

<<安利与雅芳>>

图书基本信息

书名：<<安利与雅芳>>

13位ISBN编号：9787504726742

10位ISBN编号：7504726745

出版时间：2007-8

出版时间：中国物资

作者：朱甫

页数：252

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>

<<安利与雅芳>>

前言

在任何一个成熟的行业里，始终都会存在着几家实力相当、数一数二的巨头企业，它们在公司规模、销售总额上不相上下，在小到区域市场、大到世界各地为争夺更多“领地”而互不相让，“杀机”无限。

与此同时，人们发现，无论这种“对弈”是偶然还是必然，都已经悄悄地打开了某种经济运营规律的大门：正是这种刀光剑影的比试，促使对峙双方不断调整自身的经营体系，增强企业的综合竞争实力，并因此将其他竞争者远远地隔离在主要利润区之外，使强者共享双赢。

正因如此，后来者要进入这一行业，要想站稳脚跟甚至超越行业中数一数二的企业，除了凭借后起之秀的锋锐勇气，也不得不潜心学习、借鉴这些巨头企业的巅峰智慧。

2005年《直销管理条例》、《禁止传销条例》正式颁布，中国直销市场正式开放！

这意味着，在中国，原本混沌不清、广受置疑的直销模式将在直销法规的引导下走向公开、透明、规范化的经营之路。

中国直销时代也正式来临！

直销具有不可抵挡的魅力！

真正的直销，堪称营销领域内一颗璀璨的明珠。

2003年，世界直销协会联盟估算，其全世界成员公司的零售总额超过856亿美元。

而中国直销业的营业额为350亿元人民币左右，具有非常大的潜力。

现在正是中国直销业快速发展的时期，因为随着生活水平的不断提高，人们对生活的需求水平及购买能力都大幅度上升。

<<安利与雅芳>>

内容概要

安利和雅芳实力相当，在直销领域占据着无人能及的位置。它们在小到区域市场、大到世界各地为争夺更多“领地”而相互竞争。激烈的竞争迫使它们不断调整自身的经营体系，增强企业的综合竞争实力。通过对安利和雅芳的对比和分析，揭示了这两个直销巨头的成功奥秘。

<<安利与雅芳>>

书籍目录

第一章 安利“王朝”与雅芳“新贵”	安利	直销激励典范	多层次培训	优质产品制胜	雅芳
开拓多种销售	低单价、高循环	大手笔营销造势	第二章 多层直销魅力与多渠道并存	安利	
坚持多层直销	专卖店+雇佣推销员	捷星+IBO	雅芳	雅芳小姐	美容专柜
网络直销	专卖店	店销员	第三章 安利制度与雅芳模式	安利	最完善的奖金制度
			精神与荣誉激励	不间断的培训计划	全面便捷的服务支持
			严格管理直销商	雅芳	阶梯性
			激励	全方位指导	信息化系统支持
			维护终端统一价格	第四章 推崇人员推销与多元销售策略	
			安利	对比演示销售法	家庭聚会式销售
			强化顾客服务	雅芳	访问推销法
			善用辅	销资料	促销活动拉动
			会员制留住顾客	第五章 绿色产品与时尚女性产品	安利
			丰富的产品	线	突出产品的绿色特性
			QA质量保证	科研保证优质	雅芳
			做一切与女性相关的产品	年轻化、时尚化产品	加大产品研发
			第六章 全方位物流与直达配送	安利	安利物流网络
			物流信息化建设	全方位物流：安利团队+第三方物流商	雅芳
			构建“直达配送”物流模式	依托于强大的信息系统	与第三方物流商合作
			打造居家配送	第七章 七项才能要素与人才匹	
			配铁则	安利	七项才能要素选拔
			七项才能要素评估	七项才能要素培训	雅芳
			选拔标	准：岗位匹配	员工培训：职位匹配
			绩效评定：目标匹配	薪酬福利：行业标准匹配	第八章
			公关专家与柔性公关	安利	强势政府公关
			关注环保、儿童、健康	雅芳	总裁政府公关
			关爱女性健康、发展	第九章 营销借势与娱乐造势	安利
			借势体育营销	巧借《剧院魅影》东	风
			雅芳	娱乐明星助阵	大手笔娱乐造势
			第十章 中国式转型与在华大调整	安利	直销商：
			单层计酬模式	服务网点：重在服务	经销商将退出安利舞台
			雅芳	零售与直销并行	专
			专卖店升级	积极拓展直销市场	第十一章 典型直销文化与“关爱女性”文化
			安利	诚信第一	伙伴关系
			安利信条	家族式温情	雅芳
			一切为了女性	雅芳价值观	钟彬娴的企业家
			精神参考文献		

<<安利与雅芳>>

章节摘录

第一章 安利“王朝”与雅芳“新贵” 安利一套完善的多层直销制度至少应该包括以下几项内容：奖金制度、激励制度、培训制度以及企业文化等几个方面。

在这些方面，安利都已经达到了完美、极致的状态，无人能及。

就连微软总裁比尔·盖茨也曾经说过安利事业制度无懈可击。

这就是为什么安利能在全球无往不胜的关键原因，安利这一套多层直销制度已经成为所有后来者竞相学习和模仿的对象。

直销激励典范 直销商激励制度是多层直销企业的核心制度之一，激励制度的设计是否合理、完善对直销企业的发展至关重要。

安利的激励制度堪称多层直销领域的典范。

安利直销商的嘉奖制度，是对直销商激励制度的完美诠释，曾被美国著名的哈佛商学院收入教材。

安利针对直销商的激励制度帮助销售人员相信自我、挑战自我和成就自我，这使得安利的骨干销售队伍固若金汤，并由此提升了顾客的满意度和忠诚度。

1. 团队计酬 安利之所以能够取得如此卓越的成绩，关键得益于其多层直销模式，而多层直销模式的核心就是团队计酬的奖金制度。

作为多层直销企业的典范，安利奖金制度的最基本的特点就是团队计酬。

在团队计酬模式的激励下，安利得以快速扩张，而且这种扩张是自动自发、低成本的扩张。

在团队计酬模式下，处于上级的直销商能够获得的高额报酬，远远高于直销商直接向消费者销售产品所得到的销售提成。

<<安利与雅芳>>

编辑推荐

《安利与雅芳:全球两大直销巨头的直销模式与中国攻略》从直销模式、渠道模式、产品策略、激励模式以及企业文化等多方面对两大直销巨头进行深入的对比分析，从而揭示了它们成功的奥秘。

<<安利与雅芳>>

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>