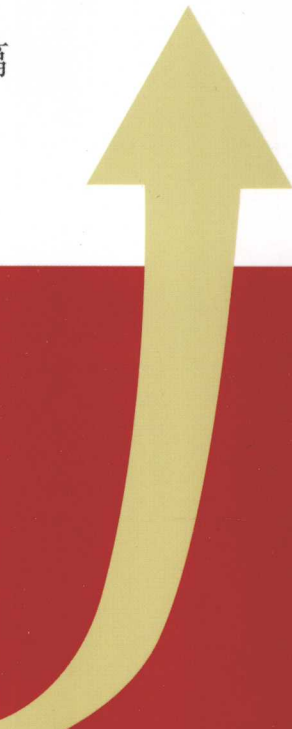


破解中国直销人心灵成长历程的扛鼎之作

魏驾雾《当直销遇到困惑》重磅续篇

在直销中 成长



魏驾雾 著

洗脑不如洗脸 巩固你的客户群

攻击同行就是损毁自己

过度聪明在直销中无法立足

你唯一能够依靠的一面墙壁叫“你自己”

不和团队的“刺头”对着干

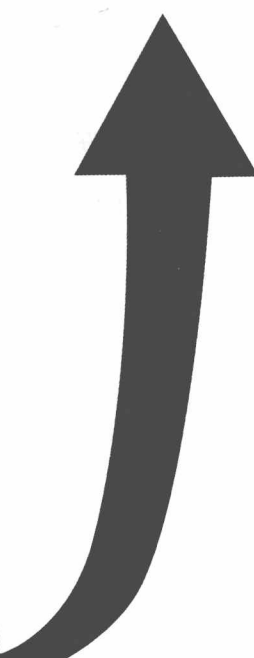
个人赢得分数 团队赢得比赛

没有包容就没有团队

北京出版集团公司

北 京 出 版 社

在直销中 成长



魏驾雾 著

北京出版集团公司
北 京 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

在直销中成长/魏驾雾著. —北京:北京出版社,
2009.7

ISBN 978 - 7 - 200 - 07874 - 9

I. 在… II. 魏… III. 销售—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 118142 号

在直销中成长

ZAI ZHIXIAO ZHONG CHENGZHANG

魏驾雾 著

*

北京出版集团公司 出版
北 京 出 版 社
(北京北三环中路6号)

邮政编码:100120

网 址 : [www . bph . com . cn](http://www.bph.com.cn)
北京出版集团公司总发行
新华书店经销
北京同文印刷有限责任公司印刷

*

787×1092 16开本 21.5印张 283千字
2009年7月第1版 2009年7月第1次印刷

ISBN 978 - 7 - 200 - 07874 - 9

F · 397 定价:33.00元

质量监督电话:010 - 58572393

目 录

CONTENTS

第一篇 直销需 要反思

- 直销不是控制性的游戏 2
- 只有大帐篷才能住进更多的人 6
- 一夜暴富的想法带来恶果 11
- 别让“伟大性”害了自己 15
- 中国的直销刚开始，把眼光放长远 19
- 不要误入传销歧途 24
- “洗脑”不如“洗脸” 28
- 以温暖的心迎接春天的到来 32

第二篇 创造良好的直销发展生态环境

- 规范行业道德标准，树立良好的从业风气 38
- 攻击同行就是损毁自己 43
- 分享的精神是自由的 46
- 直销商应该自尊自爱 50
- 信任他人是直销者快乐的源泉 54
- 直销的本质是感恩 58
- 选一家适合做的直销公司 62

第三篇 聪明地学习，正确地做事

- 不是所有的大象都能跳舞 68
- 活用 ABC 法则 72
- 学习，但不要有“会议依赖症” 76
- 无处不在的学习对象 80
- 教导团队成员在合适的位置上发挥作用 83
- 直销的对象是人 88
- 小范围的轻松沟通往往最有效 92

第四篇 直销群体的 分类和巩固

- 为什么要对直销群体进行分类 98
- 如何建立直销业务员的信心 101
- 鱼的口味决定鱼饵的味道 105
- 让新业务员留下来 110
- 新人应该有什么样的心态 114
- 让客户感觉舒服极了 118

第五篇 做人做事的 心态

- 回到原点，重建我们的信心 124
- 你唯一能够依靠的一面墙壁叫“你自己” 129
- 既然能飞，何不飞高？ 133
- 停止说“我没有……” 138
- 扩展自己的生活版图 142
- 没有包容就没有团队 146

第六篇 个人赢得分数， 团队赢得比赛

- 高度的社交有它不利的一面 152

随时观察团队里有没有“破窗”	157
不要一开始就走歪了	161
团队不合作就没办法成功	166
妥善处理团队冲突	171
团队发展求稳、求质、求深	176
团队发展离不开个人的付出	181
让团队有效工作	186

第七篇 建立伙伴关系

建立伙伴关系的六个原则	192
每个人的成长都有自己的节律	196
做一个负责的人	200
如何建立弱势成员的信心	204
我在，我总是在	209
寻求支持和支持别人	214

第八篇 创造和谐的人际关系

成为受欢迎的人	220
过度聪明在直销中无法立足	224

话说得适中，有如银盘上放金苹果	228
看不惯别人是因为不熟悉	234
委婉而有策略地面对沟通问题	238
真诚地与人交往，首先就要尊重别人	243
做大象，不做恐龙	247

第九篇 领导人的 素质和胸怀

个人崇拜有碍团队发展	252
不和团队的“刺头儿”对着干	257
简化领导原则	262
团队领袖产生于你们中间	266
自我膨胀者导演了派系斗争	272

第十篇 生活化是直销的 一个方向

直销不是战斗，它就是生活	278
狂热的，镇定的，舒适的……	283
在轻松愉快的气氛中工作	287
直销人的快乐是坚毅的快乐	292
不要在自己头上贴标签	296

第十一篇 直销其实很简单

先期遭遇一下客户的问题	302
不断强化消费者的健康意识	306
避开销售误区	310
建立零售心理	314
多说一句话，多提一个问题	318
信奉简单原则	322
简单点，再简单点……	326
巩固客户群	330
作者的话	335

第一篇

直销需要反思

生活是由思想决定的。思想不对路，行为就不对方向。除掉一夜暴富的不切实际的幻想，我们才能回到正确的道路上，把一份工作老实地做好，而不是脑子狂热得像个高烧的病人，说一堆的胡话，做一堆错事。

直销不是 控制性的游戏

●人需要改变，也需要稳定；需要不满足，也需要满足，恰当地欣赏自己当前所得，并由此而生发快乐。

现时，许多人颇为乐意采用洗脑术来对新人进行“教育培训”，实际上是试图对人采取思想控制以达到为我所用的目的。如果一种经济行为需要采用思想控制的手法来维系它的生存和发展的话，那它本身也就成了一个问題，因为经济活动更多的是一种市场行为，而不是属于思想范畴的。如果说经济活动中也存在着思想成分，那么它只是起指导作用，而不是控制人的行为以期纠合惊人的力量来达到某些不光彩的目的。但可惜，现在在直销业，一个很不好的现象就是在用种种手法控制他人的思想，把直销当成一种信念，给这个行业的生态环境带来很大的破坏。

摧毁他人的信念是这些试图控制他人思想的人常用的一个做法。一个

人的诚实劳动被说成是愚昧行为，多劳多得的公平分配方式被嗤之以鼻，说成落伍，而少劳多得或不劳而获则被披上合法的外衣捧到一个吓人的高度。这些人鄙夷一切传统行业，也尽力否定一个人过去为自己的成长所付出的心血和努力。“回忆一下你的生活，有多少能够让你欣慰的？有没有为自己负责过？想过没有到了退休时还要为钱发愁？”这是他们挂在嘴边的话，随时抛向那些不幸向他们讨教的人。他们可以把一个来自社会底层的人说成是“从来就没有真正生活过”的人，把一个学问比他高的人说成是“有知识无脑子”，这仅仅因为这些人没有接受他们的灌输，没有入伙也没有入单。这样洗脑的目的就是替别人换上一个他们准备好了的脑子，在这个脑子里输入了他们指定的程序，只要按钮一按，这些人就乖乖地按照他们的指令来行事了。

散布谣言也是这些人经常做的事情，因为谣言是控制性游戏中一个有力的工具。什么全球最好的公司，什么纯天然的产品，什么美国总统都做过直销，什么未来的趋势、革命性的改变，什么直销已经占到世界零售业百分之五十的份额，什么风险投资、异业联盟，什么慈善事业、振兴经济，这些要么就是彻头彻尾的欺骗，要么就是似是而非、偷换概念的蒙事，一些不坚定的人在谣言面前很容易上当，成为这个控制性的游戏里渺小的牺牲品。

另立标准也是控制别人的一个手段。一个人在直销业里本打算结识一些有趣的人，或以本职工作以外的闲余时间赚一点外快，但是他们经常被嘲笑成胸无大志、浪费时间、不知忙乎什么；一个人销售得已经够多了，但按这些人的标准还远远不够，“这只是小儿科”，“你看看别的团队这个月销了多少？”一个人爱公司的产品，坚持每天使用，却被他们告知：“光自己吃没用，要让更多的人吃才对。”“自己用是老三，让别人用是老二，

让别人用了再去使唤其他的人用才是老大”，如此等等。在这点上，他们会搬出一套看起来极为正确的陈述，譬如引用这样的名言：“如果你继续做你一直做的，你将继续获得你已得到的。”这意思是如果你总是这样做，就得不到任何改变，你的生命也就只能停留在现在的水平上。这话看起来是多么正确，但在他们的用意中，改变是为他们所需的，而不是从改变者自身的利益出发，体现的不是真正的对别人的关怀，而是为了一己私利。另外，如果一个团队的所有人随时随地都处于被动的改变之中，那么这个

团队不会是稳定和能发挥作用的。

人需要改变，也需要稳定；需要不满足，也需要满足，恰当地欣赏自己当前所得，并由此而生发快乐。

人需要改变，也需要稳定；需要不满足，也需要满足，恰当地欣赏自己当前所得，并由此而生发快乐。

从这点上可以看出，以“学习新知、改变生命”的面貌出现的洗脑是多么的隐蔽，多么的具有欺骗性。相比于拉人头和产品价格虚高，洗脑是传销和非法直销中危害最大的做法。因为没有经过这样的洗脑，人们也就不会相信那些难以令人相信的东西，譬如把一条毛巾说得非常值钱，几乎可以比得上一条地毯了，也不会帮着他们四处拉人了。

控制别人的行为能在直销业里得到生存的一个原因就是，直销是做人的工作的。人，确实是太复杂了，每个人都有个属于自己的脑子，想一些丝毫不着边际的问题，充满各式各样的怪念头，所以要指挥人工作，就要对人进行控制，把这些不同的脑子统统收编起来。想想看，我们是不是经常听到“他不按我说的做”“他太喜欢自行其是了”这样的抱怨？是不是经常看到一些团队领袖不切实际地要求属下做这做那？这些都是试图控制别人的行为，而不是有益的指导和充分的调动。在这里，“控制”和“操纵”是同义语，“领导”和“主宰”是同义语。所有控制性的行为都是产

生于一些人在无助的情况下对于帮助的渴望，为什么那么多人把直销当成一根救命的稻草呢？因为这些人实在找不到别的稻草，于是出于救命的需要，把自己的命运交给一些看不清真相的人，由他们打发、拨弄，你要他变成什么样就变成什么样，结果成为有行动力而没有脑子的随从，整个团队成了一支“影子部队”。为什么过去是大量的农民、现在是大量的学生被卷入了传销的旋涡中呢？因为他们社会经验少，容易轻信，改变自我的心情急迫，又苦于没有出路，所以被一些别有用心的人利用。

生命是自由的，这个自由体现在他要获得的是源自于他内心的需要，且不为社会所不能接纳。即使是出于良好的愿望，试图百般控制他人的思想和行为也是有害的。首先，不出自一个人自己的真正愿望，改变不起任何好的作用。其次，如果把所有的人控制到不能动弹的程度，没有任何矛盾和冲突，创造性的思维没有任何寄生之地，这个团队毫无生气，成了死水一潭，也就差不多快要完蛋了；再次，被操纵了的人没有创造力，没有创造力的人无法发挥他的潜能。如果一个人真正偏爱他做的事情，他就愿意吃苦，并不惜费神地去思索他应该怎样做才能把事情做好。他能够有充分的自由从正确的和错误的行为中得到经验和教训，他的成长就会转化为财富。在需要时，你可以给予他必要的提示和引导，以及耐心的帮助，而不是操纵一切。我们常说，一个伟大的领袖是由伟大的追随者造就的，被操纵的人永远成为不了伟大的追随者。

只有大帐篷 才能住进更多的人

●我认为可以把直销当成一个自助餐，大家的目的是好好吃一顿，而各人吃什么，由他的喜好吧！

为什么直销在中国发展得不尽如人意？目的单一是一个原因。大家着眼于事业机会，只讲一个快，极力打造高手，倾力培养羚羊一般的敏捷者和狮子一般的威猛者，这就限制了麋鹿一般的温文尔雅者和熊猫一般虽动作缓慢却憨厚可爱者的进入，即使他们一时之幸进来了，存活率也不高。

一项事业如果没有广大的群众基础，就很难蓬勃发展。林间不只有夜莺叫得欢，还有百鸟齐鸣，才尽显盎然的生机。在非控制性游戏的直销事业里，我们要允许怀有不同动机的各式各样的人在这里都待得很好，让他们过得开心，活得滋润，安静地享受自己所得的那一份劳动成果，以及获得自己所想要的成长。我们不能因为自己的目标远在他们之上而去嘲笑他

们，尽管把抱负放大也是我们需求的。但对每一个个体而言，生长的情况是不一样的，有的能长成参天乔木林，有的却只能是矮小灌木丛，但一样装扮着这个世界的绿意。

对每一个个体而言，生长的情况是不一样的，有的能长成参天乔木林，有的却只能是矮小灌木丛，但一样装扮着这个世界的绿意。

有一次，我握住了一个退休女工的手，她是我们的一个伙伴。她既兴奋又有点难为情地对我说：“见到您真高兴，可我不是您夸奖的对象，我只是自己用产品，然后让亲朋好友也用，没起多大的作用。”我告诉她不是这样看的，“您做得很好了，您是我们非常好的一员，谢谢您！”我是真诚地这样认为的。他们虽不起眼，但却打下了强大的基础。没有他们，我们的事业就无法做大。

我们不妨想一想，直销业为何而存？为谁发展？不就是为了这样一些普普通通的人在里面各取所需，各得其乐的吗？我不赞成今日的直销要像早些年从西方传过来时那样去做，为了少数人聚集财富而打造金字塔式的赢利模式，我更愿意它是延伸出的广袤平原，让很多人在那里生活养息，生气盎然，有滋有味。如果确有一些人做得超出了平常的水平，获得惊人的成就，那就像在平原上拔地而起的山峦，我会投上极其惊羡的一瞥，但也仍然不会让平原的辽阔美景退出我的视野范围。如果我们真有大抱负，那就关怀更多的人，而不是仅局限在团队里某几个能人高手的身上。

我认为可以把直销当成一个自助餐，大家的目的是好好吃一顿，而各人吃什么，由他的喜好吧！命令式的吃法会搅坏大多数人的胃口。

我认为可以把直销当成一个自助餐，大家的目的是好好吃一顿，而各人吃什么，由他的喜好吧！

大多数人喜欢什么呢？在我们这里就是享用产品、通过与他人的分享来获

得身心愉悦和一定的经济收入。我们的伙伴中，很多是兼职的或退休的，也许他们每个月只有一两千块，甚至几百块的收入，但别小瞧了这点收入，这已经使他们非常高兴了，因为这是他们的额外所得。一个人往往很喜欢额外到手的東西，因为那本不是属于自己的东西，却意外而至，就像超市里买的東西获得了赠品总是令人高兴。他们的高兴还在于觉得自己“有用”，并不是过去那样的只在一个被限定的圈子里活动和发挥作用。“我也能做销售了。”这是他们意想不到的，由此他们有了成就感，他们的亲人会投上赞赏的眼光，收入增加也会使他们的生活水平有所提高，这有什么不好的呢？

我们额外的动机就是让心灵成长。所谓心灵成长就是让心灵更容易与美好的东西亲近，并与外界保持和谐的关系。譬如，一个人如果没有对他人的怜悯和同情，没有对他人的关怀和爱戴，那么他就很容易对他人、对世界产生仇恨的心理，这就不是和谐的关系。在直销事业里成长的人们是能够得到这种和谐的感受的。相对于独行侠似的推销者，直销商更富于同情心一些，因为他经常关注其他人的销售行为，同时也呼吸到了其他人命运的潮湿的、干燥的、甜丝丝的或苦涩的空气，体谅到他们内心的种种滋味，深入进去，有时候两颗心几乎就是连在一起的，为别人所喜而喜，为别人所忧而忧。这种真切地关怀别人的情怀一开始可能是出于对团队利益或自身利益的考虑，但终究会成为一种习惯，化为很自然的犹如在自己的肌体中不可遏制地生长的细胞，也培养起善心和帮助别人的态度。

富有同情心的人对于损害他人的行为会持坚拒的态度，如果他认为自己有义务尽力帮助他人，那么责任感也就由此产生了。在他自己的团队形成过程中，他了解到帮助他人成功自己才能成功，自己必须支持他人、帮助他人才能达成目的。责任感的养成提升了一个人素质的基本面，有益于