

<<无店铺创业直销110问>>

图书基本信息

书名：<<无店铺创业直销110问>>

13位ISBN编号：9787802118409

10位ISBN编号：7802118409

出版时间：2009-2

出版时间：中央编译出版社

作者：胡开俊

页数：230

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<无店铺创业直销110问>>

前言

直销作为一种经营模式，源于美国，之后传入欧洲、日本等国家和地区。

直销具有减少流通环节、节省广告投入、实行面对面服务等优点，因而在世界范围内迅速传播开来。但因其同时具有交易上的隐蔽性、参与人员的分散性、交易对象的不确定性等特点，在逐步发展的同时，也衍生出了一些商业欺诈行为，特别是“金字塔诈骗”和“老鼠会”等，严重扰乱了正常的经济秩序。

为此，各国政府都在严格规范的前提下开放直销经营活动，同时通过立法严厉打击利用直销名义进行的欺诈活动。

上世纪90年代初，国外一些直销公司进入中国，泥沙俱下、鱼龙混杂。

由于我国正处于社会主义市场经济发展的初级阶段，市场发育程度较低，有关管理法规不够完善，许多直销活动渐渐脱离本质，逐渐衍生出各种形式的传销活动。

一些不法单位和个人利用虚假宣传、组成封闭的人际网络，收取高额入门费等手段，打着“快速致富”的旗号诱骗群众参与传销，疯狂聚敛钱财；还有一些人利用传销从事迷信、帮会、价格欺诈、推销假冒伪劣产品等违法犯罪活动，不仅干扰了正常的经济秩序，严重损害人民群众的利益，还严重影响了我国的社会稳定。

针对上述情况，1998年4月，国务院发出了《国务院关于禁止传销经营活动的通知》，明确指出，传销经营不符合我国现阶段的国情，已造成严重危害，对传销活动必须坚决予以禁止。

<<无店铺创业直销110问>>

内容概要

本书共分9个章节，主要对直销经营的相关知识点作了介绍，具体内容包括直销的运作特点、直销在中国大陆的发展过程、直销管理条例出台的原因、直销服务网点的功能、直销员应具备什么条件、直销产品市场分析、双赢制诱人的陷阱等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<无店铺创业直销110问>>

作者简介

胡开俊同志，四川广安人，大学学历，民建会员。

1984年进入工商行政管理部门，先后在基层工商所、县检察院、县工商局、市工商局、省工商局从事公平交易、法制工作。

发现并主办了几起在系统内有一定影响的大要案件；先后在《人民日报》、《经济日报》、《光明日报》、《法制日报》、《中国工商报》、《工商行政管理》等多家媒体发表新闻稿件600余篇；十余次以县、市工商局代理人的身份参与行政诉讼，无败诉记录。

现在四川省南充市工商局工作。

<<无店铺创业直销110问>>

书籍目录

前言第一章 认识直销 1.什么是直销 2.直销的历史渊源 3.直销的方式和种类 4.传统销售方式的缺点 5.直销的运作特点 6.直销的优势 7.直销业相比传统零售业的劣势 8.直销模式与传统销售模式的区别第二章 直销的新生 9.我国加入WTO的法律文件中有关直销的承诺 10.国外直销立法的重点 11.直销在中国大陆的发展过程 12.国内直销企业现状 13.内资直销企业的优势 14.直销市场发展空间分析 15.开放直销业并不意味着允许传销 16.直销管理条例出台的原因 17.申请直销牌照的意义 18.申请设立直销企业的条件及程序 19.国民待遇原则在直销牌照审批中的运用 20.关于直销企业注册资本的规定 21.关于直销保证金制度 22.直销企业信息报备、披露制度 23.直销服务网点的功能 24.有牌照不能马上搞直销 25.关于直销经营区域问题 26.区域限制辨析 27.直销活动中出现的问题第三章 理性看待直销 28.其他国家和地区的立法经验 29.直销业的价值 30.直销业在我国兴起的原因 31.直销是对现代零售商业的补充 32.直销的行业风险 33.直销认知的回归 34.关于直销员招募 35.直销员应具备什么条件 36.直销员的特点 37.如何避免“七种人”成为直销员 38.违规招募直销员的行政责任 39.外国直销员不能在我国从事直销业务 40.直销商品的特点 41.关于直销产品范围及超出直销产品范围的行政责任 42.工商部门在规范直销、禁止传销工作中的检查权 43.未经批准从事直销活动的后果 44.违规支付直销员报酬和不按规定退换货的行政责任第四章 直销商战 45.优秀直销员可锻炼成“家” 46.直销员应该培训和考核 47.直销产品市场分析 48.直销产品发展思路 49.直销产品的消费者 50.选择直销公司应该注意的问题 51.中国直销业的三种类型 52.从事直销的不正确心态 53.直销员向消费者推销产品应当遵守有关规定 54.直销企业如何建立并执行退换货制度 55.直销员可能出现的销售障碍及解决建议 56.大客户销售的沟通技巧 57.对直销人员规范经营行为的思考第五章 直销的魅力 58.直销行业中零售与推荐的关系 59.直销的真正魅力 60.独特诱人的奖励制度 61.直销奖金制度的奥秘 62.直销与金字塔销售的区别 63.多层次计酬并不等同于“金字塔计划” 64.限制金字塔行为分析 65.多层计酬在经销商和员工制公司中应用的可能性 66.团队计酬制度在保险营销和传统商业中的运用 67.对直销市场未来发展趋势的设想第六章 直销与传销 68.什么是传销 69.制定《禁止传销条例》的意义 70.直销与传销的本质区别 71.关于直销培训 72.直销培训是不是“洗脑” 73.直销培训为什么被看做“洗脑” 74.理性看待直销培训中的“煽情” 75.洗脑如何正本清源 76.双赢制诱人的陷阱 77.对直销行业必须进行严管 78.禁止无限代多层次直销的正当性 79.传销组织的主要操作手法 80.“老鼠会”的惯用伎俩 81.网上传销在中国第七章 电子商务、特许经营、连锁经营与直销 82.电子商务的概念 83.电子商务的竞争优势 84.电子商务的模式 85.我国电子商务的发展趋势 86.电子商务与网上传销 87.特许经营的概念 88.特许经营的3s原则 89.特许经营的类别 90.特许经营八大误区 91.特许经营与直销 92.连锁经营的概念 93.连锁经营的首要特征 94.连锁经营与直销第八章 管理法规 95.直销管理条例 96.禁止传销条例 97.直销员业务培训管理办法 98.直销企业保证金存缴、使用管理办法 99.直销企业信息报备、披露管理办法 100.直销行业服务网点设立管理办法 101.《直销管理条例》直销产品范围公告 102.关于废止外商投资转型企业有关规定的公告 103.关于发布《直销员证》式样的公告 104.工商行政管理机关和公安机关打击传销执法协作规定 105.商业特许经营备案管理办法 106.商业特许经营信息披露管理办法 107.商业特许经营管理条例 108.商务部关于促进电子商务规范发展的意见 109.企业连锁经营有关财务管理问题的暂行规定 110.关于促进经济发展支持连锁经营卫生监督管理的规定第九章 非法传销案例 一、广州金玺贸易有限公司传销案 二、上海派康生物科技有限公司涉嫌非法传销案 三、假冒“中山完美公司”传销案 四、假借“新时代公司”名义传销案 五、假冒“天狮公司”传销案 六、贵州红跃药业有限公司特大传销案 七、亿霖公司传销行为与一般传销行为的差异 八、“瑞士共同基金”传销案 九、网络传销内幕 十、揭秘“电子商务”传销的“一夜暴富”神话 十一、“电子黄金”——披着网络理财外衣的传销 十二、非法传销何以成“致富神话”——玛雅传销案敛财始末 十三、阿尔克公司含权消费圈钱黑幕 十四、德阳市韵海商业信息有限公司传销案 十五、四川联盟通电子商务传销案后记

<<无店铺创业直销110问>>

章节摘录

首先，因为直销与传销同宗同源，虽然直销现在已经改头换面脱胎换骨，符合了法规，但就其出身，直销永远也抹不掉传销的胎记。

直销培训很容易被人们感觉成是在洗脑，同时认为这种“洗脑”是错误的行为，这也很正常，因为直销培训在中国是新生事物，它的出现与中国社会存在着三大矛盾与冲突：第一，传统民族文化的冲突。中华民族的文化特征在整体上是含蓄、内敛、保守的，而这种文化特征不习惯直销这种业态的主动推销与送货上门的方式，因此，改变直销员内敛、羞于推销的性格成了直销培训的主要内容，而改造的方法又只能是采用相对激烈的、非传统的方式，否则难以见效，这样，在许多人看来，直销培训现场就是几个骗子领着一群疯子，骗子在对疯子进行疯狂的、不可理喻的“洗脑”。

第二，传统商业价值观的抵制。一直以来中国的商业欠发达，大家对坐商容易建立信任感，对行商比较戒备。

直销是一种经销方式的革命，是无店铺行商的销售方式，与人们对销售的理解有些差异，短时间还不容易被广大消费者接受，很容易被消费者误认为是推销假冒伪劣产品的骗子行为。

而且有一些直销公司的部分商品确实也给了消费者一个价格虚高的映象，加之一些直销人员为推销产品的死磨烂缠，使消费者和社会公众对直销员上门推销行为顿生厌恶，自然会抵制推销。

第三，直销培训中的矫枉过正。直销队伍中，没有准入制度，不要大笔本钱，门槛低，初期都是一些下岗职工和找不到工作的人在从事，直销队伍的整体素质偏低。

在综合素质偏低的直销人群中训练销售技术，往往会剑走偏锋，过多地强调情商的饱满，强调百折不挠的精神，强调油嘴滑舌的推销技巧。

<<无店铺创业直销110问>>

后记

写完这本书，心情久久不能平静。

我感到，直销不是个轻松的话题。

就国内目前的直销市场现状，我们可将直销活动大致分为三类。

一类，是打着直销的旗号干着骗人勾当的“传销”组织，有的有实体，更多的是既无实体又无产品的非法组织。

他们利用人们急于摆脱贫困，甚至期望一夜暴富的心理，以“电子商务”、“网络营销”、“连锁经营”、“特许加盟”为幌子，利用各种亲情关系欺骗亲友离开居住地从事传销活动。

二类是以产品为导向，以“团队计酬”为激励机制，销售本公司产品的申牌企业，包括资金实力不足，以直销模式经营却并不打算拿牌的企业。

三类是已经拿到直销许可证，但仍然不能完全放弃“团队计酬”模式的直销企业。

据笔者所知，第一类因其本质上就是以诈骗为目的的有组织违法犯罪，为逃避打击，多将人员骗往异地进行疯狂“洗脑”，封闭运行，秘密活动，组织者异地遥控指挥，执法机关取证困难，加之《刑法》对这类犯罪行为惩罚力度较弱，故久打不绝。

而二、三类企业也只能低调运作，因为这些企业中的多数仍不可避免地有违背两个《条例》的行为发生。

没有取得直销许可证开展直销属于非法，采用多层次计酬属于传销，商务部只批准你四川做直销，你跑重庆做也是非法……有人举报或是执法机关受利益驱动想收罚款，直销企业便成了几乎可任人宰割的“唐僧肉”。

<<无店铺创业直销110问>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>