

F713.3
976

J1

传销大师

——推荐、招募的问与答技巧

众望文化 编著

推荐、招募的过程中，总会碰到很多的
问题与困惑，懂得了“

题”

险，

峰。

才

应用场合——训练教育会·推荐、沟通·说明演讲会

目标:传销“思想库”

传销事业自诞生以来,经历岁月的洗礼与冲击,甚至饱受误解或屈辱,但其颇富传奇性的魅力仍然与日偕增,至今已成为世界营销界的主流方法之一。

同样,传销在中国的发展也一帆风顺,其主要原因在于,在传销操作过程中,“上线吃下线”,3%的人挣大钱,30%的人打平手,名为传销实为消费的人占70%左右,公司自然坐收渔利。这可以说是传销市场无章可循无法可依而酿就的苦果。

其实,传销自产生之日起就被各种争议所包围,而且往往是传到哪儿,哪儿就冒出问题。美国的“金字塔阴谋”、“卖钱活动”,欧洲的“滚雪球销售”,台湾和东南亚地区的“老鼠会”、“猎人头”等等,均是由“多层次传销”变生出来的一系列非法传销组织的欲称。

为了帮助广大的中国国民正确认识传销活动,澄清围绕传销的迷雾,我们相继推出《传销

赢家实战丛书》(第一辑)(第二辑)共十二册,造成了较大的轰动,并逐渐被公认为权威之作,给沉寂的传销注入了思想的生机与活力。

这次与台湾众望文化事业有限公司再度合作,又推出这套系统丛书的第三辑(共三册)。这三本书集前二辑的精华内容于一体,堪称精华版。它们围绕传销人迈向成功的智慧锦囊、如何经营您的传销事业和推荐、招募的问与答技巧三个主题,有重点、有分析地介绍了传销行业的精华内容,相信会再次受到读者的欢迎。

传销丛书将继续出版下去,因为传销事业有着辉煌的过去,也一定会有一个灿烂的未来。成为中国最具影响力的传销“思想库”,是我们追求的目标。

目 录

第一部分：问答篇

- [3] 传销的产品价格太贵了
- [4] 传销就是推销，我不喜欢推销
- [6] 传销是骗人的把戏，根本做不到
- [7] 我对赚钱没有兴趣
- [8] 每个人都可以选择自己的兴趣，
但是赚钱并非兴趣
- [8] 我没有人际关系，没有时间，
没有口才，我想，这不适合我吧
- [9] 没有口才，没有关系，
我还怕你口才太好了呢
- [10] 传销是没有根的事业
- [13] 为什么传销是被看好的
- [15] 传销？老鼠会嘛，
我早就接触过，不能做

- [16]我早就接触过传销了啦，
 啊呀，根本不能做啦！
- [17]传销风吹草动的朋友们
- [18]传销市场会不会饱和啊？
- [19]为什么我们公司不打广告
- [21]你们公司会不会倒
- [22]赚朋友的钱不好意思，怎么办？
- [24]归零和不归零的制度有什么不同
- [25]听说××公司，是现在最好的
- [27]我们组织为什么不同时做两家
- [28]为什么自己使用产品
- [30]你说这么好赚，那么你赚多少钱
- [31]传销闻鸡起舞的伙伴们
- [32]为什么一定要用 ABC 法则
- [34]为什么要跟进上线
- [35]为什么要跟进老鹰
 而不是跟进小鸡？
- [37]为什么要参加会议？
- [38]为什么一定要购进一些周转货
- [40]为什么要设立目标？
- [41]为什么要从兼差开始做？
- [43]每个人都适合做传销吗？
- [45]为什么传销商要有业绩压力？

[47]传销各显神通的伙伴们

[48]我发觉作传销赚钱好像太慢了

[49]上线不协助我,怎么成功呢?

[53]下线不听话,怎么辅导啊?

[55]为什么我的上线告诫

我不要开远地线呢?

[56]消费顾客很难建立,

为什么不干脆推荐就好了

[57]为什么要复制?

[60]如何保持兴奋度啊?

[62]为什么资料及课程内容

需要分等级给下线呢?

[63]传销鲤鱼跃龙门的伙伴们

[64]有其他的传销商杀价、

抢先怎么办?

[66]为什么不要借钱给下线呢?

[68]下线要求我帮他补一点业绩,

不补的话,我拿不到××奖金

[69]为什么要成立体系?

那好像在分派别嘛!

[71]为什么要旁线合作?

旁线能合作吗?

[74]问:为什么要专职做?

专职做些什么呀？

[75]具影响力的下线跳槽怎么办？

[77]为什么不能用组织网销售
其它产品呢？

第二部分：招募篇

[81]金榜题名

[84]蜻蜓点水

[88]隔山打牛

[91]呼朋引类

[93]伯乐相马

[95]物以类聚

[98]单刀直入

[100]强迫中奖

[103]守株待兔

[103]□第一好：眼睛要好

[105]□第二好：耳朵要好

[107]□第三好：运气要好

[109]声东击西

[111]雪中送炭

- [114]多多益善
 - [116]星火燎原
 - [119]弹指神功
 - [122]立体作战
 - [127]成功在下决定的那一刹那展开
 - [137]态度是决定成功的要素
 - [143]向成功者学习
 - [148]人是一切资产
-

第三部分：市场篇

- [161]第一章 传统老板看传销
- [167]“本业做不好才搞传销啊”
- [169]“传销不过是个小生意”
- [173]“传销组织是无法被掌握的”
- [175]“传销只不过是推销的生意嘛”
- [177]“不投资，而可以赚钱，我不相信”
- [179]第二章 上班族看传销
- [183]传销=暴饮+暴食+三餐不进
- [185]“传销会打乱我的生活规则”

[187]“传销产品卖给谁呀”

[189]做传销为什么要上课

[191]做传销邀约好难

[193]传销别找我，太可怕了

[194]传销只能专职做？

[197]第三章 业务人员看传销

[201]传销失败率太高，没前途

[203]传销的 case 获利太小

[205]我兼了好几家传销公司

[207]直销商没有根

[209]做传销复制就会成功吗

[210]做传销的人太多了

[212]传销产品不打广告，如何销售

[214]产品太多，很难买

[216]做传销先来先赢

[219]第四章 家庭主妇看传销

[225]传销是个骗人的幌子

[227]传销我实在做不来啦！

[229]传销常闹新闻，小心吃出问题

[231]做传销勉强拉人，伤感情

[233]传销是利用潜能骗钱的行业

[235]传销要做好至少要有一笔资金

[237]做传销会得不偿失

[239]第五章 专家学者看传销

[243]传销是一个被催眠的群众运动

[245]活跃的直销商比率太低

[247]传销制度都一样

[249]传销导致人们沉迷于金钱的崇拜

[251]修改制度？传销公司太贪了

[253]做传销，完全相信就会成功

[254]传销是全世界各行业中，

顾问、专家密度最高的行业

[255]新传销公司要加强促销

[256]行家一出手，便知有没有

第一部分：问答篇

传销的问与答经常是销售、推荐成败的关键所在。有人说，一个错的答案打碎了一个美好的未来，或是一个美好的答案，扭转了一个错误的未来。这都是形容传销中问与答的重要。传销大师问答篇中收罗了各种不同的问题，包括尖锐刻薄的，恶意中伤的，不明所以的种种问题，通过不同的角度，简明地作出最适当的回答。

其中没有长篇大论，只有智慧的小语，能让你在面对问题时做到游刃有余，乐在其中。

传销混沌未开的朋友们：这是传销朋友们最常面对的问题，对象通常是消费者，对传销陌生的人，对传销误解的，或者是曾经接触过传销但结果欠佳的人，我们认为这一些人并不理解传销，他们的问题正是来自不了解或错误地了解，所以问题的本

身就是对抗或干脆否定传销。

这时候，他们在意的是生怕自己身陷其中，或巴不得解救你于水深火热之中，或很想自己逃离现场，如果你有说话的机会，重点不在于真正的答案，而在于他对你的信赖程度，这就要看平时自己做人的态度了，如果对方是陌生人，那么态度、语气、面部表情、肢体语言就特别重要，当然，能做到一次解释清楚更好，不过，如果都是不欢而散，撒腿就跑等等挫败的结果，似乎也不必太沮丧，只要这一次他能多了解一点。下一次他就会了解更多更多。

为了使他们了解传销，我们充满了爱心和等待。

传销的产品价格太贵了

一般人都会认为传销的产品价格太贵了，事实上，如果仔细想起来，传销产品重点并不是在价格，而是价值。

一辆普通的车子几十万就可以买得到，但是一辆进口的豪华轿车，却需要十倍的价格才买得到，其中的差异就是价值不同。因为我们公司的产品是经过最尖端的科技开发而成，一种高价值的产品，您说会太贵吗？如果还觉得太贵，那么这个世界上就不会有劳斯来斯或劳力士手表。

我不同意太贵的说法。传销产品事实贵了一点，但重要的是我们应该了解贵了一点的缘由。

这么说吧，一分钱一分货，是不变的道理，如果有 A、B 两种产品，功效一样，但 A 产品却比 B 产品多了许多附加价值，例如 A 产品可以试用两周，或是 A 产品附上精美的解说书，或 A 产品的服务员非

常亲切等等,请问 A 产品难道不应该在价格上稍高些吗?

朋友,我们公司的产品您只要用了就会觉得它实在是太多的附加价格了,它不但能够提供所谓的满意保证,让你用着不满意可以无条件退钱之外,而且你的推荐人必定竭力为你解说这一些产品的功效,如果你很满意,继续消费,累积到一定额度,还可以享有越来越好的折扣价,最重要的是,如果这一种产品通过你的满意分享,他甚至可以提供你一个成功事业的机会。不用什么金钱投资,只要学习、成长、投入、坚持,就可以赚到和付出成正比的回馈。

这种高附加值的好产品,您觉得会太贵了吗?

传销就是推销,我不喜欢推销

如果实情如此单纯,我也不会做传销了。

我原来是上班族,在传销公司曾担任采购科长,我的工作就是面对各式各样的业务员、推销员,一种被推销的心情我最能了解。

所以,有一天,我向老板要求调部门,好说歹说,弄了半天,老板才答应了。走出他的办公室前,老板说了一句话:“老张啊,干了一年多的采购部,现在的你都不一样了,你真会推销你自己的想法呀!”

从那时候起，我才了解到，原来这是个推销的人生，我的部属做错事时，我得推销正确的观点面对他们，我的朋友忧郁烦闷时，我得推销快乐给他们。老板好久不加薪时，我得推销我的重要给他。我太太偶而和我吵架时，我得推销我的认错和道歉。

想想看，从我出生到现在，我无时无刻都在推销自己，以证明自己的存在，自己的需求，自己的观念，这真是一个推销的世界，不是吗？

传销是一种分享，一种温暖销售。

我们只是将自己使用过而且觉得满意的产品，以一种人性的本能，自然的方式分享给别人。

举例而言，我们看了一部超级爆笑的娱乐电影，不知不觉地，在和朋友聊天中聊了起来，自然而然地，我们眉飞色舞地描述其中的情节，或者吃了某家物美价廉的海鲜，也会做这种天性本能的分享，可是电影院或餐厅老板却从不会给我们什么好处，我们都知道新中米粉，晚兰煮饺，这些产品都写有广告，都是靠口碑分享，从来没推销员上门推销，我们也会从亲朋好友那里得知。

传销就是做这种分享，而且这种分享还能有收获，何乐而不为呢？

如果让别人真正有所注意，改善他的健康，丰富他的生活、经济状况，增加他的内在涵养、外在形象，为什么不做呢？

一个能为别人打算，为自己着想的人一定是个

人见人爱的人；一个自私自利、冷漠无情的人，人们必敬而远之，不是吗？当我们以无私的心情告诉别人一种健康的讯息，一个事业的机会时，我们是快乐而坦然的。是不是推销，有关系吗？

传销是骗人的把戏，根本做不到

很多人将传销的致富方式夸张成能上天下地，无所不能的杰克神秘魔豆，事实上，这并非正确的传销观念。传销只是一种行销的通路，需要实际地将产品促销出去，才有实质的回馈，如果只是贩卖观念，动不动就一变二、二变四、四变八，这样的渲染倍增力量，而没有突出任何产品，想当然尔，就有人会觉得是在搞人了，至于能不能做到，简单地说，传销是正确而正当的。但老鼠会就是骗人的把戏。前者能够让你得到生命中的喜悦，而后者根本做不到，有句名语说得好：不要在错误的问题中找寻正确的答案。老鼠会是个错误，他不会给您任何正确的答案的。

有些关键性的观念我们要弄清楚，传销不是要大家躺在摇椅上摇摇脚，打个盹，一觉醒来就可以大富大贵的，他是要流汗辛苦工作，在工作中得到酬劳与自我肯定，只是他的工作实在有趣，即能夫妻一起

工作，又有成就感，每天都工作在兴奋快乐的工作环境中，而且不断地学习调适，自我成长，如果做得更好，能够帮助亲朋好友，同学邻居，甚至陌生人，得到他们想过的真正生活，这种事业方式和传统事业一样需要努力，甚至要超过许多。只是一旦做得非常好，则除了赚到很多钱之外，似乎其生活品质，生命的意义都会有高度的正面回馈。在一般人的想法上，这一些是不容易兼容并蓄的。所有传销局外人，常常会觉得这是个骗局，是一种魔术。

我对赚钱没有兴趣

根据很多调查，很多人都对赚钱没有兴趣，他们对插插花、刺刺绣、溜溜鸟，种种休闲活动比较有兴趣。

不瞒你说，我自己也不喜欢赚钱，我喜欢环游世界、绘画和烹调。赚钱那是一种必须流汗才能解决问题的事。那多麻烦，我哪里会喜欢呢？

可是我们必须明白，现实是一个逃避不了的问题，我们想要做我们喜欢做的事之前，一定要做我们应该做的事；要完成自己的理想之前，就要先照顾好现实的问题。

从事传销事业当然可以赚钱，但那不是目的。我