



得力大师

亲爱的得力大师：

「舒磁灵」上市之后，将安利产品带领到崭新的高科技生活保健领域，不但解决许多人长久以来的保健困扰，更提升舒适生活质量。请问大师，可否提供一些销售方法给我们参考，以增进我们的推广成效？

舒适小佩 上

舒适小佩你好：

将保健与营销完美结合带给我们更多元化的销售利基，我将一些领导人的经验整理起来与你分享，方法简单，复制容易，欢迎参考。

销售 4 步骤

- **正中需求** 了解对象工作及作息状况，藉以判断不舒适感造成原因与发生部位。例如得知对象为 e 世代计算机族，便可以「常打计算机右手肩膀是不是容易感到僵硬、不舒服？」切入话题。
- **亲身感受** 建议对象试用舒磁灵，实际感受效用，时间以 10 至 30 分钟为宜。不妨拿自己身上使用的舒磁灵，以好东西与好朋友分享的态度，消除对象的防御心，比较不会产生排斥感，但记得要擦拭清洁。
- **分享讯息** 试用时要一边分享讯息，包括：1.谈不舒适感产生的原因 2.谈穴道经络的原理 3.谈舒磁灵使用注意事项 4.谈自己使用的经验 5.谈产品的价值，例如：产品轻巧携带方便、可提升生活质量等。
- **完成订单** 建议对象除了自己使用之外，还可将舒磁灵当作馈赠好礼。赠送高科技产品，有效又实用，更可以让所爱的亲友远离不适，享受优质生活，多有面子！

推广 5 妙法

- **招蜂引蝶法** 将舒磁灵贴在太阳穴、前额正中央或脸上任何一个部位，越夸张越容易引起注意。旁人在好奇心的驱使之下，容易产生兴趣，藉此引起话题，并开始运用销售 4 步骤。此法对于开拓陌生市场很有效。
- **无孔不入法** 只要听到、看到有人产生不适或谈论身体不适，便主动热心分享舒磁灵。例如：和人握手时发现对方手部冰冷，便可用舒磁灵夹在他的手指之间 5 至 10 分钟，让手部变暖，体验到舒磁灵的妙用。此法常会令人有意想不到的收获。
- **单刀直入法** 向已购买的顾客收集有潜力的对象名单，约定时间前往「试用」，搭配 VCD 光盘展示舒磁灵的特性，提供专利科学验证，直接又理性的说明，对于争取保守、分析型顾客很有效。
- **未雨绸缪法** 如果碰到对象表示：「我没有不舒服」、「我不需要」时，不必打退堂鼓。



可以反问对象，家中有没有储备医药用品如优碘、纱布等，都是为了要预防保健之用嘛！舒磁灵没有使用期限的问题，可以纾解突发性的不适，是值得投资的保健用品。

- **借力使力法** 寻求专业人士如：医师、复健师、国术教练的认同与协助，请他们的客户试用舒磁灵，藉由专业的解说来提升产品说服力。

希望上述内容可以引发更多的创意销售，祝大家都有卓越的销售成果！

得力大师 上

得力大师

Y2K 得力大师：

我和一些伙伴负责安排中心聚会的各项活动，希望大伙能够一同来学习与成长，请问大师，有什么方法可以让我们了解新朋友的感受与伙伴们的学习状况，留住更多的同好来参与聚会？

千禧龙 上

亲爱的千禧龙你好：

在中心聚会之后，如果能安排一些时间，让伙伴们交流一下心得，那么原本片面或模糊的认知与想法，可以藉由集思广益而更加提升；有些一知半解的新朋友也会因为有收获，而爱上这个学习环境了。因此进行一场成功的「会后会」是很重要的，不但可以让伙伴们有表达的机会，更可以让领导人藉此了解新朋友的学习状况，为下次见面的邀约增添话题。在此提供领导人的建议让你参考：

谁来主持

会后主持人扮演引导讨论的角色，因此对于全程活动必须非常用心的参与。他必须了解讲师分享的内容，以便会后引导讨论；他必须观察伙伴们（尤其是新伙伴）的学习态度，以便掌握会后分享气氛。所以最好邀请新符合 15% 以上的领导人来主持，一方面因为他们有一定的组织网规模，有一定的 3S 工作经验，具有基本专业基础；另一方面他们也正需要机会来历练，学习如何主持会议、掌控流程，以便成为一位全方位的领导人才。

如何进行

会后一开始，别忘了告诉第一次来的伙伴：「不要急着走，花几分钟时间让大家认识你，交个朋友啊！」，先招呼新朋友坐下，让他们觉得受到尊重。领导人应主动带大家将座位围成圆圈，彼此要坐靠近一点，感觉愿意倾心分享，产生情绪感染力，热于分享今天的心得。主持人的座位最好面向门口或是人群流动频繁的方向，以便掌控全局，旁边的座位则留给主讲贵宾，

适时回答问题。而老伙伴或坐或站在旁边一同参与，让会后会的气氛热络起来，整个分享时间最好不要超过三十分钟。

怎么引导

新人自我介绍 首先欢迎新朋友每人一分钟自我介绍，若他们害羞说不出话时，主持人可以带动掌声给予鼓励，并用开放式的问题引导他们说出小名、职业等个人资料，或请带新朋友来的伙伴协助介绍；气氛一定要轻松愉快，不要造成太大的压力。

老伙伴带动气氛 再由主持人和两三位听完课程后很兴奋的老伙伴带动，就活动心得每人分享两分钟，目的是激发出新朋友的感受与认同。

活泼新人先分享 再来让较活泼的新伙伴发言，其它人要写笔记、点头、微笑，增加新伙伴的信心，主持人要记得复诵分享的重点，并严格掌控时间。主持人会前就必须模拟各种情况的应变方法，如果有人一直讲不停或是有一些异议，可以请他等一下再和演讲贵宾一起来研究，先把时间让给其它伙伴来分享；如果有人紧张得难以表达，不妨以：「话不再多，在于精；真感情就是好文章」等用词来缓和。当时间差不多时，主持人就要作一个总结，在气氛以及情绪到达最高点的时候结束。

一场成功的会后会增加学员再次参与会议的意愿，需要透过大家的配合才能圆满完成，让我们一起来努力。

引导分享要点	问法与作法
提出开放式的问句	您觉得刚才的产品示范怎么样？
注重学员的感觉	请问大家现在有什么感觉？
导引出学习的重点	我们可以从当中学到什么？
更深入探讨	能不能举个例子说明？
重复学员的感觉	大家都觉得很有收获。
持续观察学员反应与行为	观察谁频频点头、记笔记？谁露出疑惑、无聊的表情？
回顾课程作总结	我们了解 3S 工作的重要性，因此我们可以.....

得力大师 上

得力大师

得力大师您好：

我们知道零售、推荐、服务是安利事业的基础工作，都同样重要。但是我的组织网内有些伙伴比较喜欢去推荐，觉得这是一件助人成功的远大工作，很有成就感，而比较少去做零售和服务，且觉得有点微不足道。事实上，若是没有落实「零售」与「服务」工作，即便拥有广大的推荐网络，业绩还是无法大幅成长，组织网也不稳固。可否请大师给予这些伙伴们一些具体的建议呢？

阿妹上

亲爱的阿妹：

工作的价值如何？全凭我们怎么看待它，只要注入一些新意，想得大、看得远、做得不同，每天都能简简单单、快快乐乐、轻轻松松地落实 3S 工作喔！我特别请来 3S 大师分享一些经验，不妨参考看看。

零售=分享+专业

有些人还停留在传统的观念，以为零售就是卖东西，深怕自己成为被恶犬满街追的推销员。其实零售应该是一种分享，就是「好东西与好朋友分享」的道理啊！把使用过安利产品的美好感觉说出来，就是这么简单。让 3S 大师以一些实例来说明：

* 生活安利化

如果自己没用过安利产品，又如何分享安利产品的妙用呢？

安利产品多达四百余种，所以我们必须以最快的速度将「生活安利化」，从日常生活的点点滴滴中体会产品的奥妙。举例来说：如果没有让亲爱的老婆使用安利沐浴精的话，老公怎么会想到老婆卸去睡衣时只要用抖动的就 OK，而且浴缸用水轻轻一冲就清洁溜溜不留污垢呢？只要我们能分享出这份感觉，让听到的人也想要试试看，而了解安利产品是最好的，业绩就这么简单的创造出来。

* 安利生活化

如果妙用没有展现出来，又如何刺激购买欲望呢？

让安利产品的妙用透过日常生活展现出来，例如：与朋友聊天或用完餐时，习惯喷一下口腔清新剂，同时让周遭人感受口齿芬芳的快感；透过从自身散发出来的迷人气味，让安利香品系列拉近人与人的距离；也可以将蜜乳取放在空的果酸瓶子中随身使用，适时搭配吸油面纸来作产品示范。重点是让产品经由您仿佛活了起来，能随时随地、自然而然地吸引人们的注意与喜好，主动询问而购买产品，业绩就是这么轻松的创造出来。

* 形象专业化

如果形象不专业，又如何获得信任呢？

二十一世纪是专业代理人的时代，期许自己成为一位优秀的安利生活顾问。除了专业内涵之外，不容忽视的就是外在形象，要将自己梳理整齐，呈现最光鲜亮丽的一面，让别人留下良好印象。举个实例来说：有一位伙伴喜欢穿着轻松方便，随便套个运动服、拖鞋就去帮顾客装净水器，完全没有考虑对方的感受。于是顾客看待他如同一般水电工人，甚至还想请他顺便修理马桶；当这位伙伴提到保健观念时，顾客便表露满脸的怀疑，不信任他的营养专业。而 3S 大师基于尊重自己的专业，一向穿西装、打领带，整整齐齐的去帮顾客服务，常得到这样的响应：「老

板啊！不好意思喔，还麻烦您亲自出马，快来喝茶」。当然啰，接下来的各项专业建议也容易被接受，业绩就是这么自信的创造出来。

服务=责任+ 快乐

以往认为服务是量力而为，重要的是销售。然而安利事业不同，产品透过伙伴们分享而销售出去，优质服务的提供让我们创造更多的分享，因此我们负有「将服务当作是一种责任」的使命。

* 用真心来服务

我曾送货到顾客家时，天啊！发现从未见如此肮脏的厨房，悄悄拿起「超霸」故意只将抽油烟机、厨具先清洁一半，您无法想象当顾客发现时，眼睛瞪得有多大？我感觉自己彷彿魔术师般将一切变神奇了！是的，当我们用心服务时，快乐就会来临，创意就会产生，做法就会不同。愿意在下次换装配件时也为顾客将净水器擦拭清洁吗？相信这份以爱为动力的服务，会是一份幸福与荣耀。

* 用效率来服务

为了落实我们的服务，作法必须有效率。例如：将顾客服务数据归类建文件，加以系统化的管理，您才能主动提醒顾客何时该换装滤心和灯管，何时须补充产品；学习上网查询安利信息，能以 e-mail 电子邮件快速传达服务讯息。最重要的是让顾客成为「超值会员」，让超值会员成为「直销商」，让提供服务的伙伴越来越多，服务自然会有效率了！

最后让我们共勉「跟自己比，向他人学」，以实际行动超越能力的极限！

得力大师

观察敏锐的得力大师您好，

每周一次的中心聚会，我们都费尽心思安排3S等相关课程，而且都有专业、认真的讲师主讲。然而，令人不解的是，每会必到的人大多是一些老面孔，伙伴们还告诉我：「新人来了一次后，觉得上课有压力。」有些人也说：「中心聚会课程对于有心发展的人，非常棒，但对于新人，好像吸引力不够？」到底是那个环节出了问题呢？

认真想求突破的DD 小童敬上

亲爱的小童，

我可以深刻感受到您的用心与认真。以下是我们访问几位非常热诚的安利伙伴，他们就中心聚会会前、会中及会后应该注意的事项，所提供的宝贵意见，值得我们深思与尝试喔！

会前用心建构桥梁

以联谊性活动搭起友谊桥梁

利用郊游、烤肉、庆生或温馨的家庭聚会，来吸引新伙伴认识安丽的朋友，并乘机搭起友谊的桥梁，将有助于日后邀约伙伴参与中心聚会。

了解新人的需求

新人喜欢听什么话题呢？健康、美丽、成长、友谊及生涯规画等生活导向的主题，可能比 3S 更符合他们的需求。此外，在适当时机穿插一些艺术活动，例如音乐欣赏或影片欣赏及讨论，也是蛮受欢迎的安排。

事前的人物销售

邀约新人时可以预先销售某位会场中与他背景相似的成功领导人，或是对分享讲师适度的销售，都可以有效强化新人的参与意愿。

此外，不断提醒伙伴加强邀约的行动力、分享成功的邀约经验，也是会前的重要任务之一。

会中着重气氛与内容

营造温暖、亲切的团队气氛

任何人都喜欢有生命力及有活力的团队。让参与者在所处环境以及人际互动上有安全感、有温暖、受尊重、被肯定的感受也是粉重要的喔！因此，同中心伙伴的亲切、笑容、问候及关照，为新人特别保留的座位安排、特别名牌或贴纸识别，温馨的欢迎仪式，以及适当的暖身破冰活动，都是会让新人感动不已的喔！尊重与肯定对新人相当重要，然而，倘若有遇见特别害羞或是独立性较强的新伙伴，也要考虑避免特别凸显他们，以免造成他们的不自在。

引发团队参与动能

除了安排较贴近新人的主题外，适当地穿插一些分组讨论、趣味测验、DIY 现场操作等课程，也将带动学员的热烈参与，并强化学习效果。

会后会带来无限契机

会后的重要

中心聚会结束后，是收网及收单的好时机，在收网方面，根据今天谈的主题，邀请新人分享学习心得，以强化他对安丽的了解，或安排新人认识几位背景类似的成功安利领导人，只要他们几句真诚的鼓励，例如：「以前我也对自己没信心，现在的我，已经连续 3 年接受安利公司贵宾级旅游，生活过得既愉快又充实！」类似的话，都可以让新人对自己更充满信心喔！

在收单方面，利用会后会接受订单，或是申请书都是个好时机。如果中心无法举办会后会，除了前往附近的餐厅或快餐店外，在上手或 DD 家中，都是不错的选择，然而，在地点及时间的拿捏上也要恰当，以免造成新人的压力。

记得邀约下次会面

「明天还是后天您方便，让我先介绍几样产品让您了解？」

「我知道程妈妈最重视健康了，下星期中心要邀请营养专家来谈防癌的重要保健，可以邀请妈妈一起来参加。」再次邀约是持续新人参与热度的重要工作，一定要用心地做好这项任务。

只要凝聚会场直销商伙伴的力量，确实做好会前、会中及会后安排，相信可以为会场不断地注入新血轮。

永远支持您的得力大师

得力大师

热心的得力大师：

我有一位潜力不错的下线，发展到 12% 时，业绩无法突破，产生瓶颈，他说：「真伤脑筋，好想成功，但又不知该怎么做？」请问大师，有什么方法可以协助下线顺利通过这个关卡呢？

求知若渴的小华

亲爱的小华：

根据我的经验，让伙伴们愿意克服困难、坚持到底的关键是：找出支持他、推动他、吸引他坚持到底的诱因与动力，让他们充满能量与冲劲。我的作法是：及早帮他们发掘更多的潜力下线，建立个人组织网。

当推荐到有潜力的伙伴，除了训练他们专业能力之外，一定要趁其兴奋度高、态度积极时，尽快协助他们列出「有效名单」，立刻进行访谈，再筛选出有兴趣或有意愿发展的对象，加强跟进。如此，即使伙伴们在 12% 左右遇到瓶颈时，积极的下线反而会鼓舞他们，这个充满希望的组织团队便是他继续坚持下去的力量。

协助下线做跟进时，可以妥善运用公司提供给 DD 的「体系组织图」月报表，或是有登录「新直销商加入明细」报表来了解目前发展状况，持续追踪；也可以藉由家庭聚会或直销商中心会议来帮助下线做跟进的工作，效果不错喔！我因为这个作法多了好几条新线，更激发原本可能要停顿的伙伴，继续努力。提供妳作参考，加油！

青青

可爱的小华：

谢谢青青无私地分享，我也有一些建议提供妳参考：

一、重视消费型直销商 特别提醒小华，协助下线建立稳固的组织网，要兼顾「发展型直销商」与「消费型直销商」的跟进。因为只要消费型直销商养成使用安利产品的爱好与习惯，他们每个月重复且大量的消费能力，将会产生稳固的业绩，为伙伴带来持续可观的收入，也是一个极大的动力喔！

二、想法、证据、结果 随时提醒伙伴，成功或失败与我们的距离是一定的，越朝着成功迈进，就离失败越远。拥有正面积极的想法，发掘积极正面的证据，必定会产生积极正面的结果。从 12% 左右跨越到 18% 以上的进阶关卡，有时因为期许太高而焦虑不安，但这只是一个过渡时期而已。多鼓励伙伴正向思考，这些瓶颈将使我们更加提升，何妨欣然接受挑战？

三、梦想具体化 面对考验时，还记得发展安利事业的梦想与目标吗？冷静思考，邀请伙伴面对面坐下来，帮他将问题具体呈现：

1. 写下目前面临的挑战。
2. 若是无法克服挑战，三年后会拥有怎样的生活情景？
3. 假使克服挑战，三年后会拥有什么样的快乐生活？让他感受一下差异性，彼此分享到底愿意过哪一种生活？怎么选择？藉由梦想具体化来刺激出积极的行动。

四、OLYMPIC 奥林匹克夺标法 提供七个指标，让伙伴们自我检视一下，哪些方面需要加强？再针对需要努力的部份，进行检讨和改进。

下列指标，做到者请打 V、尚可者划※、未做到者请打 X		
Open mind	拥有开阔的心，相信自己会成功	
Loyalty	忠诚于公司、产品、伙伴	
Youth	保持年轻、活力、冲劲	
Market	了解市场竞争优势与需求	
Professional	培养专业知识与技能	
Intelligence	具备前瞻性的眼光与才智	

Continuity	不要放弃，永远都不要放弃	
------------	--------------	--

五、分享是最好的学习 在安丽事业里有许多突破障碍的成功者，请他们分享一下当初的心境与作法，藉由成功经验的传承，做为自我突破的借镜，在分享中学习成长。

小华，让我们一起鼓励伙伴们、为他们喝采，信心就是力量！祝福妳。

永不放弃的得力大师

感谢台湾安丽翡翠直系直销商郑小姐提供宝贵意见

苟日新、日日新、又日新的得力大师：

我的直销商组织网相当庞大，但是近来业绩不太好，伙伴们的士气也有待振奋。我开始倡导团队合作，推动新点子，但至今并没有什么成效。请问大师，我该怎么办？

要缔造佳绩的萍萍上

亲爱的萍萍：

辛苦你了！由于全球经济不景气，加上直销业竞争压力，越来越多的领导人改变既有的方式，尝试一些新点子来创造业绩。但是这些新点子是否有效，关键在于如何让大家「集思广益并达成共识」地一起来实行这些新点子？

提供你四个指针，就像医生透过血压、脉搏来判断人体是否健康一样，检查一下组织网的现状：

指标	情况 A	情况 B
影响	伙伴们认为他们对于团队具有影响	伙伴们觉得自己力量小，碰到困

力	力，可以有实际的贡献	难就退缩
认同	伙伴们认同整个团队，愿意与大团队合作	伙伴们划地自限，只认同自己的小团体
冲突	伙伴们以平常心处理冲突，甚至不惜对立以求问题解决	伙伴们越来越冷漠，尽量避免冲突以免遭受责难
学习	伙伴们容易接受新的构想	伙伴们容易否定新的构想，只做有把握的事

当这四个指针越趋向情况 A 时，表示组织网状况越健全。当指针越趋向情况 B 时，表示组织网状况可能发生危机，此时，提供三个方法，帮助你恢复健康的团队。

- I. **大家一起来：**让伙伴们参与或负责重要的工作，了解重大的决定，并鼓励他们接受挑战。有时试着放手让他们完全独立去做，不要支配和干预，藉此激发伙伴们主动积极贡献的意愿。
- II. **更多基层领导人：**领导人必需改变以往管家婆的角色，成为一个协助者。我们可以提供组织网相关讯息，培养更多基层领导人分层负责，来彻底执行新点子。
- III. **落实正确新观念：**要改变团队就必须彻底改变伙伴们的行为，不妨透过完整的心理训练来落实这些新点子。相关信息可以藉由相关刊物、训练会议获得，所以一定要不断的吸收新知。

萍萍，不妨参考看看，你一定能做到！

永远支持你的得力大师

亲爱的得力大师：

某日我向一位朋友展示净水器，信心满满地告诉他安丽的净水器结合了二项经证实且具效能的水质处理技术：高密度活性炭滤心和紫外线灯管，能因应各种可能产生的水污染问题。由于我不断地强调滤心和灯管的优异效能，因此在展示完后，这位朋友问我滤心和灯管的价格。我据实以告。没想到这位朋友很天才地说：「这么高效能的滤心和灯管加起来不过才三千多元，你居然要卖我一台二万多元的净水器？我只要买滤心和灯管，回家自己装在水管上就好了。」我听到他的问题，自己也愣住了。我知道他的异议有些荒谬，但一时之间又不知该如何反应，让我呕极了！

懊恼的纯纯

可爱的纯纯：

您好，我是贞芳。你的问题我也碰过，因此得力大师立刻请我分享我的经验。上一次我的顾客也是这样说：「我何必买净水器呢？滤心和灯管装一装就好了。」当下我和你一样不知所措。不过，我看到他手上的大哥大，突然灵机一动地问道：「请问你手上的大哥大一支多少？」「二万多元呀！」他答道。「那请问若把大哥大的外壳和里面的零件拆开计价，总值需要二万吗？」我再问。他很不削地说：「当然不用呀！这种东西的零件成本非常便宜的，可能只需要几千元。」我听到这儿，赶紧问他：「那你为何愿意花二万元的价格购买呢？」他头歪着思考，他似乎也觉得自己的问题有点好笑。趁着空档，我赶紧和他分享价格与价值的不同，并且告诉他：「安丽的净水器和你的大哥大一样，是智慧的结晶，科技的成果，能帮助我们生活更圆满。」在我的说明中，他的态度才从抗拒渐渐转为接受。

贞芳敬上

亲爱的纯纯：

看完贞芳的分享，你有什么感想呢？其实，贞芳的经验给了我们几个启示：

1. 自己一定要对产品很了解，碰到异议才不会自乱阵脚。
2. 反问法是很好的沟通方式，比一直硬碰硬或争得头破血流更有机会化解异议。
3. 用对象身旁所发生的事件，或他认同的道理来举例，更能有效地化危机为转机。

建议你不妨参考她的经验，再和上下线多几次实战销售交流，成为真正的净水器销售战将，从此无往不利，不再懊恼。祝福你！

得力大师敬上

感谢台湾安利银奖章直销商吴贞芳来稿

亲爱的得力大师：

我是安丽的直销商，更是安利产品的爱用者，怀抱着「要一辈子做安利」的热忱来经营安利事业，在历经十八铜人阵的考验之后，虽然已有小小的成就，但是难免在推荐不利时，会让我有种无力感。得力大师请你赐给我神奇的力量，告诉我几招推荐的招数吧！

欲振乏力的安安



无力的安安：

恭喜你找到了一份值得一辈子经营的安利事业，对于这份事业的经营热忱以及你付出的用心与努力，都是让人深感佩服且值得令人喝采的。针对推荐不利的无力感，我特地请教了推荐高手来分享他的推荐秘籍，希望这些秘籍能够为你注入一剂强心剂。

推荐秘籍一：确定你真正推荐了自己

价值观的明确度以及动机的强度是决定你在安利事业中扮演什么角色--不动、被动、半自动或全自动的关键态度，同时你所扮演的角色也是决定将来的发展速度及未来成就的重要因素，因此，请检视一下「你是否真正推荐了自己」，因为正确的价值观与强烈的动机要靠您自己确立！

推荐秘籍二：建立信心、专业形象以及人际关系

深爱产品、用出心得、产生信心是建立信心的唯一法宝，深信安利、忠于承诺、永续经营更是发展安利事业的不二法门，基于这样的理念，再加上专业的形象、亲切、热忱地与人相处，相信您一定可以在安利事业成功，可以改善经济状况、提高生活质量、实现个人梦想。

推荐秘籍三：邀约、推荐与跟进

邀约--依推荐对象的兴趣、嗜好，不断换档、不断工作，重点在于透过接触以了解推荐对象，同时也让对象更了解我们，彼此建立进一步的认知与互信；但应切记别操之过急，让人避之唯恐不及。

推荐—以了解及互信为基础，以个人成长与体会做沟通，以自己对未来的梦想与信心作诱因，并试着为对方导引出改变现状的动机，明确地告诉对方：安利可以给你这个机会。

跟进—再一次、再一次、再一次地与对方深谈，解决异议、建立共识，彼此在安利事业中并肩奋斗，相互提携进而共创美好的未来。

人生是一次次的经验累积而成的，建议你把失败当作是一种不凡的经验，而不是障碍；希望这些秘籍能助你一臂之力，让你大步向前迈进，加油！

感谢台湾安利邱献兴、陈素月翡翠直系直销商无私地分享

亲爱的得力大师,

我好像得了月底业绩恐慌症，赶快救救我吧！我已经设定目标今年要达到 Q12 资格，然而为了维持银奖章资格，每个月月底都拼得很辛苦。虽然许多安利朋友鼓励我，网络只要成长到某个程度，自然可以轻轻松松地达到银奖章资格，但是要以这种自然法则符合银奖章似乎要累积一段相当长的时间。难道没有其它方法可以有效提升业绩吗？

困扰的达达求救

达达您好：

收到你的 SOS，得力大师赶紧打电话给成功人士。非常幸运地，有位闪亮的钻石愿意提供他的「业绩分割法」供你参考。他这么说的：「积极的行动力必须配合有效、落实的销售目标及方法，才能达到事半功倍的效果。因此，每个月善用业绩分割法，将可以妥善规画既有的网络规模，订定明确的行动方针以及拟定具体的销售目标，让我们按部就班地达到银奖章资格。」

什么是「业绩分割法」呢？这位钻石的作法是这样的：

1. 前一个月先订好比银奖章高的业绩目标：至少订定 34 万售货额为目标，但若配合安利公司所拟订的特别促销活动，则增至 42 万售货额为目标。
2. 订定明确的销售计划，包括产品名称、数量、以及销售对象。
3. 最重要的是订定有效的行动计划(请参考以下范例所示)。

销售项目	数量/售货额	销售对象	订定行动计划
净水器	6 套 80,950BV	1. 自己 2. 积极想发展的直销商 3. 组织网中消费型的直销商 4. 最近想要推荐的对象 5. 陌生的顾客	周一 拜访顾客王先生
原味复合合金锅组	4 套 74,284BV		周二 至板桥林太太家做净水器示范
中式炒锅	4 个 25,068BV		周三 到张妈妈家做钢锅示范
美容保养用品	50,000BV		周四
营养补充食品	50,000BV		周五
清洁用品	50,000BV		
新直销商产品组合装	4 套 11,608BV		
总计	约 340,000BV		

每个月，这位钻石都是以此明确的销售目标及工作细目进行工作，达达不妨也试试?!得力大师相信，如此一来，您的月底症候群很快就可以不药而愈了!

亲爱的得力大师,

我看了上一期关于直销商税务的规定,但是仍然很困惑。到底我今年应该如何处理我的税务问题?

数学很差的莉莉

亲爱的莉莉:

安丽公司一直是遵循国家法律,正直而守法地稳定发展,在税务事项的处理上亦不例外。不过,安丽公司也了解直销商在税务问题上的困扰,因此也一直以直销商的利益为优先考虑,与税务单位沟通协调。在86年8月,直销协会曾经邀请主要会员直销公司、学者专家及国税局官员共同研讨直销商自用比率的问题。会中,国税局官员曾表示,会考虑对个人型直销商订定进货额在十万元以下免课营利所得税。这项讯息,对直销商而言是一项减税的利多消息。不过赋税署表示,目前不可能实施此项办法。因此,今年直销商报税仍和往年相同,将进货数量乘以建议售价,以6%纯益率计算营利所得,再并入全年所得中,依适用所得税级距,计算全年应纳税额。

得力大师敬上

亲切的得力大师:

我是一位新上任的DD,在带领组内的下手直销商时除了尽心尽力地替他们解决疑难杂症之外,更是竭尽所能地协助他们发展安丽事业并满足他们的需求,但是,日积月累下来我却有一股力不从心的感觉,请你帮我把把脉并助我一臂之力吧!

无力的惠惠

亲爱的惠惠:

欲振乏力的感觉总是让人有些无奈、有些失落,尤其是在全心付出之后却没有实质的回馈或成果时,更是令人觉得难过。然而,在带领下手直销商时,除了无私地分享与全心的付出之外,还要考虑到带领下线的领导风格、沟通方式、以及下手直销商的投入程度等因素。

为了协助您了解自己是不是一位称职的上线,请如实地填写以下的问卷(填答问卷时请不要考虑太久,只要依照您的实际情况填写就行了)。

你是不是一位称职的上线

	总是	时时	偶尔	极少	从未
	如此	如此	如此	如此	如此
1. 你对少数下线特别偏宠（或冷落）。	5	4	3	2	1
2. 你不愿为下线化解冲突。	5	4	3	2	1
3. 你期望下线毫无异议地采纳你的建议。	5	4	3	2	1
4. 你不按照下线的学习速度予以辅导。	5	4	3	2	1
5. 你并不鼓励下线自求进步。	5	4	3	2	1
6. 你藉言词或行动，暗指某些下线是懒惰的或是愚蠢的。	5	4	3	2	1
7. 当下线主动做某些事时，你并不允许他们在某一程度内犯错。	5	4	3	2	1
8. 你不允许下线参加中心的规划工作。	5	4	3	2	1
9. 你并不试图令你的下线也变得消息灵通。	5	4	3	2	1
10. 在倾听下线的言语时，你并不试图去了解他们的观点。	5	4	3	2	1
11. 你并不鼓励下线对你提供意见。	5	4	3	2	1
12. 你与下线之间的误解，是导因于你假定下线已知某些事（但事实上他们对这些事并不知）。	5	4	3	2	1
13. 你主持的聚会不具高度的讯息传递功能，也不具高度的成效。	5	4	3	2	1
14. 你用书面沟通的讯息，并没有获致下线充分的了解。	5	4	3	2	1
15. 你对下线并不显示兴趣与关切。	5	4	3	2	1
16. 你对下线的良好工作表现，并不立即给与不折不扣的赞赏。	5	4	3	2	1
17. 在提供建议之际，你并不考虑下线的个人利益是否受到影响。	5	4	3	2	1
18. 你的下线不知道他们在你心目中的地位。	5	4	3	2	1
19. 你的下线不敢向你倾诉他们的委屈。	5	4	3	2	1
20. 你觉得批评下线而又不刺伤他们，是一件很难办到的事。	5	4	3	2	1
21. 在制定决策之前，你并不将正反两面的意见全部条列出来考虑。	5	4	3	2	1
22. 你不愿意向你的下线承认自己的错误。	5	4	3	2	1
23. 你辅导下线时太过严格。	5	4	3	2	1
24. 你辅导下线时太过宽松。	5	4	3	2	1
25. 你将下线视作「二等国民」。	5	4	3	2	1
26. 你并不协助下线改进他们的时间管理技巧。	5	4	3	2	1
27. 你不对较年长的下线施以训练。	5	4	3	2	1

28. 你不与下线建立互信心。	5	4	3	2	1
29. 你干扰下线的私事。	5	4	3	2	1
30. 你向某一下线述说另一下线的闲话。	5	4	3	2	1

填完问卷之后，请依序加总您的得分，如果您的总分大于 75 分的话，您可能就不是一位称职的上线，如果您的总分小于 45 分的话，可别高兴的太早，您可能不是一位称职的上线且不自知喔。

这份问卷主要是在测验您的管理能力，上线带领组织网的发展就像是管理公司一样，管理风格应尽可能地具有弹性且因人制宜，同时也应该与下手直销商做充分的双向沟通，引导他们主动参与并培养他们具备独立经营安丽事业的能力，别忘了：与其钓鱼给下手直销商，不如教他们钓鱼的方法与技巧。祝你虎虎生丰。

得力大师 敬上