# 一位安利直销员的销售日记

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2025-06-28

*第一篇：一位安利直销员的销售日记一位安利直销员的销售日记2024-06-07 18:04功利虽然并非坏事，但太过功利，越急于求成，心情越急迫，对方的警觉性就越高，口袋里的钱就会捂得越紧，人的共性，就是这样……做安利，就像攀登一座大山，能不...*

**第一篇：一位安利直销员的销售日记**

一位安利直销员的销售日记

2025-06-07 18:04

功利虽然并非坏事，但太过功利，越急于求成，心情越急迫，对方的警觉性就越高，口袋里的钱就会捂得越紧，人的共性，就是这样……

做安利，就像攀登一座大山，能不能登上这座山，要问爬山的人，如果听那些半途而废、下山人的胡言，是永远没信心到达顶峰的……

X年X月X日

下午终于拿到了安利公司的直销员资格。回想当初，真没想到，用了三年安利的产品，今天竟一下由顾客变为了销售员！

和我一起办直销员手续的还有三个年轻人，全都雄心勃勃的，准备大干一番。看他们的精神样儿，我的劲头儿也足了许多。不过，闲聊了一会儿，才知道他们的产品知识并不多，踏入安利，是看中了它的巨大商机。我觉得自己与他们不一样，同样是做安利，起因却是源于对安利产品的由衷喜爱，也许我的闯劲不如这些年青人，但如果我能将自己对产品的感情向周边的朋友辐射，谁又能说我这个退休老太不能成功呢……

X年X月X日

今天突然降了温，从小李的工作室回来，雨水打在脸上，像是冰点。出门时老伴劝我在家陪他看电视，可是，明天要向王阿姨推荐几种营养补充食品，心里没底儿，于是就又到小李的工作室参加产品学习去了。结束时，突然想起好久不见了的王教授，问了别人，才知道他总是挑剔讲课人的水平，这样的业务课，前后只来听过一两次，就再也不肯来了。一门心思只想着多卖产品，谁知又吃亏在对产品的不了解，销路可怜得很——“王教授大概是要退出安利了吧。”说起他时，小李很是惋惜。以前就听人说过，安利这个公司很奇怪，在传统行业做得很优秀的人在安利不一定干得愉快，当时听了还有些纳闷，现在才开始明白，哪怕在传统行业做得再好，如果心态不能“归零”，没有一颗包容的心，不善于学习，要想做好安利，的确很难。做安利，其实做的就是心态啊。X年X月X日

计算了一下，这个月经我的手一共卖出了十几盒蛋白质粉，朋友们很吃惊，找我讨教做销售的诀窍。细想了想，与其他人相比，我的不同，大概源于我从事安利这个行业的出发点不那么功利吧。虽然功利并非坏事，但太过功利，越急于求成，心情越急迫，对方的警觉性就越高，口袋里的钱就会捂得越紧，人的共性，就是这样。

今天真高兴，回办公室办点事，几个老同事碰见我，全都说我变了，越活越精神。于处长正犯感冒，咳得不行，人似乎也憔悴了好多，我跟她说起每次我刚有些流鼻涕，就将每天的维生素C加大剂量服用，感冒症状立刻就能消失，她有些不信，正好小张也感冒了，准备明天多拿几片让他试试。如果效果理想，不是又打开了一片市场吗？

脚仍有点疼，晚上去小李的工作室听课，下车时急慌慌的，扭伤了脚。唉，以前单位上开会能躲就躲，实在躲不过不是坐最后一排就是藏在角落，现在可真大不同了呀——生怕位置不好，生怕听不见老师的每一句话！

X年X月X日

这几个月只顾发展顾客了，扩展速度不理想，准备培养几个有潜质的合作伙伴。

把亲朋好友过滤了个遍，目标锁定陈工。小李的年龄虽只比我女儿大一岁，作为上级，却是我的主心骨。听了我的想法，小李决定陪我一起出动，两个人共同来完成这事儿。

吃过晚饭，我和小李拎着精心选购的水果敲开了陈工的家门。开始了我的第一次“领导人推销”。本以为计划做得够周密了，谁知效果并不如人意。陈工思路清晰，提出了很多有见地的问题，照理，我们的解答应该能让他对产品和公司充满信心，然而最后，陈工却明确拒绝了我们的合作意向。

为什么会这样？回来的路上我一直在想。拒绝需要理由吗？也许不需要！表面上陈工是被我们说服了，但他心里可能并没有真正认同，这正如一杯盛满的水杯，原有的水没有倒出，又怎么能装进新鲜的呢？

小李说得对，以陈工的素质，如果全心投入这项事业，完全有可能是极优秀的领导人。想了又想，有了主意：对陈工，绝对不能放弃，和他保持友谊，过一段时间再联系也不迟。需要提醒自己注意的是，在陈工面前，嘴上可不能始终挂着安利，让他觉得我另有所图。要让陈工接受产品，首先得让他认同我这个人！

X年X月X日

昨天的天气预报明明说有阵雨，今天却艳阳高照，热得要命。偏偏又有几样产品要分别送到五处顾客手里，咬紧牙根一处一处地跑。最后实在顶不住了，只得坐出租车。送一瓶打折后售价为28元的沐浴露，光车费就用去了近十元钱，说不心疼是假的，但也是没办法的事，做生意不就讲究诚信二字么，答应人家的事再怎么难也要办的。

年龄不饶人，年轻时插队顶着太阳干一整天，啥事儿也没有，现在只一个下午就彻底不行了，恶心，头痛，脚步发软，中暑的症状全都有，吃了一支藿香正气水，刚上床躺下，就接到了陈工的电话。

本来和陈工约好明天一块去一家酒店听安利的产品介绍会的，陈工来电话说他老婆顶头上司的夫人也在做安利，顺便就约了他一同去听课。陈工的声音满是歉意，一个劲儿地说对不起，一时间我也不知说什么好。老实说，我和陈工这半年来的交往越来越投缘，相处得相当愉快，怎么在关键时候竟半路杀出个程咬金？想想看，这也怪为难陈工的，上司的夫人谁敢得罪呀。

很早以前小李就告诫过我，做安利，找顾客容易，找合作伙伴难，今天才对这话有了体会。可是，再难，也要继续培养几个得力的领导人出来，否则，只凭自己单枪匹马，业绩是很难有突破的。心情降到了谷底，突然就怀疑起自己的性格来。我这个人，从来都是顺其自然，喜欢水到渠成的那份感觉，就连以前单位上评先进，也从来不争不抢，只知道埋头苦干。也许，有些时候，我应该表现得更有魄力一点？或者脸皮更厚一点？啊，不行，这不合我的天性，滴水穿石也没有什么不好，我的朋友们正是因为这一点喜欢我的呢，但是，这样不愠不燥，能做好安利吗？

X年X月X日

曼芳今天从深圳来电话，要我将安利公司的章程寄一份给她，说是最近生意不好做，想把服装厂卖了，专职做安利。这个小妮子，一年前我就劝她业余时间做做安利，她呢，老认为这

种“小生意”不如她的服装厂赚钱快，对我的话当耳边风。现在终于想通了，又有些走极端。令曼芳终于下定决心做安利的，是她的婆婆。曼芳是重庆人，两口子却在深圳发展，把婆婆一个人留在天津老家。几个月前，曼芳的婆婆得了癌症，手术后五天五夜高烧不退。偏偏曼芳两口子生意忙，脱不开身，着急得不行。我得知后，特意找专家配了一组营养补充食品套餐，自己掏腰包花了九十多块钱的特快专递费寄了过去，本来只想试试看，效果竟出奇的好。这下老人家可离不得安利了，不仅自己用，还成了安利的义务推销员，和我也成了好朋友。曼芳呢，虽做了我整整一年的顾客，一直使用“雅蜜”系列护肤品，但这次回天津，看到公婆的变化，周围人对安利的认可和喜爱，才意识到从前我向她推荐的，是一桩多么好的生意！记得刚入行时，小李就对我说做产品一定要注意因人施教，不能千篇一律地向所有人推荐所有的产品，比如，对爱美之人推荐护肤品，对身体不好的人推荐营养品，向更多的人推荐直观效果最明显的洗涤用品，这样的效果总能事半功倍，今天终于尝到了甜头。

把曼芳和陈工作了一个对比后发现，对男人和女人的推销方法也有差异：对男性朋友，你可以为他描绘安利的制度，诱人的“钱景”，对女性朋友，重点则要唤起她们对产品由衷的喜爱，让她们因喜爱产品而喜爱公司，并投身于这项事业。抓住了这不同的侧重点，事情也就容易多了。

经验越来越多，对自己也越来越有信心了！

X年X月X日

不知不觉，身边已聚集了一大堆朋友，工作室的地址早已选好，可以甩开膀子大干一场了。然而问题也相当明显：顾客太单一，老在自己的生活圈子内，团队里的合作伙伴仍严重缺乏，有好几个都是兼职，时间和精力照顾不过来……

前几天听了一个进城民工做安利的事儿很受感动，那民工在城里一无资金，二无人脉，怎么做安利？他背着产品，挨家挨户为每户人家擦抽油烟机，做清洁！这方式我虽并不赞成，但人家的吃苦精神值得我们学呀。

反观我的团队，成员以知识分子居多，要衣食无忧的他们放下“面子”去推销显然是件费劲的事儿。所以我经常就在盘算，是不是要发展几个吃得苦的下岗工，或者农民工加入我的团队，用他们的精神带动大家呢——只是，想了又想，我身边这样的人倒真是少得可怜。

还有小王小张，最近也不知怎么了，连课也不来上，估计是想打退堂鼓了吧？早就跟他们说过，做安利，就像攀登一座大山，能不能登上这座山，要问爬山的人，如果听那些半途而废、下山人的胡言，是永远没信心到达顶峰的。所以，经常来参加聚会，在学习产品知识的同时，朋友间的互相鼓励也是很重要的。

**第二篇：安利直销员10个严禁条例**

安利直销员10个严禁条例

来源：安利商城网 http://

为了严格遵守国家的各项法律法规，进一步加强对营销人员的规范管理，在获批直销经营许可、推出新的业务制度之际，公司制订了“安利（中国）营销人员十项警示”，希望广大营销人员能够认真遵守，严格自律，自觉与各类违规行为划清界限，不断提升公司与营销人员的整体形象与良好声誉。．严禁团队计酬。安利（中国）将严格按《直销管理条例》的要求向销售代表支付销售报酬，禁止团队计酬。所有营销人员都直接与公司签订相应的合同，独立开展业务，严禁任何人私自结网、操纵业绩。．严禁跨区经营。安利销售代表须在公司获批直销区域内一个分支机构所在的省级行政区域内已设立服务网点的地区开展直销活动，自觉接受属地分支机构的管理和监督，专注于本地市场，严禁跨区经营。．严禁违规培训。公司将统一组织拟招募人员及销售代表的业务培训及考试，并委派符合法规要求的直销培训员依法进行。严禁任何不符合法规要求的人员举办安利销售代表业务培训。严禁以召开研讨会、激励会、表彰会等形式变相对销售代表进行业务培训。．严禁夸大宣传。深入学习产品知识，熟悉产品性能及功效，以认真负责、科学严谨的态度向消费者介绍和推荐产品，树立安利营销人员的专业形象。严禁对安利产品进行夸大、虚假宣传，严禁任何欺骗、误导消费者的推销行

为。．严禁强买强卖。尊重消费者意愿，关心消费者的利益与需求，以周到专业的服务赢得顾客、赢得市场。严禁强买强卖、死缠烂打。未经消费者同意，不得进入消费者住所强行销售。．严禁削价售货。自觉遵守公司统一的价格政策，按照产品上标明的价格向消费者推销产品，自觉维护公平有序的市场环境，保证安利事业的永续发展。严禁削价售货，因一己私利误导消费者、损害公司及营销人员的整体利益。．严禁诱导囤货。立足长远、稳健发展，认真打好市场根基，不断培育忠实消费群体。急功近利、诱导他人盲目囤货，不仅会产生错误的市场需求信息，影响公司对市场的基本预测，还会给误入歧途者带来巨大的财务和心理负担，误人误己。．严禁贬损同业。尊重同业、有序竞争不但是行业持续健康发展的要求，也是赢得他人尊重的根本。营销人员须尊重同业同行，树立正确的竞争观，展现安利人的良好风范。严禁在开展业务中贬损同业、贬低同类其他产品。．严禁宣扬物质享受。安利公司为广大营销人员提供的是一个职业发展、开创事业的良机，并不可能一夜暴富、不劳而获。营销人员要理性客观地看待成功，不盲目、不狂热。严禁片面宣扬物质享受、夸大以往的收入情况，严禁宣扬大多数参与者将获得成功、搞个人崇拜。．严禁曲解业务制度。安利（中国）新的业务制度是公司严格遵照直销法规的相关要求制订的，与海外传统直销模式有着根本的不同。营销人员须认真领会新业务制度的精神实质，积极拥抱改变、切实转变作业形态。严禁对公司新的业务制度作出任何曲解，严禁使用、宣扬海外传统直销的用语和计酬模式。

**第三篇：庞大的直销员队伍,安利采取**

安利在中国的销售模式调整了很多次！1998年，国家明令禁止多层次传销前，安一样一样一样一样一样一样一样一样一样一样

安利的销售方法：（1）中高价格定位，安利在中国一直走高端价格路线，比如雅姿和纽崔莱都是国内一线品牌的定价水平，但是安利的性价比还是比较高的。

（2）独特的销售组织模式，安利表面上采取的是店铺加销售代理商的单层次直销模式，但其实质一直是多层次直销模式好售商品和努力建立稳定的销售网络来取得丰厚的利润。（4）庞大的直销员队伍，安利采取的销售模式实质上是一种人员推销模式，安利公司几乎所有的业绩都是通过销售人员完成的。（5）企业文化，安利倡导人与自然的和谐，产品强调绿

安利的组织结构：

安利的营销模式算不算是传销呢？那我们就得从传销的定义来判断安利的营销模式算不算是传销。

所谓传销是指组织者或者经营者发展人员，通过对被发展人员以其直接或者间接发展的人员数量或者销售业绩为依据计算和给付报酬，或者要求被发展人员以交纳一定费用为条件取得加入资格等方式牟取非法利益，扰乱经济秩序，影响社会稳定的行为。在一定的产品基础上的，所以和那种赤裸裸的传销还有一些区别（这也许是让它能躲过执法人员的唯一的一点理由），我觉得叫它另类的传销更合适。不过总起来说，做安利还是在搞传销。

做安利的人都很疯狂，因为他们都是为了一个目标去的，那就是钱。他们知道自哥哥哥哥哥哥哥哥哥哥哥哥么报酬，所以他们很努力，甚至到疯狂的状态，而且他们都认为自己是在做一份很有意义的事业。殊不知，他们所做的事业都是建立在人性贪婪的基础之上，建立在大部分普通人做下线的基础之上。他们可能会成为百万富翁，成就自己的发财梦，但是这个结果是建立在把多少人拉下水的基础之上的。谁都可以动脑筋想想，让所有的人发财根本是不可能的，因为任何时候都是需要有庞大的下线作为基础。从这个意义上讲，他们做的所谓的事业不但是没有意义的，甚至是昧良心的、违法的。

**第四篇：安利的直销渠道**

安利的直销渠道

朱慧 2111207228 直销作为一种重要的产品推销方法已经风靡全球，直销模式已经越来越备受瞩目。直销模式分为单层和多层两种形式。单层与多层最根本的区别在于：单层直销模式下，直销商只能从自己的销售额中获得提成，而多层直销模式下，直销商可以从自己招募的团队成员的销售额中获得报酬。相对而言，多层直销模式具有更强大的市场扩张及参透能力，是一种非常高效的组织形式。世界上大多数直销企业采用的都是多层直销模式。

在多层直销领域，安利堪称典范。自1959年，安利成立之初，就开始采用多层直销模式进行销售，并最终形成了一套成熟、完美的多层直销制度。简单的说，在多层直销领域安利具有王者一般的地位。

目前，安利在全球300多万名直销员。为了适应各个国家政策、法律环境以及消费环境等国情，安利对直销模式进行了适当的调整。正式安利这种面对新环境变化时灵活、机动的自我调整能力创造了安利今天的辉煌。

从全球范围看，安利母公司安达高的销售模式分为三种：专卖店+雇佣推销员，主要集中在中国内地（中国直销法颁布之前）；捷星电子商务+IBO，这种模式主要集中在北美地区；传统的直销商模式，除中国内地和北美以外的地区主要都采用这种传统的直销商模式。总的来说，这三种模式的本质都是多层直销制度。

安利之所以坚持多层直销制度，是因为安利的产品适合采用直销的模式。安利的产品有很多特点，例如浓缩型、环保、成分天然等，二者正式安利产品与总不同与卓越之处，消费者对这些特性并不了解，这就有赖于专业的销售队伍通过解说和示范让消费者来了解安利的产品，进而接受安利的产品。所以，唯有安利直销商能最好地展示产品的卓越品质与功效。

其实，安利公司的两位创始人都是纽崔莱最早的营销人员，他们深知人员讲解和口碑营销在营养食品销售中的重要性。从纽崔莱产品的历史来看，纽崔莱产品诞生之初，卡尔·宏邦先生采取的并非直销模式，而是传统的店铺+广告的销售模式，但是实践证明，消费者并不了解这种产品，对产品的认知度很低。卡尔在摸爬滚打中发现，将新产品推向市场最好的办法是通过人与人之间的口碑传播来 推销。后来，安利公司加大面对面的人员直销方式，将纽崔莱这种科技含量高、使用者个性差别大的营养食品推向市场，结果获得成功。

2025年9月，中国《直销法》正式颁布，多层直销模式并没有获得国家的认可。《直销法》颁布后，安利不得不宣布将销售模式调整为单层直销，这是在是安利的无奈之举！

一、专卖店+雇佣推销员模式

在中国市场，受到政府法规的限制，1998～2025年期间，安利采用了“专卖店+雇佣推销员”模式，逐渐在中国建立起180多家专卖店，同时，安利在中国招募了18万名直销人员，而且这些直销人员采用的是团队计酬模式，堪称中国特色。尽管从形式上来看，安利在中国采用了专卖店以及直销哦上两种销售模式，已经背离了其多层直销模式，但是事实上，安利将专卖店的功能设定在服务与形象展示方面，而不是产品销售，这一策略极大地维护了直销商的利益。在中国，安利真正依靠的还是团队计酬模式的直销商。

1.被迫建立专卖店

《关于外商投资企业转变销售方式有关问题的通知》规定，传销企业必须转为店铺经营，转为店铺经营企业，分为雇佣推销员和不雇佣推销员两种。政府要求直销企业采用店铺经营，主要是为了解决鱼龙混杂的夸区域经营管理问题，因为直销员流动性非常大，在异地引发的产品纠纷、税收问题，由于监管部门无法找到直接的责任人，导致地方管理部门非常被动。因此，在这一轮中能跨过转行门槛的手段无非就是“建庙”，监管部门可以按“跑了和尚跑不了庙”的逻辑从容地找到责任方。

除了为了配合政策，安利为了区别于臭名昭著的传销，开始建设店铺。此后，安利逐渐在中国直接投资建立了180多家专卖店，同时又在全中国范围内大规模直接面对消费者的销售人员，关键的是，安利的销售队伍采用的是团队计酬的模式。

对于店铺的设计，安利有着其独特之处。安利开设专卖店，主要是根据各地的业绩和消费者需求，以市场需求来建店。这就导致了虽然安利专卖店已经遍布全国各地，但是主要集中于中西部地区。安利第一批建立起来的店铺都分布在经济比较发达的沿海一带。随着市场不断拓展，安利公司也会根据市场需求而不断增设专卖店。通过步步为营、稳扎稳打的销售策略，截止2025年3月，安利已在全中国154个城市设立了186家专卖店。

2.专卖店侧重于服务与形象展示

尽管安利在全中国建立了180多打家专卖店，是事实上，这些专卖店向消费者销售的产品少之又少，专卖店的真正功用就是为安利的直销大军服务。

安利专卖店的产品一般都是全价，而通过直销员购买安利的产品基本上都可以打八折甚至更低的折扣。尽管安利的条文中并没有禁止专卖店将产品卖给非直销人员，但是更多的消费者会选择直销商来购买产品。通过这种技巧性的安排，安利实质上避免专卖店渠道对直销渠道的冲击，保护了直销商的利益。

专卖店就是安利直销人员的后勤基地，每个城市的安利店铺都成为了当地销售人员的提货中心、仓储中心、信息中心和培训中心。店铺的增加保证了产品的合理库存，因此能够及时为安利销售人员提供所需要的产品。

其实在转型“专卖店+雇佣推销员”之前，安利就有了店铺，当时是叫做发货中心，转型后安利专卖店基本等同于发货中心，其职能和运营管理模式根本没有变化，变得可能只是名称以及内部装修等。

此外，安利的专卖店还是一个形象展示中心。安利店铺大多选址在交通便利的位置，采用柜台或超市设计，店铺在很大程度上成为安利的活广告，更重要的是增强了普通消费者对安利的信心，使得各个区域市场的潜在顾客对企业的认知和认同比例大增。因为与美国等发达国家成熟的直销市场相比，处在国内正在发育、良莠不齐的直销环境的消费者，更习惯将“跑得了和尚，跑不了庙”的店铺作为直销企业的信誉标志和保障。

在一些大型店铺，公司还特别设立了产品体验中心和生活馆，让消费者可以有机会零距离体验安利产品。这一举措，对营销人员的产品销售工作也是一个有力的支持。

迄今为止，安利也只是在中国开设了专卖店，它满足了中国政府关于直销企业转型店铺经营的要求，保证了自己合法经营地位，这也是其顺利开展业务的基础；其次，安利专卖店等同于直销员的服务中心，而且数量有限，不会对安利直销渠道带来很大的冲击，这种经营方式实际上保留了安利的多层直销优势。

安利在中国真正的销售力量还是直销商。安利在中国采用了团队计酬的奖金制度，安利团队扩张速度非常快，现在，安利（中国）有18万名直销商，沿用了全球通用的成熟、完美的奖金制度、培训制度、销售方法、团队组建与管理办法等，完全发挥了多层直销制度的优势。

二、安利的物流网络

安利（中国）的物流网络主要由储运中心、物流中心以及店铺终端组成。首先，安利的物流系统将安利工厂生产的产品及向其他供应商采购的印刷品、铺小产品等先转运到位于广州的储运中心，然后通过不同的额运输方式运抵各地的区域仓库暂时看储存，在根据需求转运至割舍是的店铺，并通过居家送货或店铺等销售渠道推向市场。

1.储运中心

进入中国伊始，安利即在广州建立了占地19000平方米的出运中心。物流中心管理者公司所有的出厂产品，根据市场销售情况进行准确、及时的配送。为了满足公司业务快速发展的需要，公司不断提升自己的物流水平。2025年，安利又斥巨资在广州永和经济技术开发区建立了占地40000平方米的储运中心，它的建成极大地改善公司物流运作的效率，确保了产品能在合适的时间内到达合适的终端。

2.物流中心

与全国的营销战略相对应，安利（中国）在30个省、市、自治区开设有180多家店铺，而安利最远的一个店铺在新疆库尔勒，距离广州总部有6800功利。在交通运输一直成为中国物流瓶颈的大背景下，这么多的店铺，这么远的距离，对安利储运系统构成了一个极大的挑战。

为应对这份挑战，安利公司设立了19个区域性外仓，实施就近配货与补货。这样，产品从走下生产线到送到直销商手里的时间一般只需要两到十天。

3.店铺终端 安利设在全国主要大中型城市的专卖店就是安利的物流终端，直销商航从专卖店取货。安利的货物从区域性外仓送至安利在全国的180多家店铺中，基本上就完成了所有的物流配送工作。安利的店铺的服务职能之一就是为安利销售人员提供分发货服务。

4.居家配送

安利的专卖店网点毕竟有限，到目前为止，而安利的销售人员却又18万之多，分布在全国各大中小城市。为了方便广大销售人员，安利又推出“复合式居家送货”服务。根据这项服务，订单总额达到公司要求的直销商，可以通过互联网

电话或传真机订货下单，订单形成后两道三天内，第三方物流 会将货物送到省内订货人制定的地点。

三、全方位物流：安利团队+第三方物流商

全方位的物流是指安利与多家第三方物流公司合作而非单独由自己来运作。

1.掌握核心，非核心外包

在安利的“安利团队+第三方物流商”的物流模式下，两者的功能有所不同。核心业务如库存设计、运输方式选择、调配指令及储运中心的主题设施与运作主要由安利安利本身的团队统筹管理。而第三方物流公司负责按照安利公司的知识处理物流工作，如仓库设施准备、人员安排、保安挂你了；在运输方面，则负责车辆在选择、运输安排等。另外，安利全国几乎所有的仓库均为外租第三方物流公司的仓库。

目前已有多家大型第三方物流公司承担安利过公司在中国的大部分的配送业务。在货物运输环节，安利要求几家供应商同时负责一条线路的工作，当其中一家供应商因故停止运作时，公司货物依然可以按时、完好地送到。安利这种与多家第三方物流公司的合作模式不仅降低了物流成本，而且多家第三方物流公司之间形成了竞争，这促使他们提供更好的物流服务，而且可以减轻安利在物流管理上的压力。

2.仓库半租半建

安利储运中心也是其全方位物流战略的最佳诠释。安利采用了与 发展商合作的模式，合作方提供土地和库房，案例库租用仓库并负责内部的设施投入。安利采用合作模式，只用了一年，投入1500万元，就拥有了一个面积重组、设备先进的新物流中心。如果安利在建储运中心时将主要精力都放在基建上，不仅会占用安利大量的周转资金，而且费时费力，效果并不见得好。

**第五篇：安利直销模式**

安利奖金制度分类

今天您初次接触安利，可能您的心理有这样一种想法„叫我做安利公司的推销员？卖洗洁精？化妆品？营养品？‟可能我也不会去干！可是，如果能够因为销售安利公司的产品而实现自己的梦想，你会不会做？好！下面将安利公司迷人奖金制度与大家进行分享：

1、个人销售佣金（9%~30%）（月结奖金）

以下是安利公司的营销人员收入表营业额（净）销售佣金销售补贴\*

1200×9%=108

3600×15%=540

7200×18%=1296

14400×21%=3024

24000×24%=5760

42000×2 7%=11340

60000 ×30%=18000

10000×18%=1800，60000×30%=18000，当您一个人每月销售10000元我想比较容易，可是叫您每月销售60000元产品的时候就比较难了，是吗？于是我们比较聪明地应用了一个方法就是找几个朋友和自己合作销售安利产品，组成一个营销部门，你可以找A、B、C、D...朋友作为您的合作伙伴。

您的部门：A：20000、B：20000、C：10000、D：9000您：1000；20000×21%=4200您如何结算您的部门的奖金呢？就是把A+B+C+D+您=60000×30%=18000元。

但是这些钱不是您一个人的，必须减去您的朋友所得的钱，也就是说18000—A 4200（20000×24%）—B 4200（20000×24%）—C 1800（10000×18%）

—D1620(9000×18%)=6180，您的收入是6180元说到这里您的朋友就有些纳闷了，您叫了朋友和您一起销售安利产品，为什么您只卖了1000元就有6180的收入而您的朋友A卖了20000才4200元呢？这就是安利的第2.2奖金：

2.2、市场开拓经费（3%~21%）

您的朋友一定会想，您在赚他的钱对吗？我们可以这样做个假设，您的朋友如果不和您合作直接和安利公司合作，按照他的销售额20000×21%=4200，也只有4200元，您呢？也不必要顾虑您在赚朋友的钱，（我想问一下，今天有没有新朋友？）因为您在建立自己的销售部门的时候要投入时间和精力，电话费，差旅费，安利公司在全世界有300多万的营销人员，在每个月的时候每个人都拿着电话单，和差旅费报销单和安利公司结帐，您说有可能吗？那当您拿着报销单的时候，安利公司对报销单的真实如何审核？您是不是为了培养一个小组而付出了大量劳动呢？安利公司怎样去核实您的劳动量呢？于是直接以奖金的形式返还给您，您觉得合适吗？

3、4%领导奖金

您A当您的朋友把您的模式进行了复制，您的朋友A做到了60000大家看是不是出了问题？计算您的部门的业绩是60000×30%减去您朋友A60000×30%，您的收入等于0，您会干吗？回答当然是不会！安利公司的也不会这样干，当您的合作伙伴每月的业绩达到6万的时候，他会和您有形式上的脱离，安利公司会因为您为他们公司培养了一个稳定的销售部门，额外的拨给您该部门的净营业额的4%作为您的奖金，这奖金具有世袭性，在国外叫世

袭奖金，只要您的部门存在，这些奖金还会给您的法定继承人，我们计算一下

60000×4%=2400元。您的合作伙伴A收入是不是比您多？当然你的收入还不只是2400元，还得加上您的合作伙伴B、C、D他们所创造的业绩。世袭奖金充分得体现了安利事业的人性化，要知道这就是保障。（关于保障得解释）2400×12月×40年=1152000元。

4、红宝石奖金

当您帮您的部门A、B、C三组分别做到了30%以上，这些就是您的独立部门，您每个月可以领到这三组4%的领导奖金。D、E、F、G等合作伙伴分别只做到9%~30%均未达到30%的，这就是您的小部门，如果这些小部门的月销售业绩达到120000的时候，除了可以领您个人销售顾客服务报酬、销售佣金、A、B、C的领导奖金之外，安利公司再发给您小部门业绩的总和的2%作为红宝石奖金。该奖金说明了安利事业是无盖子、没限制、努力与收入永远成正比：这项奖金也是鼓励您尽量把安利事业做宽、做大、充分发挥您的潜能。您可以得到这项奖金也就为您的钻石梦打好基础。您的月收入将会是（8000~15000）

5、明珠奖金

当您培养了A、B、C三组部门同个月做到30%，您除了可以领A、B、C三组的4%领导奖金以外。而A、B、C三组以下的每个部门，不管深度如何，您每个月都可以领到以下部门总业绩的1%奖金，直到您的部门中有D.D亦做到明珠他的第二代以下的明珠奖金归他。这项奖金叫明珠奖金。明珠奖金展现了充沛的“自动生命力”。前面所介绍的顾客服务报酬、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金，后四项都称为月结奖金。当您可以领到明珠奖金的时候前面的奖金、佣金、都可以得到。（1~2万/月）以下第6种后的奖金属于年终奖金。

6、翡翠奖金0.25%年终奖金

在介绍翡翠奖金之前，先对以下的定义加以说明

银章销售主任；任何月份个人及其所推荐的小组达30%以上（A、B、C、D、）

金章销售主任；在任何的12个月内有三个月达到银章的资格的。

D.D（高级销售主任）；必须在同一个会计内，任何连续12个月中，有六个月整组业绩做到符合银章资格其中三个月要连续、三个月可以不连。

翡翠高级销售经理；在您的合作伙伴A、B、C、D、中有三组做到D.D，并保持6个月您就符合“翡翠”奖衔资格。您可以

领到翡翠的年终奖金0.25%×全国符合翡翠奖衔的小组当年的营业额总和再除符合该奖衔的人数，即为每位翡翠应得的年终奖金。同时您还可以取得前面所介绍的、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金。（2~3万/月40万/年）

7、钻石奖金0.25%年终奖金

同个会计您帮您的部门中6组做到D.D以上的级别，您即符合钻石资格。奖金计算是全国钻石组的营业额总和×0.25%÷全国符合钻石的人数，同时您还可以得到前面所介绍的顾客服务报酬、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金、翡翠奖金。（3~5万/月70万/年）

8、行政钻石奖金（EDC）0.25%年终奖金

同一个会计，您帮您的部门中7~9组做到D.D以上的级别，您即符合行政钻石资格。奖金计算方式全国符合行政钻石组的年营业额×0.25%得出总额，再依每位符合资格者的合格小组数及合格月数计算每位获得的EDC奖金。同时您还可以得到前面所介绍d的、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金、翡翠奖金，钻石奖金。（5~7万/月100万以上/年）。

9、（1）双钻石奖金

金、翡翠奖金、只要您的事业还在发展、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金、同时还可以得到。（9~10万/月200万以上/年）当您做到双钻石，安利公司在年终是再额外颁发您一项“双钻石单次奖金”人民币13万元。

9、（2）叁钻石奖金

同一个会计，帮您的部门中15组做到D.D以上的级别，您即符合叁钻石资格。因为您也符合双钻石奖金、行政钻石奖金、钻石奖金、翡翠奖金、其年终奖金也可照领。当您做到叁钻石，安利公司在年终是再额外颁发您一项“叁钻石单次奖金”人民币25万元。只要您还在不停发展安利事业，您还可以得到、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金。（13~15万/月300万元/年）

9、（3）皇冠奖金

同一个会计，帮您的部门中18组做到D.D以上的级别，您即符合皇冠奖衔资格。因为您也符合叁钻石奖金、双钻石奖金、行政钻石奖金、钻石奖金、翡翠奖金、其年终奖金也可照领。当您做到皇冠，安利公司在年终是再额外颁发您一项“皇冠单次奖金”人民币50万元。只要您还在不停发展安利事业，您还可以得到;销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金。（16~20万/月500万元/年）

9、（4）皇冠大使奖金

这是安利事业中最高得奖衔。同一个会计，帮您的部门中20组做到D.D以上的级别，您即符合皇冠大使奖衔资格。当您成为皇冠大使得时候，您得年收入奖是8位数，上千万元前面得数字还不是1得时候，您可以得到多少人得尊重得同时您还可以鼓励多少人成功？ 以上就是安利事业的9种12项奖金。了解了安利事业的奖金制度以后，大家可以会过头来看看从事安利事业，他可以锁定目标的事业，就象您在爬一栋大厦，您必须从一楼为起点，当您到了2楼的时候，您也知道您离目标有多远，这样的事业您还有什么顾虑？

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！