第一图书网, tushu007.com

<<永远的安利>>

图书基本信息

书名：<<永远的安利>>

13位ISBN编号：9787512503113

10位ISBN编号：7512503113

出版时间：2012-1

出版时间：国际文化出版公司

作者：凯瑟琳·琼斯

页数：193

译者：秦岭

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

<<永远的安利>>

前言

销售一个梦想　2009年5月安利迎来了公司成立50周年的纪念日，公司在位于拉斯维加斯大道的米高梅大酒店举办了隆重而华丽的庆祝活动。
人们从世界各地赶来，盛装出席庆祝活动。
庆典现场聚光灯闪耀，深蓝色背景的屏幕足有影院屏幕那么大，将安利公司的标识映衬得格外醒目。
闪光灯此起彼伏，富有节奏的音乐响彻大厅，人们激动万分，到处洋溢着欢快的气氛，如此热烈的场面堪比全国政党大会和宗教集会。
　充满魅力的讲话者一个接着一个走上讲台，高度赞扬安利付出的辛勤劳动，称颂拥有自己的企业所享受的自由。
讲话显示了他们的爱国热情，同时也充满了一种近乎神圣的信仰，那就是获得财富和成功的机会是普天下每个人都拥有的权利。
安利创业者们在全球建立了庞大的销售网络，他们戴劳力士表，胸前佩戴的徽章也都镶有珠宝。
而拉斯维加斯也成为举办庆祝活动的最理想场所，因为这个城市每天都吸引着数百万人来赌一把，每个人都希望有一天自己也能中大奖，收获与安利创业者一样的财富与成功。
　出于对安利的狂热，很多讲演者在庆典当天向忠实的听众竭力宣传、鼓吹安利，因为在当天出席的上千来宾中，大部分都是钻石级别的安利直销商，也就是顶级生产商。
讲话者包括公司的联合首席执行官，史蒂夫·温安洛和道格·狄维士，他们的父亲分别是安利的创始人杰·温安洛和理查·狄维士，像他们这样两个家庭子承父业的情况并不多见，而且都成为安利的最高管理层，并神奇地反映了他们父亲的特点。
史蒂夫很像他的父亲杰，又高又瘦，一头金发，说话声音不高但是语气很坚定。
而道格·狄维士也正如他父亲理查一样，大男孩般的笑容十分引人注目，他的头发已开始脱落，说话的时候坚定有力，容易引起听众的共鸣。
每次安利聚会大家都能感受到激动与兴奋，而他们的讲话就像一剂兴奋剂，让大家的情绪更加高涨。
“拥有自己的事业就是改变生活的机会……如果你能够改变你的生活，你就能改变整个世界，”史蒂夫张开双臂说道，“安利，就其本质而言，来源于一个想法和一个愿望——给人们一个机会，让他们能拥有自己的事业，从而更好地生活。
当你向他们介绍自由和自由创业的概念时，他们就开始改变了。
他们求同存异，成为团队的一份子，一个统一团队的成员，肩负一项事业，心怀一个梦想，并为之不懈奋斗。
”　道格的讲话同样振奋人心，他讲到了个人的自由，强调一些关键词的时候就如牧师向信徒传诵福音一般：“我们有一个想法，可以让我们永远保持活力——我们每一个人——拥有自由……可以自主创业……拥有自己的事业所带来的力量，”他边说边在台上走动，并不时地用手势强调，像极了政治家在演说，“因为安利的想法是充满活力的，是相当不错的，当然，从今天开始起将会发生什么……这完全取决于我们，对吗？
难道不是这样的吗？
展望未来，我和史蒂夫都知道，你们所有人……一起……都相信我们的事业才刚刚开始。
”随后，理查·狄维士这位亿万富翁走上台，回顾了公司半个世纪以来的历史，他本人就是安利的代言人，也被直销商尊为安利的鼻祖。
他已经80岁高龄，开始秃顶，头皮上也布满了老年斑，1997年还做过一次心脏移植手术，获得了第二次生命。
“现在就是我们的机会，”他说，“当你参与这项事业的时候，你开始学习如何以现在为起点不断进步。
我们准备继续前行，我希望，你们回家以后都能回忆一下过去你们所拥有的美好时光，但是在这个大厅以外的大部分人还不知道他们正在失去什么，那就是你们缺失的一环——让他们也加入我们，他们的生活将因你而改变，正如许多你们已经改变的人一样。
”狄维士是大家熟知的极具说服力的演说天才，更是一位极佳的销售人员，他停顿了一下，给台下听

众一点时间好好回味他的话。
他微笑着说他很喜欢称自己为“安利人”，“每当我遇到的人问我：‘你是干什么的？
’我会说：‘我是安利人，我在安利已经工作很长时间了。
’”理查解释说：“我相信安利，也喜欢这个称呼。
”　然后理查说接下来有请他的老朋友、安利的共同创始人杰·温安洛做“总结发言”，在场的观众无不愕然，这是什么意思？
杰在2004年就因帕金森病去世了，他和理查从高中时代就结下了深厚的友谊，后来在事业上也是一生的合作伙伴，这样的关系并不多见。
杰是一个书呆子、优等生，能够做大量复杂的运算，而理查却是一个口齿伶俐、性格外向、喜好玩乐的人，他们的组合很奇怪，但做起事情来效率却非常高，然而若干年来他们一直说，如果两个人没有合作，他们各自都无法成就今天的强大。
杰擅长分析的思维与理查的说服能力、销售能力结合起来，对安利这样的企业而言无疑是最佳组合。
　台上的灯光暗了一下，依靠科技复原的真人大小全息图，杰就如重获新生一般，突然又出现在台上。
数码幻影LLC公司从档案中提取了7组镜头，拼接到一起，做成了2分钟长的高保真演说。
当已故的温安洛的形象和声音重现舞台的时候，观众中发出了“哇”的一声惊叹，就像看到了《星球大战》中欧比一万·克诺比的神灵重现，之后又给年轻的天行者卢克提出建议一般神奇。
“大家热烈的掌声让我非常高兴，而且我也从中听出来，从1961年我和理查举行第一次安利聚会以来，我们的队伍已经壮大了很多。
”温安洛仿真形象说道，“那个时候我想这个舞台可以站下所有人。
”而今天，需要一个很大的会议厅甚至体育馆才能举行一场安利聚会。
“当我和理查在自己家的地下室创办安利的时候，我们就有一个梦想，”仿真的杰继续说，“我们梦想着每一个人都能够有机会拥有属于自己的事业。
今天，当我看到这个庞大的团队，这个伟大的团队，我觉得你们每一个人都是我实现的一个梦想。
”在场所有的人都站起来，向这个神秘而又逼真的温安洛仿真形象抱以热烈的掌声。
接着舞台的灯光又暗了。
理查、道格·狄维士和史蒂夫·温安洛一起出现在台上，面对雷鸣般的掌声，像摇滚巨星般手臂上举。
场内光影闪烁，舞台烟花洒落在这三个人身上。
　在拉斯维加斯，安利钻石级直销商和管理层也享受到由艾尔顿·约翰和“蓝人组合”带来的非公开演出。
这些直销商和管理层在“体验安利”展厅光滑的地板上迈动着舞步，最后还是谈到了产品专家和试用品，他们谈到安利的事业改变了他们的人生，每个人的故事听起来都似乎见证了他们重获新生的过程。
而当他们在拉斯维加斯这个城市闲谈，看到每年都有数百万人为了心中的梦想而赌，他们的内心也充满了信念，那就是自由地创业，当然，还有赚更多的钱。
　周年庆典突出了安利成立以后辉煌的50年，很少有公司能像安利这样激起如此热情的回应。
安利这个直销行业的开创者在创业之初其实并无特别之处，无非就是四处兜售肥皂和维生素，但是安利后来发展成为世界上最庞大、最具影响力的多层营销公司——虽然这点还有争议——产品多达450种，包括化妆品、护肤品、净水器和厨房用品等。
安利销售的产品起初以肥皂、清洁剂和其他家用品为主，而现在销售的则大部分都是美容保健产品。
在安利发展到世界顶级公司的过程中，也出现了盲目模仿者和其他多层次营销公司，但是安利始终占主导地位，始终是直销机器的最佳企业，不仅精于包装和销售产品，也擅长把梦想销售给他人，让他们相信自己正肩负着一项神圣的使命，可以规划自己的人生。
安利的创始人杰·温安洛录制的话还回响在大厅：“我们知道安利的工作原理已经被翻译成很多语言，也超越了很多文化的界限，”他说，“全世界的人都知道回报与付出成正比，我们的目标就是让那些孤独、沮丧、胆怯的人拥有希望和安全感，我们可以把这些带给他们。

这就是今天你们来到这里的原因，这就是我们所做的一切，我们必须相信自己。
你不能预见未来，但是你可以追逐梦想。
” 追随梦想让安利的创始人获得了巨大的财富，也让他们陷入重重争议。
从一开始，安利就被政府的监管盯上，也面临着法律方面的诸多挑战。
一些安利公司的前直销商也指责安利是非法金字塔骗局。
尽管面临种种指控，这个直销巨商还是继续生存、运作、发展并把公司的自由创业理念——共同富裕的梦想——传播到世界的各个角落。
在我着手写这本书的时候，我的出版商希望安利能够与我合作，让我有机会接触公司的高级管理层。
在写这本书之前，我对安利知之甚少，也从没有买过任何安利的产品，除了知道安利销售肥皂之外，对这家公司一无所知。
然而出版商与安利来来回回沟通长达一年之久，我们的努力还是白费了，公司不允许我接触他们的管理人员、雇员和档案。
客观性和距离这两个要素至关重要，因为迄今为止，大部分关于安利的书都是由该公司的创始人、公司或者某个人的朋友、前任或现任独立经销商撰写的。
他们写的内容大致可以分为两类，一些是由安利的大直销商写的，比如德士特·耶格，他说过他热爱安利和他团队中的直销员，希望与人分享如何依靠安利的业务自己创业。
另一类内容是由安利的独立经销商或者从事其他多层次营销的人写的，他们体验的是不愉快的经历，也赔了钱，希望告诫其他人远离金字塔骗局。
这两方面的内容都体现了安利故事的一个侧面，但是都不完整。
带有情绪的论述往往有失公允，而人们一旦谈及金钱又会变得激动，尤其当他们获得或者损失了一大笔钱的时候，控制情绪就更加困难了。
出于研究安利的需要，我走出美国，来到欧洲和亚洲，观察这两个安利已经涉足的市场，从这两个市场来看，安利也已经表现出公司适应他国文化和消费者态度的惊人能力。
去年，我又采访了几位前任和现任的安利直销商、律师、咨询师、作家、政府官员等人，并仔细研读了多达数百页的法律文件资料。
我也听过在世界各地安利聚会上的动员演说磁带，观看过录像片段，我希望尽可能地让别人来讲述安利故事，但是我所接触的资源还是有限，因为我无法获得安利公司的支持与合作，而很多安利的直销商又绝对忠诚于安利，极力保护安利，拒绝接受我的采访，还有一些则要求在书中不要提到他们的名字，才愿意接受采访。
“独立经销商不准从事大规模的市场广告，而在书中出现名字可能会被认为违反了这一规定，”一位欧洲的安利独立经销商对我说。
由于公司避开媒体，拒绝让媒体接触公司的领导和雇员，我不得不依靠二手资料，但是我想说明的是，我在写作本书时必须顾及每一个人的想法、经历和动机。
基于以上事实，接下来诸位读到的既算不上曝光，也不是安利授权的公司传记，而是不带有任何偏见、站在新闻工作者的角度撰写的关于安利的发展、停滞和重新飞跃的故事。
安利充满活力，也极具争议，安利已经永远地改变了直销的世界。
而改变的结果是走向更好的未来还是陷入更糟糕的困境，则取决于消费大众的态度，包括本书的读者。

内容概要

《永远的安利》深入探究了安利的企业创新，尤其是前所未有的市场营销策略和有时候令人质疑的销售战略如何使安利成长为强大的全球企业的故事以及这个高盈利企业背后的许多细节。
在过去的10年中，安利业务发展迅速，产品延伸到八十多个国家，销售额达90亿美元，成为全世界利润最高、发展势头最强劲的零售企业之一。
那么，一个产生于《广告狂人》热播时代的零售类企业是如何在今天竞争激烈的商界取得成功并获得空前的发展的呢？
《永远的安利》还结合了历史和发展的视角，分析展示了安利的成长过程，深度透析当今全球最成功企业之一的安利，包括安利成立早期的故事、20世纪七八十年代所经历的发展痛苦到如今再度闪亮出现在世界的商业舞台，视角客观中肯。

作者简介

凯瑟琳?琼斯，一位商业方面的资深作家和编辑。
也是美国《纽约时报》的特约作者，为商业、资金、旅游版面和国内版面撰写文章。
亦曾担任美国《得克萨斯月刊》的特约作家，现为该月刊的特约编辑。
她同时还为美国《时代周刊》《生活》《达拉斯晨报》和很多其他新闻媒体撰写文章。

秦岭，澳大利亚麦考瑞大学（Macquarie University）国际商务硕士，西北农林科技大学管理学在读博士，对政治经济学、社会发展、国际商务、经济管理等领域有较深入的研究。
现任西安电子科技大学人文学院副教授，硕士生导师。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前言销售一个梦想
第一章　资本主义与争议重重
第二章　冒险合作
第三章　扬帆远航
第四章　卖点儿人人都需要的东西
第五章　“计划”出炉
第六章　推翻金字塔
第七章　改装机器
第八章　钻石、红宝石、翡翠和明珠
第九章　两个肥皂大鳄的冲突
第十章　高层密友
第十一章　横贯东西
第十二章　史上最大的市场
第十三章　新的心脏．新的身份
第十四章　安利归来
第十五章　前路茫茫

章节摘录

版权页：手艺，日后做个电气技师。
理查在公立学校注册，“那一整年都很不开心，”他回忆说，“我头一次意识到因为在学校里不好好学习，我丧失了那么好的机会。
”他向父亲保证说他会为了重入私立学校打零工挣学费。
事实证明，这是理查一生中做的最明智的决定之一，因为正是在大瀑布基督教会中学里，理查在上下学的路上认识了杰·温安洛。
“我至今仍然清楚地记得当初放学后，许多人挤在杰的小车上的情景，人们坐在前座上，挤在后座上，甚至还有些站在他那辆福特A型车的踏板上，”理查说，两人的谈话总是放眼未来，也为他们日后的事业打下了基础。
虽说理查比杰小两岁，而且两人个性截然相反，理查和杰还是成为好友。
理查长着一头深色头发，不仅人长得极帅，还喜欢结交朋友。
他常常带着招牌式的咧嘴笑容与人聊天——他非常善于聊天。
杰显得更加内向和安静一些，瘦长的身体，黄棕色的波浪卷发，笑起来还有两个酒窝，自称“书呆子”。
“高中时期，杰是那种不翻书也能在考试中得A的学生，”若干年后的理查回忆说，“他的脑子储存和处理信息简直像计算机一样迅速而精准。
他只要看看问题，大致估算一下，列出所有利弊，给出事实支持自己的观点。
这方面他简直棒极了。
”从那以后，乃至在两人的一生中，理查和杰都互相取长补短。
两个朋友组成了一个“无敌二人组，任何事情都难不倒我们，”杰说。
两人有着相似的基督教背景，都受到家庭的影响，也天然地继承了加尔文教派对工作的态度。
和杰一样，理查也从祖父那里学到了不少东西，他用一个荷兰语渊源的词儿“huckster”称自己的祖父是一个“老派的小商贩”。
正是源于祖父的影响，理查在“直销”一词还没有造出的时候就立志成为一个直销人员。

媒体关注与评论

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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