

<<直销领导力训练>>

图书基本信息

书名：<<直销领导力训练>>

13位ISBN编号：9787802082137

10位ISBN编号：7802082137

出版时间：2005-6-1

出版时间：人民日报出版社

作者：田芳

页数：168

字数：180000

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>

## <<直销领导力训练>>

### 内容概要

本书主要是以理论结合寓言的故事点出直销的精神、道理，将直销的方法和技巧阶段性的解说。

直销商在组织建设和发展中灵活运用，将获得重大突破。

作者更以问答的方式，解答了初做直销方方面面的问题。

这是一本从事直销的极佳实战手册，也是一本直销商个人的最佳行动指南。

本书是如新公司高级经销商，田芳小姐，将自己从事如新事业多年经验的汇总，浓缩的也是该经销商在自己团队内部进行训练的教案。

整体脉络是经销商从个人创业到建立团队的全过程，极具现实意义和丰富的实战技巧。

本书并不只是针对如新公司经销商的培训教材，作者在写作过程中完全是以一个直销成功者的身份向广大直销商介绍自己的经验，不带有任何个人或者公司的色彩。

所以，无论是对直销新人还是“大老鹰”来说，本书都具有非常高的阅读和学习价值。

本书完全根据一个新人加入直销行业到成长为团队领导人经历的所有过程为线索，来告诉读者直销正确的操作理念和方法。

当你或者你的团队有了这本书作为指导，就会拥有正面的心态、采取正面的行动，最终赢得正面的结果。

本书由三个部分构成：一、寓言；二、内容；三、问答。

<<直销领导力训练>>

作者简介

田芳，生于20世纪70年代获得电子科技大学学士学位，先后从事软件工程师，杂志神采编等职业。现为美商如新公司高级经销商。

## <<直销领导力训练>>

### 书籍目录

上篇 建立经营团队 第一章 新人准备工作 第一节 调整心态 第二节 目标设定 第二章 新人销售起步 第一节 列名单 名单上的数量 排列优先顺序 不断扩充的名单 第二节 做邀约 邀约的心态 邀约关键点 正确的对待拒绝 第三节 执行ABC法则 ABC借力法则 借力不等于依靠 借力使力不费力 第三章 新人业务拓展 第一节 服务 正面的回应 负面的回应 超出顾客的期待 第二节 跟进 制定跟进系统 跟进中发现商机 无限循环系统 第三节 讲计划 一份令人惊喜的礼物 准备充分的辅助资料 激发加入的欲望

中篇 稳固你的团队——中阶边做边教 第一章 中阶学习目标 第一节 个人经营计划 规划第一步：个人的目标 规划第二步：小组的目标 规划第三步：学习的目标 第二节 产品销售技巧 第一步，取得信任 第二步，引起兴趣 第三步，产品介绍 第四步，异议处理 第五步，销售缔造 第三节 事业推荐技巧 第四节 同下级相处的技巧 第五节 培养讲师能力 第二章 建立成功环境 第三章 突破经营盲点

下篇 发展你的团队——高阶边教边传 第一章 高阶自我修炼 第二章 复制成功系统 第三章 做大团队格局 第四章 创造团队风格

## &lt;&lt;直销领导力训练&gt;&gt;

## 章节摘录

四：PDCA的作业习惯 “简单的话重复说，简单的事情重复做”可以说是所有经营直销伙伴朗朗上口的成功法则。

然而，许多伙伴在重复的过程并没有真正的用心落实以及掌握其中的精髓，甚至在不断重复之际，能力却没有相对提升。

因而，这句话应当修正为“简单的话重复的说，说到最好简单的动作重复的做，做到完美。”

PDCA习惯是指Plan(计划)、Do(落实)、Check(检讨)、Action(行动)。

如何让自己在重复中不断精进，关键就在养成“PDCA”的习惯： P1an 凡事计划，而非毫无头绪地乱做。

当我们要拜访客户，无论是谈产品或是事业，要养成在事先计划沟通重点的习惯，不仅能提高我们的成交率，也能在更短的时间切入重点，让自己取得客户的信任。

DO 落实既定的计划。

许多伙伴在经营事业的过程，之所以无法有效提高绩效的问题就在于“计划归计划，行动归行动”。

计划安排的事项和实际上在做的事情有着极大的落差。

在PDCA的习惯建构过程，一旦做好计划便在第一时间照着计划执行，确实地付诸行动。

CheCk 检讨。

每隔一段时间一定要确实检视自己的行动，看看哪些地方是需要改善与强化的。

重复同样的错误模式，把时间都浪费在同样的错误之上是非常可惜的，因此，不断检视与修正，是让自我竞争力能够有效提升相当重要的关键。

ACtion 展开完美行动。

当事情通过计划、执行，检视与修正之后，我们运作的模式已经建构完整，这个时候便需要大量行动，将“成功经验与模式”通过不断重复创造最大效益，也就是我们前面所说的“简单的话重复的说，说到最好；简单的动作重复的做，做到完美”。

重复的前提是通过“PDCA”的过程才能发挥真正的力量，如果一开始复制的动作或沟通方式就是错误的，那么重复只不过是重复同样的错误，对于迈向成功是没有丝毫帮助的。

P.114-115

## <<直销领导力训练>>

### 编辑推荐

《直销执行力》以深入浅出的方式，带领大家进入直销世界，我诚心的推荐给对直销感兴趣的朋友们。

——中国台湾雅芳股份有限公司总经理 王子云 《直销执行力》是一本直销人“全方位”提升自身能力的实战宝典！

——如新华茂中国台湾分公司总裁 周由贤 时老师对直销业的了解与成功实战的具体有效方法，令我十人佩服。

——美乐家中国台湾公司总经理 刘树崇 时台明先生是中国直销培训第一人，具有非常强的实战经验，相信能为直销商提供很好的指导。

——经贸世界杂志社副总编 白木 读者如果仔细阅读、用心体会本书，再身体力行，对于直销的执行力必有很大的提升！

——中国台湾中山大学教授 陈得发

<<直销领导力训练>>

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>