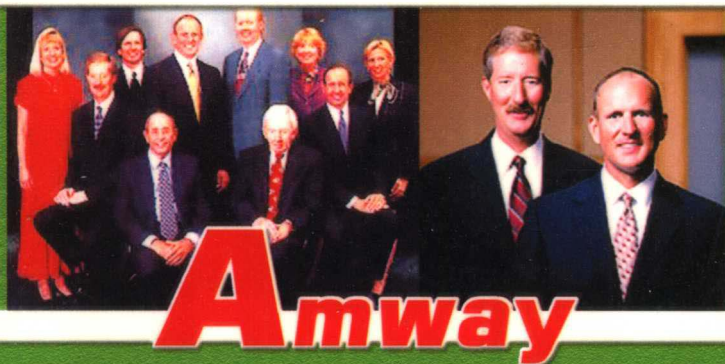


安利

给中国直销员的9个忠告

9 Advise To China Businessman by



成功直销员必备的最佳直销手段

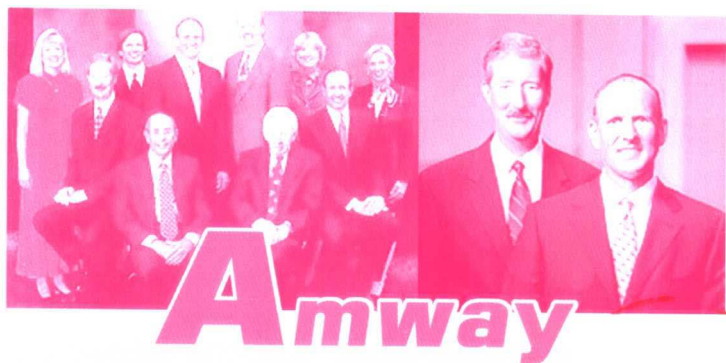
陈荣华◎编译



安利

给中国直销员的9个忠告

9 Advise To China Businessman by



陈荣华◎编译

群言出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

安利给中国直销员的 9 个忠告/陈荣华编译. - 北京:
群言出版社, 2004.12

ISBN 7-80080-461-5

I. 安… II. 陈… III. 企业管理: 销售管理 - 经验 - 美国 IV. F279.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 124206 号

责任编辑 麟 锡

封面设计 云龙工作室

出版发行 群言出版社

地 址 北京东城区东厂胡同北巷 1 号

邮政编码 100006

联系电话 65263345 65265404

电子信箱 qunyancbs:dem@xinhuanet.com

印 刷 中国电影出版社印刷厂

经 销 全国新华书店

版 次 2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 10

字 数 250 千字

印 数 1 - 10000 册

书 号 ISBN 7-80080-461-5

定 价 20.00 元

[版权所有, 侵权必究]

如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请寄回本社发行部更换, 服务热线: 010-65220236。

前 言

在无数成功的直销个案中，直销员自己如何训练自己的能力并且高效地运作方案？这是摆在第一位的问题。

作为影响全球、被誉为最具“直销智慧”的安利显然在这个问题上有着卓越的见识，他认为：“任何一名直销员都必须不能以漫不经心的态度去应付自己的工作环节，而是要以简捷、高效的方式去面对直销目标、面对直销过程和面对直销的客户。”

为此，安利提出了一个著名的直销理念，而“直销的对象不是客户，而是自己的工作细节”——只注重客户的直销被称为传统方式直销，而注重从自身能力、经验艺术的直销被称为优化式直销方式。如果选择后者，就意味着你已经选择了真正可行的现代直销之道。

在名震全球近 350 家巨型公司的安利看来，最优秀的直销员不是靠客户来强化的，而是靠自己直接切入市场赢得的。以下几条被称为“安式直销经验链”：

第一，不明确自己做什么，就等于不明确客户需要什么？

第二，当你在推销面临最大挑战的时候，同样的直销员也会面临这样的考验。

第三，你随意去应对客户，如同一只在树杈上没有目标而盲叫的麻雀。

第四，不成功的直销，不是因为路子太少，而是因为你不会选择路子。

第五，从一点开始去做好自己直销方案，永远胜于四处开花式的多点进攻。

第六，不要以为你永远比客户聪明，而要认为客户永远比你精明。

第七，以最快的速度，在客户面前作出诚意，可信的反应，而不能若有所思地摆弄装出一套小技巧。

第八，懂得舍去利润时，实际上换回比利润更为值钱的人心。因此，就会有下一笔生意等着你去分享。

作为直销员，应当仔细体会“安利直销经验链”，从中想一想自己存在哪些问题，还有哪些需要“急救”的地方，绝不能做“一锤子买卖”，更不能做“黑心生意”，否则都是在市场上混不长久的“小把戏”。

今天，在这本书中，我们大量吸收“安利直销经验链”，目的是把安利最优质的直销智慧和艺术集中传授给大家，让大家领悟直销之外的智慧所在！

目 录

一、直销员学会设计是成功的起点

任何一名直销员都应当懂得自我设计的意义，并以此让自己的工作达到目标与细化的结合；否则，就绝不可能成为一个有条理、有效率的优秀直销员。

——摘自安利《冲向直销目标》之一

- 1. 缺乏自我设计，是一生最大的失败 (3)
- 2. 只要你的设计眼光看得够远，就一定能
真正飞起来 (6)
- 3. 要不惜一切代价，真诚地投入到事业中 (9)
- 4. 检讨自己的设计是否“合乎实际” (12)

5. 没有一种成功完全不需要准备和设计 (16)
6. 把错误和失败当作反思的对象, 就能将它们逐出脑外 (19)
7. 设计是任何行动的指南 (22)
8. 放弃自我本色, 不可能赢得人生胜局 (26)
9. 渴望着做得好一点, 就必须比过去设计得好一点 (29)
10. 一个真正的设计必定充满挑战性 (31)
11. 绝大多数人都是遵从某种习惯来生活的 (33)

二、直销员把握最佳成事的机会法则

任何成功的直销, 都是对机遇的准确捕捉, 因此有句行话说: “机会是直销员的第一敏感点”。只有把机会变成成功资本, 直销员才可能攻克面对客户的任何难题。

——摘自安利《冲向直销目标》之二

1. 如果把握住潮头, 就会领你走向目标 (41)
2. 总是埋怨没有机遇, 就永远没有机遇 (45)
3. 机遇就在你的眼里、手里 (47)
4. 幸运之神会光顾世界上的每一个人 (50)
5. 惟有去创造机会的人, 才能建立轰轰烈烈

的丰功伟绩	(52)
6. 在风险中逮住机遇	(56)
7. 勤奋者能将最平凡的机会变为千载难逢的机遇	(61)
8. 身陷困境时必须主动找出问题的症结	(65)

三、直销员用优质心态对待每一位客户

直销员的心态质量往往决定其成败——一个不善于磨炼自己承受压力的直销员，一定会被拒绝于成功之外，反之，就会获得更多的营销胜局。

——摘自安利《冲向直销目标》之三

1. 积极心态会使你在面临恶劣的情形时 仍能寻求最好的结果	(71)
2. 懦夫与英雄之别在于“积极”两字	(74)
3. 灰暗的心情，会在心底播下不良的种子	(76)
4. 心态造就着自己的工作成效	(80)
5. 挖空心思地去推销自己	(82)
6. 失败是进步的里程碑	(87)
7. 不做世上最容易失败的三种人	(90)
8. 明天就开始重建自己的目标	(93)
9. 自己的决定比别人的意见更可贵	(96)
10. 面对今天，就能充分地运用你的力量	(99)

四、直销员切忌沾染上坏习惯

在直销工作中注意强化自己的能力，克服一些不良习惯，是保证一个直销员究竟能否做得更出色的基本素质。这一点，是千万不可忽略的！

——摘自安利《冲向直销目标》之四

1. 依靠自己，就会变得日益坚强 (103)
2. 大多数人常因冲动做错事 (106)
3. 主意不坚和优柔寡断是致命的弱点 (111)
4. 愈是在意自己没有办法的事，就会愈生气 (114)
5. 毫不留情，才能远离平庸 (116)
6. 轻率和疏忽所造成的祸患不相上下 (121)
7. 骄傲自满与争取胜利是不相容的 (124)

五、直销员掌握冒险系数与成功概率的关系

没有冒险的成功，就等于企图享受别人给你送来成功的果实，这可能吗？因此，优秀直销员都相信这条定律：“在大冒险中获得最大利润！”

——摘自安利《冲向直销目标》之五

1. 冒险精神不是探险行动	(129)
2. 只要把头抬高一点，你的工作再也 不单调乏味了	(132)
3. 冒险可以引发一串新的梦想	(134)
4. 击破“不要去尝试”的心理	(138)
5. 虽然“看着黑”，但是走下去	(143)
6. 不敢开创自己，只剩一个狭窄的牢笼	(148)
7. 如果我们有信心，就是以上帝所赐的 创造天赋去作赌注	(151)
8. 精明的人能谋算出冒险的系数有多大	(155)

六、直销员精通与客户往来的智略与方法

与客户打交道，首先它是一门艺术，而不是一个简单的你说我说的过程。因此，如何用更为智慧的方法赢得客户之心，是成功直销的第一课。

——摘自安利《冲向直销目标》之六

1. 保持冷静的头脑首先要相信自己的头脑	(161)
2. 潜意识就像一座肥沃的田园	(163)
3. 勇于变化，立即行动，才能打破现状， 改变环境	(166)
4. 拼命去激发和利用自己的创造性想像力	(170)

5. 克服困难就必须学会真正思考 (171)
6. 能见人所不见, 可能产生新的创意 (174)
7. 只要将想法写在纸上, 便很容易集中精力
作出正确的设计 (179)
8. 学会让判断力达到顶尖状态 (182)

七、直销员善于嫁接别人的长处, 可加速自己的工作效率

不同直销员的能力虽然是有差别的, 但你不能因此就自甘落后, 而应当向更强者学习, 以补充自己的不足, 从而以“短”、“平”、“快”的方式超越自己, 从而成为一个高效运作者。

——摘自安利《冲向直销目标》之七

1. 只有帮助更多人成功, 你自己才能更成功 (189)
2. 得到人们的尊敬, 赢得别人的合作 (192)
3. 以互惠互利为最佳方案 (194)
4. 如果不能打败他们, 就和他们结合 (196)
5. 设计出“赢一赢”的模式 (199)
6. 给你的竞争对手打分 (206)
7. 把对方看得比自己重要 (209)
8. 学会去“嫁接”别人的优点 (214)

9. 从请教中获得忠实的劝告	(219)
----------------------	-------

八、直销员在行动过程中“永不放弃” 的黄金定律

如何在困难中让自己变得更为强力？这是每个直销员都直接面临的问题。请记住：“永不放弃”，是惟一可行的致胜法则。

——摘自安利《冲向直销目标》之八

1. 挫折不等于失败，只有放弃才会失败	(225)
2. 不放弃努力，就会从挫折中提炼出工作良方	(226)
3. 困境是激励你重新工作的要素	(230)
4. 继续为生活而努力设计的人，才能享有新生命 ...	(233)
5. 掌握“按部就班”的做事方法	(238)
6. 绝不要依赖机会或好运气	(241)
7. 一心向着理想奋进，才能赢得人生最佳方案	(244)

●
目
录

九、直销员从一般到卓越的路径

“如何做大自己的目标？”直销员，特别是那些想达到卓越目标的直销员，更是以此为自已工作

的动力。当然，制定自己的“下一步计划”，执行自己的“下一个步骤”，优化自己的“下一次方案”，是必须要考虑的三大要事。

——摘自安利《冲向直销目标》之九

1. 最重要的是立即执行自己 (251)
2. 把你需要做的事分解成是一个个“小抽屉” (255)
3. 任何人如果想让人瞧得起自己，就非得秉持完美无缺的精神 (258)
4. 一个人要想拼搏成功，做事必须精益求精 (260)
5. 如果你所做的事情产生怀疑，事情往往会做得很糟糕 (265)
6. 只有行动才能使人做得更好，走得更远 (268)
7. 必须明确改变自己的方法 (271)
8. 营造自己：远大的努力与有力的支柱 (275)
9. 走到一个你不曾预期的地方 (278)
10. 只有学会自救，才能超人一等 (280)
11. 成功与失败的差别只在细节上 (283)
12. 做你自己喜欢做的事情 (287)
13. 一定信守自己正确的选择 (292)

直销员学会设计是成功的起点

任何一名直销员都应当懂得自我设计的意义，并以此让自己的工作达到目标与细化的结合；否则，就绝不可能成为一个有条理、有效率的优秀直销员。

——摘自安利《冲向直销目标》之一

1. 缺乏自我设计， 是一生最大的失败

人生需要仔细规划，否则只能使自己每天过粗糙的生活。能拼能赢者的习惯之一是：善于在自己的人生规划图上精打细算！

曾经有两名瓦工，在炎炎烈日下辛苦地建筑一堵墙，一名行路人走过，问他们：“你们在干什么？”

“我们在砌砖。”一个人答道。

“我们在修建一座美丽的剧院。”他的同伴回答。

后来，将自己的工作视为砌砖的瓦工砌了一生的砖，而他的同伴则成了一位颇具实力的建筑师，承建了许多美丽的剧院。

为什么同是瓦工，他们的成就却有着如此巨大的差别？其实，我们从他们两人不同的回答中，已经可以看到他们之间不同的人生态度——前者把工作仅仅当成工作而已，后者则把工作当作一种创造；前者在那儿只知道把一块块砖砌到墙上去，别的一概不知不问，后者不仅是在把砖砌到墙上去，而且他的目的很明确，要修建一座美丽的剧院。

两个人在做同样的工作，一个有设计，一个无设计，这

就是造成两人成就不同、命运迥异的根本原因。两人的区别就在于：一个有规划，一个无规划。

有一位哲人说过：“最蹩脚的建筑师从一开始就比最灵巧的蜜蜂高明的地方，是他在用蜂蜡建筑蜂房以前，已经在头脑中把它建成了。”

这种对自己的未来进行设计、规划的过程就是事业设计策划的过程。

规划不但使我们的行动有依据，人生有意义，还能激励我们的斗志，开发我们的潜能。

这仿佛是个定律。在人生的前方设定一个规划，并且把它不仅当作是一个理想，同时也把它当作是一个约束，就像跳高，只有设定一个高度，才能跳出好成绩来。

“人”的基本行动系统，在“设计阶段”就被确定是“设计探求型”的系统。它的基本部分似乎与自动诱导鱼雷系统或自动操纵装置系统类似。例如，一旦确定了设计，自动推进系统就自动跟踪设计地区的反馈信号，随时调整和修正航海诱导计算机设定的路线，决定击中设计前一切必要的即时行动。

人世间各式各样的“人”的系统也有同样机能、同样特征。当设计设定以后，人的“自我动机确立系统”立即开始“监视”与设计有关的反馈信号，并对意识下的“自动机”装置里的“自我形象”进行调整，同时下达实际设计所需要的各种“决定”。如果制定设计的意图含糊不清，或者选定