

没有完美的个人，
只有完美的团队！

直销团队手册
《复制篇》



如何复制？

首先，必须教导团队成员看书、听录音带、看音像资料。新人在刚开始从事直销生意的时候，很难有“空杯”的心态，总是带有各种各样的主观思想。通过学习，能在最短的时间内，最有效地让他们融入，尽快进入这个生意的科学运作，少走弯路。团队建设实际上是一种网络建设，网络建设有它自有的4大通则：简单、易学、易教、易复制。把复杂的事情简单化，把简单的动作重复化，把重复的事情经常化。要想将成功地复制，就离不开书、录音带、音像资料，因为这些方式都是最直接也是最容易被人们所接受的。

其次，一定要复制运作模式。在从事这个生意的时候，除了一对一、一对多的沟通外，就是依靠培训。每一个新人步入这门生意，开始要做的都是基础工作，从讲第一个生意计划开始，就必须学会一对一的沟通，学会推广企业文化，把这些简单的动作重复化，把重复的事情经常化，才能组建自己的团队。当自己的团队成员有了一定数量后，就要把家庭聚会开起来，进行一对多的沟通，帮助团队成员达到思维模式和行为模式一致，并复制下去。

再次，使自己成为可被复制的人。在每一个成功的团队中都有很多优秀的领导人，这些成功者都是文化和理念的追随者与传承者。他们之所以能在团队中成功，都是因为他们具备一个团队领导人应该具备的优秀品质。俗话说“榜样的力量是无穷的”，如果你想在直销中成就个人事业，想在团队中成长，就一定要使自己成为可被复制的人，抓紧成功者的衣襟，谦虚地向他们学习，复制他们优秀的品质和他们出众的才华与智慧。

复制你的网络精英

曾经有位运作网络多年的成功人士，在接触了网络营销之后，被网络的无距离沟通所折服，决心要在网络上建设培训体系来献给自己的妻子——让妻子更有时间享受网络事业所带来的愉悦，更好地做一名太太和母亲。

虽然他建立的系统不是最早的网络营销培训系统，但是这个系统在网络营销界是相对知名和成功的。后来这套系统传到了国内，被很多思维新潮的网络人所接受，也由此掀起了国内网络营销培训的浪潮。

在我们身边，很多网络领导人经常奔波于全国各地已不是什么稀罕事，并且他们还将此调侃为：边旅游边创业。但事实真的那么轻松吗？这种奔波所付出的精力、时间、财力会让他们的身体透支不说，随着团队越来越大，这种奔波也越来越频繁，他们离实现财务自由和时间自由的梦想也会越来越远。这就是为什么来自互联网的无距离快速沟通，能在近几年得到大幅度推广的根本原因所在——它不仅可以使我们的网络事业事半功倍，还能使我们节省不少的精力和时间。不过，我在前几篇稿子中也已经提到，由于互联网的松散、自由等特点，使得真正的网络培训精髓得到传承的系统很少。

1. 定位

网络培训，单从字面上讲就是通过互联网来培训。在此过程中，互联网是工具，培训是目的。

一个人从起点到终点，用赶马车的方式还是用坐飞机的方式，差别一目了然。在培训中使用互联网，就如同我们乘坐了一架飞机，能缩短我们在事业中获得成功的距离。不过，前提是我们的方向必须正确，如果方向错误，这种方法也会使我们离目标越来越远。

生意的手段和工具会随着时代的变化而不断改变，但已经被证实的成功原则是永恒不变的。网络上的团队和地面运作的团队的目标，都是打造精英团队，拥有稳固的网络网络，因此，在利用互联网的时候，不能把培训的本质给忽略了。我在网上经常看到网络团队宣传互联网的优势，把网络生意当成“做互联网的生意”，结果诞生了各种各样的网络传销。

不管是利用网络做网络还是做直销，定位不同培训的方向就不同。所以在培训之前先要问问自己：利用网络培训我要达到什么目标？什么样的培训才能让我达成这样的目标？解决这些问题的方法，就是我们培训的方向，也是团队文化的传承。

2. 需求分析

请设想一下，当你第一次进入某个团队的网络会议室的时候，你最想听到的是什么呢？如果你的身份是顾客，你最想听到的应该是这个产品能为我带来什么？如果你是网络会员，你最关心的应该是这个事业机会和团队运作能为我带来什么？我该如何做？我要怎样才能开始这个事业？

由于需求不同，因此我们必须及时调整培训的内容。我所接触到的大多数人，是出于两个方面的需求来参加网络培训的：一是认识这个事业机会，二是了解怎样才能利用互联网和人脉来运作这个事业。

不过，现在能够运作网络培训的团队很多都对于网络营销的概念很模糊，只是一味鼓吹这个工具的威力有多大，得不到良好复制的结果，会使得新人感觉很茫然，无从下手。

例如，很多网络团队都宣称事业可以结合互联网来做，但是却不谈怎样才能使大家有效利用互联网，到最后就会被别人评价为“概念炒作”。

更为重要的是，网络营销不代表坐在家里就可以把网络事业做大做强，毕竟网络是做人的生意，人与人之间的交流才是最为重要的！

有很多朋友问我，“我怎么才能在网络上找到想要做的人呢？”、“我该如何把我的生意推荐给他们呢？”很多领导人只是告诉他们，“你们要发广告，去论坛、发邮件……”但是他们觉得效果并不理想。要想有效解决这一问题，我推荐一位网络培训老师的做法。他不仅是给大家讲这些方法，同时还会带着大家做一遍，这样就大受网络新手的欢迎。而在发送的内容方面，除了参考标准模版之外，还需要注重个性的发挥，也就是对事物要有自己的见解和分析。总之，领导人在进行网络培训的时候，首先是要教大家怎么使用互联网这个工具，并提供给他们网络营销的思路和建议。

3. 真情实感自然流露

网络培训切忌不要哗众取宠，搞个人崇拜。很多讲师可以把培训讲得激情澎湃，妙语连珠，大家听后都觉得他是高水平的讲师，但是自己该怎么做却一片迷茫。有些领导人还专门请这样的讲师来做培训，希望提高团队的影响力，殊不知这些专业讲师的信念如果不在网络生意里，又怎么能把这些信念传达给大家呢？

在网络上推崇的效果是要打折的，不管你是千万富翁还是一名失业人员，在没有见面之前大家都是在一个平台进行交流，可以大胆地展现自己。外在的形象在网络上起不到太大的作用，你内心的思想反映到你的语言上，在网络的另一端，对方是能感悟到的。这就要求讲师是一个实践者而不是一个理论家，要把自己的体验和实践中行之有效的办法复制给大家。

4. 分享很重要

网络本身就是分享的生意：分享产品使用的感觉，分享从事这个事业的认识和感受，分享自己的成长，分享自己的梦想……分享无处不在，甚至比单纯讲课更加有效。人们更愿意相信第三者讲的话，更希望能在别人的身上看到自己的影子。分享是网络人际交往的利器，新人的分享是让更多的人认识自己并且让自己融入到团体中；产品的分享，能让团队稳定住顾客群，也能让团队成员多开发一些产品消费领域。有一件让我深有感触的事情是，曾经有个网络团队的伙伴，把自己患了肝病后使用产品的经验和体会在网络会议上向大家分享，结果带动了整个团队对于这一领域的产品拓展。另外，分享自己的从业经历和对网络的认识感受，也有助于使别人产生共鸣增加推荐率。

5. 会后沟通总结

一场传统培训课结束后，往往是培训师收钱走人，学员们各赴工作岗位。而参加网络会议的氛围则比较轻松和舒适。网络会议结束后很多人会继续在网上逗留、聊天或搜索网站，这是趁热打铁的好时候。问问学员培训的效果怎样，相关知识是否到位，理解是否正确，是否有歧义，分享的案例是否恰当等问题，一方面可以了解学员真实的学习情况，另一方面也能让培训师在第一时间了解自己的培训效果，以便日后调整改进。

6. 培养团队成员储备人才

网络因为松散性使得很多团队领导人在培养和锻炼储备人才上有些力不从心，但其实只要循序渐进地寻觅，就能有收获。我去过几个网络会议室，发现讲师一般分为三种：有培训经验的专业培训师、资深领导人及周围的团队成员、互动培训的各地团队成员，团队可以结合自身情况在这三类人中寻找储备人才。

网络培训对讲师的综合能力有较高的要求(毕竟网络培训是没有鲜花和掌声的),因此一些该领域的专业培训师其实是不合适的——这类讲师对理念的培训很到位,但是不能和团队实际情况结合,没有实践的理论是不能给伙伴们信念的。同时这些讲师一旦退出团队培训之后,团队培训就没有了后备力量。而领导人和周围的伙伴来给其他团队的伙伴做培训,就会使其他团队领导人的公信力降低,也不太理想。因此,团队只有不断地培养自己各地的核心成员,才能把自己的网络事业做大、做强。

7. 循序渐进不可贪多

网络营销最大的劣势就是容易造成伙伴对网络的依恋。人都是有惰性的,既然网络上就能组建团队,那还有谁愿意去跑市场?因此,团队组织网络培训的次数不可太多——如果很多人都要在家中等培训,就没有更多时间做营销了,每月4~6次比较适宜。

如何做好对领导人的复制与训练

如何复制和训练领导人，使团队快速膨胀？为了达到快速的结果，必须规避复制环节中的三大陷阱；如果不加以规避，将产生灾难性的后果。下面精选了三个典型案例：第一是市场开发中的陷阱，如何达到快与稳的结合；第二是中心运作中的陷阱，如何消除复制中的杂音；第三是系统培训中的陷阱，如何防止培训一流却没有业绩。本文通过案例分析，提供了领导人复制与训练的高效方案。

案例一：市场开发中的陷阱——“死”在宽度上

T先生是业内名人，很擅长通过媒体造势，快速开发前期市场。因为具有很高的影响力，所以总是可以找到很多前排，尤其是那些不知道怎么运作市场的新人。加上T先生对宽度相当迷恋，所以号称有70个前排，蔚为壮观。很多人进场后才发现，根本无法得到推荐人的助力。在培训方面，因为推荐人全国巡回，无暇培训新人。在启动方面，新人都寄希望于T先生到场后会议启动，却因为他的前排太多，无奈只能在等待中消失。

分析：广开前排的优势是可以迅速建立影响力，缺点是，这种做法无法复制；就算可以复制，没有多久，人脉就枯竭了。依靠开发陌生市场来维持业绩，是非常不明智的。尤其是把开市场做为这个业务运作的核心观念，那将是大错特错。团队的精髓不是做宽，而是做深；不是做快，而是做久。学过数学都知道，没有深度，就没有稳定；做不长久，倍增就不过是个虚构。广开前排，而这里面有多少是独立领导人呢？这个生意是讲究复制的，如果他们不幸也去做宽度了，怎么办？谁来做深度？就算做了深度，紧密的个人关系有没有？如果没有紧密的个人关系，这个业务可能长久吗？要知道，紧密的个人关系比这个业务本身还重要。

规避：客观的说，经销商的系统是建立在供应商提供的奖金制度上的，什么样的奖金制度就造就出什么样的经销商系统。在某个公司的成功不代表在另外一家公司的成功，因为操作方式会有巨大差别。当今趋势，消费获利已成为主流，那么奖励做深度的制度才是好制度。因为我们都知道，没有足够的经销商，任何业绩都是虚构。虽然双轨在深度上有绝对优势，但遗憾的是立法一定会限制代数奖，结果是欲行必改，一改必败。不管什么制度，会做深度的领导人才是赢家。那么怎样规避开发中的陷阱，做好深度呢？这里，我要讲的是，你需要复制谁。

第一、底部点火。我们都知道，经销商组织里最成功的耶格系统，就是崇尚做深度，这也是他40年不败的秘诀。在运作过程中，领导人会盯紧最下面的新人，让他启动并产生业绩，促使整条线产生动势。当然，我们要用一些工具来筛选这些新人，去启动和复制他们中的领导人。

第二、中间复制。在通讯行业，一个信号如果可以在传输的过程中得到中继，就意味着这个信号可以传的更远。同样，你需要在你的组织里找到领导人，并且盯住他们，你的能力就会复制下去，你在自己的深度上多了一个自己。记住，他们需要你自己带他们，而不是仅仅的工具支持。

第三、制度杠杆。不是所有制度都可以使用制度杠杆。在有的制度里，比如安利，如果你有三个部门业绩合格，即使你毫无个人业绩，仍然有收入。但有的却不同，你需要有一定的业绩才能拿到领导奖。有业绩才意味着你在做领导人该做的工作，不管是销售还是消费。你可以利用这些制度。

案例二：中心运作中的陷阱——“死”在噪音上

甲中心会场在长沙市的运作是这样的：每次会议都会有很多新人听课，气氛热烈，课程内容是成功分享为主。团队伙伴都通过会议来锁定新人，促成销售或者进场。但不久问题就出现了。

很多其他公司的人员到会场听课，并且大量留名单，在离开后骚扰团队发展。乙中心会场则不同。这里的课程安排的颇有档次，甚至通过第三方媒体推广讲师课程，课程收费，每次课程的邀约人数有限制，会场的纪律也非常规范，不允许互相留电话号码。乙中心会场一直没有出现问题。

分析：中心运作是一种古老而有效的运作方式，但只适用于特定的环境。中心的作用有三方面：第一是对外展示团队实力，第二对内复制领导人，第三是增加团队凝聚力。但它的缺陷很明显，首先是大混线，业务互相干扰，甚至出现一人转线，许多人消失的情况。然后是人员复杂，房租等运营成本高，氛围不恰当则容易让新人有抵触情绪。最后就是复制效率低下。试想，一节课程即使有标准课件，复制也不是容易的事情，听很多遍相同的课程而不厌倦，更不是一件容易的事情。

规避：从趋势上看，中心运作必将走向没落。因为无固定地点，无固定讲师的消费者自治模式将成为团队的主流。中心运作成本高，复制效率低，远远没有家庭聚会更具优势，而且，家庭聚会上的噪音要低的多。中心的噪音主要有内部和外部两种。内部是旁线干扰，重要的生意指标人人皆知，很容易被对手了解并针对性打击。外部是其他公司的人去挖人抢线，造成动荡。那么如何规避这些问题呢？这里，我要讲的是，如何通过中心复制领导人。

第一步，制订关键话术的标准版本，并让每一个想成为领导人的伙伴学习。这些话术包括：开场台词、讲师推崇台词、结束台词、注意事项的声明等。课程一样需要标准版本。关键话术的标准版本应该由专业人士制订，因为要复制下去，所以非常重要。

第二步，考核讲师及主持人。不是任何人都可以讲课的。如果讲课不幸成为最高的荣誉，那么这个团队就出了问题。

因为培训陷阱更美丽更危险，下面我会讲到。你必须用一种方式来过滤掉那些把精力放在讲课而不是业绩上的人，你知道该怎么办。你需要一个标准。

第三步，让那些真正的领导人去讲课。讲课可以扩大自己的影响力，但问题是，如果在台下沟通太少，那么讲的再好也没有意义，或者是，根本就是言之无物。你的课程和这个业务结合紧密吗？是不是太紧密了，让人觉得厌烦？你需要注意课程内容。

案例三：系统培训中的陷阱——“死”在培训上

某知名经销商系统在W市的运作日渐火暴，许多人前往学习，包括了不同网络公司的各种人。奇怪的是，该系统的业绩却少的可怜，很多领导人连基本的生活都无法维持，做了一段全职后又转入其它行当。而这些领导人各个都拥有不下30人的网络。毫无疑问，这个系统的培训非常好，工具齐全，可是业绩却一直无法上涨。但最高的领导人似乎并不担心，因为他认为这是一件好事情。

分析：网络离开培训，就象船离开了水。但是不是水越多越好呢？水可载舟，亦可覆舟，做网络是必须有经济回报的，这是很现实的问题。问题是，什么样的收益模式决定了什么样的操作风格，培训好并不等于没有钱赚。培训的背后，是工具销售的庞大市场，这个收入比网络收入还高！问题又出来了，谁可以拿到这些钱？是经销商吗？不。是工具的作者，不管这个工具是磁带还是书籍。原来不在职收入的来源在这里，但这个收入是不能进入你的口袋的。如果一个系统的培训非常完善了，意味这个市场已经成熟了。成熟的市场，你能超过那些比你先加入的人吗？

规避：培训是团队的根本。老耶格的智慧在于，他发现培训是一个比MLM更赚钱的行当。而且系统的培训可以稳定市场，比如在北美，安利的晚期市场被耶格系统占据了几近全部。

培训的精髓无非是基于这个原理，除了经销商，没有人会对一件过时的产品保持几十年的忠诚。那么培训到底是要培训什么？培训对产品的热爱吗？不，这需要提倡和强调，但你无权干涉他人的选择。培训对组织的忠诚？不，人们只是加入一个行销计划而不是一个组织。培训的核心永远是造成赢利。你的钱在哪里，你的心就在哪里。这里，我要讲的是，你应该怎样培训。

第一，市场早期，你需要开网络，你的钱多数来自网络收入。你应该把如何增员的模式复制下去。你要找一些有人脉有能量的人，让他们参与你的计划。这些人也会带来比较高的业绩。通过一对一沟通，你可以考核你的伙伴，让他们迅速提升。记住，这个时候要简单、易学、易教、易复制。你需要制订一个培训计划，安排好模块，越简单越好，在家庭聚会上考核过关。

第二，市场中期，你需要做网络。这个时候的培训可以增加内容，提供质量。你会变的具有一定的影响力，你应该挑选你需要培训的人，为他们定一个门槛和培训方案。关键是，你在这个时候要贯彻你的正确思想。

第三，市场晚期，你需要稳网络。这个阶段的领导人，应该学会找到组织里最优秀的分子，和他们建立紧密的个人关系。你需要写书了，或者出光盘，你需要第三方来证明你的成就。你组织的稳定性决定于你为这个组织提供了什么思想。如果你的最下级的伙伴做的很辛苦，你就危险了。不要以为你会稳如泰山，没有让伙伴有确实的收益，一切都只是沙滩上的城堡。

通过上述案例分析，我们知道了在复制领导人的过程中，一定要明白对象、方法、重点、时机、场合。当然，你必须是一个领导人，因为这是复制的前提。

讲师是复制的关键因素

提到讲师演讲力的提升，首先就要谈到讲师在网络团队中的重要性，讲师的重要性主要体现在以下方面：

1. 讲师数量质量是衡量团队健康发展的重要指标

网络团队的业绩是由三类人带来：领导人、小组成员、顾客。而说到底，小组成员和顾客都是由领导人组建的。领导人是网络团队的基石。而讲师是领导人队伍中不可缺少的重要组成部分，也可以说，演讲是领导人经常要面对的课题。一个优秀的讲师可以将一堂课程演义得淋漓尽致，起到增加新人数量、激励团队、帮助团队成员成长的重要作用。因此，团队优秀的讲师的数量是衡量团队所能辐射到的市场的关键要素之一。当讲师的数量和质量都在递增的时候，团队就会随之倍增。

2. 讲师是复制的关键因素之一

我们都知道，网络的精髓在于复制，问题是如何做到复制？书籍、磁带、会议都是复制的重要工具，因此讲师在复制的过程中将起到非常重要的作用。如果人们在会议和磁带中听到不同的思维和方法，那么整个团队就会混乱。而通过团队统一培训后认证的讲师，其复制的是统一的标准课程，“当一个动作重复23次，就会成为习惯”，以此保证在团队中形成统一的思维模式和行为模式。

讲师是保证团队稳定的关键

随着网络行业中竞争的日益加剧，团队的稳定性就显得越发重要。毫无疑问，一名优秀的讲师就是团队中的激励大师、拉拉队长，可以号召更多的人聚集在团队周围。团队吸引人才的速度和其思想的传播速度是对等的。

正如孙正义所说：“企业长期吸引人才的关键在于企业文化。”对一个团队来说亦然，能否有效的将团队文化推广并种植到每个成员的心中是讲师的重要职责。

讲师的特殊性

首先，网络讲师传递的是实战知识而非纯粹理论。在网络中，人们需要的是一个冲锋在前的行动者，而不是一个只知道照本宣科的传达员。作为一名合格的讲师，你要讲述的应该是网络建造、市场开发、人员提升等实际的问题，很重要的是你要成为一名实践者。你没有做过的就不要和你的伙伴分享，做过但还没有被实践证明是行之有效的方法，也切不可在团队中复制。避免空洞的理论，传授实战的知识。

其次，讲师分享的是经验和体会而不是卖弄口才。今天有很多的“成功学”培训充斥于市场，这其中确有优秀的讲师，对学员的成长也起到了巨大的帮助和提升，但恕我直言，这其中也有不少所谓的“大师”是滥竽充数，其课程和文章通篇是对前人的照搬、照抄，缺乏自己的真实经验和体会。参加这样的培训也能会让人热血沸腾，但热得快，凉得也快，学员回家后空得到一个梦想，仍不知道如果去实践。诚然，在网络中，你需要去不断激发伙伴的梦想，但切不可只靠一张三寸不烂之舌去“糊弄”。实际地帮助伙伴成长才是培训的根本目的，也只有此，团队和业绩才能持续稳定的增长。

最后，讲师复制的是系统的思维而非个性的独创。前文提到，复制的关键是复制统一的思维模式和行为模式。全球500强的大企业无不精通此道。IBM的员工，你只是观察他的穿着和做事就可以知道他属于这个著名的跨国企业，同样，微软也有属于自己的独特思考模式和办事行为。这正是企业文化深刻的反映。

所以作为网络团队的讲师，你要复制的也是系统和团队的标准化动作，我见过很多讲师将自己的个性大量加入团队现有的模式中，甚至对复制的模式进行大量的删改，这样的做法非常危险，“自创风格”正是团队建设中最大的杀手，最后会使得你的团队出现各做不同的做法，复制自然无法谈起。要知道这个生意已经运作了半个多世纪，我们首先应该学习和运用前人成功的经验。当然时代在发展，并非说不要创新，而是说不可复制的理论和经验不可在团队推广，否则很难形成步调的统一。

讲师的训练——一个合格的讲师，应从以下以几方面去提升自己：

穿着。“第一印象就像发射火箭一样重要，你永远不可能给别人第二次第一印象”。一个统计报告显示，在失败的销售中，80%的原因在于给对方留下了糟糕的第一印象。一名讲师在台上和大家讲述自己观点的过程，其实也是销售自我的过程。你站在上台的一刹那，下面的听众就已经不认同你，那么无论你将要演讲的内容会有多么地精彩，这个演讲就已经是失败的了。作为一名讲师，你要看上去就符合人们心目中对于成功人士的定位。然而遗憾的是，今天还有很多讲师在穿着方面极不专业，甚至有些讲师的穿着让你感到滑稽。关于职业的穿着，推荐大家看国际著名形象设计师英格丽女士的《修炼成功》，里面有非常专业的阐述，我就不在这里班门弄斧。需要强调的是，要特别注意细节，比如杜绝头屑、保持口气的清新、袖口一定要清洁、皮鞋的光亮度等等。专业化就是注重细节。

肢体语言。有效信息的传递，55%是通过肢体语言，38%通过语调、语速，7%来源于内容。特别在讲台上，肢体语言就更加关键。试想，如果一个讲师在台上口若悬河，但却没有任何肢体语言，如同木头一般，不是很滑稽吗？好的肢体语言是开放的，整体的要求是协调、自然、大气。首先，脚的站法，作为男士应该是双脚自然分开同肩宽，给人以稳重、大气的感觉。

而作为女士，双脚的站法是成丁字型最为合适。整个下盘要稳，腰和肩不要经常晃来晃去，正如中国古话说的“站如松”。

关于步伐的移动，不益过多，过于频繁的移动会让听众的视线也随之移动过多，从而分散听众的注意力。同时，移动的频率也应根据会场的大小而定。

关于手势的运用也是很有讲究的。一般而言，手势要和你所讲述的内容相符合，多用开放性的手势，避免封闭性、攻击性、习惯性的手势，比如手心向下做拍打状，用手指指人，长期重复一个固定的动作等。同时，整个手势的运用也有一定的活动范围，合适的范围是腰以上，肩膀以下。除非是大型的激励会议，否则不要出现过于激烈的手势。另外需要特别强调的是，在台上，不要抓耳挠腮，这样的动作常是无意识的，但会极大地影响到你在听众心中的专业程度。

头部的肢体语言也非常重要，这也是很多讲师不太注意的地方。头部的频繁晃动和身体的频繁晃动和移动一样，会给人不稳重、甚至是烦躁的感觉，所以正确的做法应该是头部和肩膀一起移动，比如当你要和某个听众交流眼神或凝视某处，不要直接把头偏过去，正确的做法应该是头部和肩膀身体一起移动到另一个方向。

关于面部的表情也是需要注意的地方。我们经常说“微笑是人际交往的第一通行证”。而作为一个专业的讲师，只是会微笑还不够，你还要学会将面部的表情和你所讲述的内容、现场需要的气氛、情绪很好地结合起来。

一名出色的演讲者同时也是一名优秀的演员，他会通过自己的表情将内容和情绪感染到听众。

最后要谈到的是心灵的窗户——眼睛。回忆一下你所听过的最让你有收获和有感触的课程，你会发现那天的课程就象是为你一个人讲的，对吗？但现场有好几百人，甚至上千上万的听众，是讲师特别地关照你吗？不是的，事实上，如果你去问当场的听众，他们都会有和你一样的感受。为什么会这样呢？答案是眼神的交流。

一名优秀的讲师，会在现场和每一个观众做眼神的交流，不只是和你对视，更重要的是，他通过眼睛和你交流情感。这就是为什么我们会觉得这节课是他专门给自己讲的原因了。

那么什么样的眼神是最被听众接受的呢？过于的力量和温柔都是欠佳的。前者会造成过强的攻击性，而后者又会给人软弱无力的感觉。所以，最好目光是温柔而又坚定的。坚定来自于你对梦想的信念，而温柔的是你眼部的肌肉。这需要讲师去训练自己的眼神。你可以每天花五分钟的时间，在镜子面前凝视自己，调整自己的眼神。在训练自己的眼神变得坚定的同时，还要学会用眼睛去微笑，既在你的眼睛中就可以看到笑意，而不需要面部表情的配合。

下一个问题是：在现场和听众对视多久比较合适？正确的答案是2~4秒，不能太短，一扫而过，这样起不到应有的作用，也不益太长，这样会具有攻击性。当你学会了利用你的眼睛讲话，你也可以通过眼睛去征服听众的心，你可以让很多朋友感觉这节课是给他单独讲的。

直销事业——
一把打开成功之门的金钥匙！

谨以此献给所有在直销事业中
渴望成功的朋友们！