

<<顶尖直销员行动特训>>

图书基本信息

书名：<<顶尖直销员行动特训>>

13位ISBN编号：9787807281733

10位ISBN编号：7807281731

出版时间：2005-11

出版时间：广东经济出版社

作者：朱利敏

页数：262

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>

<<顶尖直销员行动特训>>

内容概要

每个人从小到大都在渴望成功，渴望过上高品质的生活，都在用自己认为正确的方式和途径追求成功。

但令人遗憾的是，很多人用了10年、20年乃至终其一生的精力，最终的结果却是什么也没有得到，带着深深的遗憾去了另外一个世界。

直到有一天有人总结出“成功=正确的选择+持续不断的努力+正确的方法”这一公式，才让很多后来人如梦初醒。

直销，这一富有传奇色彩的营销方式在极短的时间内催生了数以万计的富人，改变了很多人的命运，改写了他们的人生历史。

直销，让那些不甘于过平凡生活的有志之士在这个领域里迅速实现自己的梦想，让那些怀着创业激情的人才在这个平台上尽情地发挥。

本篇我们将揭开直销的面纱，带你进入直销这一领域，让你走出成功的第一步——“正确的选择”。

<<顶尖直销员行动特训>>

书籍目录

上篇 直销：千亿销售是这样锤炼的 第一章 直销时代在中国的来临 第一节 掀起直销的盖头来 第二节 直销在我国的发展 第三节 直销稳健增长的前夜 第四节 21世纪千载难逢的事业与机遇——现代直销商 第五节 千呼万唤始出来：直销立法 第六节 直销在中国的趋势与未来 第二章 直销名企的商业机密 第一节 行业领袖风范：安利 第二节 民族直销企业的先行者：天狮 第三节 蠢蠢欲动的海外军团：立新世纪 第三章 渠道为王：直销渠道的构建与整合 第一节 直销渠道——搭上成功快车 第二节 网络——直销渠道的新发展 第三节 构建渠道之王——直销与其他渠道的整合 第四章 千亿梦想的萌动与起航：你的直销路 第一节 观念刷新天地宽 第二节 直销为什么吸引你 第三节 复制您的财富之路 第四节 自信是最好的说服 第五节 诚信：立之艰，毁之易 第六节 财富、健康、家庭“三位一体”的幸福人生 中篇 千亿梦想的助推器：超级直销员特训葵花宝典 第五章 超级直销员的四天特训营 第一节 DAY1：理念先行，坚定信念 第二节 DAY2：树立自信，思路决定出路 第三节 DAY3：有效沟通让你驰骋直销业 第四节 DAY4：巧用直销工具——工欲善其事，必先利其器 第六章 五大行动步骤：超级直销员的成功教练 第一节 STEEP1：把成功变成习惯 第二节 STEP2：选择一位好的领导，为你的事业锦上添花 第三节 STEP3：培养和训练你的销售技能 第四节 STEP4：学会赞美你的顾客，心动需要行动 第五节 STEP5：重视自我管理，成就明日梦想 第七章 超级直销员的话术宝典 第一节 顾客开拓话术：争取主动 突破对方心理防线 第二节 直销异议话术：促使顾客成交的催熟剂 第三节 直销成交话术：练就成交前“临门一脚的功夫” 第四节 直销攻心话术：攻心为上 第五节 直销故事话术：说服顾客的魔法石 下篇 千亿梦想的快车道：超级销售方法秘笈 第八章 超级直销方法十二天进阶 第一节 DAY1：直销前奏曲——有条不紊做好基本功 第二节 DAY2：直销商的日常行为——直销商大考察 第三节 DAY3：接近顾客的方法——条条道路通罗马 第四节 DAY4：确切了解顾客需求——“望闻问切”号准脉 第五节 DAY5：如何打动顾客——轻松搞定客户的杀手锏 第六节 DAY6：如何直面拒绝——成功直销从拒绝开始 第七节 DAY7：战胜异议——正确处理顾客抱怨的方法 第八节 DAY8：赢在说服——掌握一流的直销话术 第九节 DAY9：如何留住顾客的心——通过售后服务留住顾客 第十节 DAY10：如何提高销售额——提高销售额的七个秘方 第十一节 DAY11：快速达成交易——踢好临门一脚 第十二节 DAY12：销售全程思考——瞄准你的下一个目标 第九章 超级直销兵器库 第一节 “双十”误区的识别与破解 第二节 百分百销售的十个步骤 第三节 行销七大制胜谋略 第四节 成功思维的十个最TOP模式 第五节 顾问式销售技巧附录一：直销管理条例附录二：禁止传销条例参考文献

<<顶尖直销员行动特训>>

章节摘录

书摘直销在我国的发展 追溯直销在我国内地的发展史，希望能让读者对直销有一个更清楚的认识。为了便于讲述，可将直销在我国的发展里程分成三个时期：(1)前直销时代：从20世纪80年代末传销传入中国内地，到1998年4月21日中国禁止传销。

(2)转型特殊时代：从1998年4月21日，一直到官方的规范直销法建立。这时期也被称为“准直销时代”。

(3)规范直销时代：以中国官方直销法制定为标志，至今后更长的一个时期。

下面我们将详细介绍这三个时期的具体情况：20世纪80年代末，日本一家磁性保健床(JAPANLIFE)公司“偷渡”到中国，标志着直销登陆我国。

这是一家未取得任何经营许可的公司。

由于是第一家，工商行政也未给予干预。

这家公司首先是在深圳发展，然后又迅速扩展到了广州。

与此同时，更多地下传销公司如雨后春笋一般发展起来。

第一家正式以直销申请注册的公司是美国雅芳美容品公司，也是第一个在1990年进入中国的公司。同时，沿海各大城市，进口的、自办的、合作的直销公司蜂拥而起，如深圳世点电脑软件有限公司、北京斯汀摩生物技术有限公司、江苏雅婷日用化工有限公司、广州仙妮蕾德(广州)有限公司、安利(中国)日用品有限公司等等。

“传销风暴”山雨欲来，非法“老鼠会”尾随而至。

自1993年，随着非法传销引起的纠纷被传媒从正反两方面不断曝光，政府部门开始重视该行业。

1994年，国家工商管理总局先后发出《关于制止多层次传销活动违法行为的通告》和《关于查处多层次传销活动中违法行为的通知》，由此，传销在中国进入第一个平静期。

这个时期，官方态度比较模糊，只是查处违法行为，并未对该行业表示绝对禁止。

1995年，随着传销狂热在沿海的冷却，内地市场开始出现另一种混乱，主要集中在沈阳、郑州、重庆等城市。

同年，根据不完全统计，中国的传销规模已达“双200”(200家传销公司，200万传销商)。

1995年9月22日，国务院办公厅发出《关于停止发展多层次传销企业的通知》，以对国内再次过热的传销进行规范限制。

1996年4月，中国官方首次批准了41家企业可以开展传销业务。

由此，中国传销进入一个前传销时代的相对健康的时期。

但是，也提出了一些在后来引起人们误解且非常有害的概念——单层次传销。

其实，既然是“传”又何来“单”呢？1997年1月，国家工商行政管理局公布了一个名为“传销管理办法”的规定，该规定似乎是承诺在严格管理的原则下，允许合法直销的存在。

这个规定还进一步以销售过程中直销商的层数来划分单层直销和多层直销的概念。

单层直销被认为是简单的、可管理的，因而是允许的；而多层直销被认为是锁链式销售的一种，会导致价格的增加，因而肯定有问题。

根据这个划分方式，中央政府将单层直销颁发营业执照的权力下放给了省级工商局，并且希望通过不再增发多层直销的营业执照来控制欺诈行为。

然而，这种关于单层直销和多层直销的划分标准以及经营权批准权力的下放所带来的结果就是市场更加混乱，成为了一个使后来“老鼠会”疯狂发展的原因。

金字塔骗术的操作者们马上意识到，他们可以打着单层的旗号，从而拿到合法的传销营业执照，继续进行其欺诈行为。

结果，在国内一下子冒出了600多家单层直销公司。

在中国传销史上，这可以说是一个最为混乱的时期。

当经销商在焦急而漫长地等待自己所从事的企业的合法传销资格的时候，大批来自台湾的“老鼠会”精英们再次登陆到了中国内地。

金字塔销售(“老鼠会”的学名)，是一种商业骗局，其构架为，由所谓的“投资”或“买卖交易”办

<<顶尖直销员行动特训>>

法推广组织，利用几何级数的方法，赚取新加入成员所缴纳的费用，借以牟取暴利。

这个时期可以以41家传销公司中的西藏诺迪奥在全国推广的B计划——“老鼠会”制度“双赢制”为标志。

其最大的迷惑人心之处在于，诺迪奥本身就是合法传销公司名单中的一员，这就掩护了这个本是典型的“老鼠会”制度。

既然有人敢为先，当然就会有人步后尘了。

同是41家中的伯伦公司也开始了“老鼠会”操作。

随之而来的是在各地地方主义的保护下，大规模的单层次传销公司，纷纷仿效，一家比一家的制度“优越”，最后简直是告诉传销商只要你一加入，就是坐地等钱来。

P4-6

<<顶尖直销员行动特训>>

媒体关注与评论

书评直销——千亿梦想的推销器；直销——千亿梦想的快车道；千亿销售就是这样锤炼的。

直销是可以白手起家的事业；直销是复制成功的事业；直销是自由自在的事业；直销是授人以“渔”而非授之以“鱼”的事业。

<<顶尖直销员行动特训>>

编辑推荐

直销是可以白手起家的事业，直销是复制成功的事业，直销是自由自主的事业，直销是授人以“渔”而非授之以“鱼”的事业。

本书介绍了直销在中国的发展和直销的优越性，为您制定了一整套直销相关的专业课程。

选择了直销，您必将遇到邀约、列名单等等销售过程中的难题，本书将是你的引路人，指引你登上成功的高峰！

<<顶尖直销员行动特训>>

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>