
一人力量有限，团队力量无穷
带上你的团队在直销领域里纵横驰骋吧！
我们是直销特种战队！

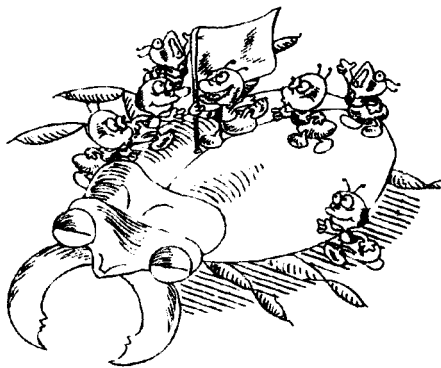


西南财经大学出版社

势不可挡

沈秀涛 尹海龙◎编著 构建直销特种战队

Build Special Team for Direct Selling



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

势不可挡——构建直销特种战队/沈秀涛,尹海龙编著.
成都:西南财经大学出版社,2005.11
ISBN 7-81088-397-6

I. 势... II. ①沈... ②尹... III. 销售—基本知识
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 125760 号

势不可挡——构建直销特种战队

沈秀涛 尹海龙 编著

责任编辑:汪涌波 李 才

装帧设计:汤 兰 冉小清

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://press.swufe.edu.cn
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	成都市白马印刷厂
成品尺寸:	148mm×210mm
印 张:	6.625
字 数:	130 千字
版 次:	2005 年 11 月第 1 版
印 次:	2005 年 11 月第 1 次印刷
印 数:	1—5000 册
书 号:	ISBN 7-81088-397-6/F·355
定 价:	13.80 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行中心调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

直销“二块五”？

这是一个需要直销的时代！

这是一个盛行直销的时代！

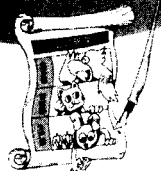
我们为什么总是要花三块钱才能买到成本只有五毛钱的东西？其他的二块五哪里去了？——到这些人的手中去了：产品总经销商、分销商、零售商。他们凭着自己在产品流通中的贡献，“瓜分”了那二块五！

二块五是不是个小数目？

是！它可能只够你在夏天买一支冰淇淋，在冬天甚至还买不到一双暖和的袜子。但又不是！想一想大海是怎样汇聚而成的，就知道我们为什么说二块五不是个小数目了。中国 13 亿人口，13 亿个二块五是什么概念？你从一、二、三开始数，数到 13 亿个二块五，恐怕要几十年！

如今，我们宣告：坚决省下这二块五毛钱！

怎么省？流通环节不产生费用是不可能的；对于传统的营销模式，我们也只能说：遗弃你，我过去的爱！如今我们爱什么？爱直销！理由很充分，也很简单——它可以给我省下二块五！在这里，笔者要说的是：亲身感受直销产品，用心去从事直销事业，你节省下的绝对不仅仅只有二块五那么简单！



势不

——构建直销 战队

当你事业的发展难以更上一层楼的时候，当你徘徊在事业抉择的十字路口的时候，当你的事业刚刚遭受重挫的时候……总之，当你感到一切都不尽如人意的时候，请把目光投向直销，它会向你敞开温暖的怀抱！

亲爱的读者，读到这里，面对直销“二块五”滴水穿石、雪中送炭的诱惑，你拒绝得了么？

前言

世上没有任何一件事是办不成的，天下也没有任何一座山是征服不了的。西楚霸王为什么会灭亡？只因为刘邦有一个由难兄难弟组成的军事集团！李世民为什么能登基？仅因为他有超强的文臣武将！

你也一样！

直销来了，却不是一块能够轻易就吃上的蛋糕。张三要和你抢，李四也说绝不让你独享！你的压力大了。放弃？是不可能的！在这个世界上，能够创立的功业，已经让人家抢完了。直销，是我的事业，谁都别想将我挤下这座独木桥！

那么，面对虎视眈眈的对手，你该怎么办呢？

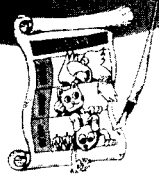
首先，挺直你的腰，坚信：天下事我不行，哪个还敢说行！

其次，像刘邦和李世民一样，带上一帮能征善战的大将，攻城略地去吧！

立在你面前的，有两座大山：一座是你的直销业绩；另一座是你的竞争对手。没有业绩，你谈什么事业呢？打不败对手，你谈什么成功呢？干掉它们，前面就是康庄大道！

移山需要什么样的方式呢？你自己扛着铁镐去敲吗？可以！但是你要干到什么时候呢？要等到三四十代子孙之后，玉帝派大力神来帮你吗？如果真是那样，你没有征服直销，直销已经征服了你。

移山最得力的武器，不是你的后世子孙和你手上的铁锹，而是和你一起开山的人。



势不

可挡——构建直销 战队

组建你的团队，训练你的团队，管理你的团队。然后，带上你的团队在直销江湖里纵横驰骋去吧！打造直销行业最优异的业绩，击败你最强大的对手，然后登上高处，振臂高呼：我为直销狂！

直销不是小孩的洋娃娃，随便怎样弄都行。直销要讲究技巧，要建立一个能征善战的直销团队，更需要技巧。谁都不想自己组建的队伍是散沙一盘，直销是个以人为本的行业，一个有向心力的团队就是直销人的生命。

当卓越成为习惯，成功也就水到渠成。

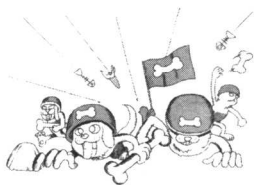
领略成功，从团队做起！打造一个无往而不胜的直销军团，不能再等。等，就是坐以待毙。迅速、可靠、睿智，才是直销人的作风！

在你包里放上这本书，就像你对待直销一样狂热地对待它！你的直销“梦之队”，将从这本书里走来！

目 录

序 /1

前言 /1



第一章

群策群力 团队制胜 ——直销团队的魅力

1. 独木难支 孤掌难鸣 / 2
2. 有目标才能有方向 / 5
3. 理念，不仅仅是口号 / 10
4. 领导是一门艺术 / 15
5. 留住员工 = 留住财富 / 19

第二章

韩信点兵 多多益善 ——建立直销团队的原则



1. 宁缺毋滥 / 24
2. 以人为本 / 28
3. 惟才是用 / 32
4. 架构、金字塔与千层饼 / 37
5. 打赢，才是硬道理 / 41



势
不

可挡——构建直销战队



第三章

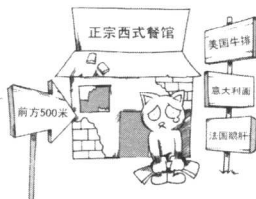
揭竿而起 招兵买马 ——员工从哪里来

1. 在职的朋友看过来 / 46
2. 毕业生的出路 / 50
3. 失业不是一种罪 / 54
4. 烈士暮年，壮心不已 / 59
5. 中间派的终极空间 / 63

第四章

诱惑绝不等于蛊惑 ——如何吸引员工加入

1. 打响你的广告战 / 68
2. 传单与告示的号召力 / 72
3. 口碑相传的感染力 / 76
4. 团队形象，抵挡不住的诱惑 / 80
5. 成功者，彰显魅力的手段 / 84
6. 公益活动，无言的宣传 / 88

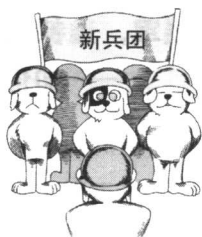




第五章

宝剑锋从磨砺出 ——如何培训员工

1. 不可或缺的培训 / 94
2. 培训有没有计划 / 98
3. PTT, 耐心决定一切 / 102
4. LRT, 爱心的感召力 / 106
5. AAT, 雄心壮志可以凌云 / 110
6. NIT, 关心是一种温馨 / 114
7. ENT, 信心无坚不摧 / 118
8. 复制, 复制, 再复制 / 122



第六章

掌控才是硬道理 ——如何管理员工

1. 放任自流是一种罪 / 128
2. 别让“文化”为所欲为 / 132
3. 会议, 管理的瑰宝 / 136
4. 进度跟进, 随时纠正 / 140
5. 激励, 铸造团队向心力 / 144



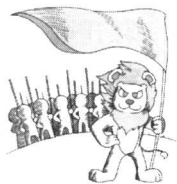


势不

可挡——构建直销战队

第七章

强军，谁都别问理由 ——如何壮大直销团队



1. 赘肉的烦恼 / 150
2. 让员工强大起来 / 155
3. 提升领头羊的引擎力 / 160
4. 让“掣肘”见鬼去吧 / 165
5. 五虎将还差其几 / 170

附录一 / 174

附录二 / 194

策划者的话 / 199

第一章

群策群力 团队制胜 ——直销团队的魅力

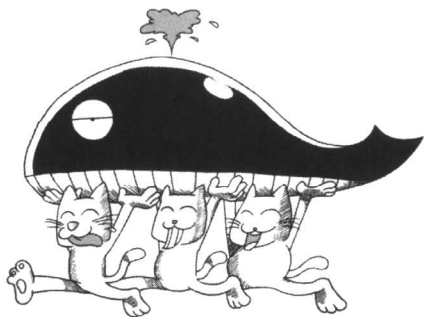


这已经不是一个单打独斗的世界，所谓“孤掌难鸣，独木难支”就是这个道理。组建一支积极向上和具有凝聚力的团队，对外既可以作为自身发展的前进动力，又能“冲锋陷阵”，对内还能形成向心力和凝聚力。

直销行业的团队，必须保持和提升在不同环境下的超级竞争能力，团队才能领先，团队才能制胜。直销是个需要群策群力的行业，任何一个人想独自过“景阳冈”都是不可能的！



1 独木难支 孤掌难鸣



对于直销来说，一个优秀的团队意味着成功，意味着所向无敌，意味着财富滚滚而来。它会把你带到一个成功者才能登上的宝座，可以让你顺利地达到你制定的直销目标。

任何一个公司、一个团队，要想在这个充满激烈竞争的市场上仅凭个人英雄主义就征服一切，大唱凯歌，已经变得非常不现实了！这种时代已经一去不复返。要想赢得市场的决胜权，掌控自己的事业发展方向，惟一的途径就是：通过团队的力量来提升你的竞争力。只有你的团队比别人更优秀，才能在竞争中占优势。发挥团队的力量已成为赢得市场竞争的首要条件。

直销，作为一种特殊的市场营销方式，它同样需要一个非常有战斗力的团队！

海尔是个向来就很重视团队的公司，它一旦发挥团队的力量，就

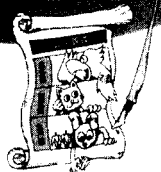


往往会做到很多其他公司难以想像的事情。在海尔内部流传着这样一个平凡的故事：法国的一家电器经销商因为海尔的竞争对手给出了更优惠的条件，决定解除和海尔的合作，但是因为合同的限制，他们不能够说放就放，于是他们的智囊团出了一个损招：要求海尔必须在两天内发出他们要的一大批货，否则将取消和海尔的合作关系。两天之内要将如此多的货发出去，意味着当天下午就必须将所有的货物装船。货要出海，必须经过海关、商检等部门的审批。而海关、商检等部门一般在下午5点就下班了。海尔还剩3个小时的准备时间。要在这样短的时间内完成如此庞杂的工作，在其他人看来，是绝对不可能的！但是，海尔做到了！

为了将不可能变为可能，此时海尔人便充分发扬他们的团队精神：他们采取齐头并进的办——调货员去仓库调货，报关员到海关报关，内务联系船只……海尔上下的每一条神经都为这批货物跳动起来了，每个员工都全身心地投入到工作中。他们的口号是：绝不浪费每一分钟。下午五点半，海尔给法国的这位经销商发出了“货物发出”的通知单。这位经销商吃惊之余，对海尔不得不产生了由衷的敬意，并立即婉拒了海尔竞争对手的“好意”，还破例向海尔发出了感谢信。

如果当时海尔只有张瑞敏一个人来做这件事的话，后果是个什么样子，就不言而喻了！海尔能够在世界电器行业“呼风唤雨”，在很大程度上就得力于它的团队协作精神。

直销行业也一样。直销立法之后，这个行业的竞争将会比任何行业都更为激烈。单凭一己之力，要在直销行业打出一片天下来是绝对



势不

——构建直销战队

不可能的。

如果一个直销团队具备了下面三个方面的能力，那么直销就不存在什么问题了。

☆ 团队的凝聚力

团队和成员之间的凝聚力是最重要的。一个优秀的团队应该给员工强烈的归属感。一个团队成员如果能强烈感受到自己是团队当中的一分子，就能把个人的利益和团队目标紧紧联系在一起。此时，员工对团队就会表现出一种忠诚，对团队的业绩表现出一种荣誉感，对团队的成功表现出一种骄傲，对团队的困境表现出一种忧虑。当个人和团队紧紧相连的时候，凝聚力就更深刻地体现出来了。

☆ 团队的合作意识

合作意识指的是团队和团队成员、成员与成员之间表现出的合作、协同地完成一项工作的表现。团队与成员、成员与成员之间相互依存、同舟共济、互敬互重、礼貌谦逊是合作精神的最好表现。他们彼此间相互帮助、相互关怀，大家共同提高，利益和成绩就在不自觉中提升了。良好的合作氛围是高绩效团队的基础，没有合作就谈不上最终很好的业绩。

☆ 团队的高昂士气

态度决定一切。一个没有高昂斗志的团队就是一盘散沙！让你的团队成员对团队事务尽心尽力，你将战无不胜。

独木难支，孤掌难鸣。打造一个一流的直销团队，是你无往不胜的关键。



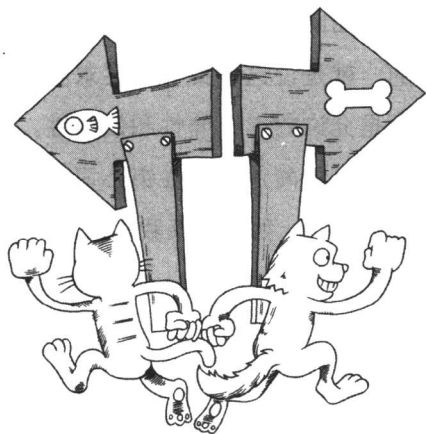
2

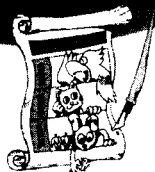
有目标才能有方向

虽然“团队”是个炙手可热的话题，虽然团队的建设和管理得到了所有公司和企业的重视，但是，对于团队的概念，仍然没有一个像什么是勾股定理什么是电磁感应那样精确统一且被公众普遍接受的定义！有多少研究团队理论的著述，就有多少关于团队的解释！

虽然关于团队的解释莫衷一是，但万变不离其宗，它们都有一个共同点：

团队是一个共同体，它由员工和领导员工的管理者共同组成。该共同体在合理地、充分地利用每一个成员的知识和技能的前提下，协同工作，解决问题，以达到共同的目标。





在团队建设中，有人做过这样一个调查：团队成员最需要团队领导做什么？调查结果显示80%以上的人都希望团队领导指明目标或方向，并指导团队朝着目标前进。

团队目标是团队存在的基础。没有目标的团队是不成其为团队的。在团队构成的五大必需要素中，排在第一位的就是 Purpose，即所谓的“目标”！

团队必须有一个既定的并可以执行的目标。这个目标的作用是：为团队成员的工作导航，以使团队在暗潮汹涌的市场竞争中不至于像没有航标的海船一样迷失方向。团队目标是激励团队员工积极进取的原动力，没有目标的团队就像一艘没有目的地的邮轮，只能在海中央像幽灵一样飘荡。总之，目标是团队建设的旗帜，是团队建设的共同愿景，没有目标的团队就没有存在的价值。

直销团队也一样，而且从一定意义上说，直销团队对目标的要求远远高于传统事业的团队！从事传统事业的团队，他们的目标允许是线性的或面性的，就是说这种目标不要求团队的工作或业绩达到一个特定的点，而是允许它有延伸性和偏离性。直销团队的工作相对简单，它就是一个直接向消费者推销公司产品过程，所以它的目标是可以直接量化的。比如：今天我们团队的任务是卖出 10 套产品，那么，销售 10 套产品就是目标。如果只销售了 9 套半，我们的工作就是失败的！

和传统事业的团队相比，直销团队对目标的要求和他们有共同的地方，那就是目标必须明确。目标不明确就等于没有目标。仍然以每