

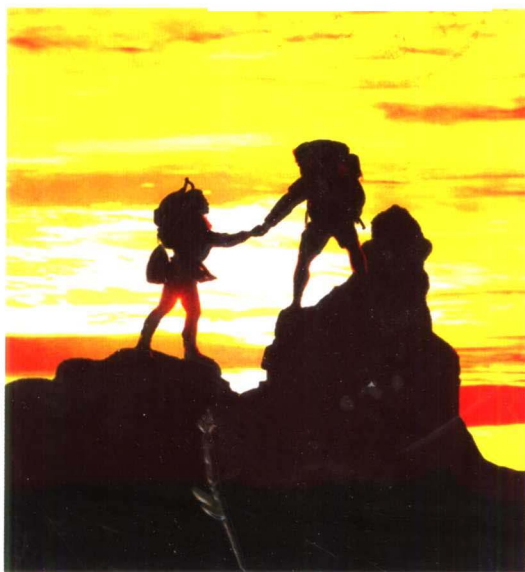
本书是所有直销员的制胜武器和思想法宝

21世纪中国经典直销丛书 ⑥

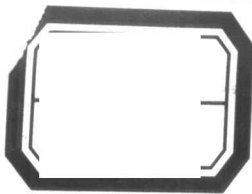
超越卓越

直销商成功之路

阳林峰 著
胡远江



彻底披露成功直销商的成功奥秘



所有直销员的制胜武器和思想法宝

中国经典直销丛书 ⑥

超越卓越

直销商成功之路

阳林峰 著
胡远江



民族出版社

彻底披露成功直销商的成功奥秘

图书在版编目 (CIP) 数据

超越卓越——直销商成功之路 / 阳林峰, 胡远江著—北京: 民族出版社, 2005.1

ISBN 7-105-06749-7

I. 超... II. ①阳... ②胡... III. 销售—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 000502 号

超越卓越——直销商成功之路

著 者: 阳林峰 胡远江

策 划: 罗光清

责任编辑: 彭新良

装帧设计: 庄文智

出版发行: 民族出版社出版发行

地 址: 北京市和平里北街 14 号

邮 编: 100013

印 刷: 三河市华新科达彩色印刷有限公司印刷

版 次: 2005 年 1 月第 1 版

印 次: 2005 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 毫米 1/16

印 张: 18

字 数: 220 千字

书 号: ISBN 7-105-06749-7/F · 186

定 价: 28.00 元

版权所有 翻印必究

编辑室电话: 64299507; 发行部电话: 64211734



阳林峰 著名的市场营销管理专家，中国营销研究院特约研究员，杰出的团队建设锻造者和著名的培训导师。先后出任过大型民营企业总经理，中外合资企业副总裁、总裁、外商独资企业总裁等职。拥有丰富的市场营销实战经验，在企业营销通路、产品上市策划、团队组织建设、企业经营管理等领域有着独特的研究成果。曾先后接受过中央电视台经济频道、北京电视台、《北京晚报》、《成功营销》以及《中国商人》等多家媒体专访。被业界和传媒誉为“中国体验营销训练第一人”，连续两届（2003、2004年）被邀请成为中国直销论坛主讲嘉宾，十年的行业经验，使其成为中国直销业难得的理论与实践的双栖人才。现任北京商业管理干部学院客座教授、中国直销学院副院长、北京人才服务中心销售培训中心经营顾问、北京人才服务中心社会培训中心特聘培训师。



▲ 阳林峰先生与中国直销
问题研究专家胡远江教授及
著名教育培训专家江满逸先
生在一起（中为胡远江教授）



▲ 阳林峰先生与《中国直销
研究》杂志执行主编龙赞先生
合影



▲ 阳林峰先生与中国直销
资讯中心主任、《中国直销专
业网》首席执行官罗光清先生
合影



▲ 阳林峰先生与中国直销
战略规划专家常远山先生合
影



▲ 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家龙
俊安先生合影

► 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家谷
峪先生合影



► 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家马
圣岳先生合影



► 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家余
国平先生合影



► 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家刘
芯伶女士合影



► 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家譙
静女士合影





▲ 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家刘
玉清女士合影



▲ 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家蓝
树荣先生合影



▲ 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家郭
峻玮先生合影



▲ 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家邓
启国先生合影



▲ 阳林峰先生、胡远江教授
与国内著名团队建设专家陈
凯先生合影

功夫在书外

一位“超越卓越”者的精神家园

中国商业经济学会常务理事

中国直销业资深研究专家

远 江

中国直销学院院长、教授

随着直销问题在中国的热炒，我这位冷门学者在整个 2004 年度便也随之成了诸多新闻界朋友了解中国直销业的一个窗口。在众多采访中，《南方日报》的谢思佳小姐独具慧眼。她曾问过我：中国直销法出台以后，未来业界遭遇的最大难题可能是什么？记得当时我脱口而出：“专业人才”。随后她要求我解释，我说中国直销业界顶尖人才奇缺，充其量也就 30 人，而且以这么一种人才规模要支撑未来的行业发展，实在有些捉襟见肘。那么在中国直销业界的这种人才规模中，《超越卓越》一书的作者阳林峰先生有没有位置呢？以我对中国直销行业 14 年零距离观察和研究的结果以及中国直销行业第一顾问品牌——北京海畴企管顾问公司所建立的行业人才库来看，我敢肯定，阳林峰先生当之无愧属于中国直销业界 30 人之一。也正因为如此，当其和我合作新的作品问世之际，我觉得有必要写上几句，以之与本书未来的读者们共同分享中国直销行业一位“超越卓越者”的精神家园。我把它命名为功夫在书外，其用意则是想和朋友们体验书本之外的阳林峰先生的世界。



二

宋朝大诗人苏轼在描述庐山体验时曾写诗为证：“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，其解读的是作者从各个不同的层面去观察庐山的感悟。对于阳林峰先生而言，和其距离不一样的人所观察到的结果也自然不同：有人认为他是一个优秀的经销商；有人认为他是一个卓越的管理者；有人认为他是一个难得的行业领袖，相信其各有自己的观察点。但以我对于阳林峰先生的立体透视看，他应该是一个“三合一”式的人才，即“经销商、企业高管人员和行业领袖”三重身份的有机结合，同时也自然是以上三种身份所要求的智慧才华的有机融合。也只有在此基础上，阳林峰先生才能位居中国直销业界30位杰出人士之中。解读阳林峰先生的直销之路我们就可以检索到：阳林峰先生1995年进入直销，从一名基础业务员做起，有数年打造几十万团队的优秀记录；而其在仙妮蕾德公司和天狮公司所建立的影响力迄今为止让他享誉业界。他在这10年之中作为企业高管所跨越的历程，无论是美吉乐的首席教育师，还是莱润嘉国际集团的首席执行官，其在管理上所凸现出来的精干和创新都让其合作者深为折服。因此，站在2005年的今天来审视阳林峰先生，10年磨一剑式的成长历程，使其不仅深谙一个直销商从零开始走向创造辉煌业绩之路的规律和从普通业务员开始走向行业知名领袖之路的规律，更使其深谙一个直销企业如何才能孵化出千万卓越的营销人员并使其创造巨大销售绩效的规律。正因为通过自己亲身的经历对这些行业规律的把握，阳林峰先生能够在经销商、行业领袖和企业高管三种角色上走上卓越，这也就不足为奇了。因为实践出真知，卓越的水手和航海家总是成长于大海之上以及迎风斗浪的轨迹之中。

三

唐代散文家韩愈先生曾经写过一篇著名的散文《师说》，其中说道：“师者，所以传道、授业、解惑者也”，意指老师是应该传授规律解答疑难、教授生存和发展本领的。那么，一个老师，何以能够做到这一切呢？关键在于他自己要懂道、悟道。这条路线同样适用于一位在某一行业取得了卓越绩效的人士。阳林峰先生便是如此。很多接触过阳林峰先生的人只看到他传道授业的一面，而没有看到他懂道悟道的一面。通过我对阳林峰先生10年一剑生活之路的求证，我发现他实际上一直在默默地做着三项工作：第一，研究者的工作；第二，传播者的工作；第三，组织者的工作。第一项工作使他总是在学习和整合各种行业最新的资讯，研究中国直销行业发展的各种规律以及传播这些规律的途径和方式；第二项工作使他能不断地站上讲台把自己的研究成果告知大家，并把自己的成功方式复制给中国直销业中的后来者，真可谓言传身教；第三项工作使他在推动团队和企业成长时还要不断担负教育培训组织工作，以管理者的身份来推进这种教育的实施，协助团队和组织建立教育培训实践体系。凭我对中国直销行业14年的观察，要身体力行承载以上三项工作，确实一般人没法做到。有的讲师从懂道程序上只是投名师进行复制，缺乏亲身历练基础上的总结与融合，其所赖以演讲的“道”空洞而无实战指导性；有的讲师从传道程序上只是为收入而奔走，缺乏讲坛上的激情与责任心，他们的教育培训活动就像流水线上的产品一样千篇一律；有的讲师从组织教育的程序上从来就是空中飞人，只会做动嘴皮子的“大师”。对于阳林峰先生而言，他则不是这样，他是把研究者、传播者和组织者有机结合起来，把升华后的经验形成“道”，完成悟道流程；而后再把这



种道进行传递，完成传道、授业、解惑的师者职责。

四

在课堂中见到阳林峰先生的人大体上会形成一个最鲜明的印象，那就是每当他从讲台上下来之时，他的脸上总是汗渍纵横，其衣服干了又湿，湿了又干的循环式干湿痕迹清晰可见。为什么会有如此的结果呢？除了他是一个纯粹力量型男人的重要原因之外，关键在于他用心讲，总是在课堂上燃烧自己真诚奔放的激情。但如果你有过长时间和阳林峰先生零距离接触激情的经历时，你就会发现，阳林峰先生的这种激情何止现于讲台上？这种激情实际上在他的生活中无处不在。而据我的观察和了解，阳林峰先生这10年以来，他养成了一个新的与众不同的生活模式，那就是以“激情、学习和成长”为核心内容的生活模式。在这种生活方式中，他的激情贯穿于自己的全部生活，对待任何事情他都能做到精神饱满，全力以赴，精益求精，在工作中他永远像一台被启动的发动机，从没有熄火下火来的时候。在这种生活方式中，他同样也把学习作为一个必要的组成部分融入他的生活，他喜欢学习，他挚爱学习。他不仅每月必购一定的图书音像资料向书本学习，同时也随时向同行广泛学习，并且在实践中注重调研、分析。这种学习10年如一日，他从未停止过。在这种生活方式中，对于成长的追求始终是他的一种生存状态，从经销商跨越到行业领袖，从行业领袖跨越到企业高管；从传统营销跨越到创新营销等，他把这种不断的超越当做了他的精神家园。正是基于这些，我以为激情、学习和成长铸就了阳林峰先生。

五

其实，对于阳林峰先生的解读，我早就有所承诺为业界朋友们写篇文章，但无奈一直锁事缠身，再加至近些年来在笔耕上又有些懒惰，自然难以如愿。适逢这次阳林峰先生和我共著的新作出版，朋友们务必让我对其做些点评。我在本书即将付梓之际就说说阳林峰先生，惟愿能把他走上卓越者的求索之道勾勒出来，我就于心为安了。

二〇〇五年一月三日于

北京海淀区知春路

学院国际大厦1802室

目 录

第一章：人类进入多变时代 11

20世纪80年代，是产品质量至上；90年代，是品牌和形象设计至上；到了21世纪，就是速度至上！速度将打破人类发展中原有的思维方式和行为模式，以致改变所有的商业模式。

第二章：发现财富潜藏区 24

专家发现：第一，流通环节就是财富。谁能占有、控制流通环节，谁就能控制财富。第二，消费者创造了人类的财富。第三，消费者虽然创造了财富，但不能分配财富，为什么？因为财富在产品的流通过程中被中间环节层层分配了。

第三章：传统营销遭遇危机 30

传统的营销模式在企业的发展运作过程中逐渐显露出弊端。第一，流通中的多环节增加消费者负担；第二，流通中的多环节导致假冒伪劣商品出现；第三，三角债阻碍企业产品流通和企业经营。因此，营销方式的变革势在必行。

第四章：直销成为创新营销 36

直销是一种突破性的崭新营销模式，它独创地使顾客有资格成为经营者且平等参与社会财富的再分配，把顾客与零售终端之间一买一卖的纯顾客关系变成了合作经营的生意伙伴关系。

第五章：直销创造不在职收入 46

社会竞争越来越激烈，生意越来越难做，下岗和失业的人越来越多，所以我们今天需要的不仅仅是获得在职收入，更多的是需要创造不在职收入。直销就能让你凭借制度的保障，继续获得稳定的经济回报。



第六章：选择比努力更重要 63

太多的时候，一个人之所以没有成功，不是他不努力，也不是他不够辛苦，更不是他不够投入，而往往是因为他在做出选择的时候就错了。因为选择错了，尽管付出了很多，但最终还是没有取得成功。

第七章：点燃心中创业的激情 76

选择比努力更重要；但从另一方面来讲，只有努力工作才是成功的前提，而聪明的工作却是成功的关键。如何做到聪明地工作？首先你就应该做好成功的准备，真正下定决心，立志在直销行业中实现自己的梦想。

第八章：制定改变你命运的目标 89

一个人如果没有目标，就像一艘轮船没有舵手一样，只能随波逐流，无法掌控前进的方向，最终搁浅在绝望、失败、消沉的海滩上，甚至触礁翻船。在前进的道路上如果没有目标，你是很难到达理想的彼岸的。

第九章：立即着手列名单 103

名单是直销员一切工作的源头，没有一份完备和详细的名单，直销员就不可能有效地去利用并扩大自己的人际关系网络。当你的创业资本是人际关系而不是资本和经验时，一份较大的名单理所应当成为决定你是否能够取得成功的关键因素。

第十章：做好正确的邀约 117

直销员邀约自己名单上的人选的目的是为了创造一个与你未来的合作伙伴见面，且给他详细讲解生意的机会。如果你掌握好了正确进行邀约的技巧，对你事业的成功是有相当大的帮助的，真正有效的邀约方法是你能邀到任何人的方法。

第十一章：直销商的人际沟通 133

直销商的工作实际上就是人际沟通的工作，良好的沟通是直销事业成功的重要因素，良好的沟通能力是直销商必备的素质。人际沟通就是相互了解、相互认同并满足彼此需求的一系列过程。

第十二章：发挥系统教育培训优势 154

未来中国直销业最具竞争力的地方在哪里？在于它的教育培训系统和团队的力量，在于一家直销公司是否有深厚的系统文化积淀。直销公司的直销员是以“面对面”的方式，在并不固定的场所来进行产品销售的。

第十三章：如何做好家庭聚会 161

“家庭聚会法”是直销事业中最简单的聚会方式，也属于创业说明会的另一种基本形态，家庭聚会做得好，做得成功等于已经迈出组织运作成功的第一步。它借着家庭的温馨气氛，可使新朋友感觉无压力，促使伙伴之间更加融洽。

第十四章：做好及时跟进 173

跟进是个重要的环节。常规行业表明，一个目标的达成，一般需要7~9次的跟进。在直销领域也不例外，一般的新加入者可能要经历这样一个过程：自己了解情况、咨询、再咨询、下定决心、动摇、再下定决心或者放弃，最后才会付出实际的行动。

第十五章：做好产品销售及服务工作 182

当我们的产品销售出去后，我们应注意做好服务工作，良好的售后服务是下一次销售的开始。服务对维系整个销售体系的正常运作起到关键性的作用，产品销售出去后，服务得好，整个后续工作都可以跟上。



第十六章：做好百分百系统复制 195

系统复制就是所有直销员统一用同一种方式，按照统一的方法和统一的流程来拓展自己的事业。直销中的系统复制就是100%地按照成功老师的方法去做，然后把我们所学到的知识原原本本地教给新的合作伙伴，这样一代一代复制下去。

第十七章：直销员的自我激励方法 204

激发出直销员对于从事这个行业的勇气和必胜的信念，是完成直销员自我激励的关键所在。本章阐述勇气来源于实践，重复做可增加勇气，敢于面对失败，勇于做应该做的事，勇于忘我即成新我。

第十八章：直销员的自我管理 211

直销员的直销活动能否收到良好的成效，很大程度上取决于直销员有无良好的自我管理能力。这是因为：其一，每位直销员的身份都是独立的商人，直销公司的老板并非直销员的老板；其二，事业推荐人及上级直销员只是该直销员的伙伴与支持者，并非本直销员的上司；其三，直销员的直销行为全凭自愿与自觉，没有任何硬性的指令。

第十九章：优秀直销员经验谈 220

正如大家所熟知的，弱者等待机会，强者把握机会，智者创造机会，直销是一个属于智者创造的魅力四射的行业，在这个行业里，涌现出许多优秀的直销商，学习他们的成功经验，将帮助你获得快速的成长。

附录：阳林峰直销培训系统模板 256