

• 陈亮 迎旭 晓君 著

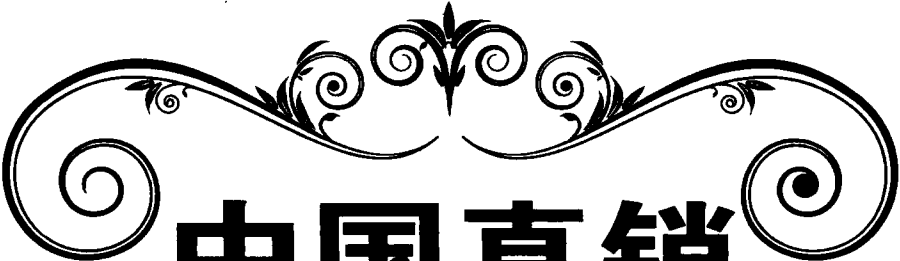
中国直销赢家策略 (下)

——做好直销必须掌握的500种技巧

实战有疑问 解惑助成功

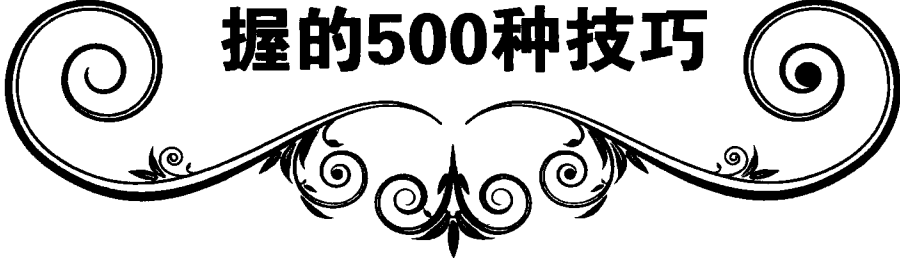
决胜直销终端技巧第一书

中国档案出版社



中国直销 赢家策略 (下)

**——做好直销必须掌
握的500种技巧**



陈亮 迎旭 晓君 著

中国档案出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国直销赢家策略/陈亮,迎旭,晓君著. —北京:中国档案出版社,2009.07

ISBN 978-7-5105-0027-5

I. 中… II. ①陈…②迎…③晓… III. 销售-研究-中国 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第076807号

中国直销赢家策略

著 者:陈亮 迎旭 晓君

责任编辑:赵增越

出 版:中国档案出版社

地 址:北京市宣武区永安路106号(100050)

电 话:010-83171058 010-83171769

印 刷:北京市耀华印刷有限公司

发 行:中国档案出版社

经 销:全国新华书店

网 址:<http://www.mcp114.com/Books>

规 格:787×1092 1/16 印张:34 字数:350千字

标准书号:ISBN 978-7-5105-0027-5

版 次:2009年6月第1版 2009年6月第1次印刷

印 数:5000

定 价:49.80元(全二册)

版权所有侵权必究

举报电话:010-88693544;电子信箱:yixusea@126.com

如发现印装质量问题,影响阅读,请与我社发行部联系。

前言

这是一部醒世之作。

这是一部激励人心之作。

这是一部震撼市场之作。

这是一部具有划时代意义之作。

这是一部指引直销人走向康庄大道之作。

这是一部告诫一部分人不要抱侥幸心理、打“擦边球”进行非法传销、为他们指明一条可行之路之作。

这是一部普及直销技巧与营销策略、适合于广大直销经销商研讨直销理论与实践的很实用的资讯书。

这是一部昭示那些研究直销、准备进入和加盟直销公司，并如何倾听有益之声的颇具指导性的工具书。

总之，这是一部力促中国直销行业向上发展的助推之作。

我们追求的是身在洪流中而不被淹没，我们追求的是站在船头看得更清更远……

我们追求的是国家繁荣、直销市场繁荣、直销从业者繁荣；我们追求的是直销市场稳定、直销公司稳定、直销大环境的净化……

正确的直销、科学的直销，事关国计民生，事关千千万万的直销从业者何去何从，也事关那些不明真相，不识“非法传销”与合法直销为何物的直销痴迷者，甚至是传销“难民”们，希望他们及时迷途知返，从“传销泥沼中”拔出身来，重新选择直销正道。

净化“直销市场”，并不仅仅是政府的事情，同时也是广大国民的责任和义务——“市场兴衰，匹夫有责”！在“组织领导传销罪”进入刑法修正案（七）和国家提出“以创业带动就业”政策的大好形势下，《中国直销赢家策略》帮你迅速启航！

目 录

前言

序.....	01
序二.....	03
序三.....	04
序四.....	05
自序.....	07
阅读指南.....	09

第一篇 营销基本知识

1. 一个营销人员必须具备哪些基本知识?	11
2. 销售精英应具备什么样的基本素质?	12
3. 如何处理顾客的抱怨从而转化销售?	15
4. 如何摆正客户在销售人员心目中的位置?	16
5. 营销人员与客户如何正确地沟通?	20
6. 如何用客户理解的语言和方式推销产品?	22
7. 如何才能打消顾客对产品品质和功效的疑虑?	23
8. 如何在市场营销活动中巧妙运用独特公关手法?	25
9. 营销需要讲道理吗?	28
10. 如何分析买主角色?	30
11. 如何成功地向棘手的客户推销?	35
12. 怎样得到消费决策人的姓名和电话?	39
13. 如何巧妙回答顾客提出的问题?	41
14. 什么方法才能让营销团队真正高效起来?	41
15. 如何才能实现团队绩效与个体目标的有效统一?	45
16. 团队培训中如何帮助销售人员处理道德陷阱?	48
17. “世界行销之神”杰·亚伯拉罕有什么行销秘笈?	50
18. 如何把专卖店开出特色来?	55
19. 如何把握特许加盟的取胜要素?	57
20. 如何让撑死的分销商起死回生?	59
21. 如何做一次成功的保健品节日促销?	63
22. 销售人员如何提高业务能力?	67
23. 人力资源管理应如何加强对员工的人格管理?	69
24. 如何建立系统组织的专属品牌?	73
25. 如何健全你的组织并轻松复制?	75
26. 直销如何进入农村市场?	78
27. 推销失败有哪些主要原因?	81
28. 如何把握春节长假机会开发准客户?	85
29. 如何把握女性消费者的心理从而挖掘商机?	87
30. 直销人究竟该读哪些书和杂志? 读多少书?	90

目录

第二篇 直销特别技巧

1. 怎样才能做一名合格的直销人员?	99
2. 做直销是否要100%复制?	100
3. 沟通过程中如何切入直销话题?	101
4. 直销领域的ABC法则是什么?	104
5. 直销过程中如何介绍产品?	107
6. 直销员开发客户有哪十大传世技巧?	110
7. 直销过程中促成交易的重要技巧是什么?	112
8. 直销行业中的倍增学原理是什么?	115
9. 如何正确处理上下线关系?	116
10. 如何具体解说直销行业中的21种沟通话术?	117
11. 你是把直销看作改变自己命运的唯一机会吗?	124
12. 你把直销生活化了么?	125
13. 如何用好直销事业中的“三板斧”(接近、商谈、缔结)?	129
14. 邀约什么样的人容易成功?	133
15. 如何考察一个网络直销公司的产品和服务?	135
16. 如何做好直销员的销售培训?	141
17. 如何让培训系统化、数据化?	145
18. 邀约直销新人的地点选择与时间控制应该注意些什么?	148
19. 怎样利用多种集会来发展直销事业和团队组织?	150
20. 一个成功的直销员应该如何维系与老客户的关系?	153
21. 如何考察和培养直销员的团队合作精神?	155
22. 如何引领团队打好“开门红”战役?	158
23. 如何了解团队运作以提升团队效率?	160
24. 如何定期开展团队家庭训练会?	163
25. 如何防止直销团队的人才流失?	166
26. 如何让直销充满色彩?	168
27. 做直销究竟能创造多大的财富神话?	171
28. 在直销事业里你可以实现财务自由吗?	172
29. 直销人为什么要理财?	175
30. 如何制造独特卖点?	178
31. 直销事业的瓶颈容易产生在哪里?	182
32. 怎样在互联网上开展自己的生意?	183
33. 直销精英在企业内部开展的培训怎么做?	185
34. 如何快速复制成熟家庭聚会方案?	187
35. 你能正确地认识直销系统的作用吗?	191
36. 在直销事业中“囤货”有哪些利弊?	193
37. 直销新人如何处理好专职与兼职的问题?	195
38. 直销员如何从所犯的错误的学习提高?	197
39. 直销员如何善用电话进行销售?	199
40. 直销员考察公司如何调查其样板市场?	202

41. 选择直销公司的基本判断标准是什么？	205
42. 怎样解析店铺式直销的战略与战术问题？	207
43. 你会运用事业手册、事业画册、事业宝典吗？	209
44. 直销人员需要慎防失去客户的陷阱有哪些？	213
45. 拓展海外市场不会当地语言怎么办？	214

第三篇 成功决胜要领

1. 新直销员应具备什么样的心态？	219
2. 如何面对和解除直销事业压力？	222
3. 成功直销人的心理素质应该如何塑造？	222
4. 如何感悟直销内涵走出心灵误区？	225
5. 直销领导人应该如何正确地进行自身定位？	232
6. 做直销生意该如何依靠人脉去发展？	235
7. 新直销员应具备什么样的职业形象？	238
8. 你学会在直销事业中讲故事了吗？	241
9. 如何培养达到成功的10个好习惯？	243
10. 一个直销员如何成为优秀的演讲家？	246
11. 如何在直销界快速成功？	250
12. 如何利用名片推销自己？	253
13. 如何掌握巴菲特教你做直销的要领？	254
14. 如何正确理解未达成既定目标的原因？	256
15. 一个成功的直销人该如何激励自己和激励别人？	258
16. 如何认识新直销时代团队教育的重要性？	260
17. 您在直销事业中会和团队人员分享吗？	261
18. 销售过程中如何突破沟通障碍？	263
19. 自身能力的突破就可以产生业绩的突破吗？	264
20. 中国人做直销与西方人做直销的动机有何不同？	266
21. 如何认识并掌握避免“死掉”的真理？	276
22. 你关注和监督自己最初的梦想和承诺了吗？	270
23. 怎样才能摆脱职场“平庸”？	270
24. 应该怎样看待加强职业免疫力？	274
25. 如何正确认识金融危机下直销是自主创业的好项目？	277

序

由于非法传销假借直销之名来做敛财的行为，加上直销的运作都是私下的人际互动，几乎很少在固定地点进行，因此直销给人的印象不是神秘的就是非法的。事实上，直销如果都能正派经营，可以让公司将产品更有效率地卖给消费者，让直销员因此获得一笔奖金收入，就可达到双赢互利的效果。

因为一般人加入直销公司成为直销员没有资格的限制，使得想要增加额外收入的人可以兼职的方式来从事直销；没有工作的人也可以加入直销员的行列，为自己找到一份收入，解决失业的问题，对于国家的经济发展起到相当大的贡献。尤其在《直销管理条例》和《禁止传销条例》公布实施之后，直销在中国更取得了合法的经营地位。如何让直销能够健康有序地发展，是政府监管部门和直销公司、直销员乃至全体人民的期望。

《中国直销赢家策略》在这个时候出版，给想要了解直销、想要从事直销的人提供了一个很好的参考。《中国直销赢家策略》的三位作者分别为直销研究与媒体人士、直销实践专家、直销营销专家，本身从事过营销工作，也实际参与了直销第一线，有多年的实务经验。该书分为上、下两册，上册《赢在起跑线》将他们的亲身经验和心得以浅显易懂的笔法，很有系统地探讨了直销的各种问题，包括直销受到的误解、如何分辨非法传销、如何选择直销公司，以及直销培训、团队建立、直销事业的经营等等的议题。他们探讨的角度比较中立、客观，加上多年的亲身经验，触及的问题也更加深入，虽然有些观点会有见仁见智的问题，但基本上颇具参考价值。

下册《做好直销必须掌握的500种技巧》从一般企业营销员的营销观念和做法开始介绍，可以看出他们收集、参考了很多谈营销的教科书和畅销书，融合自己多年的经验，做了许多实务做法的分析、讨论并归纳出一些具体的结论。直销的很多手法、做法其实都来自营销员的营销实务。一个成功的直销员除了是一个成功的营销员之外，他还是一个杰出的领导者；他除了自己成功之外，还辅导、培育了许多人成为成功的直销员。

作者将全书的稿件给我看过之后，我认为他们的立场正确，论述内容丰富、实际，此书对于想要了解直销的人、想要从事直销的人，甚至是已经在做直销的人都是一本很好的参考书籍，因此帮他们写序推荐。希望这本书的出版有助于直销市场的健康蓬勃发展！

陈得发

中华直销管理学会理事长

北京大学中国直销行业发展研究中心访问学者

2009年2月24日

序二

近日，承蒙《当代直销》杂志陈亮执行主编厚爱，笔者拿到了他和其合作伙伴的最新力作《中国直销赢家策略》，读后确有耳目一新的感觉。

笔者跟陈亮先生的结识可以追溯到好几年以前，那时在北京某报社供职的他就凸显出一种传媒人的奋进精神，不但经常到企业造访，还跟市场保持着紧密的联系。今天，他终于有自己的著作问世，可谓可喜可贺。

从《中国直销赢家策略》的内容来看，陈亮先生及其合作者很是费了一番心思：首先是资料搜集非常详细，增加了不少与时俱进的重要内容；其次是章节梳理十分完整，涉及直销从理念普及到营销实战的方方面面；第三是企业案例部分内容详实，新旧企业层次分明，充分体现了这几年间中国直销业欣欣向荣的变化；第四是将理念部分和实战部分进行了有效拆分，让直销人能够在阅读中更易把握重点。

总之，《中国直销赢家策略》是近几年直销图书出版业陷入低谷之后不可多得的一本力作，对于中国直销行业的整体研究也具有不少的参考价值。其宣传语是“读《中国直销赢家策略》，让您成为直销界的诸葛亮”，虽让人莞尔，但也显示了陈亮先生及其合作伙伴希望借此书让中国直销人在从业中有所助力之意。

笔者在此也祝愿随着本书的不断推广，能让更多的人了解直销，走进直销，并共同努力推动这个行业的发展！

胡远江

中国商业经济学会常务理事

北京海啸企业管理顾问有限公司总裁

2009年3月10日

序三

直销只是一种销售方式，这种无店铺的人员直销进入中国内地市场已经有十八个年头了。可以说，在中国内地，还没有一种销售方式像直销这样引起过这么多的争议；在全球范围，也没有任何一个国家或地区有这么多的人员参与过这样一种销售方式。这是一个值得人们关注的问题。

无店铺的人员直销起源于美国的自由市场经济，同美国金融市场中的一些创新模式一样，直销是一种创新的销售模式；与起源于美国的这种销售模式在各个国家和地区的遭遇不同，直销在中国内地政府直接监管下，经历了长达十年的转型。

目前，在应对金融危机、抗击金融风暴和克服经济衰退的讨论中，人们又一次将目光转向这种销售方式，再一次审视这种销售方式在中国内地的命运。

直销的本质是产品的销售，同其他销售方式一样，越来越多的直销企业在转型中开始强调产品的安全有效、公司的诚实守信、交易的公平合理、服务的细致周到，而不是一味强调直销制度和宣传直销可以使人快速致富。一位在中国直销业具有影响力的人士的话或许可以代表直销业在中国内地的转型：“安利是销售产品，而不是销售制度”。

谁是直销市场的赢家，需要由购买和使用企业产品的最终消费者来决定。不同的销售方式及其模式的存在和发展，是由购买和使用这一类产品和服务的最终消费者的选择来决定；同样，在直销市场中使用不同营销策略的企业是否能够最终成为赢家，也取决于这些最终消费者的选择。陈亮等三位年轻的作者从不同案例正反两面的比较出发，探寻直销企业的赢家策略，是一次有益的尝试。

秦永楠

中国市场学会直销专家委员会专家

中国经济体制改革研究会管理科学研究所研究员

2009年4月12日

序四

纵观全球直销的历史，当每一次经济危机到来时，都毫无例外地给全球直销行业造成了一次发展的空间和机遇。而在2008年下半年由于美国金融领域出现危机，金融危机的风暴很快就引发了全球性的经济衰退，不管全球经济何时能彻底恢复以往的元气，有一点可以肯定——这次由金融危机引发的全球性的经济衰退，直销行业一定又将迎来一次发展的新机遇。尤其是在中国，因直销市场发展大大晚于西方的发达国家，说明我国的直销市场更有潜力，发展空间更大，这对于广大直销从业人员确实是利好的形势。

进入2009年，金融危机也同样使中国国民经济的发展速度放缓，同样也使得国内的就业形势变得更加严峻起来。然而，中国的直销企业也会同西方国家的直销企业一样，因为其低门槛、高就业率，在遇到经济危机时反经济周期而“逆势”发展，得以发展壮大，2009年也将迎来直销业发展的高潮。

“危”与“机”同在，这在积极的意义上就是能增加失业者的就业机会。可以说，全球危机后的市场表现中，中国直销市场“风景这边独好”！

在中国直销面临新的机遇的形势下，《中国直销赢家策略》（上、下册）问世了。本书是一部教你如何通过做直销达成致富的策略性很强的直销经济学。

我阅读了此书后，看到了本书的几大亮点：

一、本书的作者以正面的、立体的方式去观察并以实事求是的态度去论说直销，目的是让广大读者看懂直销；

二、取其直销经营模式之精华，掠去直销过程中的某些浮躁现象，期望中国直销的实战家们能在新时期开创出中国直销新赢家方略。

三、对于直销从业者们来说本书实用性强，参考价值高。特别是告诉你如何区别合法直销和非法传销，以亲临其境的调查实录来警示千千万万人民群众免受非法传销，变相传销、非法集资等方式的经济诈骗之害！开卷必有益！

四、与你探讨如何做直销。作者以自己多年直销实战总结出的策略、方法、技巧汇集于本书，以可读性和实用性的语言倾情奉献给广大读者朋友。本书也采用通俗的问与答的形式阐明直销的精华，堪称“答疑解惑第一书”。你看懂了，掌握了，运用了，你就会受益多多！

五、本书还以详实、客观的资料介绍了在2009年4月之前的23家获得中国商务部颁发的直销牌照的直销公司，为众多就业者从事直销事业提供了可靠的参考和依据。

《中国直销赢家策略》（上、下册）的出版发行是中国直销界的一大幸事，是直销界不可多得的精神食粮！我相信，本书会带动更多的人关注、研究、参与直销这一先进的商品营销方式，推动中国直销更健康地向前发展！

欧阳文章

中国直销经济学理论专家

中国市场学会直销专家委员会专家

2009年4月25日

自序

做任何事情都要讲究一个方法和技巧，做直销事业同样也不例外。直销在中国虽然是一个人介绍人的生意，但是其在中国产品销售和市场拓展过程中，技巧的掌握已经占到了很重要的比例，甚至成为直销员事业成功与否的关键。

而在行业的关注和杂志的编辑过程中，我们同样也感受到了来自一线直销人员的诸多困惑，于是我们在深入调查了解了直销员最基本或者说最重要的一些市场推广方法和直销技巧后，编辑出版了此书——《做好直销必须掌握的500种技巧》，作为对广大直销员的一种回应和帮助。可以这样说，掌握了我们列出的这些基本问题和技巧，也就掌握了中国直销的赢家策略。

在本册书中，我们将本书列出的问题分为了三大类，即营销基本知识、直销特别技巧和成功决胜要领。第一类营销基本知识，讲的是营销的一般方法和实用技巧，因为直销是营销的一种方式，掌握了营销的基本技巧之后，拿来直销也就有了大致的框架和基本的规律；在这部分里我们选取了30个技巧问题；第二类直销特别技巧，讲的是直销的专业知识和实用方法，要把自己、把产品、把团队、把公司推销出去，学习必要的直销法则可以说是事半功倍的有力途径，在这部分我们选取了45个技巧问题；第三类成功决胜要领，讲的则是一个正常的想有所作为的人，在自己的事业或者说是直销事业中要有所成就，所必须具备的几项基本素质，包括身心的、口才的、能力的等多个方面。这些都经历了并且修养了，那么这个人就必将成功，因为他具备了成功的潜质，在这部分我们选取了25个技巧问题。

细心的读者可能会发现这些问题加起来不足500个，是的，我们要说的是，其实一个直销员要想成功，他所必须掌握的技巧也远远不止500个，500个是我们的目标，而在这里我们又遵循对读者、对直销员负责的态度，精挑细选了现有的这些技巧问题，作为我们此次奉献给大家的一个礼物，以后我们还将继续搜集整理有关重要的技巧，在适当的时候奉献给大家。我们也欢迎大家给我们及时提供更多更有意义的技巧话题，让我们来一同交流。

这本书，通过我们在目录中所列出的这些问题，大家可以看到，内容涉及到营销员的知识、销售精英的素质、成功推销的方法、公关手法的运用、个人目标的实现、选择公司的标准、客户维系的规律、长假机会的运用、加盟专卖的特色等等一般技巧问题，也涉及到直销员的销售培训、复制的分寸掌握、家庭聚会的推广、上下线关系的处理、专职兼职的争议、直销囤货的利弊、语言本土化的策略等等具体技巧问题，还涉及到了心灵误区的感悟与纠正、人脉资源的积累和运用、目标的设定与失败的认知、梦想承诺的关注与监督、成功人的自身定位与素质塑造等等潜质技巧问题。可以说，我们列出的这些技巧问题已经涉及到了目前直销员的生活和工作的大多方面，我相信所有这些问题都是大家所感兴趣的，就让各位慢慢去品读吧，我在这里就不赘述了。

读懂了这些问题，掌握了这些技巧，那么你就是最优秀的，你的成功也就指日可待了！真心希望我们的工作没有白费，真心希望这些技巧能真正帮助各位直销人，真心希望你们能喜欢上这份礼物——祝你们早日成功！

作者

2009年1月22日

阅读指南

为了增强本书的可读性，使广大读者随时查询到解决问题的方法和技巧，也使得一些中级讲师用作培训时的教科书和参考资料，我们按照本书的内容，特将本书的知识技巧划分为10个方面，以供大家更方便的阅读。在这里我们要强调的是，这些划分不是简单的一些问题的罗列，而是根据逻辑关系和直销员的知识储备来具体架构和指引的。这10个方面具体包括：

第一方面：直销理念

1-9、1-16、1-25、2-1、2-4、2-8、2-11、2-12、2-15、2-20、2-25、2-26、2-27、2-28、2-31、2-35、2-36、2-37、2-42、3-1、3-4、3-6、3-11、3-13、3-19、3-20、3-21、3-22、3-23

第二方面：品德修养

1-2、1-5、1-16、1-23、2-1、2-12、2-26、3-1、3-3、3-4、3-5、3-7、3-9、3-15、3-19、3-23

第三方面：营销实战

1-1、1-3、1-6、1-7、1-8、1-9、1-10、1-11、1-12、1-13、1-17、1-18、1-19、1-21、1-26、1-27、1-28、1-29、2-4、2-5、2-6、2-7、2-12、2-13、2-14、2-18、2-19、2-22、2-24、2-25、2-30、2-32、2-34、2-39、2-40、2-43、2-44、2-45、3-8、3-11、3-12、3-15、3-18、3-22

第四方面：专业知识

1-1、1-2、1-7、1-10、1-19、1-22、1-25、1-28、1-29、2-5、2-7、2-13、2-14、2-16、2-17、2-18、2-19、2-22、2-24、2-29、2-30、2-32、2-33、2-34、2-39、2-41、2-43、3-11、3-13、3-25

第五方面：沟通与配合

1-2、1-4、1-5、1-6、1-11、1-14、1-27、2-3、2-9、2-13、3-18

第六方面：客户服务

1-1、1-4、1-7、1-18、2-20、2-44

第七方面：团队与系统

1-14、1-15、1-24、1-25、2-2、2-9、2-16、2-19、2-21、2-23、2-24、2-25、2-35、3-16

第八方面：学习与培训

1-22、1-23、1-24、1-27、1-30、2-2、2-13、2-16、2-17、2-18、2-21、2-23、2-24、2-31、2-32、2-33、2-35、2-37、2-38、2-39、2-43、2-44、3-1、3-2、3-3、3-4、3-5、3-6、3-7、3-8、3-9、3-10、3-12、3-14、3-16、3-17、3-24、3-25

第九方面：经典话术

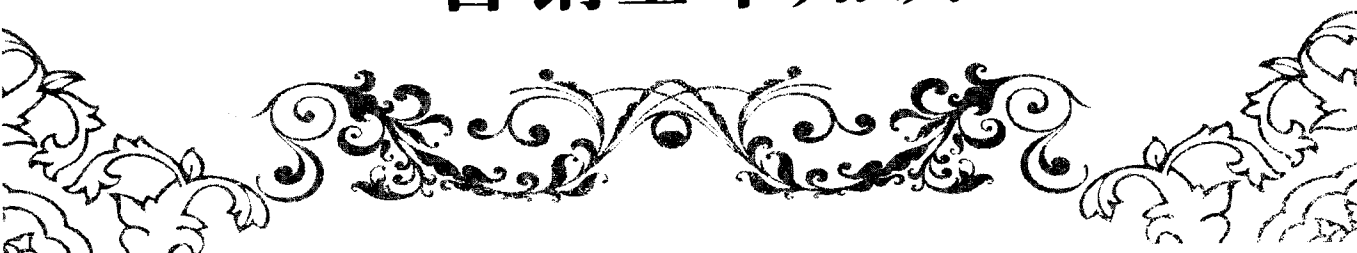
1-11、1-12、2-7、2-10、2-26、2-39、3-25

第十方面：经验借鉴

1-1、1-8、1-9、1-14、1-17、1-20、1-21、1-24、2-5、2-15、2-30、2-44、3-8、3-14、3-17、3-21、3-24

第一章

营销基本知识



营销学不仅适用于产品与服务，也适用于组织与人，所有的组织不管是否进行货币交易，事实上都需要搞营销。

——菲利普·科特勒（营销大师）